

07-ORF
70F-002FB
4

在アジア日系企業の経営実態  
—ASEAN・インド編—  
(2007 年度調査)

2008 年 3 月

日本貿易振興機構(ジェトロ)  
海外調査部



# 目次

1. 進出動機に関する設問（非製造業）	5
2. 2007、2008年の営業利益状況	7
3. 輸出に関する設問	14
4. 原材料・部品の調達に関する設問	24
5. 経営上の問題点	31
6. 競争力の源泉と今後の事業展開	42
7. 東アジアビジネス圏での事業再編	59
8. 製造業の付表	69
9. 非製造業の付表	99
10. 調査票	121



## 調査対象および回答企業の内訳

- ジェトロは2007年10月29日～12月3日、ASEAN6カ国（タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア、フィリピン、ベトナム）およびインドに進出している日系企業のうち、日本側による直接、間接資本の合計が10%以上の2,607社を対象としたアンケート調査を実施し、1,051社から有効回答を得た（有効回答率40.3%）。今回の調査から製造業に加え、商社、建築・工事業など非製造業を対象業種に加えた。
- 本調査は、回答者のEメールアドレス（一部については調査票郵送）に、アンケート調査画面を掲載したインターネット・アドレス（URL）を通知し、同調査画面に直接回答を入力してもらう手法を採用した。なお、一部については、調査票を郵送し、回答結果を集計する方法を継続、あるいは併用した。
- 回答企業を国・地域別で見ると、上位4カ国のうち、タイとマレーシア2カ国で全体の48.3%を占め、ついでフィリピン、シンガポールが続いた（図表1）。製造業・非製造業で、業種別内訳をみると、全体で概ね6割が日系製造業、4割が非製造業という割合になった。

**図表1 回答企業の内訳(国・地域別)**

	回答企業数	内訳		有効回答率 (%)	構成比(%)
		製造業	非製造業		
総数	1051	637	414	40.3	100.0
ASEAN計	994	601	393	40.3	94.6
タイ	261	158	103	35.4	24.8
マレーシア	247	145	102	45.6	23.5
シンガポール	135	60	75	40.5	12.8
インドネシア	110	82	28	26.1	10.5
フィリピン	188	129	59	57.5	17.9
ベトナム	53	27	26	49.1	5.0
インド	57	36	21	41.3	5.4

- 業種別でみると、「その他」及び「その他のサービス業」、「その他の産業」を除く上位 5 業種が全体に占める割合は、製造業（輸送用機器部品、金属製品、電気機械・電子機器、化学品、電気・電子部品）で 5 割以上（50.3%）を占めた。非製造業での、上位 5 業種（商社、建築・工事業、運輸・倉庫・通信業、商業、情報処理サービス/ソフトウェア事業）の割合は、67.1%と 7 割近くに達した（図表 2～4）。

図表 2 回答企業の内訳(業種別)

<製造業>			<非製造業>		
業種	回答企業数	構成比(%)	業種	回答企業数	構成比(%)
製造業総数	637	100.0	非製造業総数	414	100.0
食品・農水産加工品	25	3.9	農林水産業	3	0.7
繊維	5	0.8	鉱業	1	0.2
衣服・繊維製品	12	1.9	建築・工事業	55	13.3
木材・木製品	6	0.9	電力・ガス・水道業	1	0.2
家具・インテリア製品	2	0.3	運輸・倉庫・通信業	55	13.3
紙・パルプ	3	0.5	商業	49	11.8
化学品	55	8.6	金融・保険・証券・投資業	20	4.8
石油製品	4	0.6	不動産業	5	1.2
プラスチック製品	8	1.3	情報処理サービス/ ソフトウェア事業	27	6.5
医薬品	5	0.8	商社	92	22.2
ゴム製品	8	1.3	その他サービス業	82	19.8
窯業・土石	10	1.6	その他の産業	24	5.8
鉄鋼	21	3.3			
非鉄金属	24	3.8			
金属製品	58	9.1			
一般機械	26	4.1			
電気機械・電子機器	56	8.8			
電気・電子部品	48	7.5			
輸送用機器	22	3.5			
輸送用機器部品	104	16.3			
精密機械	11	1.7			
その他	124	19.5			

図表3 製造業の回答企業の内訳(国・地域別/業種別)

	国・地域別構成比	有効回答	食品・農水産加工品	繊維	衣服・繊維製品	木材・木製品	家具・インテリア製品	紙・パルプ	化学品	石油製品	プラスチック製品	医薬品	ゴム製品	窯業・土石	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	一般機械	電気機械・電子機器	電気・電子部品	輸送用機器	輸送用機器部品	精密機械	その他
総数	100.0	637	25	5	12	6	2	3	55	4	8	5	8	10	21	24	58	26	56	48	22	104	11	124
ASEAN 計	94.3	601	23	5	12	6	2	3	50	4	8	3	8	10	21	24	57	22	54	47	19	93	10	120
タイ	24.8	158	6	3	7	1	-	1	14	1	1	1	1	4	7	4	14	5	13	6	4	38	1	26
マレーシア	22.8	145	6	-	-	5	1	-	7	1	4	-	4	3	5	11	11	5	19	17	3	8	3	32
シンガポール	9.4	60	5	-	-	-	-	-	11	1	-	-	-	-	-	-	6	5	5	6	-	2	2	17
インドネシア	12.9	82	1	2	3	-	1	2	12	1	1	1	-	-	4	1	9	3	4	7	4	15	-	11
フィリピン	20.3	129	2	-	2	-	-	-	4	-	2	1	3	1	4	7	13	3	11	10	5	29	4	28
ベトナム	4.2	27	3	-	-	-	-	-	3.1	-	1.6	0.8	2.3	0.8	3.1	5.4	10.1	2.3	8.5	7.8	3.9	22.5	3.1	21.7
インド	5.7	36	2	-	-	-	-	-	7.4	-	-	-	-	7.4	3.7	3.7	14.8	3.7	7.4	3.7	11.1	3.7	-	22.2
		100.0	5.6	-	-	-	-	-	13.9	-	-	5.6	-	-	-	-	2.8	11.1	5.6	2.8	8.3	30.6	2.8	11.1

図表4 非製造業の回答企業の内訳(国・地域別/業種別)

	国・地域別構成比	有効回答	農林水産業	鉱業	建築・工事業	電力・ガス・水道業	運輸・倉庫・通信業	商業	金融・保険・証券・投資業	不動産業	情報処理サービス/ソフトウェア事業	商社	その他サービス業	その他の産業
総数	100.0	414	3 0.7	1 0.2	55 13.3	1 0.2	55 13.3	49 11.8	20 4.8	5 1.2	27 6.5	92 22.2	82 19.8	24 5.8
ASEAN 計	94.9	393	3 0.8	1 0.3	55 14.0	1 0.3	53 13.5	47 12.0	19 4.8	5 1.3	22 5.6	86 21.9	77 19.6	24 6.1
タイ	24.9	103	-	-	14 13.6	-	17 16.5	11 10.7	3 2.9	-	3 2.9	24 23.3	21 20.4	10 9.7
マレーシア	24.6	102	-	1 1.0	15 14.7	-	12 11.8	16 15.7	6 5.9	-	4 3.9	23 22.6	22 21.6	3 2.9
シンガポール	18.1	75	-	-	11 14.7	-	8 10.7	14 18.7	3 4.0	-	3 4.0	23 30.7	8 10.7	5 6.7
インドネシア	6.8	28	2 7.1	-	5 17.9	1 3.6	3 10.7	-	1 3.6	1 3.6	-	5 17.9	9 32.1	1 3.6
フィリピン	14.3	59	-	-	8 13.6	-	9 15.3	6 10.2	5 8.5	4 6.8	6 10.2	7 11.9	9 15.3	5 8.5
ベトナム	6.3	26	1 3.9	-	2 7.7	-	4 15.4	-	1 3.9	-	6 23.1	4 15.4	8 30.8	-
インド	5.1	21	-	-	-	-	2 9.5	2 9.5	1 4.8	-	5 23.8	6 28.6	5 23.8	-



# 1. 進出動機に関する設問（非製造業）

## （1） 進出理由：将来性への期待が高い

在 ASEAN・インドの日系非製造業企業に、当該国へ進出した理由を尋ねたところ、ASEAN 全体では「進出国市場の成長性・潜在性」（66.2%）を挙げる企業が最も多く、「進出国の市場規模」（41.5%）、「進出国内市場での安定した取引先」（36.7%）、「自社競争力」（27.4%）などが続いた。シンガポールとインドネシアを除き、各国とも第1位の「進出国市場の成長性・潜在性」と、「進出国の市場規模」との間に大きなポイント差がある。進出先の将来性への期待が非常に高いといえる。

ASEAN を国別にみると、ベトナムは「政治・社会の安定性」（42.3%）を挙げた企業が「進出国市場の成長性・潜在性」（84.6%）に次いで2番目に多く、共産党一党体制による一貫した政策への安心感が伺える。シンガポールはアジア全体で唯一、「進出国の国際市場アクセシビリティ」（58.1%）が最多となり、次いで「進出国市場の成長性・潜在性」（50.0%）、そして「物流インフラ充実度」が第4位にあげられた。ビジネス規制の低さに加え、物流インフラが整っていることが評価されているといえる。

インドは ASEAN 全体と同様に、「進出国市場の成長性・潜在性」（76.2%）を挙げる企業が最も多く、「進出国の市場規模」（66.7%）、「進出国市場での安定した取引先」（23.8%）、「進出国市場における自社競争力」、「外資参入への規制緩和」（各々19.1%）と続いた。第2位と第3位間のポイント差が大きく、上位2項目が主たる進出の誘因であることがうかがえる。

図表5 進出国へ進出した動機・理由(上位5項目、複数回答、単位:%、有効回答411社)

順位	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数	進出国市場の成長性・潜在性 66.7	進出国の市場規模 42.8	進出国内市場での安定した取引先 36.0	進出国市場における自社競争力 27.0	政治・社会の安定性 20.9
ASEAN 計	進出国市場の成長性・潜在性 66.2	進出国の市場規模 41.5	進出国内市場での安定した取引先 36.7	進出国市場における自社競争力 27.4	政治・社会の安定性 21.3
タイ	進出国市場の成長性・潜在性 77.7	進出国の市場規模 48.5	進出国内市場での安定した取引先 43.7	進出国市場における自社競争力 34.0	政治・社会の安定性 15.5
マレーシア	進出国市場の成長性・潜在性 68.3	進出国の市場規模 44.6	進出国内市場での安定した取引先 41.6	進出国市場における自社競争力 27.7	政治・社会の安定性 20.8
シンガポール	進出国の国際市場アクセシビリティ 58.1	進出国市場の成長性・潜在性 50.0	政治・社会の安定性 46.0	物流インフラ充実度 36.5	進出国の市場規模 35.1
インドネシア	進出国市場の成長性・潜在性 66.7	進出国の市場規模 59.3	進出国内市場での安定した取引先 44.4	進出国市場における自社競争力 44.4	進出国の国際市場アクセシビリティ 11.1
フィリピン	進出国市場の成長性・潜在性 54.2	進出国の市場規模 28.8	進出国内市場での安定した取引先 25.4	進出国市場における自社競争力 20.3	管理・運営コスト 18.6
ベトナム	進出国市場の成長性・潜在性 84.6	政治・社会の安定性 42.3	進出国の市場規模 30.8	進出国市場における自社競争力 26.9	外資参入への規制緩和 26.9
インド	進出国市場の成長性・潜在性 76.2	進出国の市場規模 66.7	進出国内市場での安定した取引先 23.8	進出国市場における自社競争力 19.1	外資参入への規制緩和 19.1

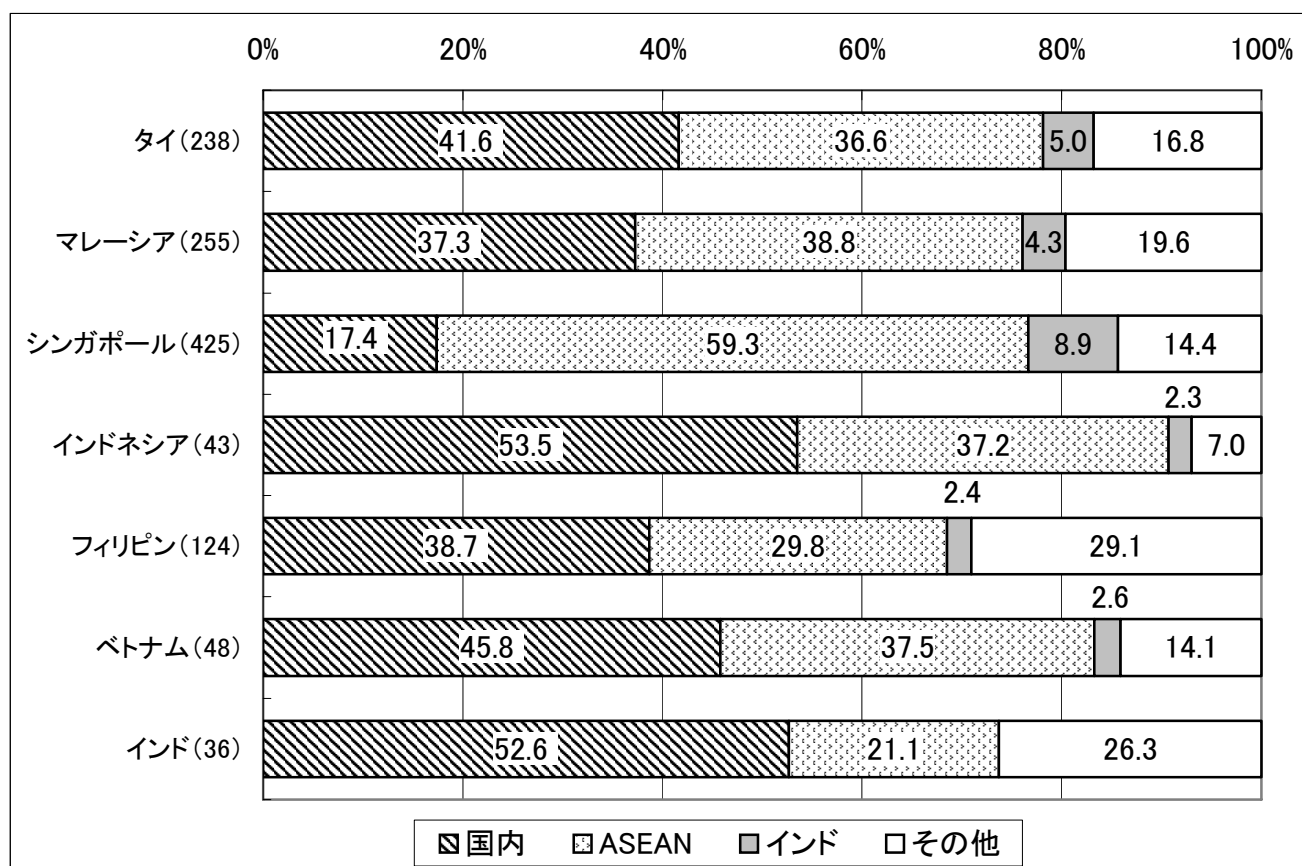
## (2) 製品・サービスの展開先

在 ASEAN・インド日系非製造業に製品販売やサービス提供での展開先を尋ね、国内外の展開の割合を求めた(複数回答、有効回答 395 社)。国毎に回答企業の累計数を「国内」、進出先国を除く「ASEAN」及び「インド」、そしてそれ以外の国・地域の合計である「その他」に振り分けた。

その結果、展開先の回答総計に占める自国とする回答の割合(国内展開割合)が、最も低かったのはシンガポールの 17.4%で、次いでマレーシア(37.3%)、フィリピン(38.7%)と続いた(図表 6、非製造業付表 2-1)。進出理由として、国際市場へのアクセシビリティの良さが挙げられるシンガポールでは、国外にも製品・サービスを展開する企業が多く、同国進出企業の 83.8%がマレーシア、74.3%がインドネシア、68.9%がタイへ展開している。一方、国内展開の割合が最も高かったのはインドネシア(53.5%)で、次いでインド(52.6%)、ベトナム(45.8%)と続いた。いずれの国も、進出国での事業展開を主とする企業が多いといえる。ASEAN への進出比率が最も高いのはシンガポール(59.3%)で、以下マレーシア(38.8%)、インドネシア(37.2%)、タイ(36.6%)はほぼ同率であった。ASEAN 全体の中でインドへの展開率が高いのはシンガポール(8.9%)やタイ(5.0%)進出企業であった。

図表 6 製品・サービスの展開先(内訳)(複数回答、有効回答企業数:395 社)

※国の横の( )は、回答企業の累計を示す。



(注)「ASEAN」は、自国以外のASEAN各国及び「その他ASEAN」の計。

「その他」は、中国、韓国、台湾、香港、豪州、その他の計。

## 2. 2007、2008年の営業利益状況

### (1) 2007年の営業利益、前年比で黒字回答企業が減少（製造業）

2007年の営業利益について、「黒字」と回答した製造業企業の割合（70.8%）は、前年度調査（71.2%）より減少した一方で、「赤字」の割合は、前年度調査（17.6%）とほぼ変わらなかった。（有効回答 637社）（図表 7、製造業付表 1-1）。

2007年の営業利益見込みでは、「改善」と回答した企業の割合（40.0%）が「悪化」とする企業の割合（33.5%）を上回った（有効回答 635社）（図表 8、付表 2-1）。「改善」と回答した理由をみると、「進出国での売上増加」（42.5%）、「生産効率の改善」（37.4%）、および「輸出拡大による売上増加」（37.0%）が上位3項目であった（有効回答 254社）（図表 9、付表 3-1）。国・地域別にみると、インドでは、「輸出拡大による売上増加」（4.8%）の回答が低いのに対し、「進出国市場での売上増加」（81.0%）と回答する企業が多く、同国に進出する日系企業が内需をターゲットにしていることを示している。一方、ASEAN地域では、域内での相互供給が活発に行われていることなどから「輸出拡大による売上増加」（39.9%）と回答する企業が最も多い。

一方、「悪化」と回答した理由をみると、「調達コストの増加」が最大の要因（56.3%）となっている（図表 10、付表 4-1）。原油や金属価格の高騰など、原材料コストの上昇が多く進出日系企業の営業利益に悪影響を及ぼしたことがみてとれる。このほか、現地通貨が、特に切り上がったタイとフィリピンでは、「為替変動による売上減少」と回答する企業が多かった（各々59.0%、42.6%）。

2008年の営業利益見込みでは、「横ばい」と回答した企業が2007年の営業利益見込みより増加する一方で（26.5%→41.8%）、「悪化」と回答した企業が大幅に減少する（33.5%→13.6%）（有効回答 631社）（図表 8、付表 5-1）。

2007年、および2008年の営業利益見通しをDI値でみると、全体的に業績の先行きに改善がみられる（図表 11）。2007年の営業利益見込みと比較すると、「改善」と回答した理由のなかでは「輸出拡大による売上増加」（37.0%→47.0%）と回答する企業が伸び、「悪化」と回答した理由のなかでは「為替変動による売上減少」（39.0%→29.1%）と回答する企業が減少した（図表 9、10）。

図表 7 2007年(1～12月)の営業利益見込み

(単位:%)

		黒字	均衡	赤字
総	数 (n=637社)	70.8	11.5	17.7
A S E A N	計 (n=601社)	70.2	11.8	18.0
	タイ (n=158社)	72.2	7.6	20.3
	マレーシア (n=145社)	70.3	15.9	13.8
	シンガポール (n=60社)	88.3	5.0	6.7
	インドネシア (n=82社)	72.0	11.0	17.1
	フィリピン (n=129社)	56.6	17.8	25.6
	ベトナム (n=27社)	77.8	3.7	18.5
イ	ン ド (n=36社)	80.6	5.6	13.9

(注1) 当該設問に対する有効回答数(n)を母数とした。

(注2) 個別の数字については四捨五入して表記しているため、足しあげた結果 100%にならない箇所がある。

図表 8 2007 年、2008 年(1~12 月)の営業利益見込み(前年比)

(上段:2007 年、下段:2008 年、単位:%)

		改善	横ばい	悪化
総	数 (n=635社)	40.0	26.5	33.5
	(n=631社)	44.5	41.8	13.6
A S E A N 計	(n=599社)	38.9	27.4	33.7
	(n=595社)	44.0	42.4	13.6
タイ	(n=157社)	37.6	23.6	38.9
	(n=157社)	45.2	42.0	12.7
マレーシア	(n=145社)	31.7	35.9	32.4
	(n=144社)	41.7	44.4	13.9
シンガポール	(n=59社)	45.8	27.1	27.1
	(n=59社)	35.6	49.2	15.3
インドネシア	(n=82社)	47.6	18.3	34.2
	(n=82社)	53.7	28.1	18.3
フィリピン	(n=129社)	34.9	28.7	36.4
	(n=127社)	40.9	48.0	11.0
ベトナム	(n=27社)	63.0	25.9	11.1
	(n=26社)	53.9	34.6	11.5
インド	(n=36社)	58.3	11.1	30.6
	(n=36社)	52.8	33.3	13.9

図表 9 営業利益が改善すると考える理由

(上段:2007 年、下段:2008 年、単位:%)

		輸出拡大による 売上増加	進出国市場 での 売上増加	価格上昇 ／値上げ による 売上増加	価格下落 ／値下げ による 売上増加	調達 コストの 削減	人件費の 削減	その他 支出の 削減	生産効率 の改善	高付加 価値製品の 製造開始 ／拡大	為替変動 による 売上増加	その他
総	数 (n=254社)	37.0	42.5	19.3	2.4	25.2	11.4	21.7	37.4	20.5	5.9	6.7
	(n=281社)	47.0	39.5	16.0	2.5	21.4	12.8	21.4	50.5	28.8	0.4	5.0
A S E A N 計	(n=233社)	39.9	39.1	20.2	1.7	22.3	12.0	21.5	37.3	19.7	4.7	7.3
	(n=262社)	48.9	37.8	16.8	1.9	21.0	13.7	22.1	51.5	28.6	0.4	5.0
タイ	(n=59社)	33.9	54.2	13.6	-	28.8	6.8	23.7	45.8	22.0	6.8	6.8
	(n=71社)	40.9	50.7	22.5	-	19.7	9.9	25.4	52.1	35.2	-	7.0
マレーシア	(n=46社)	30.4	30.4	23.9	-	26.1	26.1	39.1	47.8	21.7	2.2	10.9
	(n=60社)	56.7	30.0	11.7	5.0	21.7	15.0	28.3	55.0	23.3	1.7	3.3
シンガポール	(n=27社)	59.3	33.3	25.9	-	14.8	11.1	11.1	25.9	18.5	-	-
	(n=21社)	66.7	38.1	9.5	-	-	14.3	4.8	38.1	42.9	-	4.8
インドネシア	(n=39社)	33.3	46.2	23.1	2.6	23.1	7.7	10.3	35.9	12.8	-	7.7
	(n=44社)	34.1	43.2	25.0	-	22.7	15.9	25.0	47.7	20.5	-	6.8
フィリピン	(n=45社)	51.1	26.7	15.6	6.7	20.0	13.3	22.2	31.1	24.4	11.1	4.4
	(n=52社)	55.8	23.1	11.5	3.9	32.7	17.3	21.2	59.6	28.9	-	3.9
ベトナム	(n=17社)	41.2	35.3	29.4	-	5.9	-	5.9	17.7	11.8	5.9	17.7
	(n=14社)	50.0	42.9	14.3	-	7.1	7.1	-	35.7	21.4	-	-
インド	(n=21社)	4.8	81.0	9.5	9.5	57.1	4.8	23.8	38.1	28.6	19.1	-
	(n=19社)	21.1	63.2	5.3	10.5	26.3	-	10.5	36.8	31.6	-	5.3

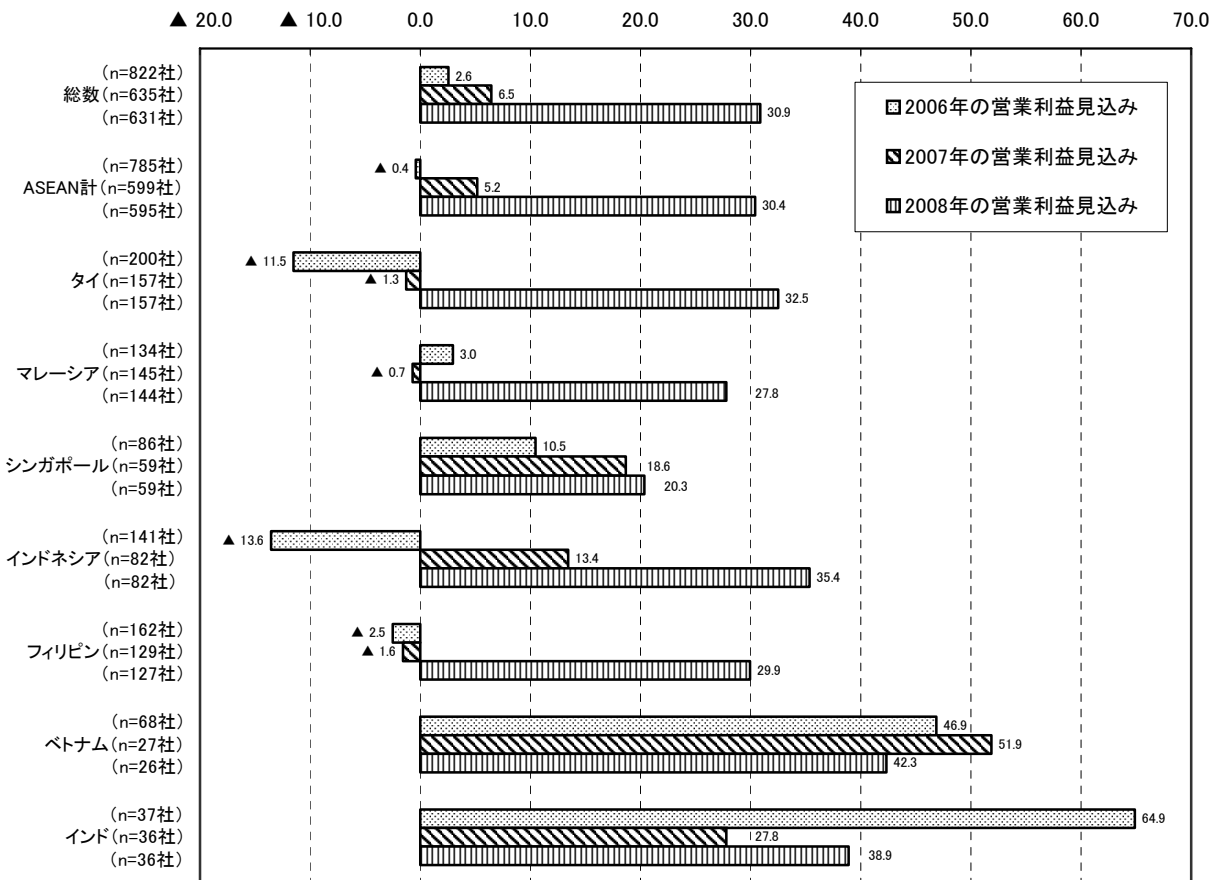
図表 10 営業利益が悪化すると考える理由

(上段:2007年、下段:2008年、単位:%)

	輸出低迷による売上減少	進出国市場での売上減少	価格下落/値下げによる売上減少	価格上昇/値上げによる売上減少	調達コストの増加	人件費の増加	其他支出の増加	不十分な価値稼	規制の変更によるコスト増	為替変動による売上減少	其他
総数 (n=213社)	21.1	193	33.3	3.3	56.3	34.3	207	221	1.4	39.0	150
(n=86社)	209	209	349	7.0	58.1	38.4	198	140	3.5	29.1	8.1
ASEAN計 (n=202社)	223	188	33.2	3.5	56.9	34.2	208	233	1.5	39.6	14.9
(n=81社)	222	198	33.3	7.4	58.0	35.8	185	148	3.7	30.9	7.4
タイ (n=61社)	180	230	37.7	6.6	49.2	19.7	164	19.7	-	59.0	9.8
(n=20社)	250	250	35.0	10.0	50.0	25.0	200	25.0	5.0	25.0	15.0
マレーシア (n=47社)	25.5	25.5	36.2	4.3	51.1	19.2	128	14.9	2.1	27.7	19.2
(n=20社)	100	200	30.0	10.0	70.0	30.0	100	-	-	30.0	10.0
シンガポール (n=16社)	18.8	25.0	37.5	6.3	43.8	43.8	18.8	25.0	-	31.3	18.8
(n=9社)	22.2	22.2	22.2	-	44.4	33.3	22.2	11.1	11.1	22.2	-
インドネシア (n=28社)	14.3	10.7	39.3	-	75.0	42.9	35.7	53.6	7.1	21.4	14.3
(n=15社)	26.7	200	60.0	13.3	73.3	46.7	200	26.7	6.7	6.7	6.7
フィリピン (n=47社)	29.8	10.6	21.3	-	68.1	59.6	25.5	17.0	-	42.6	14.9
(n=14社)	35.7	14.3	14.3	-	42.9	42.9	14.3	7.1	-	78.6	-
ベトナム (n=3社)	33.3	-	-	-	33.3	33.3	33.3	33.3	-	-	33.3
(n=3社)	-	-	33.3	-	66.7	66.7	66.7	33.3	-	-	-
インド (n=11社)	-	27.3	36.4	-	45.5	36.4	18.2	-	-	27.3	18.2
(n=5社)	-	400	60.0	-	60.0	800	400	-	-	-	200

図表 11 DI 値でみた利益見通し

(単位:ポイント)



(注)DI 値とは、「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引いた残差。

## (2) 非製造業企業でも営業利益が上向く

2007年の営業利益について、「黒字」と回答した非製造業企業の割合(66.3%)は、「赤字」と回答した企業(13.0%)を上回った(有効回答407社)(図表12、非製造業付表3-1)。シンガポールとマレーシアで黒字回答企業の割合が7割を超える一方で、ベトナム進出日系非製造業企業では「均衡」とする企業が多く(41.7%)、国別で利益状況が異なっている。

営業利益の内訳をみると、ASEAN・インドに進出する非製造業企業の7割が進出先市場を利益の源泉としている(図表14、同付表10-1)。ASEANの合計では、85.8%が同地域からの営業利益となっている。しかし、シンガポールは周辺地域へのアクセスが容易であるなど、進出先市場以外を営業利益の源泉とする割合が多い。

2007年の営業利益見込みでは、「改善」と回答した企業の割合(41.6%)が「悪化」とする企業の割合(25.1%)を上回った(有効回答406社)(図表12、同付表4-1)。「改善」と回答した理由をみると、「進出国市場での売上増加」(77.5%)、「新規商品・サービスの開拓」(32.0%)、および「販売効率の改善」(21.3%)があげられた。(有効回答169社)(図表15、同付表5-1)。

一方、「悪化」と回答した理由をみると、「進出国市場での売上減少」(47.1%)、「対象とする業種の現地市場の伸び悩み」(34.3%)、および「人件費の増加」をあげる企業の割合が高い(有効回答102社)(図表16、同付表6-1)。このほか、現地通貨が特に切り上がったタイとフィリピンでは、製造業同様「為替変動による売上減少」(各々18.8%、65.0%)と回答する企業が多かった。運輸業では、海運貨物の運賃がドル建てで設定されており、現地通貨建て収入が減少するといった影響がでている。

2008年の営業利益見込みでは、「横ばい」と回答した企業が、2007年の営業利益見込みより増加する一方で、「悪化」と回答した企業が大幅に減少している(有効回答402社)(図表13、同付表7-1)。

2007年、および2008年の営業利益見通しをDI値でみると、全体的に業績の先行きに改善がみられる(図表17)。2007年の営業利益見込みと比較すると、「改善」と回答した理由のなかでは「輸出拡大による売上増加」(13.6%→22.8%)と回答する企業が目立っている(有効回答58社)(図表15、同付表6-1)。

図表12 2007年(1~12月)の営業利益見込み

(単位:%)

		黒字	均衡	赤字
総	数(n=407社)	66.3	20.6	13.0
A S E A N	計(n=388社)	66.2	20.9	12.9
	タイ(n=102社)	63.7	17.7	18.6
	マレーシア(n=101社)	73.3	18.8	7.9
	シンガポール(n=75社)	74.7	18.7	6.7
	インドネシア(n=28社)	67.9	21.4	10.7
	フィリピン(n=58社)	62.1	24.1	13.8
	ベトナム(n=24社)	29.2	41.7	29.2
イ	ンド(n=19社)	68.4	15.8	15.8

(注1)各設問の集計は、当該設問に対する有効回答数(n)を母数とした。

(注2)個別の数字については四捨五入して表記しているため、足しあげた結果100%にならない箇所がある。

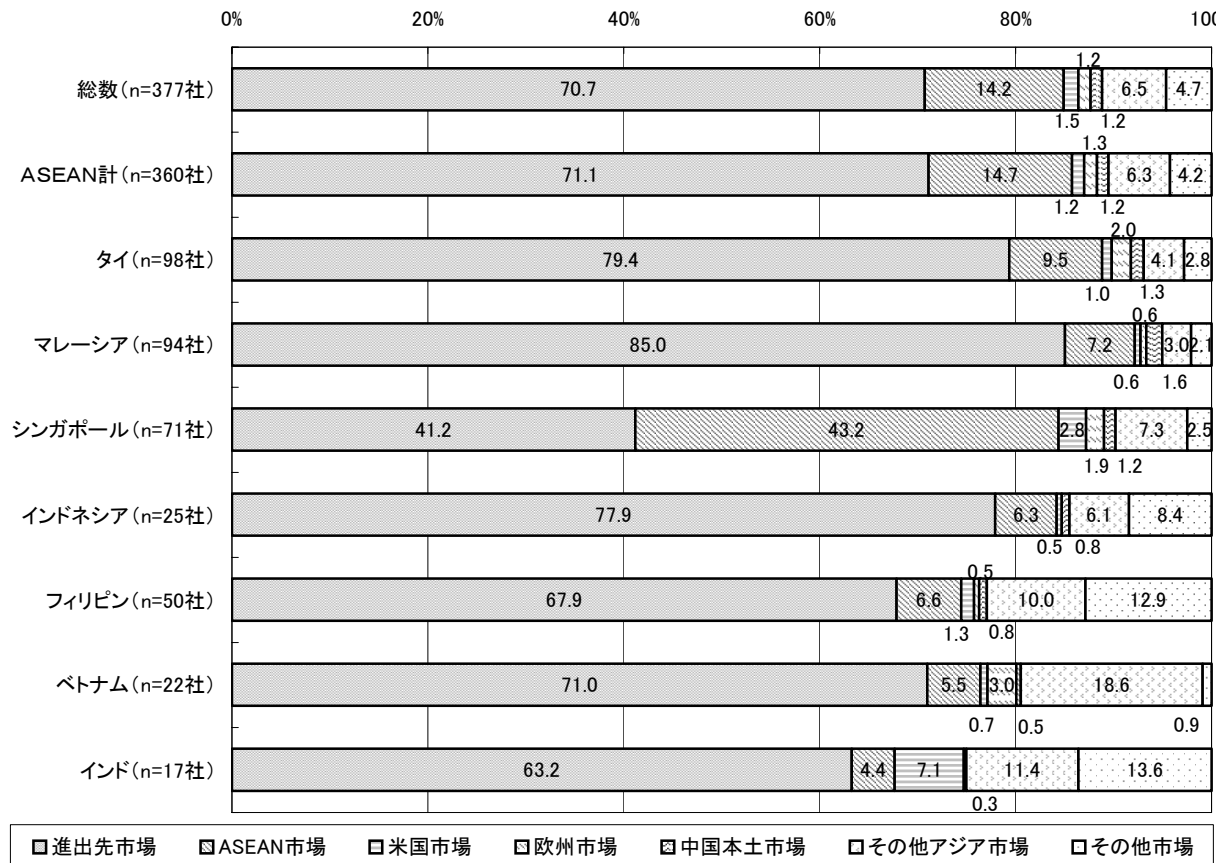
図表 13 2007 年(1~12 月)の営業利益見込み(前年比)

(上段:2007 年、下段:2008 年、単位:%)

		改善	横ばい	悪化
総 数	(n=406社)	41.6	33.3	25.1
	(n=402社)	44.8	40.8	14.4
ASEAN 計	(n=386社)	41.5	32.4	26.2
	(n=383社)	44.1	41.3	14.6
タイ	(n=102社)	43.1	25.5	31.4
	(n=102社)	47.1	40.2	12.8
マレーシア	(n=100社)	47.0	33.0	20.0
	(n=97社)	42.3	38.1	19.6
シンガポール	(n=75社)	36.0	38.7	25.3
	(n=74社)	35.1	48.7	16.2
インドネシア	(n=28社)	42.9	28.6	28.6
	(n=28社)	46.4	39.3	14.3
フィリピン	(n=59社)	27.1	39.0	33.9
	(n=59社)	37.3	50.9	11.9
ベトナム	(n=22社)	63.6	27.3	9.1
	(n=23社)	82.6	13.0	4.4
インド	(n=20社)	45.0	50.0	5.0
	(n=19社)	57.9	31.6	10.5

図表 14 営業利益の内訳(平均)

(単位:%)



図表 15 営業利益が改善すると考える理由

(上段:2007年、下段:2008年、単位:%)

		進出国市場での売上増加	価格上昇／値上げによる売上増加	価格下落／値下げによる売上増加	輸出拡大による売上増加	人件費の削減	販売効率の改善	その他支出の削減	規制の緩和	為替変動による売上増加	売掛金回収の改善	新規商品・サービスの開拓	その他
総数	(n=169社)	77.5	9.5	3.6	13.6	4.7	21.3	19.5	0.6	6.5	4.1	32.0	7.7
	(n=180社)	75.6	14.4	2.2	22.8	6.7	28.3	18.3	-	2.8	2.2	36.7	7.8
ASEAN計	(n=160社)	77.5	10.0	3.8	13.8	5.0	21.3	19.4	0.6	6.9	4.4	30.6	6.9
	(n=169社)	75.7	15.4	1.8	23.7	7.1	27.8	17.8	-	3.0	2.4	36.1	7.1
タイ	(n=44社)	84.1	2.3	4.6	18.2	-	18.2	13.6	-	6.8	2.3	40.9	4.6
	(n=48社)	81.3	2.1	-	27.1	4.2	27.1	25.0	-	-	-	50.0	8.3
マレーシア	(n=47社)	85.1	4.3	2.1	2.1	4.3	27.7	23.4	-	10.6	4.3	25.5	8.5
	(n=41社)	87.8	9.8	2.4	17.1	9.8	43.9	19.5	-	2.4	4.9	31.7	4.9
シンガポール	(n=27社)	66.7	22.2	11.1	25.9	7.4	11.1	18.5	3.7	3.7	3.7	37.0	14.8
	(n=26社)	50.0	34.6	3.9	34.6	15.4	15.4	15.4	-	3.9	3.9	30.8	11.5
インドネシア	(n=12社)	75.0	8.3	-	16.7	16.7	16.7	8.3	-	-	-	16.7	8.3
	(n=13社)	76.9	15.4	7.7	15.4	-	15.4	7.7	-	-	-	46.2	15.4
フィリピン	(n=16社)	68.8	18.8	-	6.3	12.5	31.3	25.0	-	12.5	18.8	18.8	-
	(n=22社)	68.2	27.3	-	18.2	9.1	36.4	18.2	-	13.6	4.6	27.3	-
ベトナム	(n=14社)	64.3	21.4	-	21.4	-	21.4	28.6	-	-	-	28.6	-
	(n=19社)	79.0	21.1	-	26.3	-	10.5	5.3	-	-	-	21.1	5.3
インド	(n=9社)	77.8	-	-	11.1	-	22.2	22.2	-	-	-	55.6	22.2
	(n=11社)	72.7	-	9.1	9.1	-	36.4	27.3	-	-	-	45.5	18.2

図表 16 営業利益が悪化すると考える理由

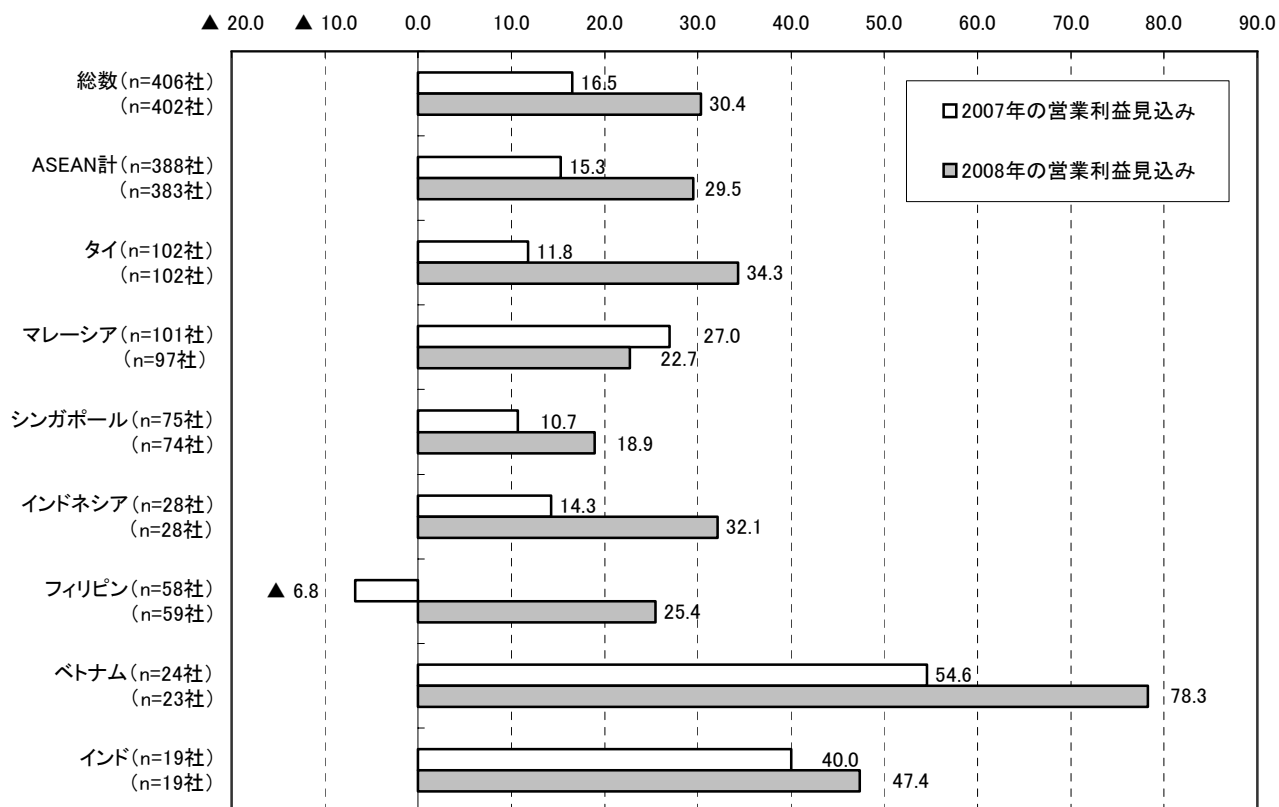
(上段:2007年、下段:2008年、単位:%)

		進出国市場での売上減少	価格下落／値下げによる売上減少	価格上昇／値上げによる売上減少	輸出低迷による売上減少	人件費の増加	進出国における競争激化による売上減少	売掛金回収の停滞	規制の強化	対象とする業種の現地市場の伸び悩み	その他支出の増加	販売・サービス網の構築が進まない	為替変動による売上減少
総数	(n=102社)	47.1	24.5	6.9	13.7	26.5	24.5	3.9	1.0	34.3	16.7	16.7	20.6
	(n=58社)	44.8	27.6	8.6	10.3	37.9	32.8	5.2	-	34.5	8.6	22.4	15.5
ASEAN計	(n=101社)	47.5	24.8	6.9	13.9	25.7	24.8	4.0	1.0	34.7	15.8	16.8	20.8
	(n=56社)	46.4	28.6	8.9	8.9	35.7	33.9	5.4	-	35.7	8.9	23.2	14.3
タイ	(n=32社)	50.0	21.9	6.3	12.5	18.8	37.5	6.3	3.1	37.5	15.6	21.9	18.8
	(n=13社)	38.5	15.4	7.7	-	15.4	38.5	-	-	30.8	-	38.5	23.1
マレーシア	(n=20社)	55.0	25.0	5.0	25.0	15.0	25.0	5.0	-	45.0	15.0	25.0	5.0
	(n=19社)	47.4	26.3	-	10.5	36.8	26.3	5.3	-	31.6	5.3	21.1	10.5
シンガポール	(n=19社)	47.4	47.4	15.8	10.5	31.6	10.5	-	-	10.5	26.3	21.1	5.3
	(n=12社)	50.0	66.7	-	25.0	33.3	25.0	-	-	41.7	25.0	16.7	-
インドネシア	(n=8社)	62.5	25.0	-	12.5	25.0	37.5	-	-	50.0	-	12.5	-
	(n=4社)	50.0	-	25.0	-	50.0	25.0	-	-	25.0	-	25.0	-
フィリピン	(n=20社)	30.0	10.0	-	10.0	40.0	10.0	5.0	-	40.0	15.0	-	65.0
	(n=7社)	57.1	14.3	28.6	-	57.1	71.4	28.6	-	57.1	14.3	14.3	42.9
ベトナム	(n=2社)	50.0	-	50.0	-	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-
	(n=1社)	-	-	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
インド	(n=1社)	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	100.0	-	-
	(n=2社)	-	-	-	50.0	100.0	-	-	-	-	-	-	50.0



図表 17 DI 値でみた利益見通し

(単位:ポイント)



### 3. 輸出に関する設問

#### (1) 企業のほぼ半数が輸出比率 70%以上

売上高に占める輸出の比率をみると、ASEAN 進出企業のうち、輸出比率が 70%以上と回答した企業はほぼ半数(49.8%)で、前年度調査(49.5%)とほぼ同じであった(図表 18、製造業付表 8-1)。

国別では、フィリピン(71.4%)、シンガポール(63.3%)、ベトナム(51.9%)が高い。各々国内市場の規模に限りがあり、もともと第3国向け輸出拠点として位置付けられ、輸出加工区などで操業している企業が多いことが理由であり、とりわけベトナムとフィリピンは3社に1社が100%輸出企業である。その一方、70%以上の輸出比率が最も低いのはタイで、前年度調査と同じ33.3%であった。タイの回答企業の24.1%を輸送用機械部品が占め、これに金属製品が8.9%と続く。これら企業はASEAN最大の規模を誇る国内アッセンブラーへ供給する割合が高いとみられる。

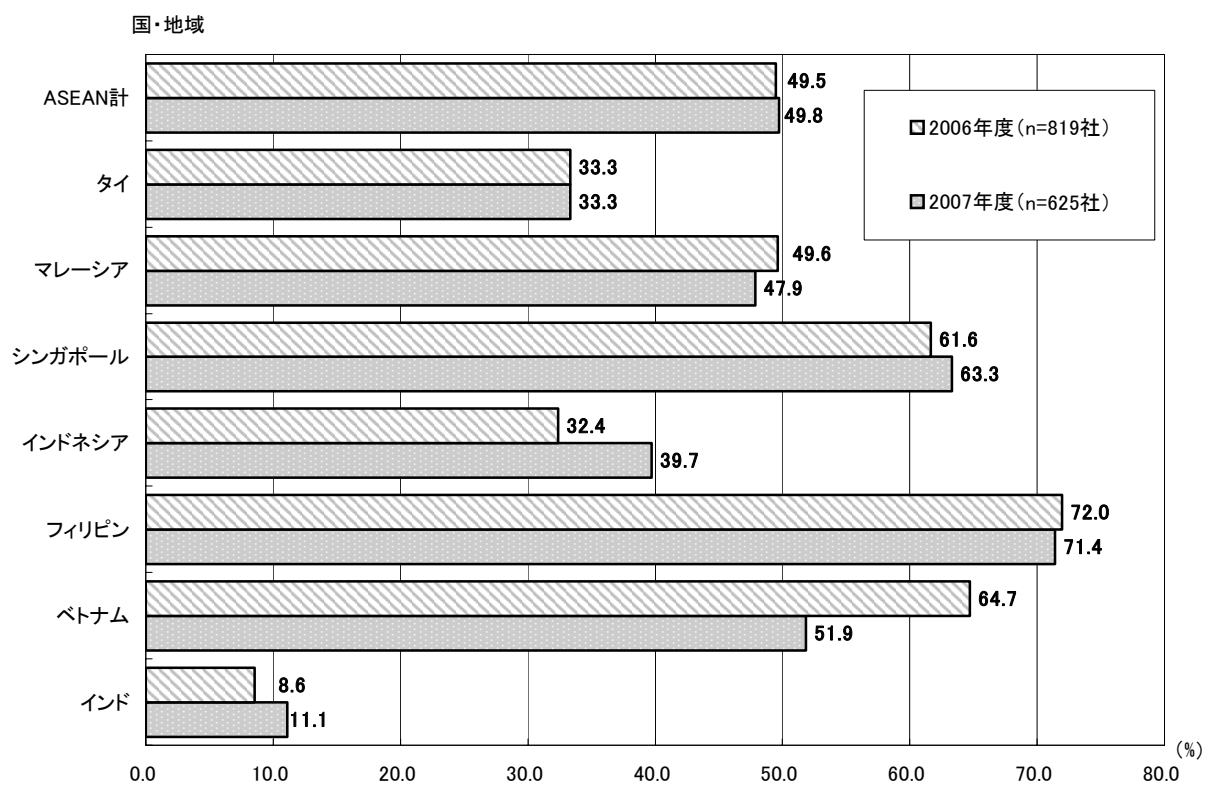
これまで労働集約型分野を中心に輸出向け製造拠点として位置付けられてきたベトナムであるが、ここ数年のベトナム投資ブームに伴い、進出企業向けの供給が増大していることも注目される。前年度調査では、輸出比率100%の企業は回答企業の52.9%に達したが、今回の調査では37.0%にまで減少している。他方、インドネシアの輸出比率70%以上の企業は、前回調査の32.4%から39.7%に拡大した。特に輸送用機器部品や化学品などで国内市場偏重からの脱却。2006年におけるインドネシアの自動車生産台数は前年比40.3%減の31万8,883台であった。国内需要減少の影響を受け、自動車部品産業は、販売不振を輸出増に振り向けるなど設備稼働率維持に向けた企業努力がうかがえる。

業種別でみると、輸出比率70%以上と回答した割合が高いのは、衣服・繊維製品(83.3%)、ゴム製品(85.7%)など軽工業品が中心である。一方、輸出比率70%以上の割合が低いのは、輸送用機器(5.3%)、鉄鋼(鋳鍛造品を含む)(9.6%)、プラスチック製品(25.0%)、輸送用機器部品(38.0%)などであり、進出先の国内市場に特化している。

一方、インドは70%以上と回答した割合が11.2%に過ぎず、インド国内市場向け供給が中心である。全く輸出していない企業の比率はインドが最も高く41.7%を占める。また、ベトナムも輸出比率10%未満の企業は40.7%に達する。ベトナムは輸出志向型企業が多い一方、ベトナムに進出した企業向けに集中的に供給しているベンダー企業が増えていることが示されている。

各国企業の平均輸出比率をみると、フィリピン、シンガポールが最も高く、各々71.4%、66.8%にのぼる。一方、ASEANで最も低いのはタイで41.3%に過ぎない。今後数年間、タイはエコカーを中心とする自動車産業の新規投資や拡張投資が続くとみられる。それら自動車アッセンブラー向け供給が増加することが予想され、平均輸出比率は更に下落していくと見込まれる。一方、インドは内需獲得を目的とした進出が多いため、平均輸出比率は15.1%に過ぎない。

図表 18 輸出比率 70%以上と回答した進出日系企業の割合(国地域別)



## (2) 輸出は日本、ASEAN 向けで約7割を占める

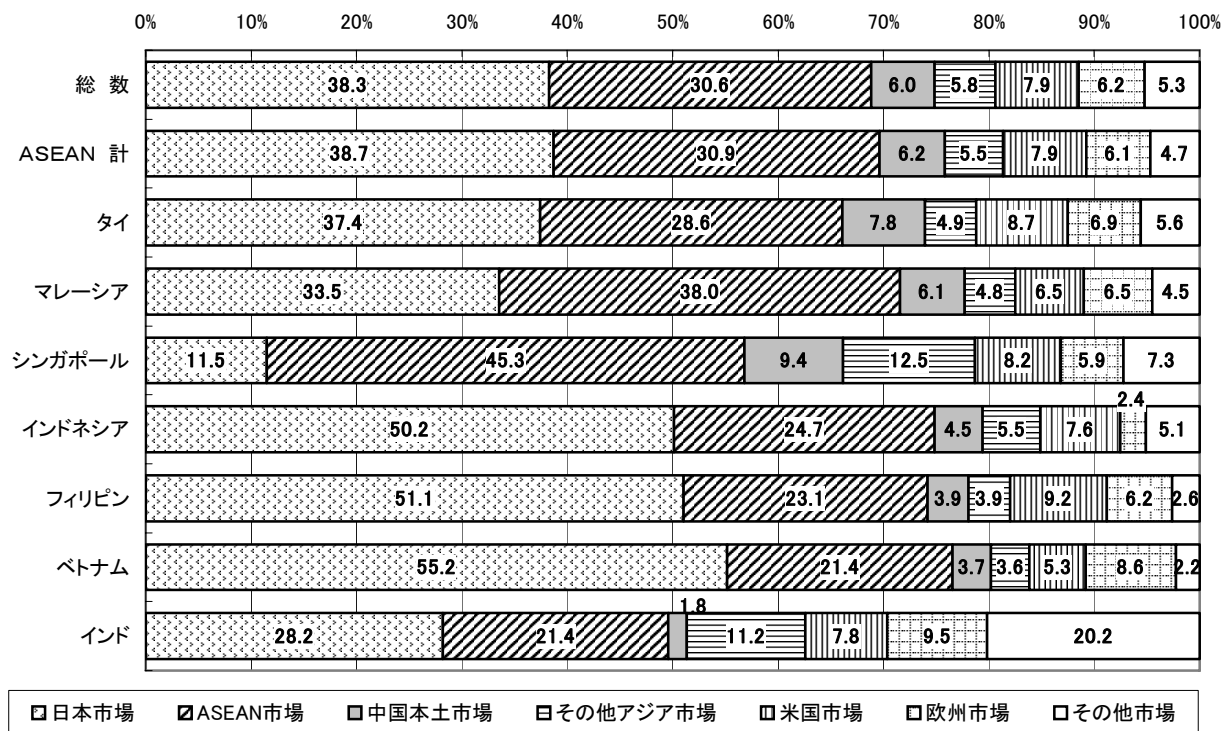
輸出を行っている企業を対象に、輸出相手国別シェアを聞き、ウェイト付けをした上で各国毎に平均を算出した。ASEAN 各国の主な輸出先は日本と ASEAN 域内である。日本向け輸出が輸出額の5割超を占める国は、ベトナム、フィリピン、インドネシアで、各々55.2%、51.1%、50.2%を占める。シンガポールを除く ASEAN は、近年、賃金の著しい上昇が続いているものの、過去に設置した拠点を活用し、製品の付加価値や労働集約度に応じて製品を差別化、もしくは工程間で分業し、日本に輸出している。日本向け輸出割合が高い業種は、木材・木製品(平均93.2%)、衣服・繊維製品(72.3%)、医薬品(66.5%)、繊維(65.5%)である。また機械分野でも日本への輸出が増加している。特に輸送用機器部品(40.7%)、電気・電子部品(38.5%)、精密機械(38.3%)などが比較的高い。

日本向けに次いで多い ASEAN 向け輸出は、シンガポールの45.3%を最高に、マレーシア(38.0%)、タイ(28.6%)、インドネシア(24.7%)が続く。前回調査では ASEAN 全体の域内輸出は全体の31.5%であったが、今回の調査では30.9%とほぼ横ばいであった。当初、ASEAN の優先統合9分野につき、2010年の関税撤廃期限を3年前倒しで、2007年から関税が撤廃することになっていた。しかし既に関税が撤廃されているシンガポールを除き、07年1月1日から関税撤廃を実施した国はなく、各国は関税撤廃措置をそれぞれ実施したに過ぎなかった。

業種別に見ると、域内向けに輸出している割合が高いのが、紙・パルプ(平均80.0%)、石油製品(70.0%)、鉄鋼(57.8%)、プラスチック製品(55.5%)であり、機械分野で高いのは、輸送用機器(平均41.1%)で、これに一般機械(39.8%)が続く。これら分野では、AFTA や ASEAN 産業協力スキーム(AICO)を活用し、相互供給している姿が浮かびあがる。

対中輸出比率が高いのは、業種別に見て、石油製品(平均23.5%)、ゴム製品(15.1%)、化学品(13.8%)など原材料関連分野が多く、これら分野の中国需要が拡大していることが背景である。中国・ASEAN 間における製品差別化に伴う分業、相互融通、工程間分業については、関係会社間でも徐々に検討され始められているようであるが、ACFTA による関税削減が2010年の撤廃を目指して進展していけば、これに応じて両拠点間の機能も変わっていく。

図表 19 輸出先の内訳(平均)



### (3) 輸出入における二国間・多国間の FTA 活用状況

現在、ASEAN はシンガポールを先頭に二国間、もしくは多国間での FTA を推進している。最も ASEAN で活用されている FTA は、既に先行加盟国で関税が 5%以下にまで引き下がった AFTA である。更に ASEAN の枠組みで FTA により関税引き下げを開始しているのは、2007 年時点で中国（2005 年 7 月）、韓国（2007 年 6 月）のみである。

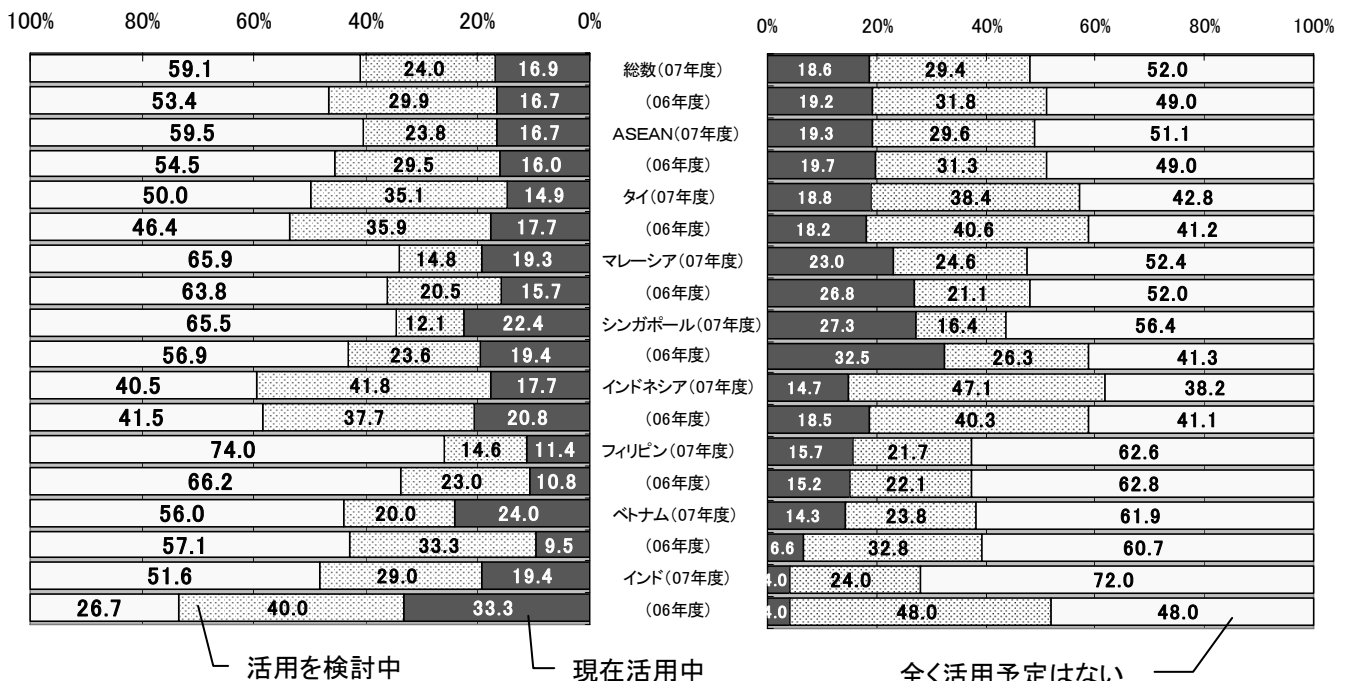
ASEAN 全体の輸入で FTA を利用しているのは 16.7%、輸出では 19.3%であった（図表 20、製造業付表 10-1）。前回調査では各々 16.0%、19.7%であり、利用状況は横ばいである。最も日系企業にとって関心が高い日本・タイ EPA の発効は 07 年 11 月になったことから、本調査時点では反映されなかったと考えられる。

この中で特徴的であったのが、マレーシア、ベトナムである。回答企業のうちマレーシアで「既に活用している」割合は、輸入で 19.3%であった。前回調査（同 15.7%）から拡大しており、2006 年 7 月に発効した日マレーシア EPA の利用が進んでいることが表れている。またベトナムは輸入での利用が前回調査（9.5%）より、24%まで拡大している。これは、ベトナムの ASEAN 域内からの CEPT を活用した輸入が拡大していることも背景にある。

このような特定国の動きはあるが、全般的に 2007 年は、日本企業による活用が期待できる新たな FTA 発効の動きが少なかったことから、活用している企業の比率に伸び悩みが見られる。

業種別でみると、利用状況で大きな格差がある。輸入面で活用している業種は、ゴム製品で 50.0%に達する。これに輸送用機器（42.1%）、電気機械・電子機器（28.3%）、輸送用機器部品（27.3%）が続く。世界貿易機関（WTO）の World Tariff Profiles 2006 によれば、輸送機器の単純平均関税率は ASEAN 各国とも 2 桁の関税を課すなど比較的工業製品の中では高く、これが FTA の利用を促進しているといえよう。

図表 20 FTA の活用状況



#### (4) FTA を活用しない最大の理由は、投資恩典スキームによる免税恩典

輸入面で FTA を活用しない理由を聞いたところ、シンガポールとインドを除き「投資恩典スキームで既に関税免除を享受しているため」との理由が最も多く、特に国内市場が矮小で輸出志向型企業が多いフィリピン、ベトナムでは、その比率が各々74.7%、85.7%に達する（図表 21、製造業付表 10-2）。国内市場向け製品に使われる原材料・中間財は関税減免が受けられない国が多いが、ASEAN の中で最大の市場を抱えるインドネシアの比率は 46.9%にとどまる。一方タイは、自国を ASEAN における電気・電子製品の製造拠点とすることを目的に、特定の電気・電子製品及び一部部品の製造にかかわる部材の関税を免除する優遇措置があり、対象製品の中には主要家電製品は全て含まれており、関係企業はこの措置を活用することが出来る。

この他、FTA を活用しない理由として「関税が賦課される国内向け販売が少ない」が続く。各国とも凡そ 2~3 割超の企業がこの理由をあげている。これら企業は、FTA の特惠関税の恩恵とそれを享受するための手続きコストを比較し、利用を断念しているとみられる。また第 3 の理由として「一般関税が低い」ことが挙げられる。一方、インドはアジアの中で最も関税が高い国の代表とされていたが、タイとの早期関税引き下げ（EH）措置実施による貿易赤字のため、関税体系を大幅に見直した。この結果、一般関税と特惠関税の格差が縮小した。

また「仲介貿易による FTA 利用が認められていないため」との理由も、僅かながら存在する。ASEAN 全体では FTA を活用しない企業の 2.7%（9 社）に過ぎないが、インドは 18.8%（3 社）が理由にあげている。

なお、輸出面で活用しない理由を聞いたところ、ほとんどの国で「輸出先の一般関税が低い」「輸出先で輸入関税が減免」双方が高い比率となっており、輸入サイドで同じ理由が指摘されている（図表 21、付表 10-2）。「原産地規則自体のハードルが高い」とする企業は前回調査の 9.2%から今回は 5.3%に引き下がった一方で、「原産地規則が各々異なり煩雑なため」という理由をあげる企業が、前回の 6.7%から今回は 10.9%へ上昇、3 番目の要因になった。東アジアを巡る FTA では、利用するための前提条件である原産地規則のハーモナイゼーションが行われていないことに対し、企業は戸惑いを感じている。

図表 21 全くFTAの活用がない理由

(単位:社、%)

【輸入】

	総数 354社		ASEAN 計 338社		タイ 74社		マレーシア 89社		シンガポール 38社		インドネシア 32社		フィリピン 91社		ベトナム 14社		インド 16社	
投資恩典スキームで既に 関税免税を享受している ため	200社	56.5	198社	58.6	47社	63.5	55社	61.8	1社	2.6	15社	46.9	68社	74.7	12社	85.7	2社	12.5
一般関税が低く、FTAのメ リットなし	69社	19.5	62社	18.3	17社	23.0	13社	14.6	19社	50.0	5社	15.6	7社	7.7	1社	7.1	7社	43.8
関税が賦課される国内向 け販売が少ない	91社	25.7	88社	26.0	14社	18.9	27社	30.3	14社	36.8	11社	34.4	21社	23.1	1社	7.1	3社	18.8
調達先がFTA/EPA制度 を知らないため	15社	4.2	14社	4.1	2社	2.7	4社	4.5	3社	7.9	2社	6.3	3社	3.3	-	-	1社	6.3
仲介貿易によるFTA利用 が認められていないため	12社	3.4	9社	2.7	1社	1.4	3社	3.4	3社	7.9	2社	6.3	-	-	-	-	3社	18.8

【輸出】

	総数 284社		ASEAN 計 266社		タイ 58社		マレーシア 66社		シンガポール 31社		インドネシア 26社		フィリピン 72社		ベトナム 13社		インド 18社	
輸出先の一般関税が低く FTAのメリットなし	104社	36.6	95社	35.7	26社	44.8	21社	31.8	12社	38.7	12社	46.2	20社	27.8	4社	30.8	9社	50.0
輸出先で輸入関税が減 免、FTAのメリットなし	117社	41.2	114社	42.9	19社	32.8	38社	57.6	7社	22.6	11社	42.3	33社	45.8	6社	46.2	3社	16.7
原産地規則自体のハード ルが高い	15社	5.3	14社	5.3	3社	5.2	4社	6.1	3社	9.7	1社	3.9	3社	4.2	-	-	1社	5.6
原産地証明取得まで審 査・発給までのコストが高 い	5社	1.8	5社	1.9	1社	1.7	-	-	2社	6.5	1社	3.9	1社	1.4	-	-	-	-
原産地証明書取得手続 きが煩雑	17社	6.0	16社	6.0	7社	12.1	-	-	3社	9.7	1社	3.9	4社	5.6	1社	7.7	1社	5.6
FTA/EPA制度を知らず、 必要書類が取得出来な い	18社	6.3	17社	6.4	6社	10.3	3社	4.6	4社	12.9	-	-	4社	5.6	-	-	1社	5.6
既存FTA/EPAの原産地 規則が各々異なり煩雑な ため	31社	10.9	26社	9.8	2社	3.5	3社	4.6	4社	12.9	5社	19.2	10社	13.9	2社	15.4	5社	27.8



## (5) 「物流の総合的な効率化」を目的に仲介貿易を活用

近年、東南アジアに複数の拠点を持っている企業において、地域統括拠点や日本本社などに決裁事務や為替リスクの集中管理による効率化を行うネットワーキングセンター機能を付与する場面が見られる。仲介貿易業務の場合、製造国からの仲介国宛インボイスを一旦発行するものの、更に仲介国は輸出国宛に新たなインボイスを発行することから、「リ・インボイス」とも呼ばれる。

アジア域内向け輸出において仲介貿易を行っている比率は、ASEAN 全体で 16.0%である（図表 22、製造業付表 11-1）。特にベトナムとインドネシアでその比率は高く、各々25%と同 20%を占める。

仲介貿易を利用している企業において、アジア域内向けの輸出に占める仲介貿易利用率が「3分の1未満」としたのは、ASEAN ではベトナム、インドネシアを除き 5割超となっている（図表 23、同付表 12-1）。逆に、取引のほとんどで仲介貿易を活用する企業も多く、仲介貿易比率が「3分の2以上」の企業は ASEAN 全体で 34.1%に達する。

在 ASEAN 日系企業で仲介貿易を行っている拠点は、日本とシンガポールに集中している。日本を仲介貿易拠点とする企業は、62社で全体の 68.1%、またシンガポールは 38社で、41.8%を占める（図表 24、同付表 13-1）。

仲介貿易は主に「物流を総合的に効率化させる」ことを目的に、戦略的に使われている（図表 25、同付表 14-1）。ASEAN 全体で仲介貿易を使っている企業のうち 35.2%がこれに該当する。次いで「輸出付帯業務の一括化によるコスト削減」が 20.9%で続く。また最終仕向け先が関係会社でなく、「工場出荷価格や FOB 価格の取引先への非開示」のため、仲介貿易を活用している企業も 16.5%ある。

その他、仲介貿易を利用するケースは、製品製造は行っているもののアジア域内で、自らは販売網を持っていないため、第 3 国企業を介して輸出するケースもある。また日本本社が製品の研究開発やマーケティングをまとめて行う場合があるが、日本本社経由で仲介貿易を行う際にそれら費用の負担をあわせて求める場合もある。

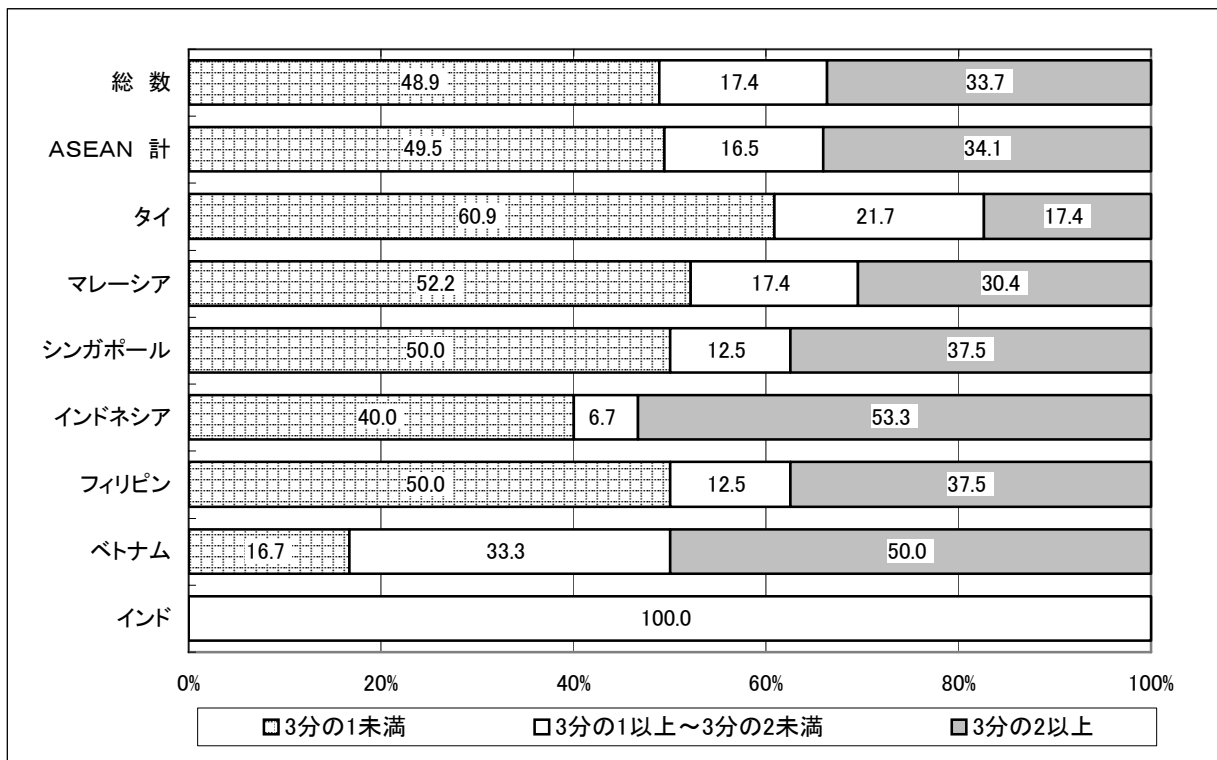
仲介貿易は、ASEAN に複数拠点がある企業の為替・決裁管理を中心とした「総合的な効率化」のみならず、海外拠点数が少なく販売網が限られている企業にとっても、第 3 国仲介者の販売ネットワークの活用は、売り上げ拡大のための有効なツールとなっている。現在、FTA では予め仲介貿易の利用規定を入れ込むなど容認することがスタンダードとなってきている。しかし仲介貿易に対し、「FTA に無関係な第 3 国および仲介企業に FTA の恩恵を付与するもの」、「仲介国が不当な利益を吸収している」と疑心暗鬼になっている国・地域もある。

図表 22 アジア域内向け輸出における仲介貿易の有無(有効回答:602社)

(単位:%)

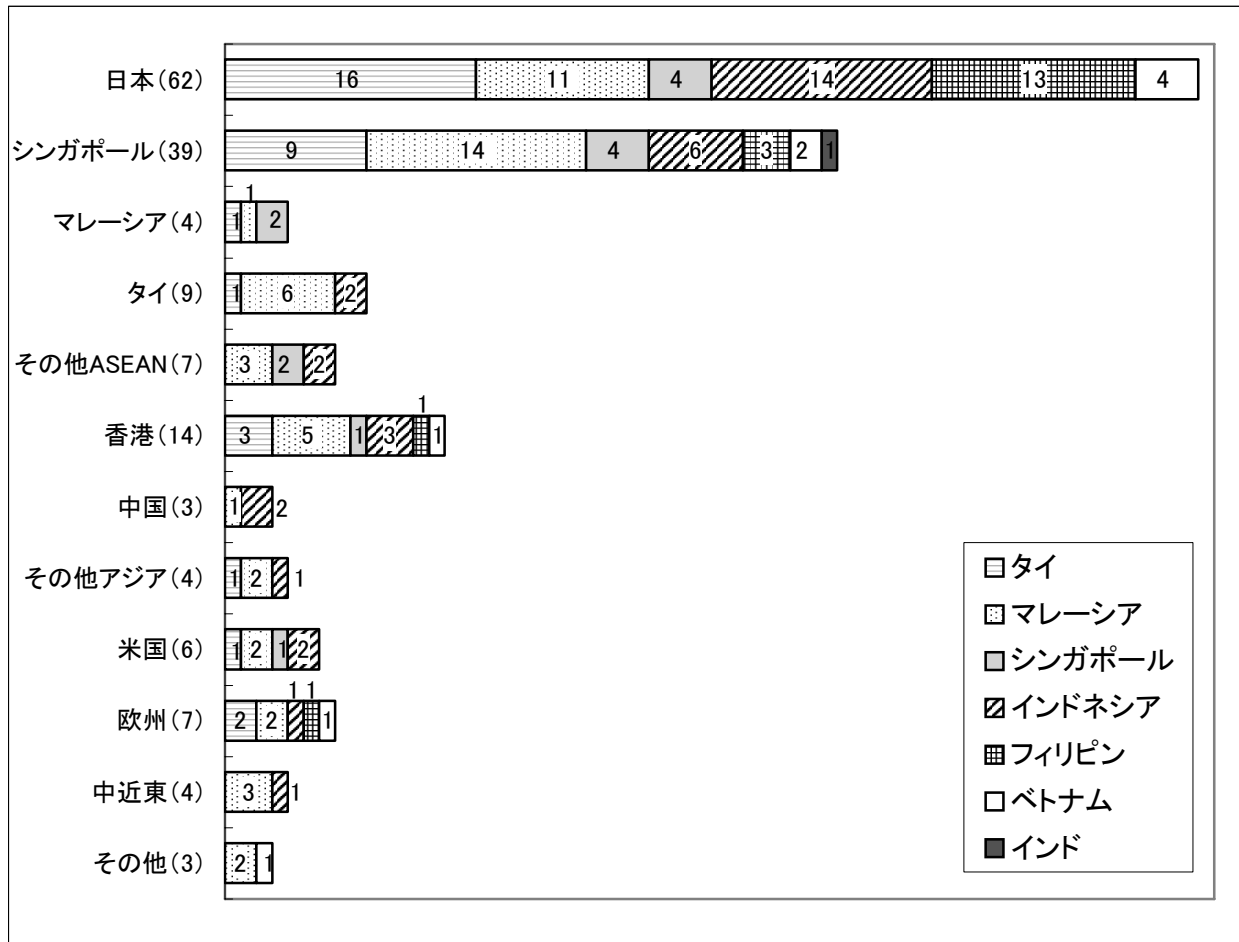
	ない	ある
総数	84.7	15.3
ASEAN計	84.0	16.0
タイ	84.7	15.3
マレーシア	83.7	16.3
シンガポール	86.4	13.6
インドネシア	80.0	20.0
フィリピン	86.8	13.2
ベトナム	75.0	25.0
インド	96.9	3.1

図表 23 アジア域内向け輸出に占める仲介貿易の比率(有効回答:92社)



図表 24 輸出取引を仲介している国・地域

(複数回答、単位:社数、( )内は社数)



図表 25 仲介貿易を使っている理由

	総数 92社		ASEAN 計 91社		タイ 23社		マレーシア 23社		シンガポール 8社		インドネシア 15社		フィリピン 16社		ベトナム 6社		インド 1社	
物流の総合的な効率化のため	32社	34.8	32社	35.2	9社	39.1	5社	21.7	5社	62.5	7社	46.7	5社	31.3	1社	16.7	-	-
輸付出荷業務の一括化によるコスト削減	19社	20.7	19社	20.9	3社	13.0	5社	21.7	2社	25.0	2社	13.3	5社	31.3	2社	33.3	-	-
工場出荷価格やFOB価格の取引先への非開示	15社	16.3	15社	16.5	2社	8.7	3社	13.0	-	-	4社	26.7	2社	12.5	4社	66.7	-	-
為替リスクの軽減	14社	15.2	13社	14.3	4社	17.4	6社	26.1	-	-	1社	6.7	1社	6.3	1社	16.7	1社	100.0
輸出者名義変更のため	13社	14.1	13社	14.3	4社	17.4	1社	4.4	2社	25.0	2社	13.3	2社	12.5	2社	33.3	-	-
法人税など税務コストの削減	4社	4.4	4社	4.4	2社	8.7	1社	4.4	-	-	-	-	1社	6.3	-	-	-	-
その他	30社	32.6	30社	33.0	7社	30.4	11社	47.8	1社	12.5	4社	26.7	6社	37.5	1社	16.7	-	-

## 4. 原材料・部品の調達に関する設問

### (1) 「製造原価の70%以上が材料費」とする企業は4割

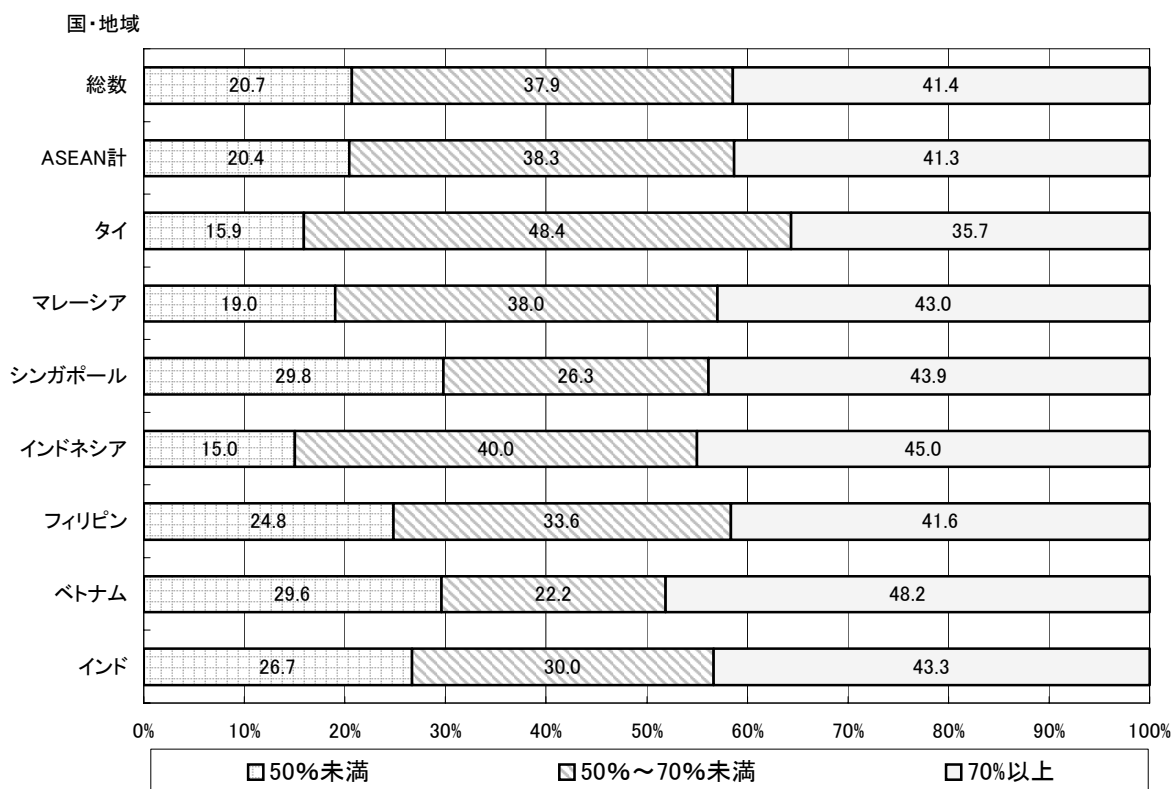
代表的な製品について、製造原価に占める原材料・部品など材料費の比率（金額ベース、製造原価＝100、2007年見込み）を尋ねた（有効回答数618社）。ここでの「製造原価」とは、「製品製造のために使われた費用で、生産現場での材料費＋労務費＋その他経費」とした。

ASEAN全体では、タイを除く全ての国において「70%以上」と回答した企業が4割を超えた（図表26、製造業付表15-1）。原材料や原油価格の高騰、輸送費の上昇などの影響を受けていると見られる。

70%以上と回答した割合が最も高いのはベトナム（48.2%）であった。これは、調達コスト高のほか、人件費が比較的安く、その割合が低いことも要因として考えられる。次いで、インドネシア（45.0%）、シンガポール（43.9%）となった。シンガポールは70%以上と回答した企業の割合が、昨年度調査（38.7%）に比べ高くなった。業種別では電気機械・電子機器（100.0%）、化学品（72.7%）などが多い。一方、タイは50%以上70%未満と回答した企業の割合（48.4%）が他国より高く、業種別では自動車・二輪車部品（64.8%）、一般機器（60.0%）、鉄鋼（57.2%）、化学品（57.1%）などが占めた。タイ進出日系企業は、現地調達率が高いため、他国に比べ、調達コストの削減余地があり、また人件費の占める割合が相対的に高いものと考えられる。

業種別でみると、70%以上と回答した企業の割合が高いのは、紙・パルプ（100.0%）、鉄鋼（60.0%）、自動車・二輪車（60.0%）、化学品（55.6%）などであった。

図表26 製造原価に占める材料費の比率(国地域別)



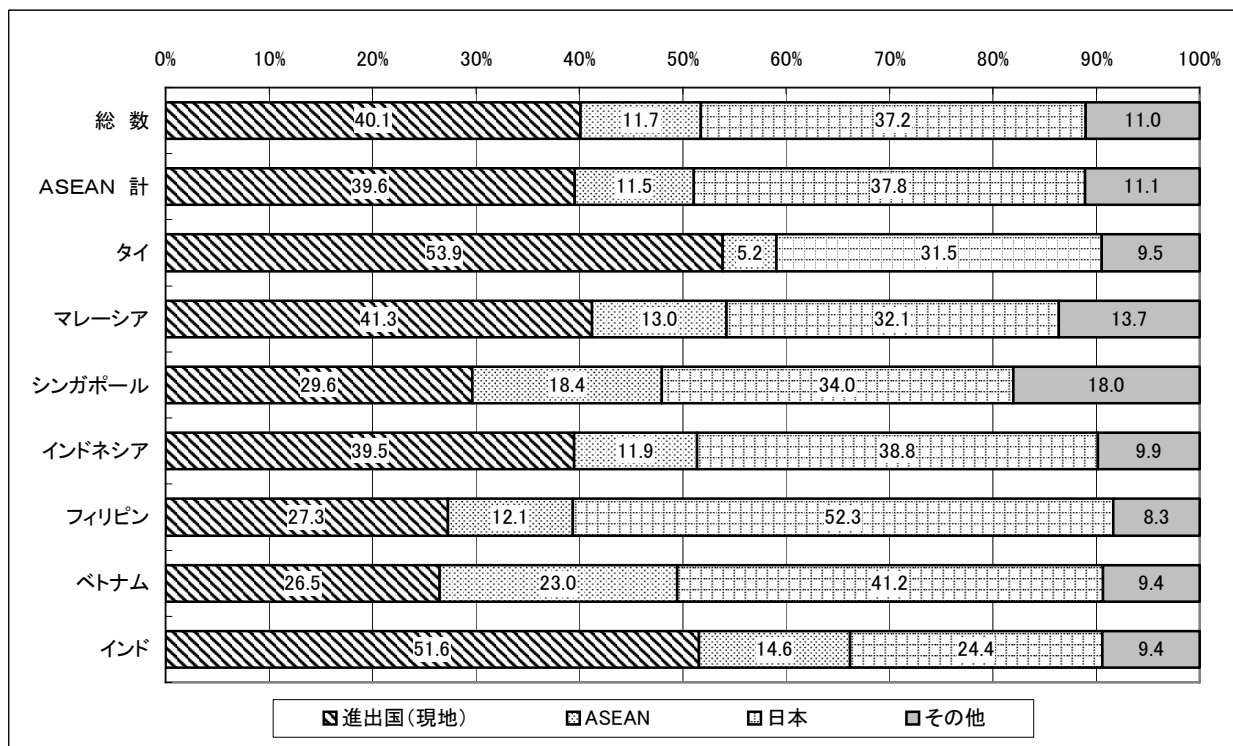
## (2) 原材料・部品の調達先は進出国と日本

原材料・部品の調達先についてみると（有効回答数 612 社）、ASEAN 全体では、進出国内での平均調達率は 39.6%、日本からの平均調達率は 37.8%となった（図表 27、製造業付表 16-1）。一方、ASEAN 域内での平均調達率は 11.5%であった。進出国と日本からの平均調達率を国別でみると、進出国での調達率が上回るのはタイ(53.9%)、マレーシア(41.3%)、インドネシア(39.5%)となっている。

進出国での平均調達率が 5 割を超えるタイは、裾野産業の集積度が高いことがうかがえる。フィリピンは電気・電子部品、自動車・二輪車部品の現地調達率が低く、主に日本から輸入している。ベトナムは他国より ASEAN 域内での平均調達率が高く（23.0%）、周辺の産業集積地であるタイやマレーシア、シンガポールから調達していると考えられる。

インドは、進出国内での平均調達率が 51.6%で、タイと並んで高かった。業種別にみると、特に自動車・二輪車で現地調達率が高い。この背景には、政府による小規模企業の保護や、過去に課せられていた部品の国産化規制、それに伴う外資系メーカーから地場企業への技術移転などによって、産業基盤がある程度整っていることが背景と考えられる。

図表 27 調達先の内訳(平均)



(注)「その他」は、米国、欧州、中国本土、ASEAN、「(ASEAN、日本、中国を除く)その他アジア」を含む。

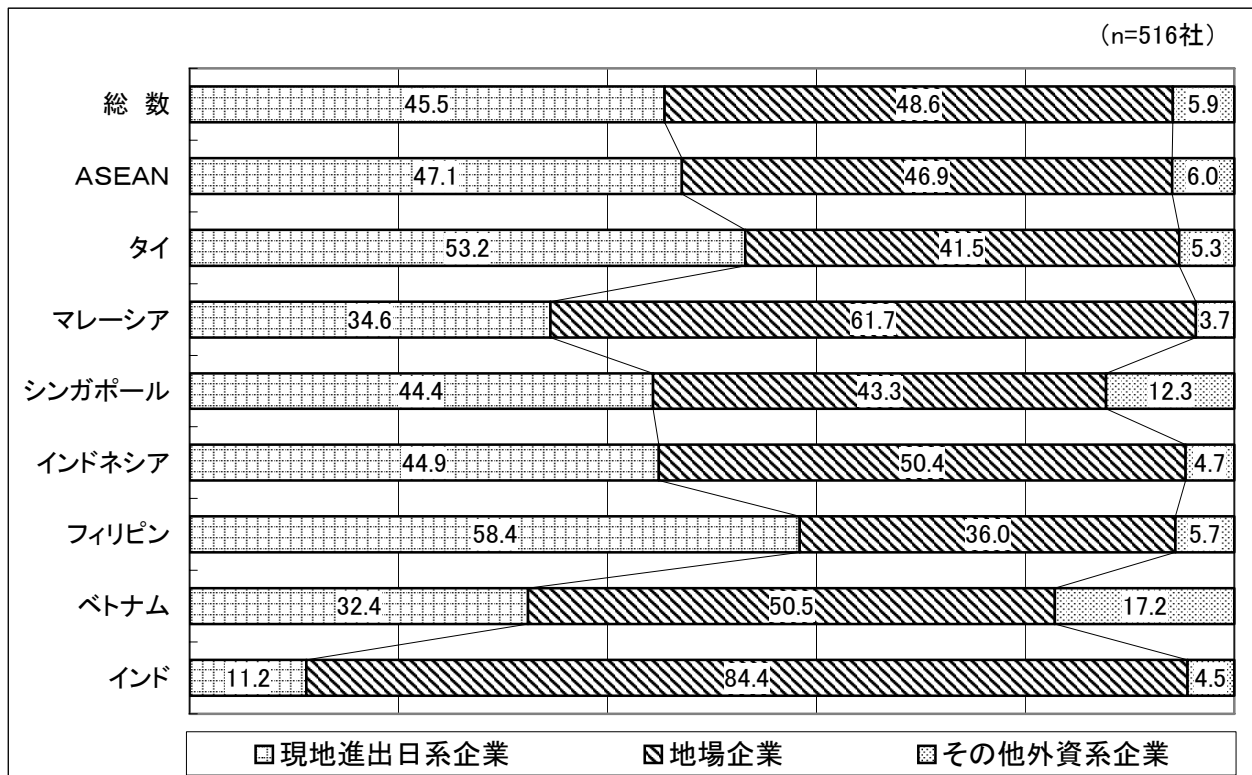
### (3) 現地調達、ASEAN は日系・地場企業、インドは地場企業から

現地での調達先について尋ねたところ、ASEAN 全体では、現地進出日系企業からの調達率(47.1%)と地場企業からの調達率(46.9%)が拮抗した(図表 28、製造業付表 16-2)。

現地進出日系企業からの調達率が高いのはフィリピン(58.4%)とタイ(53.2%)であった。フィリピンは、現地進出日系企業から80%以上を調達している割合が電気・電子部品(77.8%)、電気機械・電子機器(66.7%)で高い。タイは自動車を中心に主要産業の基盤が整っている上、日系企業の集積度も高いため、現地進出日系企業からの調達率が高いといえる。ベトナムは他国に比べ、現地進出日系企業からの調達率(32.4%)は低い、外資系企業からの調達率(17.2%)が高い。この大半は、ベトナムに数多く進出している台湾系サプライヤーと考えられる。

インドは進出国内で調達する割合が高いが、調達先は圧倒的に地場企業(84.4%)であり、現地進出日系企業(11.2%)からの調達は少ない。

図表 28 進出国(現地)の調達率の内訳(平均)

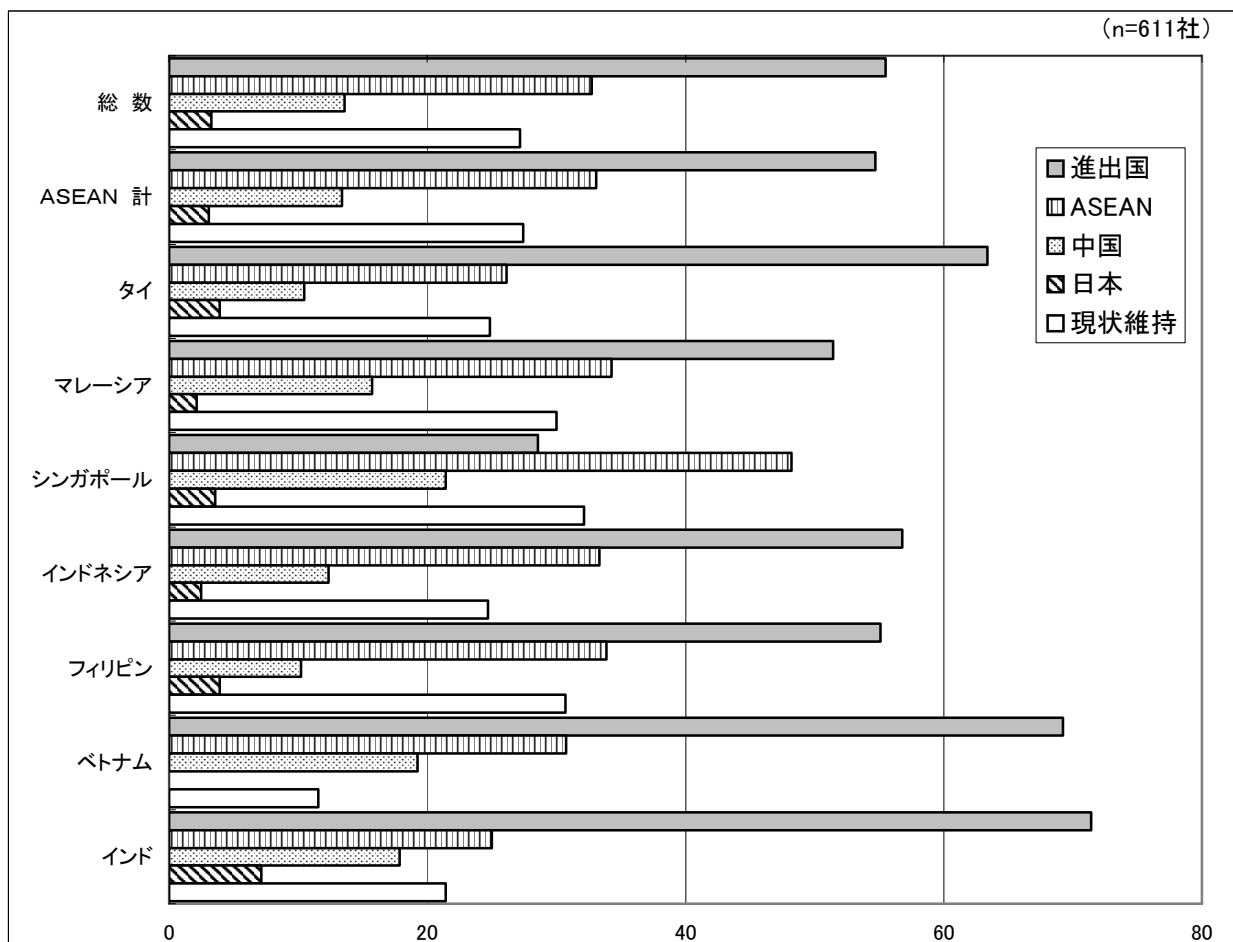


#### (4) 今後の原材料・部品調達先は進出国から

今後の原材料・部品の調達方針（複数回答、有効回答数 611 社）について尋ねたところ、昨年同様、ASEAN、インド双方で「進出国からの調達を増やす」（各々54.7%、71.4%）と回答した企業が最多であった（図表 29、製造業付表 17-1）。次いで「ASEAN からの調達を増やす」（各々33.1%、25.0%）、「中国からの調達を増やす」（各々13.4%、17.9%）が多く、「日本からの調達を増やす」（各々3.1%、7.1%）とした企業は少数であった。

国別で見ると、ベトナム（69.2%）、タイ（63.4%）、インド（71.4%）で進出国からの調達を増やすと回答した企業の割合が高い。特にベトナムは、「現状維持」（11.5%）が調査対象国・地域の中では最も少なく、調達コストの削減が緊近の課題であるとともに、現地サプライヤーからの調達を見込む企業が多いことがうかがえる。裾野産業の集積が進むタイ、インドでも現地調達率をさらに引き上げる動きがみられる。一方、シンガポールは ASEAN・インドの中で、唯一「進出国からの調達を増やす」（28.6%）よりも「ASEAN からの調達を増やす」（48.2%）とした割合が上回った。

図表 29 今後、調達率を引き上げる原材料・部品の調達先(国・地域別、複数回答)



### (5) 現地調達拡大のポイントは、現地サプライヤーの品質向上

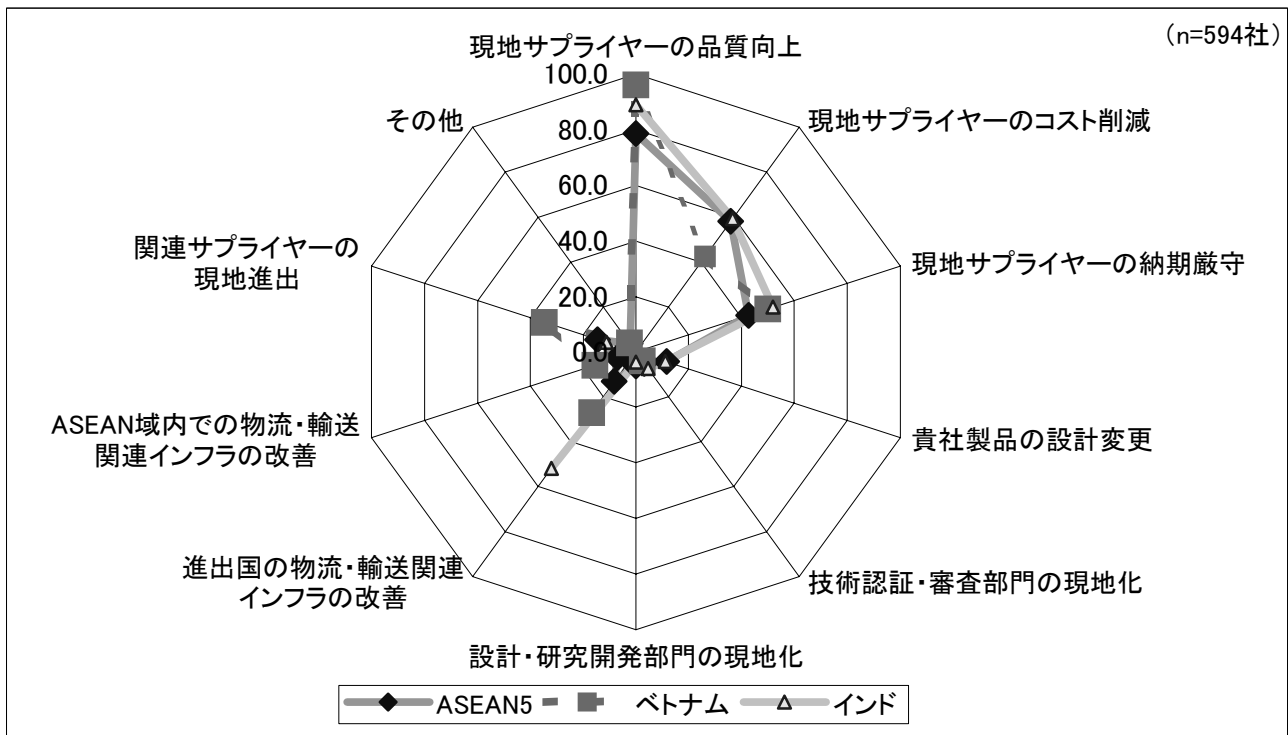
原材料・部品の現地調達率を拡大するために必要なことを尋ねたところ（複数回答、有効回答数 594 社）、ASEAN・インド全体では前年同様、「現地サプライヤーの品質向上」（79.8%）が最も多く、次いで「現地サプライヤーのコスト削減」（57.4%）、「現地サプライヤーの納期厳守」（43.3%）が挙げられた（製造業付表 18-1）。

ベトナムは、ほぼ全ての企業が「現地サプライヤーの品質向上」（96.2%）を挙げており、次いで「現地サプライヤーの納期厳守」（50.0%）、「現地サプライヤーのコスト削減」（42.3%）となった（図表 30、同付表 18-1）。さらに、他国に比べ「関連サプライヤーの現地進出」（34.6%）を挙げる企業の割合が高く、一般的に裾野産業の未発達がうかがえる。ただし、今後の原材料・部品調達について「現状を維持する」とした企業の割合は低く、現地調達拡大への期待・ニーズは高まっている。

また「進出国の物流・輸送関連インフラの改善」を挙げる企業は、フィリピン（29.5%）、ベトナム（26.9%）は3割近くとなった。両国では物流インフラの未整備も現地調達拡大のネックといえる。

インドでは「現地サプライヤーの品質向上」（88.9%）が最も多く、次いで「現地サプライヤーのコスト削減」（59.3%）、「現地サプライヤーの納期厳守」（51.9%）、「進出国の物流・輸送関連インフラの改善」（51.9%）が挙げられた。

図表 30 原材料・部品の現地調達率拡大に必要なこと(国地域別、複数回答)





## (6) 輸入調達額に占める無関税の割合

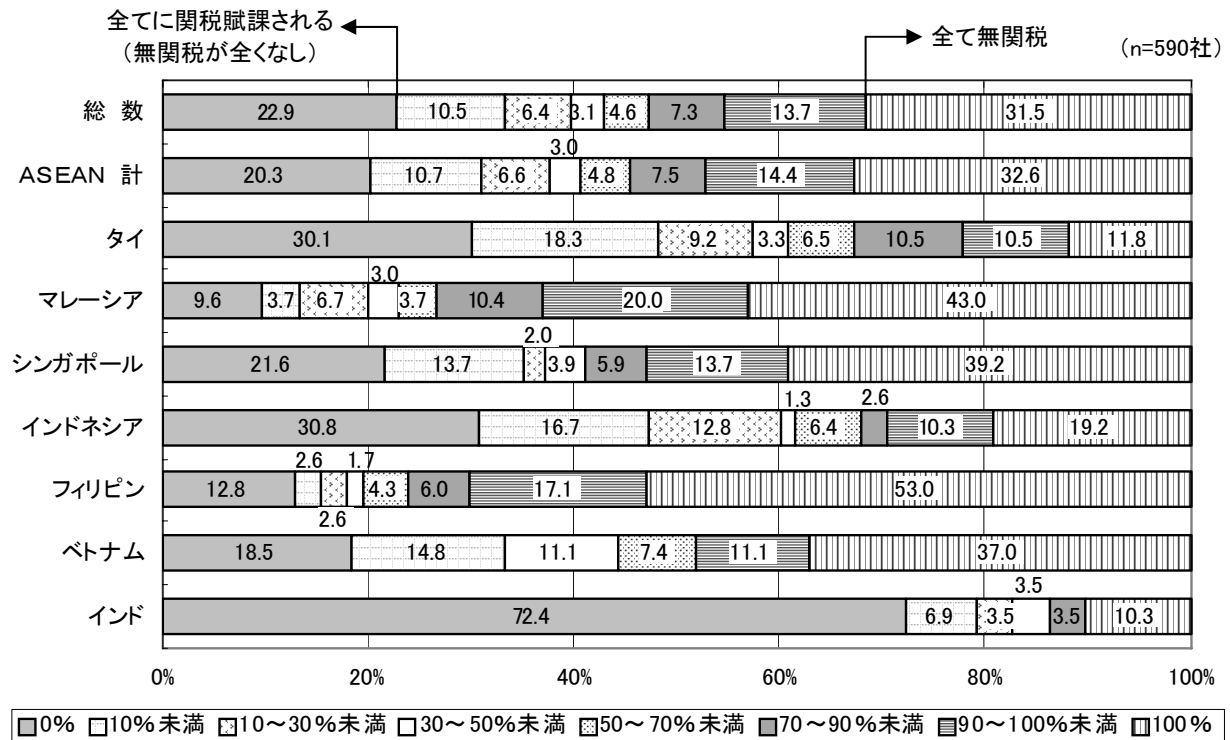
原材料・部品の輸入調達額で関税が0%となる比率について尋ねたところ（有効回答数 590 社）、ASEAN 全体では「全て無関税」と回答した企業の割合が 32.6%であった（図表 31、製造業付表 19-1）。

ASEAN 各国でみると、「全て無関税」の割合はフィリピン(53.0%)で最も高く、マレーシア(43.0%)、シンガポール(39.2%)が続いた。

業種別に見ると、フィリピンでは電気・電子部品(87.5%)、非鉄金属(83.3%)など、マレーシアでは電気機械・電子機器(68.4%)、電気・電子部品(62.5%)、などが目立った。フィリピンは、経済特区(エコゾーン)内で原材料の輸入関税が免除されるなど、投資インセンティブの利用度が高いと考えられる。シンガポールは一般関税が元々低い上、ASEAN 域内での調達率が比較的高く、AFTA の活用などで無関税となる割合が高いとみられる。一方、「無関税が全くなし」と回答した企業の割合が高かったのは、インドネシア(30.8%)とタイ(30.1%)で、資材・部品の輸入関税の高さが浮き彫りとなった。業種別に見ると、インドネシアでは鉄鋼(66.7%)、輸送用機器部品(40.0%)が、タイでは化学品(46.2%)、鉄鋼(42.9%)、輸送用機器部品(37.8%)が目立った。インドネシアは2007年8月に日本・インドネシア EPA が署名されており、早期発効が待たれる。タイは2007年11月に日本・タイ EPA が発効し、鉱工業品、自動車部品の輸入関税が今後7~10年以内に撤廃される予定である。

インドは、一般関税の税率の低下や、原材料輸入での関税減免措置の導入などに取り組んでいるものの、「無関税が全くなし」と回答した企業の割合は、72.4%と、調査対象国・地域内では突出して高くなっている。

図表 31 原材料・部品の輸入調達額に占める無関税の比率(国地域別 輸入調達額=100)



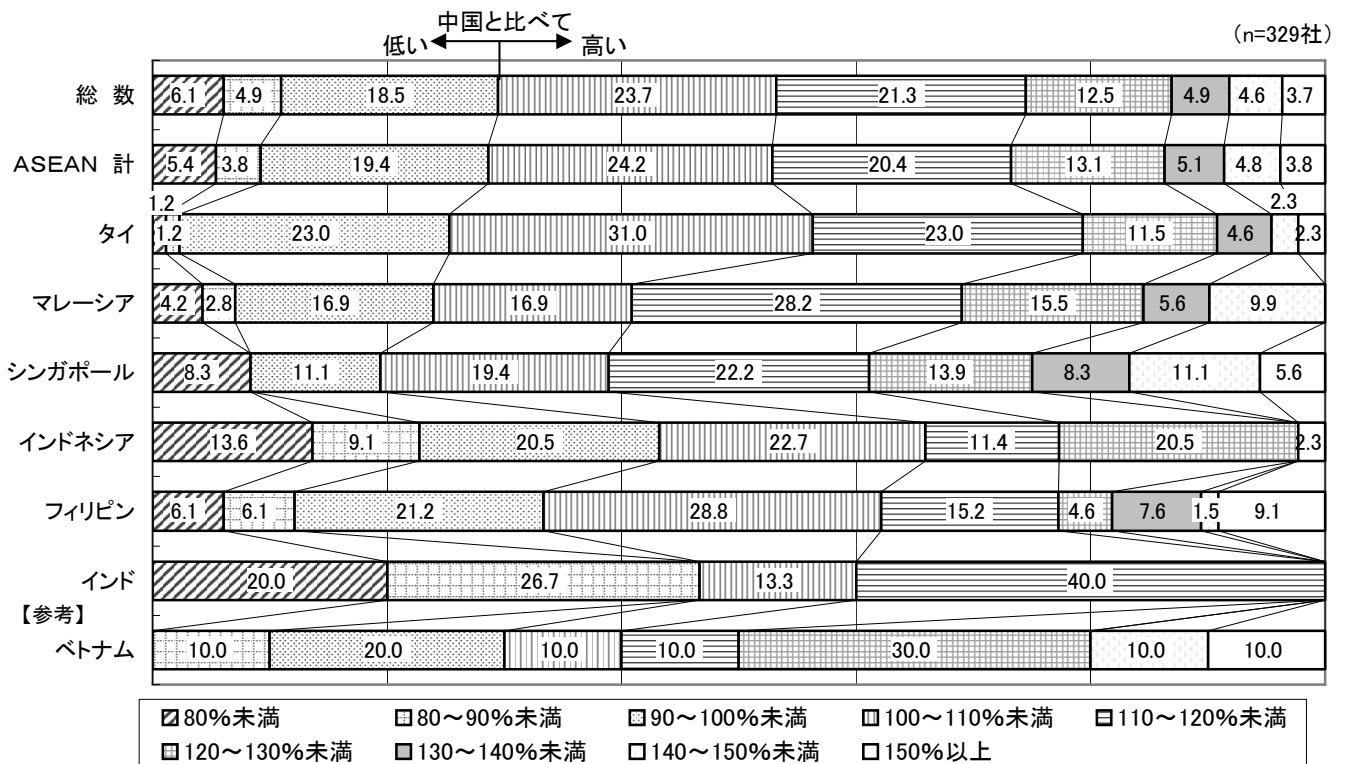
## (7) 製造原価、7割が「中国より高い」

現地で生産する代表的な品目について、中国の関連会社での製造原価を100とした場合の対価を尋ねた（有効回答数329社）。ASEAN全体では「中国での製造原価の方が低い（＝100%以上）」と回答した企業の割合が71.3%となり、昨年度調査（67.0%）より増加した。国別で見ると、シンガポール（80.6%）でその割合が最も高く、マレーシア（76.1%）、タイ（74.7%）が続いた（図表32、製造業付表20-1）。一方、「中国での製造原価の方が高い（＝100%未満）」と回答した企業の割合は、インドネシア（43.2%）、フィリピン（33.3%）で高かった。

国・地域別で見ると、ASEANでは「100～110%未満」と回答した企業の割合（24.2%）が最も高く、タイ（31%）、フィリピン（28.8%）でも、このレンジの比率が最多となった。インドは100%未満と回答した企業が46.7パーセントを占め、全体で最も高かった。ASEAN各国で製造コストが上昇する中、インドは依然として中国と比べ製造原価が割安であることが顕著となった。

ASEAN・インド全体を業種別にみると、100%未満と回答した企業の割合が高いのは、精密機器（50.0%）、輸送用機器部品（43.1%）、非鉄金属（40.0%）、プラスチック製品（40.0%）、食品・農水産加工品（33.34%）、電気・電子部品（33.34%）などであった。

図表 32 中国での製造原価（国地域別）



(注)ベトナムはサンプル数が少ないため(「その他」を除き、各業種1社)、参考として掲載する。

## 5. 経営上の問題点

### (1) 販売・営業面での問題点

製造業の販売・営業面での問題点は、前回と同様「主要取引先からの値下げ要請」(52.6%)が5割を超えた(図表33、製造業付表21-1)。以下、「競合相手の台頭」(31.8%)、「新規顧客の獲得が進まない」(29.8%)が続いた。前回2位であった「主要販売市場の低迷」は4位に後退した。「(取引先からの)値下げ要請」は、各進出先市場で競合他社と、受注獲得競争が激化していることによる、とみられる。前回調査と比べ「競合相手の台頭」を挙げた比率は、シンガポールが、化学品を中心に15.7ポイント上昇した他、日系を含む外資企業の進出が進むベトナム(同7.9ポイント上昇)が目立った。

非製造業では、「競合相手の台頭(コスト面での競合)」(49.0%)と回答した比率が、ほぼ5割となった(図表34、非製造業付表11-1)。ついで「新規顧客の開拓が進まない」、「主要取引先からの値下げ要請」が3割台で続いた。これら、上位3項目は先発ASEAN各国で共通しているが、新興国として関心が高いベトナムとインドについては、2位に「進出国市場の規制緩和が進まない」が挙げられた。特に国内サービス市場の開放が進んでいない運輸・倉庫・通信業の回答が多い。

図表33 販売・営業面での問題点(上位5項目)(製造業)

(複数回答、単位:%、有効回答610社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数	610	主要取引先からの値下げ要請	競合相手の台頭	新規顧客の開拓が進まない	取引先からの発注減少	主要販売市場の低迷
	100.0	52.6	31.8	29.8	27.2	27.2
ASEAN計	577	主要取引先からの値下げ要請	競合相手の台頭	新規顧客の開拓が進まない	取引先からの発注減少	主要販売市場の低迷
	100.0	52.3	31.9	31.2	28.1	27.7
タイ	151	主要取引先からの値下げ要請	競合相手の台頭	取引先からの発注減少	新規顧客の開拓が進まない	主要販売市場の低迷
	100.0	51.7	35.1	32.5	32.5	29.1
マレーシア	142	主要取引先からの値下げ要請	新規顧客の開拓が進まない	主要販売市場の低迷	競合相手の台頭	取引先からの発注減少
	100.0	52.1	31.0	29.6	28.2	26.1
シンガポール	60	主要取引先からの値下げ要請	競合相手の台頭	新規顧客の開拓が進まない	取引先からの発注減少	主要販売市場の低迷
	100.0	51.7	46.7	35.0	25.0	23.3
インドネシア	79	主要取引先からの値下げ要請	新規顧客の開拓が進まない	主要販売市場の低迷	取引先からの発注減少	本社からの生産発注量の減少
	100.0	60.8	30.4	27.9	26.6	25.3
フィリピン	120	主要取引先からの値下げ要請	競合相手の台頭	取引先からの発注減少	新規顧客の開拓が進まない	主要販売市場の低迷
	100.0	51.7	30.0	29.2	29.2	27.5
ベトナム	25	主要取引先からの値下げ要請	競合相手の台頭	新規顧客の開拓が進まない	進出国市場への安価な輸入品の流入	本社からの生産発注量の減少
	100.0	36.0	36.0	28.0	24.0	20.0
インド	33	主要取引先からの値下げ要請	進出国市場への安価な輸入品の流入	競合相手の台頭	主要販売市場の低迷	進出国市場への模倣品・類似品の流入
	100.0	57.6	33.3	30.3	18.2	18.2

図表 34 販売・営業面での問題点(上位 5 項目)(非製造業)

(複数回答、単位：%、有効回答 384 社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数	384	競合相手の台頭(コスト面で競合)	新規顧客の開拓が進まない	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷	販売価格の下落
	100.0	49.0	37.0	30.2	26.6	25.8
ASEAN 計	364	競合相手の台頭(コスト面で競合)	新規顧客の開拓が進まない	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷	販売価格の下落
	100.0	49.5	37.6	30.8	27.5	26.1
タイ	97	競合相手の台頭(コスト面で競合)	主要取引先からの値下げ要請	新規顧客の開拓が進まない	主要販売市場の低迷	販売価格の下落
	100.0	53.6	37.1	34.0	29.9	28.9
マレーシア	92	競合相手の台頭(コスト面で競合)	新規顧客の開拓が進まない	主要販売市場の低迷	販売価格の下落	主要取引先からの値下げ要請
	100.0	52.2	40.2	33.7	30.4	25.0
シンガポール	70	競合相手の台頭(コスト面で競合)	新規顧客の開拓が進まない	販売価格の下落	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷
	100.0	54.3	44.3	41.4	34.3	22.9
インドネシア	27	競合相手の台頭(コスト面で競合)	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷	新規顧客の開拓が進まない	進出国市場の規制緩和が進まない
	100.0	37.0	33.3	29.6	29.6	25.9
フィリピン	53	新規顧客の開拓が進まない	競合相手の台頭(コスト面で競合)	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷	本社からの発注量の減少
	100.0	39.6	34.0	28.3	28.3	18.9
ベトナム	25	競合相手の台頭(コスト面で競合)	進出国市場の規制緩和が進まない	新規顧客の開拓が進まない	主要取引先からの値下げ要請	競合相手の台頭(品質面で競合)
	100.0	56.0	40.0	28.0	20.0	16.0

(注)「その他」は割愛した。

## (2) 生産面での問題点（製造業のみ）

生産面での問題点は、原油や各種資材価格が高騰したことを受け、「調達コストの上昇」（64.2%）が最多となった（図表 35、製造業付表 22-1）。以下、「品質管理の難しさ」（44.5%）、「限界に近づきつつあるコスト削減」（43.2%）が続き、前回と同様の順位となった。

業種別で見ると、繊維、紙・パルプ、プラスチック製品の回答企業全てが「調達コストの上昇」を挙げた。また衣服・繊維製品企業の 83.3%、プラスチック製品企業の 75%が「限界に近づきつつあるコスト削減」に直面している。

国別では「調達コストの上昇」に次ぐ問題点として「品質管理の難しさ」、「限界に近づきつつあるコスト削減」が、ASEAN 各国の共通課題とされる。他方、インドネシア、フィリピン、ベトナムにおいては、「原材料、部品の現地調達の難しさ」が 5～6 割を占めコスト削減の足かせとなっている。その他、インドでは「電力不足」（24.1%）、「資本財・中間財輸入に対する高関税」（17.2%）を問題とする割合が相対的に高い。

図表 35 生産面での問題点(上位5項目)(製造業)

(複数回答、単位:%、有効回答 611 社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数	611	調達コストの上昇	品質管理の難しさ	限界に近づきつつあるコスト削減	原材料・部品の現地調達の難しさ	生産能力の不足
	100.0	64.2	44.5	43.2	35.5	21.8
ASEAN 計	582	調達コストの上昇	品質管理の難しさ	限界に近づきつつあるコスト削減	原材料・部品の現地調達の難しさ	生産能力の不足
	100.0	64.6	45.0	44.3	35.6	22.2
タイ	152	調達コストの上昇	品質管理の難しさ	限界に近づきつつあるコスト削減	生産能力の不足	原材料・部品の現地調達の難しさ
	100.0	60.5	45.4	40.8	27.6	26.3
マレーシア	142	調達コストの上昇	限界に近づきつつあるコスト削減	品質管理の難しさ	原材料・部品の現地調達の難しさ	生産能力の不足
	100.0	70.4	48.6	47.9	28.2	16.2
シンガポール	56	調達コストの上昇	限界に近づきつつあるコスト削減	品質管理の難しさ	原材料・部品の現地調達の難しさ	生産能力の不足
	100.0	62.5	53.6	26.8	23.2	19.6
インドネシア	81	調達コストの上昇	原材料・部品の現地調達の難しさ	限界に近づきつつあるコスト削減	品質管理の難しさ	生産能力の不足
	100.0	72.8	49.4	44.4	39.5	29.6
フィリピン	124	調達コストの上昇	品質管理の難しさ	原材料・部品の現地調達の難しさ	限界に近づきつつあるコスト削減	生産能力の不足
	100.0	58.1	50.8	46.8	45.2	19.4
ベトナム	27	調達コストの上昇	原材料・部品の現地調達の難しさ	品質管理の難しさ	生産能力の不足	限界に近づきつつあるコスト削減 電力不足
	100.0	66.7	59.3	55.6	18.5	18.5
インド	29	調達コストの上昇	原材料・部品の現地調達の難しさ	品質管理の難しさ	電力不足	限界に近づきつつあるコスト削減
	100.0	55.2	34.5	34.5	24.1	20.7

### (3) 財務・金融・為替面での問題点

金融面での問題としては、製造業、非製造業ともに「現地通貨の対ドル為替レートの変動」、「現地通貨の対円為替レートの変動」、「税務の負担」が上位を占めた。

製造業を国別でみると、タイ、マレーシア、シンガポール、フィリピンでは、為替レートの変動が最大の問題点とされており、財務上の最重要課題となっている（図表 36、製造業付表 23-1）。インドネシアとインドでは、ASEAN 他国に比べ割高な法人税など租税の負担感が大きい。このため、両国では「税務の負担」が前回調査と比べ、各々5.2ポイント、16.4ポイント上昇した。ベトナムはクロールリング・ペッグの為替制度のため、現地通貨の対ドル為替レートの変動リスクは小さいが、「設備投資に必要なキャッシュフローの不足」を問題視する企業の割合が相対的に高い。

非製造業においてもタイ、マレーシア、シンガポール、フィリピン、インドで為替レートの変動が問題視されている。一方、インドネシア、ベトナムでは、「税務の負担」とする割合がそれぞれ84.0%、60.0%に達した（図表 37、非製造業付表 12-1）。

図表 36 財務・金融・為替面での問題点(上位 5 項目)(製造業)

(複数回答、単位：%、有効回答 593 社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	
総数	593	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	税務の負担	設備投資に必要なキャッシュフローの不足	円の対ドル為替レートの変動	
	100.0	59.4	42.0	27.8	21.9	16.5	
ASEAN 計	562	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	税務の負担	設備投資に必要なキャッシュフローの不足	円の対ドル為替レートの変動	
	100.0	59.8	43.1	26.2	22.4	17.1	
タイ	147	現地通貨の対円為替レートの変動	現地通貨の対ドル為替レートの変動	税務の負担	設備投資に必要なキャッシュフローの不足	円の対ドル為替レートの変動	金利の上昇
	100.0	55.8	54.4	24.5	22.5	8.2	
マレーシア	133	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	設備投資に必要なキャッシュフローの不足	円の対ドル為替レートの変動	税務の負担	
	100.0	60.9	36.1	21.1	19.6	15.8	
シンガポール	55	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	円の対ドル為替レートの変動	設備投資に必要なキャッシュフローの不足	税務の負担	
	100.0	61.8	40.0	20.0	12.7	9.1	
インドネシア	78	税務の負担	現地通貨の対ドル為替レートの変動	設備投資に必要なキャッシュフローの不足	現地通貨の対円為替レートの変動	金利の上昇	
	100.0	57.7	51.3	37.2	29.5	15.4	
フィリピン	123	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	税務の負担	円の対ドル為替レートの変動	設備投資に必要なキャッシュフローの不足	
	100.0	78.1	50.4	25.2	24.4	15.5	
ベトナム	26	設備投資に必要なキャッシュフローの不足	税務の負担	円の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	
	100.0	38.5	34.6	30.8	19.2	19.2	
インド	31	税務の負担	現地通貨の対ドル為替レートの変動	金利の上昇	現地通貨の対円為替レートの変動	資金調達・決済に関わる厳しい規制	
	100.0	58.1	51.6	45.2	22.6	16.1	

図表 37 財務・金融・為替面での問題点(上位 5 項目)(非製造業)

(複数回答、単位：%、有効回答 345 社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	
総数	345	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	税務の負担	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	円の対ドル為替レートの変動	
	100.0	39.7	37.1	33.0	20.6	14.5	
ASEAN 計	328	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	税務の負担	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	円の対ドル為替レートの変動	
	100.0	39.0	37.2	32.6	20.7	14.3	
タイ	92	現地通貨の対円為替レートの変動	現地通貨の対ドル為替レートの変動	税務の負担	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	円の対ドル為替レートの変動	
	100.0	53.3	34.8	31.5	20.7	12.0	
マレーシア	79	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	税務の負担	円の対ドル為替レートの変動	
	100.0	40.5	34.2	24.1	22.8	8.9	
シンガポール	58	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	円の対ドル為替レートの変動	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	金利の上昇	
	100.0	43.1	36.2	31.0	8.6	8.6	
インドネシア	25	税務の負担	現地通貨の対ドル為替レートの変動	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	円の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	
	100.0	84.0	44.0	36.0	16.0	12.0	
フィリピン	54	現地通貨の対ドル為替レートの変動	税務の負担	現地通貨の対円為替レートの変動	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	円の対ドル為替レートの変動	
	100.0	48.2	42.6	37.0	20.4	11.1	
ベトナム	20	税務の負担	資金調達・決済に関わる厳しい規制	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	進出先での金融機関からの資金調達が困難	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動
	100.0	60.0	30.0	25.0	15.0	10.0	
インド	17	現地通貨の対ドル為替レートの変動	税務の負担	現地通貨の対円為替レートの変動	金利の上昇	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	円の対ドル為替レートの変動
	100.0	52.9	41.2	35.3	23.5	17.7	

(注)「その他」は割愛した。

#### (4) 雇用・労働面での問題点

雇用・労働面での問題点では、製造業、非製造業ともに、「従業員の賃金上昇」が最多であった（図表 38、39、製造業付表 24-1、非製造業付表 13-1）。

製造業では、2位以降で「人材(技術者)の採用難」(45.6%)、「人材(中間管理職)の採用難」(39.3%)と、人材の確保が困難とする指摘が高い。進出先での、事業拡大による人材不足が、賃金の上昇圧力に拍車をかけ、雇用の流動化、定着率の低下といった悪循環に陥っていることが懸念される。

国別で見ると、シンガポールでは従業員の賃金上昇に次いで、日本人出向役職員(駐在員)コストが負担になっている。他方、インドネシアはこれまで同様、解雇、人員削減に対する規制が足かせとなり、雇用環境が硬直化していることが問題視されている。またここ数年で日系製造業の進出が拡大しているベトナムでは、雇用・労働に関して問題とする比率が全般的に増加しており、今後は様々な労務問題への対応が求められる。

図表 38 雇用・労働面での問題点(上位 5 項目)(製造業)

(複数回答、単位：%、有効回答 621 社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数	621	従業員の賃金上昇	人材(技術者)の採用難	人材(中間管理職)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が難しい	日本人出向役職員(駐在員)のコスト
	100.0	69.2	45.6	39.3	33.7	31.4
ASEAN 計	588	従業員の賃金上昇	人材(技術者)の採用難	人材(中間管理職)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が難しい	日本人出向役職員(駐在員)のコスト
	100.0	68.4	46.4	39.1	34.7	31.6
タイ	155	従業員の賃金上昇	人材(技術者)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が難しい	人材(中間管理職)の採用難	従業員の定着率
	100.0	59.4	54.2	41.9	40.7	32.9
マレーシア	143	従業員の賃金上昇	人材(技術者)の採用難	人材(中間管理職)の採用難	従業員の定着率	日本人出向役職員(駐在員)のコスト 管理職、現場責任者の現地化が難しい
	100.0	55.9	50.4	42.0	31.5	27.3
シンガポール	58	従業員の賃金上昇	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	従業員の定着率	人材(中間管理職)の採用難	人材(技術者)の採用難
	100.0	77.6	37.9	36.2	34.5	34.5
インドネシア	80	従業員の賃金上昇	解雇・人員削減に対する規制	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	労務問題	管理職、現場責任者の現地化が難しい
	100.0	83.8	57.5	43.8	35.0	31.3
フィリピン	125	従業員の賃金上昇	人材(技術者)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が難しい	人材(中間管理職)の採用難	解雇・人員削減に対する規制
	100.0	76.8	52.0	38.4	35.2	35.2
ベトナム	27	従業員の賃金上昇	人材(中間管理職)の採用難	人材(技術者)の採用難	従業員の定着率	管理職、現場責任者の現地化が難しい
	100.0	81.5	70.4	63.0	48.2	48.2
インド	33	従業員の賃金上昇	従業員の定着率	人材(中間管理職)の採用難	人材(技術者)の採用難	日本人出向役職員(駐在員)のコスト
	100.0	84.9	63.6	42.4	30.3	27.3



図表 39 雇用・労働面での問題点(上位 5 項目)(非製造業)

(複数回答、単位：%、有効回答 392 社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	
総 数	392	従業員の賃金上昇	従業員の定着率	人材(技術者)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が難しい	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	
	100.0	63.8	37.5	34.7	34.4	31.9	
ASEAN 計	371	従業員の賃金上昇	従業員の定着率	管理職、現場責任者の現地化が難しい	人材(技術者)の採用難	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	
	100.0	62.8	37.5	35.3	35.0	30.5	
タイ	98	従業員の賃金上昇	管理職、現場責任者の現地化が難しい	人材(技術者)の採用難	従業員の定着率	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	
	100.0	57.1	42.9	36.7	34.7	30.6	
マレーシア	94	従業員の賃金上昇	従業員の定着率	人材(技術者)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が難しい	人材(一般ワーカー)の採用難	日本人出向役職員(駐在員)のコスト
	100.0	57.5	39.4	25.5	25.5	23.4	
シンガポール	74	従業員の賃金上昇	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	従業員の定着率	管理職、現場責任者の現地化が難しい	人材(一般ワーカー)の採用難	
	100.0	78.4	46.0	36.5	33.8	32.4	
インドネシア	27	従業員の賃金上昇	管理職、現場責任者の現地化が難しい	解雇・人員削減に対する規制	人材(技術者)の採用難	従業員の定着率	
	100.0	59.3	51.9	44.4	29.6	29.6	
フィリピン	53	従業員の賃金上昇	従業員の定着率	人材(技術者)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が難しい	解雇・人員削減に対する規制	
	100.0	54.7	45.3	37.7	30.2	26.4	
ベトナム	25	従業員の賃金上昇	人材(技術者)の採用難	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	管理職、現場責任者の現地化が難しい	従業員の定着率	
	100.0	80.0	76.0	52.0	40.0	36.0	
インド	21	従業員の賃金上昇	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	従業員の定着率	人材(技術者)の採用難	人材(一般ワーカー)の採用難	解雇・人員削減に対する規制
	100.0	81.0	57.1	38.1	28.6	19.1	

## (5) 投資環境面での問題点

投資環境面での問題点として、製造業は、前回調査に続き、全体で「インフラ（電力、運輸、通信など）の整備状況が不十分」とする比率が1位であった（図表40、製造業付表25-1）。しかし同項目を問題とする比率は、前回より4.3ポイント低下し、改善が見られている。「インフラの整備状況が不十分」とする比率は、インドネシア(57.9%)、フィリピン(73.1%)、ベトナム(69.2%)、インド(83.9%)で高く、対象国・地域で評価が二分した。

国別でみると、タイは2006年9月に発生した軍事クーデターの影響が尾を引き「不安定な政治・社会情勢」(42.6%)を挙げる比率が前回調査より19.5ポイント上昇した。

非製造業では、シンガポール、ベトナム、インドで「事務所スペースの不足や賃料の上昇」が問題とされており、タイ、マレーシアでは、サービス分野などにおける「出資比率制限など外資規制」を問題点として挙げる割合が高い（図表41、非製造業付表14-1）。

図表40 投資環境面での問題点(上位5項目)(製造業)

(複数回答、単位：%、有効回答514社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数	514	インフラの整備状況が不十分	行政手続きの煩雑さ	進出国政府の不透明な政策運営	不安定な政治・社会情勢	税務手続きの煩雑さ
	100.0	42.4	35.8	33.9	31.1	29.8
ASEAN計	483	インフラの整備状況が不十分	行政手続きの煩雑さ	進出国政府の不透明な政策運営	不安定な政治・社会情勢	税務手続きの煩雑さ
	100.0	39.8	35.0	34.8	33.1	27.5
タイ	129	不安定な政治・社会情勢	行政手続きの煩雑さ	税務手続きの煩雑さ	進出国政府の不透明な政策運営	経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用
	100.0	42.6	31.0	31.0	27.1	22.5
マレーシア	105	行政手続きの煩雑さ	インフラの整備状況が不十分	進出国政府の不透明な政策運営	出資比率制限など外資規制	経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用
	100.0	40.0	22.9	19.1	17.1	14.3
シンガポール	28	行政手続きの煩雑さ	進出国政府の不透明な政策運営	税務手続きの煩雑さ	不安定な政治・社会情勢	インフラの整備状況が不十分 知的財産権の保護が欠如していること
	100.0	25.0	17.9	17.9	10.7	10.7
インドネシア	76	インフラの整備状況が不十分	税務手続きの煩雑さ	進出国政府の不透明な政策運営	行政手続きの煩雑さ	経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用
	100.0	57.9	57.9	50.0	46.1	43.4
フィリピン	119	インフラの整備状況が不十分	不安定な政治・社会情勢	進出国政府の不透明な政策運営	行政手続きの煩雑さ	経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用
	100.0	73.1	60.5	50.4	26.9	24.4
ベトナム	26	インフラの整備状況が不十分	行政手続きの煩雑さ	経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用	進出国政府の不透明な政策運営	税務手続きの煩雑さ
	100.0	69.2	50.0	46.2	38.5	23.1
インド	31	インフラの整備状況が不十分	税務手続きの煩雑さ	行政手続きの煩雑さ	知的財産権の保護が欠如していること	進出国政府の不透明な政策運営
	100.0	83.9	64.5	48.4	22.6	19.4

(注)「その他」は割愛した。

図表 41 投資環境面での問題点(上位 5 項目)(非製造業)

(複数回答、単位：%、有効回答 361 社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総 数	361	事務所スペースの不足や賃料の上昇	行政手続きの煩雑さ	インフラの整備状況が不十分	出資比率制限など外資規制	進出国政府の不透明な政策運営
	100.0	39.1	32.7	30.2	30.2	28.0
ASEAN 計	341	事務所スペースの不足や賃料の上昇	行政手続きの煩雑さ	出資比率制限など外資規制	進出国政府の不透明な政策運営	不安定な政治・社会情勢
	100.0	38.1	32.3	31.4	28.7	27.9
タイ	93	不安定な政治・社会情勢	出資比率制限など外資規制	進出国政府の不透明な政策運営	行政手続きの煩雑さ	事務所スペースの不足や賃料の上昇
	100.0	52.7	46.2	37.6	30.1	24.7
マレーシア	79	出資比率制限など外資規制	行政手続きの煩雑さ	事務所スペースの不足や賃料の上昇	インフラの整備状況が不十分	進出国政府の不透明な政策運営
	100.0	44.3	39.2	19.0	17.7	17.7
シンガポール	61	事務所スペースの不足や賃料の上昇	不安定な政治・社会情勢	税務手続きの煩雑さ	出資比率制限など外資規制	知的財産権の保護が欠如していること
	100.0	93.4	6.6	6.6	3.3	3.3
インドネシア	25	税務手続きの煩雑さ	進出国政府の不透明な政策運営	インフラの整備状況が不十分	行政手続きの煩雑さ	経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用
	100.0	84.0	68.0	60.0	52.0	36.0
フィリピン	57	不安定な政治・社会情勢	インフラの整備状況が不十分	行政手続きの煩雑さ	税務手続きの煩雑さ	進出国政府の不透明な政策運営
	100.0	57.9	57.9	43.9	36.8	35.1
ベトナム	26	インフラの整備状況が不十分	事務所スペースの不足や賃料の上昇	経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用	行政手続きの煩雑さ	進出国政府の不透明な政策運営
	100.0	76.9	69.2	57.7	46.2	42.3
インド	20	インフラの整備状況が不十分	事務所スペースの不足や賃料の上昇	税務手続きの煩雑さ	行政手続きの煩雑さ	経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用
	100.0	70.0	55.0	45.0	40.0	25.0

(注)「その他」は割愛した。

## (6) 貿易制度面での問題点

貿易制度面での問題点は、製造業、非製造業ともに、「通関等諸手続きが煩雑」、「通関に時間を要する」、「通達・規則内容の周知徹底が不十分」が上位を占める（図表 42、43、製造業付表 26-1、非製造業付表 15-1）。

これら項目では、在インド進出企業から指摘する比率が高い他、ASEAN においてもインドネシア、ベトナムで、他の ASEAN 諸国と比べ問題とする割合が高くなっている。特に非製造業では、インドネシアで「通関に時間を要する」(71.4%)、「通達・規則内容の周知徹底が不十分」(71.4%)、ベトナムが「通関等諸手続きが煩雑」(73.3%)、「通達・規則内容の周知徹底が不十分」(73.3%)の割合で高く、業種でみると仲介、物流機能・サービスを担う商社、運輸・倉庫・通信業等を中心に回答比率が高い。

また非製造業では「関税の課税評価の査定が不明瞭」、「関税分類の認定基準が不明瞭」といった問題も指摘されており、地域経済の統合を進める上で、通関諸手続きの調和・統一、税関担当者の人材育成が求められる。

図表 42 貿易制度面での問題点(上位 5 項目)(製造業)

(複数回答、単位：%、有効回答 436 社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総 数	436	通関等諸 手続きが 煩雑	通関に時間を 要する	通達・規則内容 の周知徹底が 不十分	関税の課税 評価の査定が 不明瞭	関税分類の 認定基準が 不明瞭
	100.0	41.3	40.8	37.8	22.7	17.4
ASEAN 計	409	通関等諸 手続きが 煩雑	通関に時間を 要する	通達・規則内容 の周知徹底が 不十分	関税の課税 評価の査定が 不明瞭	関税分類の 認定基準が 不明瞭
	100.0	39.9	39.1	38.9	22.7	16.9
タイ	120	通関等諸 手続きが 煩雑	通達・規則内容 の周知徹底が 不十分	関税の課税 評価の査定が 不明瞭	通関に時間を 要する	関税分類の 認定基準が 不明瞭
	100.0	45.0	39.2	36.7	27.5	23.3
マレーシア	82	通関に時間を 要する	通達・規則内容 の周知徹底が 不十分	通関等諸 手続きが 煩雑	関税分類の 認定基準が 不明瞭	検査システム が不明瞭
	100.0	37.8	31.7	29.3	12.2	9.8
シンガポール	25	通関に時間を 要する	関税の課税 評価の査定が 不明瞭	通関等諸 手続きが 煩雑	関税分類の 認定基準が 不明瞭	通達・規則内容 の周知徹底が 不十分
	100.0	28.0	20.0	16.0	16.0	12.0
インドネシア	74	通関に時間を 要する	通達・規則内容 の周知徹底が 不十分	通関等諸 手続きが 煩雑	関税の課税 評価の査定が 不明瞭	検査システム が不明瞭
	100.0	59.5	50.0	48.7	23.0	18.9
フィリピン	86	通関に時間を 要する	通達・規則内容 の周知徹底が 不十分	通関等諸 手続きが 煩雑	関税の課税 評価の査定が 不明瞭	検査システム が不明瞭
	100.0	41.9	40.7	38.4	19.8	18.6
ベトナム	22	通関等諸 手続きが 煩雑	通達・規則内容 の周知徹底が 不十分	通関に時間を 要する	関税分類の 認定基準が 不明瞭	関税の課税 評価の査定が 不明瞭
	100.0	54.6	50.0	40.9	22.7	13.6
インド	27	通関に時間を 要する	通関等諸 手続きが 煩雑	関税分類の 認定基準が 不明瞭	通達・規則内容 の周知徹底が 不十分	関税の課税 評価の査定が 不明瞭
	100.0	66.7	63.0	25.9	22.2	22.2

図表 43 貿易制度面での問題点(上位 5 項目)(非製造業)

(複数回答、単位：%、有効回答 226 社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	
総数	226	通関等諸手続きが煩雑	通関に時間を要する	通達・規則内容の周知徹底が不十分	関税の課税評価の査定が不明瞭	関税分類の認定基準が不明瞭	
	100.0	40.3	38.9	38.9	32.7	27.4	
ASEAN 計	210	通関等諸手続きが煩雑	通関に時間を要する	通達・規則内容の周知徹底が不十分	関税の課税評価の査定が不明瞭	関税分類の認定基準が不明瞭	
	100.0	39.1	38.1	37.1	33.8	28.6	
タイ	70	関税の課税評価の査定が不明瞭	関税分類の認定基準が不明瞭	通達・規則内容の周知徹底が不十分	通関等諸手続きが煩雑	通関に時間を要する	
	100.0	41.4	41.4	35.7	31.4	30.0	
マレーシア	54	通関に時間を要する	関税の課税評価の査定が不明瞭	通関等諸手続きが煩雑	検査システムが不明瞭	通達・規則内容の周知徹底が不十分	関税分類の認定基準が不明瞭
	100.0	33.3	27.8	25.9	25.9	24.1	
シンガポール	17	通関等諸手続きが煩雑	通関に時間を要する	関税の課税評価の査定が不明瞭	通達・規則内容の周知徹底が不十分	検査システムが不明瞭	非関税障壁が高い
	100.0	35.3	29.4	17.7	11.8	11.8	
インドネシア	21	通関に時間を要する	通達・規則内容の周知徹底が不十分	通関等諸手続きが煩雑	関税の課税評価の査定が不明瞭	関税分類の認定基準が不明瞭	検査システムが不明瞭
	100.0	71.4	71.4	57.1	38.1	33.3	
フィリピン	33	通関等諸手続きが煩雑	通関に時間を要する	通達・規則内容の周知徹底が不十分	関税の課税評価の査定が不明瞭	関税分類の認定基準が不明瞭	
	100.0	51.5	36.4	36.4	33.3	21.2	
ベトナム	15	通関等諸手続きが煩雑	通達・規則内容の周知徹底が不十分	通関に時間を要する	検査システムが不明瞭	関税の課税評価の査定が不明瞭	
	100.0	73.3	73.3	60.0	40.0	33.3	
インド	16	通達・規則内容の周知徹底が不十分	通関等諸手続きが煩雑	通関に時間を要する	検査システムが不明瞭	関税の課税評価の査定が不明瞭	
	100.0	62.5	56.3	50.0	25.0	18.8	

(注)「その他」は割愛した。

## 6. 競争力の源泉と今後の事業展開

### (1) 中国企業、地場企業が製品・サービスを販売する上での最大の競合相手

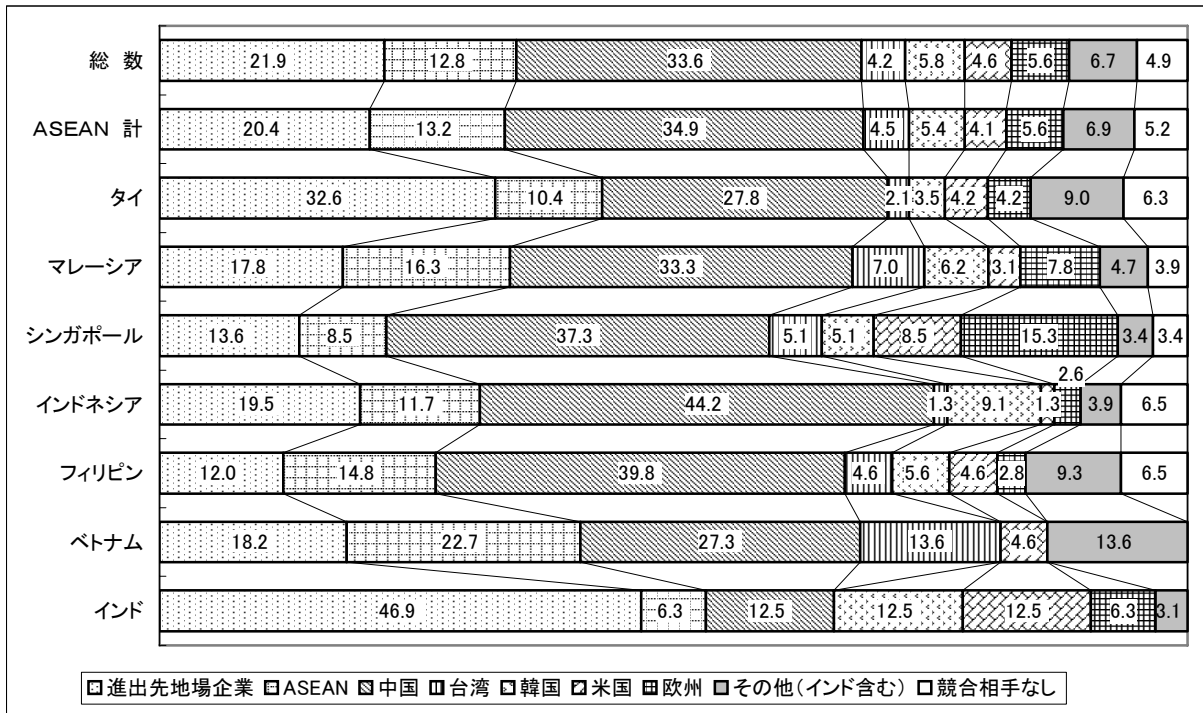
「製品・サービスを販売・提供するにあたり、同業日系進出企業を除き、現時点で最大の競争相手（競争相手の企業の国籍別）はどの国・地域の企業か」（有効回答企業：製造業 571 社、非製造業 389 社、択一回答）を聞いた。

製造業では、ASEAN・インド全体で「中国」が 33.6%を占めて前回調査と同様、最も高く、次いで「進出先地場企業」が 21.9%、「進出先国を除く ASEAN」が 12.8%となった（図表 44、製造業付表 27-1）。

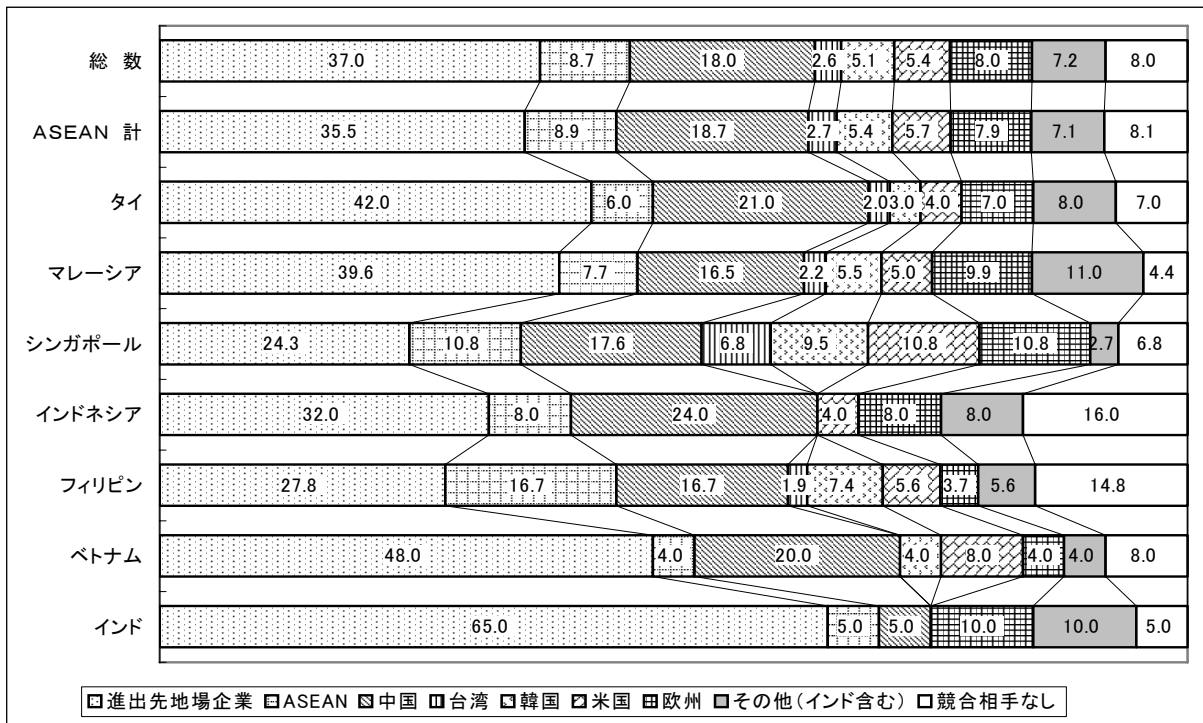
国別に見ると、「タイ」と「インド」に進出した日系製造業企業は、最大の競争相手として、「進出先地場企業」と回答した企業の割合が、高かったのに対し、両国以外は「中国」が最多だった。特に「シンガポール」、「インドネシア」、「フィリピン」の 3 カ国では ASEAN 全体での割合（34.9%）を超え、当該国における中国企業の存在感の大きさが浮彫りとなった。インドにおいては、「進出先地場企業」を最大の競合相手とする企業の割合が 46.9%と、他国を大きく引き離している。業種別に見ると、「鉄鋼」「非鉄金属」「金属製品」「一般機械」「電気・電子部品」「輸送用機器部品」で中国の割合が高かった。一方、「電気機械・電子機器」は中国より韓国企業の方が競合相手と見ている。

非製造業では、製造業の実態とは異なり「進出先地場企業」（37.0%）が「中国」（18.0%）を引き離して最大となった（図表 44、非製造業付表 17-1）。国別に見ても、全ての国において「中国」よりも「進出先地場企業」の値が大きくなった。

図表 44 進出先市場で製品・サービスを販売・提供する上での、現時点での最大の競争相手  
 (【製造業】単位:%、有効回答 571 社)



(【非製造業】単位:%、有効回答 389 社)



## (2) 競争相手は、価格、品質、設備投資で競争力を有する

「競争相手は主にどのような面で競争力があるか」（有効回答企業：製造業 544 社、非製造業 358 社。複数回答）を聞いた。

ASEAN・インド全体の製造業では、「価格」（86.0%）が「品質」（17.8%）に、68.2 ポイントの差を付け、抜きん出た（図表 45、製造業付表 28-1）。そして、「積極的な設備投資」（15.6%）がこれらに続く。国別で見ると、特にインドネシアは「価格」（94.4%）と回答した割合が対象国で最大となった。前項の設問で、インドネシアは他の国よりも「中国」を最大の競合相手と指摘した割合が高く、中国企業の安価な商品との厳しい価格競争に直面している模様だ。インドは、「販売ネットワーク」が第3位に挙げられた。同国では、地の利のある地場企業が販売ネットワークの面で有利に展開している模様だ。広い国土、製造・物流・販売にかかる複雑な間接税、物流インフラの未整備などの要素もあり、販売ネットワークの有無は強みとなっている。業種別にみても、「木材・木製品」を除く全ての業種で、「価格」が最大の回答となった。

非製造業においても、ASEAN・インド全体で「価格」（78.8%）が最大の回答率を得たが、一方で「品質」と同率で「進出先での有力な企業ネットワーク/人脈」（各 18.4%）が続いた（図表 45、非製造業付表 18-1）。業種別でも、全ての業種で「価格」が最大の競争力の源泉とされたが、一方で「金融・保険・証券・投資業」、「情報処理サービス/ソフトウェア事業」では「進出先での有力な企業ネットワーク/人脈」に対する回答の割合が各々4割強であった。



図表 45 競争相手の競争力(上位5位)

(【製造業】複数回答、単位:%、有効回答 544 社)

	第1位	第2位		第3位	第4位			第5位	
総数	価格	品質		積極的な設備投資	ブランド			販売ネットワーク	
	86.0	17.8		15.6	10.7			9.4	
ASEAN 計	価格	品質		積極的な設備投資	ブランド			優秀な人材	マーケティング
	86.1	17.8		14.8	10.0			9.0	
タイ	価格	品質		積極的な設備投資	ブランド	マーケティング		優秀な人材	研究・開発力
	85.9	13.3		10.4	9.6			8.9	
マレーシア	価格	品質		ブランド	積極的な設備投資		研究・開発力		マーケティング
	83.1	16.1		14.5	11.3			9.7	
シンガポール	価格	品質	積極的な設備投資	ブランド	研究・開発力			優秀な人材	製品の多さ
	80.7	19.3		14.0	12.3			販売ネットワーク	マーケティング
インドネシア	価格	品質		積極的な設備投資	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈			優秀な人材	製品の多さ
	94.4	16.7		13.9	11.1			9.7	
フィリピン	価格	品質		積極的な設備投資	ブランド	優秀な人材	販売ネットワーク	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈	マーケティング
	88.2	25.5		17.7	8.8			7.8	
ベトナム	価格	積極的な設備投資	販売ネットワーク	品質	製品の多さ	ブランド	優秀な人材	戦略的な他社との業務提携	
	81.8	22.7		18.2		4.6			
インド	価格	積極的な設備投資		販売ネットワーク		ブランド			品質
	84.4	28.1		25.0		21.9			製品の多さ
								18.8	

(注)「その他」は、割愛した。

(【非製造業】複数回答、単位:%、有効回答 358 社)

	第1位	第2位		第3位	第4位			第5位	
総数	価格	品質		進出先での有力な企業ネットワーク/人脈	ブランド			優秀な人材	
	78.8	18.4		18.4	18.2			16.2	
ASEAN 計	価格	品質	ブランド	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈	優秀な人材	販売ネットワーク		積極的な設備投資	
	79.7	17.7		15.9	14.8			12.1	
タイ	価格	ブランド		優秀な人材	販売ネットワーク	品質	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈	マーケティング	
	80.7	19.4		17.2	15.1			14.0	
マレーシア	価格	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈		販売ネットワーク	ブランド			品質	
	83.9	18.4		17.2	16.1			12.6	
シンガポール	価格	品質		ブランド	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈			販売ネットワーク	
	82.6	23.2		21.7	15.9			13.0	
インドネシア	価格	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈		品質	優秀な人材			ブランド	積極的な設備投資
	76.2	28.6		23.8	19.1			14.3	
フィリピン	価格	品質		優秀な人材	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈			販売ネットワーク	
	78.3	28.3		26.1	17.4			15.2	
ベトナム	価格	ブランド	積極的な設備投資	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈	マーケティング		優秀な人材	製品の多さ	販売ネットワーク
	56.5	21.7		17.4	13.0			効果的な広告・宣伝活動	戦略的な他社との業務提携
インド	価格	品質	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈	ブランド	製品の多さ	販売ネットワーク	積極的な設備投資	優秀な人材	研究・開発力
	63.2	31.6		26.3	21.1			15.8	

### (3) 競合相手に対し、高付加価値化で対抗

「競争相手に対する対抗手段」（有効回答企業：製造業 536 社、非製造業 359 社。複数回答）を聞いた。

製造業では、ASEAN・インド全体で「製品の高付加価値化」と回答した比率が 56.2%、次いで「マーケティング・営業の強化」（33.4%）と「販売価格の引き下げ」（27.1%）が続き、概ね前年度調査と同様の対抗手段が示された（図表 46、製造業付表 29-1）。

前項設問で、競合相手の最大の競争力が価格であると指摘をされたが、日系製造業は同じ土俵ではなく、ワンランク上の製品の投入、マーケティングや営業活動で対応しようとする姿勢が見られた。

「研究・開発機能の強化」、「新規分野での顧客の開拓」が続くことから、この傾向を垣間見ることが出来る。国別でみると、マレーシアとシンガポールは「販売価格の引き下げ」よりも「研究・開発機能の強化」に重点を置いている。一方、ベトナムは「設備の増強」の占める割合が高く、生産規模の拡大による対抗策も検討されている。ベトナムと同様に注目されるインドは、「販売ネットワークの拡充」と、「アフターサービスの強化」と回答した割合が他国より多く、広大な国土に点在する市場、物を長期にわたって使用するインド人の性格を踏まえた対策と見られる。

業種別でみると、「衣服・繊維製品」「紙・パルプ」（各 100%）、「繊維」「木材・木製品」「石油製品」「医薬品」「非鉄金属」「金属製品」「電気・電子部品」（各 60%以上）で「製品の高付加価値化」が高い。これら業種は、競合相手が価格競争力を前面に打ち出している業種であり、日系製造企業は価格競争を避け、付加価値で対抗する姿勢が見られた。

非製造業でも製造業と同様に、ASEAN・インド全体で「製品・サービスの高付加価値化」（63.5%）とする企業の比率が最も高い（図表 46、非製造業付表 19-1）。次いで「マーケティング・営業の強化」「新規分野での顧客の開拓」、「新製品・サービスの市場投入」、「アフターサービスの強化」が上位に並んだ。非製造業では、中でも「販売価格の引き下げ」の割合が低く（18.1%）、業種の性格上、価格競争に打って出ることの難しさがあるとみられる。業種別では、「金融・保険・証券・投資業」「情報処理サービス/ソフトウェア事業」で「高付加価値化」に加え、「マーケティング・営業力の強化」を重視する傾向が見られた。

図表 46 競争相手に対する対抗手段(回答上位5位)

(【製造業】複数回答、単位:%、有効回答 536 社)

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数	製品の高付加価値化	マーケティング・営業の強化	販売価格の引き下げ	研究・開発機能の強化	新規分野での顧客の開拓
	56.2	33.4	27.1	21.6	20.2
ASEAN 計	製品の高付加価値化	マーケティング・営業の強化	販売価格の引き下げ	研究・開発機能の強化	新規分野での顧客の開拓
	56.2	33.1	26.9	21.6	20.6
タイ	製品の高付加価値化	マーケティング・営業の強化	販売価格の引き下げ	研究・開発機能の強化	新規分野での顧客の開拓
	56.8	30.3	25.8	22.7	18.9
マレーシア	製品の高付加価値化	マーケティング・営業の強化	研究・開発機能の強化	販売価格の引き下げ	新規分野での顧客の開拓
	58.5	37.4	28.5	27.6	27.6
シンガポール	製品の高付加価値化	マーケティング・営業の強化	研究・開発機能の強化	新規分野での顧客の開拓	アフターサービスの強化
	60.7	32.1	26.8	26.8	23.2
インドネシア	製品の高付加価値化	マーケティング・営業の強化	販売価格の引き下げ	設備の増強	研究・開発機能の強化
	57.8	33.8	31.0	18.3	16.9
フィリピン	製品の高付加価値化	マーケティング・営業の強化	販売価格の引き下げ	物流の効率化	既存製品/事業での選択と集中
	52.0	30.4	27.5	19.6	17.7
ベトナム	製品の高付加価値化	マーケティング・営業の強化	設備の増強	販売価格の引き下げ	アフターサービスの強化
	42.9	38.1	33.3	28.6	23.8
インド	製品の高付加価値化	新製品・モデルの市場投入	マーケティング・営業の強化	販売ネットワークの拡充	アフターサービスの強化
	54.8	41.9	38.7	35.5	32.3

(【非製造業】複数回答、単位:%、有効回答 359 社)

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数	製品・サービスの高付加価値化	マーケティング・営業の強化	新規分野での顧客の開拓	新製品・サービスの市場投入	アフターサービスの強化
	63.5	39.8	25.1	23.7	23.4
ASEAN 計	製品・サービスの高付加価値化	マーケティング・営業の強化	新規分野での顧客の開拓	アフターサービスの強化	新製品・サービスの市場投入
	63.7	38.6	24.8	23.9	23.6
タイ	製品・サービスの高付加価値化	マーケティング・営業の強化	新規分野での顧客の開拓	新製品・サービスの市場投入	アフターサービスの強化
	63.4	39.8	26.9	21.5	18.3
マレーシア	製品・サービスの高付加価値化	マーケティング・営業の強化	アフターサービスの強化	新規分野での顧客の開拓	新製品・サービスの市場投入
	62.4	45.9	31.8	27.1	25.9
シンガポール	製品・サービスの高付加価値化	マーケティング・営業の強化	新製品・サービスの市場投入	販売価格の引き下げ	新規分野での顧客の開拓
	66.7	34.8	31.9	29.0	26.1
インドネシア	製品・サービスの高付加価値化	新製品・サービスの市場投入	新規分野での顧客の開拓	アフターサービスの強化	マーケティング・営業の強化
	66.7	28.6	23.8	14.3	9.5
フィリピン	製品・サービスの高付加価値化	マーケティング・営業の強化	アフターサービスの強化	既存製品/事業での選択と集中	物流の効率化
	54.4	34.8	19.6	17.4	15.2
ベトナム	製品・サービスの高付加価値化	マーケティング・営業の強化	アフターサービスの強化	新製品・サービスの市場投入	新規分野での顧客の開拓
	76.0	48.0	28.0	24.0	20.0
インド	製品・サービスの高付加価値化	マーケティング・営業の強化	新規分野での顧客の開拓	新製品・サービスの市場投入	販売ネットワークの拡充
	60.0	30.0	25.0	25.0	20.0

#### (4) 製造業、非製造業ともに主に総務、財務部門でローカルスタッフを活用

「ローカルスタッフがトップ就いている部門」（有効回答企業：製造業 575 社、非製造業 340 社。複数回答）を聞いた。

製造業では、ASEAN・インド全体では前年度調査と同様、「総務・人事部門」「生産管理」「財務・会計部門」（各 73.9%、64.4%、59.0%）が上位 3 部門であった（図表 47、製造業付表 30-1）。

国別に見ると、マレーシアを除く全ての国・地域で「総務・人事部門」が最多だったのに対し、同国のみ「生産管理」（77.9%）が最多であった。業種別では、マレーシアの日系企業は「化学品」、「電気機械・電子機器」、「電気・電子部品」、「輸送用機器部品」などで「生産管理」を重視している。ベトナムは「財務・会計部門」が 39.1%と ASEAN 平均（59.0%）よりも 20 ポイント近く低い。同部門での人材が少ない上に、進出企業の急増で、人材供給が逼迫している実態が反映された。インドは、複雑な税制度、労働者寄りの労働法、広大な国土に散らばる市場への販路開拓などで、現地スタッフが活用されるケースが多いことを反映し、「営業・販売・マーケティング」は ASEAN の約 2 倍の 54.6% となった。また、「現法社長・会長」の割合も全体（7.5%）より 16.7 ポイントも高く、調査対象国の中では、唯一全ての項目において現地スタッフのトップ就任率が 2 桁台となった。日系企業にとって ASEAN と比べて不慣れなインドでビジネスを行うには、現地に精通した地場企業と連携したり、現地スタッフを積極的に活用したりすることが、有効な経営手段の一つとされる実態が浮彫りになった。

非製造業では、ASEAN・インド全体で「財務・会計部門」（57.4%）が最多で、「総務・人事部門」（55.9%）「営業・販売・マーケティング部」（44.7%）が続いた（図表 47、非製造業付表 20-1）。国別で見ると、非製造業でもインドにおける現地スタッフのトップ就任率は全て 2 桁台と高く、特に「現法役員」「現法社長・会長」は 4 割にも達した。また、フィリピンもインドと同様に全ての項目で 2 桁台となった。業種別で見ると、「建築・工事業」においては「調達・購買部門」でのトップ就任比率が高く、全体よりも 30.3 ポイント上回った。

図表 47 ローカルスタッフがトップに就いている部門(上位5位)

(【製造業】複数回答、単位:%、有効回答 575 社)

	第1位	第2位	第3位		第4位	第5位	
総数	総務・人事部門	生産管理	財務・会計部門		品質管理	調達・購買部門	
	73.9	64.4	59.0		51.0	41.6	
ASEAN 計	総務・人事部門	生産管理	財務・会計部門		品質管理	調達・購買部門	
	74.2	65.1	58.5		51.7	41.1	
タイ	総務・人事部門	生産管理	財務・会計部門		品質管理	調達・購買部門	
	80.3	58.4	57.7		44.5	37.2	
マレーシア	生産管理	総務・人事部門	財務・会計部門		品質管理	調達・購買部門	
	77.9	68.4	61.8		58.1	47.1	
シンガポール	総務・人事部門	生産管理	財務・会計部門		営業・販売・マーケティング部門	調達・購買部門	
	65.5	60.3	56.9		51.7	46.6	
インドネシア	総務・人事部門	生産管理	品質管理	財務・会計部門	財務・会計部門	調達・購買部門	
	79.2	62.3	54.6		54.6	49.4	
フィリピン	総務・人事部門	財務・会計部門	生産管理		品質管理	エンジニア部門	調達・購買部門
	74.8	63.1	62.2		56.8	33.3	
ベトナム	総務・人事部門	生産管理	品質管理		財務・会計部門	調達・購買部門	
	73.9	65.2	43.5		39.1	26.1	
インド	総務・人事部門	財務・会計部門	営業・販売・マーケティング部		生産管理	調達・購買部門	
	69.7	66.7	54.6		51.5	48.5	

(【非製造業】複数回答、単位:%、有効回答 340 社)

	第1位		第2位		第3位	第4位	第5位
総数	財務・会計部門		総務・人事部門		営業・販売・マーケティング部門	調達・購買部門	現法役員
	57.4		55.9		44.7	19.7	17.4
ASEAN 計	財務・会計部門		総務・人事部門		営業・販売・マーケティング部門	調達・購買部門	現法役員
	57.5		56.3		44.6	20.0	16.3
タイ	財務・会計部門		総務・人事部門		営業・販売・マーケティング部門	調達・購買部門	現法役員
	57.3		53.7		32.9	30.5	15.9
マレーシア	財務・会計部門		営業・販売・マーケティング部門		総務・人事部門	調達・購買部門	現法役員
	59.3		57.0		53.5	17.4	16.3
シンガポール	営業・販売・マーケティング部門		財務・会計部門		総務・人事部門	現法役員	調達・購買部門
	59.7		50.0		48.4	14.5	11.3
インドネシア	総務・人事部門		財務・会計部門		営業・販売・マーケティング部門	調達・購買部門	
	68.0		56.0		24.0	20.0	
フィリピン	総務・人事部門		財務・会計部門		営業・販売・マーケティング部門	現法役員	現法社長・会長
	69.4		65.3		40.8	22.5	16.3
ベトナム	総務・人事部門	財務・会計部門	営業・販売・マーケティング部門	調達・購買部門	現法役員	現法社長・会長	
	57.1		28.6		19.1	4.8	
インド	財務・会計部門		営業・販売・マーケティング部門	総務・人事部門	現法役員	現法社長・会長	企画・研究開発部門
	53.3		46.7		40.0	26.7	20.0

(注)「その他」は、割愛した。

## (5) 優秀な人材の確保に注力する日系企業

在 ASEAN・インドの日系企業に対し、「今後1～2年の現地管理職活用の方向性」（有効回答企業：製造業 620 社、非製造業 407 社。択一回答）および「拡大する理由」（有効回答企業：製造業 334 社、非製造業 202 社。複数回答）を聞いた。

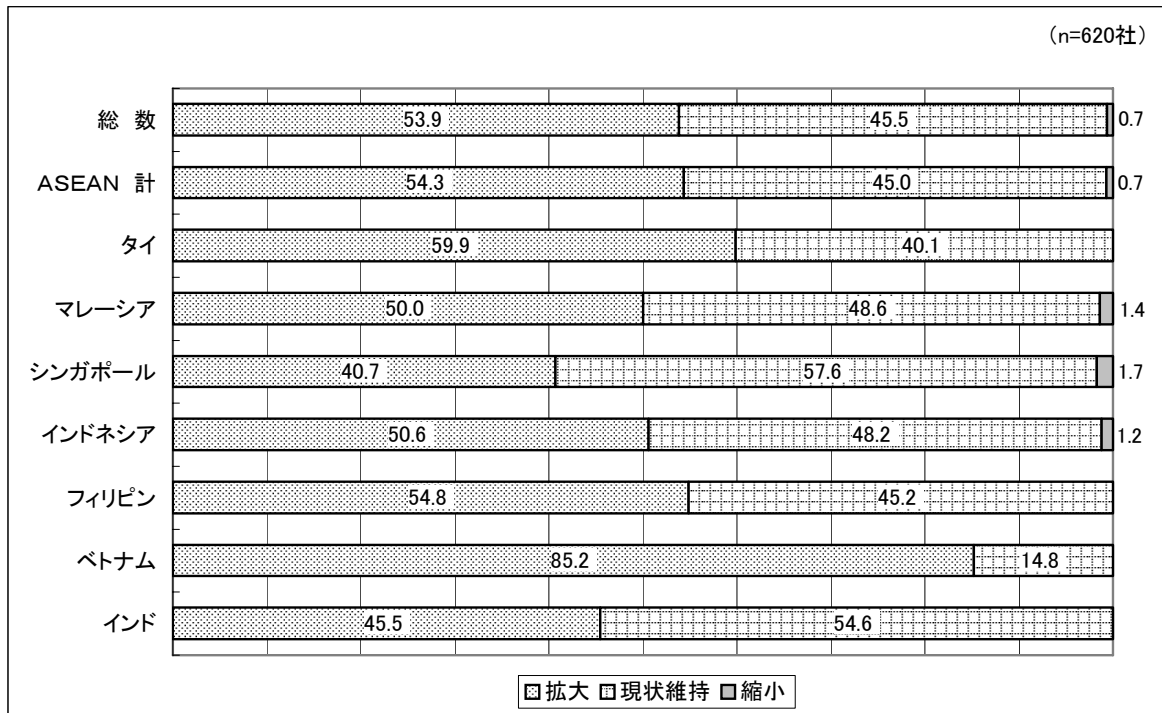
製造業では、ASEAN・インド全体で 53.9%の企業が「拡大」させると回答した（図表 48—1、製造業付表 30-3、30-4）。その理由として、「優秀な現地人材への動機付けのため」（77.0%）が最も多く、「現地拠点内でのコミュニケーション円滑化」（47.0%）、「人件費などコスト削減」（44.3%）が続いた。国別で見ると、タイ、マレーシアは今後さらに拡大させる傾向が見られたが、シンガポールにおいては「現状維持」（57.6%）が最多となった。一方、タイとマレーシアで「拡大」する最大の理由として、「優秀な現地人材への動機付けのため」が挙げられた。両国では優秀な技術者の人材不足が深刻化しており、人材確保が課題となっている実態が反映された。一方、ベトナムは拡大が 85.2%と ASEAN・インド全体で最も高く、優秀な人材の社内確保、コスト削減や営業力強化のために現地人材を活用する方向性が見受けられた。インドは、シンガポール同様、「現状維持」が最多であったが、拡大も 45.5%に達し、その理由として、「優秀な人材への動機付け」が最大の理由とされている。ただし、同国では、「現地市場での営業力強化」を指摘する比率は 4 割に達しており、ASEAN 全体より 22.1 ポイント高い。インドビジネスの難しさに加え、経済成長とともに、中間所得者層が増加し、国内市場が厚みとともに地域的にも広がりを見せるインドにおいて、現場を熟知した現地人材による営業力の強化が、市場シェア獲得・維持に必要不可欠となっている現状がうかがえる。

非製造業では、ASEAN・インド全体で、拡大と現状維持がほぼ拮抗した（図表 48-2、非製造業付表 20-3、20-4）。拡大の理由は、製造業と同様「優秀な現地人材への動機付けのため」（69.3%）が最大であったが、一方で「人件費などコスト削減のため」は 31.7%と製造業と比較して低く、逆に「現地市場での営業力強化のため」が 53.0%と第 2 位となった。

国別で見ると、マレーシア、シンガポール、フィリピンは「現状維持」の回答の割合が、「拡大」と比して高い。ベトナムは、製造業と同様、「拡大」とする比率(76.9%)が ASEAN・インド全体の中で、最も高かった。インドは「情報処理サービス/ソフトウェア事業」、「商社」を中心に拡大との回答が多く、ベトナムに次ぐ 66.7%となった。拡大する理由は、ASEAN が「現地人材の動機付けのため」が最多なのに対し、インドでは「営業力強化のため」が最大となり、非製造業においても営業力強化に、現地人材を活用することへの積極姿勢が窺える。

図表 48-1 今後 1~2 年の現地管理職活用の方向性、拡大する理由(製造業)

(【製造業】単位:%、有効回答 620 社)

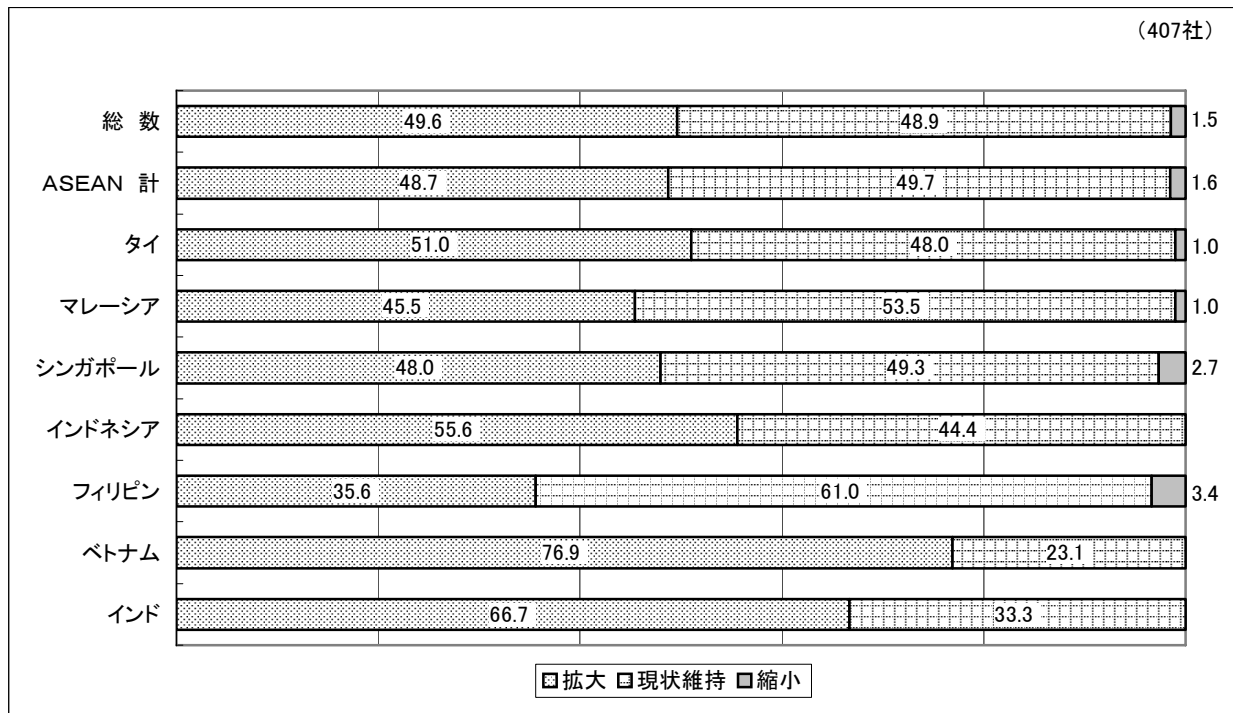


(【製造業】複数回答、単位:%、有効回答 334 社)

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数	優秀な現地人材への動機付けのため 77.0	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 47.0	人件費などコスト削減のため 44.3	現地顧客対応のため 19.5	現地市場での営業力強化のため 18.9
ASEAN 計	優秀な現地人材への動機付けのため 77.4	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 47.0	人件費などコスト削減のため 44.5	現地顧客対応のため 18.8	現地市場での営業力強化のため 17.9
タイ	優秀な現地人材への動機付けのため 78.0	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 48.4	人件費などコスト削減のため 46.2	現地市場での営業力強化のため 18.7	現地顧客対応のため 14.3
マレーシア	優秀な現地人材への動機付けのため 83.3	人件費などコスト削減のため 48.6	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 40.3	現地市場での営業力強化のため 19.4	現地顧客対応のため 9.7
シンガポール	優秀な現地人材への動機付けのため 66.7	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 58.3	現地顧客対応のため 37.5	人件費などコスト削減のため 33.3	現地市場での営業力強化のため 16.7
インドネシア	優秀な現地人材への動機付けのため 68.3	人件費などコスト削減のため 43.9	現地市場での営業力強化のため 26.8	現地顧客対応のため 17.1	現地政府・産業界との関係強化のため 7.3
フィリピン	優秀な現地人材への動機付けのため 79.4	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 50.0	人件費などコスト削減のため 42.7	現地顧客対応のため 17.7	現地政府・産業界との関係強化のため 7.4
ベトナム	優秀な現地人材への動機付けのため 78.3	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 47.8	人件費などコスト削減のため 43.5	現地市場での営業力強化のため 26.1	現地顧客対応のため 21.7
インド	優秀な現地人材への動機付けのため 66.7	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 46.7	人件費などコスト削減のため 40.0	現地顧客対応のため 33.3	現地政府・産業界との関係強化のため 13.3

図表 48-2 今後 1～2 年の現地管理職活用の方向性、拡大する理由(非製造業)

(【非製造業】単位:%、有効回答 407 社)



(【非製造業】複数回答、単位:%、有効回答 202 社)

	第1位	第2位	第3位		第4位	第5位
総数	優秀な現地人材への動機付けのため 69.3	現地市場での営業力強化のため 53.0	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 34.7		現地顧客対応のため 32.2	人件費などコスト削減のため 31.7
ASEAN 計	優秀な現地人材への動機付けのため 70.2	現地市場での営業力強化のため 52.1	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 33.5		現地顧客対応のため 32.5	人件費などコスト削減のため 31.9
タイ	優秀な現地人材への動機付けのため 66.7	現地市場での営業力強化のため 49.0	現地顧客対応のため 37.3		現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 33.3	人件費などコスト削減のため 25.5
マレーシア	優秀な現地人材への動機付けのため 66.7	現地市場での営業力強化のため 51.1	人件費などコスト削減のため 35.6	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため	現地顧客対応のため 33.3	現地政府・産業界との関係強化のため 13.3
シンガポール	優秀な現地人材への動機付けのため 72.2	現地市場での営業力強化のため 61.1	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 33.3	現地顧客対応のため	人件費などコスト削減のため 25.0	現地政府・産業界との関係強化のため 5.6
インドネシア	優秀な現地人材への動機付けのため 73.3	現地市場での営業力強化のため 53.3	人件費などコスト削減のため 46.7		現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 40.0	現地顧客対応のため 26.7
フィリピン	優秀な現地人材への動機付けのため 71.4	現地市場での営業力強化のため 61.9	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 38.1		現地顧客対応のため 33.3	人件費などコスト削減のため 19.1
ベトナム	優秀な現地人材への動機付けのため 80.0	人件費などコスト削減のため 55.0	現地市場での営業力強化のため 35.0		現地政府・産業界との関係強化のため 30.0	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 20.0
インド	現地市場での営業力強化のため 64.3	優秀な現地人材への動機付けのため 57.1	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため 50.0		人件費などコスト削減のため 28.6	現地政府・産業界との関係強化のため 14.3

(注)「その他」は、割愛した。



## (6) 製造業・非製造業ともにベトナム、インドで大きく事業規模拡大

在 ASEAN・インドの日系企業に対し、「今後1～2年後の事業展開の方向性」（有効回答企業：製造業 621 社、非製造業 404 社。択一回答）を聞いた。

製造業では、ASEAN・インド全体で、「規模拡大」の割合が前回調査時より 5.7 ポイント増加し、61.2%と、過去 5 年間の調査では最大となった（図表 49-1、製造業付表 31-1）。

国別でみると、全ての国で「規模拡大」と回答した企業の割合が過半を超えた。特に、9 割超の企業が「規模拡大」と回答したベトナム、インドにおいては、「縮小」、「第 3 国への移転・撤退」が無回答と、ほとんどの業種において、国内の拡大は当面継続する見込みだ。両国に続くタイは、前年度調査では大幅に低下したものの、今回の調査では 2.6 ポイントとわずかだが増加に転じた。業種別では、鉄鋼、輸送用機器部品で拡大傾向が見られた。タイの国内自動車市況は 06 年度に続き低調だったが、輸出が大幅に増加したこと、自動車産業の起爆剤と期待されるエコカー計画の発表、暫定政権が憲法制定や民政移管となる総選挙の実施を最重要課題としたことによる先行き期待感などの影響によると思われる。国別で、前年度調査と比較すると、シンガポール、フィリピン、ベトナムで 10 ポイント以上の伸びが見られた。業種別にみると、フィリピンは「電気機械・電子機器」で拡大が顕著だった。一方、ベトナムはほぼ全ての業種で拡大の傾向が見られた。

非製造業でも、製造業同様に、ベトナムとインドが ASEAN・インド全体を牽引し、「拡大」が両国とも 8 割を超えた。ベトナムにおいては「縮小」「第 3 国への移転」は見られず、製造業、非製造業ともに両国での事業展開の好調ぶりが見られた（図表 49-2、非製造業付表 21-1）。業種別でもほぼ全ての業種で拡大が最多となった。また、タイも「規模拡大」が 74.0%と、ASEAN 全体（59.8%）を約 15 ポイント上回った。業種別に見ると、「運輸・倉庫・通信業」「商業」「商社」で、その傾向が顕著だった。

図表 49-1 今後 1～2 年の事業展開の方向性【製造業】

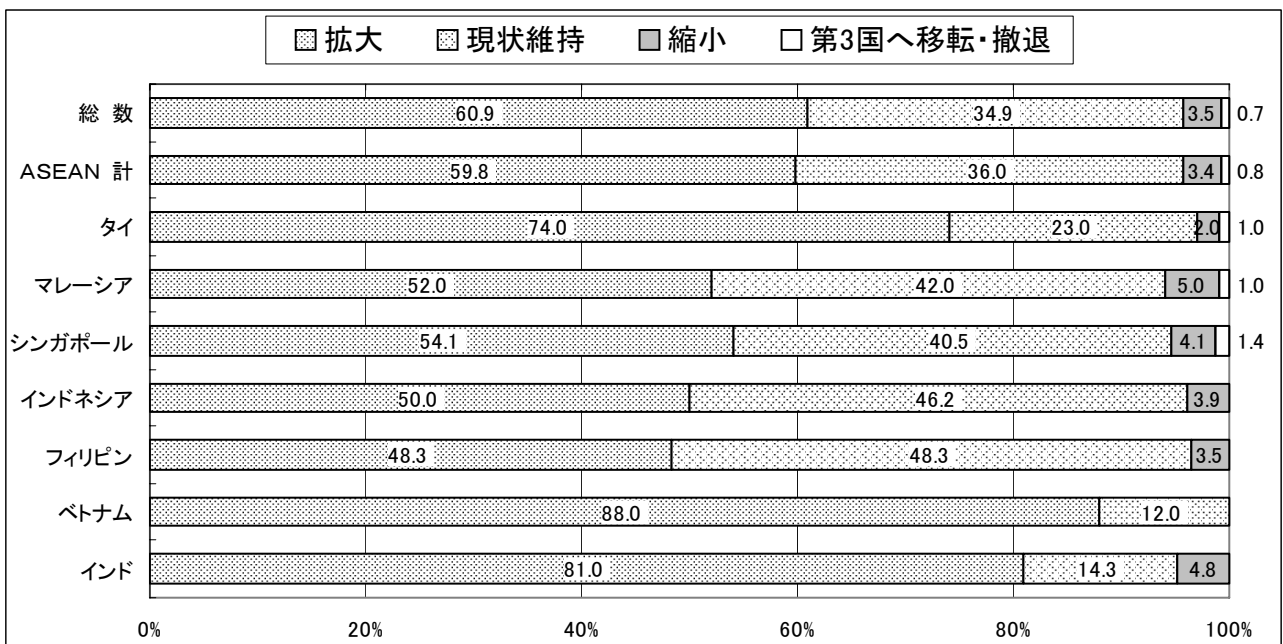
上段:2006 年度調査 有効回答数:821 社

下段:2007 年度調査 有効回答数:621 社

	拡大	現状維持	縮小	第3国へ移転・撤退	
総数	2006	55.5	39.5	3.9	1.1
	2007	61.2	33.3	4.5	1.0
ASEAN 計	2006	54.1	40.7	4.1	1.1
	2007	59.6	34.6	4.8	1.0
タイ	2006	63.2	35.8	1.0	
	2007	65.8	30.9	2.6	0.7
マレーシア	2006	45.0	49.6	5.3	
	2007	52.8	40.3	6.3	0.7
シンガポール	2006	39.5	44.2	8.1	8.1
	2007	55.0	30.0	11.7	3.3
インドネシア	2006	50.4	45.4	4.3	
	2007	53.1	38.3	7.4	1.2
フィリピン	2006	49.1	44.0	5.7	1.3
	2007	59.2	38.4	1.6	0.8
ベトナム	2006	82.4	16.2	1.5	
	2007	92.6	7.4		
インド	2006	88.6	11.4		
	2007	90.6	9.4		

図表 49-2 今後 1～2 年の事業展開の方向性【非製造業】

(【非製造業】2007 年度調査 有効回答数:404 社)



## (7) ベトナム、インドは昨年に引続き好調をキープ

「今後の事業展開が拡大する理由」として、製造業ではASEAN・インド全体で、前年度調査同様「追加投資による事業規模の拡大」が64.2%で最大となった（有効回答企業：製造業380社、非製造業246社。複数回答）を聞いた。これに「生産品目の拡大（多角化）」（53.2%）「生産品目の高付加価値化」（45.5%）が続いた（図表50-1、製造業付表32-1）。国別に見ると、前年度調査では全ての国で「追加投資による事業規模の拡大」が、第1位であったものの、今年度調査では、シンガポールでは「生産品目の高付加価値化」（51.5%）、インドネシアは「生産品目の拡大（多角化）」（60.5%）が最大となった。ベトナムは「追加投資による事業規模の拡大」をあげる比率が前回調査より7.2ポイント上昇し、一層の規模拡大の様子が窺われる。

非製造業では、製造業とは異なる結果となった。ASEAN・インド全体では「製品・サービス範囲の拡大（市場開拓）」（61.8%）、「製品・サービス内容の拡大（多角化）」（52.0%）が過半数を超えた（図表50-2、非製造業付表22-1）。国別では、インドネシアを除く全ての国で、市場開拓が最大の理由とされた。ベトナムでは「追加投資による事業規模の拡大」が、ASEAN平均よりも23.2ポイントも高く第2位となった。インドは「企画・研究開発機能の強化」（35.3%）が調査対象国の中では突出して高くなった。

図表 50-1 事業拡大の具体的な方針(回答比率上位 5 項目)【製造業】

【製造業】複数回答、単位:%、有効回答 380 社

	第 1 位	第 2 位	第 3 位	第 4 位	第 5 位
総 数	追加投資による事業規模の拡大	生産品目の拡大(多角化)	生産品目の高付加価値化	設計・研究開発機能の強化	特定品目を貴社に集約
	64.2	53.2	45.5	10.8	10.3
ASEAN 計	追加投資による事業規模の拡大	生産品目の拡大(多角化)	生産品目の高付加価値化	設計・研究開発機能の強化	特定品目を貴社に集約
	63.5	53.6	45.6	10.5	10.5
タイ	追加投資による事業規模の拡大	生産品目の拡大(多角化)	生産品目の高付加価値化	設計・研究開発機能の強化	特定品目を貴社に集約
	70.0	55.0	52.0	11.0	10.0
マレーシア	追加投資による事業規模の拡大	生産品目の拡大(多角化)	特定品目の生産拠点を貴社に集約	設計・研究開発機能の強化	
	59.2	48.7	15.8	11.8	
シンガポール	生産品目の高付加価値化	追加投資による事業規模の拡大	生産品目の拡大(多角化)	設計・研究開発機能の強化	
	51.5	45.5	39.4	24.2	
インドネシア	生産品目の拡大(多角化)	追加投資による事業規模の拡大	生産品目の高付加価値化	特定品目を貴社に集約	設計・研究開発機能の強化
	60.5	58.1	39.5	9.3	7.0
フィリピン	追加投資による事業規模の拡大	生産品目の拡大(多角化)	生産品目の高付加価値化	特定品目の生産拠点を貴社に集約	設計・研究開発機能の強化
	63.5	46.0	39.2	12.2	5.4
ベトナム	追加投資による事業規模の拡大	生産品目の拡大(多角化)	生産品目の高付加価値化	設計・研究開発機能の強化	特定品目を貴社に集約
	84.0	60.0	32.0	8.0	4.0
インド	追加投資による事業規模の拡大	生産品目の拡大(多角化)	生産品目の高付加価値化	設計・研究開発機能の強化	特定品目を貴社に集約
	72.4	48.3	44.8	13.8	6.9

(注)「その他」は、割愛した。

図表 50-2 事業拡大の具体的な方針(回答比率上位 5 項目)【非製造業】

【非製造業】複数回答、単位:%、有効回答 246 社

	第 1 位	第 2 位	第 3 位	第 4 位	第 5 位
総 数	製品・サービス範囲の拡大(市場開拓)	製品・サービス内容の拡大(多角化)	追加投資による事業規模の拡大	企画・研究開発機能の強化	特定製品・サービスを貴社に集約
	61.8	52.0	32.1	8.9	5.7
ASEAN 計	製品・サービス範囲の拡大(市場開拓)	製品・サービス内容の拡大(多角化)	追加投資による事業規模の拡大	企画・研究開発機能の強化	特定製品・サービスを貴社に集約
	61.1	52.0	31.4	7.0	4.8
タイ	製品・サービス範囲の拡大(市場開拓)	製品・サービス内容の拡大(多角化)	追加投資による事業規模の拡大	企画・研究開発機能の強化	特定製品・サービスを貴社に集約
	63.5	50.0	39.2	10.8	5.4
マレーシア	製品・サービス範囲の拡大(市場開拓)	製品・サービス内容の拡大(多角化)	追加投資による事業規模の拡大	企画・研究開発機能の強化	
	59.6	51.9	28.9	9.6	
シンガポール	製品・サービス範囲の拡大(市場開拓)	製品・サービス内容の拡大(多角化)	追加投資による事業規模の拡大	特定製品・サービスを貴社に集約	
	55.0	50.0	17.5	7.5	
インドネシア	製品・サービス内容の拡大(多角化)	製品・サービス範囲の拡大(市場開拓)	追加投資による事業規模の拡大		
	84.6	76.9	15.4		
フィリピン	製品・サービス範囲の拡大(市場開拓)	製品・サービス内容の拡大(多角化)	追加投資による事業規模の拡大	企画・研究開発機能の強化	特定製品・サービスを貴社に集約
	57.1	46.4	25.0	3.6	
ベトナム	製品・サービス範囲の拡大(市場開拓)	追加投資による事業規模の拡大	製品・サービス内容の拡大(多角化)	特定製品・サービスを貴社に集約	企画・研究開発機能の強化
	63.6	54.6	50.0	9.1	4.6
インド	製品・サービス範囲の拡大(市場開拓)	製品・サービス内容の拡大(多角化)	追加投資による事業規模の拡大	企画・研究開発機能の強化	特定製品・サービスを貴社に集約
	70.6	52.9	41.2	35.3	17.7

(注)「その他」は、割愛した。

## (8) 進出国内での拠点統合の方向が強まるものの、移転先はタイが優勢

今後の事業展開が、「縮小」か「移転・撤退」と回答した企業の新たな生産拠点や生産品目の移転先に関し、(有効回答企業：製造業 34 社、非製造業 16 社。複数回答) を聞いた。

製造業では、前項設問の結果、ベトナムおよびインドは「縮小」「第 3 国へ移転・撤退」の回答がなく、残り ASEAN5 カ国が本設問対象国となる。全体では、過去 2 年間の調査では「一部生産品目を第 3 国(地域)の関係会社へ移転」が最多だったが、今年度調査では「進出国内における拠点統合」と回答した企業が 14 社(41.2%)と最多であった(図表 51-1、製造業付表 32-2、32-3)。

今後 1～2 年間の、生産品目や生産拠点の移転先としては、「タイ」(10 社)が最も多く、ついで「ベトナム」(8 社)、「中国」(7 社)となった。前年度調査と比較すると、タイは首位のままだが、ベトナムと中国が入れ替わった(有効回答企業：20 社、複数回答)。国別に見ると、化学品、電気・電子部品関連で、シンガポール進出日系企業が移転先としてタイをあげるのが目立った。中国への移転 7 社のうち、シンガポールと、インドネシアから各々 3 社が占め、インドネシアより「化学品」、「電気・電子部品」で中国への移転が検討されている。

移転先決定の理由として、有効回答企業数が 8 社と最多であるシンガポール進出企業は、「ワーカーの賃金」を最重要視し、次に「市場の規模」や「潜在性・成長性」、「管理・運営コスト」などが続いた。ASEAN 全体でみても、「ワーカーの賃金」や「管理・運営コスト」を決定要因とする回答が多かった(製造業付表 32-4)。

非製造業でも製造業と同様に、第 3 国への移転よりも進出国内における拠点統合が多く、全体の 41.2%を占めた(図表 51-2、非製造業付表 22-2、22-3、22-4)。

非製造業での今後 1～2 年間の移転先としては、「タイ」(3 社)、「ベトナム」(2 社)、「シンガポール」(1 社)となった。移転先をタイと回答した企業 3 社のうち 2 社はシンガポールからの移転によるもので、業種は「運輸・倉庫・通信業」「商社」となった。

移転先決定の理由で最多は「成長性・潜在性」で、一方、製造業で最多だった「賃金」を重要視する割合は非常に低かった。

図表 51-1 今後の事業展開が「縮小」「第3国(地域)へ移転・撤退」の理由・移転先【製造業】

(上段 回答社数、下段 構成比(%)、複数回答、有効回答 34 社)

	ASEAN	タイ	マレーシア	シンガポール	インドネシア	フィリピン
有効回答	34	5	10	9	7	3
進出国内における 拠点統合	14	3	6	1	3	1
	41.2	60.0	60.0	11.1	42.9	33.3
生産拠点を 第3国へ移転	8	-	1	6	1	-
	23.5	-	10.0	66.7	14.3	-
一部生産品目を 第3国の関係会社 へ移転	12	2	3	2	3	2
	35.3	40.0	30.0	22.2	42.9	66.7
有効回答		2	4	8	4	2
移転先		ベトナム(1) 中国(1)	タイ(1) ベトナム(2) インド(1) その他(1)	タイ(6) ベトナム(2) インド(1) 中国(3) 日本(1)	タイ(2) マレーシア(1) ベトナム(2) 中国(3)	タイ(1) ベトナム(1) その他(1)

図表 51-2 今後の事業展開が「縮小」「第3国(地域)へ移転・撤退」の理由・移転先【非製造業】

(上段 回答社数、下段 構成比(%)、複数回答、有効回答 16 社)

	ASEAN	タイ	マレーシア	シンガポール	インドネシア	フィリピン	インド
有効回答	16	3	6	4	1	2	1
進出国内における 拠点統合	10	3	4	2	1	-	1
	62.5	100.0	66.7	50.0	100.0		100.0
生産拠点を 第3国へ移転	4	-	-	2	-	2	-
	25.0	-	-	50.0		100.0	
一部生産品目を 第3国の関係会社 へ移転	2	-	2	-	-	-	-
	12.5	-	33.3	-			
有効回答		-	2	2	-	2	-
移転先			シンガポール (1) ベトナム(1) 中国(1)	タイ(2)		タイ(1) ベトナム(1) その他(1)	

## 7. 東アジアビジネス圏での事業再編

### (1) ここ5年間でASEAN域内再編と中国からの移管が進展（製造業）

過去5年間（2003～07年）に生産機能、もしくは工場がどこから移管してきたかを聞いたところ（有効回答394社）、最も移管先として多かったのはタイで160件にのぼる。これにマレーシア（114件）、フィリピン（109件）が続いた（図表52、製造業付表33-1）。

近年、投資ブームとなっているベトナムやインドは、これまで進出企業数が限られるなど投資の蓄積が少なく、他拠点からの生産移管よりも新規投資が多いことなどから、件数は各々23件、18件にとどまっている。

なお、各国とも日本からの移管が最も多く、シンガポールとインドを除き、ほぼ各国の移管受け入れ件数の半分が、日本からとなっている。日本以外では、ASEAN域内移管が多く、域内で事業再編が進んでいることが表れている。インドを除きASEAN域内再編は77件に達する。

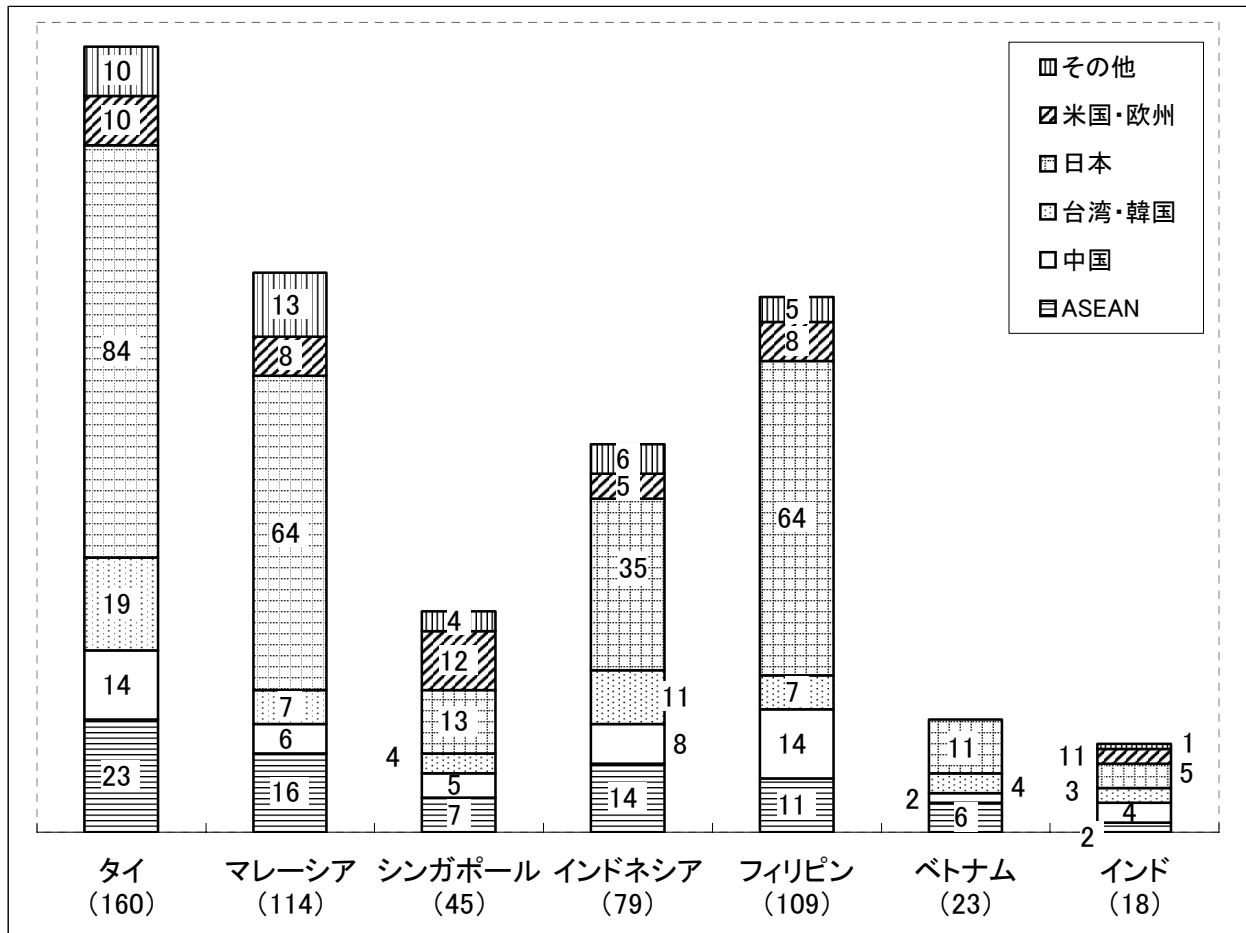
2003年にASEAN自由貿易地域（AFTA）の共通効果特惠関税（CEPT）措置により、先行加盟6カ国はほぼ全ての品目について関税を5%以下に引き下げた。またWTOの情報技術協定（ITA）により対象となる半導体、コンピュータ、通信機器等につき、ASEAN各国も2005年までに対象となる品目の関税を撤廃した。これら関税を巡る貿易環境の変化が、事業再編を促している。

なお、ASEAN域内から、最も移管件数が多いのは、タイ（23件）であり、そのうち8件がマレーシアからの移管である。一方、マレーシア、インドネシアも域内からの移管が比較的多く、各々16件、14件であった。両国とも域内移管の中では、シンガポールからの移管受け入れ件数が最も多い（各々6件、5件）。

ASEANにおいて域内移管に次いで多いのが中国であり49件に達する。これは中国の投資環境の変化に伴うものが多いとみられる。近年、特に中国沿海部を中心とした人件費の高騰を要因に、生産移管が事業再編として、進められるケースが多い。また、中国での増値税の還付率が引き下げられたことも、同国での生産コスト高に繋がっているとみられる。中国からASEANの既存拠点への移管は、タイに並んでフィリピンへの移管が多い（各々14件）。今後、中国での生産において、潜在化してきた人件費の上昇に加え、徐々にこれまでの税制メリットがなくなっていくとみられ、「ASEANを再評価」する動きも出始めている、と言えよう。

図表 52 過去5年間、責任国・地域に生産機能、もしくは工場を移管してきた国・地域(複数回答)

(単位: 移管件数)



(注) 「ASEAN」は、ASEAN 6 カ国及び「その他 ASEAN」の合計。「その他」は豪州、中南米、中近東・アフリカを含む。



## (2) 自己評価を除く第3国による中長期的に有望な生産拠点は、「ベトナム」「タイ」

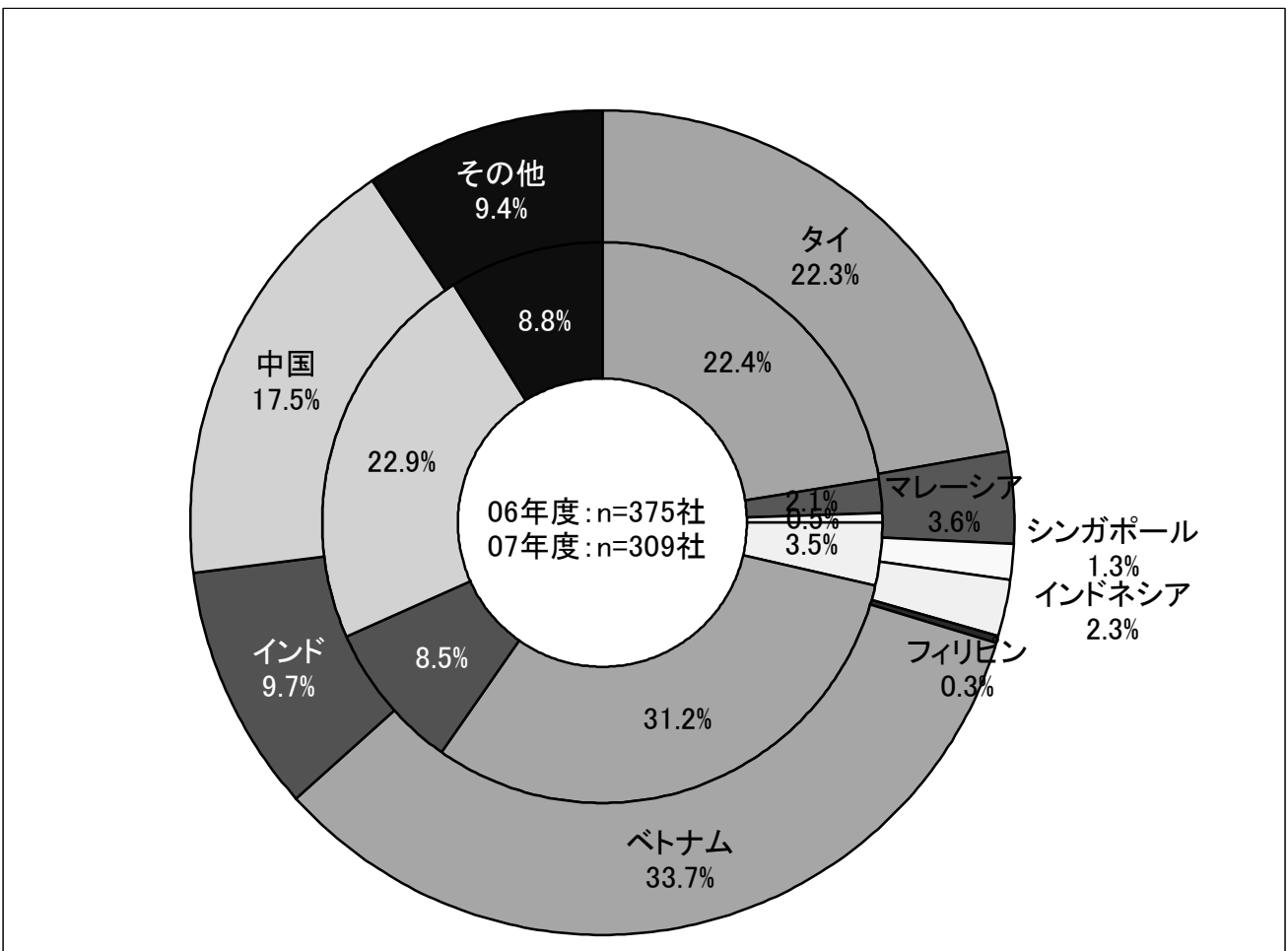
今後、中長期的（5～10年程度）において、事業展開・当該製品生産拠点として最適地と評価された国・地域は、タイが最も多く163件、これにベトナム（114件）、マレーシア（73件）、中国（54社）、フィリピン（50社）が続く（図表53、製造業付表34-1）。

しかし回答企業は、立地先（進出先）国に対し、必ずしも客観的な判断で「最適地」と評価しているとは限らない。そのため、自己評価を除く件数（ネット）で算出しなおすと、最適拠点とする順位が大幅に入れ替わる。

自らの立地国を「最適地」と回答した企業を除いた309社において、最も有望であると（第3国に）評価されているのは、ベトナムで、回答企業の33.7%は「ベトナム」を「最適地」と評価した。前年度調査の31.2%から更に第3国による評価が高まっている。これに続くタイは、前回調査とほぼ変わらず22.3%であった。一方、中国の評価は前回の22.9%から17.5%に下落している。中国は人件費の高騰、外資優遇策の見直し、増値税還付取消し・還付率引き下げ対象品目の拡大など、投資環境が急速に変化していることが背景にあるようだ。

図表53 中長期的(5～10年程度)に最適な生産拠点(自国評価を除く。ネット)

(単位:%)



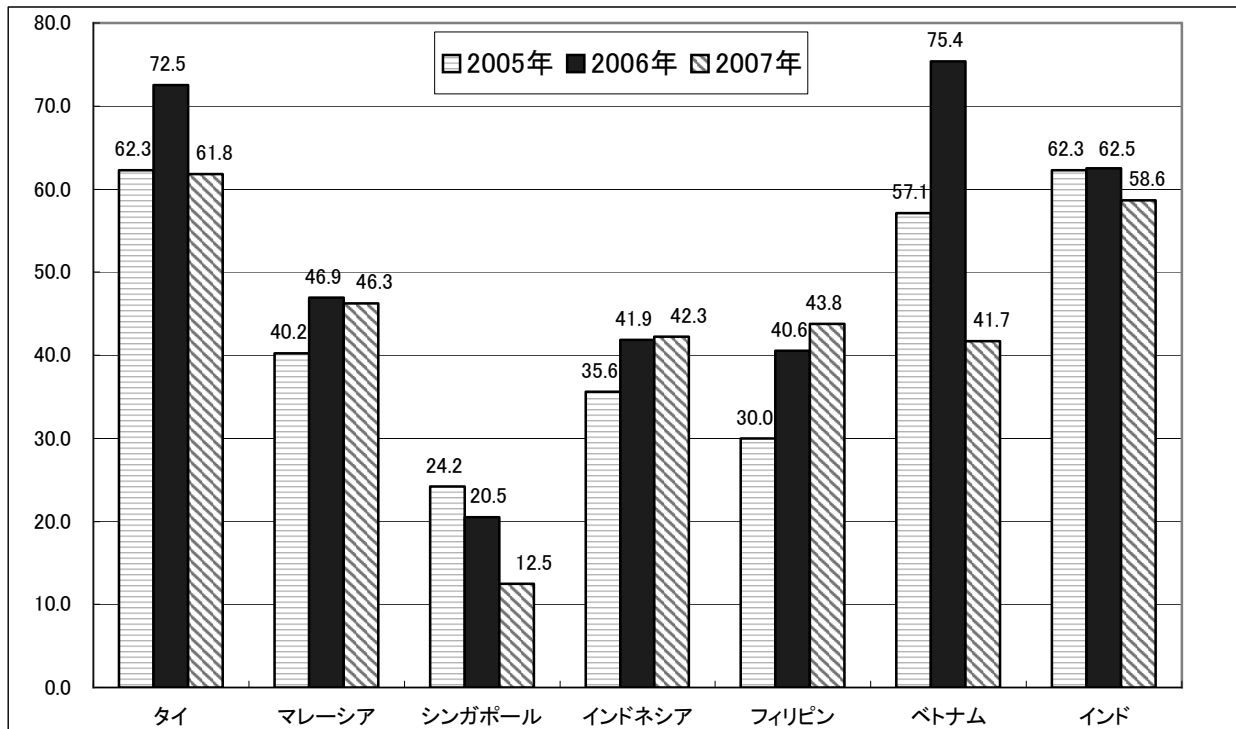
### (3) 生産拠点としての有望性に満足しているのは「タイ」「インド」(製造業)

今後、5～10年において事業展開・当該製品生産拠点の最適地として「自らの立地国が最も有望」とした件数の比率につき、過去3回の調査を比較した。これは立地国における投資環境・事業環境、そして市場性(成長性・潜在性など)に関する「満足度」を表す。

この結果、生産拠点として満足度が高い国は、「タイ」と「インド」である。両国とも約6割が「最も有望な拠点」として所在国をあげている(図表54)。一方、マレーシア、インドネシア、フィリピンについても凡そ4割の企業が、生産拠点として満足している。一方、生産拠点としては、年々厳しい評価を受けているのがシンガポールである。シンガポールはここ3回の調査で24.2%から12.5%にまで半減しており、中長期的な製造国としての評価は下落傾向にある。他方、過去3年間で評価に浮き沈みがあるのがベトナムである。ベトナムは前回の調査ではタイを上回る75.4%の在越日系製造企業がその潜在力を評価していたが、今年はASEAN6カ国のうち5位に甘んじている。ここ数年、ベトナムは投資ブームが続き、日本本社や、第3国の日系企業が中長期的な生産拠点として、ベトナムを非常に高く評価している。一方、在ベトナム日系製造業企業は、原材料・部品の調達環境や、インフラ整備の状況などが、他のASEAN諸国に比べ劣っていることもあり冷静に捉えているようだ。

図表 54 中長期的な生産拠点としての自国の有望度

(単位:%)



#### (4) 自己評価した中長期的に有望な生産拠点は「タイ」「インド」(製造業)

今後、5～10年において事業展開・当該製品生産拠点の最適地を、主要業種別にみた。回答業種に偏りがあるため、有効回答が40社以上の5業種に絞り込んだ。回答企業数が97社と最も多かった「輸送用機器部品」につき、最も有望とされているのは「タイ」であり、同業種全体の43.3%と圧倒的なシェアを占める(図表55)。これにフィリピン、ベトナム、インドが続くが、各々11.3%を占めるに過ぎない。また「輸送用機器」でも、タイが47.4%と過半に迫っていることから、自動車に代表される輸送用機械分野は、タイを中心に再編・集約していくことが見込まれる。

2007年におけるタイでの自動車生産台数は、128万7千台に達し、ASEAN最大の生産拠点になっている。2007年には、初めて輸出台数が、国内販売台数を上回り、名実ともにタイは自動車の一大輸出拠点となっている。また、この動きは、同国政府のエコカー政策で後押しされ、2010年前半には、タイの自動車生産能力は、年産200万台を超えると見込まれている。「金属製品」でも日系企業が集積しているタイ、労働コスト面で競争力があるベトナムの両国が評価されている。

一方、「化学品」はタイ、中国が有望とみなされている。タイの化学産業の歴史は1973年にシャム湾で天然ガスが発見されたことに始まる。天然ガスを利用して石油化学製品の基礎原料「エチレン」や「プロピレン」を生産する上流と、合成樹脂を生産する下流の両方が重化学工業拠点ラヨーン県マブタプット地区に集積、今やASEAN随一の石油化学基盤となっている。

また「電気機械・電子機器」、「電気・電子部品」については、各々上位2カ国がマレーシアとベトナムである。マレーシアはもともとAV機器や電子部品分野に比較優位を持っている。一方、ベトナムはASEAN随一の安価な労働コストを活用し、汎用品の第3国向け生産・輸出拠点として期待されている。近年、ベトナム北部に台湾系大手EMSメーカーが進出、日系企業のみならず、これら台湾企業に対する部品供給にも高い期待が寄せられている。

図表55 主要業種別の中長期的に最適な生産拠点

(単位:社、構成比%、有効回答企業数:578社)

総数(578社)			輸送用機器部品(97社)			金属製品(54社)			電気機械・電子機器(50社)			化学品(50社)			電気・電子部品(43社)		
タイ	163社	28.2	タイ	42社	43.3	タイ	18社	33.3	ベトナム	14社	28.0	タイ	14社	28.0	マレーシア	13社	30.2
ベトナム	114社	19.7	フィリピン	11社	11.3	ベトナム	15社	27.8	マレーシア	11社	22.0	中国	10社	20.0	ベトナム	9社	20.9
マレーシア	73社	12.6	ベトナム	11社	11.3	フィリピン	6社	11.1	タイ	9社	18.0	ベトナム	7社	14.0	中国	8社	18.6
中国	54社	9.3	インド	11社	11.3	マレーシア	5社	9.3	中国	6社	12.0	インド	5社	10.0	タイ	6社	14.0
フィリピン	50社	8.7	インドネシア	10社	10.3	インド	5社	9.3	フィリピン	5社	10.0	その他	4社	8.0	フィリピン	3社	7.0
インド	47社	8.1	中国	8社	8.2	インドネシア	2社	3.7	インド	3社	6.0	マレーシア	3社	6.0	その他	2社	4.7
インドネシア	37社	6.4	マレーシア	2社	2.1	中国	2社	3.7	その他ASEAN	2社	4.0	シンガポール	3社	6.0	シンガポール	1社	2.3
その他	20社	3.5	その他ASEAN	1社	1.0	その他	1社	1.9				インドネシア	3社	6.0	インド	1社	2.3
シンガポール	11社	1.9	その他	1社	1.0							フィリピン	1社	2.0			
食品・農水産加工品(24社)			一般機械(24社)			非鉄金属(21社)			鉄鋼(19社)			輸送用機器(19社)			衣服・繊維製品(11社)		
タイ	6社	25.0	タイ	6社	25.0	タイ	7社	33.3	タイ	6社	31.6	タイ	9社	47.4	タイ	4社	36.4
マレーシア	5社	20.8	ベトナム	6社	25.0	マレーシア	4社	19.0	ベトナム	6社	31.6	インドネシア	5社	26.3	その他	3社	27.3
ベトナム	4社	16.7	マレーシア	3社	12.5	フィリピン	3社	14.3	インドネシア	2社	10.5	インド	3社	15.8	インドネシア	1社	9.1
シンガポール	2社	8.3	インドネシア	3社	12.5	ベトナム	2社	9.5	その他ASEAN	2社	10.5	マレーシア	1社	5.3	フィリピン	1社	9.1
その他ASEAN	2社	8.3	フィリピン	2社	8.3	インド	2社	9.5	シンガポール	1社	5.3	フィリピン	1社	5.3	ベトナム	1社	9.1
インド	2社	8.3	インド	2社	8.3	シンガポール	1社	4.8	フィリピン	1社	5.3				中国	1社	9.1
インドネシア	1社	4.2	シンガポール	1社	4.2	中国	1社	4.8	その他	1社	5.3						
フィリピン	1社	4.2	中国	1社	4.2	その他	1社	4.8									
中国	1社	4.2															

## (5) 中長期的に潜在力のある有望な市場は「インド」(製造業)

今後、中長期的(5~10年)に有望な市場につき、回答企業数が多い10業種でみると、10業種中6業種で、最も有望な市場として「インド」があげられていること、また全ての業種でインドが有望市場の上位2位以上に入っていることが特徴的である(図表56、製造業付表35-1)。

中国がインド以上に有望とされたのは、「電気・電子部品」、「非鉄金属」のみである。在ASEAN日系製造企業では、中国に関係会社がある場合も多く、この場合は、在ASEAN法人の管轄対象外となるケースが多いとみられる。

一方でインドに関係会社を持っている企業は少ない。現在、ASEANインドFTA(AIFTA)の締結交渉は、最終段階を迎えているが、近い将来に締結が期待されるAIFTAを活用し、ASEAN製造拠点からの輸出によりインド市場開拓を検討している企業が多い。これまでインドは巨大市場であったものの、高関税に守られており、進出をしなければ市場に入れられないなど厳しい環境であった。WTOによるとインドは、2006年時点で非農業製品の単純平均関税率が、16.4%に達しており、アジア地域で最も関税率が高い国の一つである。しかしAIFTAの実現性が増していることから、在ASEAN日系企業のインド市場開拓意欲が湧いてきていると言えよう。

東南アジアの中長期的な有望市場として全ての業種で上位にランキングされているのはタイとベトナムである。特にベトナムは、市場としてタイ以上に有望と評価され、「電気機械・電子機器」、「一般機械」ではインドを押さえて、「最も有望」と高い評価を受けている。進出企業が多い結果、厳しい競争を強いられているタイと異なり、ベトナムに進出している企業は現在のところ限られている。競争相手が限られていることも、ベトナムが「タイ以上に有望」とされている一因とみられる。一方、ASEAN最大の市場規模を誇るインドネシアは、輸送用機器および同部品、一般機械で上位5カ国・地域に入っているに過ぎない。企業の関心は徐々に「海のASEAN」から「陸のASEAN」へと移っている。

図表56 中長期的(5~10年程度)な有望市場として、評価される国・地域

	総数 (588社)		輸送用機器部品 (97社)			金属製品 (56社)			電気機械・電子機器 (51社)			
	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率		
1位	インド	245	41.7	インド	55	56.7	インド	26	46.4	ベトナム	21	41.2
2位	中国	221	37.6	タイ	42	43.3	中国	22	39.3	インド	18	35.3
3位	ベトナム	190	32.3	中国	41	42.3	ベトナム	21	37.5	中国	16	31.4
4位	タイ	165	28.1	ベトナム	26	26.8	タイ	16	28.6	タイ	12	23.5
5位	日本	101	17.2	インドネシア	19	19.6	日本	11	19.6	欧州	12	23.5

	化学品 (50社)		電気・電子部品 (43社)			一般機械 (24社)			食品・農水産加工品 (24社)			
	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率		
1位	インド	27	54.0	中国	23	53.5	ベトナム	12	50.0	インド	7	29.2
2位	中国	22	44.0	インド	12	27.9	インド	11	45.8	タイ	6	25.0
3位	ベトナム	16	32.0	欧州	12	27.9	インドネシア	6	25.0	ベトナム	6	25.0
4位	タイ	13	26.0	ベトナム	11	25.6	中国	6	25.0	日本	6	25.0
5位	欧州	7	14.0	タイ	9	20.9	タイ	5	20.8	欧州	6	25.0

	非鉄金属 (23社)		鉄鋼 (19社)			輸送用機器 (19社)			
	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	
1位	中国	12	52.2	インド	10	52.6	インド	9	47.4
2位	インド	9	39.1	ベトナム	8	42.1	インドネシア	7	36.8
3位	タイ	6	26.1	タイ	7	36.8	タイ	6	31.6
4位	ベトナム	6	26.1	その他ASEAN	4	21.1	ベトナム	6	31.6
5位	欧州	6	26.1	中近東・アフリカ	4	21.1	中国	5	26.3

## (6) 製品・サービスの販売拠点として有望な「タイ」(非製造業)

非製造業において、中長期的(5~10年程度)に有望な事業/製品・サービスの販売拠点を聞いたところ、在ASEAN・インド日系企業全体の25.3%を占める91社が「タイ」を最も有望な拠点とした(図表57、非製造業付表24-1)。業種別で見ると、その比率が高かったのは商社、運輸・倉庫・通信業、情報処理サービス/ソフトウェア事業、その他サービス業である。タイに続くのがシンガポール、ベトナムである。シンガポールは建築・工事業、商業で最も有望とされた。

製造業からみて、中長期的に市場として最も潜在力があるとされた「インド」であるが、しかし製品・サービスの販売拠点としては、5位に甘んじている。インドは巨大な市場を有するものの、国土が広大な上に、主要市場はニューデリー、ムンバイ、バンガロール、コルカタなど点在している。更に道路、鉄道など物流網は存在するものの、その整備状況は決して良好とは言えず、インド市場全体に製品やサービスを提供するのは至難の業である。例えば主要都市間を結ぶ鉄道も、複数の幅が異なる線路が混在するため、ゲージが変わるごとに積替えを余儀なくされる、など実際の販売拠点として活用していくには、インフラ面特に物流で障害が多い。そのため、市場として有望であっても、商品・サービスの提供は難しいのが現状である。

一方、客観性を重視する観点から、第3国評価のみ(ネット)で再集計すると、最も有望なサービス供給拠点に「ベトナム」(35社)が踊り出る(図表58)。これにシンガポール(26社)、タイ(25社)、インドおよび中国(15社)が続く。ベトナムでの二輪車販売など輸送用機器の国内販売は、今後順調に拡大すると見込まれ、ベトナムに対する期待は高い。

図表 57 中長期的(5~10年程度)な貴社の事業／製品・サービスの販売拠点

(複数回答、単位：%、有効回答 360社)

順位	総数 (360社)				商社 (82社)				運輸・倉庫・通信業 (53社)				建築・工事業(47社)				商業(44社)			
	国	社数	%	順位	国	社数	%	順位	国	社数	%	順位	国	社数	%	順位	国	社数	%	順位
1位	タイ	91社	25.3	タイ	27社	32.9	タイ	13社	24.5	シンガポール	14社	29.8	シンガポール	13社	29.5					
2位	シンガポール	79社	21.9	シンガポール	21社	25.6	ベトナム	10社	18.9	タイ	11社	23.4	マレーシア	10社	22.7					
3位	ベトナム	48社	13.3	マレーシア	11社	13.4	シンガポール	9社	17.0	ベトナム	7社	14.9	タイ	9社	20.5					
4位	マレーシア	46社	12.8	ベトナム	7社	8.5	インド	5社	9.4	マレーシア	5社	10.6	インド	5社	11.4					
5位	インド	28社	7.8	インド	6社	7.3	マレーシア	4社	7.5	フィリピン	4社	8.5	ベトナム	3社	6.8					
6位	フィリピン	22社	6.1	香港	3社	3.7	フィリピン	4社	7.5	インドネシア	3社	6.4	中国	2社	4.5					
7位	中国	15社	4.2	インドネシア	2社	2.4	その他	4社	7.5	その他	3社	6.4	その他ASEAN	1社	2.3					
8位	その他	14社	3.9	フィリピン	2社	2.4	中国	2社	3.8				香港	1社	2.3					
9位	インドネシア	7社	1.9	その他	2社	2.4	その他ASEAN	1社	1.9											
10位	香港	7社	1.9	中国	1社	1.2	香港	1社	1.9											
11位	その他ASEAN	3社	0.8																	

順位	金融・保険・証券・投資業(13社)			情報処理サービス/ソフトウェア事業(26社)			不動産業(3社)			農林水産業(2社)			その他サービス業(67社)		
	国	社数	%	国	社数	%	国	社数	%	国	社数	%	国	社数	%
1位	マレーシア	3社	23.1	タイ	6社	23.1	フィリピン	1社	33.3	その他ASEAN	1社	50.0	タイ	18社	26.9
2位	ベトナム	3社	23.1	ベトナム	6社	23.1	ベトナム	1社	33.3	その他	1社	50.0	シンガポール	11社	16.4
3位	インド	2社	15.4	シンガポール	4社	15.4	インド	1社	33.3				マレーシア	10社	14.9
4位	中国	2社	15.4	インド	3社	11.5							ベトナム	8社	11.9
5位	シンガポール	1社	7.7	その他	3社	11.5							中国	7社	10.4
6位	フィリピン	1社	7.7	マレーシア	2社	7.7							フィリピン	5社	7.5
7位	その他	1社	7.7	フィリピン	2社	7.7							インド	4社	6.0
													インドネシア	2社	3.0
													香港	2社	3.0

図表 58 中長期的(5~10年程度)な貴社の事業／製品・サービス販売拠点(第3国からの評価)

(複数回答、単位：%、有効回答 360社)

選択した国	有効回答	最適な事業／製品・サービス販売拠点として選択された国・地域										
		タイ	マレーシア	シンガポール	インドネシア	フィリピン	ベトナム	その他ASEAN	インド	中国	香港	その他
タイ	93	66	-	2	1	-	11	2	7	2	-	2
マレーシア	82	4	43	14	-	-	9	-	-	6	2	4
シンガポール	72	6	3	53	-	-	6	-	3	-	1	-
インドネシア	23	3	-	5	6	-	4	-	1	2	-	2
フィリピン	48	6	-	3	-	22	4	-	4	2	2	5
ベトナム	25	5	-	2	-	-	13	1	-	3	1	-
インド	17	1	-	-	-	-	1	-	13	-	1	1
総数	360	91	46	79	7	22	48	3	28	15	7	14
ネットでの合計		25	3	26	1	0	35	3	28	15	7	14

## (7) 製品・サービス販売拠点は主に「国内市場向け」（非製造業）

最適な製品・サービスの販売拠点に求める役割・機能につき、企業からの回答比率が20%超の役割・機能を抜き出した。その結果、シンガポールを除き、各国の最大の役割は「国内市場向け販売拠点」で、各国ともその割合が60%を超えた（図表59、非製造業付表24-2）。シンガポールの同項目は3番目に位置しているが、そのシェアは22.8%に過ぎない。シンガポールは「地域統括拠点」として重要視されている。

また「国内市場向け販売拠点」に続くのは「第3国・地域向け販売拠点」である。一方、タイについては、それ以外にも「地域統括拠点」機能を求められはじめている。近年、製造業を中心にタイ拠点に地域統括機能を付加する例が増えてきている。例えばアサヒビールは2005年10月、現地における意思決定と遂行の迅速化をはかるため、タイに地域統括事務所を新設している。自動車部品製造の東海理化もASEAN地域統括拠点を2008年1月にタイに設置、営業、調達、生産技術、品質保証の業務につき対応する。特に自動車関連産業は、タイに集積しており、それに伴い「地域統括機能」も必要になってきている。

更にシンガポール、中国では「地域のサプライチェーン統括拠点」機能も求められてきている。

図表59 最適な製品・サービス販売拠点に求める中心的な役割・機能（複数回答）

（単位：社、構成比%、有効回答企業数：360社）

タイ (91社)	国内市場向け 販売拠点	第3国・地域向け 販売拠点	地域統括拠点	
	60.4	38.5	26.4	
マレーシア (46社)	国内市場向け 販売拠点	第3国・地域向け 販売拠点		
	78.3	26.1		
シンガポール (79社)	地域統括拠点	第3国・地域向け 販売拠点	国内市場向け 販売拠点	地域のサプライ チェーン統括拠点
	60.8	50.6	22.8	20.3
インドネシア (7社)	国内市場向け 販売拠点	第3国・地域向け 販売拠点		
	100.0	42.9		
フィリピン (22社)	国内市場向け 販売拠点	第3国・地域向け 販売拠点		
	68.2	22.7		
ベトナム (32社)	国内市場向け 販売拠点	第3国・地域向け 販売拠点		
	66.7	27.1		
その他ASEAN (3社)	第3国・地域向け 販売拠点	その他		
	66.7	33.3		
インド (28社)	国内市場向け 販売拠点	第3国・地域向け 販売拠点		
	82.1	35.7		
中国 (15社)	国内市場向け 販売拠点	第3国・地域向け 販売拠点	地域のサプライ チェーン統括拠点	
	73.3	20.0	20.0	





# 付 表

## (製造業)



## 『日系企業経営実態調査（製造業）アジア大洋州』 集計結果表

## 1-1.2007年(1～12月)の営業利益見込について

上段: 回答企業数(社)、下段: 構成比(%)

	合計	有効回答	黒字	均衡	赤字	不明
総数	637 100.0	637 100.0	451 70.8	73 11.5	113 17.7	-
ASEAN 計	601 100.0	601 100.0	422 70.2	71 11.8	108 18.0	-
タイ	158 100.0	158 100.0	114 72.2	12 7.6	32 20.3	-
マレーシア	145 100.0	145 100.0	102 70.3	23 15.9	20 13.8	-
シンガポール	60 100.0	60 100.0	53 88.3	3 5.0	4 6.7	-
インドネシア	82 100.0	82 100.0	59 72.0	9 11.0	14 17.1	-
フィリピン	129 100.0	129 100.0	73 56.6	23 17.8	33 25.6	-
ベトナム	27 100.0	27 100.0	21 77.8	1 3.7	5 18.5	-
インド	36 100.0	36 100.0	29 80.6	2 5.6	5 13.9	-

## 2-1.2007年(1～12月)の営業利益見込みの前年実績との比較

上段: 回答企業数(社)、下段: 構成比(%)

	合計	有効回答	改善	横ばい	悪化	不明
総数	637 100.0	635 100.0	254 40.0	168 26.5	213 33.5	2 0.3
ASEAN 計	601 100.0	599 100.0	233 38.9	164 27.4	202 33.7	2 0.3
タイ	158 100.0	157 100.0	59 37.6	37 23.6	61 38.9	1 0.6
マレーシア	145 100.0	145 100.0	46 31.7	52 35.9	47 32.4	-
シンガポール	60 100.0	59 100.0	27 45.8	16 27.1	16 27.1	1 1.7
インドネシア	82 100.0	82 100.0	39 47.6	15 18.3	28 34.2	-
フィリピン	129 100.0	129 100.0	45 34.9	37 28.7	47 36.4	-
ベトナム	27 100.0	27 100.0	17 63.0	7 25.9	3 11.1	-
インド	36 100.0	36 100.0	21 58.3	4 11.1	11 30.6	-

3-1.2007年の営業利益見込みが改善した理由（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	輸出拡大による売上増加	進出国市場での売上増加	価格上昇/値上げによる売上増加	価格下落/値下げによる売上増加	調達コストの削減	人件費の削減	その他支出の削減	生産効率の改善	高付加価値製品の生産開始/拡大	為替変動による売上増加	その他	不明
総数	254 100.0	254 100.0	94 37.0	108 42.5	49 19.3	6 2.4	64 25.2	29 11.4	55 21.7	95 37.4	52 20.5	15 5.9	17 6.7	-
ASEAN 計	233 100.0	233 100.0	93 39.9	91 39.1	47 20.2	4 1.7	52 22.3	28 12.0	50 21.5	87 37.3	46 19.7	11 4.7	17 7.3	-
タイ	59 100.0	59 100.0	20 33.9	32 54.2	8 13.6	-	17 28.8	4 6.8	14 23.7	27 45.8	13 22.0	4 6.8	4 6.8	-
マレーシア	46 100.0	46 100.0	14 30.4	14 30.4	11 23.9	-	12 26.1	12 26.1	18 39.1	22 47.8	10 21.7	1 2.2	5 10.9	-
シンガポール	27 100.0	27 100.0	16 59.3	9 33.3	7 25.9	-	4 14.8	3 11.1	3 11.1	7 25.9	5 18.5	-	-	-
インドネシア	39 100.0	39 100.0	13 33.3	18 46.2	9 23.1	1 2.6	9 23.1	3 7.7	4 10.3	14 35.9	5 12.8	-	3 7.7	-
フィリピン	45 100.0	45 100.0	23 51.1	12 26.7	7 15.6	3 6.7	9 20.0	6 13.3	10 22.2	14 31.1	11 24.4	5 11.1	2 4.4	-
ベトナム	17 100.0	17 100.0	7 41.2	6 35.3	5 29.4	-	1 5.9	-	1 5.9	3 17.7	2 11.8	1 5.9	3 17.7	-
インド	21 100.0	21 100.0	1 4.8	17 81.0	2 9.5	2 9.5	12 57.1	1 4.8	5 23.8	8 38.1	6 28.6	4 19.1	-	-

4-1.2007年の営業利益見込みが悪化した理由（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	輸出低迷による売上減少	進出国市場での売上減少	価格下落/値下げによる売上減少	価格上昇/値上げによる売上減少	調達コストの増加	人件費の増加	その他支出の増加	不十分な価格転嫁	税制の変更によるコスト増	為替変動による売上減少	その他	不明
総数	213 100.0	213 100.0	45 21.1	41 19.3	71 33.3	7 3.3	120 56.3	73 34.3	44 20.7	47 22.1	3 1.4	83 39.0	32 15.0	-
ASEAN 計	202 100.0	202 100.0	45 22.3	38 18.8	67 33.2	7 3.5	115 56.9	69 34.2	42 20.8	47 23.3	3 1.5	80 39.6	30 14.9	-
タイ	61 100.0	61 100.0	11 18.0	14 23.0	23 37.7	4 6.6	30 49.2	12 19.7	10 16.4	12 19.7	-	36 59.0	6 9.8	-
マレーシア	47 100.0	47 100.0	12 25.5	12 25.5	17 36.2	2 4.3	24 51.1	9 19.2	6 12.8	7 14.9	1 2.1	13 27.7	9 19.2	-
シンガポール	16 100.0	16 100.0	3 18.8	4 25.0	6 37.5	1 6.3	7 43.8	7 43.8	3 18.8	4 25.0	-	5 31.3	3 18.8	-
インドネシア	28 100.0	28 100.0	4 14.3	3 10.7	11 39.3	-	21 75.0	12 42.9	10 35.7	15 53.6	2 7.1	6 21.4	4 14.3	-
フィリピン	47 100.0	47 100.0	14 29.8	5 10.6	10 21.3	-	32 68.1	28 59.6	12 25.5	8 17.0	-	20 42.6	7 14.9	-
ベトナム	3 100.0	3 100.0	1 33.3	-	-	-	1 33.3	1 33.3	1 33.3	1 33.3	-	-	1 33.3	-
インド	11 100.0	11 100.0	-	3 27.3	4 36.4	-	5 45.5	4 36.4	2 18.2	-	-	3 27.3	2 18.2	-

5-1.2008年の営業利益を2007年と比べての見通し

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	改善	横ばい	悪化	不明
総数	637 100.0	631 100.0	281 44.5	264 41.8	86 13.6	6 0.9
ASEAN計	601 100.0	595 100.0	262 44.0	252 42.4	81 13.6	6 1.0
タイ	158 100.0	157 100.0	71 45.2	66 42.0	20 12.7	1 0.6
マレーシア	145 100.0	144 100.0	60 41.7	64 44.4	20 13.9	1 0.7
シンガポール	60 100.0	59 100.0	21 35.6	29 49.2	9 15.3	1 1.7
インドネシア	82 100.0	82 100.0	44 53.7	23 28.1	15 18.3	-
フィリピン	129 100.0	127 100.0	52 40.9	61 48.0	14 11.0	2 1.6
ベトナム	27 100.0	26 100.0	14 53.9	9 34.6	3 11.5	1 3.7
インド	36 100.0	36 100.0	19 52.8	12 33.3	5 13.9	-

6-1.2008年の営業利益見通しが改善する理由 (複数回答)

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	輸出拡大による売上増加	進出国市場での売上増加	価格上昇/値上げによる売上増加	価格下落/値下げによる売上増加	調達コストの削減	人件費の削減	その他支出の削減	生産効率の改善	高付加価値製品の製造開始/拡大	為替変動による売上増加	その他	不明
総数	281 100.0	281 100.0	132 47.0	111 39.5	45 16.0	7 2.5	60 21.4	36 12.8	60 21.4	142 50.5	81 28.8	1 0.4	14 5.0	-
ASEAN計	262 100.0	262 100.0	128 48.9	99 37.8	44 16.8	5 1.9	55 21.0	36 13.7	58 22.1	135 51.5	75 28.6	1 0.4	13 5.0	-
タイ	71 100.0	71 100.0	29 40.9	36 50.7	16 22.5	-	14 19.7	7 9.9	18 25.4	37 52.1	25 35.2	-	5 7.0	-
マレーシア	60 100.0	60 100.0	34 56.7	18 30.0	7 11.7	3 5.0	13 21.7	9 15.0	17 28.3	33 55.0	14 23.3	1 1.7	2 3.3	-
シンガポール	21 100.0	21 100.0	14 66.7	8 38.1	2 9.5	-	-	3 14.3	1 4.8	8 38.1	9 42.9	-	1 4.8	-
インドネシア	44 100.0	44 100.0	15 34.1	19 43.2	11 25.0	-	10 22.7	7 15.9	11 25.0	21 47.7	9 20.5	-	3 6.8	-
フィリピン	52 100.0	52 100.0	29 55.8	12 23.1	6 11.5	2 3.9	17 32.7	9 17.3	11 21.2	31 59.6	15 28.9	-	2 3.9	-
ベトナム	14 100.0	14 100.0	7 50.0	6 42.9	2 14.3	-	1 7.1	1 7.1	-	5 35.7	3 21.4	-	-	-
インド	19 100.0	19 100.0	4 21.1	12 63.2	1 5.3	2 10.5	5 26.3	-	2 10.5	7 36.8	6 31.6	-	1 5.3	-

7-1.2008年の営業利益見通しが悪化する理由（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	輸出低迷による売上減少	進出国市場での売上減少	価格下落/値下げによる売上減少	価格上昇/値上げによる売上減少	調達コストの増加	人件費の増加	その他支出の増加	不十分な価格転嫁	税制の変更によるコスト増	為替変動による売上減少	その他	不明
総数	86 100.0	86 100.0	18 20.9	18 20.9	30 34.9	6 7.0	50 58.1	33 38.4	17 19.8	12 14.0	3 3.5	25 29.1	7 8.1	-
ASEAN 計	81 100.0	81 100.0	18 22.2	16 19.8	27 33.3	6 7.4	47 58.0	29 35.8	15 18.5	12 14.8	3 3.7	25 30.9	6 7.4	-
タイ	20 100.0	20 100.0	5 25.0	5 25.0	7 35.0	2 10.0	10 50.0	5 25.0	4 20.0	5 25.0	1 5.0	5 25.0	3 15.0	-
マレーシア	20 100.0	20 100.0	2 10.0	4 20.0	6 30.0	2 10.0	14 70.0	6 30.0	2 10.0	-	-	6 30.0	2 10.0	-
シンガポール	9 100.0	9 100.0	2 22.2	2 22.2	2 22.2	-	4 44.4	3 33.3	2 22.2	1 11.1	1 11.1	2 22.2	-	-
インドネシア	15 100.0	15 100.0	4 26.7	3 20.0	9 60.0	2 13.3	11 73.3	7 46.7	3 20.0	4 26.7	1 6.7	1 6.7	1 6.7	-
フィリピン	14 100.0	14 100.0	5 35.7	2 14.3	2 14.3	-	6 42.9	6 42.9	2 14.3	1 7.1	-	11 78.6	-	-
ベトナム	3 100.0	3 100.0	-	-	1 33.3	-	2 66.7	2 66.7	2 66.7	1 33.3	-	-	-	-
インド	5 100.0	5 100.0	-	2 40.0	3 60.0	-	3 60.0	4 80.0	2 40.0	-	-	-	1 20.0	-

8-1.売上高に占める輸出の比率

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	637 100.0	625 100.0	82 13.1	71 11.4	87 13.9	43 6.9	45 7.2	68 10.9	114 18.2	115 18.4	12 1.9	53.3
ASEAN 計	601 100.0	589 100.0	67 11.4	60 10.2	83 14.1	42 7.1	44 7.5	66 11.2	114 19.4	113 19.2	12 2.0	55.7
タイ	158 100.0	156 100.0	19 12.2	26 16.7	36 23.1	11 7.1	12 7.7	16 10.3	21 13.5	15 9.6	2 1.3	41.3
マレーシア	145 100.0	142 100.0	8 5.6	11 7.8	22 15.5	16 11.3	17 12.0	14 9.9	26 18.3	28 19.7	3 2.1	58.4
シンガポール	60 100.0	60 100.0	1 1.7	1 1.7	9 15.0	8 13.3	3 5.0	14 23.3	20 33.3	4 6.7	-	66.8
インドネシア	82 100.0	78 100.0	19 24.4	8 10.3	8 10.3	6 7.7	6 7.7	7 9.0	10 12.8	14 18.0	4 4.9	46.1
フィリピン	129 100.0	126 100.0	12 9.5	11 8.7	7 5.6	1 0.8	5 4.0	14 11.1	34 27.0	42 33.3	3 2.3	71.4
ベトナム	27 100.0	27 100.0	8 29.6	3 11.1	1 3.7	-	1 3.7	1 3.7	3 11.1	10 37.0	-	53.6
インド	36 100.0	36 100.0	15 41.7	11 30.6	4 11.1	1 2.8	1 2.8	2 5.6	-	2 5.6	-	15.1

9-1.輸出先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	日本市場											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	637	543	165	38	72	57	54	50	34	73	94	38.3
100.0	100.0	100.0	30.4	7.0	13.3	10.5	9.9	9.2	6.3	13.4	14.8	
A S E A N 計	601	522	156	36	70	55	51	49	33	72	79	38.7
100.0	100.0	100.0	29.9	6.9	13.4	10.5	9.8	9.4	6.3	13.8	13.1	
タイ	158	135	39	7	24	15	11	17	6	16	23	37.4
100.0	100.0	100.0	28.9	5.2	17.8	11.1	8.2	12.6	4.4	11.9	14.6	
マレーシア	145	132	46	10	21	11	11	12	7	14	13	33.5
100.0	100.0	100.0	34.9	7.6	15.9	8.3	8.3	9.1	5.3	10.6	9.0	
シンガポール	60	59	33	11	4	6	1	3	1	-	1	11.5
100.0	100.0	100.0	55.9	18.6	6.8	10.2	1.7	5.1	1.7	-	1.7	
インドネシア	82	60	13	1	8	7	7	7	6	11	22	50.2
100.0	100.0	100.0	21.7	1.7	13.3	11.7	11.7	11.7	10.0	18.3	26.8	
フィリピン	129	117	21	7	12	15	17	6	11	28	12	51.1
100.0	100.0	100.0	18.0	6.0	10.3	12.8	14.5	5.1	9.4	23.9	9.3	
ベトナム	27	19	4	-	1	1	4	4	2	3	8	55.2
100.0	100.0	100.0	21.1	-	5.3	5.3	21.1	21.1	10.5	15.8	29.6	
インド	36	21	9	2	2	2	3	1	1	1	15	28.2
100.0	100.0	100.0	42.9	9.5	9.5	9.5	14.3	4.8	4.8	4.8	41.7	

9-1.輸出先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	米国市場											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	637	543	369	52	51	43	19	6	3	-	94	7.9
100.0	100.0	100.0	68.0	9.6	9.4	7.9	3.5	1.1	0.6	-	14.8	
A S E A N 計	601	522	357	48	49	41	18	6	3	-	79	7.9
100.0	100.0	100.0	68.4	9.2	9.4	7.9	3.5	1.2	0.6	-	13.1	
タイ	158	135	92	14	13	6	6	2	2	-	23	8.7
100.0	100.0	100.0	68.2	10.4	9.6	4.4	4.4	1.5	1.5	-	14.6	
マレーシア	145	132	92	16	9	11	3	1	-	-	13	6.5
100.0	100.0	100.0	69.7	12.1	6.8	8.3	2.3	0.8	-	-	9.0	
シンガポール	60	59	39	4	9	4	2	1	-	-	1	8.2
100.0	100.0	100.0	66.1	6.8	15.3	6.8	3.4	1.7	-	-	1.7	
インドネシア	82	60	43	5	5	2	4	1	-	-	22	7.6
100.0	100.0	100.0	71.7	8.3	8.3	3.3	6.7	1.7	-	-	26.8	
フィリピン	129	117	77	8	11	16	3	1	1	-	12	9.2
100.0	100.0	100.0	65.8	6.8	9.4	13.7	2.6	0.9	0.9	-	9.3	
ベトナム	27	19	14	1	2	2	-	-	-	-	8	5.3
100.0	100.0	100.0	73.7	5.3	10.5	10.5	-	-	-	-	29.6	
インド	36	21	12	4	2	2	1	-	-	-	15	7.8
100.0	100.0	100.0	57.1	19.1	9.5	9.5	4.8	-	-	-	41.7	

9-1.輸出先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	欧州市場											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	637	543	374	58	63	33	11	3	1	-	94	6.2
100.0	100.0	100.0	68.9	10.7	11.6	6.1	2.0	0.6	0.2	-	14.8	
A S E A N 計	601	522	361	56	60	32	9	3	1	-	79	6.1
100.0	100.0	100.0	69.2	10.7	11.5	6.1	1.7	0.6	0.2	-	13.1	
タイ	158	135	97	12	13	7	3	2	1	-	23	6.9
100.0	100.0	100.0	71.9	8.9	9.6	5.2	2.2	1.5	0.7	-	14.6	
マレーシア	145	132	82	22	15	10	3	-	-	-	13	6.5
100.0	100.0	100.0	62.1	16.7	11.4	7.6	2.3	-	-	-	9.0	
シンガポール	60	59	40	5	11	2	1	-	-	-	1	5.9
100.0	100.0	100.0	67.8	8.5	18.6	3.4	1.7	-	-	-	1.7	
インドネシア	82	60	48	5	6	1	-	-	-	-	22	2.4
100.0	100.0	100.0	80.0	8.3	10.0	1.7	-	-	-	-	26.8	
フィリピン	129	117	80	12	13	10	2	-	-	-	12	6.2
100.0	100.0	100.0	68.4	10.3	11.1	8.6	1.7	-	-	-	9.3	
ベトナム	27	19	14	-	2	2	-	1	-	-	8	8.6
100.0	100.0	100.0	73.7	-	10.5	10.5	-	5.3	-	-	29.6	
インド	36	21	13	2	3	1	2	-	-	-	15	9.5
100.0	100.0	100.0	61.9	9.5	14.3	4.8	9.5	-	-	-	41.7	

9-1.輸出先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	中国本土市場											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	637	543	399	57	42	25	11	3	4	2	94	6.0
100.0	100.0	100.0	73.5	10.5	7.7	4.6	2.0	0.6	0.7	0.4	14.8	
A S E A N 計	601	522	381	55	42	24	11	3	4	2	79	6.2
100.0	100.0	100.0	73.0	10.5	8.1	4.6	2.1	0.6	0.8	0.4	13.1	
タイ	158	135	101	12	5	7	6	1	2	1	23	7.8
100.0	100.0	100.0	74.8	8.9	3.7	5.2	4.4	0.7	1.5	0.7	14.6	
マレーシア	145	132	90	16	16	7	1	1	1	-	13	6.1
100.0	100.0	100.0	68.2	12.1	12.1	5.3	0.8	0.8	0.8	-	9.0	
シンガポール	60	59	37	10	5	3	2	1	1	-	1	9.4
100.0	100.0	100.0	62.7	17.0	8.5	5.1	3.4	1.7	1.7	-	1.7	
インドネシア	82	60	48	5	5	1	-	-	-	-	22	4.5
100.0	100.0	100.0	80.0	8.3	8.3	-	1.7	-	-	1.7	26.8	
フィリピン	129	117	91	11	8	6	1	-	-	-	12	3.9
100.0	100.0	100.0	77.8	9.4	6.8	5.1	0.9	-	-	-	9.3	
ベトナム	27	19	14	1	3	1	-	-	-	-	8	3.7
100.0	100.0	100.0	73.7	5.3	15.8	5.3	-	-	-	-	29.6	
インド	36	21	18	2	-	1	-	-	-	-	15	1.8
100.0	100.0	100.0	85.7	9.5	-	4.8	-	-	-	-	41.7	

9-1.輸出先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	ASEAN市場											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	637	543	179	62	96	45	44	38	24	35	94	30.6
	100.0	100.0	33.0	11.4	17.7	8.3	8.1	7.0	4.4	10.1	14.8	
ASEAN計	601	522	171	58	93	43	42	38	24	53	79	30.9
	100.0	100.0	32.8	11.1	17.8	8.2	8.1	7.3	4.6	10.2	13.1	
タイ	158	135	52	15	20	10	12	6	5	15	23	28.6
	100.0	100.0	38.5	11.1	14.8	7.4	8.9	4.4	3.7	11.1	14.6	
マレーシア	145	132	34	11	23	15	12	10	9	18	13	38.0
	100.0	100.0	25.8	8.3	17.4	11.4	9.1	7.6	6.8	13.6	9.0	
シンガポール	60	59	5	7	14	7	5	10	6	5	1	45.3
	100.0	100.0	8.5	11.9	23.7	11.9	8.5	17.0	10.2	8.5	1.7	
インドネシア	82	60	21	10	11	2	7	5	-	4	2	24.7
	100.0	100.0	35.0	16.7	18.3	3.3	11.7	8.3	-	6.7	2.6	
フィリピン	129	117	53	10	21	9	5	6	4	9	12	23.1
	100.0	100.0	45.3	8.6	18.0	7.7	4.3	5.1	3.4	7.7	9.3	
ベトナム	27	19	6	5	4	-	1	1	-	2	8	21.4
	100.0	100.0	31.6	26.3	21.1	-	5.3	5.3	-	10.5	29.6	
インド	36	21	8	4	3	2	2	-	-	2	15	21.4
	100.0	100.0	38.1	19.1	14.3	9.5	9.5	-	-	9.5	41.7	

9-1.輸出先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	その他アジア市場											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	637	543	400	52	57	12	7	9	1	5	94	5.8
	100.0	100.0	73.7	9.6	10.5	2.2	1.3	1.7	0.2	0.9	14.8	
ASEAN計	601	522	385	51	55	11	6	9	1	4	79	5.5
	100.0	100.0	73.8	9.8	10.5	2.1	1.2	1.7	0.2	0.8	13.1	
タイ	158	135	99	11	20	2	-	2	-	1	23	4.9
	100.0	100.0	73.3	8.2	14.8	1.5	-	1.5	-	0.7	14.6	
マレーシア	145	132	99	14	12	2	2	2	-	1	13	4.8
	100.0	100.0	75.0	10.6	9.1	1.5	1.5	1.5	-	0.8	9.0	
シンガポール	60	59	30	9	11	3	3	2	-	1	1	12.5
	100.0	100.0	50.9	15.3	18.6	5.1	5.1	3.4	-	1.7	1.7	
インドネシア	82	60	44	6	7	-	1	2	-	-	2	5.5
	100.0	100.0	73.3	10.0	11.7	-	1.7	3.3	-	-	2.6	
フィリピン	129	117	97	11	3	3	-	1	1	1	12	3.9
	100.0	100.0	82.9	9.4	2.6	2.6	-	0.9	0.9	0.9	9.3	
ベトナム	27	19	16	-	2	1	-	-	-	-	8	3.6
	100.0	100.0	84.2	-	10.5	5.3	-	-	-	-	29.6	
インド	36	21	15	1	2	1	1	-	-	1	15	11.2
	100.0	100.0	71.4	4.8	9.5	4.8	4.8	-	-	4.8	41.7	

9-1.輸出先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	その他市場											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	637	543	420	53	36	14	6	7	2	5	94	5.3
	100.0	100.0	77.4	9.8	6.6	2.6	1.1	1.3	0.4	0.9	14.8	
ASEAN計	601	522	409	51	34	13	3	7	1	4	79	4.7
	100.0	100.0	78.4	9.8	6.5	2.5	0.6	1.3	0.2	0.8	13.1	
タイ	158	135	101	13	13	5	-	1	-	2	23	5.6
	100.0	100.0	74.8	9.6	9.6	3.7	-	0.7	-	1.5	14.6	
マレーシア	145	132	109	11	4	3	2	1	1	1	13	4.5
	100.0	100.0	82.6	8.3	3.0	2.3	1.5	0.8	0.8	0.8	9.0	
シンガポール	60	59	36	10	9	2	-	2	-	-	1	7.3
	100.0	100.0	61.0	17.0	15.3	3.4	-	3.4	-	-	1.7	
インドネシア	82	60	47	5	4	1	1	2	-	-	2	5.1
	100.0	100.0	78.3	8.3	6.7	1.7	1.7	3.3	-	-	2.6	
フィリピン	129	117	100	10	4	1	-	1	-	1	12	2.6
	100.0	100.0	85.5	8.6	3.4	0.9	-	0.9	-	0.9	9.3	
ベトナム	27	19	16	2	-	1	-	-	-	-	8	2.2
	100.0	100.0	84.2	10.5	-	5.3	-	-	-	-	29.6	
インド	36	21	11	2	2	1	3	-	1	1	15	20.2
	100.0	100.0	52.4	9.5	9.5	4.8	14.3	-	4.8	4.8	41.7	



10-1.輸出入において既存の二国間 / 多国間でのFTA / EPAの活用

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	輸入					輸出				
		有効回答	現在、活用中	活用を検討中	全く活用予定はない	不明	有効回答	現在、活用中	活用を検討中	全く活用予定はない	不明
総数	637 100.0	599 100.0	101 16.9	144 24.0	354 59.1	38 6.0	548 100.0	102 18.6	161 29.4	285 52.0	89 14.0
ASEAN 計	601 100.0	568 100.0	95 16.7	135 23.8	338 59.5	33 5.5	523 100.0	101 19.3	155 29.6	267 51.1	78 13.0
タイ	158 100.0	148 100.0	22 14.9	52 35.1	74 50.0	10 6.3	138 100.0	26 18.8	53 38.4	59 42.8	20 12.7
マレーシア	145 100.0	135 100.0	26 19.3	20 14.8	89 65.9	10 6.9	126 100.0	29 23.0	31 24.6	66 52.4	19 13.1
シンガポール	60 100.0	58 100.0	13 22.4	7 12.1	38 65.5	2 3.3	55 100.0	15 27.3	9 16.4	31 56.4	5 8.3
インドネシア	82 100.0	79 100.0	14 17.7	33 41.8	32 40.5	3 3.7	68 100.0	10 14.7	32 47.1	26 38.2	14 17.1
フィリピン	129 100.0	123 100.0	14 11.4	18 14.6	91 74.0	6 4.7	115 100.0	18 15.7	25 21.7	72 62.6	14 10.9
ベトナム	27 100.0	25 100.0	6 24.0	5 20.0	14 56.0	2 7.4	21 100.0	3 14.3	5 23.8	13 61.9	6 22.2
インド	36 100.0	31 100.0	6 19.4	9 29.0	16 51.6	5 13.9	25 100.0	1 4.0	6 24.0	18 72.0	11 30.6

10-2.全く活用予定がない理由 (複数回答)

輸入で活用予定がない

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	投資恩典スキームで既に関税免税を享受しているため	関税が賦課される国内向け販売が少ない	調達先がFTA/EPA制度を知らないため	仲介貿易によるFTA利用が認められていないため	一般関税が低く、FTAのメリットなし	不明
ASEAN 計	338 100.0	338 100.0	198 58.6	88 26.0	14 4.1	9 2.7	62 18.3	-
タイ	74 100.0	74 100.0	47 63.5	14 18.9	2 2.7	1 1.4	17 23.0	-
マレーシア	89 100.0	89 100.0	55 61.8	27 30.3	4 4.5	3 3.4	13 14.6	-
シンガポール	38 100.0	38 100.0	1 2.6	14 36.8	3 7.9	3 7.9	19 50.0	-
インドネシア	32 100.0	32 100.0	15 46.9	11 34.4	2 6.3	2 6.3	5 15.6	-
フィリピン	91 100.0	91 100.0	68 74.7	21 23.1	3 3.3	-	7 7.7	-
ベトナム	14 100.0	14 100.0	12 85.7	1 7.1	-	-	1 7.1	-
インド	16 100.0	16 100.0	2 12.5	3 18.8	1 6.3	3 18.8	7 43.8	-

10-2. 全く活用予定がない理由（複数回答）

輸出で活用予定がない

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	輸出先の一般関税が低くFTAのメリットなし	輸出先で輸入関税が削減、FTAのメリットなし	原産地規則自体のハードルが高い	原産地証明取得まで審査・発給までのコストが高い	原産地証明書取得手続きが煩雑	FTA/EPA制度を知らず、必要書類が取得出来ない	既存FTA/EPAの原産地規則が各々異なり煩雑なため	不明
総数	285	284	104	117	15	5	17	18	31	1
	100.0	100.0	36.6	41.2	5.3	1.8	6.0	6.3	10.9	0.4
ASEAN 計	267	266	95	114	14	5	16	17	26	1
	100.0	100.0	35.7	42.9	5.3	1.9	6.0	6.4	9.8	0.4
タイ	59	58	26	19	3	1	7	6	2	1
	100.0	100.0	44.8	32.8	5.2	1.7	12.1	10.3	3.5	1.7
マレーシア	66	66	21	38	4	-	-	3	3	-
	100.0	100.0	31.8	57.6	6.1	-	-	4.6	4.6	-
シンガポール	31	31	12	7	3	2	3	4	4	-
	100.0	100.0	38.7	22.6	9.7	6.5	9.7	12.9	12.9	-
インドネシア	26	26	12	11	1	1	1	-	5	-
	100.0	100.0	46.2	42.3	3.9	3.9	3.9	-	19.2	-
フィリピン	72	72	20	33	3	1	4	4	10	-
	100.0	100.0	27.8	45.8	4.2	1.4	5.6	5.6	13.9	-
ベトナム	13	13	4	6	-	-	1	-	2	-
	100.0	100.0	30.8	46.2	-	-	7.7	-	15.4	-
インド	18	18	9	3	1	-	1	1	5	-
	100.0	100.0	50.0	16.7	5.6	-	5.6	5.6	27.8	-

11-1. アジア域内2国・地域向け輸出に第3国・地域を介した仲介貿易の有無

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	ある	ない	不明
総数	637	602	92	510	35
	100.0	100.0	15.3	84.7	5.5
ASEAN 計	601	570	91	479	31
	100.0	100.0	16.0	84.0	5.2
タイ	158	150	23	127	8
	100.0	100.0	15.3	84.7	5.1
マレーシア	145	141	23	118	4
	100.0	100.0	16.3	83.7	2.8
シンガポール	60	59	8	51	1
	100.0	100.0	13.6	86.4	1.7
インドネシア	82	75	15	60	7
	100.0	100.0	20.0	80.0	8.5
フィリピン	129	121	16	105	8
	100.0	100.0	13.2	86.8	6.2
ベトナム	27	24	6	18	3
	100.0	100.0	25.0	75.0	11.1
インド	36	32	1	31	4
	100.0	100.0	3.1	96.9	11.1

12-1.2006年のアジア域内国・地域向け輸出に占める仲介貿易の比率

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	3分の1未満	3分の1以上~3分の2未満	3分の2以上	不明
総数	92 100.0	92 100.0	45 48.9	16 17.4	31 33.7	-
ASEAN 計	91 100.0	91 100.0	45 49.5	15 16.5	31 34.1	-
タイ	23 100.0	23 100.0	14 60.9	5 21.7	4 17.4	-
マレーシア	23 100.0	23 100.0	12 52.2	4 17.4	7 30.4	-
シンガポール	8 100.0	8 100.0	4 50.0	1 12.5	3 37.5	-
インドネシア	15 100.0	15 100.0	6 40.0	1 6.7	8 53.3	-
フィリピン	16 100.0	16 100.0	8 50.0	2 12.5	6 37.5	-
ベトナム	6 100.0	6 100.0	1 16.7	2 33.3	3 50.0	-
インド	1 100.0	1 100.0	-	1 100.0	-	-

13-1.輸出取引を仲介している国・地域 (複数回答)

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	日本	シンガポール	マレーシア	タイ	その他ASEAN	香港	中国	その他アジア	米国	欧州	中近東	その他	不明
総数	92 100.0	92 100.0	62 67.4	39 42.4	4 4.4	9 9.8	7 7.6	14 15.2	3 3.3	4 4.4	6 6.5	7 7.6	4 4.4	3 3.3	-
ASEAN 計	91 100.0	91 100.0	62 68.1	38 41.8	4 4.4	9 9.9	7 7.7	14 15.4	3 3.3	4 4.4	6 6.6	7 7.7	4 4.4	3 3.3	-
タイ	23 100.0	23 100.0	16 69.6	9 39.1	1 4.4	1 4.4	-	3 13.0	-	1 4.4	1 4.4	2 8.7	-	-	-
マレーシア	23 100.0	23 100.0	11 47.8	14 60.9	1 4.4	6 26.1	3 13.0	5 21.7	1 4.4	2 8.7	2 8.7	2 8.7	3 13.0	2 8.7	-
シンガポール	8 100.0	8 100.0	4 50.0	4 50.0	2 25.0	-	2 25.0	1 12.5	-	-	1 12.5	-	-	-	-
インドネシア	15 100.0	15 100.0	14 93.3	6 40.0	-	2 13.3	2 13.3	3 20.0	2 13.3	1 6.7	2 13.3	1 6.7	1 6.7	-	-
フィリピン	16 100.0	16 100.0	13 81.3	3 18.8	-	-	-	1 6.3	-	-	-	1 6.3	-	-	-
ベトナム	6 100.0	6 100.0	4 66.7	2 33.3	-	-	-	1 16.7	-	-	-	1 16.7	-	1 16.7	-
インド	1 100.0	1 100.0	-	1 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

14-1.仲介貿易を使っている理由（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	為替リスク の軽減	法人税など 税務コストの削減	輸出者名 義変更のため	工場出荷 価格や FOB価格 の取引先 への非開 示	輸出付帯 業務の一 括化によ るコスト削 減	物流の総 合的な効 率化のため	その他	不明
総数	92	92	14	4	13	15	19	32	30	-
	100.0	100.0	15.2	4.4	14.1	16.3	20.7	34.8	32.6	-
ASEAN 計	91	91	13	4	13	15	19	32	30	-
	100.0	100.0	14.3	4.4	14.3	16.5	20.9	35.2	33.0	-
タイ	23	23	4	2	4	2	3	9	7	-
	100.0	100.0	17.4	8.7	17.4	8.7	13.0	39.1	30.4	-
マレーシア	23	23	6	1	1	3	5	5	11	-
	100.0	100.0	26.1	4.4	4.4	13.0	21.7	21.7	47.8	-
シンガポール	8	8	-	-	2	-	2	5	1	-
	100.0	100.0	-	-	25.0	-	25.0	62.5	12.5	-
インドネシア	15	15	1	-	2	4	2	7	4	-
	100.0	100.0	6.7	-	13.3	26.7	13.3	46.7	26.7	-
フィリピン	16	16	1	1	2	2	5	5	6	-
	100.0	100.0	6.3	6.3	12.5	12.5	31.3	31.3	37.5	-
ベトナム	6	6	1	-	2	4	2	1	1	-
	100.0	100.0	16.7	-	33.3	66.7	33.3	16.7	16.7	-
インド	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-

15-1.代表的な製造品目について、製造原価に占める原材料・部品など材料費の比率

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	50%未満	50～60% 未満	60～70% 未満	70～80% 未満	80～90% 未満	90%以上	不明
総数	637	618	128	110	124	124	96	36	19
	100.0	100.0	20.7	17.8	20.1	20.1	15.5	5.8	3.0
ASEAN 計	601	588	120	107	118	119	90	34	13
	100.0	100.0	20.4	18.2	20.1	20.2	15.3	5.8	2.2
タイ	158	157	25	39	37	28	21	7	1
	100.0	100.0	15.9	24.8	23.6	17.8	13.4	4.5	0.6
マレーシア	145	142	27	24	30	34	21	6	3
	100.0	100.0	19.0	16.9	21.1	23.9	14.8	4.2	2.1
シンガポール	60	57	17	7	8	14	8	3	3
	100.0	100.0	29.8	12.3	14.0	24.6	14.0	5.3	5.0
インドネシア	82	80	12	15	17	17	14	5	2
	100.0	100.0	15.0	18.8	21.3	21.3	17.5	6.3	2.4
フィリピン	129	125	31	21	21	19	23	10	4
	100.0	100.0	24.8	16.8	16.8	15.2	18.4	8.0	3.1
ベトナム	27	27	8	1	5	7	3	3	-
	100.0	100.0	29.6	3.7	18.5	25.9	11.1	11.1	-
インド	36	30	8	3	6	5	6	2	6
	100.0	100.0	26.7	10.0	20.0	16.7	20.0	6.7	16.7

16-1. 調達先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	進出国(現地)										不明	平均(%)
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%			
総数	637	612	99	48	111	115	70	89	49	31	25	40.1	
A S E A N 計	601	585	96	47	110	107	67	83	46	29	16	39.6	
タイ	158	156	12	13	14	29	21	32	25	10	2	53.9	
マレーシア	145	140	24	7	24	27	18	26	7	7	5	41.3	
シンガポール	60	55	16	5	8	9	7	8	1	1	5	29.6	
インドネシア	82	80	12	4	18	16	11	7	8	4	2	39.5	
フィリピン	129	127	25	14	39	24	7	8	4	6	2	27.3	
ベトナム	27	27	7	4	7	2	3	2	1	1	-	26.5	
インド	36	27	3	1	1	8	3	6	3	2	9	51.6	

16-1. 調達先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	日本										不明	平均(%)
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%			
総数	637	612	79	65	141	102	87	70	39	29	25	37.2	
A S E A N 計	601	585	75	58	133	100	85	67	39	28	16	37.8	
タイ	158	156	21	24	40	24	22	12	9	4	2	31.5	
マレーシア	145	140	22	16	40	26	9	13	8	6	5	32.1	
シンガポール	60	55	9	5	11	11	12	2	2	3	5	34.0	
インドネシア	82	80	10	7	17	13	16	10	3	4	2	38.8	
フィリピン	129	127	8	4	19	23	23	28	14	8	2	52.3	
ベトナム	27	27	5	2	6	3	3	2	3	3	-	41.2	
インド	36	27	4	7	8	2	2	3	-	1	9	24.4	

16-1. 調達先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	米国										不明	平均(%)
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%			
総数	637	612	569	21	18	3	1	-	-	-	25	0.9	
A S E A N 計	601	585	544	20	17	3	1	-	-	-	16	0.9	
タイ	158	156	143	8	5	-	-	-	-	-	2	0.7	
マレーシア	145	140	136	1	3	-	-	-	-	-	5	0.3	
シンガポール	60	55	43	8	2	1	1	-	-	-	5	2.7	
インドネシア	82	80	77	1	1	1	-	-	-	-	2	0.6	
フィリピン	129	127	121	-	5	1	-	-	-	-	2	0.9	
ベトナム	27	27	24	2	1	-	-	-	-	-	-	1.0	
インド	36	27	25	1	1	-	-	-	-	-	9	0.9	

16-1. 調達先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	欧州										不明	平均(%)
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%			
総数	637	612	550	31	24	5	1	1	-	-	25	1.3	
A S E A N 計	601	585	531	27	21	4	1	1	-	-	16	1.2	
タイ	158	156	136	13	7	-	-	-	-	-	2	1.0	
マレーシア	145	140	132	3	3	-	1	1	-	-	5	1.3	
シンガポール	60	55	42	6	4	3	-	-	-	-	5	3.6	
インドネシア	82	80	75	3	1	1	-	-	-	-	2	0.7	
フィリピン	129	127	121	2	4	-	-	-	-	-	2	0.5	
ベトナム	27	27	25	-	2	-	-	-	-	-	-	1.1	
インド	36	27	19	4	3	1	-	-	-	-	9	3.2	

16-1. 調達先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	中国本土										不明	平均(%)
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%			
総数	637	612	465	53	65	18	7	4	-	-	25	4.0	
	100.0	100.0	76.0	8.7	10.6	2.9	1.1	0.7	-	-	3.9		
ASEAN 計	601	585	444	49	64	17	7	4	-	-	16	4.1	
	100.0	100.0	75.9	8.4	10.9	2.9	1.2	0.7	-	-	2.7		
タイ	158	156	121	20	11	1	2	1	-	-	2	2.7	
	100.0	100.0	77.6	12.8	7.1	0.6	1.3	0.6	-	-	1.3		
マレーシア	145	140	105	10	14	6	2	3	-	-	5	5.7	
	100.0	100.0	75.0	7.1	10.0	4.3	1.4	2.1	-	-	3.5		
シンガポール	60	55	34	5	11	3	2	-	-	-	5	7.5	
	100.0	100.0	61.8	9.1	20.0	5.5	3.6	-	-	-	8.3		
インドネシア	82	80	60	8	9	3	-	-	-	-	2	3.2	
	100.0	100.0	75.0	10.0	11.3	3.8	-	-	-	-	2.4		
フィリピン	129	127	103	6	15	2	1	-	-	-	2	2.8	
	100.0	100.0	81.1	4.7	11.8	1.6	0.8	-	-	-	1.6		
ベトナム	27	27	21	-	4	2	-	-	-	-	-	5.2	
	100.0	100.0	77.8	-	14.8	7.4	-	-	-	-	-		
インド	36	27	21	4	1	1	-	-	-	-	9	2.2	
	100.0	100.0	77.8	14.8	3.7	3.7	-	-	-	-	25.0		

16-1. 調達先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	ASEAN										不明	平均(%)
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%			
総数	637	612	328	62	127	46	22	18	6	3	25	11.7	
	100.0	100.0	53.6	10.1	20.8	7.5	3.6	2.9	1.0	0.5	3.9		
ASEAN 計	601	585	315	59	121	44	21	17	5	3	16	11.5	
	100.0	100.0	53.9	10.1	20.7	7.5	3.6	2.9	0.9	0.5	2.7		
タイ	158	156	102	22	21	8	3	-	-	-	2	5.2	
	100.0	100.0	65.4	14.1	13.5	5.1	1.9	-	-	-	1.3		
マレーシア	145	140	75	7	34	12	5	4	1	2	5	13.0	
	100.0	100.0	53.6	5.0	24.3	8.6	3.6	2.9	0.7	1.4	3.5		
シンガポール	60	55	21	4	14	11	2	1	2	-	5	18.4	
	100.0	100.0	38.2	7.3	25.5	20.0	3.6	1.8	3.6	-	8.3		
インドネシア	82	80	38	13	18	4	3	3	-	1	2	11.9	
	100.0	100.0	47.5	16.3	22.5	5.0	3.8	3.8	-	1.3	2.4		
フィリピン	129	127	68	11	30	5	6	6	1	-	2	12.1	
	100.0	100.0	53.5	8.7	23.6	3.9	4.7	4.7	0.8	-	1.6		
ベトナム	27	27	11	2	4	4	2	3	1	-	-	23.0	
	100.0	100.0	40.7	7.4	14.8	14.8	7.4	11.1	3.7	-	-		
インド	36	27	13	3	6	2	1	1	1	-	9	14.6	
	100.0	100.0	48.2	11.1	22.2	7.4	3.7	3.7	3.7	-	25.0		

16-1. 調達先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	その他アジア										不明	平均(%)
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%			
総数	637	612	510	28	44	17	8	4	1	-	25	3.5	
	100.0	100.0	83.3	4.6	7.2	2.8	1.3	0.7	0.2	-	3.9		
ASEAN 計	601	585	486	26	44	17	8	3	1	-	16	3.5	
	100.0	100.0	83.1	4.4	7.5	2.9	1.4	0.5	0.2	-	2.7		
タイ	158	156	130	7	14	3	1	1	-	-	2	2.9	
	100.0	100.0	83.3	4.5	9.0	1.9	0.6	0.6	-	-	1.3		
マレーシア	145	140	115	7	9	5	2	1	1	-	5	4.2	
	100.0	100.0	82.1	5.0	6.4	3.6	1.4	0.7	0.7	-	3.5		
シンガポール	60	55	49	2	3	2	-	-	-	-	5	2.1	
	100.0	100.0	89.1	3.6	3.6	3.6	-	-	-	-	8.3		
インドネシア	82	80	67	2	5	3	2	1	-	-	2	4.6	
	100.0	100.0	83.8	2.5	6.3	3.8	2.5	1.3	-	-	2.4		
フィリピン	129	127	100	8	12	4	3	-	-	-	2	3.9	
	100.0	100.0	78.7	6.3	9.5	3.2	2.4	-	-	-	1.6		
ベトナム	27	27	25	-	2	-	-	-	-	-	-	1.3	
	100.0	100.0	92.6	-	7.4	-	-	-	-	-	-		
インド	36	27	24	2	-	-	-	1	-	-	9	3.1	
	100.0	100.0	88.9	7.4	-	-	-	3.7	-	-	25.0		

16-1. 調達先の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	その他										不明	平均(%)
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%			
総数	637	612	575	16	9	5	3	2	-	2	25	1.4	
	100.0	100.0	94.0	2.6	1.5	0.8	0.5	0.3	-	0.3	3.9		
ASEAN 計	601	585	549	15	9	5	3	2	-	2	16	1.4	
	100.0	100.0	93.9	2.6	1.5	0.9	0.5	0.3	-	0.3	2.7		
タイ	158	156	144	6	1	2	1	1	-	1	2	2.1	
	100.0	100.0	92.3	3.9	0.6	1.3	0.6	0.6	-	0.6	1.3		
マレーシア	145	140	132	2	2	1	1	1	-	1	5	2.1	
	100.0	100.0	94.3	1.4	1.4	0.7	0.7	0.7	-	0.7	3.5		
シンガポール	60	55	47	5	1	1	1	-	-	-	5	2.2	
	100.0	100.0	85.5	9.1	1.8	1.8	1.8	-	-	-	8.3		
インドネシア	82	80	78	-	1	1	-	-	-	-	2	0.7	
	100.0	100.0	97.5	-	1.3	1.3	-	-	-	-	2.4		
フィリピン	129	127	123	2	2	3	-	-	-	-	2	0.2	
	100.0	100.0	96.9	1.6	1.6	-	-	-	-	-	1.6		
ベトナム	27	27	25	-	2	-	-	-	-	-	-	0.7	
	100.0	100.0	92.6	-	7.4	-	-	-	-	-	-		
インド	36	27	26	1	-	-	-	-	-	-	9	0.0	
	100.0	100.0	96.3	3.7	-	-	-	-	-	-	25.0		

16-2.調達先が進出国(現地)の場合の内訳

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	現地進出日系企業											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	637	516	118	18	65	63	55	82	54	61	121	45.5
	100.0	100.0	22.9	3.5	12.6	12.2	10.7	15.9	10.5	11.8	19.0	
A S E A N 計	601	492	106	15	61	60	53	82	54	61	109	47.1
	100.0	100.0	21.5	3.1	12.4	12.2	10.8	16.7	11.0	12.4	18.1	
タイ	158	144	19	4	18	17	17	34	19	16	14	53.2
	100.0	100.0	13.2	2.8	12.5	11.8	11.8	23.6	13.2	11.1	8.9	
マレーシア	145	117	37	6	18	17	9	13	7	10	28	34.6
	100.0	100.0	31.6	5.1	15.4	14.5	7.7	11.1	6.0	8.6	19.3	
シンガポール	60	40	8	-	6	6	6	9	3	2	20	44.4
	100.0	100.0	20.0	-	15.0	15.0	15.0	22.5	7.5	5.0	33.3	
インドネシア	82	68	14	4	5	11	11	11	5	7	14	44.9
	100.0	100.0	20.6	5.9	7.4	16.2	16.2	16.2	7.4	10.3	17.1	
フィリピン	129	103	20	-	11	7	9	13	19	24	26	58.4
	100.0	100.0	19.4	-	10.7	6.8	8.7	12.6	18.5	23.3	20.2	
ベトナム	27	20	8	1	3	2	1	2	1	2	7	32.4
	100.0	100.0	40.0	5.0	15.0	10.0	5.0	10.0	5.0	10.0	25.9	
インド	36	24	12	3	4	3	2	-	-	-	12	11.2
	100.0	100.0	50.0	12.5	16.7	12.5	8.3	-	-	-	33.3	

16-2.調達先が進出国(現地)の場合の内訳

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	地産企業											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	637	516	78	24	85	66	63	68	39	93	121	48.6
	100.0	100.0	15.1	4.7	16.5	12.8	12.2	13.2	7.6	18.0	19.0	
A S E A N 計	601	492	78	24	85	64	61	62	35	83	109	46.9
	100.0	100.0	15.9	4.9	17.3	13.0	12.4	12.6	7.1	16.9	18.1	
タイ	158	144	18	8	35	20	24	14	12	13	14	41.5
	100.0	100.0	12.5	5.6	24.3	13.9	16.7	9.7	8.3	9.0	8.9	
マレーシア	145	117	13	1	15	13	9	21	10	35	28	61.7
	100.0	100.0	11.1	0.9	12.8	11.1	7.7	18.0	8.6	29.9	19.3	
シンガポール	60	40	5	1	10	5	7	6	1	5	20	43.3
	100.0	100.0	12.5	2.5	25.0	12.5	17.5	15.0	2.5	12.5	33.3	
インドネシア	82	68	7	2	9	13	13	9	6	9	14	50.4
	100.0	100.0	10.3	2.9	13.2	19.1	19.1	13.2	8.8	13.2	17.1	
フィリピン	129	103	32	9	15	10	7	9	5	16	26	36.0
	100.0	100.0	31.1	8.7	14.6	9.7	6.8	8.7	4.9	15.5	20.2	
ベトナム	27	20	3	3	1	3	1	3	1	5	7	50.5
	100.0	100.0	15.0	15.0	5.0	15.0	5.0	15.0	5.0	25.0	25.9	
インド	36	24	-	-	-	2	2	6	4	10	12	84.4
	100.0	100.0	-	-	-	8.3	8.3	25.0	16.7	41.7	33.3	

16-2.調達先が進出国(現地)の場合の内訳

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	その他外資系企業											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	637	516	378	27	75	21	6	2	1	6	121	5.9
	100.0	100.0	73.3	5.2	14.5	4.1	1.2	0.4	0.2	1.2	19.0	
A S E A N 計	601	492	361	25	72	19	6	2	1	6	109	6.0
	100.0	100.0	73.4	5.1	14.6	3.9	1.2	0.4	0.2	1.2	18.1	
タイ	158	144	107	9	16	9	2	-	-	1	14	5.3
	100.0	100.0	74.3	6.3	11.1	6.3	1.4	-	-	0.7	8.9	
マレーシア	145	117	94	1	19	1	1	1	-	-	28	3.7
	100.0	100.0	80.3	0.9	16.2	0.9	0.9	0.9	-	-	19.3	
シンガポール	60	40	20	4	12	2	-	-	-	2	20	12.3
	100.0	100.0	50.0	10.0	30.0	5.0	-	-	-	5.0	33.3	
インドネシア	82	68	49	7	8	2	2	-	-	-	14	4.7
	100.0	100.0	72.1	10.3	11.8	2.9	2.9	-	-	-	17.1	
フィリピン	129	103	78	4	15	3	-	1	-	2	26	5.7
	100.0	100.0	75.7	3.9	14.6	2.9	-	1.0	-	1.9	20.2	
ベトナム	27	20	13	-	2	2	1	-	1	1	7	17.2
	100.0	100.0	65.0	-	10.0	10.0	5.0	-	5.0	5.0	25.9	
インド	36	24	17	2	3	2	-	-	-	-	12	4.5
	100.0	100.0	70.8	8.3	12.5	8.3	-	-	-	-	33.3	

17-1.今後の原材料・部品調達の方針について（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	進出国での現地調達率を引き上げる	ASEANから調達率を引き上げる	中国から調達率を引き上げる	日本からの調達率を引き上げる	現状の現地調達率を維持する	その他	不明
総数	637	611	339	200	83	20	166	30	26
	100.0	100.0	55.5	32.7	13.6	3.3	27.2	4.9	4.1
ASEAN計	601	583	319	193	78	18	160	30	18
	100.0	100.0	54.7	33.1	13.4	3.1	27.4	5.2	3.0
タイ	158	153	97	40	16	6	38	8	5
	100.0	100.0	63.4	26.1	10.5	3.9	24.8	5.2	3.2
マレーシア	145	140	72	48	22	3	42	7	5
	100.0	100.0	51.4	34.3	15.7	2.1	30.0	5.0	3.5
シンガポール	60	56	16	27	12	2	18	2	4
	100.0	100.0	28.6	48.2	21.4	3.6	32.1	3.6	6.7
インドネシア	82	81	46	27	10	2	20	5	1
	100.0	100.0	56.8	33.3	12.4	2.5	24.7	6.2	1.2
フィリピン	129	127	70	43	13	5	39	6	2
	100.0	100.0	55.1	33.9	10.2	3.9	30.7	4.7	1.6
ベトナム	27	26	18	8	5	-	3	2	1
	100.0	100.0	69.2	30.8	19.2	-	11.5	7.7	3.7
インド	36	28	20	7	5	2	6	-	8
	100.0	100.0	71.4	25.0	17.9	7.1	21.4	-	22.2

18-1.原材料・部品の現地調達率を拡大するために必要なこと（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	現地サプライヤーの品質向上	現地サプライヤーのコスト削減	現地サプライヤーの納期厳守	社製品設計変更	技術認証・審査部門の現地化	設計・研究開発部門の現地化	進出国の物流・輸送関連インフラの改善	ASEAN域内での物流・輸送関連インフラの改善	関連サプライヤーの現地進出	その他	不明
総数	637	594	474	341	257	65	31	29	92	41	91	21	43
	100.0	100.0	79.8	57.4	43.3	10.9	5.2	4.9	15.5	6.9	15.3	3.5	6.8
ASEAN計	601	567	450	325	243	62	29	28	78	41	88	21	34
	100.0	100.0	79.4	57.3	42.9	10.9	5.1	4.9	13.8	7.2	15.5	3.7	5.7
タイ	158	153	126	81	60	23	9	14	8	3	21	4	5
	100.0	100.0	82.4	52.9	39.2	15.0	5.9	9.2	5.2	2.0	13.7	2.6	3.2
マレーシア	145	134	108	86	55	13	6	6	11	12	17	5	11
	100.0	100.0	80.6	64.2	41.0	9.7	4.5	4.5	8.2	9.0	12.7	3.7	7.6
シンガポール	60	54	29	30	16	10	2	1	4	2	11	5	6
	100.0	100.0	53.7	55.6	29.6	18.5	3.7	1.9	7.4	3.7	20.4	9.3	10.0
インドネシア	82	78	63	48	36	6	4	2	12	3	9	4	4
	100.0	100.0	80.8	61.5	46.2	7.7	5.1	2.6	15.4	3.9	11.5	5.1	4.9
フィリピン	129	122	99	69	63	10	7	5	36	17	21	2	7
	100.0	100.0	81.2	56.6	51.6	8.2	5.7	4.1	29.5	13.9	17.2	1.6	5.4
ベトナム	27	26	25	11	13	-	1	-	7	4	9	1	1
	100.0	100.0	96.2	42.3	50.0	-	3.9	-	26.9	15.4	34.6	3.9	3.7
インド	36	27	24	16	14	3	2	1	14	-	3	-	9
	100.0	100.0	88.9	59.3	51.9	11.1	7.4	3.7	51.9	-	11.1	-	25.0



19-1.原材料・部品の輸入調達額で0%関税となっている比率

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30% 未満	30~50% 未満	50~70% 未満	70~90% 未満	90~ 100%未 満	100%	不明
総数	637	590	135	62	38	18	27	43	81	186	47
	100.0	100.0	22.9	10.5	6.4	3.1	4.6	7.3	13.7	31.5	7.4
ASEAN 計	601	561	114	60	37	17	27	42	81	183	40
	100.0	100.0	20.3	10.7	6.6	3.0	4.8	7.5	14.4	32.6	6.7
タイ	158	153	46	28	14	5	10	16	16	18	5
	100.0	100.0	30.1	18.3	9.2	3.3	6.5	10.5	10.5	11.8	3.2
マレーシア	145	135	13	5	9	4	5	14	27	58	10
	100.0	100.0	9.6	3.7	6.7	3.0	3.7	10.4	20.0	43.0	6.9
シンガポール	60	51	11	7	1	2	-	3	7	20	9
	100.0	100.0	21.6	13.7	2.0	3.9	-	5.9	13.7	39.2	15.0
インドネシア	82	78	24	13	10	1	5	2	8	15	4
	100.0	100.0	30.8	16.7	12.8	1.3	6.4	2.6	10.3	19.2	4.9
フィリピン	129	117	15	3	3	2	5	7	20	62	12
	100.0	100.0	12.8	2.6	2.6	1.7	4.3	6.0	17.1	53.0	9.3
ベトナム	27	27	5	4	-	3	2	-	3	10	-
	100.0	100.0	18.5	14.8	-	11.1	7.4	-	11.1	37.0	-
インド	36	29	21	2	1	1	-	1	-	3	7
	100.0	100.0	72.4	6.9	3.5	3.5	-	3.5	-	10.3	19.4

20-1.代表的な製造品目について、中国における関連会社での製造原価を100とした場合の責任国における製造原価

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	80% 未満	80~90% 未満	90~ 100% 未満	100~ 110% 未満	110~ 120% 未満	120~ 130% 未満	130~ 140% 未満	140~ 150% 未満	150%以 上	不明
総数	637	329	20	16	61	78	70	41	16	15	12	308
	100.0	100.0	6.1	4.9	18.5	23.7	21.3	12.5	4.9	4.6	3.7	48.4
ASEAN 計	601	314	17	12	61	76	64	41	16	15	12	287
	100.0	100.0	5.4	3.8	19.4	24.2	20.4	13.1	5.1	4.8	3.8	47.8
タイ	158	87	1	1	20	27	20	10	4	2	2	71
	100.0	100.0	1.2	1.2	23.0	31.0	23.0	11.5	4.6	2.3	2.3	44.9
マレーシア	145	71	3	2	12	12	20	11	4	7	-	74
	100.0	100.0	4.2	2.8	16.9	16.9	28.2	15.5	5.6	9.9	-	51.0
シンガポール	60	36	3	-	4	7	8	5	3	4	2	24
	100.0	100.0	8.3	-	11.1	19.4	22.2	13.9	8.3	11.1	5.6	40.0
インドネシア	82	44	6	4	9	10	5	9	-	-	1	38
	100.0	100.0	13.6	9.1	20.5	22.7	11.4	20.5	-	-	2.3	46.3
フィリピン	129	66	4	4	14	19	10	3	5	1	6	63
	100.0	100.0	6.1	6.1	21.2	28.8	15.2	4.6	7.6	1.5	9.1	48.8
ベトナム	27	10	-	1	2	1	1	3	-	1	1	17
	100.0	100.0	-	10.0	20.0	10.0	10.0	30.0	-	10.0	10.0	63.0
インド	36	15	3	4	-	2	6	-	-	-	-	21
	100.0	100.0	20.0	26.7	-	13.3	40.0	-	-	-	-	58.3

21-1.販売・営業面での問題点（複数回答）

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	本社からの生産発注量の減少	取引先からの発注減少	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷	新規顧客の開拓が進まない	世界的な供給過剰構造による販売価格の下落	進出国市場への安価な輸入品の流入	進出国市場への模倣品・類似品の流入	競合相手の台頭	売掛金回収の停滞	その他	不明
総数	637	610	107	166	321	166	182	85	119	56	194	47	43	27
	100.0	100.0	17.5	27.2	52.6	27.2	29.8	13.9	19.5	9.2	31.8	7.7	7.1	4.2
ASEAN 計	601	577	107	162	302	160	180	80	108	50	184	42	40	24
	100.0	100.0	18.5	28.1	52.3	27.7	31.2	13.9	18.7	8.7	31.9	7.3	6.9	4.0
タイ	158	151	21	49	78	44	49	19	21	13	53	7	9	7
	100.0	100.0	13.9	32.5	51.7	29.1	32.5	12.6	13.9	8.6	35.1	4.6	6.0	4.4
マレーシア	145	142	26	37	74	42	44	27	33	11	40	15	10	3
	100.0	100.0	18.3	26.1	52.1	29.6	31.0	19.0	23.2	7.8	28.2	10.6	7.0	2.1
シンガポール	60	60	5	15	31	14	21	6	12	6	28	8	3	-
	100.0	100.0	8.3	25.0	51.7	23.3	35.0	10.0	20.0	10.0	46.7	13.3	5.0	-
インドネシア	82	79	20	21	48	22	24	12	20	9	18	7	2	3
	100.0	100.0	25.3	26.6	60.8	27.9	30.4	15.2	25.3	11.4	22.8	8.9	2.5	3.7
フィリピン	129	120	30	35	62	33	35	14	16	8	36	4	13	9
	100.0	100.0	25.0	29.2	51.7	27.5	29.2	11.7	13.3	6.7	30.0	3.3	10.8	7.0
ベトナム	27	25	5	5	9	5	7	2	6	3	9	1	3	2
	100.0	100.0	20.0	20.0	36.0	20.0	28.0	8.0	24.0	12.0	36.0	4.0	12.0	7.4
インド	36	33	-	4	19	6	2	5	11	6	10	5	3	3
	100.0	100.0	-	12.1	57.6	18.2	6.1	15.2	33.3	18.2	30.3	15.2	9.1	8.3

22-1.生産面での問題点（複数回答）

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	生産能力の不足	限界に近づきつつあるコスト削減	調達コストの上昇	原材料・部品の現地調達難	短期間で生産品目の切り替えが困難	品質管理の難しさ	資本財・中間財輸入に対する高関税	環境規制の厳格化	電力不足	その他	不明
総数	637	611	133	264	392	217	46	272	13	53	35	30	26
	100.0	100.0	21.8	43.2	64.2	35.5	7.5	44.5	2.1	8.7	5.7	4.9	4.1
ASEAN 計	601	582	129	258	376	207	43	262	8	52	28	29	19
	100.0	100.0	22.2	44.3	64.6	35.6	7.4	45.0	1.4	8.9	4.8	5.0	3.2
タイ	158	152	42	62	92	40	9	69	1	12	2	6	6
	100.0	100.0	27.6	40.8	60.5	26.3	5.9	45.4	0.7	7.9	1.3	4.0	3.8
マレーシア	145	142	23	69	100	40	12	68	-	18	1	5	3
	100.0	100.0	16.2	48.6	70.4	28.2	8.5	47.9	-	12.7	0.7	3.5	2.1
シンガポール	60	56	11	30	35	13	4	15	-	7	1	5	4
	100.0	100.0	19.6	53.6	62.5	23.2	7.1	26.8	-	12.5	1.8	8.9	6.7
インドネシア	82	81	24	36	59	40	3	32	4	4	9	3	1
	100.0	100.0	29.6	44.4	72.8	49.4	3.7	39.5	4.9	4.9	11.1	3.7	1.2
フィリピン	129	124	24	56	72	58	15	63	2	7	10	9	5
	100.0	100.0	19.4	45.2	58.1	46.8	12.1	50.8	1.6	5.7	8.1	7.3	3.9
ベトナム	27	27	5	5	18	16	-	15	1	4	5	1	-
	100.0	100.0	18.5	18.5	66.7	59.3	-	55.6	3.7	14.8	18.5	3.7	-
インド	36	29	4	6	16	10	3	10	5	1	7	1	7
	100.0	100.0	13.8	20.7	55.2	34.5	10.3	34.5	17.2	3.5	24.1	3.5	19.4

23-1.財務・金融・為替面での問題点（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	設備投資に必要なキャッシュフローの不足	進出先での金融機関からの資金調達が困難	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	円の為替レートの変動	資金調達に際する厳しい規制	税務の負担	金利の上昇	その他	不明
総数	637 100.0	593 100.0	130 21.9	39 6.6	352 59.4	249 42.0	98 16.5	30 5.1	165 27.8	67 11.3	9 1.5	44 6.9
ASEAN 計	601 100.0	562 100.0	126 22.4	39 6.9	336 59.8	242 43.1	96 17.1	25 4.5	147 26.2	53 9.4	9 1.6	39 6.5
タイ	158 100.0	147 100.0	33 22.5	11 7.5	80 54.4	82 55.8	12 8.2	11 7.5	36 24.5	12 8.2	1 0.7	11 7.0
マレーシア	145 100.0	133 100.0	28 21.1	11 8.3	81 60.9	48 36.1	26 19.6	2 1.5	21 15.8	7 5.3	3 2.3	12 8.3
シンガポール	60 100.0	55 100.0	7 12.7	4 7.3	34 61.8	22 40.0	11 20.0	1 1.8	5 9.1	4 7.3	-	5 8.3
インドネシア	82 100.0	78 100.0	29 37.2	5 6.4	40 51.3	23 29.5	9 11.5	4 5.1	45 57.7	12 15.4	2 2.6	4 4.9
フィリピン	129 100.0	123 100.0	19 15.5	5 4.1	96 78.1	62 50.4	30 24.4	3 2.4	31 25.2	15 12.2	2 1.6	6 4.7
ベトナム	27 100.0	26 100.0	10 38.5	3 11.5	5 19.2	5 19.2	8 30.8	4 15.4	9 34.6	3 11.5	1 3.9	1 3.7
インド	36 100.0	31 100.0	4 12.9	-	16 51.6	7 22.6	2 6.5	5 16.1	18 58.1	14 45.2	-	5 13.9

24-1.雇用・労働面での問題点（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	従業員の資金上昇	人材（一般ワーカー）の採用難	人材（中間管理職）の採用難	人材（技術者）の採用難	従業員の定着率	日本人出向役員（駐在員）のコスト	解雇・人員削減に対する規制	労務問題	外国人労働者の雇用規制	管理職・現場責任者の現地化が難しい	重い年金・社会保険料などの事業主負担	現地人材の育成にかかるコスト負担増	その他	不明
総数	637 100.0	621 100.0	430 69.2	111 17.9	244 39.3	283 45.6	193 31.1	195 31.4	162 26.1	115 18.5	40 6.4	209 33.7	33 5.3	56 9.0	15 2.4	16 2.5
ASEAN 計	601 100.0	588 100.0	402 68.4	104 17.7	230 39.1	273 46.4	172 29.3	186 31.6	157 26.7	110 18.7	40 6.8	204 34.7	33 5.6	54 9.2	14 2.4	13 2.2
タイ	158 100.0	155 100.0	92 59.4	32 20.7	63 40.7	84 54.2	51 32.9	46 29.7	22 14.2	25 16.1	5 3.2	65 41.9	2 1.3	13 8.4	3 1.9	3 1.9
マレーシア	145 100.0	143 100.0	80 55.9	38 26.6	60 42.0	72 50.4	45 31.5	39 27.3	38 26.6	9 6.3	19 13.3	39 27.3	3 2.1	8 5.6	4 2.8	2 1.4
シンガポール	60 100.0	58 100.0	45 77.6	13 22.4	20 34.5	20 34.5	21 36.2	22 37.9	1 1.7	-	9 15.5	14 24.1	4 6.9	3 5.2	1 1.7	2 3.3
インドネシア	82 100.0	80 100.0	67 83.8	6 7.5	24 30.0	15 18.8	6 7.5	35 43.8	46 57.5	28 35.0	5 6.3	25 31.3	14 17.5	12 15.0	1 1.3	2 2.4
フィリピン	129 100.0	125 100.0	96 76.8	9 7.2	44 35.2	65 52.0	36 28.8	33 26.4	44 35.2	37 29.6	-	48 38.4	9 7.2	17 13.6	3 2.4	4 3.1
ベトナム	27 100.0	27 100.0	22 81.5	6 22.2	19 70.4	17 63.0	13 48.2	11 40.7	6 22.2	11 40.7	2 7.4	13 48.2	1 3.7	1 3.7	2 7.4	-
インド	36 100.0	33 100.0	28 84.9	7 21.2	14 42.4	10 30.3	21 63.6	9 27.3	5 15.2	5 15.2	-	5 15.2	-	2 6.1	1 3.0	3 8.3

25-1.投資環境面での問題点（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	不安定な政治・社会情勢	インフラの整備状況が不十分	進出国政府の不透明な政策運営	行政手続きの煩雑さ	税務手続きの煩雑さ	経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用	出資比率など外資規制	知的財産権の保護が欠如していること	その他	不明
総数	637	514	160	218	174	184	153	125	55	49	37	123
	100.0	100.0	31.1	42.4	33.9	35.8	29.8	24.3	10.7	9.5	7.2	19.3
ASEAN 計	601	483	160	192	168	169	133	120	54	42	37	118
	100.0	100.0	33.1	39.8	34.8	35.0	27.5	24.8	11.2	8.7	7.7	19.6
タイ	158	129	55	16	35	40	40	29	16	11	8	29
	100.0	100.0	42.6	12.4	27.1	31.0	31.0	22.5	12.4	8.5	6.2	18.4
マレーシア	145	105	1	24	20	42	11	15	18	9	7	40
	100.0	100.0	1.0	22.9	19.1	40.0	10.5	14.3	17.1	8.6	6.7	27.6
シンガポール	60	28	3	3	5	7	5	2	-	3	15	32
	100.0	100.0	10.7	10.7	17.9	25.0	17.9	7.1	-	10.7	53.6	53.3
インドネシア	82	76	28	44	38	35	44	33	7	8	3	6
	100.0	100.0	36.8	57.9	50.0	46.1	57.9	43.4	9.2	10.5	4.0	7.3
フィリピン	129	119	72	87	60	32	27	29	12	9	2	10
	100.0	100.0	60.5	73.1	50.4	26.9	22.7	24.4	10.1	7.6	1.7	7.8
ベトナム	27	26	1	18	10	13	6	12	1	2	2	1
	100.0	100.0	3.9	69.2	38.5	50.0	23.1	46.2	3.9	7.7	7.7	3.7
インド	36	31	-	26	6	15	20	5	1	7	-	5
	100.0	100.0	-	83.9	19.4	48.4	64.5	16.1	3.2	22.6	-	13.9

26-1.貿易制度面での問題点（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	通関等諸手続きが煩雑	通関に時間を要する	通達・規則内容の周知徹底が不十分	関税の課税評価の査定が不明瞭	関税分類の認定基準が不明瞭	検査システムが不明瞭	非関税障壁が高い	その他	不明
総数	637	436	180	178	165	99	76	58	20	39	201
	100.0	100.0	41.3	40.8	37.8	22.7	17.4	13.3	4.6	8.9	31.6
ASEAN 計	601	409	163	160	159	93	69	55	18	37	192
	100.0	100.0	39.9	39.1	38.9	22.7	16.9	13.5	4.4	9.1	32.0
タイ	158	120	54	33	47	44	28	13	8	7	38
	100.0	100.0	45.0	27.5	39.2	36.7	23.3	10.8	6.7	5.8	24.1
マレーシア	145	82	24	31	26	7	10	8	4	4	63
	100.0	100.0	29.3	37.8	31.7	8.5	12.2	9.8	4.9	4.9	43.5
シンガポール	60	25	4	7	3	5	4	1	2	12	35
	100.0	100.0	16.0	28.0	12.0	20.0	16.0	4.0	8.0	48.0	58.3
インドネシア	82	74	36	44	37	17	13	14	2	3	8
	100.0	100.0	48.7	59.5	50.0	23.0	17.6	18.9	2.7	4.1	9.8
フィリピン	129	86	33	36	35	17	9	16	2	9	43
	100.0	100.0	38.4	41.9	40.7	19.8	10.5	18.6	2.3	10.5	33.3
ベトナム	27	22	12	9	11	3	5	3	-	2	5
	100.0	100.0	54.6	40.9	50.0	13.6	22.7	13.6	-	9.1	18.5
インド	36	27	17	18	6	6	7	3	2	2	9
	100.0	100.0	63.0	66.7	22.2	22.2	25.9	11.1	7.4	7.4	25.0

27-1.進出先市場で製品を販売するにあたり、現時点での最大の競争相手

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	進出先地 場企業	ASEAN	中国	台湾	韓国	米国	欧州	インド	その他	競合相手 なし	不明
総数	637 100.0	571 100.0	125 21.9	73 12.8	192 33.6	24 4.2	33 5.8	26 4.6	32 5.6	12 2.1	26 4.6	28 4.9	66 10.4
ASEAN 計	601 100.0	539 100.0	110 20.4	71 13.2	188 34.9	24 4.5	29 5.4	22 4.1	30 5.6	12 2.2	25 4.6	28 5.2	62 10.3
タイ	158 100.0	144 100.0	47 32.6	15 10.4	40 27.8	3 2.1	5 3.5	6 4.2	6 4.2	5 3.5	8 5.6	9 6.3	14 8.9
マレーシア	145 100.0	129 100.0	23 17.8	21 16.3	43 33.3	9 7.0	8 6.2	4 3.1	10 7.8	2 1.6	4 3.1	5 3.9	16 11.0
シンガポール	60 100.0	59 100.0	8 13.6	5 8.5	22 37.3	3 5.1	3 5.1	5 8.5	9 15.3	-	2 3.4	2 3.4	1 1.7
インドネシア	82 100.0	77 100.0	15 19.5	9 11.7	34 44.2	1 1.3	7 9.1	1 1.3	2 2.6	2 2.6	1 1.3	5 6.5	5 6.1
フィリピン	129 100.0	108 100.0	13 12.0	16 14.8	43 39.8	5 4.6	6 5.6	5 4.6	3 2.8	3 2.8	7 6.5	7 6.5	21 16.3
ベトナム	27 100.0	22 100.0	4 18.2	5 22.7	6 27.3	3 13.6	-	1 4.6	-	-	3 13.6	-	5 18.5
インド	36 100.0	32 100.0	15 46.9	2 6.3	4 12.5	-	4 12.5	4 12.5	2 6.3	-	1 3.1	-	4 11.1

28-1.競争相手の競争力 (複数回答)

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	価格	品質	ブランド	デザイン	種別的な 設備投資	優秀な人 材	アフター サービス	製品の多 さ	販売ネッ トワーク	効果的な 広告・宣 伝活動	研究・開 発力	戦略的 な他社 との業 務提携	マーケ ティング	進出先 での有 力な企 業ネッ トワー ク/人脈	その他	不明
総数	637 100.0	544 100.0	468 86.0	97 17.8	58 10.7	19 3.5	85 15.6	47 8.6	18 3.3	38 7.0	51 9.4	26 4.8	40 7.4	24 4.4	50 9.2	45 8.3	12 2.2	93 14.6
ASEAN 計	601 100.0	512 100.0	441 86.1	91 17.8	51 10.0	18 3.5	76 14.8	46 9.0	15 2.9	32 6.3	43 8.4	21 4.1	37 7.2	21 4.1	46 9.0	43 8.4	12 2.3	89 14.8
タイ	158 100.0	135 100.0	116 85.9	18 13.3	13 9.6	6 4.4	14 10.4	12 8.9	2 1.5	4 3.0	10 7.4	4 3.0	12 8.9	6 4.4	13 9.6	10 7.4	4 3.0	23 14.6
マレーシア	145 100.0	124 100.0	103 83.1	20 16.1	18 14.5	3 2.4	18 14.5	11 8.9	9 7.3	9 7.3	9 7.3	8 6.5	14 11.3	3 2.4	12 9.7	9 7.3	-	21 14.5
シンガポール	60 100.0	57 100.0	46 80.7	11 19.3	8 14.0	3 5.3	11 19.3	6 10.5	3 5.3	6 10.5	6 10.5	3 5.3	7 12.3	4 7.0	6 10.5	5 8.8	1 1.8	3 5.0
インドネシア	82 100.0	72 100.0	68 94.4	12 16.7	2 2.8	3 4.2	10 13.9	7 9.7	-	7 9.7	4 5.6	1 1.4	2 2.8	3 4.2	5 6.9	8 11.1	1 1.4	10 12.2
フィリピン	129 100.0	102 100.0	90 88.2	26 25.5	9 8.8	3 2.9	18 17.7	9 8.8	1 1.0	2 2.0	9 8.8	3 2.9	2 2.0	4 3.9	8 7.8	9 8.8	4 4.9	27 20.9
ベトナム	27 100.0	22 100.0	18 81.8	4 18.2	1 4.6	-	5 22.7	1 4.6	-	4 18.2	5 22.7	2 9.1	-	1 4.6	2 9.1	2 9.1	1 4.6	5 18.5
インド	36 100.0	32 100.0	27 84.4	6 18.8	7 21.9	1 3.1	9 28.1	1 3.1	3 9.4	6 18.8	8 25.0	5 15.6	3 9.4	3 9.4	4 12.5	2 6.3	-	4 11.1

29-1.競争相手に対する対抗手段（複数回答）

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	研究・開発機能の強化	製品開発期間の短縮	設備の増強	製品の高付加価値化	販売価格の引き下げ	新製品・モデルの市場投入	新規分野での顧客の開拓	マーケティング・営業の強化	広告・宣伝の強化	販売ネットワークの拡充	アフターサービスの強化	FTA/EP Aの活用による調達コストの削減	物流の効率化	戦略的な業務提携/企業買収による経営資源の活用	既存製品/事業での選択と集中	その他	不明
総数	637 100.0	536 100.0	116 21.6	66 12.3	98 18.3	301 56.2	145 27.1	100 18.7	108 20.2	179 33.4	23 4.3	58 10.8	84 15.7	28 5.2	74 13.8	22 4.1	66 12.3	18 3.4	101 15.9
ASEAN 計	601 100.0	505 100.0	109 21.6	64 12.7	92 18.2	284 56.2	136 26.9	87 17.2	104 20.6	167 33.1	20 4.0	47 9.3	74 14.7	23 4.6	66 13.1	20 4.0	63 12.5	18 3.6	96 16.0
タイ	158 100.0	132 100.0	30 22.7	21 15.9	24 18.2	75 56.8	34 25.8	16 12.1	25 18.9	40 30.3	-	11 8.3	15 11.4	8 6.1	17 12.9	5 3.8	13 9.9	4 3.0	26 16.5
マレーシア	145 100.0	123 100.0	35 28.5	15 12.2	24 19.5	72 58.5	34 27.6	30 24.4	34 27.6	46 37.4	5 4.1	9 7.3	24 19.5	5 4.1	11 8.9	1 0.8	17 13.8	3 2.4	22 15.2
シンガポール	60 100.0	56 100.0	15 26.8	9 16.1	8 14.3	34 60.7	12 21.4	11 19.6	15 26.8	18 32.1	3 5.4	6 10.7	13 23.2	-	6 10.7	3 5.4	7 12.5	1 1.8	4 6.7
インドネシア	82 100.0	71 100.0	12 16.9	9 12.7	13 18.3	41 57.8	22 31.0	10 14.1	12 16.9	24 33.8	1 1.4	6 8.5	8 11.3	5 7.0	8 11.3	5 7.0	4 5.6	2 2.8	11 13.4
フィリピン	129 100.0	102 100.0	14 13.7	8 7.8	16 15.7	53 52.0	28 27.5	17 16.7	15 14.7	31 30.4	7 6.9	11 10.8	9 8.8	3 2.9	20 19.6	4 3.9	18 17.7	8 7.8	27 20.9
ベトナム	27 100.0	21 100.0	3 14.3	2 9.5	7 33.3	9 42.9	6 28.6	3 14.3	3 14.3	8 38.1	4 19.1	4 19.1	5 23.8	2 9.5	2 19.1	2 9.5	4 19.1	-	6 22.2
インド	36 100.0	31 100.0	7 22.6	2 6.5	6 19.4	12 54.8	9 29.0	13 41.9	4 12.9	12 38.7	3 9.7	11 35.5	10 32.3	5 16.1	8 25.8	2 6.5	3 9.7	-	5 13.9

30-1.ローカルスタッフがトップに就いている部門（複数回答）

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	生産管理	品質管理	エンジニア部門	研究開発部門	総務・人事部門	営業・販売・マーケティング部門	財務・会計部門	調達・購買部門	広報・宣伝部門	現法役員	現社長・会長	その他	不明
総数	637 100.0	575 100.0	370 64.4	293 51.0	163 28.4	40 7.0	425 73.9	165 28.7	339 59.0	239 41.6	46 8.0	88 15.3	43 7.5	15 2.6	62 9.7
ASEAN 計	601 100.0	542 100.0	353 65.1	280 51.7	155 28.6	35 6.5	402 74.2	147 27.1	317 58.5	223 41.1	40 7.4	78 14.4	35 6.5	12 2.2	59 9.8
タイ	158 100.0	137 100.0	80 58.4	61 44.5	34 24.8	5 3.7	110 80.3	32 23.4	79 57.7	51 37.2	11 8.0	24 17.5	9 6.6	5 3.7	21 13.3
マレーシア	145 100.0	136 100.0	106 77.9	79 58.1	44 32.4	14 10.3	93 68.4	38 27.9	84 61.8	64 47.1	9 6.6	24 17.7	7 5.2	1 0.7	9 6.2
シンガポール	60 100.0	58 100.0	35 60.3	25 43.1	18 31.0	6 10.3	38 65.5	30 51.7	33 56.9	27 46.6	6 10.3	9 15.5	5 8.6	2 3.5	2 3.3
インドネシア	82 100.0	77 100.0	48 62.3	42 54.6	19 24.7	4 5.2	61 79.2	28 36.4	42 54.6	38 49.4	4 5.2	9 11.7	8 10.4	2 2.6	5 6.1
フィリピン	129 100.0	111 100.0	69 62.2	63 56.8	37 33.3	6 5.4	83 74.8	17 15.3	70 63.1	37 33.3	8 7.2	8 7.2	5 4.5	2 1.8	18 14.0
ベトナム	27 100.0	23 100.0	15 65.2	10 43.5	3 13.0	-	17 73.9	2 8.7	9 39.1	6 26.1	2 8.7	4 17.4	1 4.4	-	4 14.8
インド	36 100.0	33 100.0	17 51.5	13 39.4	8 24.2	5 15.2	23 69.7	18 54.6	22 66.7	16 48.5	6 18.2	10 30.3	8 24.2	3 9.1	3 8.3

### 30-2.管理職ポストへの現地人材の活用度

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	0%	5%未満	5~10% 未満	10~20% 未満	20~30% 未満	30~40% 未満	40~50% 未満	50~60% 未満	60%以上	不明
総数	637 100.0	619 100.0	15 2.4	156 25.2	114 18.4	78 12.6	28 4.5	10 1.6	11 1.8	30 4.9	177 28.6	18 2.8
ASEAN計	601 100.0	586 100.0	15 2.6	152 25.9	113 19.3	71 12.1	23 3.9	8 1.4	10 1.7	30 5.1	164 28.0	15 2.5
タイ	158 100.0	153 100.0	1 0.7	42 27.5	29 19.0	16 10.5	7 4.6	2 1.3	4 2.6	7 4.6	45 29.4	5 3.2
マレーシア	145 100.0	143 100.0	7 4.9	30 21.0	28 19.6	12 8.4	2 1.4	1 0.7	4 2.8	10 7.0	49 34.3	2 1.4
シンガポール	60 100.0	59 100.0	1 1.7	3 5.1	10 17.0	16 27.1	4 6.8	2 3.4	1 1.7	4 6.8	18 30.5	1 1.7
インドネシア	82 100.0	80 100.0	1 1.3	20 25.0	22 27.5	9 11.3	5 6.3	1 1.3	-	3 3.8	19 23.8	2 2.4
フィリピン	129 100.0	124 100.0	4 3.2	46 37.1	18 14.5	15 12.1	5 4.0	2 1.6	1 0.8	6 4.8	27 21.8	5 3.9
ベトナム	27 100.0	27 100.0	1 3.7	11 40.7	6 22.2	3 11.1	-	-	-	-	6 22.2	-
インド	36 100.0	33 100.0	-	4 12.1	1 3.0	7 21.2	5 15.2	2 6.1	1 3.0	-	13 39.4	3 8.3

### 30-3.今後1~2年の現地管理職活用の方向性

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	拡大	現状維持	縮小	不明
総数	637 100.0	620 100.0	334 53.9	282 45.5	4 0.7	17 2.7
ASEAN計	601 100.0	587 100.0	319 54.3	264 45.0	4 0.7	14 2.3
タイ	158 100.0	152 100.0	91 59.9	61 40.1	-	6 3.8
マレーシア	145 100.0	144 100.0	72 50.0	70 48.6	2 1.4	1 0.7
シンガポール	60 100.0	59 100.0	24 40.7	34 57.6	1 1.7	1 1.7
インドネシア	82 100.0	81 100.0	41 50.6	39 48.2	1 1.2	1 1.2
フィリピン	129 100.0	124 100.0	68 54.8	56 45.2	-	5 3.9
ベトナム	27 100.0	27 100.0	23 85.2	4 14.8	-	-
インド	36 100.0	33 100.0	15 45.5	18 54.6	-	3 8.3

30-4.拡大する理由（複数回答）

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	人件費などコスト削減のため	現地政府・産業界との関係強化のため	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため	現地市場での営業力強化のため	現地顧客対応のため	優秀な現地人材への動機付けのため	その他	不明
総数	334	334	148	31	157	63	65	257	13	-
	100.0	100.0	44.3	9.3	47.0	18.9	19.5	77.0	3.9	-
ASEAN 計	319	319	142	29	150	57	60	247	11	-
	100.0	100.0	44.5	9.1	47.0	17.9	18.8	77.4	3.5	-
タイ	91	91	42	9	44	17	13	71	2	-
	100.0	100.0	46.2	9.9	48.4	18.7	14.3	78.0	2.2	-
マレーシア	72	72	35	7	29	14	14	60	3	-
	100.0	100.0	48.6	9.7	40.3	19.4	19.4	83.3	4.2	-
シンガポール	24	24	8	1	14	4	9	16	-	-
	100.0	100.0	33.3	4.2	58.3	16.7	37.5	66.7	-	-
インドネシア	41	41	18	3	18	11	7	28	2	-
	100.0	100.0	43.9	7.3	43.9	26.8	17.1	68.3	4.9	-
フィリピン	68	68	29	5	34	5	12	54	4	-
	100.0	100.0	42.7	7.4	50.0	7.4	17.7	79.4	5.9	-
ベトナム	23	23	10	4	11	6	5	18	-	-
	100.0	100.0	43.5	17.4	47.8	26.1	21.7	78.3	-	-
インド	15	15	6	2	7	6	5	10	2	-
	100.0	100.0	40.0	13.3	46.7	40.0	33.3	66.7	13.3	-

30-5.縮小する理由（複数回答）

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	事業の統廃合のため	定着率が悪いため	技術流失の恐れがあるため	現地人材の活用を推進する現地マネージメントの不在	本社の経営方針や、人事評価面で管理がしづらいため	その他	不明
総数	4	4	2	-	-	-	-	2	-
	100.0	100.0	50.0	-	-	-	-	50.0	-
ASEAN 計	4	4	2	-	-	-	-	2	-
	100.0	100.0	50.0	-	-	-	-	50.0	-
タイ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
マレーシア	2	2	1	-	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	50.0	-	-	-	-	50.0	-
シンガポール	1	1	1	-	-	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-
インドネシア	1	1	-	-	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	-	-	-	-	-	100.0	-
フィリピン	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ベトナム	-	-	-	-	-	-	-	-	-
インド	-	-	-	-	-	-	-	-	-



### 31-1.今後1～2年の事業展開の方向性

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	拡大	現状維持	縮小	第3国へ 移転・撤退	不明
総数	637	621	380	207	28	6	16
	100.0	100.0	61.2	33.3	4.5	1.0	2.5
ASEAN 計	601	589	351	204	28	6	12
	100.0	100.0	59.6	34.6	4.8	1.0	2.0
タイ	158	152	100	47	4	1	6
	100.0	100.0	65.8	30.9	2.6	0.7	3.8
マレーシア	145	144	76	58	9	1	1
	100.0	100.0	52.8	40.3	6.3	0.7	0.7
シンガポール	60	60	33	18	7	2	-
	100.0	100.0	55.0	30.0	11.7	3.3	-
インドネシア	82	81	43	31	6	1	1
	100.0	100.0	53.1	38.3	7.4	1.2	1.2
フィリピン	129	125	74	48	2	1	4
	100.0	100.0	59.2	38.4	1.6	0.8	3.1
ベトナム	27	27	25	2	-	-	-
	100.0	100.0	92.6	7.4	-	-	-
インド	36	32	29	3	-	-	4
	100.0	100.0	90.6	9.4	-	-	11.1

### 32-1.今後の事業展開が拡大する理由(具体的な方針) (複数回答)

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	追加投資 による事 業規模の 拡大	生産品目 の高付加 価値化	生産品目 の拡大 (多角化)	設計・研 究開発機 能の強化	特定品目 の生産拠 点を賣社 に集約	その他	不明
総数	380	380	244	173	202	41	39	11	-
	100.0	100.0	64.2	45.5	53.2	10.8	10.3	2.9	-
ASEAN 計	351	351	223	160	188	37	37	10	-
	100.0	100.0	63.5	45.6	53.6	10.5	10.5	2.9	-
タイ	100	100	70	52	55	11	10	-	-
	100.0	100.0	70.0	52.0	55.0	11.0	10.0	-	-
マレーシア	76	76	45	37	45	9	12	2	-
	100.0	100.0	59.2	48.7	59.2	11.8	15.8	2.6	-
シンガポール	33	33	15	17	13	8	1	4	-
	100.0	100.0	45.5	51.5	39.4	24.2	3.0	12.1	-
インドネシア	43	43	25	17	26	3	4	2	-
	100.0	100.0	58.1	39.5	60.5	7.0	9.3	4.7	-
フィリピン	74	74	47	29	34	4	9	2	-
	100.0	100.0	63.5	39.2	46.0	5.4	12.2	2.7	-
ベトナム	25	25	21	8	15	2	1	-	-
	100.0	100.0	84.0	32.0	60.0	8.0	4.0	-	-
インド	29	29	21	13	14	4	2	1	-
	100.0	100.0	72.4	44.8	48.3	13.8	6.9	3.5	-

32-2.今後の事業展開が縮小、または第3国(地域)へ移転・撤退をする理由(具体的な方針)

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	進出国内 における 拠点統合	生産拠 点を第3 国へ移 転	一部生 産品 目を第 3国の 関係 会社へ 移転	不明
総数	34 100.0	34 100.0	14 41.2	8 23.5	12 35.3	-
ASEAN 計	34 100.0	34 100.0	14 41.2	8 23.5	12 35.3	-
タイ	5 100.0	5 100.0	3 60.0	-	2 40.0	-
マレーシア	10 100.0	10 100.0	6 60.0	1 10.0	3 30.0	-
シンガポール	9 100.0	9 100.0	1 11.1	6 66.7	2 22.2	-
インドネシア	7 100.0	7 100.0	3 42.9	1 14.3	3 42.9	-
フィリピン	3 100.0	3 100.0	1 33.3	-	2 66.7	-
ベトナム	-	-	-	-	-	-
インド	-	-	-	-	-	-

32-3.生産拠点を第3国へ移転、一部生産品目を第3国の関係会社へ 移転の場合の移転先(複数回答)

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	タイ	マレー シア	シンガ ポール	インド ネシア	フィリ ピン	ベトナム	インド	中国	香港	台湾	韓国	日本	その他	不明
総数	20 100.0	20 100.0	10 50.0	1 5.0	-	-	-	8 40.0	2 10.0	7 35.0	-	-	-	1 5.0	2 10.0	-
ASEAN 計	20 100.0	20 100.0	10 50.0	1 5.0	-	-	-	8 40.0	2 10.0	7 35.0	-	-	-	1 5.0	2 10.0	-
タイ	2 100.0	2 100.0	-	-	-	-	-	1 50.0	-	1 50.0	-	-	-	-	-	-
マレーシア	4 100.0	4 100.0	1 25.0	-	-	-	-	2 50.0	1 25.0	-	-	-	-	-	1 25.0	-
シンガポール	8 100.0	8 100.0	6 75.0	-	-	-	-	2 25.0	1 12.5	3 37.5	-	-	-	1 12.5	-	
インドネシア	4 100.0	4 100.0	2 50.0	1 25.0	-	-	-	2 50.0	-	3 75.0	-	-	-	-	-	
フィリピン	2 100.0	2 100.0	1 50.0	-	-	-	-	1 50.0	-	-	-	-	-	-	1 50.0	
ベトナム	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
インド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

32-4.移転先の決定理由（複数回答）1/2

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（％）

	合計	有効回答	市場の規模	成長性・潜在性	安定した販売先	自社競争力	国際市場へのアクセシビリティ	サプライヤーの質	サプライヤーの絶対数	物流インフラ充実度	通関手続きの容易性	管理・運営コスト	工場関連のユーティリティ	工業団地・輸出加工区のインフラ
総数	20 100.0	20 100.0	5 25.0	8 40.0	2 10.0	5 25.0	1 5.0	1 5.0	2 10.0	1 5.0	1 5.0	9 45.0	-	1 5.0
ASEAN 計	20 100.0	20 100.0	5 25.0	8 40.0	2 10.0	5 25.0	1 5.0	1 5.0	2 10.0	1 5.0	1 5.0	9 45.0	-	1 5.0
タイ	2 100.0	2 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 50.0	-	-
マレーシア	4 100.0	4 100.0	1 25.0	1 25.0	-	-	-	-	-	-	-	2 50.0	-	-
シンガポール	8 100.0	8 100.0	4 50.0	4 50.0	2 25.0	3 37.5	-	-	1 12.5	-	-	4 50.0	-	1 12.5
インドネシア	4 100.0	4 100.0	-	2 50.0	-	2 50.0	-	-	-	-	-	1 25.0	-	-
フィリピン	2 100.0	2 100.0	-	1 50.0	-	-	1 50.0	1 50.0	1 50.0	1 50.0	1 50.0	1 50.0	-	-
ベトナム	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
インド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

32-4.移転先の決定理由（複数回答）2/2

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（％）

	合計	有効回答	ワーカーの賃金	ワーカーの質	エンジニア・管理職の質	金融システムの充実度・安定性	外資法・ビジネス関連法制度の整備・運用状況	各種税負担	効率的な行政手続	政治・社会の安定性	駐在員生活のインフラ	国際的な規制の導入	その他	不明
総数	20 100.0	20 100.0	12 60.0	7 35.0	1 5.0	-	1 5.0	1 5.0	-	-	1 5.0	-	2 10.0	-
ASEAN 計	20 100.0	20 100.0	12 60.0	7 35.0	1 5.0	-	1 5.0	1 5.0	-	-	1 5.0	-	2 10.0	-
タイ	2 100.0	2 100.0	1 50.0	1 50.0	1 50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
マレーシア	4 100.0	4 100.0	2 50.0	2 50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1 25.0	-
シンガポール	8 100.0	8 100.0	6 75.0	1 12.5	-	-	-	-	-	-	1 12.5	-	-	-
インドネシア	4 100.0	4 100.0	2 50.0	3 75.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1 25.0	-
フィリピン	2 100.0	2 100.0	1 50.0	-	-	-	1 50.0	1 50.0	-	-	-	-	-	-
ベトナム	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
インド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

33-1.過去5年間、責任国・地域に生産機能、もしくは工場を移管してきた国・地域（複数回答） 1/2

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	タイ	マレーシア	シンガポール	インドネシア	フィリピン	ベトナム	その他ASEAN	インド	その他南西アジア
総数	637 100.0	394 100.0	21 5.3	18 4.6	18 4.6	13 3.3	1 0.3	7 1.8	1 0.3	2 0.5	-
ASEAN計	601 100.0	385 100.0	20 5.2	17 4.4	18 4.7	13 3.4	1 0.3	7 1.8	1 0.3	2 0.5	-
タイ	158 100.0	112 100.0	3 2.7	8 7.1	5 4.5	4 3.6	-	3 2.7	-	-	-
マレーシア	145 100.0	92 100.0	3 3.3	2 2.2	6 6.5	3 3.3	1 1.1	1 1.1	-	-	-
シンガポール	60 100.0	30 100.0	1 3.3	3 10.0	1 3.3	2 6.7	-	-	-	-	-
インドネシア	82 100.0	51 100.0	4 7.8	3 5.9	5 9.8	1 2.0	-	1 2.0	-	2 3.9	-
フィリピン	129 100.0	82 100.0	5 6.1	-	-	3 3.7	-	2 2.4	1 1.2	-	-
ベトナム	27 100.0	18 100.0	4 22.2	1 5.6	1 5.6	-	-	-	-	-	-
インド	36 100.0	9 100.0	1 11.1	1 11.1	-	-	-	-	-	-	-

33-1.過去5年間、責任国・地域に生産機能、もしくは工場を移管してきた国・地域（複数回答） 2/2

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	中国	香港	台湾	韓国	日本	米国	欧州	豪州	中南米	中近東・アフリカ	その他	不明
総数	637 100.0	394 100.0	53 13.5	-	18 4.6	37 9.4	276 70.1	21 5.3	25 6.4	2 0.5	1 0.3	-	34 8.6	243 38.2
ASEAN計	601 100.0	385 100.0	49 12.7	-	17 4.4	35 9.1	271 70.4	19 4.9	24 6.2	2 0.5	1 0.3	-	33 8.6	216 35.9
タイ	158 100.0	112 100.0	14 12.5	-	6 5.4	13 11.6	84 75.0	5 4.5	5 4.5	-	-	-	10 8.9	46 29.1
マレーシア	145 100.0	92 100.0	6 6.5	-	2 2.2	5 5.4	64 69.6	1 1.1	7 7.6	-	1 1.1	-	12 13.0	53 36.6
シンガポール	60 100.0	30 100.0	5 16.7	-	1 3.3	3 10.0	13 43.3	5 16.7	7 23.3	-	-	-	4 13.3	30 50.0
インドネシア	82 100.0	51 100.0	8 15.7	-	4 7.8	7 13.7	35 68.6	2 3.9	3 5.9	1 2.0	-	-	3 5.9	31 37.8
フィリピン	129 100.0	82 100.0	14 17.1	-	1 1.2	6 7.3	64 78.1	6 7.3	2 2.4	1 1.2	-	-	4 4.9	47 36.4
ベトナム	27 100.0	18 100.0	2 11.1	-	3 16.7	1 5.6	11 61.1	-	-	-	-	-	-	9 33.3
インド	36 100.0	9 100.0	4 44.4	-	1 11.1	2 22.2	5 55.6	2 22.2	1 11.1	-	-	-	1 11.1	27 75.0

34-1.中長期的(5~10年程度)な貴社の事業/製品の生産拠点

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	タイ	マレーシア	シンガポール	インドネシア	フィリピン	ベトナム	その他ASEAN	インド	中国	香港	台湾	韓国	その他	不明
総数	637	578	163	73	11	37	50	114	9	47	54	-	-	-	20	59
	100.0	100.0	28.2	12.6	1.9	6.4	8.7	19.7	1.6	8.1	9.3	-	-	-	3.5	9.3
ASEAN計	601	549	158	72	11	36	50	112	9	30	51	-	-	-	20	52
	100.0	100.0	28.8	13.1	2.0	6.6	9.1	20.4	1.6	5.5	9.3	-	-	-	3.6	8.7
タイ	158	152	94	-	-	4	-	25	4	12	11	-	-	-	2	6
	100.0	100.0	61.8	-	-	2.6	-	16.5	2.6	7.9	7.2	-	-	-	1.3	3.8
マレーシア	145	134	23	62	4	-	-	22	-	7	12	-	-	-	4	11
	100.0	100.0	17.2	46.3	3.0	-	-	16.4	-	5.2	9.0	-	-	-	3.0	7.6
シンガポール	60	56	12	7	7	2	1	10	1	5	8	-	-	-	3	4
	100.0	100.0	21.4	12.5	12.5	3.6	1.8	17.9	1.8	8.9	14.3	-	-	-	5.4	6.7
インドネシア	82	71	4	3	-	30	-	17	1	3	9	-	-	-	4	11
	100.0	100.0	5.6	4.2	-	42.3	-	23.9	1.4	4.2	12.7	-	-	-	5.6	13.4
フィリピン	129	112	17	-	-	-	49	28	1	1	11	-	-	-	5	17
	100.0	100.0	15.2	-	-	-	43.8	25.0	0.9	0.9	9.8	-	-	-	4.5	13.2
ベトナム	27	24	8	-	-	-	-	10	2	2	-	-	-	-	2	3
	100.0	100.0	33.3	-	-	-	-	41.7	8.3	8.3	-	-	-	-	8.3	11.1
インド	36	29	5	1	-	1	-	2	-	17	3	-	-	-	-	7
	100.0	100.0	17.2	3.5	-	3.5	-	6.9	-	58.6	10.3	-	-	-	-	19.4

34-2.最適な生産拠点に求める中心的な役割・機能(複数回答)

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	国内市場向け汎用品の生産拠点	国内市場向け高付加価値品の生産拠点	第3国への安価な汎用品の輸出生産拠点	第3国への高付加価値品の輸出生産拠点	研究開発(現地市場向け仕様変更)を兼ねた拠点	研究開発(新製品開発)を兼ねた拠点	FTA/EPAを活用した他国・地域への製品供給拠点	その他	不明
総数	637	578	196	156	235	191	40	41	70	24	59
	100.0	100.0	33.9	27.0	40.7	33.0	6.9	7.1	12.1	4.2	9.3
ASEAN計	601	549	184	140	225	179	34	38	65	22	52
	100.0	100.0	33.5	25.5	41.0	32.6	6.2	6.9	11.8	4.0	8.7
タイ	158	152	56	50	62	46	8	11	18	4	6
	100.0	100.0	36.8	32.9	40.8	30.3	5.3	7.2	11.8	2.6	3.8
マレーシア	145	134	39	32	45	63	12	11	12	4	11
	100.0	100.0	29.1	23.9	33.6	47.0	9.0	8.2	9.0	3.0	7.6
シンガポール	60	56	19	20	24	10	3	4	9	1	4
	100.0	100.0	33.9	35.7	42.9	17.9	5.4	7.1	16.1	1.8	6.7
インドネシア	82	71	32	16	28	15	3	5	9	1	11
	100.0	100.0	45.1	22.5	39.4	21.1	4.2	7.0	12.7	1.4	13.4
フィリピン	129	112	29	18	58	39	5	5	12	11	17
	100.0	100.0	25.9	16.1	51.8	34.8	4.5	4.5	10.7	9.8	13.2
ベトナム	27	24	9	4	8	6	3	2	5	1	3
	100.0	100.0	37.5	16.7	33.3	25.0	12.5	8.3	20.8	4.2	11.1
インド	36	29	12	16	10	12	6	3	5	2	7
	100.0	100.0	41.4	55.2	34.5	41.4	20.7	10.3	17.2	6.9	19.4

35-1.中長期的(5～10年程度)な市場として、潜在性が高いと評価されてる国・地域(複数回答)1/2

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	タイ	マレーシア	シンガポール	インドネシア	フィリピン	ベトナム	その他ASEAN	インド	その他南西アジア
総数	637 100.0	588 100.0	165 28.1	38 6.5	23 3.9	79 13.4	21 3.6	190 32.3	27 4.6	245 41.7	12 2.0
ASEAN計	601 100.0	562 100.0	158 28.1	37 6.6	23 4.1	77 13.7	21 3.7	186 33.1	27 4.8	226 40.2	11 2.0
タイ	158 100.0	155 100.0	61 39.4	3 1.9	6 3.9	17 11.0	2 1.3	51 32.9	4 2.6	69 44.5	3 1.9
マレーシア	145 100.0	134 100.0	32 23.9	20 14.9	10 7.5	17 12.7	3 2.2	39 29.1	9 6.7	52 38.8	1 0.8
シンガポール	60 100.0	57 100.0	20 35.1	5 8.8	4 7.0	9 15.8	-	27 47.4	2 3.5	34 59.7	3 5.3
インドネシア	82 100.0	75 100.0	15 20.0	3 4.0	2 2.7	23 30.7	3 4.0	22 29.3	4 5.3	26 34.7	3 4.0
フィリピン	129 100.0	117 100.0	25 21.4	4 3.4	1 0.9	6 5.1	12 10.3	35 29.9	6 5.1	37 31.6	1 0.9
ベトナム	27 100.0	24 100.0	5 20.8	2 8.3	-	5 20.8	1 4.2	12 50.0	2 8.3	8 33.3	-
インド	36 100.0	26 100.0	7 26.9	1 3.9	-	2 7.7	-	4 15.4	-	19 73.1	1 3.9

35-1.中長期的(5～10年程度)な市場として、潜在性が高いと評価されてる国・地域(複数回答)2/2

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	中国	香港	台湾	韓国	日本	米国	欧州	豪州	中南米	中近東・アフリカ	その他	不明
総数	637 100.0	588 100.0	221 37.6	2 0.3	17 2.9	17 2.9	101 17.2	78 13.3	101 17.2	20 3.4	24 4.1	36 6.1	10 1.7	49 7.7
ASEAN計	601 100.0	562 100.0	209 37.2	2 0.4	17 3.0	17 3.0	100 17.8	76 13.5	98 17.4	19 3.4	19 3.4	33 5.9	8 1.4	39 6.5
タイ	158 100.0	155 100.0	50 32.3	-	1 0.7	2 1.3	21 13.6	19 12.3	34 21.9	3 1.9	10 6.5	5 3.2	3 1.9	3 1.9
マレーシア	145 100.0	134 100.0	51 38.1	1 0.8	6 4.5	6 4.5	24 17.9	18 13.4	26 19.4	4 3.0	2 1.5	9 6.7	-	11 7.6
シンガポール	60 100.0	57 100.0	18 31.6	1 1.8	-	1 1.8	2 3.5	3 5.3	4 7.0	2 3.5	2 3.5	7 12.3	1 1.8	3 5.0
インドネシア	82 100.0	75 100.0	26 34.7	-	3 4.0	2 2.7	16 21.3	10 13.3	9 12.0	6 8.0	1 1.3	8 10.7	1 1.3	7 8.5
フィリピン	129 100.0	117 100.0	54 46.2	-	7 6.0	5 4.3	31 26.5	24 20.5	22 18.8	3 2.6	2 1.7	4 3.4	3 2.6	12 9.3
ベトナム	27 100.0	24 100.0	10 41.7	-	-	1 4.2	6 25.0	2 8.3	3 12.5	1 4.2	2 8.3	-	-	3 11.1
インド	36 100.0	26 100.0	12 46.2	-	-	-	1 3.9	2 7.7	3 11.5	1 3.9	5 19.2	3 11.5	2 7.7	10 27.8

付 表  
(非製造業)





『日系企業経営実態調査（非製造業）アジア大洋州』 集計結果表

1-1.責任国へ進出した理由（複数回答） 1/2

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	進出国の市場規模	進出国市場の成長性・潜在性	進出国市場での安定した取引先	進出国市場における自社競争力	進出国の国際市場アクセシビリティ	事業開始までに要するコストや時間	日系関連団体によるサポート	現地政府によるサポート	外資参入への規制緩和	物流インフラ充実度
総数	414 100.0	411 100.0	176 42.8	274 66.7	148 36.0	111 27.0	75 18.3	26 6.3	23 5.6	26 6.3	39 9.5	41 10.0
ASEAN 計	393 100.0	390 100.0	162 41.5	258 66.2	143 36.7	107 27.4	73 18.7	25 6.4	23 5.9	25 6.4	35 9.0	41 10.5
タイ	103 100.0	103 100.0	50 48.5	80 77.7	45 43.7	35 34.0	8 7.8	5 4.9	7 6.8	5 4.9	9 8.7	5 4.9
マレーシア	102 100.0	101 100.0	45 44.6	69 68.3	42 41.6	28 27.7	10 9.9	4 4.0	4 4.0	3 3.0	2 2.0	7 6.9
シンガポール	75 100.0	74 100.0	26 35.1	37 50.0	25 33.8	13 17.6	43 58.1	7 9.5	4 5.4	5 6.8	10 13.5	27 36.5
インドネシア	28 100.0	27 100.0	16 59.3	18 66.7	12 44.4	12 44.4	3 11.1	1 3.7	3 11.1	1 3.7	2 7.4	-
フィリピン	59 100.0	59 100.0	17 28.8	32 54.2	15 25.4	12 20.3	6 10.2	7 11.9	4 6.8	8 13.6	5 8.5	1 1.7
ベトナム	26 100.0	26 100.0	8 30.8	22 84.6	4 15.4	7 26.9	3 11.5	1 3.9	1 3.9	3 11.5	7 26.9	1 3.9
インド	21 100.0	21 100.0	14 66.7	16 76.2	5 23.8	4 19.1	2 9.5	1 4.8	-	1 4.8	4 19.1	-

1-1.責任国へ進出した理由（複数回答） 2/2

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	通関手続きの容易性	管理・運営コスト	事務所関連のユーティリティ	エンジニア・管理職の質	移転先市場の金融システムの充実度・安定性	外資法・ビジネス関連法制度の整備・運用	各種税負担	効率的な行政手続	政治・社会の安定性	駐在員生活のインフラ	その他	不明
総数	414 100.0	411 100.0	18 4.4	53 12.9	16 3.9	30 7.3	15 3.7	21 5.1	20 4.9	12 2.9	86 20.9	55 13.4	39 9.5	3 0.7
ASEAN 計	393 100.0	390 100.0	18 4.6	51 13.1	15 3.9	26 6.7	15 3.9	20 5.1	19 4.9	11 2.8	83 21.3	54 13.9	36 9.2	3 0.8
タイ	103 100.0	103 100.0	-	13 12.6	3 2.9	1 1.0	-	5 4.9	3 2.9	1 1.0	16 15.5	11 10.7	9 8.7	-
マレーシア	102 100.0	101 100.0	2 2.0	17 16.8	2 2.0	5 5.0	2 2.0	2 2.0	-	-	21 20.8	12 11.9	13 12.9	1 1.0
シンガポール	75 100.0	74 100.0	15 20.3	4 5.4	8 10.8	9 12.2	11 14.9	11 14.9	13 17.6	8 10.8	34 46.0	24 32.4	4 5.4	1 1.3
インドネシア	28 100.0	27 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 3.7	3 11.1	1 3.6
フィリピン	59 100.0	59 100.0	-	11 18.6	1 1.7	9 15.3	1 1.7	-	2 3.4	1 1.7	1 1.7	4 6.8	4 6.8	-
ベトナム	26 100.0	26 100.0	1 3.9	6 23.1	1 3.9	2 7.7	1 3.9	2 7.7	1 3.9	1 3.9	11 42.3	2 7.7	3 11.5	-
インド	21 100.0	21 100.0	-	2 9.5	1 4.8	4 19.1	-	1 4.8	1 4.8	1 4.8	3 14.3	1 4.8	3 14.3	-

2-1.現在、製品販売やサービス提供などで管轄されている国・地域（複数回答）

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	タイ	マレーシア	シンガポール	インドネシア	フィリピン	ベトナム	インド	その他ASEAN	中国	韓国	台湾	香港	豪州	その他	不明
総数	414 100.0	395 100.0	188 47.6	185 46.8	128 32.4	117 29.6	114 28.9	115 29.1	86 21.8	31 7.9	46 11.7	24 6.1	29 7.3	37 9.4	34 8.6	37 9.4	19 4.6
ASEAN 計	393 100.0	375 100.0	187 49.9	184 49.1	127 33.9	116 30.9	113 30.1	114 30.4	66 17.6	29 7.7	44 11.7	23 6.1	28 7.5	36 9.6	33 8.8	33 8.8	18 4.6
タイ	103 100.0	102 100.0	99 97.1	16 15.7	11 10.8	13 12.8	12 11.8	23 22.6	12 11.8	12 11.8	8 7.8	3 2.9	6 5.9	11 10.8	5 4.9	7 6.9	1 1.0
マレーシア	102 100.0	96 100.0	20 20.8	95 99.0	29 30.2	16 16.7	14 14.6	14 14.6	11 11.5	6 6.3	16 16.7	8 8.3	7 7.3	9 9.4	4 4.2	6 6.3	6 5.9
シンガポール	75 100.0	74 100.0	51 68.9	62 83.8	74 100.0	55 74.3	34 46.0	44 59.5	38 51.4	6 8.1	10 13.5	8 10.8	8 10.8	9 12.2	20 27.0	6 8.1	1 1.3
インドネシア	28 100.0	24 100.0	5 20.8	3 12.5	4 16.7	23 95.8	2 8.3	2 8.3	1 4.2	-	1 4.2	-	1 4.2	-	-	1 4.2	4 14.3
フィリピン	59 100.0	54 100.0	9 16.7	5 9.3	6 11.1	5 9.3	48 88.9	9 16.7	3 5.6	3 5.6	6 11.1	4 7.4	4 7.4	6 11.1	4 7.4	12 22.2	5 8.5
ベトナム	26 100.0	25 100.0	3 12.0	3 12.0	3 12.0	4 16.0	3 12.0	22 88.0	1 4.0	2 8.0	3 12.0	-	2 8.0	1 4.0	-	4 15.4	1 3.9
インド	21 100.0	20 100.0	1 5.0	1 5.0	1 5.0	1 5.0	1 5.0	1 5.0	20 100.0	2 10.0	2 10.0	1 5.0	1 5.0	1 5.0	1 5.0	4 20.0	1 4.8

3-1.2007年(1～12月)の営業利益見込について

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	黒字	均衡	赤字	不明
総数	414 100.0	407 100.0	270 66.3	84 20.6	53 13.0	7 1.7
ASEAN 計	393 100.0	388 100.0	257 66.2	81 20.9	50 12.9	5 1.3
タイ	103 100.0	102 100.0	65 63.7	18 17.7	19 18.6	1 1.0
マレーシア	102 100.0	101 100.0	74 73.3	19 18.8	8 7.9	1 1.0
シンガポール	75 100.0	75 100.0	56 74.7	14 18.7	5 6.7	-
インドネシア	28 100.0	28 100.0	19 67.9	6 21.4	3 10.7	-
フィリピン	59 100.0	58 100.0	36 62.1	14 24.1	8 13.8	1 1.7
ベトナム	26 100.0	24 100.0	7 29.2	10 41.7	7 29.2	2 7.7
インド	21 100.0	19 100.0	13 68.4	3 15.8	3 15.8	2 9.5

4-1.2007年(1~12月)の営業利益見込みの前年実績との比較

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	改善	横ばい	悪化	不明
総数	414 100.0	406 100.0	169 41.6	135 33.3	102 25.1	8 1.9
ASEAN 計	393 100.0	386 100.0	160 41.5	125 32.4	101 26.2	7 1.8
タイ	103 100.0	102 100.0	44 43.1	26 25.5	32 31.4	1 1.0
マレーシア	102 100.0	100 100.0	47 47.0	33 33.0	20 20.0	2 2.0
シンガポール	75 100.0	75 100.0	27 36.0	29 38.7	19 25.3	-
インドネシア	28 100.0	28 100.0	12 42.9	8 28.6	8 28.6	-
フィリピン	59 100.0	59 100.0	16 27.1	23 39.0	20 33.9	-
ベトナム	26 100.0	22 100.0	14 63.6	6 27.3	2 9.1	4 15.4
インド	21 100.0	20 100.0	9 45.0	10 50.0	1 5.0	1 4.8

5-1.2007年の営業利益見込みが改善した理由(複数回答)

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	進出国市場での貴社の売上増加	価格上昇/値上げによる売上増加	価格下落/値下げによる売上増加	輸出拡大による売上増加	人件費の削減	販売効率の改善	その他支出の削減	規制の緩和	為替変動による売上増加	売掛金回収の改善	新規商品・サービスの開拓	その他	不明
総数	169 100.0	169 100.0	131 77.5	16 9.5	6 3.6	23 13.6	8 4.7	36 21.3	33 19.5	1 0.6	11 6.5	7 4.1	54 32.0	13 7.7	-
ASEAN 計	160 100.0	160 100.0	124 77.5	16 10.0	6 3.8	22 13.8	8 5.0	34 21.3	31 19.4	1 0.6	11 6.9	7 4.4	49 30.6	11 6.9	-
タイ	44 100.0	44 100.0	37 84.1	1 2.3	2 4.6	8 18.2	-	8 18.2	6 13.6	-	3 6.8	1 2.3	18 40.9	2 4.6	-
マレーシア	47 100.0	47 100.0	40 85.1	2 4.3	1 2.1	1 2.1	2 4.3	13 27.7	11 23.4	-	5 10.6	2 4.3	12 25.5	4 8.5	-
シンガポール	27 100.0	27 100.0	18 66.7	6 22.2	3 11.1	7 25.9	2 7.4	3 11.1	5 18.5	1 3.7	1 3.7	1 3.7	10 37.0	4 14.8	-
インドネシア	12 100.0	12 100.0	9 75.0	1 8.3	-	2 16.7	2 16.7	2 16.7	1 8.3	-	-	-	2 16.7	1 8.3	-
フィリピン	16 100.0	16 100.0	11 68.8	3 18.8	-	1 6.3	2 12.5	5 31.3	4 25.0	-	2 12.5	3 18.8	3 18.8	-	-
ベトナム	14 100.0	14 100.0	9 64.3	3 21.4	-	3 21.4	-	3 21.4	4 28.6	-	-	-	4 28.6	-	-
インド	9 100.0	9 100.0	7 77.8	-	-	1 11.1	-	2 22.2	2 22.2	-	-	-	5 55.6	2 22.2	-

6-1.2007年の営業利益見込みが悪化した理由（複数回答）

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	進出国市場での売上減少	価格下落/値下げによる売上減少	価格上昇/値上げによる売上減少	輸出低迷による売上減少	人件費の増加	進出国における競争による売上減少	売掛金回収の停滞	規制の強化	貴社が対象とする業種の現地市場の伸び悩み	その他支出の増加	販売・サービス網の構築が進まない	為替変動による売上減少	その他	不明
総数	102 100.0	102 100.0	48 47.1	25 24.5	7 6.9	14 13.7	27 26.5	25 24.5	4 3.9	1 1.0	35 34.3	17 16.7	17 16.7	21 20.6	11 10.8	-
ASEAN 計	101 100.0	101 100.0	48 47.5	25 24.8	7 6.9	14 13.9	26 25.7	25 24.8	4 4.0	1 1.0	35 34.7	16 15.8	17 16.8	21 20.8	11 10.9	-
タイ	32 100.0	32 100.0	16 50.0	7 21.9	2 6.3	4 12.5	6 18.8	12 37.5	2 6.3	1 3.1	12 37.5	5 15.6	7 21.9	6 18.8	5 15.6	-
マレーシア	20 100.0	20 100.0	11 55.0	5 25.0	1 5.0	5 25.0	3 15.0	5 25.0	1 5.0	-	9 45.0	3 15.0	5 25.0	1 5.0	2 10.0	-
シンガポール	19 100.0	19 100.0	9 47.4	9 47.4	3 15.8	2 10.5	6 31.6	2 10.5	-	-	2 10.5	5 26.3	4 21.1	1 5.3	3 15.8	-
インドネシア	8 100.0	8 100.0	5 62.5	2 25.0	-	1 12.5	2 25.0	3 37.5	-	-	4 50.0	-	1 12.5	-	1 12.5	-
フィリピン	20 100.0	20 100.0	6 30.0	2 10.0	-	2 10.0	8 40.0	2 10.0	1 5.0	-	8 40.0	3 15.0	-	13 65.0	-	-
ベトナム	2 100.0	2 100.0	1 50.0	-	1 50.0	-	1 50.0	1 50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
インド	1 100.0	1 100.0	-	-	-	-	1 100.0	-	-	-	-	1 100.0	-	-	-	-

7-1.2008年の営業利益を2007年と比べての見通し

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	改善	横ばい	悪化	不明
総数	414 100.0	402 100.0	180 44.8	164 40.8	58 14.4	12 2.9
ASEAN 計	393 100.0	383 100.0	169 44.1	158 41.3	56 14.6	10 2.5
タイ	103 100.0	102 100.0	48 47.1	41 40.2	13 12.8	1 1.0
マレーシア	102 100.0	97 100.0	41 42.3	37 38.1	19 19.6	5 4.9
シンガポール	75 100.0	74 100.0	26 35.1	36 48.7	12 16.2	1 1.3
インドネシア	28 100.0	28 100.0	13 46.4	11 39.3	4 14.3	-
フィリピン	59 100.0	59 100.0	22 37.3	30 50.9	7 11.9	-
ベトナム	26 100.0	23 100.0	19 82.6	3 13.0	1 4.4	3 11.5
インド	21 100.0	19 100.0	11 57.9	6 31.6	2 10.5	2 9.5

8-1.2008年の営業利益見通しが改善する理由（複数回答）

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	進出国市場での売上増加	価格上昇/値上げによる売上増加	価格下落/値下げによる売上増加	輸出拡大による売上増加	人件費の削減	販売効率の改善	その他支出の削減	規制の緩和	為替変動による売上増加	売掛金回収の改善	新規商品・サービスの開拓	その他	不明
総数	180 100.0	180 100.0	136 75.6	26 14.4	4 2.2	41 22.8	12 6.7	51 28.3	33 18.3	-	5 2.8	4 2.2	66 36.7	14 7.8	-
ASEAN 計	169 100.0	169 100.0	128 75.7	26 15.4	3 1.8	40 23.7	12 7.1	47 27.8	30 17.8	-	5 3.0	4 2.4	61 36.1	12 7.1	-
タイ	48 100.0	48 100.0	39 81.3	1 2.1	-	13 27.1	2 4.2	13 27.1	12 25.0	-	-	-	24 50.0	4 8.3	-
マレーシア	41 100.0	41 100.0	36 87.8	4 9.8	1 2.4	7 17.1	4 9.8	18 43.9	8 19.5	-	1 2.4	2 4.9	13 31.7	2 4.9	-
シンガポール	26 100.0	26 100.0	13 50.0	9 34.6	1 3.9	9 34.6	4 15.4	4 15.4	4 15.4	-	1 3.9	1 3.9	8 30.8	3 11.5	-
インドネシア	13 100.0	13 100.0	10 76.9	2 15.4	1 7.7	2 15.4	-	2 15.4	1 7.7	-	-	-	6 46.2	2 15.4	-
フィリピン	22 100.0	22 100.0	15 68.2	6 27.3	-	4 18.2	2 9.1	8 36.4	4 18.2	-	3 13.6	1 4.6	6 27.3	-	-
ベトナム	19 100.0	19 100.0	15 79.0	4 21.1	-	5 26.3	-	2 10.5	1 5.3	-	-	-	4 21.1	1 5.3	-
インド	11 100.0	11 100.0	8 72.7	-	1 9.1	1 9.1	-	4 36.4	3 27.3	-	-	-	5 45.5	2 18.2	-

9-1.2008年の営業利益見通しが悪化する理由（複数回答）

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	進出国市場での売上減少	価格下落/値下げによる売上減少	価格上昇/値上げによる売上減少	輸出低迷による売上減少	人件費の増加	進出国における競争激化による売上減少	売掛金回収の停滞	規制の強化	貴社が対象とする業種の現地市場の伸び悩み	その他支出の増加	販売・サービス網の構築が進まない	為替変動による売上減少	その他	不明
総数	58 100.0	58 100.0	26 44.8	16 27.6	5 8.6	6 10.3	22 37.9	19 32.8	3 5.2	-	20 34.5	5 8.6	13 22.4	9 15.5	9 15.5	-
ASEAN 計	56 100.0	56 100.0	26 46.4	16 28.6	5 8.9	5 8.9	20 35.7	19 33.9	3 5.4	-	20 35.7	5 8.9	13 23.2	8 14.3	9 16.1	-
タイ	13 100.0	13 100.0	5 38.5	2 15.4	1 7.7	-	2 15.4	5 38.5	-	-	4 30.8	-	5 38.5	3 23.1	3 23.1	-
マレーシア	19 100.0	19 100.0	9 47.4	5 26.3	-	2 10.5	7 36.8	5 26.3	1 5.3	-	6 31.6	1 5.3	4 21.1	2 10.5	3 15.8	-
シンガポール	12 100.0	12 100.0	6 50.0	8 66.7	-	3 25.0	4 33.3	3 25.0	-	-	5 41.7	3 25.0	2 16.7	-	1 8.3	-
インドネシア	4 100.0	4 100.0	2 50.0	-	1 25.0	-	2 50.0	1 25.0	-	-	1 25.0	-	1 25.0	-	1 25.0	-
フィリピン	7 100.0	7 100.0	4 57.1	1 14.3	2 28.6	-	4 57.1	5 71.4	2 28.6	-	4 57.1	1 14.3	1 14.3	3 42.9	1 14.3	-
ベトナム	1 100.0	1 100.0	-	-	1 100.0	-	1 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
インド	2 100.0	2 100.0	-	-	-	1 50.0	2 100.0	-	-	-	-	-	-	-	1 50.0	-

10-1.営業利益の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	進出先市場										
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	414 100.0	377 100.0	4.0 10.6	1.4 3.7	3.1 8.2	1.9 5.0	1.6 4.2	3.6 9.6	3.7 9.8	1.84 48.8	3.7 8.9	70.7
ASEAN計	393 100.0	360 100.0	3.6 10.0	1.3 3.6	3.1 8.6	1.9 5.3	1.4 3.9	3.5 9.7	3.7 10.3	1.75 48.6	3.3 8.4	71.1
タイ	103 100.0	98 100.0	7 7.1	3 3.1	5 5.1	1 1.0	4 4.1	12 12.2	15 15.3	5.1 52.0	5 4.9	79.4
マレーシア	102 100.0	94 100.0	2 2.1	1 1.1	5 5.3	5 5.3	1 1.1	9 9.6	11 11.7	6 63.8	8 7.8	85.0
シンガポール	75 100.0	71 100.0	1.5 2.1	5 7.0	1.6 22.5	8 11.3	4 5.6	5 7.0	5 7.0	1.3 18.3	4 5.3	41.2
インドネシア	28 100.0	25 100.0	1 4.0	2 8.0	1 4.0	-	2 8.0	2 8.0	3 12.0	14 56.0	3 10.7	77.9
フィリピン	59 100.0	50 100.0	10 20.0	1 2.0	1 2.0	3 6.0	3 6.0	5 10.0	2 4.0	25 50.0	9 15.3	67.9
ベトナム	26 100.0	22 100.0	1 4.6	1 4.6	3 13.6	2 9.1	-	2 9.1	1 4.6	12 54.6	4 15.4	71.0
インド	21 100.0	17 100.0	4 23.5	1 5.9	-	-	2 11.8	1 5.9	-	9 52.9	4 19.1	63.2

10-1.営業利益の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	ASEAN市場										
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	414 100.0	377 100.0	237 62.9	20 5.3	49 13.0	20 5.3	19 5.0	15 4.0	4 1.1	13 3.5	37 8.9	14.2
ASEAN計	393 100.0	360 100.0	221 61.4	20 5.6	49 13.6	20 5.6	19 5.3	14 3.9	4 1.1	13 3.6	33 8.4	14.7
タイ	103 100.0	98 100.0	62 63.3	10 10.2	15 15.3	4 4.1	4 4.1	-	-	3 3.1	5 4.9	9.5
マレーシア	102 100.0	94 100.0	69 73.4	4 4.3	10 10.6	7 7.5	2 2.1	1 1.1	-	1 1.1	8 7.8	7.2
シンガポール	75 100.0	71 100.0	16 22.5	4 5.6	9 12.7	7 9.9	11 15.5	12 16.9	4 5.6	8 11.3	4 5.3	43.2
インドネシア	28 100.0	25 100.0	19 76.0	1 4.0	4 16.0	-	-	-	-	1 4.0	3 10.7	6.3
フィリピン	59 100.0	50 100.0	39 78.0	1 2.0	6 12.0	1 2.0	2 4.0	1 2.0	-	-	9 15.3	6.6
ベトナム	26 100.0	22 100.0	16 72.7	-	5 22.7	1 4.6	-	-	-	-	4 15.4	5.5
インド	21 100.0	17 100.0	16 94.1	-	-	-	-	1 5.9	-	-	4 19.1	4.4

10-1.営業利益の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	米国市場										
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	414 100.0	377 100.0	345 91.5	11 2.9	15 4.0	4 1.1	1 0.3	-	-	1 0.3	37 8.9	1.5
ASEAN計	393 100.0	360 100.0	330 91.7	11 3.1	14 3.9	4 1.1	1 0.3	-	-	-	33 8.4	1.2
タイ	103 100.0	98 100.0	89 90.8	3 3.1	6 6.1	-	-	-	-	-	5 4.9	1.0
マレーシア	102 100.0	94 100.0	90 95.7	1 1.1	2 2.1	1 1.1	-	-	-	-	8 7.8	0.6
シンガポール	75 100.0	71 100.0	63 88.7	3 4.2	2 2.8	2 2.8	1 1.4	-	-	-	4 5.3	2.8
インドネシア	28 100.0	25 100.0	23 92.0	1 4.0	1 4.0	-	-	-	-	-	3 10.7	0.5
フィリピン	59 100.0	50 100.0	45 90.0	2 4.0	2 4.0	1 2.0	-	-	-	-	9 15.3	1.3
ベトナム	26 100.0	22 100.0	20 90.9	1 4.6	1 4.6	-	-	-	-	-	4 15.4	0.7
インド	21 100.0	17 100.0	15 88.2	-	1 5.9	-	-	-	-	1 5.9	4 19.1	7.1

10-1.営業利益の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	欧州市場										
		有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	414 100.0	377 100.0	349 92.6	12 3.2	8 2.1	6 1.6	2 0.5	-	-	-	37 8.9	1.2
ASEAN計	393 100.0	360 100.0	332 92.2	12 3.3	8 2.2	6 1.7	2 0.6	-	-	-	33 8.4	1.3
タイ	103 100.0	98 100.0	87 88.8	5 5.1	3 3.1	2 2.0	1 1.0	-	-	-	5 4.9	2.0
マレーシア	102 100.0	94 100.0	90 95.7	1 1.1	2 2.1	1 1.1	-	-	-	-	8 7.8	0.6
シンガポール	75 100.0	71 100.0	64 90.1	4 5.6	2 2.8	1 1.4	-	-	-	-	4 5.3	1.9
インドネシア	28 100.0	25 100.0	25 100.0	-	-	-	-	-	-	-	3 10.7	0.0
フィリピン	59 100.0	50 100.0	47 94.0	2 4.0	1 2.0	-	-	-	-	-	9 15.3	0.5
ベトナム	26 100.0	22 100.0	19 86.4	-	2 9.1	1 4.6	-	-	-	-	4 15.4	3.0
インド	21 100.0	17 100.0	17 100.0	-	-	-	-	-	-	-	4 19.1	0.0

10-1.営業利益の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	中国本土市場											
	合計	有効回答	'0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	'100%	不明	平均(%)
総数	414	377	341	15	19	1	1	-	-	-	37	1.2
	100.0	100.0	90.5	4.0	5.0	0.3	0.3	-	-	-	8.9	
A S E A N 計	393	360	325	14	19	1	1	-	-	-	33	1.2
	100.0	100.0	90.3	3.9	5.3	0.3	0.3	-	-	-	8.4	
タイ	103	98	87	5	5	1	-	-	-	-	5	1.3
	100.0	100.0	88.8	5.1	5.1	1.0	-	-	-	-	4.9	
マレーシア	102	94	87	2	4	-	1	-	-	-	8	1.6
	100.0	100.0	92.6	2.1	4.3	-	1.1	-	-	-	7.8	
シンガポール	75	71	61	5	5	-	-	-	-	-	4	1.2
	100.0	100.0	85.9	7.0	7.0	-	-	-	-	-	5.3	
インドネシア	28	25	23	-	2	-	-	-	-	-	3	0.8
	100.0	100.0	92.0	-	8.0	-	-	-	-	-	10.7	
フィリピン	59	50	46	2	2	-	-	-	-	-	9	0.8
	100.0	100.0	92.0	4.0	4.0	-	-	-	-	-	15.3	
ベトナム	26	22	21	-	1	-	-	-	-	-	4	0.5
	100.0	100.0	95.5	-	4.6	-	-	-	-	-	15.4	
インド	21	17	16	1	-	-	-	-	-	-	4	0.3
	100.0	100.0	94.1	5.9	-	-	-	-	-	-	19.1	

10-1.営業利益の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	その他アジア市場											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	414	377	309	16	19	11	7	2	7	6	37	6.5
	100.0	100.0	82.0	4.2	5.0	2.9	1.9	0.5	1.9	1.6	8.9	
A S E A N 計	393	360	295	16	19	11	5	2	6	6	33	6.3
	100.0	100.0	81.9	4.4	5.3	3.1	1.4	0.6	1.7	1.7	8.4	
タイ	103	98	83	5	4	2	2	1	1	-	5	4.1
	100.0	100.0	84.7	5.1	4.1	2.0	2.0	1.0	1.0	-	4.9	
マレーシア	102	94	82	4	4	2	1	-	1	-	8	3.0
	100.0	100.0	87.2	4.3	4.3	2.1	1.1	-	1.1	-	7.8	
シンガポール	75	71	53	4	7	4	-	-	2	1	4	7.3
	100.0	100.0	74.7	5.6	9.9	5.6	-	-	2.8	1.4	5.3	
インドネシア	28	25	21	1	-	2	-	1	-	-	3	6.1
	100.0	100.0	84.0	4.0	-	8.0	-	4.0	-	-	10.7	
フィリピン	59	50	40	2	3	-	1	-	-	4	9	10.0
	100.0	100.0	80.0	4.0	6.0	-	2.0	-	-	8.0	15.3	
ベトナム	26	22	16	-	1	1	1	-	2	1	4	18.6
	100.0	100.0	72.7	-	4.6	4.6	4.6	-	9.1	4.6	15.4	
インド	21	17	14	-	-	-	2	-	1	-	4	11.4
	100.0	100.0	82.4	-	-	-	11.8	-	5.9	-	19.1	

10-1.営業利益の内訳

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	その他市場											
	合計	有効回答	0%	10%未満	10~30%未満	30~50%未満	50~70%未満	70~90%未満	90~100%未満	100%	不明	平均(%)
総数	414	377	325	17	14	7	2	1	3	8	37	4.7
	100.0	100.0	86.2	4.5	3.7	1.9	0.5	0.3	0.8	2.1	8.9	
A S E A N 計	393	360	312	16	14	6	2	1	3	6	33	4.2
	100.0	100.0	86.7	4.4	3.9	1.7	0.6	0.3	0.8	1.7	8.4	
タイ	103	98	85	6	3	3	-	-	-	1	5	2.8
	100.0	100.0	86.7	6.1	3.1	3.1	-	-	-	1.0	4.9	
マレーシア	102	94	84	4	4	-	1	1	-	-	8	2.1
	100.0	100.0	89.4	4.3	4.3	-	1.1	1.1	-	-	7.8	
シンガポール	75	71	59	6	3	3	-	-	-	-	4	2.5
	100.0	100.0	83.1	8.5	4.2	4.2	-	-	-	-	5.3	
インドネシア	28	25	21	-	2	-	-	-	2	-	3	8.4
	100.0	100.0	84.0	-	8.0	-	-	-	8.0	-	10.7	
フィリピン	59	50	43	-	-	-	1	-	1	5	9	12.9
	100.0	100.0	86.0	-	-	-	2.0	-	2.0	10.0	15.3	
ベトナム	26	22	20	-	2	-	-	-	-	-	4	0.9
	100.0	100.0	90.9	-	9.1	-	-	-	-	-	15.4	
インド	21	17	13	1	-	1	-	-	-	2	4	13.6
	100.0	100.0	76.5	5.9	-	5.9	-	-	-	11.8	19.1	

11-1.販売・営業面での問題点（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	本社からの発注量の減少	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷	新規顧客の開拓が進まない	販売価格の下落	競合相手の台頭（コスト面で競合）	競合相手の台頭（品質面で競合）	進出国市場の規制緩和が進まない	売掛金回収の停滞	その他	不明
総数	414 100.0	384 100.0	30 7.8	116 30.2	102 26.6	142 37.0	99 25.8	188 49.0	52 13.5	53 13.8	27 7.0	37 9.6	30 7.3
ASEAN 計	393 100.0	364 100.0	27 7.4	112 30.8	100 27.5	137 37.6	95 26.1	180 49.5	50 13.7	46 12.6	25 6.9	35 9.6	29 7.4
タイ	103 100.0	97 100.0	4 4.1	36 37.1	29 29.9	33 34.0	28 28.9	52 53.6	13 13.4	6 6.2	5 5.2	9 9.3	6 5.8
マレーシア	102 100.0	92 100.0	4 4.4	23 25.0	31 33.7	37 40.2	28 30.4	48 52.2	16 17.4	15 16.3	7 7.6	10 10.9	10 9.8
シンガポール	75 100.0	70 100.0	3 4.3	24 34.3	16 22.9	31 44.3	29 41.4	38 54.3	13 18.6	2 2.9	2 2.9	4 5.7	5 6.7
インドネシア	28 100.0	27 100.0	3 11.1	9 33.3	8 29.6	8 29.6	4 14.8	10 37.0	2 7.4	7 25.9	6 22.2	3 11.1	1 3.6
フィリピン	59 100.0	53 100.0	10 18.9	15 28.3	15 28.3	21 39.6	5 9.4	18 34.0	2 3.8	6 11.3	4 7.6	5 9.4	6 10.2
ベトナム	26 100.0	25 100.0	3 12.0	5 20.0	1 4.0	7 28.0	1 4.0	14 56.0	4 16.0	10 40.0	1 4.0	4 16.0	1 3.9
インド	21 100.0	20 100.0	3 15.0	4 20.0	2 10.0	5 25.0	4 20.0	8 40.0	2 10.0	7 35.0	2 10.0	2 10.0	1 4.8

12-1.財務・金融・為替面での問題点（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	進出先での金融機関からの資金調達が困難	現地通貨の対ドル為替レートの変動	現地通貨の対円為替レートの変動	円の為替レートの変動	資金調達・決済に関わる厳しい規制	税務の負担	金利の上昇	その他	不明
総数	414 100.0	345 100.0	71 20.6	16 4.6	137 39.7	128 37.1	50 14.5	28 8.1	114 33.0	21 6.1	19 5.5	69 16.7
ASEAN 計	393 100.0	328 100.0	68 20.7	15 4.6	128 39.0	122 37.2	47 14.3	26 7.9	107 32.6	17 5.2	18 5.5	65 16.5
タイ	103 100.0	92 100.0	19 20.7	6 6.5	32 34.8	49 53.3	11 12.0	9 9.8	29 31.5	3 3.3	1 1.1	11 10.7
マレーシア	102 100.0	79 100.0	19 24.1	4 5.1	32 40.5	27 34.2	7 8.9	5 6.3	18 22.8	3 3.8	6 7.6	23 22.6
シンガポール	75 100.0	58 100.0	5 8.6	-	25 43.1	21 36.2	18 31.0	3 5.2	4 6.9	5 8.6	4 6.9	17 22.7
インドネシア	28 100.0	25 100.0	9 36.0	1 4.0	11 44.0	3 12.0	4 16.0	-	21 84.0	-	2 8.0	3 10.7
フィリピン	59 100.0	54 100.0	11 20.4	1 1.9	26 48.2	20 37.0	6 11.1	3 5.6	23 42.6	5 9.3	4 7.4	5 8.5
ベトナム	26 100.0	20 100.0	5 25.0	3 15.0	2 10.0	2 10.0	1 5.0	6 30.0	12 60.0	1 5.0	1 5.0	6 23.1
インド	21 100.0	17 100.0	3 17.7	1 5.9	9 52.9	6 35.3	3 17.7	2 11.8	7 41.2	4 23.5	1 5.9	4 19.1



13-1.雇用・労働面での問題点（複数回答）

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	従業員の賃金上昇	人材(一般ワーカー)の採用難	人材(技術者)の採用難	従業員の定着率	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	解雇・人員削減に対する規制	労務問題	外国人労働者の雇用規制	管理職、現場責任者の現地化が難しい	重い年金・社会保険料などの事業主負担	その他	不明
総数	414 100.0	392 100.0	250 63.8	90 23.0	136 34.7	147 37.5	125 31.9	68 17.4	13 3.3	38 9.7	135 34.4	18 4.6	9 2.3	22 5.3
ASEAN 計	393 100.0	371 100.0	233 62.8	86 23.2	130 35.0	139 37.5	113 30.5	64 17.3	11 3.0	38 10.2	131 35.3	15 4.0	8 2.2	22 5.6
タイ	103 100.0	98 100.0	56 57.1	27 27.6	36 36.7	34 34.7	30 30.6	12 12.2	1 1.0	20 20.4	42 42.9	2 2.0	1 1.0	5 4.9
マレーシア	102 100.0	94 100.0	54 57.5	22 23.4	24 25.5	37 39.4	22 23.4	21 22.3	-	6 6.4	24 25.5	3 3.2	3 3.2	8 7.8
シンガポール	75 100.0	74 100.0	58 78.4	24 32.4	23 31.1	27 36.5	34 46.0	1 1.4	2 2.7	5 6.8	25 33.8	2 2.7	-	1 1.3
インドネシア	28 100.0	27 100.0	16 59.3	2 7.4	8 29.6	8 29.6	5 18.5	12 44.4	3 11.1	4 14.8	14 51.9	4 14.8	2 7.4	1 3.6
フィリピン	59 100.0	53 100.0	29 54.7	6 11.3	20 37.7	24 45.3	9 17.0	14 26.4	4 7.6	1 1.9	16 30.2	-	1 1.9	6 10.2
ベトナム	26 100.0	25 100.0	20 80.0	5 20.0	19 76.0	9 36.0	13 52.0	4 16.0	1 4.0	2 8.0	10 40.0	4 16.0	1 4.0	1 3.9
インド	21 100.0	21 100.0	17 81.0	4 19.1	6 28.6	8 38.1	12 57.1	4 19.1	2 9.5	-	4 19.1	3 14.3	1 4.8	-

14-1.投資環境面での問題点（複数回答）

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	不安定な政治・社会情勢	事務所スペースの不足や賃料の上昇	インフラの整備状況が不十分	進出国政府の不透明な政策運営	行政手続きの煩雑さ	税務手続きの煩雑さ	経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用	出資比率制限など外資規制	知的財産権の保護が欠如していること	その他	不明
総数	414 100.0	361 100.0	97 26.9	141 39.1	109 30.2	101 28.0	118 32.7	96 26.6	67 18.6	109 30.2	31 8.6	17 4.7	53 12.8
ASEAN 計	393 100.0	341 100.0	95 27.9	130 38.1	95 27.9	98 28.7	110 32.3	87 25.5	62 18.2	107 31.4	30 8.8	16 4.7	52 13.2
タイ	103 100.0	93 100.0	49 52.7	23 24.7	12 12.9	35 37.6	28 30.1	22 23.7	17 18.3	43 46.2	10 10.8	2 2.2	10 9.7
マレーシア	102 100.0	79 100.0	2 2.5	15 19.0	14 17.7	14 17.7	31 39.2	9 11.4	4 5.1	35 44.3	7 8.9	6 7.6	23 22.6
シンガポール	75 100.0	61 100.0	4 6.6	57 93.4	1 1.6	1 1.6	1 1.6	4 6.6	-	2 3.3	2 3.3	2 3.3	14 18.7
インドネシア	28 100.0	25 100.0	6 24.0	4 16.0	15 60.0	17 68.0	13 52.0	21 84.0	9 36.0	6 24.0	1 4.0	3 12.0	3 10.7
フィリピン	59 100.0	57 100.0	33 57.9	13 22.8	33 57.9	20 35.1	25 43.9	21 36.8	17 29.8	16 28.1	4 7.0	2 3.5	2 3.4
ベトナム	26 100.0	26 100.0	1 3.9	18 69.2	20 76.9	11 42.3	12 46.2	10 38.5	15 57.7	5 19.2	6 23.1	1 3.9	-
インド	21 100.0	20 100.0	2 10.0	11 55.0	14 70.0	3 15.0	8 40.0	9 45.0	5 25.0	2 10.0	1 5.0	1 5.0	1 4.8

15-1.貿易制度面での問題点（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	通関等諸 手続きが 煩雑	通関に時 間を要す る	通達・規 則内容の 周知徹底 が不十分	関税の課 税評価の 査定が不 明瞭	関税分類 の認定基 準が不明 瞭	検査ス テムが不 明瞭	非関税障 壁が高い	その他	不明
総数	414 100.0	226 100.0	91 40.3	88 38.9	88 38.9	74 32.7	62 27.4	50 22.1	13 5.8	25 11.1	188 45.4
ASEAN 計	393 100.0	210 100.0	82 39.1	80 38.1	78 37.1	71 33.8	60 28.6	46 21.9	10 4.8	22 10.5	183 46.6
タイ	103 100.0	70 100.0	22 31.4	21 30.0	25 35.7	29 41.4	29 41.4	11 15.7	1 1.4	5 7.1	33 32.0
マレーシア	102 100.0	54 100.0	14 25.9	18 33.3	13 24.1	15 27.8	13 24.1	14 25.9	4 7.4	9 16.7	48 47.1
シンガポール	75 100.0	17 100.0	6 35.3	5 29.4	2 11.8	3 17.7	-	2 11.8	2 11.8	7 41.2	58 77.3
インドネシア	28 100.0	21 100.0	12 57.1	15 71.4	15 71.4	8 38.1	7 33.3	7 33.3	-	-	7 25.0
フィリピン	59 100.0	33 100.0	17 51.5	12 36.4	12 36.4	11 33.3	7 21.2	6 18.2	1 3.0	1 3.0	26 44.1
ベトナム	26 100.0	15 100.0	11 73.3	9 60.0	11 73.3	5 33.3	4 26.7	6 40.0	2 13.3	-	11 42.3
インド	21 100.0	16 100.0	9 56.3	8 50.0	10 62.5	3 18.8	2 12.5	4 25.0	3 18.8	3 18.8	5 23.8

17-1.進出先市場で製品・サービスを販売するにあたり、現時点での最大の競争相手

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	進出先地 場企業	ASEAN	中国	台湾	韓国	米国	欧州	インド	その他	競合相手 なし	不明
総数	414 100.0	389 100.0	144 37.0	34 8.7	70 18.0	10 2.6	20 5.1	21 5.4	31 8.0	5 1.3	23 5.9	31 8.0	25 6.0
ASEAN 計	393 100.0	369 100.0	131 35.5	33 8.9	69 18.7	10 2.7	20 5.4	21 5.7	29 7.9	5 1.4	21 5.7	30 8.1	24 6.1
タイ	103 100.0	100 100.0	42 42.0	6 6.0	21 21.0	2 2.0	3 3.0	4 4.0	7 7.0	4 4.0	4 4.0	7 7.0	3 2.9
マレーシア	102 100.0	91 100.0	36 39.6	7 7.7	15 16.5	2 2.2	5 5.5	3 3.3	9 9.9	1 1.1	9 9.9	4 4.4	11 10.8
シンガポール	75 100.0	74 100.0	18 24.3	8 10.8	13 17.6	5 6.8	7 9.5	8 10.8	8 10.8	-	2 2.7	5 6.8	1 1.3
インドネシア	28 100.0	25 100.0	8 32.0	2 8.0	6 24.0	-	-	1 4.0	2 8.0	-	2 8.0	4 16.0	3 10.7
フィリピン	59 100.0	54 100.0	15 27.8	9 16.7	9 16.7	1 1.9	4 7.4	3 5.6	2 3.7	-	3 5.6	8 14.8	5 8.5
ベトナム	26 100.0	25 100.0	12 48.0	1 4.0	5 20.0	-	1 4.0	2 8.0	1 4.0	-	1 4.0	2 8.0	1 3.9
インド	21 100.0	20 100.0	13 65.0	1 5.0	1 5.0	-	-	-	2 10.0	-	2 10.0	1 5.0	1 4.8

18-1.競争相手の競争力（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	価格	品質	ブランド	デザイン	種々の設備投資	優秀な人材	アフターサービス	製品の多さ	販売ネットワーク	効果的な広告・宣伝活動	研究・開発力	戦略的な他社との業務提携	マーケティング	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈	その他	不明
総数	414	358	282	66	65	12	45	58	14	25	55	27	16	27	41	66	15	56
	100.0	100.0	78.8	18.4	18.2	3.4	12.6	16.2	3.9	7.0	15.4	7.5	4.5	7.5	11.5	18.4	4.2	13.5
ASEAN 計	393	339	270	60	60	11	41	54	12	20	50	27	12	24	39	60	14	54
	100.0	100.0	79.7	17.7	17.7	3.2	12.1	15.9	3.5	5.9	14.8	8.0	3.5	7.1	11.5	17.7	4.1	13.7
タイ	103	93	75	14	18	2	10	18	5	2	16	4	6	7	13	14	2	10
	100.0	100.0	80.7	15.1	19.4	2.2	10.8	19.4	5.4	2.2	17.2	4.3	6.5	7.5	14.0	15.1	2.2	9.7
マレーシア	102	87	73	11	14	7	9	9	1	6	15	10	2	6	10	16	4	15
	100.0	100.0	83.9	12.6	16.1	8.1	10.3	10.3	1.2	6.9	17.2	11.5	2.3	6.9	11.5	18.4	4.6	14.7
シンガポール	75	69	57	16	15	-	8	8	4	7	9	7	3	4	7	11	4	6
	100.0	100.0	82.6	23.2	21.7	-	11.6	11.6	5.8	10.1	13.0	10.1	4.4	5.8	10.1	15.9	5.8	8.0
インドネシア	28	21	16	5	3	-	3	4	-	1	1	1	-	1	1	6	2	7
	100.0	100.0	76.2	23.8	14.3	-	14.3	19.1	-	4.8	4.8	4.8	-	4.8	4.8	28.6	9.5	25.0
フィリピン	59	46	36	13	5	1	6	12	2	2	7	3	1	4	4	8	2	13
	100.0	100.0	78.3	28.3	10.9	2.2	13.0	26.1	4.4	4.4	15.2	6.5	2.2	8.7	8.7	17.4	4.4	22.0
ベトナム	26	23	13	1	5	1	5	3	-	2	2	2	-	2	4	5	-	3
	100.0	100.0	56.5	4.4	21.7	4.4	21.7	13.0	-	8.7	8.7	8.7	-	8.7	17.4	21.7	-	11.5
インド	21	19	12	6	5	1	4	4	2	5	5	-	4	3	2	6	1	2
	100.0	100.0	63.2	31.6	26.3	5.3	21.1	21.1	10.5	26.3	26.3	-	21.1	15.8	10.5	31.6	5.3	9.5

19-1.競争相手に対する対抗手段（複数回答）

上段：回答企業数（社）、下段：構成比（%）

	合計	有効回答	研究・開発機能の強化	製品・サービス開発期間の短縮	設備の増強	製品・サービスの高付加価値化	販売価格の引き下げ	新製品・サービスの市場投入	新規分野での顧客の開拓	マーケティング・営業の強化	広告・宣伝の強化	販売ネットワークの拡充	アフターサービスの強化	物流の効率化	戦略的な業務提携/企業買収による経営資源の活用	既存製品/事業での選択と集中	その他	不明
総数	414	359	33	36	27	228	65	85	90	143	23	54	84	47	23	40	12	55
	100.0	100.0	9.2	10.0	7.5	63.5	18.1	23.7	25.1	39.8	6.4	15.0	23.4	13.1	6.4	11.1	3.3	13.3
ASEAN 計	393	339	29	33	26	216	64	80	84	131	23	49	81	43	19	37	12	54
	100.0	100.0	8.6	9.7	7.7	63.7	18.9	23.6	24.8	38.6	6.8	14.5	23.9	12.7	5.6	10.9	3.5	13.7
タイ	103	93	14	11	9	59	12	20	25	37	2	9	17	14	-	8	3	10
	100.0	100.0	15.1	11.8	9.7	63.4	12.9	21.5	26.9	39.8	2.2	9.7	18.3	15.1	-	8.6	3.2	9.7
マレーシア	102	85	5	10	6	53	19	22	23	39	12	18	27	10	9	12	5	17
	100.0	100.0	5.9	11.8	7.1	62.4	22.4	25.9	27.1	45.9	14.1	21.2	31.8	11.8	10.6	14.1	5.9	16.7
シンガポール	75	69	5	2	3	46	20	22	18	24	5	13	16	9	6	4	-	6
	100.0	100.0	7.3	2.9	4.4	66.7	29.0	31.9	26.1	34.8	7.3	18.8	23.2	13.0	8.7	5.8	-	8.0
インドネシア	28	21	-	2	-	14	2	6	6	3	1	1	5	3	1	3	-	7
	100.0	100.0	-	9.5	-	66.7	9.5	28.6	28.6	14.3	4.8	4.8	23.8	14.3	4.8	14.3	-	25.0
フィリピン	59	46	4	7	6	25	7	4	7	16	1	7	9	5	3	8	2	13
	100.0	100.0	8.7	15.2	13.0	54.4	15.2	8.7	15.2	34.8	2.2	15.2	19.6	10.9	6.5	17.4	4.4	22.0
ベトナム	26	25	1	1	2	19	4	6	5	12	2	1	7	2	-	2	2	1
	100.0	100.0	4.0	4.0	8.0	76.0	16.0	24.0	20.0	48.0	8.0	4.0	28.0	8.0	-	8.0	8.0	3.9
インド	21	20	4	3	1	12	1	5	6	12	-	5	3	4	4	3	-	1
	100.0	100.0	20.0	15.0	5.0	60.0	5.0	25.0	30.0	60.0	-	25.0	15.0	20.0	20.0	15.0	-	4.8

20-1.ローカルスタッフがトップに就いている部門（複数回答）

上段: 回答企業数(社)、下段: 構成比(%)

	合計	有効回答	営業・販売・マーケティング部門	総務・人事部門	財務・会計部門	企画・研究開発部門	広報・宣伝部門	調達・購買部門	現法役員	現法社長・会長	その他	不明
総数	414 100.0	340 100.0	152 44.7	190 55.9	195 57.4	22 6.5	21 6.2	67 19.7	59 17.4	39 11.5	34 10.0	74 17.9
ASEAN 計	393 100.0	325 100.0	145 44.6	183 56.3	187 57.5	18 5.5	18 5.5	65 20.0	53 16.3	33 10.2	34 10.5	68 17.3
タイ	103 100.0	82 100.0	27 32.9	44 53.7	47 57.3	5 6.1	4 4.9	25 30.5	13 15.9	10 12.2	8 9.8	21 20.4
マレーシア	102 100.0	86 100.0	49 57.0	46 53.5	51 59.3	7 8.1	5 5.8	15 17.4	14 16.3	10 11.6	10 11.6	16 15.7
シンガポール	75 100.0	62 100.0	37 59.7	30 48.4	31 50.0	1 1.6	4 6.5	7 11.3	9 14.5	1 1.6	4 6.5	13 17.3
インドネシア	28 100.0	25 100.0	6 24.0	17 68.0	14 56.0	-	-	5 20.0	2 8.0	3 12.0	4 16.0	3 10.7
フィリピン	59 100.0	49 100.0	20 40.8	34 69.4	32 65.3	5 10.2	5 10.2	7 14.3	11 22.5	8 16.3	4 8.2	10 17.0
ベトナム	26 100.0	21 100.0	6 28.6	12 57.1	12 57.1	-	-	6 28.6	4 19.1	1 4.8	4 19.1	5 19.2
インド	21 100.0	15 100.0	7 46.7	7 46.7	8 53.3	4 26.7	3 20.0	2 13.3	6 40.0	6 40.0	-	6 28.6

20-2.管理職ポストへの現地人材の活用度

上段: 回答企業数(社)、下段: 構成比(%)

	合計	有効回答	0%	5%未満	5~10%未満	10~20%未満	20~30%未満	30~40%未満	40~50%未満	50~60%未満	60%以上	不明
総数	414 100.0	404 100.0	43 10.6	50 12.4	58 14.4	82 20.3	38 9.4	22 5.5	9 2.2	10 2.5	92 22.8	10 2.4
ASEAN 計	393 100.0	384 100.0	41 10.7	47 12.2	57 14.8	80 20.8	37 9.6	21 5.5	9 2.3	9 2.3	83 21.6	9 2.3
タイ	103 100.0	102 100.0	15 14.7	13 12.8	21 20.6	16 15.7	6 5.9	1 1.0	5 4.9	2 2.0	23 22.6	1 1.0
マレーシア	102 100.0	96 100.0	6 6.3	8 8.3	11 11.5	23 24.0	10 10.4	8 8.3	-	5 5.2	25 26.0	6 5.9
シンガポール	75 100.0	75 100.0	8 10.7	5 6.7	10 13.3	16 21.3	12 16.0	5 6.7	2 2.7	2 2.7	15 20.0	-
インドネシア	28 100.0	27 100.0	-	7 25.9	3 11.1	8 29.6	2 7.4	3 11.1	1 3.7	-	3 11.1	1 3.6
フィリピン	59 100.0	58 100.0	9 15.5	6 10.3	10 17.2	12 20.7	5 8.6	4 6.9	1 1.7	-	11 19.0	1 1.7
ベトナム	26 100.0	26 100.0	3 11.5	8 30.8	2 7.7	5 19.2	2 7.7	-	-	-	6 23.1	-
インド	21 100.0	20 100.0	2 10.0	3 15.0	1 5.0	2 10.0	1 5.0	1 5.0	-	1 5.0	9 45.0	1 4.8

20-3.今後1～2年の現地管理職活用の方向性

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	拡大	現状維持	縮小	不明
総数	414	407	202	199	6	7
	100.0	100.0	49.6	48.9	1.5	1.7
ASEAN 計	393	386	188	192	6	7
	100.0	100.0	48.7	49.7	1.6	1.8
タイ	103	100	51	48	1	3
	100.0	100.0	51.0	48.0	1.0	2.9
マレーシア	102	99	45	53	1	3
	100.0	100.0	45.5	53.5	1.0	2.9
シンガポール	75	75	36	37	2	-
	100.0	100.0	48.0	49.3	2.7	-
インドネシア	28	27	15	12	-	1
	100.0	100.0	55.6	44.4	-	3.6
フィリピン	59	59	21	36	2	-
	100.0	100.0	35.6	61.0	3.4	-
ベトナム	26	26	20	6	-	-
	100.0	100.0	76.9	23.1	-	-
インド	21	21	14	7	-	-
	100.0	100.0	66.7	33.3	-	-

20-4.拡大する理由 (複数回答)

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	人件費などコスト削減のため	現地政府・産業界との関係強化のため	現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため	現地市場での営業力強化のため	現地顧客対応のため	優秀な現地人材への動機付けのため	その他	不明
総数	202	202	64	25	70	107	65	140	6	-
	100.0	100.0	31.7	12.4	34.7	53.0	32.2	69.3	3.0	-
ASEAN 計	188	188	60	23	63	98	61	132	5	-
	100.0	100.0	31.9	12.2	33.5	52.1	32.5	70.2	2.7	-
タイ	51	51	13	5	17	25	19	34	1	-
	100.0	100.0	25.5	9.8	33.3	49.0	37.3	66.7	2.0	-
マレーシア	45	45	16	6	16	23	15	30	1	-
	100.0	100.0	35.6	13.3	35.6	51.1	33.3	66.7	2.2	-
シンガポール	36	36	9	2	12	22	12	26	2	-
	100.0	100.0	25.0	5.6	33.3	61.1	33.3	72.2	5.6	-
インドネシア	15	15	7	3	6	8	4	11	-	-
	100.0	100.0	46.7	20.0	40.0	53.3	26.7	73.3	-	-
フィリピン	21	21	4	1	8	13	7	15	1	-
	100.0	100.0	19.1	4.8	38.1	61.9	33.3	71.4	4.8	-
ベトナム	20	20	11	6	4	7	4	16	-	-
	100.0	100.0	55.0	30.0	20.0	35.0	20.0	80.0	-	-
インド	14	14	4	2	7	9	4	8	1	-
	100.0	100.0	28.6	14.3	50.0	64.3	28.6	57.1	7.1	-

20-5.縮小する理由（複数回答）

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	事業の統廃合のため	定着率が悪いため	技術流失の恐れがあるため	現地人材の活用を推進する現地マネジメントの不在	本社の経営方針や、人事評価面で管理がしづらいため	その他	不明
総数	6 100.0	6 100.0	3 50.0	- -	- -	1 16.7	- -	2 33.3	- -
ASEAN 計	6 100.0	6 100.0	3 50.0	- -	- -	1 16.7	- -	2 33.3	- -
タイ	1 100.0	1 100.0	1 100.0	- -	- -	- -	- -	- -	- -
マレーシア	1 100.0	1 100.0	1 100.0	- -	- -	- -	- -	- -	- -
シンガポール	2 100.0	2 100.0	1 50.0	- -	- -	1 50.0	- -	- -	- -
インドネシア	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
フィリピン	2 100.0	2 100.0	- -	- -	- -	- -	- -	2 100.0	- -
ベトナム	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
インド	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -

21-1.今後1～2年の事業展開の方向性

上段：回答企業数(社)、下段：構成比(%)

	合計	有効回答	拡大	現状維持	縮小	第3国へ移転・撤退	不明
総数	414 100.0	404 100.0	246 60.9	141 34.9	14 3.5	3 0.7	10 2.4
ASEAN 計	393 100.0	383 100.0	229 59.8	138 36.0	13 3.4	3 0.8	10 2.5
タイ	103 100.0	100 100.0	74 74.0	23 23.0	2 2.0	1 1.0	3 2.9
マレーシア	102 100.0	100 100.0	52 52.0	42 42.0	5 5.0	1 1.0	2 2.0
シンガポール	75 100.0	74 100.0	40 54.1	30 40.5	3 4.1	1 1.4	1 1.3
インドネシア	28 100.0	26 100.0	13 50.0	12 46.2	1 3.9	- -	2 7.1
フィリピン	59 100.0	58 100.0	28 48.3	28 48.3	2 3.5	- -	1 1.7
ベトナム	26 100.0	25 100.0	22 88.0	3 12.0	- -	- -	1 3.9
インド	21 100.0	21 100.0	17 81.0	3 14.3	1 4.8	- -	- -

22-1.今後の事業展開が拡大する理由(具体的な方針)(複数回答)

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	追加投資による事業規模の拡大	製品・サービス内容の拡大(多角化)	製品・サービス範囲の拡大(市場開拓)	企画・研究開発機能の強化	特定製品・サービス拠点を貴社に集約	その他	不明
総数	246	246	79	128	152	22	14	11	-
	100.0	100.0	32.1	52.0	61.8	8.9	5.7	4.5	-
ASEAN 計	229	229	72	119	140	16	11	10	-
	100.0	100.0	31.4	52.0	61.1	7.0	4.8	4.4	-
タイ	74	74	29	37	47	8	4	4	-
	100.0	100.0	39.2	50.0	63.5	10.8	5.4	5.4	-
マレーシア	52	52	15	27	31	5	1	2	-
	100.0	100.0	28.9	51.9	59.6	9.6	1.9	3.9	-
シンガポール	40	40	7	20	22	1	3	2	-
	100.0	100.0	17.5	50.0	55.0	2.5	7.5	5.0	-
インドネシア	13	13	2	11	10	-	-	1	-
	100.0	100.0	15.4	84.6	76.9	-	-	7.7	-
フィリピン	28	28	7	13	16	1	1	1	-
	100.0	100.0	25.0	46.4	57.1	3.6	3.6	3.6	-
ベトナム	22	22	12	11	14	1	2	-	-
	100.0	100.0	54.6	50.0	63.6	4.6	9.1	-	-
インド	17	17	7	9	12	6	3	1	-
	100.0	100.0	41.2	52.9	70.6	35.3	17.7	5.9	-

22-2.今後の事業展開が縮小、または第3国(地域)へ移転・撤退をする理由(具体的な方針)

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	進出国内における拠点統合	生産拠点を第3国へ移転	一部生産品目を第3国の関係会社へ移転	不明
総数	17	17	11	4	2	-
	100.0	100.0	64.7	23.5	11.8	-
ASEAN 計	16	16	10	4	2	-
	100.0	100.0	62.5	25.0	12.5	-
タイ	3	3	3	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	-	-	-
マレーシア	6	6	4	-	2	-
	100.0	100.0	66.7	-	33.3	-
シンガポール	4	4	2	2	-	-
	100.0	100.0	50.0	50.0	-	-
インドネシア	1	1	1	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	-	-	-
フィリピン	2	2	-	2	-	-
	100.0	100.0	-	100.0	-	-
ベトナム	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
インド	1	1	1	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	-	-	-

22-3.生産拠点を第3国へ移転、一部生製品・サービスを第3国の関係会社へ移転の場合の移転先（複数回答）

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	タイ	マレーシア	シンガポール	インドネシア	フィリピン	ベトナム	インド	中国	香港	台湾	韓国	日本	その他	不明
総数	6	6	3	-	1	-	-	2	-	1	-	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	50.0	-	16.7	-	-	33.3	-	16.7	-	-	-	-	16.7	-
ASEAN 計	6	6	3	-	1	-	-	2	-	1	-	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	50.0	-	16.7	-	-	33.3	-	16.7	-	-	-	-	16.7	-
タイ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
マレーシア	2	2	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-
	100.0	100.0	-	-	50.0	-	-	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-	-
シンガポール	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
インドネシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
フィリピン	2	2	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	50.0	-	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	50.0	-
ベトナム	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
インド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

22-4.移転先の決定理由（複数回答）1/2

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	市場の規模	成長性・潜在性	安定した販売先	自社競争力	国際市場へのアクセシビリティ	物流インフラ充実度	通関手続きの容易性	管理・運営コスト	事務所関連ユーティリティ
総数	6	6	-	4	-	1	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	-	66.7	-	16.7	-	-	-	16.7	-
ASEAN 計	6	6	-	4	-	1	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	-	66.7	-	16.7	-	-	-	16.7	-
タイ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
マレーシア	2	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-
	100.0	100.0	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-
シンガポール	2	2	-	1	-	-	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	-	50.0	-	-	-	-	-	50.0	-
インドネシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
フィリピン	2	2	-	2	-	1	-	-	-	-	-
	100.0	100.0	-	100.0	-	50.0	-	-	-	-	-
ベトナム	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
インド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



22-4.移転先の決定理由（複数回答）2/2

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	賃金水準	一般スタッフ・事務員の質	エンジニア・管理職の質	金融システムの充実度・安定性	外資法・ビジネス関連法制度の整備・運用状況	各種税負担	効率的な行政手続	政治・社会の安定性	駐在員生活のインフラ	その他	不明
総数	6	6	1	1	2	-	-	-	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	16.7	16.7	33.3	-	-	-	-	-	-	16.7	-
ASEAN 計	6	6	1	1	2	-	-	-	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	16.7	16.7	33.3	-	-	-	-	-	-	16.7	-
タイ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
マレーシア	2	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	50.0	-
シンガポール	2	2	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-
	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
インドネシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
フィリピン	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ベトナム	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
インド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

23-1.過去5年間、責任国・地域に製品・サービスの販売機能を移管してきた国・地域（複数回答）1/2

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	タイ	マレーシア	シンガポール	インドネシア	フィリピン	ベトナム	その他ASEAN	インド	その他南アジア
総数	414	244	20	21	41	8	4	8	5	10	-
	100.0	100.0	8.2	8.6	16.8	3.3	1.6	3.3	2.1	4.1	-
ASEAN 計	393	234	17	21	40	8	4	8	5	9	-
	100.0	100.0	7.3	9.0	17.1	3.4	1.7	3.4	2.1	3.9	-
タイ	103	71	6	8	13	1	-	1	3	3	-
	100.0	100.0	8.5	11.3	18.3	1.4	-	1.4	4.2	4.2	-
マレーシア	102	52	2	5	13	2	-	1	1	1	-
	100.0	100.0	3.9	9.6	25.0	3.9	-	1.9	1.9	1.9	-
シンガポール	75	44	2	7	4	1	-	4	-	3	-
	100.0	100.0	4.6	15.9	9.1	2.3	-	9.1	-	6.8	-
インドネシア	28	16	2	1	2	3	-	1	-	1	-
	100.0	100.0	12.5	6.3	12.5	18.8	-	6.3	-	6.3	-
フィリピン	59	35	1	-	3	-	4	-	-	1	-
	100.0	100.0	2.9	-	8.6	-	11.4	-	-	2.9	-
ベトナム	26	16	4	-	5	1	-	1	1	-	-
	100.0	100.0	25.0	-	31.3	6.3	-	6.3	6.3	-	-
インド	21	10	3	-	1	-	-	-	-	1	-
	100.0	100.0	30.0	-	10.0	-	-	-	-	10.0	-

23-1.過去5年間、責任国・地域に製品・サービスの販売機能を移管してきた国・地域（複数回答）2/2

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	中国	香港	台湾	韓国	日本	米国	欧州	豪州	中南米	中近東・ アフリカ	その他	不明
総数	414 100.0	244 100.0	34 13.9	8 3.3	6 2.5	12 4.9	132 54.1	7 2.9	9 3.7	-	-	3 1.2	30 12.3	170 41.1
ASEAN 計	393 100.0	234 100.0	32 13.7	8 3.4	5 2.1	12 5.1	126 53.9	5 2.1	8 3.4	-	-	2 0.9	29 12.4	159 40.5
タイ	103 100.0	71 100.0	10 14.1	2 2.8	1 1.4	1 1.4	42 59.2	1 1.4	1 1.4	-	-	-	6 8.5	32 31.1
マレーシア	102 100.0	52 100.0	6 11.5	1 1.9	1 1.9	2 3.9	22 42.3	1 1.9	2 3.9	-	-	-	8 15.4	50 49.0
シンガポール	75 100.0	44 100.0	4 9.1	3 6.8	1 2.3	2 4.6	24 54.6	1 2.3	3 6.8	-	-	2 4.6	5 11.4	31 41.3
インドネシア	28 100.0	16 100.0	2 12.5	-	-	1 6.3	11 68.8	-	-	-	-	-	2 12.5	12 42.9
フィリピン	59 100.0	35 100.0	7 20.0	1 2.9	1 2.9	4 11.4	17 48.6	1 2.9	1 2.9	-	-	-	6 17.1	24 40.7
ベトナム	26 100.0	16 100.0	3 18.8	1 6.3	1 6.3	2 12.5	10 62.5	1 6.3	1 6.3	-	-	-	2 12.5	10 38.5
インド	21 100.0	10 100.0	2 20.0	-	1 10.0	-	6 60.0	2 20.0	1 10.0	-	-	1 10.0	1 10.0	11 52.4

24-1.中長期的(5~10年程度)な貴社の事業/製品・サービスの販売拠点

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	タイ	マレーシ ア	シンガ ポール	インドネシ ア	フィリピン	ベトナム	その他 ASEAN	インド	中国	香港	台湾	韓国	その他	不明
総数	414 100.0	360 100.0	91 25.3	46 12.8	79 21.9	7 1.9	22 6.1	48 13.3	3 0.8	28 7.8	15 4.2	7 1.9	-	-	14 3.9	54 13.0
ASEAN 計	393 100.0	343 100.0	90 26.2	46 13.4	79 23.0	7 2.0	22 6.4	47 13.7	3 0.9	15 4.4	15 4.4	6 1.8	-	-	13 3.8	50 12.7
タイ	103 100.0	93 100.0	66 71.0	-	2 2.2	1 1.1	-	11 11.8	2 2.2	7 7.5	2 2.2	-	-	-	2 2.2	10 9.7
マレーシア	102 100.0	82 100.0	4 4.9	43 52.4	14 17.1	-	-	9 11.0	-	-	6 7.3	2 2.4	-	-	4 4.9	20 19.6
シンガポール	75 100.0	72 100.0	6 8.3	3 4.2	53 73.6	-	-	6 8.3	-	3 4.2	-	1 1.4	-	-	-	3 4.0
インドネシア	28 100.0	23 100.0	3 13.0	-	5 21.7	6 26.1	-	4 17.4	-	1 4.4	2 8.7	-	-	-	2 8.7	5 17.9
フィリピン	59 100.0	48 100.0	6 12.5	-	3 6.3	-	22 45.8	4 8.3	-	4 8.3	2 4.2	2 4.2	-	-	5 10.4	11 18.6
ベトナム	26 100.0	25 100.0	5 20.0	-	2 8.0	-	-	13 52.0	1 4.0	-	3 12.0	1 4.0	-	-	-	1 3.9
インド	21 100.0	17 100.0	1 5.9	-	-	-	-	1 5.9	-	13 76.5	-	1 5.9	-	-	1 5.9	4 19.1

24-2.最適な製品・サービス販売拠点に求める中心的な役割・機能（複数回答）

上段:回答企業数(社)、下段:構成比(%)

	合計	有効回答	国内市場 向け販売 拠点	第3国・地 域向け販 売拠点	研究開発 (現地市 場向け仕 様変更) を兼ねた 拠点	研究開発 (新製品 開発)を 兼ねた拠 点	地域統括 拠点	地域のサ プライ チェーン 統括拠点	FTA/EPA を活用し た製品・ サービス 供給拠点	その他	不明
総数	414 100.0	360 100.0	201 55.8	128 35.6	22 6.1	15 4.2	87 24.2	39 10.8	41 11.4	20 5.6	54 13.0
ASEAN 計	393 100.0	343 100.0	190 55.4	121 35.3	18 5.3	12 3.5	85 24.8	38 11.1	40 11.7	20 5.8	50 12.7
タイ	103 100.0	93 100.0	60 64.5	35 37.6	10 10.8	4 4.3	19 20.4	10 10.8	21 22.6	6 6.5	10 9.7
マレーシア	102 100.0	82 100.0	48 58.5	21 25.6	3 3.7	2 2.4	17 20.7	7 8.5	9 11.0	5 6.1	20 19.6
シンガポール	75 100.0	72 100.0	30 41.7	38 52.8	1 1.4	2 2.8	32 44.4	13 18.1	6 8.3	1 1.4	3 4.0
インドネシア	28 100.0	23 100.0	14 60.9	9 39.1	2 8.7	2 8.7	5 21.7	3 13.0	-	1 4.4	5 17.9
フィリピン	59 100.0	48 100.0	25 52.1	13 27.1	2 4.2	1 2.1	5 10.4	2 4.2	2 4.2	6 12.5	11 18.6
ベトナム	26 100.0	25 100.0	13 52.0	5 20.0	-	1 4.0	7 28.0	3 12.0	2 8.0	1 4.0	1 3.9
インド	21 100.0	17 100.0	11 64.7	7 41.2	4 23.5	3 17.7	2 11.8	1 5.9	1 5.9	-	4 19.1



# 調查表



# 2007 年度 在アジア日系企業経営実態調査（製造業）

日本貿易振興機構（ジェトロ）

1. 本調査は、アジア7カ国(タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド)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)の動向を把握するために、毎年実施させていただいております【注】
2. アジアの日系企業の事業環境をお伺いすることを目的としておりますので、**現地法人の視点でご回答**いただくようお願い申し上げます。質問の中で「貴社」としている部分は、すべて「現地法人」を意味します。
3. **ご回答いただいた内容はすべて統計的に処理いたしますので、個別企業の情報が対外的に公表されることはありません。**予め申し添えさせていただきます。

【注】2007年度より製造業に加え、非製造業も調査対象に追加しました。

## ＜貴社に関するデータ＞

### 【貴社の所在国・地域】

- |                                |                                |                                 |                                 |
|--------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> タイ    | <input type="checkbox"/> マレーシア | <input type="checkbox"/> シンガポール | <input type="checkbox"/> インドネシア |
| <input type="checkbox"/> フィリピン | <input type="checkbox"/> ベトナム  | <input type="checkbox"/> インド    |                                 |

### 【貴社名】（英文表記）

### 【回答者ご芳名】

### 【役職名】

### 【電話番号】

### 【FAX番号】

### 【電子メールアドレス】

貴社の日本側出資比率（直接、間接）が10%未満の場合は、調査対象外となります。  
該当される方は、恐れ入りますが、下記をクリックし、調査を終了いただきますよう、よろしくお願いいたします。

### 【業種】（貴社の事業分野において主たる業種を1つお選び下さい。）

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> 食品・農水産加工品        | <input type="checkbox"/> 繊維(紡績・織物・化学繊維) | <input type="checkbox"/> 衣服・繊維製品        |
| <input type="checkbox"/> 木材・木製品           | <input type="checkbox"/> 家具・インテリア製品     | <input type="checkbox"/> 紙・パルプ          |
| <input type="checkbox"/> 化学品              | <input type="checkbox"/> 石油製品           | <input type="checkbox"/> プラスチック製品       |
| <input type="checkbox"/> 医薬品              | <input type="checkbox"/> ゴム製品           | <input type="checkbox"/> 窯業・土石          |
| <input type="checkbox"/> 鉄鋼(鋳鍛造品を含む)      | <input type="checkbox"/> 非鉄金属           | <input type="checkbox"/> 金属製品(メッキ加工を含む) |
| <input type="checkbox"/> 一般機械(金型・機械工具を含む) |   | <input type="checkbox"/> 電気機械・電子機器      |
| <input type="checkbox"/> 電気・電子部品          | <input type="checkbox"/> 輸送用機器          | <input type="checkbox"/> 輸送用機器部品        |
| <input type="checkbox"/> 精密機械             | <input type="checkbox"/> その他            |   |

### 【貴社の代表的な現地生産品目】

### 【業態】（貴社の生産する代表的な品目の主な顧客をお選び下さい）

- 企業                                       一般消費者                                       その他（                                      ）

【従業員数】（貴社の現時点での総従業員数をご記入下さい） <                                      >人

【操業開始年月】（西暦）                                      年                                      月

【輸出実績（2006年／単位ドル）製造業のみ。輸出実績があれば記入願います】                                      US\$

## 【営業見通しに関する設問】

設問 1 2007年(1~12月)の営業利益見込みは、 黒字  均衡  赤字

設問 2 2007年(1~12月)の営業利益見込みは前年実績に比べて、 改善  横ばい  悪化  
[⇒設問 3 へ] [⇒設問 5 へ] [⇒設問 4 へ]

設問 3 設問 2 で **2007年の営業利益見込みが「改善」**した理由は何ですか？【複数回答可】[⇒設問 5 へ]

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 輸出拡大による売上増加     | <input type="checkbox"/> 進出国市場での売上増加     |
| <input type="checkbox"/> 価格上昇/値上げによる売上増加 | <input type="checkbox"/> 価格下落/値下げによる売上増加 |
| <input type="checkbox"/> 調達コストの削減        | <input type="checkbox"/> 人件費の削減          |
| <input type="checkbox"/> その他支出の削減        | <input type="checkbox"/> 生産効率の改善*        |
| <input type="checkbox"/> 高付加価値製品の生産開始/拡大 | <input type="checkbox"/> 為替変動による売上増加     |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )         |  |

※ ここでの「生産効率の改善」とは、セル生産方式など製造工程の改善や、生産管理での電子化などを含みます。

設問 4 設問 2 で **2007年の営業利益見込みが「悪化」**した理由は何ですか？【複数回答可】[⇒設問 5 へ]

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 輸出低迷による売上減少           | <input type="checkbox"/> 進出国市場での売上減少     |
| <input type="checkbox"/> 価格下落/値下げによる売上減少       | <input type="checkbox"/> 価格上昇/値上げによる売上減少 |
| <input type="checkbox"/> 調達コストの増加              | <input type="checkbox"/> 人件費の増加          |
| <input type="checkbox"/> その他支出の増加              | <input type="checkbox"/> 不十分な価格転嫁        |
| <input type="checkbox"/> 税制(関税、国内諸税)の変更によるコスト増 | <input type="checkbox"/> 為替変動による売上減少     |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )               |  |

設問 5 2008年の営業利益は、2007年と比べて、どのような見通しを描いていますか？

- 改善  横ばい  悪化  
[⇒設問 6 へ] [⇒設問 8 へ] [⇒設問 7 へ]

設問 6 設問 5 で **2008年の営業利益見通しが「改善」**を選択した場合、その理由は何ですか？【複数回答可】  
[⇒設問 8 へ]

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 輸出拡大による売上増加     | <input type="checkbox"/> 進出国市場での売上増加     |
| <input type="checkbox"/> 価格上昇/値上げによる売上増加 | <input type="checkbox"/> 価格下落/値下げによる売上増加 |
| <input type="checkbox"/> 調達コストの削減        | <input type="checkbox"/> 人件費の削減          |
| <input type="checkbox"/> その他支出の削減        | <input type="checkbox"/> 生産効率の改善         |
| <input type="checkbox"/> 高付加価値製品の製造開始/拡大 | <input type="checkbox"/> 為替変動による売上増加     |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )         |  |

設問 7 設問 5 で **2008年の営業利益見通しが「悪化」**を選択した場合、その理由は何ですか？【複数回答可】  
[⇒設問 8 へ]

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 輸出低迷による売上減少           | <input type="checkbox"/> 進出国市場での売上減少     |
| <input type="checkbox"/> 価格下落/値下げによる売上減少       | <input type="checkbox"/> 価格上昇/値上げによる売上減少 |
| <input type="checkbox"/> 調達コストの増加              | <input type="checkbox"/> 人件費の増加          |
| <input type="checkbox"/> その他支出の増加              | <input type="checkbox"/> 不十分な価格転嫁        |
| <input type="checkbox"/> 税制(関税、国内諸税)の変更によるコスト増 | <input type="checkbox"/> 為替変動による売上減少     |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )               |  |

## 【輸出に関する設問】

設問 8 貴社の売上高に占める輸出の比率は？

%

間接的な輸出は含まない。ただし、貴社の進出国内にある販売会社を通じて製品が輸出される場合、輸出にカウントしてください。

設問 9 輸出先の内訳は？(輸出額合計=100とします)

- 日本市場 ( \_\_\_\_\_ %)  米国市場 ( \_\_\_\_\_ %)  欧州市場 ( \_\_\_\_\_ %)  
 中国本土市場 ( \_\_\_\_\_ %)  ASEAN 市場 ( \_\_\_\_\_ %)



- その他アジア市場 ( \_\_\_\_\_ %)  その他市場 ( \_\_\_\_\_ %)

設問 10 東アジアでは、多国間や二国間での各種 FTA (自由貿易協定) や EPA(経済連携協定)が進展しています。貴社の FTA,EPA の活用状況に関し、お伺いします。

設問 10-1 貴社では、輸出入において既存 (発効済み) の二国間/多国間での FTA/EPA を活用されていますか? (関税先行引下げ措置/アーリー・ハーベスト含む)

- 輸入  現在、活用中  活用を検討中  全く活用予定はない  
輸出  現在、活用中  活用を検討中  全く活用予定はない

設問 10-2 設問 10-1 で「全く活用予定はない」と回答した場合、その理由は何でしょうか? 【複数回答可】

<輸入で活用予定がない場合>

- 投資恩典スキーム (EPZ や投資インセンティブなど) で既に関税免税を享受しているため  
 関税が賦課される国内向け販売が少ない  調達先が FTA/EPA 制度を知らないため  
 仲介貿易による FTA 利用が認められていないため  一般関税が低く、FTA のメリットなし

<輸出で活用予定がない場合>

- 輸出先の一般関税が低く FTA のメリットなし  
 輸出先で輸入関税が減免されており、FTA のメリットなし  
 原産地規則自体のハードルが高い  原産地証明取得まで審査・発給までのコストが高い  
 原産地証明書取得手続きが煩雑  
 部品調達先が FTA/EPA 制度を知らず、必要書類が取得出来ない。  
 既存 FTA/EPA の原産地規則が各々異なり煩雑なため。

設問 11 アジア域内では、各種自由貿易協定 (FTA) が進展していますが、仲介貿易 (三国間貿易) ※<sup>1</sup> に対しては、FTA による特恵が認められないケースも見受けられます。

そこで、貴社のアジア域内※<sup>2</sup> 国・地域向け輸出には、第 3 国・地域を介した仲介貿易がありますか?

- ある [⇒設問 12 へ]  ない (直接・間接輸出や委託加工貿易などが主体) [⇒設問 15 へ]

※<sup>1</sup> 「仲介貿易」とは輸出者と輸入者との貿易を第 3 国・地域の企業 (関係会社含む) が仲介する貿易形態です。

輸出貨物は輸入国・地域向けに直接積出され、インボイスや代金決済などは第 3 国・地域 (シンガポール、香港など) 経由で行なわれます。

※<sup>2</sup> ここでの「アジア域内」とは、日本、ASEAN、インド、中国、韓国、香港、台湾、豪州、ニュージーランドを意味します。

設問 12 「ある」と回答した方にお伺いいたします。

2006 年の貴社のアジア域内国・地域向け輸出 (同地域向け輸出額=100) に占める仲介貿易の比率を、概算で結構ですので、以下より選択願います (1 つお選び下さい)。

- 3 分の 1 未満 (1/3 未満)  3 分の 1 以上～3 分の 2 未満 (1/3 以上～2/3 未満)  
 3 分の 2 以上 (2/3 以上)

設問 13 輸出取引を仲介している国・地域はどこでしょうか? 【複数回答可】

- 日本  シンガポール  マレーシア  タイ  その他 ASEAN  
 香港  中国  その他アジア  
 米国  欧州  中近東  その他 ( \_\_\_\_\_ )

設問 14 貴社が仲介貿易を使っている理由を以下より選択下さい。【複数回答可】

- 為替リスクの軽減 (ネットイング)  法人税など税務コストの削減  
 輸出者名義変更のため  工場出荷価格や FOB 価格の取引先への非開示  
 輸出付帯業務の一括化によるコスト削減  物流の総合的な効率化のため  
 その他 ( \_\_\_\_\_ )

## 【原材料・部品の調達に関する設問】

設問 15 貴社が製造する代表的な品目について、製造原価※に占める原材料・部品など材料費の比率は?  
(金額ベース、製造原価を 100 とした比率、2007 年見込み)

- 50%未満  50～60%未満  60～70%未満  70～80%未満  
 80～90%未満  90%以上

※ 「製造原価」とは、製品製造のために使われた費用で、生産現場での材料費、労務費、その他経費と定義します。

設問 16-1 調達先の内訳は？（調達額合計=100 とします）

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 進出国（現地）（_____ %） | <input type="checkbox"/> 日本（_____ %）   | <input type="checkbox"/> 米国（_____ %）    |
| <input type="checkbox"/> 欧州（_____ %）      | <input type="checkbox"/> 中国本土（_____ %） | <input type="checkbox"/> ASEAN（_____ %） |
| <input type="checkbox"/> その他アジア（_____ %）  | <input type="checkbox"/> その他（_____ %）  |   |

設問 16-2 調達先で「進出国（現地）」を選択された場合、その内訳は？（現地調達額=100 とします）

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> 現地進出日系企業（_____ %） | <input type="checkbox"/> 地場企業（_____ %） | <input type="checkbox"/> その他外資系企業（_____ %） |
|--|--|--|

設問 17 今後の原材料・部品調達の方針について【複数回答可】

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 進出国での現地調達率を引き上げる | <input type="checkbox"/> ASEAN から調達率を引き上げる |
| <input type="checkbox"/> 中国から調達率を引き上げる    | <input type="checkbox"/> 日本からの調達率を引き上げる    |
| <input type="checkbox"/> 現状の現地調達率を維持する    | <input type="checkbox"/> その他（_____）        |

設問 18 原材料・部品の現地調達率を拡大するために必要なことは？【複数回答可】

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 現地サプライヤーの品質向上      | <input type="checkbox"/> 現地サプライヤーのコスト削減           |
| <input type="checkbox"/> 現地サプライヤーの納期厳守      | <input type="checkbox"/> 貴社製品の設計変更                |
| <input type="checkbox"/> 技術認証・審査部門の現地化      | <input type="checkbox"/> 設計・研究開発部門の現地化            |
| <input type="checkbox"/> 進出国の物流・輸送関連インフラの改善 | <input type="checkbox"/> ASEAN 域内での物流・輸送関連インフラの改善 |
| <input type="checkbox"/> 関連サプライヤーの現地進出      | <input type="checkbox"/> その他（_____）               |

設問 19 貴社の原材料・部品の輸入調達額で 0% 関税\*となっている比率はどのくらいですか？

（輸入調達額=100 とします）

- |                                    |                                   |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0%        | <input type="checkbox"/> 10%未満    |
| <input type="checkbox"/> 10~30%未満  | <input type="checkbox"/> 30~50%未満 |
| <input type="checkbox"/> 50~70%未満  | <input type="checkbox"/> 70~90%未満 |
| <input type="checkbox"/> 90~100%未満 | <input type="checkbox"/> 100%     |

※ここでいう「関税」とは、物がある国の経済的境界を通り、他国から国内に入ってくるときに、国内法の定めに従い、原則上全ての輸入品にかかる租税で、付加価値税など内国税は含みません。

設問 20 貴社が製造する代表的な品目について、貴社関連会社が中国でも製造している（もしくは製造を考えている）場合、お答えください。同製品の中国における関連会社での製造原価を 100 とした場合、責任国における製造原価はどの位ですか？

- |                                     |                                     |                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 80%未満      | <input type="checkbox"/> 80~90%未満   | <input type="checkbox"/> 90~100%未満  |
| <input type="checkbox"/> 100~110%未満 | <input type="checkbox"/> 110~120%未満 | <input type="checkbox"/> 120~130%未満 |
| <input type="checkbox"/> 130~140%未満 | <input type="checkbox"/> 140~150%未満 | <input type="checkbox"/> 150%以上     |

## 【経営上の問題点に関する設問】

貴社の経営において、進出先で特に深刻な問題点と認識しているものは何ですか？以下の各項目について該当するものをお選びください。

設問 21 販売・営業面での問題点【複数回答可】

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 本社からの生産発注量の減少    | <input type="checkbox"/> 取引先からの発注減少            |
| <input type="checkbox"/> 主要取引先からの値下げ要請    | <input type="checkbox"/> 主要販売市場の低迷（消費低迷）       |
| <input type="checkbox"/> 新規顧客の開拓が進まない     | <input type="checkbox"/> 世界的な供給過剰構造による販売価格の下落  |
| <input type="checkbox"/> 進出国市場への安価な輸入品の流入 | <input type="checkbox"/> 進出国（地域）市場への模倣品・類似品の流入 |
| <input type="checkbox"/> 競合相手の台頭（品質面で競合）  | <input type="checkbox"/> 売掛金回収の停滞              |
| <input type="checkbox"/> その他（_____）       |  |

設問 22 生産面での問題点【複数回答可】

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 生産能力の不足           | <input type="checkbox"/> 限界に近づきつつあるコスト削減 |
| <input type="checkbox"/> 調達コストの上昇          | <input type="checkbox"/> 原材料・部品の現地調達の難しさ |
| <input type="checkbox"/> 短期間での生産品目の切り替えが困難 | <input type="checkbox"/> 品質管理の難しさ        |
| <input type="checkbox"/> 資本財・中間財輸入に対する高関税  | <input type="checkbox"/> 環境規制の厳格化        |
| <input type="checkbox"/> 電力不足              |  |

その他 ( )

**設問 23 財務・金融・為替面での問題点【複数回答可】**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 設備投資に必要なキャッシュフローの不足 | <input type="checkbox"/> 進出先での金融機関からの資金調達が困難 |
| <input type="checkbox"/> 現地通貨の対ドル為替レートの変動    | <input type="checkbox"/> 現地通貨の対円為替レートの変動     |
| <input type="checkbox"/> 円の対ドル為替レートの変動       | <input type="checkbox"/> 資金調達・決済に関わる厳しい規制    |
| <input type="checkbox"/> 税務（法人税、移転価格課税など）の負担 | <input type="checkbox"/> 金利の上昇               |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )             |  |

**設問 24 雇用・労働面での問題点【複数回答可】**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 従業員の賃金上昇           | <input type="checkbox"/> 人材（一般ワーカー）の採用難       |
| <input type="checkbox"/> 人材（中間管理職）の採用難      | <input type="checkbox"/> 人材（技術者）の採用難          |
| <input type="checkbox"/> 従業員の定着率            | <input type="checkbox"/> 日本人出向役職員（駐在員）のコスト    |
| <input type="checkbox"/> 解雇・人員削減に対する規制      | <input type="checkbox"/> 労務問題（ストライキ、労働組合問題など） |
| <input type="checkbox"/> 外国人労働者の雇用規制        | <input type="checkbox"/> 管理職、現場責任者の現地化が難しい    |
| <input type="checkbox"/> 重い年金・社会保険料などの事業主負担 | <input type="checkbox"/> 現地人材の育成にかかるコスト負担増    |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )            |   |

**設問 25 投資環境面での問題点【複数回答可】**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 不安定な政治・社会情勢               |   |
| <input type="checkbox"/> インフラ（電力、運輸、通信など）の整備状況が不十分 |   |
| <input type="checkbox"/> 進出国政府の不透明な政策運営            | <input type="checkbox"/> 行政手続きの煩雑さ（許認可など）     |
| <input type="checkbox"/> 税務手続きの煩雑さ                 | <input type="checkbox"/> 経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用 |
| <input type="checkbox"/> 出資比率制限など外資規制              | <input type="checkbox"/> 知的財産権の保護が欠如していること    |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )                   |   |

**設問 26 貿易制度面での問題点【複数回答可】**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 通関等諸手続きが煩雑       | <input type="checkbox"/> 通関に時間を要する      |
| <input type="checkbox"/> 通達・規則内容の周知徹底が不十分 | <input type="checkbox"/> 関税の課税評価の査定が不明瞭 |
| <input type="checkbox"/> 関税分類の認定基準が不明瞭    | <input type="checkbox"/> 検査システムが不明瞭     |
| <input type="checkbox"/> 非関税障壁*が高い        | <input type="checkbox"/> その他 ( )        |

※非関税障壁とは、輸入商品から国内産業を保護する手段の1つで、関税によらない輸入抑制手段のこと。輸入数量制限や貿易に直接関与しない生産補助金や消費税などもその例である。

**【競争力の源泉と今後の事業展開に関する設問】**

**設問 27** 貴社の進出先市場で製品を販売するにあたり、現時点での最大の競争相手はどの国・地域の企業とお考えですか？（製品の生産地ではなく、企業の国籍を想定してお答え下さい）同業日系企業を除き、それ以外から1つお選びください。※貴社の輸出比率100%である場合は、お答え頂く必要はございません。

- |                                  |   |                                  |
|----------------------------------|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 進出先地場企業 | <input type="checkbox"/> ASEAN（進出先国を除く） | <input type="checkbox"/> 中国      |
| <input type="checkbox"/> 台湾      | <input type="checkbox"/> 韓国             | <input type="checkbox"/> 米国      |
| <input type="checkbox"/> 欧州      | <input type="checkbox"/> インド            | <input type="checkbox"/> その他 ( ) |
| <input type="checkbox"/> 競合相手なし  |   |                                  |

**設問 28** これらの競争相手は主にどのような面で競争力があるとお考えですか？【複数回答可】

- |                                      |  |                                       |
|--------------------------------------|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 価格          | <input type="checkbox"/> 品質                  | <input type="checkbox"/> ブランド         |
| <input type="checkbox"/> デザイン        | <input type="checkbox"/> 積極的な設備投資            | <input type="checkbox"/> 優秀な人材        |
| <input type="checkbox"/> アフターサービス    | <input type="checkbox"/> 製品の多さ               | <input type="checkbox"/> 販売ネットワーク     |
| <input type="checkbox"/> 効果的な広告・宣伝活動 | <input type="checkbox"/> 研究・開発力              | <input type="checkbox"/> 戦略的な他社との業務提携 |
| <input type="checkbox"/> マーケティング     | <input type="checkbox"/> 進出先での有力な企業ネットワーク／人脈 |                                       |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )     |  |                                       |

**設問 29** これらの競争相手に対しどのような対抗手段をとっていますか（もしくは、とることを考えていますか）？【複数回答可】

- |                                     |                                    |                                       |
|-------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 研究・開発機能の強化 | <input type="checkbox"/> 製品開発期間の短縮 | <input type="checkbox"/> 設備の増強        |
| <input type="checkbox"/> 製品の高出力価値化  | <input type="checkbox"/> 販売価格の引き下げ | <input type="checkbox"/> 新製品・モデルの市場投入 |

- |   |  |                                       |
|---|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 製品の高付加価値化                  | <input type="checkbox"/> 販売価格の引き下げ     | <input type="checkbox"/> 新製品・モデルの市場投入 |
| <input type="checkbox"/> 新規分野での顧客の開拓                | <input type="checkbox"/> マーケティング・営業の強化 | <input type="checkbox"/> 広告・宣伝の強化     |
| <input type="checkbox"/> 販売ネットワークの拡充                | <input type="checkbox"/> アフターサービスの強化   |                                       |
| <input type="checkbox"/> FTA/EPA の活用による調達コストの削減     |  | <input type="checkbox"/> 物流の効率化       |
| <input type="checkbox"/> 戦略的な業務提携/企業買収による経営資源の効率的活用 |  |                                       |
| <input type="checkbox"/> 既存製品/事業での選択と集中             | <input type="checkbox"/> その他 ( )       |                                       |

**設問 30** 競争力向上にあたっては、現地人材の活用やその育成が必要とされます。そこで、貴社での現地人材の活用育成状況につきお伺いします。

**設問 30-1** 次の部門のうち、ローカルスタッフがトップに就いている部門はどれですか？【複数回答可】

- |  |                                     |                                  |
|--|-------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 生産管理（製造部門）      | <input type="checkbox"/> 品質管理（製造部門） | <input type="checkbox"/> エンジニア部門 |
| <input type="checkbox"/> 研究開発部門          | <input type="checkbox"/> 総務・人事部門    |                                  |
| <input type="checkbox"/> 営業・販売・マーケティング部門 | <input type="checkbox"/> 財務・会計部門    | <input type="checkbox"/> 調達・購買部門 |
| <input type="checkbox"/> 広報・宣伝部門         | <input type="checkbox"/> 現法役員       | <input type="checkbox"/> 現法社長・会長 |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )         |                                     |                                  |

**設問 30-2** 現在、貴社の管理職ポストへの現地人材の活用度はどれくらいですか？

（貴社が雇用している現地人材の人数を 100 とした場合）

- |                                   |                                   |                                   |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0%       | <input type="checkbox"/> 5%未満     | <input type="checkbox"/> 5～10%未満  |
| <input type="checkbox"/> 10～20%未満 | <input type="checkbox"/> 20～30%未満 | <input type="checkbox"/> 30～40%未満 |
| <input type="checkbox"/> 40～50%未満 | <input type="checkbox"/> 50～60%未満 | <input type="checkbox"/> 60%以上    |

**設問 30-3** 貴社における今後 1～2 年の現地管理職活用の方向性として、最も適当な項目をお選びください。

- |                             |                               |                             |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 拡大 | <input type="checkbox"/> 現状維持 | <input type="checkbox"/> 縮小 |
| [⇒設問 30-4 へ]                | [⇒設問 31 へ]                    | [⇒設問 30-5 へ]                |

**設問 30-4** 設問 30-3 で「拡大」を選択した理由を以下からお選びください。【複数回答可】 [⇒設問 31 へ]

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 人件費などコスト削減のため          | <input type="checkbox"/> 現地政府・産業界との関係強化のため |
| <input type="checkbox"/> 現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため | <input type="checkbox"/> 現地市場での営業力強化のため    |
| <input type="checkbox"/> 現地顧客対応のため              | <input type="checkbox"/> 優秀な現地人材への動機付けのため  |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )                |  |

**設問 30-5** 設問 30-3 で「縮小」を選択した理由を以下からお選びください。【複数回答可】 [⇒設問 31 へ]

- |   |                                 |
|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 事業の統廃合のため                | <input type="checkbox"/> 定着率が悪い |
| <input type="checkbox"/> 技術（情報）流失の恐れがあるため         |                                 |
| <input type="checkbox"/> 現地人材の活用を推進する現地マネジメントの不在  |                                 |
| <input type="checkbox"/> 本社の経営方針や、人事評価面で管理がしづらいため |                                 |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )                  |                                 |

**設問 31** 貴社における今後 1～2 年の事業展開の方向性として、最も適当な項目をお選びください。

- |                             |                               |                             |  |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 拡大 | <input type="checkbox"/> 現状維持 | <input type="checkbox"/> 縮小 | <input type="checkbox"/> 第 3 国（地域）へ移転・撤退 |
| [⇒設問 32-1 へ]                | [⇒設問 33 へ]                    | [⇒設問 32-2 へ]                | [⇒設問 32-2 へ]                             |

**設問 32-1** 設問 31 で「拡大」を選択した場合、その具体的な方針をお答えください。【複数回答可】

[⇒設問 33 へ]

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 追加投資による事業規模の拡大  | <input type="checkbox"/> 生產品目の高付加価値化  |
| <input type="checkbox"/> 生產品目の拡大（多角化）    | <input type="checkbox"/> 設計・研究開発機能の強化 |
| <input type="checkbox"/> 特定品目の生産拠点を貴社に集約 | <input type="checkbox"/> その他 ( )      |

**設問 32-2** 設問 31 で「縮小」「第 3 国（地域）へ移転・撤退」を選択した場合、その具体的な方針をお答えください。

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> 進出国（地域）内における拠点統合 [⇒設問 33 へ]           |
| <input type="checkbox"/> 生産拠点を第 3 国（地域）へ移転 [⇒設問 32-3 へ]        |
| <input type="checkbox"/> 一部生產品目を第 3 国（地域）の関係会社へ移転 [⇒設問 32-3 へ] |

**設問 32-3** 設問 32-2 で「生産拠点を第 3 国（地域）へ移転」「一部生產品目を第 3 国（地域）の関係会社へ移転」を選択した場合、その移転先についてお答えください。【複数回答可】 [⇒設問 32-4 へ]

- |                              |                                |                                 |                                 |                                |                               |
|------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> タイ  | <input type="checkbox"/> マレーシア | <input type="checkbox"/> シンガポール | <input type="checkbox"/> インドネシア | <input type="checkbox"/> フィリピン | <input type="checkbox"/> ベトナム |
| <input type="checkbox"/> インド | <input type="checkbox"/> 中国    | <input type="checkbox"/> 香港     | <input type="checkbox"/> 台湾     | <input type="checkbox"/> 韓国    | <input type="checkbox"/> 日本   |

その他 ( )

**設問 32-4** 設問 32-3 で選択した移転先に決定した理由を以下からお選びください。【複数回答可】

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の規模                    | <input type="checkbox"/> 移転先市場の成長性・潜在性         |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場での安定した販売先              | <input type="checkbox"/> 移転先市場における自社競争力        |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の国際市場へのアクセシビリティ        | <input type="checkbox"/> 移転先市場におけるサプライヤーの質     |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場のサプライヤーの絶対数            | <input type="checkbox"/> 移転先市場の物流インフラ充実度       |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の通関手続きの容易性             | <input type="checkbox"/> 移転先市場の管理・運営コスト        |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場における工場関連のユーティリティ       | <input type="checkbox"/> 移転先市場の工業団地・輸出加工区のインフラ |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場におけるワーカーの賃金            | <input type="checkbox"/> 移転先市場のワーカーの質          |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場におけるエンジニア・管理職の質        | <input type="checkbox"/> 移転先市場の金融システムの充実度・安定性  |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の外資法・ビジネス関連法制度の整備・運用状況 |  |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の各種税負担                 | <input type="checkbox"/> 移転先市場の効率的な行政手続        |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の政治・社会の安定性             | <input type="checkbox"/> 移転先市場の駐在員生活のインフラ      |
| <input type="checkbox"/> 移転先における国際的な規制（環境、品質基準）の導入   |  |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )                     |  |

### 【東アジアビジネス圏での事業再編に関する設問】

**設問 33** 過去5年間、責任国・地域にどの国・地域から生産機能（ライン）\*もしくは工場が移管してきましたか？

【複数回答可】

- |                                  |                                    |                                 |                                   |                                |
|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> タイ      | <input type="checkbox"/> マレーシア     | <input type="checkbox"/> シンガポール | <input type="checkbox"/> インドネシア   | <input type="checkbox"/> フィリピン |
| <input type="checkbox"/> ベトナム    | <input type="checkbox"/> その他 ASEAN | <input type="checkbox"/> インド    | <input type="checkbox"/> その他南西アジア | <input type="checkbox"/> 中国    |
| <input type="checkbox"/> 香港      | <input type="checkbox"/> 台湾        | <input type="checkbox"/> 韓国     | <input type="checkbox"/> 日本       | <input type="checkbox"/> 米国    |
| <input type="checkbox"/> 欧州      | <input type="checkbox"/> 豪州        | <input type="checkbox"/> 中南米    | <input type="checkbox"/> 中近東・アフリカ |                                |
| <input type="checkbox"/> その他 ( ) |                                    |                                 |                                   |                                |

\*他拠点で生産していた一部の生産品目（完成品・半製品）や、特定の部品の生産移管を含みます。

**設問 34** 中長期的（5～10年程度）に、貴社の事業/製品の生産拠点としてどの国・地域（貴社の進出先国・地域を含む）を最適地と評価していますか？また、最適と評価される生産拠点では、貴社にとってどのような役割・機能が求められるのでしょうか？

**設問 34-1** 【生産拠点として】（1つお選びください）

- |                                    |                                |                                 |                                 |                                |                               |
|------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> タイ        | <input type="checkbox"/> マレーシア | <input type="checkbox"/> シンガポール | <input type="checkbox"/> インドネシア | <input type="checkbox"/> フィリピン | <input type="checkbox"/> ベトナム |
| <input type="checkbox"/> その他 ASEAN | <input type="checkbox"/> インド   | <input type="checkbox"/> 中国     | <input type="checkbox"/> 香港     | <input type="checkbox"/> 台湾    | <input type="checkbox"/> 韓国   |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )   |                                |                                 |                                 |                                |                               |

**設問 34-2** 設問 34-1 で選択された最適な生産拠点に求める中心的な役割・機能は？【複数回答可】

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 国内市場向け汎用品の生産拠点として             | <input type="checkbox"/> 国内市場向け高付加価値品の生産拠点として  |
| <input type="checkbox"/> 第3国への安価な汎用品の輸出生産拠点として         | <input type="checkbox"/> 第3国への高付加価値品の輸出生産拠点として |
| <input type="checkbox"/> 研究開発（現地市場向け仕様変更）を兼ねた拠点として     | <input type="checkbox"/> 研究開発（新製品開発）を兼ねた拠点として  |
| <input type="checkbox"/> FTA/EPA を活用した他国・地域への製品供給拠点として |  |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )                       |  |

**設問 35** 中長期的（5～10年程度）に、貴社の事業/製品の市場として、どの国・地域の潜在性が高いと評価されていますか？3つまでお選び下さい。

【中長期的（5～10年程度）に貴社が生産される製品の販売市場として注力していく国・地域】

- |                                  |                                    |                                 |                                   |                                |
|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> タイ      | <input type="checkbox"/> マレーシア     | <input type="checkbox"/> シンガポール | <input type="checkbox"/> インドネシア   | <input type="checkbox"/> フィリピン |
| <input type="checkbox"/> ベトナム    | <input type="checkbox"/> その他 ASEAN | <input type="checkbox"/> インド    | <input type="checkbox"/> その他南西アジア | <input type="checkbox"/> 中国    |
| <input type="checkbox"/> 香港      | <input type="checkbox"/> 台湾        | <input type="checkbox"/> 韓国     | <input type="checkbox"/> 日本       | <input type="checkbox"/> 米国    |
| <input type="checkbox"/> 欧州      | <input type="checkbox"/> 豪州        | <input type="checkbox"/> 中南米    | <input type="checkbox"/> 中近東・アフリカ |                                |
| <input type="checkbox"/> その他 ( ) |                                    |                                 |                                   |                                |

以上

ご協力ありがとうございました。



## 2007 年度 在アジア日系企業経営実態調査（非製造業）

日本貿易振興機構（ジェトロ）

4. 本調査は、アジア7カ国(タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド)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)の動向を把握するために、毎年実施させていただいております【注】。
5. アジアの日系企業の事業環境をお伺いすることを目的としておりますので、**現地法人の視点でご回答**いただくようお願い申し上げます。質問の中で「貴社」としている部分は、すべて「現地法人」を意味します。
6. **ご回答いただいた内容はすべて統計的に処理いたしますので、個別企業の情報が対外的に公表されることはございません。**予め申し添えさせていただきます。

【注】2007年度より製造業に加え、非製造業も調査対象に追加しました。

### ＜貴社に関するデータ＞

#### 【貴社の所在国・地域】

- |                                |                                |                                 |                                 |
|--------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> タイ    | <input type="checkbox"/> マレーシア | <input type="checkbox"/> シンガポール | <input type="checkbox"/> インドネシア |
| <input type="checkbox"/> フィリピン | <input type="checkbox"/> ベトナム  | <input type="checkbox"/> インド    |                                 |

#### 【貴社名】（英文表記）

#### 【回答者ご芳名】

#### 【役職名】

#### 【電話番号】

#### 【FAX番号】

#### 【電子メールアドレス】

貴社の日本側出資比率（直接、間接）が10%未満の場合は、調査対象外となります。

該当される方は、恐れ入りますが、下記をクリックし、調査を終了いただきますよう、よろしくお願いいたします。

送信

#### 【業種】（貴社の事業分野において主たる業種を1つお選び下さい。）

- |  |                                     |                                  |
|--|-------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 農林水産業                             | <input type="checkbox"/> 鉱業         | <input type="checkbox"/> 建設業・工事業 |
| <input type="checkbox"/> 電力・ガス・水道業                         | <input type="checkbox"/> 運輸業・倉庫・通信業 | <input type="checkbox"/> 商業      |
| <input type="checkbox"/> 金融・保険・証券・投資業                      | <input type="checkbox"/> 不動産業       |                                  |
| <input type="checkbox"/> 情報処理サービス及びコンピュータソフトウェア事業          |                                     |                                  |
| <input type="checkbox"/> 商社（上記の業種に該当しない商社。複数の業種に属する商社に限る。） |                                     |                                  |
| <input type="checkbox"/> その他サービス業                          | <input type="checkbox"/> その他の産業     |                                  |

#### 【貴社が現地で取り扱われる/提供される代表的な製品もしくはサービス】

#### 【業態】（貴社の取り扱われる/提供される製品もしくはサービスの主な顧客をお選び下さい）

- 企業                       一般消費者                       その他（                      ）

#### 【従業員数】（貴社の現時点での総従業員数をご記入下さい） <

>人

#### 【事業開始年月】（西暦）

年 月

## 【進出動機に関する設問】

設問1 貴社が責任国へ進出した理由を以下から選択してください。【複数回答可】

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 進出国の市場規模             | <input type="checkbox"/> 進出国市場の成長性・潜在性       |
| <input type="checkbox"/> 進出国内市場での安定した取引先      | <input type="checkbox"/> 進出国市場における自社競争力      |
| <input type="checkbox"/> 進出国の国際市場アクセシビリティ     | <input type="checkbox"/> 事業開始までに要するコストや時間    |
| <input type="checkbox"/> 日系関連団体によるサポート        | <input type="checkbox"/> 現地政府によるサポート         |
| <input type="checkbox"/> 外資参入への規制緩和           | <input type="checkbox"/> 物流インフラ充実度           |
| <input type="checkbox"/> 通関手続きの容易性            | <input type="checkbox"/> 管理・運営コスト            |
| <input type="checkbox"/> 事務所関連のユーティリティ        | <input type="checkbox"/> エンジニア・管理職の質         |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の金融システムの充実度・安定性 | <input type="checkbox"/> 外資法・ビジネス関連法制度の整備・運用 |
| <input type="checkbox"/> 各種税負担                | <input type="checkbox"/> 効率的な行政手続            |
| <input type="checkbox"/> 政治・社会の安定性            | <input type="checkbox"/> 駐在員生活のインフラ          |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )              |  |

設問2 貴社が現在、製品販売やサービス提供などで管轄されている国・地域を選択願います(統括機能含む) 【複数回答可】

- |                                |                                  |                                 |  |
|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> タイ    | <input type="checkbox"/> マレーシア   | <input type="checkbox"/> シンガポール | <input type="checkbox"/> インドネシア        |
| <input type="checkbox"/> フィリピン | <input type="checkbox"/> ベトナム    | <input type="checkbox"/> インド    | <input type="checkbox"/> その他 ASEAN ( ) |
| <input type="checkbox"/> 中国    | <input type="checkbox"/> 韓国      | <input type="checkbox"/> 台湾     | <input type="checkbox"/> 香港            |
| <input type="checkbox"/> 豪州    | <input type="checkbox"/> その他 ( ) |                                 |  |

## 【営業見通しに関する設問】

設問3 2007年(1~12月)の営業利益見込みは、 黒字  均衡  赤字

設問4 2007年(1~12月)の営業利益見込みは前年実績に比べて、 改善  横ばい  悪化  
[⇒設問5へ] [⇒設問7へ] [⇒設問6へ]

設問5 設問4で「2007年の営業利益見込みが「改善」」した理由は何ですか? 【複数回答可】 [⇒設問7へ]

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 進出国市場での貴社の売上増加      | <input type="checkbox"/> 価格上昇/値上げによる売上増加 |
| <input type="checkbox"/> 価格下落/値下げによる売上増加     | <input type="checkbox"/> 輸出拡大による売上増加     |
| <input type="checkbox"/> 人件費の削減              | <input type="checkbox"/> 販売(サービス)効率の改善   |
| <input type="checkbox"/> その他支出の削減(コスト競争力の向上) | <input type="checkbox"/> 規制の緩和           |
| <input type="checkbox"/> 為替変動による売上増加         | <input type="checkbox"/> 売掛金回収の改善        |
| <input type="checkbox"/> 新規商品・サービスの開拓        | <input type="checkbox"/> その他 ( )         |

設問6 設問4で「2007年の営業利益見込みが「悪化」」した理由は何ですか? 【複数回答可】 [⇒設問7へ]

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 進出国市場での貴社の売上減少       | <input type="checkbox"/> 価格下落/値下げによる売上減少    |
| <input type="checkbox"/> 価格上昇/値上げによる売上減少      | <input type="checkbox"/> 輸出低迷による売上減少        |
| <input type="checkbox"/> 人件費の増加               | <input type="checkbox"/> 進出国における競争激化による売上減少 |
| <input type="checkbox"/> 売掛金回収の停滞             | <input type="checkbox"/> 規制の強化              |
| <input type="checkbox"/> 貴社が対象とする業種の現地市場の伸び悩み | <input type="checkbox"/> その他支出の増加           |
| <input type="checkbox"/> 販売・サービス網の構築が進まない     | <input type="checkbox"/> 為替変動による売上減少        |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )              |   |

設問7 2008年の営業利益は、2007年と比べて、どのような見通しを描いていますか?

- |                             |                              |                             |
|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 改善 | <input type="checkbox"/> 横ばい | <input type="checkbox"/> 悪化 |
| [⇒設問8へ]                     | [⇒設問10へ]                     | [⇒設問9へ]                     |

設問8 設問7で「2008年の営業利益見通しが「改善」」を選択した場合、その理由は何ですか? 【複数回答可】  
[⇒設問10へ]

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 進出国市場での貴社の売上増加      | <input type="checkbox"/> 価格上昇/値上げによる売上増加 |
| <input type="checkbox"/> 価格下落/値下げによる売上増加     | <input type="checkbox"/> 輸出拡大による売上増加     |
| <input type="checkbox"/> 人件費の削減              | <input type="checkbox"/> 販売(サービス)効率の改善   |
| <input type="checkbox"/> その他支出の削減(コスト競争力の向上) | <input type="checkbox"/> 規制の緩和           |
| <input type="checkbox"/> 為替変動による売上増加         | <input type="checkbox"/> 売掛金回収の改善        |



- 新規商品・サービスの開拓  その他 ( )

**設問 9** 設問 7 で **2008 年の営業利益見通しが「悪化」** を選択した場合、その理由は何ですか？【複数回答可】

[⇒設問 10 へ]

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 進出国市場での貴社の売上減少       | <input type="checkbox"/> 価格下落／値下げによる売上減少    |
| <input type="checkbox"/> 価格上昇／値上げによる売上減少      | <input type="checkbox"/> 輸出低迷による売上減少        |
| <input type="checkbox"/> 人件費の増加               | <input type="checkbox"/> 進出国における競争激化による売上減少 |
| <input type="checkbox"/> 売掛金回収の停滞             | <input type="checkbox"/> 規制の強化              |
| <input type="checkbox"/> 貴社が対象とする業種の現地市場の伸び悩み | <input type="checkbox"/> その他支出の増加           |
| <input type="checkbox"/> 販売・サービス網の構築が進まない     | <input type="checkbox"/> 為替変動による売上減少        |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )              |   |

**設問 10** 営業利益の内訳は？（営業利益額合計＝100 とします）

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> 進出先市場 ( _____ %) | <input type="checkbox"/> ASEAN 市場 ( _____ %) | <input type="checkbox"/> 米国市場 ( _____ %)     |
| <input type="checkbox"/> 欧州市場 ( _____ %)  | <input type="checkbox"/> 中国本土市場 ( _____ %)   | <input type="checkbox"/> その他アジア市場 ( _____ %) |
| <input type="checkbox"/> その他市場 ( _____ %) |  |  |

### 【経営上の問題点に関する設問】

貴社の経営において、進出先で特に深刻な問題点と認識しているものは何ですか？以下の各項目について該当するものをお選びください。

**設問 11** 販売・営業面での問題点【複数回答可】

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 本社からの発注量の減少     | <input type="checkbox"/> 主要取引先からの値下げ要請    |
| <input type="checkbox"/> 主要販売市場の低迷（消費低迷） | <input type="checkbox"/> 新規顧客の開拓が進まない     |
| <input type="checkbox"/> 販売価格の下落         | <input type="checkbox"/> 競合相手の台頭（コスト面で競合） |
| <input type="checkbox"/> 競合相手の台頭（品質面で競合） | <input type="checkbox"/> 進出国市場の規制緩和が進まない  |
| <input type="checkbox"/> 売掛金回収の停滞        |   |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )         |   |

**設問 12** 財務・金融・為替面での問題点【複数回答可】

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 販売（サービス）拡大に必要なキャッシュフロー不足 | <input type="checkbox"/> 進出先での金融機関からの資金調達が困難 |
| <input type="checkbox"/> 現地通貨の対ドル為替レートの変動         | <input type="checkbox"/> 現地通貨の対円為替レートの変動     |
| <input type="checkbox"/> 円の対ドル為替レートの変動            | <input type="checkbox"/> 資金調達・決済に関わる厳しい規制    |
| <input type="checkbox"/> 税務（法人税、移転価格課税など）の負担      | <input type="checkbox"/> 金利の上昇               |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )                  |  |

**設問 13** 雇用・労働面での問題点【複数回答可】

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 従業員の賃金上昇             | <input type="checkbox"/> 人材（一般スタッフ・事務員）の採用難 |
| <input type="checkbox"/> 人材（技術者）の採用難          | <input type="checkbox"/> 従業員の定着率            |
| <input type="checkbox"/> 日本人出向役職員（駐在員）のコスト    | <input type="checkbox"/> 解雇・人員削減に対する規制      |
| <input type="checkbox"/> 労務問題（ストライキ、労働組合問題など） | <input type="checkbox"/> 外国人労働者の雇用規制        |
| <input type="checkbox"/> 管理職、現場責任者の現地化が難しい    | <input type="checkbox"/> 重い年金・社会保険料などの事業主負担 |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )              |   |

**設問 14** 投資環境面での問題点【複数回答可】

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 不安定な政治・社会情勢               | <input type="checkbox"/> 事務所スペースの不足や賃料の上昇     |
| <input type="checkbox"/> インフラ（電力、運輸、通信など）の整備状況が不十分 | <input type="checkbox"/> 行政手続きの煩雑さ（許認可など）     |
| <input type="checkbox"/> 進出国政府の不透明な政策運営            | <input type="checkbox"/> 経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用 |
| <input type="checkbox"/> 税務手続きの煩雑さ                 | <input type="checkbox"/> 知的財産権の保護が欠如していること    |
| <input type="checkbox"/> 出資比率制限など外資規制              |   |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )                   |   |

**設問 15 貿易制度面での問題点【複数回答可】**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 通関等諸手続きが煩雑       | <input type="checkbox"/> 通関に時間を要する      |
| <input type="checkbox"/> 通達・規則内容の周知徹底が不十分 | <input type="checkbox"/> 関税の課税評価の査定が不明瞭 |
| <input type="checkbox"/> 関税分類の認定基準が不明瞭    | <input type="checkbox"/> 検査システムが不明瞭     |
| <input type="checkbox"/> 非関税障壁*が高い        | <input type="checkbox"/> その他 ( )        |

\*非関税障壁とは、輸入商品から国内産業を保護する手段の1つで、関税によらない輸入抑制手段のこと。輸入数量制限や貿易に直接関与しない生産補助金や消費税などもその例である。

**設問 16 その他、経営上の問題点がありましたら、以下自由記入欄にご記入下さい。**

(記入例)合弁パートナーとの資本関係が解消出来ないため、新たな事業展開が困難。

**【競争力の源泉と今後の事業展開に関する設問】**

**設問 17 貴社の進出先市場で製品・サービスを販売するにあたり、現時点での最大の競争相手はどの国・地域の企業とお考えですか？（製品やサービスの原産国ではなく、企業の国籍を想定してお答え下さい）同業日系企業を除き、それ以外から1つお選びください。**

- |                                  |   |                                  |
|----------------------------------|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 進出先地場企業 | <input type="checkbox"/> ASEAN（進出先国を除く） | <input type="checkbox"/> 中国      |
| <input type="checkbox"/> 台湾      | <input type="checkbox"/> 韓国             | <input type="checkbox"/> 米国      |
| <input type="checkbox"/> 欧州      | <input type="checkbox"/> インド            | <input type="checkbox"/> その他 ( ) |
| <input type="checkbox"/> 競合相手なし  |   |                                  |

**設問 18 これらの競争相手は主にどのような面で競争力があるとお考えですか？【複数回答可】**

- |                                      |  |   |
|--------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> 価格          | <input type="checkbox"/> 品質                  | <input type="checkbox"/> ブランド             |
| <input type="checkbox"/> デザイン        | <input type="checkbox"/> 積極的な設備投資            | <input type="checkbox"/> 優秀な人材            |
| <input type="checkbox"/> アフターサービス    | <input type="checkbox"/> 製品・サービスの多様性         | <input type="checkbox"/> ネットワーク（販売・サービス面） |
| <input type="checkbox"/> 効果的な広告・宣伝活動 | <input type="checkbox"/> 研究・開発力              | <input type="checkbox"/> 戦略的な他社との業務提携     |
| <input type="checkbox"/> マーケティング     | <input type="checkbox"/> 進出先での有力な企業ネットワーク／人脈 |   |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )     |  |   |

**設問 19 これらの競争相手に対しどのような対抗手段をとっていますか（もしくは、とることを考えていますか）？【複数回答可】**

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> 研究・開発機能の強化                 | <input type="checkbox"/> 製品・サービス開発期間の短縮 | <input type="checkbox"/> 設備の増強         |
| <input type="checkbox"/> 製品・サービスの高付加価値化             | <input type="checkbox"/> 販売価格の引き下げ      | <input type="checkbox"/> 新製品・サービスの市場投入 |
| <input type="checkbox"/> 新規分野での顧客の開拓                | <input type="checkbox"/> マーケティング・営業の強化  | <input type="checkbox"/> 広告・宣伝の強化      |
| <input type="checkbox"/> 販売ネットワークの拡充                | <input type="checkbox"/> アフターサービスの強化    | <input type="checkbox"/> 物流の効率化        |
| <input type="checkbox"/> 戦略的な業務提携／企業買収による経営資源の効率的活用 |   |  |
| <input type="checkbox"/> 既存製品・サービス／事業での選択と集中        | <input type="checkbox"/> その他 ( )        |  |

**設問 20 競争力向上にあたっては、現地人材の活用やその育成が必要とされます。そこで、貴社での現地人材の活用・育成状況につきお伺いします。**

**設問 20-1 次の部門のうち、ローカルスタッフがトップに就いている部門はどれですか？【複数回答可】**

- |  |                                  |                                  |
|--|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 営業・販売・マーケティング部門 | <input type="checkbox"/> 総務・人事部門 | <input type="checkbox"/> 財務・会計部門 |
| <input type="checkbox"/> 企画・研究開発部門       | <input type="checkbox"/> 広報・宣伝部門 | <input type="checkbox"/> 調達・購買部門 |
| <input type="checkbox"/> 現法役員            | <input type="checkbox"/> 現法社長・会長 | <input type="checkbox"/> その他 ( ) |

**設問 20-2 現在、貴社の管理職ポストへの現地人材の活用度はどれくらいですか？（貴社が雇用している現地人材の人数を100とした場合）**

- |                                   |                                   |                                   |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0%       | <input type="checkbox"/> 5%未満     | <input type="checkbox"/> 5～10%未満  |
| <input type="checkbox"/> 10～20%未満 | <input type="checkbox"/> 20～30%未満 | <input type="checkbox"/> 30～40%未満 |
| <input type="checkbox"/> 40～50%未満 | <input type="checkbox"/> 50～60%未満 | <input type="checkbox"/> 60%以上    |

**設問 20-3 貴社における今後1～2年の現地管理職活用の方向性として、最も適当な項目をお選びください。**

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> 拡大<br>〔⇒設問 20-4 へ〕 | <input type="checkbox"/> 現状維持<br>〔⇒設問 21 へ〕 | <input type="checkbox"/> 縮小<br>〔⇒設問 20-5 へ〕 |
|---|---|---|

設問 20-4 設問 20-3 で「拡大」を選択した理由を以下からお選びください。【複数回答可】〔⇒設問 21 へ〕

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 人件費などコスト削減のため          | <input type="checkbox"/> 現地政府・産業界との関係強化のため |
| <input type="checkbox"/> 現地拠点内でのコミュニケーション円滑化のため | <input type="checkbox"/> 現地市場での営業力強化のため    |
| <input type="checkbox"/> 現地顧客対応のため              | <input type="checkbox"/> 優秀な現地人材への動機付けのため  |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )                |  |

設問 20-5 設問 20-3 で「縮小」を選択した理由を以下からお選びください。【複数回答可】〔⇒設問 21 へ〕

- |  |                                  |
|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 事業の統廃合のため               | <input type="checkbox"/> 定着率が悪い  |
| <input type="checkbox"/> 技術（情報）流失の恐れがあるため        |                                  |
| <input type="checkbox"/> 現地人材の活用を推進する現地マネジメントの不在 |                                  |
| <input type="checkbox"/> 本社の経営方針や人事評価面で管理がしづらいため | <input type="checkbox"/> その他 ( ) |

設問 21 貴社における今後 1～2 年の事業展開の方向性として、最も適当な項目をお選びください。

- |                             |                               |                             |  |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 拡大 | <input type="checkbox"/> 現状維持 | <input type="checkbox"/> 縮小 | <input type="checkbox"/> 第 3 国（地域）へ移転・撤退 |
| 〔⇒設問 22 へ〕                  | 〔⇒設問 23 へ〕                    | 〔⇒設問 22-1 へ〕                | 〔⇒設問 22-1 へ〕                             |

設問 22 設問 21 で「拡大」を選択した場合、その具体的な方針をお答えください。【複数回答可】

〔⇒設問 23 へ〕

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 追加投資による事業規模の拡大     | <input type="checkbox"/> 製品・サービス内容の拡大（多角化） |
| <input type="checkbox"/> 製品・サービス範囲の拡大（市場開拓） | <input type="checkbox"/> 企画・研究開発機能の強化      |
| <input type="checkbox"/> 特定製品・サービス拠点を貴社に集約  | <input type="checkbox"/> その他 ( )           |

設問 22-1 設問 21 で「縮小」「第 3 国（地域）へ移転・撤退」を選択した場合、その具体的な方針をお答えください。

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> 進出国（地域）内における拠点統合〔⇒設問 23 へ〕              |
| <input type="checkbox"/> 現在の拠点を第 3 国（地域）へ移転〔⇒設問 22-2 へ〕          |
| <input type="checkbox"/> 一部製品・サービスを第 3 国（地域）の関係会社へ移転〔⇒設問 22-2 へ〕 |

設問 22-2 設問 22-1 で「拠点を第 3 国（地域）へ移転」「一部製品・サービスを第 3 国（地域）の関係会社へ移転」を選択した場合、その移転先についてお答えください。【複数回答可】〔⇒設問 22-3 へ〕

- |                                  |                                |                                 |                                 |                                |                               |
|----------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> タイ      | <input type="checkbox"/> マレーシア | <input type="checkbox"/> シンガポール | <input type="checkbox"/> インドネシア | <input type="checkbox"/> フィリピン | <input type="checkbox"/> ベトナム |
| <input type="checkbox"/> インド     | <input type="checkbox"/> 中国    | <input type="checkbox"/> 香港     | <input type="checkbox"/> 台湾     | <input type="checkbox"/> 韓国    | <input type="checkbox"/> 日本   |
| <input type="checkbox"/> その他 ( ) |                                |                                 |                                 |                                |                               |

設問 22-3 設問 22-2 で選択した移転先に決定した理由を以下からお選びください。【複数回答可】

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の規模                  | <input type="checkbox"/> 移転先市場の成長性・潜在性        |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場での安定した販売先            | <input type="checkbox"/> 移転先市場における自社競争力       |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の国際市場アクセシビリティ        | <input type="checkbox"/> 移転先市場の物流インフラ充実度      |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の通関手続きの容易性           | <input type="checkbox"/> 移転先市場の管理・運営コスト       |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の事務所関連ユーティリティ        | <input type="checkbox"/> 移転先市場における賃金水準        |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場における一般スタッフ・事務員の質     | <input type="checkbox"/> 移転先市場におけるエンジニア・管理職の質 |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の金融システムの充実度・安定性      |   |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の外資法・ビジネス関連法制度の整備・運用 |   |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の各種税負担               | <input type="checkbox"/> 移転先市場の効率的な行政手続       |
| <input type="checkbox"/> 移転先市場の政治・社会の安定性           | <input type="checkbox"/> 移転先市場の駐在員生活のインフラ     |
| <input type="checkbox"/> その他 ( )                   |   |

## 【東アジアビジネス圏での事業再編に関する設問】

設問 23 過去 5 年間で、貴任国・地域にどの国・地域から製品・サービスの販売機能を移管してきましたか？【複数回答可】

- |                                  |                                    |                                 |                                   |                                |
|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> タイ      | <input type="checkbox"/> マレーシア     | <input type="checkbox"/> シンガポール | <input type="checkbox"/> インドネシア   | <input type="checkbox"/> フィリピン |
| <input type="checkbox"/> ベトナム    | <input type="checkbox"/> その他 ASEAN | <input type="checkbox"/> インド    | <input type="checkbox"/> その他南西アジア | <input type="checkbox"/> 中国    |
| <input type="checkbox"/> 香港      | <input type="checkbox"/> 台湾        | <input type="checkbox"/> 韓国     | <input type="checkbox"/> 日本       | <input type="checkbox"/> 米国    |
| <input type="checkbox"/> 欧州      | <input type="checkbox"/> 豪州        | <input type="checkbox"/> 中南米    | <input type="checkbox"/> 中近東・アフリカ |                                |
| <input type="checkbox"/> その他 ( ) |                                    |                                 |                                   |                                |



**在アジア日系企業の経営実態**  
**ASEAN・インド編 (2007年度調査)**

---

2008年3月発行

2008年9月第2版発行

著作・発行 日本貿易振興機構（ジェトロ） 海外調査部  
〒107 6006 東京都港区赤坂1 12 32 アーク森ビル6階  
TEL： 03 3582 5179  
FAX： 03 3582 5309  
Eメール： ORF@jetro.go.jp

---



不許複製  
禁無断轉載

©JETRO 2008 非売品