

08-ORF
70F-213FB
11

在アジア・オセアニア日系企業活動実態調査
(2008 年度調査)

2009 年 3 月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部

はじめに

本報告書は、ジェトロが 2008 年 9～10 月にかけて、在 ASEAN・南西アジア・オセアニアの計 13 カ国・1,852 社の進出日系企業の方々にご協力いただいたアンケート調査の結果をまとめたものです。アジアにおける日系企業活動実態調査は、1987 年の第 1 回以来、22 回目となります。

今回の調査は、東アジア大で展開される日系企業活動をより総合的に捉えるため、これまでの ASEAN 6（インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム）とインドに加えて、新たに 6 カ国（ミャンマー、バングラデシュ、パキスタン、スリランカ、オーストラリア、ニュージーランド）を追加しました。これにより、ASEAN、南西アジア、オセアニアの 3 地域の比較が可能になりました。本報告書の姉妹編である中国・香港・台湾・韓国編を併読いただくことで、東アジア全体像の理解の一助になれば幸いです。

また、質問については、これまで継続的に取り上げてきた景況感、経営上の諸問題、今後の事業展開、東アジア域内での自由貿易協定（FTA）および経済連携協定（EPA）の活用状況などに加えて、新型インフルエンザ対策、知的財産保護、標準化対策など最近の経営上の課題を新たに盛り込みました。

なお、本調査の実施時期は、米国発の金融危機の影響がアジア、オセアニアに急速に拡がりつつあった時期と重なります。このため、2009 年の景況感見通しなどは、調査後にさらに不透明感を増し、危機意識は一層深まっていると思われます。

最後に、本調査にご協力いただいた方々に、この場を借りて厚くお礼申し上げます。調査結果が在 ASEAN・南西アジア・オセアニア企業の方々や、同地域にご関心をお持ちの方々のご参考になれば幸いです。

2009 年 3 月

日本貿易振興機構（ジェトロ）
在アジア・オセアニア日系企業調査プロジェクトチーム

目次

総論編

1. 営業見通し	5
2. 輸出入の状況	18
3. FTA/EPAの利用状況	22
4. 原材料・部品の調達	31
5. 経営上の問題点	39
6. 競争力の源泉	56
7. 今後の事業展開	64
8. インフレの影響・対策	78
9. 知的財産権被害	82
10. 標準化の現状	86
11. CSRへの取り組み	93
12. 新型インフルエンザ対策	99
13. 賃金実態	103

各国編

ASEAN	105
インドネシア	107
マレーシア	114
ミャンマー	122
フィリピン	129
シンガポール	137
タイ	145
ベトナム	154
南西アジア	161
バングラデシュ	163
インド	169
パキスタン	176
スリランカ	182
オセアニア	189
オーストラリア	191
ニュージーランド	197
付表（製造業）	203
付表（非製造業）	279
調査票（製造業）	331
調査票（非製造業）	345
執筆者一覧	357

◇ 調査の概要

1. 調査目的

アジア・オセアニアにおける日系企業の活動の実態を把握し、その結果を企業等に提供することを目的とする。

2. 調査対象

ASEAN 7カ国（インドネシア、マレーシア、ミャンマー、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム）、南西アジア 4カ国（バングラデシュ、インド、パキスタン、スリランカ）、オセアニア 2カ国（オーストラリア、ニュージーランド）の計 13カ国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%以上の企業。

3. 調査方法

2002年度調査から、回答者の Eメールアドレスに、アンケート調査票を掲載したインターネット・アドレス（URL）を通知し、同画面に直接回答を入力していただく手法を採用した。なお、一部の国については、調査票を郵送する方法を継続、あるいは併用した。

4. 調査時期

2008年（平成20年）9月25日～10月31日

5. 回収状況

ASEAN 7カ国、南西アジア 4カ国、オセアニア 2カ国の計 13カ国の 5,031社に回答を依頼し、1,852社から有効回答を得た（有効回答率 36.8%）。国別の内訳は図表 1のとおり。回答企業の業種別内訳は図表 2～4のとおり。

6. 備考

図表の数値は四捨五入しているため、合計でずれが生じる（100%にならない）ことがある。

図表 1 回答企業の内訳(国・地域別/業種別)

	登録企業	調査協力企業	回答企業数	内訳		有効回答率(%)	構成比(%)
				製造業	非製造業		
総数	5,385	5,031	1,852	944	908	36.8	100.0
ASEAN計	4,251	4,028	1,354	786	568	33.6	73.1
インドネシア	812	746	166	110	56	22.3	9.0
マレーシア	353	346	180	108	72	52.0	9.7
ミャンマー	20	20	20	6	14	100.0	1.1
フィリピン	328	333	172	115	57	51.7	9.3
シンガポール	742	761	194	48	146	25.5	10.5
タイ	1,709	1,545	493	317	176	31.9	26.6
ベトナム	287	277	129	82	47	46.6	7.0
南西アジア計	504	453	235	107	128	51.9	12.7
バングラデシュ	95	70	35	18	17	50.0	1.9
インド	286	268	139	61	78	51.9	7.5
パキスタン	50	47	32	13	19	68.1	1.7
スリランカ	73	68	29	15	14	42.6	1.6
オセアニア計	630	550	263	51	212	47.8	14.2
オーストラリア	528	457	201	35	166	44.0	10.9
ニュージーランド	102	93	62	16	46	66.7	3.3

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	944	100.0	非製造業総数	908	100.0
食品・農水産加工	66	7.0	漁・水産	3	0.3
繊維 (紡績・織物・化学繊維)	18	1.9	農・林業	8	0.9
衣服・繊維製品	21	2.2	鉱業	15	1.7
木材・木製品	13	1.4	流通	19	2.1
家具・インテリア製品	5	0.5	商社	182	20.0
紙・パルプ	7	0.7	販売会社	169	18.6
化学品	69	7.3	銀行	26	2.9
石油製品	7	0.7	保険	22	2.4
プラスチック製品	62	6.6	証券	4	0.4
医薬品	7	0.7	運輸/倉庫	95	10.5
ゴム製品	29	3.1	不動産	12	1.3
窯業・土石	15	1.6	法務・税務	2	0.2
鉄鋼 (鋳鍛造品を含む)	42	4.5	ホテル/旅行/外食	40	4.4
非鉄金属	28	3.0	通信/ソフトウェア	44	4.9
金属製品 (メッキ加工を含む)	73	7.7	建設/プラント	91	10.0
一般機械 (金型・機械工具を含む)	44	4.7	その他	176	19.4
電気機械・電子機器	67	7.1			
電気・電子部品	102	10.8			
輸送用機器	35	3.7			
輸送用機器部品	115	12.2			
精密機械	12	1.3			
その他	107	11.3			

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	(繊維・績織物・化学繊維)	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・鍛造品を含む)	非鉄金属	金属製品 (メッキ加工を含む)	(一般機械・金型・機械工具を含む)	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	944	66	18	21	13	5	7	69	7	62	7	29	15	42	28	73	44	67	102	35	115	12	107
ASEAN 計	100.0	7.0	1.9	2.2	1.4	0.5	0.7	7.3	0.7	6.6	0.7	3.1	1.6	4.5	3.0	7.7	4.7	7.1	10.8	3.7	12.2	1.3	11.3
インドネシア	83.3	786	44	16	18	6	5	58	7	60	5	26	11	40	23	69	37	59	93	20	97	9	78
マレーシア	110	4	4	4	3	1	1	12	1	7	2	5	2	5	2	11	3	2	7	6	16	13	13
ミャンマー	108	6	1	3	2	2	2	8	3	4	1	6	3	6	12	10.0	2.7	1.8	6.4	5.5	14.6	11.8	11.8
フィリピン	114	100.0	5.6	0.9	2.8	1.9	1.9	7.4	3.7	0.9	0.9	5.6	2.8	2.8	5.6	11.1	2.8	12.0	15.7	0.9	3.7	0.9	11.1
シンガポール	0.6	100.0	16.7	50.0	16.7	50.0	16.7	50.0	16.7	50.0	16.7	50.0	16.7	50.0	16.7	50.0	16.7	50.0	16.7	50.0	16.7	50.0	16.7
タイ	12.2	100.0	1.7	5	10	1	1	4.4	10	10	1	7	1	7	4	10	4	9	18	3	15	3	15
ベトナム	5.1	100.0	14.6	7	7	1	1	18.8	3	3	3	3	3	2.1	5	5	4	1	7	2	2	1	5
南アジア 計	33.6	317	18	10	7	1	2	21	3	24	6	4	4	21	7	25	19	29	35	7	54	4	20
バングラデシュ	8.7	100.0	7.3	4	4	1	1	3.7	1	12	1	2	1	2	4	6	4	5	9	3	6	13	13
インド	11.3	107	8	1	3	1	1.2	8	14.6	14.6	1.2	2.4	1.2	2.4	4.9	7.3	4.9	6.1	11.0	3.7	7.3	15.9	15.9
パキスタン	1.4	100.0	7.5	0.9	2.8	1	1	7.5	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	4.7	4.7	7.5	10.3	14.0	2.8	24.3
スリランカ	1.9	100.0	11.1	5.6	1	1	1	5.6	1	1	1	5.6	1	1	1	5.6	1	1	11.1	11.1	5.6	38.9	38.9
オセアニア 計	6.5	61	5	1	1	1	1	8	2	2	2	1	1	1	1	1	4	5	3	4	11	2	12
オーストラリア	3.7	100.0	28.6	10	2	1	1	5.7	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	8	11	15	3	26
ニュージーランド	1.7	100.0	25.0	6.3	5	1	1	6.3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2

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	漁・水産	農・林業	鉱業	流通	商社	販売会社	銀行	保険	証券	運輸/倉庫	不動産	法務・税務	ホテル/旅行/外食	通信/ソフトウェア	建設/プラント	その他
総数	100.0	908	3	8	15	19	182	169	26	22	4	95	12	2	40	44	91	176
ASEAN 計	62.6	568	3	1	-	12	111	97	19	12	1	70	8	2	12	29	74	117
インドネシア	6.2	56	2	-	-	-	11	4	2	2	-	5	1	1	1	3	11	13
マレーシア	7.9	72	-	-	-	2	10	14	4	-	-	9	-	-	-	2	13	18
ミャンマー	1.5	14	-	-	-	1	2	-	-	-	1	-	1	-	1	1	5	2
フィリピン	6.3	57	-	-	-	1	8	4	-	2	-	9	3	-	2	6	11	11
シンガポール	16.1	146	1	-	-	-	30	48	6	4	-	13	5.3	-	3.5	10.5	19.3	19.3
タイ	19.4	176	0.7	-	-	-	20.6	32.9	4.1	2.7	-	8.9	-	-	2.1	2.1	8.9	17.1
ベトナム	5.2	47	-	-	-	7	48	25	4	2	-	27	2	1	3	7	17	33
南西アジア 計	14.1	128	-	-	1	4.0	27.3	14.2	2.3	1.1	-	15.3	1.1	0.6	1.7	4.0	9.7	18.8
バングラデシュ	1.9	17	-	-	0.8	2.1	4.3	4.3	6.4	4.3	1	14.9	2.1	-	4.3	14.9	8.5	31.9
インド	8.6	78	-	-	-	-	39	13	2	3	1	13	2	-	8	7	16	23
パキスタン	2.1	19	-	-	-	-	30.5	10.2	1.6	2.3	0.8	10.2	1.6	-	6.3	5.5	12.5	18.0
スリランカ	1.5	14	-	-	-	-	8	-	-	-	-	1	-	-	2	1	-	5
オセアニア 計	23.3	212	-	7	14	7	32	59	5	7	2	12	2	-	20	8	1	36
オーストラリア	18.3	166	-	3.3	6.6	3.3	15.1	27.8	2.4	3.3	0.9	5.7	0.9	-	9.4	3.8	0.5	17.0
ニュージーランド	5.1	46	-	4.2	8.4	1.2	13.9	30.1	2.4	3.0	1.2	4.8	1.2	-	7.8	2.4	0.6	18.7
		100.0	-	-	-	10.9	19.6	19.6	2.2	4.4	-	8.7	-	-	15.2	8.7	-	10.9

総論編

1. 営業見通し

(1) 2008年の営業利益見込み、製造業、非製造業ともに黒字率は約65%

ASEAN、南西アジア、オセアニアの製造業を対象に2008年の営業利益見込みについて尋ねたところ、製造業で「黒字」と回答した企業の割合は65.2%となった(図表1-1)。

ASEANでは「黒字」の割合は67.1%となった。前回調査(2007年11月)と比べると、黒字率はベトナムで29.6ポイント減、シンガポールで18.1ポイント減と落ち込みが激しい。他方、インドネシアの黒字率は4.4ポイント増、タイは3.2ポイント増と僅かながら増加した。

南西アジアの「黒字」の割合は53.3%とASEAN、オセアニアと比べると低い。特に、バングラデシュの黒字の割合が38.9%と低い。インドの黒字の割合は、20.6ポイント減少した。

オセアニアの「黒字」の割合は62.0%と、ASEANにほぼ同じであった。

図表1-1 2008年(1~12月)の営業利益見込み(製造業)

		(単位:%)		
		黒字	均衡	赤字
総数(n=935社)		65.2	17.5	17.2
A	S E A N 計(n=780社)	67.1	16.4	16.5
	インドネシア(n=110社)	76.4	11.8	11.8
	マレーシア(n=108社)	62.0	22.2	15.7
	ミャンマー(n=6社)	33.3	16.7	50.0
	フィリピン(n=115社)	53.9	27.0	19.1
	シンガポール(n=47社)	70.2	14.9	14.9
	タイ(n=313社)	75.4	12.1	12.5
	ベトナム(n=81社)	48.2	17.3	34.6
南	西 ア ジ ア 計(n=105社)	53.3	24.8	21.9
	バングラデシュ(n=18社)	38.9	38.9	22.2
	インド(n=60社)	60.0	15.0	25.0
	パキスタン(n=12社)	50.0	50.0	-
	スリランカ(n=15社)	46.7	26.7	26.7
オ	セ ア ニ ア 計(n=50社)	62.0	20.0	18.0
	オーストラリア(n=34社)	61.8	17.7	20.6
	ニュージーランド(n=16社)	62.5	25.0	12.5

(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。

非製造業全体で「黒字」と回答した企業の割合は66.2%となった(図表1-2)。

ASEANの非製造業で「黒字」と回答した企業の割合は67.5%となった。国別ではシンガポールの黒字率が76.4%で最も高い。前回調査と比べると、ベトナムが16.5ポイント増、タイが9.9ポイント増加したが、インドネシアでは12.3ポイント落ち込んだ。

南西アジアの「黒字」の割合は45.4%で、ASEAN、オセアニアと比べると低い。インドの黒字率は42.1%で、前回調査と比べると26.3ポイント減少した。

オセアニアの「黒字」の割合は74.5%と、ASEANや南西アジアと比べ黒字率が高い。特に、オーストラリアの黒字率は77.9%に達し、調査対象13カ国の中で最も高くなった。「黒字」との回答を業種別にみると、「鉱業」が92.9%で圧倒的に高く、資源ブームの影響であったことがうかがえる。

非製造業での営業利益の内訳について、現地市場、日本、ASEAN、その他で、営業利益の範囲を選択してもらい、中間値を取ってそれぞれの平均営業利益率を算出した後、全体が100%になるよう加重平均した。

非製造業全体では「現地市場」を挙げた割合が最も多く、56.1%となった（図表 1-3）。ASEAN では現地市場を挙げた割合が 63.4%となり、中でもインドネシア（81.9%）、マレーシア（76.2%）、タイ（73.5%）は割合が高かった。南西アジア、オセアニアでも現地市場を挙げた割合が最も多く、それぞれ 55.2%、59.2%を占めた。

図表 1-2 2008 年(1~12 月)の営業利益見込み（非製造業）

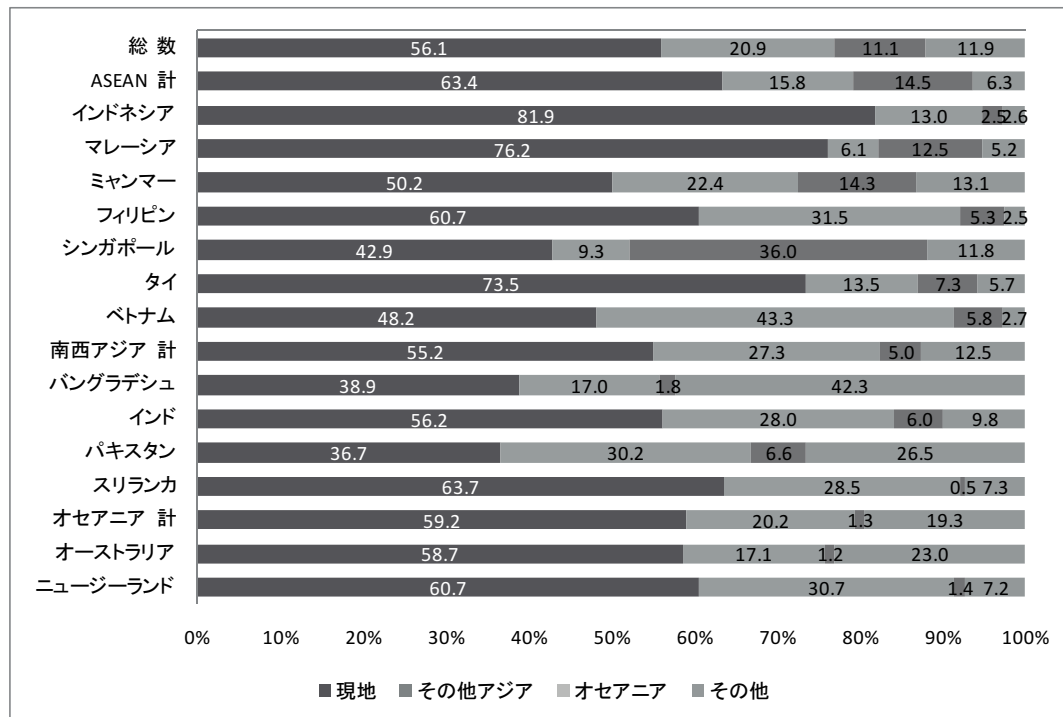
(単位: %)

		黒字	均衡	赤字
総	数 (n=884社)	66.2	19.8	14.0
A S E A N	計 (n=557社)	67.5	19.2	13.3
	インドネシア (n=54社)	55.6	38.9	5.6
	マレーシア (n=72社)	69.4	22.2	8.3
	ミャンマー (n=14社)	42.9	14.3	42.9
	フィリピン (n=57社)	59.7	17.5	22.8
	シンガポール (n=140社)	76.4	20.0	3.6
	タイ (n=174社)	73.6	12.6	13.8
	ベトナム (n=46社)	45.7	17.4	37.0
南西アジア	計 (n=119社)	45.4	25.2	29.4
	バングラデシュ (n=15社)	66.7	26.7	6.7
	インド (n=76社)	42.1	22.4	35.5
	パキスタン (n=14社)	50.0	35.7	14.3
	スリランカ (n=14社)	35.7	28.6	35.7
オセアニア	計 (n=208社)	74.5	18.3	7.2
	オーストラリア (n=163社)	77.9	17.2	4.9
	ニュージーランド (n=45社)	62.2	22.2	15.6

(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 1-3 営業利益の内訳(平均、非製造業)



(2) DI 値でみた 2008 年の営業利益見込みは、前回調査より軒並み悪化（製造業）

2008 年の営業利益見込みについて、製造業では「改善」と回答した企業の割合（41.2%）が「悪

化」と回答した企業の割合（33.7%）を上回った（図表2）。「改善」と回答した理由をみると、「現地市場での売上増加」（48.0%）と回答した企業が最も多かった（図表3）。

一方、悪化と回答した理由をみると、「調達コストの上昇」（67.4%）と回答した割合が最も多く、次いで、「燃料コスト・光熱費（電気・ガスなど）の上昇」（49.0%）が続いた（図表4）。

2008年の営業利益見込みを「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DI値でみると、製造業全体では7.6ポイントとなった（図表5）。

ASEANのDI値は10.4ポイントとなった。2008年度から調査を開始したミャンマーを除き、前回調査（2007年11月）のDI値と比較すると、インドネシア以外は軒並み悪化した。特に、シンガポールは39.5ポイント減、マレーシアは32.4ポイント減と落ち込みが激しい。

南西アジアのDI値はマイナス9.7ポイントとなった。インドのDI値はマイナス11.7ポイントとなり、景況感に関する質問を開始した1997年以来初めてのマイナスとなった。インドは前回調査時点と比較して、DI値が50.6ポイント減と急激に悪化した。悪化と回答した理由をみると「調達コストの増加」（68.0%）、「燃料コスト・光熱費（電気・ガスなど）の上昇」（52.0%）が多く、原油価格高騰の影響が見られる。その他、悪化と回答した理由では、「不十分な価格転嫁」（52.0%）を挙げた割合が高かった。消費者の低価格品志向が強いインド市場の特性から、コスト転嫁が進みにくい状況を示している。

オセアニアはオーストラリア、ニュージーランドとも「改善」、「悪化」が同数であったことから、DI値（2008年）はゼロとなった。

図表2 2008年、2009年(1~12月)の営業利益見込み(前年比) (製造業)

(上段:2008年、下段:2009年、単位:%)

		改善	横ばい	悪化
総	数 (n=924社)	41.2	25.1	33.7
		33.3	35.4	31.4
A S E A N 計	(n=771社)	42.3	25.8	31.9
	(n=772社)	31.7	36.8	31.5
	インドネシア (n=110社)	60.0	20.0	20.0
	(n=110社)	32.7	29.1	38.2
	マレーシア (n=108社)	30.6	34.3	35.2
	(n=108社)	27.8	38.9	33.3
	ミャンマー (n=6社)	16.7	83.3	-
	(n=5社)	-	80.0	20.0
	フィリピン (n=115社)	41.7	28.7	29.6
	(n=115社)	29.6	40.9	29.6
	シンガポール (n=47社)	29.8	21.3	48.9
	(n=44社)	36.4	38.6	25.0
	タイ (n=306社)	41.8	24.2	34.0
(n=309社)	30.1	36.9	33.0	
ベトナム (n=79社)	45.6	22.8	31.7	
(n=81社)	44.4	34.6	21.0	
南西アジア計 (n=103社)	35.0	20.4	44.7	
(n=104社)	40.4	30.8	28.9	
バングラデシュ (n=17社)	47.1	17.7	35.3	
(n=17社)	35.3	29.4	35.3	
インド (n=60社)	31.7	25.0	43.3	
(n=60社)	48.3	26.7	25.0	
パキスタン (n=13社)	23.1	7.7	69.2	
(n=13社)	30.8	23.1	46.2	
スリランカ (n=13社)	46.2	15.4	38.5	
(n=14社)	21.4	57.1	21.4	
オセアニア計 (n=50社)	38.0	24.0	38.0	
(n=49社)	42.9	22.5	34.7	
オーストラリア (n=34社)	35.3	29.4	35.3	
(n=33社)	45.5	21.2	33.3	
ニュージーランド (n=16社)	43.8	12.5	43.8	
(n=16社)	37.5	25.0	37.5	

図表3 営業利益が改善すると考える理由（製造業）

（上段：2008年、下段：2009年、単位：％）

	輸出拡大による売上増加	現地市場での売上増加	価格上昇／値上げによる売上増加	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／生産拡大	為替変動による売り上げ増加	その他
総数 (n=381社)	36.5	48.0	29.4	12.1	10.0	20.2	31.0	16.3	11.3	6.0
A S E A N 計 (n=305社)	39.7	45.3	19.0	22.3	10.2	16.4	40.0	27.2	4.3	6.9
インドネシア (n=326社)	38.0	46.3	29.5	13.2	10.1	21.8	31.6	16.6	11.4	5.5
マレーシア (n=242社)	43.0	41.7	18.6	23.1	10.7	16.9	38.8	31.0	4.1	5.0
インドネシア (n=66社)	24.2	59.1	50.0	9.1	10.6	9.1	24.2	13.6	1.5	3.0
マレーシア (n=36社)	36.1	38.9	25.0	13.9	16.7	11.1	44.4	22.2	-	2.8
マレーシア (n=33社)	30.3	36.4	24.2	30.3	21.2	39.4	48.5	12.1	27.3	-
マレーシア (n=30社)	46.7	36.7	16.7	30.0	20.0	26.7	43.3	30.0	10.0	-
ミャンマー (n=1社)	-	-	-	-	-	-	100.0	100.0	-	-
ミャンマー (n=0社)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
フィリピン (n=48社)	37.5	25.0	29.2	10.4	18.8	35.4	41.7	18.8	16.7	8.3
フィリピン (n=33社)	39.4	21.2	9.1	18.2	21.2	30.3	48.5	30.3	6.1	9.1
シンガポール (n=14社)	57.1	35.7	28.6	14.3	14.3	14.3	-	28.6	-	7.1
シンガポール (n=16社)	62.5	31.3	18.8	31.3	-	25.0	31.3	25.0	6.3	6.3
タイ (n=128社)	44.5	53.1	24.2	12.5	5.5	22.7	29.7	18.8	13.3	3.1
タイ (n=91社)	35.2	52.8	24.2	27.5	6.6	12.1	29.7	35.2	3.3	4.4
ベトナム (n=36社)	41.7	41.7	16.7	11.1	2.8	11.1	33.3	8.3	5.6	19.4
ベトナム (n=36社)	61.1	44.4	8.3	16.7	2.8	11.1	47.2	33.3	2.8	8.3
南西アジア計 (n=36社)	30.6	58.3	25.0	5.6	2.8	8.3	30.6	16.7	8.3	8.3
南西アジア計 (n=42社)	26.2	71.4	16.7	19.1	2.4	14.3	50.0	9.5	2.4	11.9
バングラデシュ (n=8社)	50.0	37.5	25.0	-	-	-	37.5	12.5	12.5	-
バングラデシュ (n=6社)	66.7	33.3	-	-	-	-	50.0	-	-	-
インド (n=19社)	15.8	73.7	26.3	10.5	-	10.5	26.3	15.8	10.5	10.5
インド (n=29社)	13.8	75.9	20.7	13.8	3.5	13.8	41.4	6.9	3.5	10.3
パキスタン (n=3社)	-	100.0	33.3	-	33.3	-	33.3	66.7	-	-
パキスタン (n=4社)	25.0	100.0	-	75.0	-	-	75.0	50.0	-	50.0
スリランカ (n=6社)	66.7	16.7	16.7	-	-	16.7	33.3	-	-	16.7
スリランカ (n=3社)	66.7	66.7	33.3	33.3	-	66.7	100.0	-	-	-
オセアニア計 (n=19社)	21.1	57.9	36.8	5.3	21.1	15.8	21.1	10.5	15.8	10.5
オセアニア計 (n=21社)	28.6	33.3	28.6	19.1	19.1	14.3	33.3	19.1	9.5	19.1
オーストラリア (n=12社)	16.7	66.7	33.3	8.3	16.7	8.3	25.0	16.7	8.3	8.3
オーストラリア (n=15社)	33.3	40.0	26.7	26.7	20.0	6.7	40.0	20.0	-	13.3
ニュージーランド (n=7社)	28.6	42.9	42.9	-	28.6	28.6	14.3	-	28.6	14.3
ニュージーランド (n=6社)	16.7	16.7	33.3	-	16.7	33.3	16.7	16.7	33.3	33.3

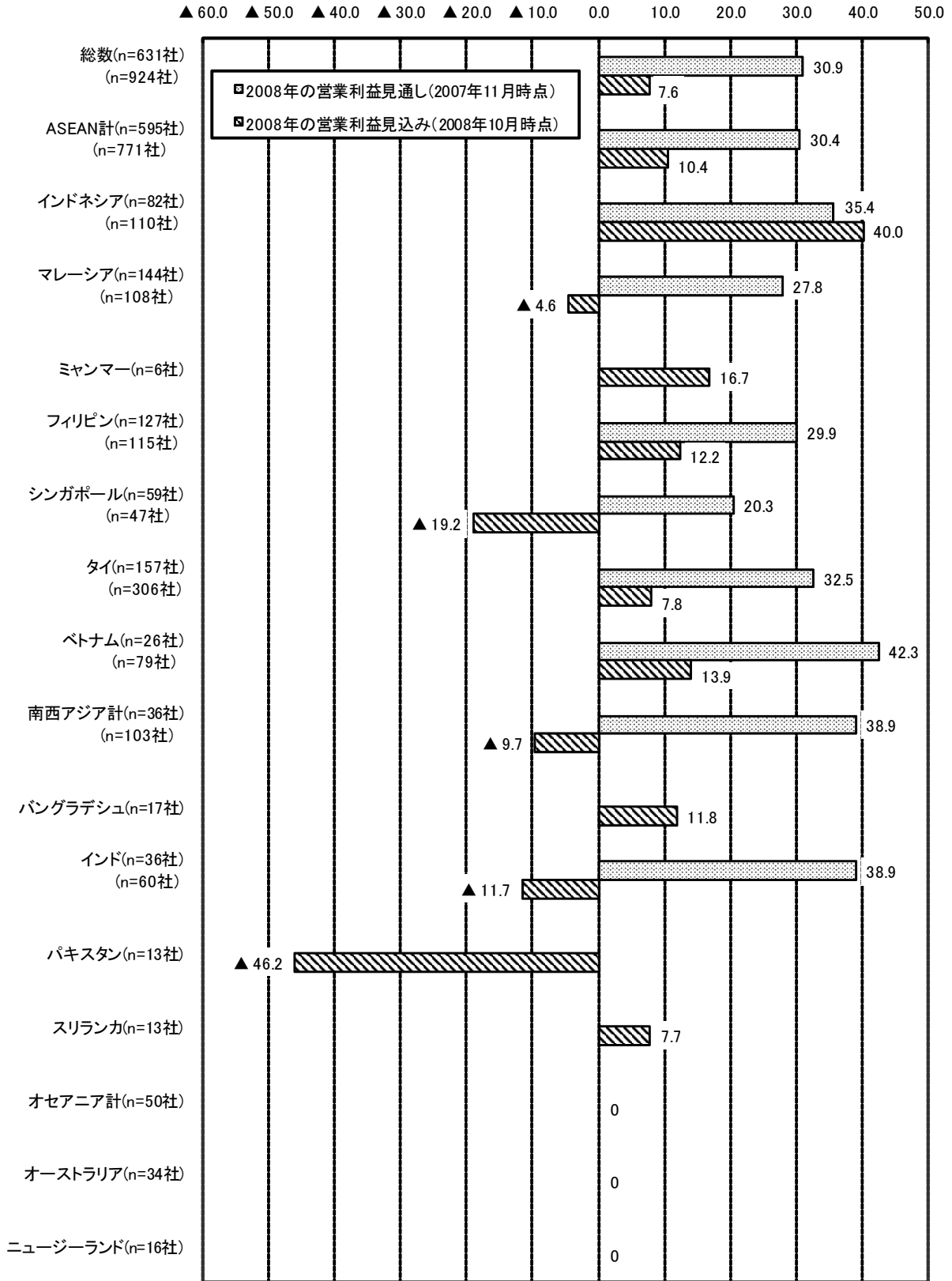
図表4 営業利益が悪化すると考える理由（製造業）

（上段：2008年、下段：2009年、単位：％）

	輸出低迷による売上減少	現地市場での売上減少	価格上昇／値上げによる売上減少	調達コストの増加	為替変動による売上減少	人件費の増加	金利の引き上げ	不十分な価格転嫁	燃料コスト・光熱費（電気・ガスなど）の上昇	その他
総数 (n=310社)	33.2	34.5	11.3	67.4	18.1	32.6	4.5	34.5	49.0	14.8
A S E A N 計 (n=289社)	43.9	48.1	13.2	52.3	15.9	32.2	3.5	31.8	27.3	12.5
インドネシア (n=246社)	35.4	32.9	9.4	66.7	13.8	32.1	0.8	35.0	48.8	14.6
インドネシア (n=243社)	47.7	49.0	11.1	53.1	14.0	31.7	2.5	32.9	24.7	12.8
インドネシア (n=22社)	36.4	13.6	-	68.2	4.6	36.4	-	45.5	59.1	13.6
マレーシア (n=42社)	35.7	38.1	16.7	50.0	11.9	35.7	9.5	38.1	33.3	14.3
マレーシア (n=38社)	47.4	26.3	10.5	68.4	18.4	23.7	-	26.3	63.2	13.2
マレーシア (n=36社)	69.4	47.2	5.6	52.8	13.9	25.0	-	25.0	36.1	11.1
ミャンマー (n=0社)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ミャンマー (n=1社)	-	100.0	-	-	-	-	-	100.0	-	-
フィリピン (n=34社)	41.2	35.3	8.8	47.1	23.5	41.2	-	29.4	32.4	20.6
フィリピン (n=34社)	55.9	29.4	11.8	38.2	23.5	20.6	2.9	20.6	32.4	11.8
シンガポール (n=23社)	26.1	21.7	4.4	52.2	30.4	26.1	-	39.1	73.9	17.4
シンガポール (n=11社)	54.6	45.5	18.2	54.6	-	18.2	-	36.4	9.1	18.2
タイ (n=104社)	31.7	47.1	12.5	73.1	10.6	25.0	-	36.5	42.3	11.5
タイ (n=102社)	45.1	63.7	8.8	58.8	13.7	31.4	-	36.3	15.7	10.8
ベトナム (n=25社)	32.0	8.0	8.0	76.0	-	64.0	8.0	36.0	44.0	20.0
ベトナム (n=17社)	29.4	29.4	17.7	58.8	11.8	70.6	5.9	35.3	29.4	23.5
南西アジア計 (n=45社)	24.4	40.0	22.2	71.1	40.0	33.3	26.7	42.2	55.6	15.6
南西アジア計 (n=29社)	27.6	34.5	34.5	48.3	31.0	31.0	13.8	27.6	41.4	17.2
バングラデシュ (n=6社)	66.7	33.3	16.7	50.0	16.7	50.0	16.7	33.3	66.7	-
バングラデシュ (n=6社)	66.7	16.7	16.7	50.0	-	33.3	16.7	33.3	16.7	16.7
インド (n=25社)	12.0	36.0	4.0	68.0	28.0	36.0	24.0	52.0	52.0	20.0
インド (n=14社)	7.1	35.7	28.6	42.9	21.4	28.6	7.1	21.4	35.7	21.4
パキスタン (n=9社)	11.1	77.8	88.9	88.9	88.9	-	44.4	33.3	44.4	11.1
パキスタン (n=6社)	-	66.7	83.3	83.3	83.3	16.7	33.3	33.3	66.7	16.7
スリランカ (n=5社)	60.0	-	-	80.0	40.0	60.0	20.0	20.0	80.0	20.0
スリランカ (n=3社)	100.0	-	-	-	33.3	66.7	-	33.3	66.7	-
オセアニア計 (n=19社)	26.3	42.1	10.5	68.4	21.1	36.8	-	10.5	36.8	15.8
オセアニア計 (n=17社)	17.7	58.8	5.9	47.1	17.7	41.2	-	23.5	41.2	-
オーストラリア (n=12社)	25.0	58.3	16.7	66.7	25.0	33.3	-	8.3	25.0	25.0
オーストラリア (n=11社)	18.2	81.8	9.1	54.6	18.2	54.6	-	27.3	27.3	-
ニュージーランド (n=7社)	28.6	14.3	-	71.4	14.3	42.9	-	14.3	57.1	-
ニュージーランド (n=6社)	16.7	16.7	-	33.3	16.7	16.7	-	16.7	66.7	-

図表 5 DI 値でみた 2008 年の利益見込み（製造業, 2007 年 11 月時点との比較）

（単位：ポイント）



（注1）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。景況感がどの方向に変化していくかを示す指標になる。

（注2）ミャンマー、バングラデシュ、パキスタン、スリランカ、オーストラリア、ニュージーランドは 08 年度から実施。

2008年の営業利益見込みについて、非製造業では「改善」と回答した企業の割合（38.9%）が「悪化」と回答した企業の割合（29.9%）を上回った（図表6）。「改善」と回答した理由をみると、「現地市場での自社の売上増加」（71.2%）と回答した企業の割合が最も多かった（図表7）。

一方、悪化と回答した理由は「現地市場での自社の売上減少」（47.9%）、「人件費の増加」（34.2%）、「燃料コスト・光熱費（電気・ガスなど）の上昇」（30.4%）が多い（図表8）。

2008年の営業利益見込みについて、非製造業全体のDI値は9.0ポイントとなった（図表9）。

このうちASEANのDI値は6.5ポイントとなった。2008年度から調査を実施したミャンマーを除き、前回調査と比較すると、ASEANの対象6カ国全てでDI値は悪化した。特に、ベトナムは67.2ポイント減と落ち込みが著しい。

南西アジアのDI値は25.9ポイントとなった。インドのDI値は29.6ポイントとなり、前回調査と比較すると17.8ポイント悪化した。理由は事務所借館料の増加など「その他支出の増加」（54.6%）が最も多く、次いで「人件費の増加」（45.5%）が続いた。

オセアニアのDI値は6.3ポイントとなった。オーストラリアが8.6ポイントであったのに対し、ニュージーランドはマイナス2.2ポイントとなった。ニュージーランドで悪化と答えた理由をみると「現地市場での自社の売上減少」（56.3%）、「価格上昇／値上げによる売上減少」（43.8%）、「輸出低迷による売上減少」（37.5%）が上位を占めた。他方、オーストラリアの悪化理由をみると「現地市場での自社の売上減少」（50.0%）、「価格上昇／値上げによる売上減少」（34.0%）はニュージーランドと同じだが、「輸出低迷による売上減少」と答えた割合は4.0%に過ぎない。輸出パフォーマンスの差がオーストラリアとニュージーランドの景況感の違いに表れたものと思われる。

図表 6 2008年、2009年(1~12月)の営業利益見込み(前年比)(非製造業)

(上段:2008年、下段:2009年、単位:%)

		改善	横ばい	悪化
総	数 (n=876社)	38.9	31.2	29.9
	(n=867社)	36.9	40.0	23.1
A S E A N 計	(n=552社)	37.7	31.2	31.2
	(n=543社)	33.0	40.5	26.5
インドネシア	(n=54社)	40.7	35.2	24.1
	(n=52社)	36.5	40.4	23.1
マレーシア	(n=71社)	33.8	38.0	28.2
	(n=70社)	21.4	48.6	30.0
ミャンマー	(n=14社)	35.7	35.7	28.6
	(n=12社)	41.7	41.7	16.7
フィリピン	(n=57社)	35.1	29.8	35.1
	(n=57社)	22.8	50.9	26.3
シンガポール	(n=141社)	34.8	27.7	37.6
	(n=138社)	21.7	47.1	31.2
タイ	(n=170社)	41.2	30.0	28.8
	(n=170社)	42.4	31.2	26.5
ベトナム	(n=45社)	40.0	31.1	28.9
	(n=44社)	56.8	29.6	13.6
南西アジア計	(n=116社)	45.7	34.5	19.8
	(n=120社)	50.0	34.2	15.8
バングラデシュ	(n=15社)	73.3	13.3	13.3
	(n=15社)	80.0	20.0	-
インド	(n=71社)	45.1	39.4	15.5
	(n=75社)	52.0	36.0	12.0
パキスタン	(n=16社)	37.5	25.0	37.5
	(n=16社)	25.0	43.8	31.3
スリランカ	(n=14社)	28.6	42.9	28.6
	(n=14社)	35.7	28.6	35.7
オセアニア計	(n=208社)	38.5	29.3	32.2
	(n=204社)	39.7	42.2	18.1
オーストラリア	(n=163社)	39.9	28.8	31.3
	(n=159社)	40.9	42.8	16.4
ニュージーランド	(n=45社)	33.3	31.1	35.6
	(n=45社)	35.6	40.0	24.4

図表 7 営業利益が改善すると考える理由（非製造業）

（上段：2008年、下段：2009年、単位：%）

	現地市場での自社の売上増加	価格上昇／値上げによる売上増加	輸出拡大による売上増加	人件費の削減	販売（サービス）効率の改善	その他支出の削減（コスト競争力の向上）	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=340社)	71.2	24.7	16.2	5.9	17.9	11.2	6.5	3.8	22.7	7.7
(n=320社)	69.1	11.6	17.2	7.2	28.4	19.1	4.1	6.6	40.3	6.9
A S E A N 計 (n=208社)	74.0	19.7	18.8	4.3	16.4	11.5	5.8	3.9	19.7	6.3
(n=179社)	71.5	7.8	17.9	5.6	26.8	20.1	2.8	3.9	44.7	6.7
インドネシア (n=22社)	90.9	9.1	13.6	9.1	13.6	9.1	-	4.6	27.3	-
(n=19社)	89.5	-	-	-	36.8	10.5	-	-	47.4	5.3
マレーシア (n=24社)	83.3	8.3	16.7	-	12.5	12.5	-	4.2	16.7	4.2
(n=15社)	93.3	13.3	13.3	6.7	53.3	33.3	6.7	6.7	40.0	-
ミャンマー (n=5社)	100.0	-	-	-	20.0	-	-	-	20.0	-
(n=5社)	40.0	20.0	-	-	20.0	20.0	-	-	40.0	60.0
フィリピン (n=20社)	40.0	25.0	15.0	15.0	10.0	20.0	35.0	-	20.0	10.0
(n=13社)	61.5	7.7	7.7	30.8	23.1	30.8	-	15.4	46.2	-
シンガポール (n=49社)	65.3	24.5	34.7	2.0	8.2	14.3	6.1	10.2	18.4	2.0
(n=30社)	73.3	10.0	33.3	3.3	6.7	26.7	-	3.3	26.7	3.3
タイ (n=70社)	81.4	22.9	14.3	4.3	24.3	11.4	2.9	1.4	20.0	8.6
(n=72社)	69.4	4.2	16.7	5.6	26.4	18.1	4.2	4.2	50.0	6.9
ベトナム (n=18社)	66.7	22.2	11.1	-	22.2	-	-	-	16.7	16.7
(n=25社)	60.0	16.0	28.0	-	32.0	12.0	4.0	-	52.0	8.0
南西アジア計 (n=53社)	77.4	18.9	11.3	3.8	20.8	7.6	5.7	3.8	28.3	13.2
(n=60社)	76.7	11.7	15.0	6.7	23.3	11.7	-	13.3	30.0	8.3
バングラデシュ (n=11社)	90.9	36.4	27.3	-	54.6	9.1	-	-	54.6	-
(n=12社)	75.0	16.7	41.7	-	33.3	16.7	-	8.3	41.7	8.3
インド (n=32社)	78.1	9.4	6.3	6.3	15.6	6.3	-	6.3	21.9	18.8
(n=39社)	82.1	7.7	7.7	10.3	25.6	7.7	-	15.4	30.8	10.3
パキスタン (n=6社)	83.3	16.7	-	-	-	-	16.7	-	33.3	16.7
(n=4社)	75.0	-	25.0	-	-	50.0	-	-	25.0	-
スリランカ (n=4社)	25.0	50.0	25.0	-	-	25.0	50.0	-	-	-
(n=5社)	40.0	40.0	-	-	-	-	-	20.0	-	-
オセアニア計 (n=79社)	59.5	41.8	12.7	11.4	20.3	12.7	8.9	3.8	26.6	7.6
(n=81社)	58.0	19.8	17.3	11.1	35.8	22.2	9.9	7.4	38.3	6.2
オーストラリア (n=64社)	60.9	46.9	10.9	12.5	15.6	12.5	7.8	1.6	17.2	6.3
(n=65社)	58.5	20.0	12.3	10.8	36.9	21.5	9.2	9.2	35.4	3.1
ニュージーランド (n=15社)	53.3	20.0	20.0	6.7	40.0	13.3	13.3	13.3	66.7	13.3
(n=16社)	56.3	18.8	37.5	12.5	31.3	25.0	12.5	-	50.0	18.8

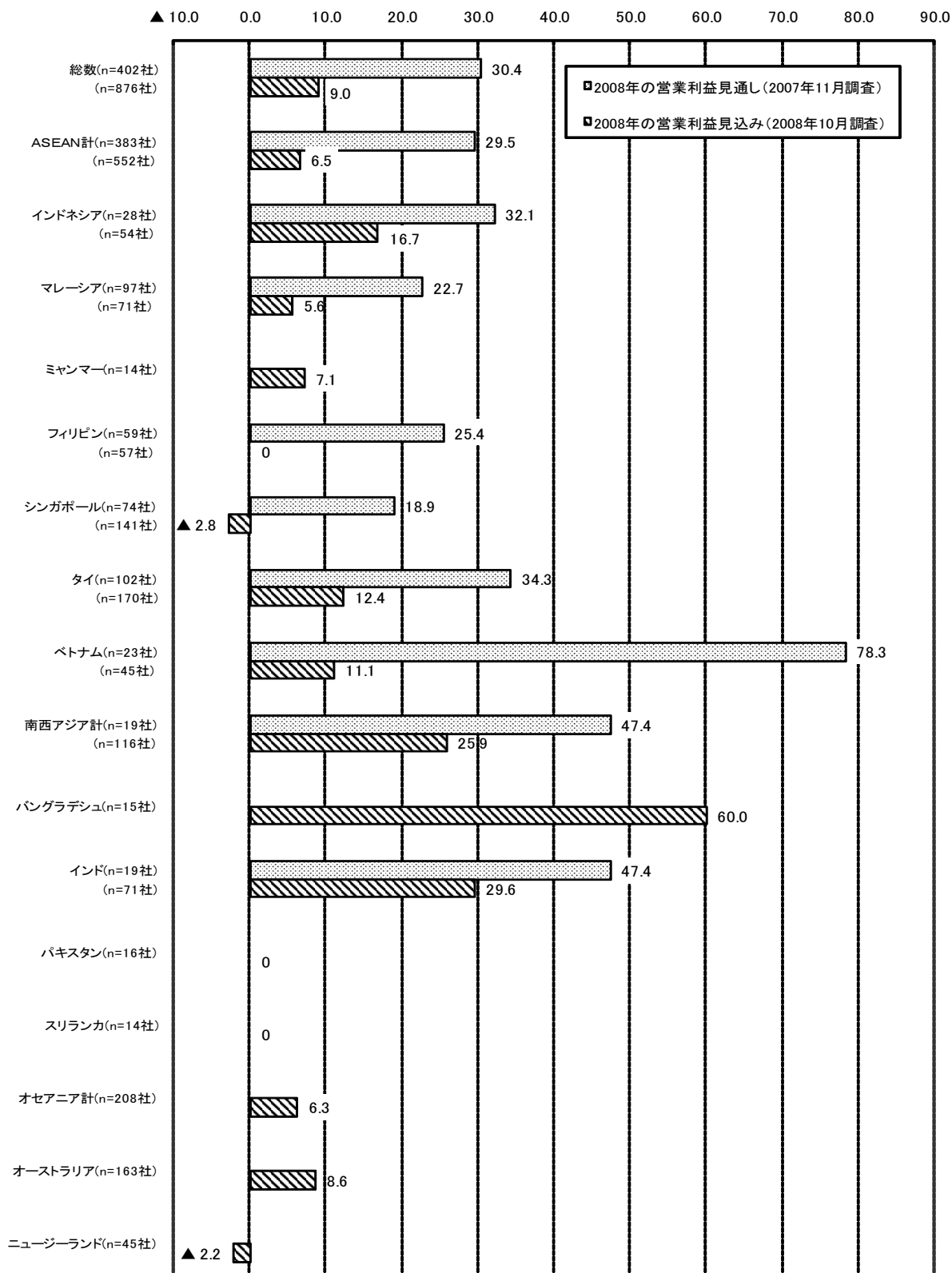
図表 8 営業利益が悪化すると考える理由（非製造業）

（上段：2008年、下段：2009年、単位：％）

	現地市場での自社の売上減少	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	為替変動による売上減少	その他支出の増加	販売・サービス網の構築が進まない	金利の引き上げ	燃料コスト・光熱費（電気・ガスなど）の上昇	その他
総数 (n=257社)	47.9	21.4	13.2	34.2	13.6	30.7	5.1	3.1	30.4	21.8
(n=199社)	52.8	28.1	19.1	24.6	20.1	17.1	3.5	2.5	22.1	23.1
A S E A N 計 (n=168社)	47.6	17.3	13.7	32.1	10.1	28.0	4.8	1.2	33.3	22.6
(n=143社)	57.3	25.9	21.7	25.2	18.2	14.7	3.5	2.8	21.7	19.6
インドネシア (n=13社)	69.2	23.1	7.7	38.5	-	30.8	-	-	38.5	7.7
(n=12社)	83.3	50.0	8.3	25.0	-	-	-	16.7	25.0	8.3
マレーシア (n=20社)	60.0	10.0	-	40.0	20.0	35.0	5.0	-	50.0	30.0
(n=21社)	61.9	28.6	14.3	28.6	28.6	19.1	4.8	-	33.3	14.3
ミャンマー (n=4社)	25.0	25.0	-	-	-	-	-	-	-	50.0
(n=2社)	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
フィリピン (n=18社)	38.9	27.8	11.1	33.3	11.1	22.2	5.6	-	27.8	16.7
(n=14社)	64.3	42.9	21.4	28.6	14.3	21.4	-	-	28.6	7.1
シンガポール (n=53社)	41.5	18.9	20.8	30.2	9.4	32.1	1.9	1.9	18.9	20.8
(n=43社)	46.5	25.6	34.9	18.6	18.6	16.3	2.3	-	16.3	18.6
タイ (n=48社)	47.9	16.7	16.7	31.3	12.5	25.0	10.4	-	45.8	22.9
(n=45社)	60.0	13.3	17.8	28.9	20.0	11.1	6.7	2.2	13.3	28.9
ベトナム (n=12社)	50.0	-	8.3	33.3	-	25.0	-	8.3	33.3	33.3
(n=6社)	33.3	16.7	16.7	33.3	16.7	33.3	-	16.7	66.7	33.3
南西アジア計 (n=23社)	39.1	8.7	13.0	47.8	17.4	34.8	4.4	8.7	8.7	30.4
(n=19社)	47.4	21.1	21.1	15.8	21.1	10.5	5.3	5.3	15.8	42.1
バングラデシュ (n=2社)	50.0	-	50.0	100.0	50.0	50.0	-	-	-	-
(n=0社)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
インド (n=11社)	27.3	-	18.2	45.5	18.2	54.6	9.1	9.1	-	27.3
(n=9社)	33.3	11.1	33.3	22.2	22.2	11.1	11.1	11.1	11.1	55.6
パキスタン (n=6社)	66.7	16.7	-	33.3	16.7	16.7	-	-	16.7	33.3
(n=5社)	80.0	20.0	20.0	-	20.0	-	-	-	-	20.0
スリランカ (n=4社)	25.0	25.0	-	50.0	-	-	-	25.0	25.0	50.0
(n=5社)	40.0	40.0	-	20.0	20.0	20.0	-	-	40.0	40.0
オセアニア計 (n=66社)	51.5	36.4	12.1	34.9	21.2	36.4	6.1	6.1	30.3	16.7
(n=37社)	37.8	40.5	8.1	27.0	27.0	29.7	2.7	-	27.0	27.0
オーストラリア (n=50社)	50.0	34.0	4.0	42.0	18.0	42.0	6.0	6.0	32.0	20.0
(n=26社)	30.8	34.6	3.9	30.8	23.1	34.6	-	-	15.4	30.8
ニュージーランド (n=16社)	56.3	43.8	37.5	12.5	31.3	18.8	6.3	6.3	25.0	6.3
(n=11社)	54.6	54.6	18.2	18.2	36.4	18.2	9.1	-	54.6	18.2

図表 9 DI 値でみた 2008 年の利益見込み（非製造業, 2007 年 11 月時点との比較）

（単位：ポイント）



(注) 図表 5 と同じ。

(3) DI 値でみた 2009 年の営業利益見通し、非製造業は改善を見込む

2009 年の営業利益見通しについて、製造業では「改善」と回答した企業の割合（33.3%）が「悪化」と回答した企業の割合（31.4%）を上回った。

ASEAN、南西アジア、オセアニアの 2009 年の営業利益見通しを DI 値でみると、製造業全体では 2.0 ポイントとなった（図表 10）。

このうち ASEAN の DI 値は 0.3 ポイントとなった。2008 年の営業利益見込みと 2009 年の営業利益見通しを DI 値で比較すると、シンガポールは 30.6 ポイントの改善を見込む一方、インドネシアでは 45.5 ポイント減となり、国によりばらつきが見られた。シンガポールで改善と回答した理由をみると「輸出拡大による売上増加」（62.5%）が最多であり、調査時点では米国発の金融危機の影響がそれほど大きく表れていなかったことが読み取れる。インドネシアで営業利益見通しが悪化する理由をみると「現地市場での売上減少」（38.1%）や「輸出低迷による売上減少」（35.7%）より、「調達コストの増加」（50.0%）が高いことから、調査時点では金融危機の影響よりもコスト増が問題であったことがうかがえる。

南西アジアの DI 値は 11.5 ポイントとなった。2008 年の営業利益見込みと 2009 年の営業利益見通しを DI 値で比較すると、インドでは 35.0 ポイントと大きく改善した。改善する理由は「現地市場での売上増加」（75.9%）が次点の「生産効率の改善」（41.4%）を大きく引き離している。

オセアニアの DI 値は 8.2 ポイントとなった。2008 年の営業利益見込みと 2009 年の営業利益見通しを DI 値で比較すると、オーストラリアでは 12.1 ポイント、ニュージーランドでは「改善」と「悪化」が各々 37.5 ポイントとなったことから DI 値はゼロとなった。オーストラリアの 2009 年の営業利益見通しが改善する理由は「現地市場での売上増加」、「生産効率の改善」が各々 40.0% で最も多く、次いで「輸出拡大による売上増加」（33.3%）と続いた。

2009 年の営業利益見通しについて、非製造業では「改善」と回答した企業の割合が 36.9%、「悪化」と回答した企業の割合が 23.1% となり、非製造業全体の DI 値は 13.8 ポイントとなった（図表 11）。

ASEAN の DI 値は 6.5 ポイントとなった。2008 年の営業利益見込みと 2009 年の営業利益見通しを DI 値で比較すると、ベトナムが 32.1 ポイントと大きく改善した。ベトナムで 2009 年の営業利益見通しが改善する理由は「現地市場での自社の売上増加」（60.0%）、「新商品・サービスの開拓」（52.0%）が多い。他方、マレーシアは 14.2 ポイント悪化した。マレーシアの 2009 年の営業利益見通しが悪化する理由は「現地市場での自社の売上減少」（61.9%）が多く、業種別では建設／プラントから多く指摘されている。

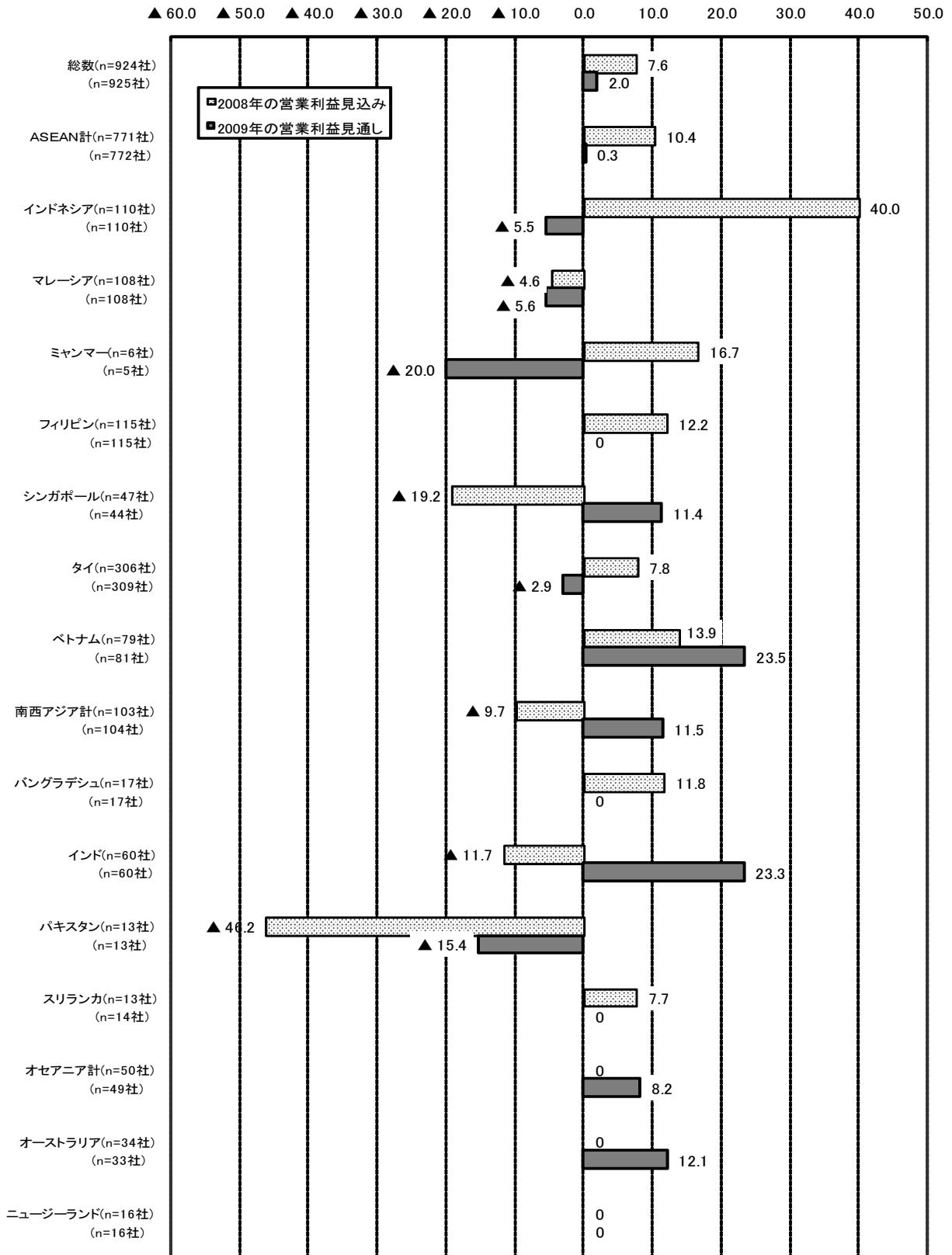
南西アジアの DI 値は 34.2 ポイントであった。2008 年の営業利益見込みと 2009 年の営業利益見通しを DI 値で比較すると、バングラデシュは 20.0 ポイント増となったのが目立つ。改善と回答した理由をみると、「現地市場での自社の売上増加」（75.0%）が最も多く、業種別では商社（80.0%）が多く挙げている。

オセアニアの DI 値は 21.6 ポイントとなった。2008 年の営業利益見込みと 2009 年の営業利益見通しを DI 値で比較すると、オーストラリアでは 15.9 ポイント、ニュージーランドでも 13.3 ポイントと大幅に改善した。オーストラリアの 2009 年の営業利益見通しが改善する理由は「現地市場での自社の売上増加」（58.5%）で、販売会社（83.3%）やホテル／旅行／外食（71.4%）が多く挙げた。また、ニュージーランドでも 2009 年の営業利益見通しが改善する理由をみると「現地市場での自社

の売上増加」(56.3%)との回答が商社などで挙げられた。

図表 10 DI 値でみた利益見込み (製造業)

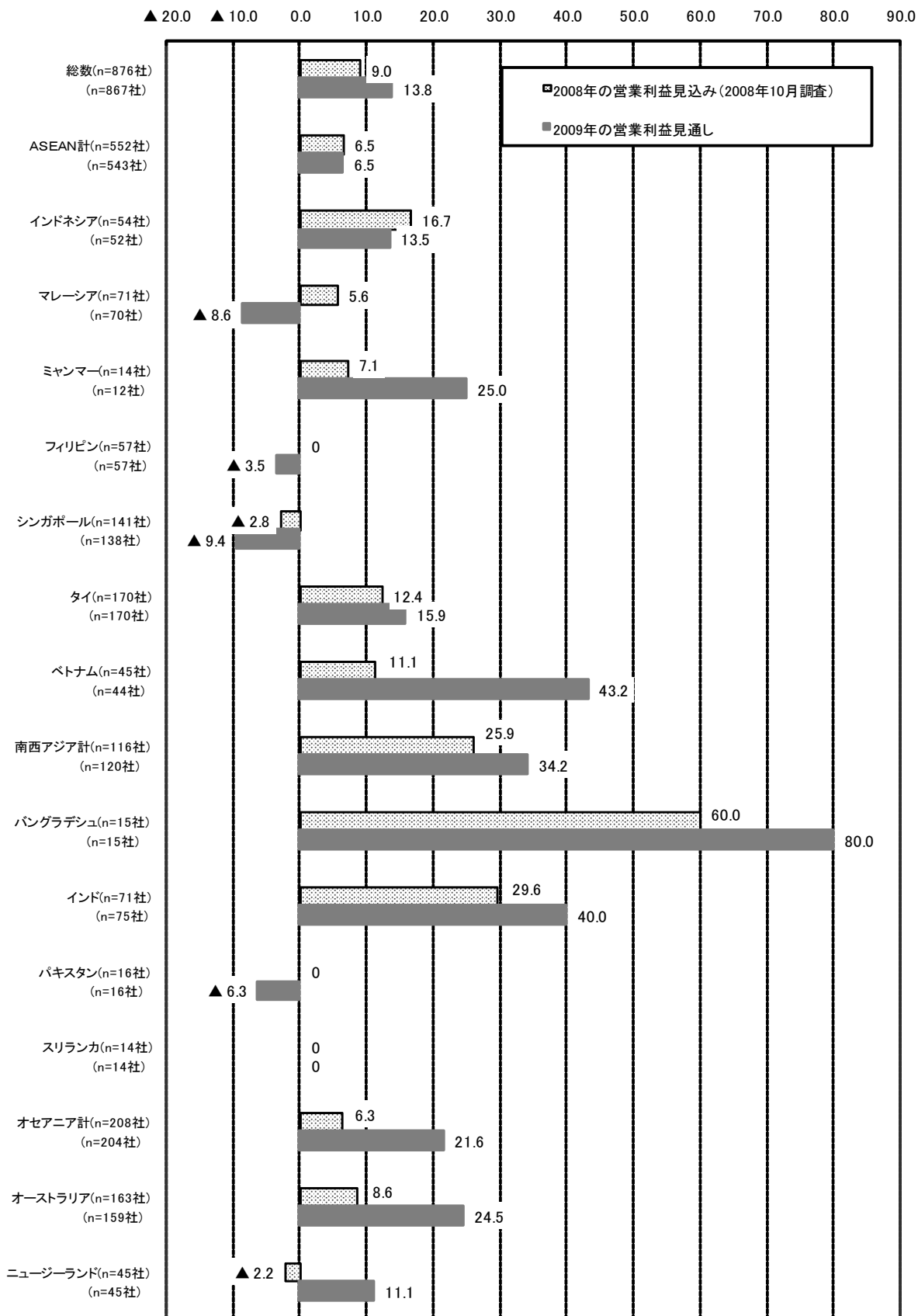
(単位:ポイント)



(注)図表 5 と同じ。

図表 11 DI 値でみた利益見込み（非製造業）

（単位：ポイント）



（注）図表 5 と同じ。

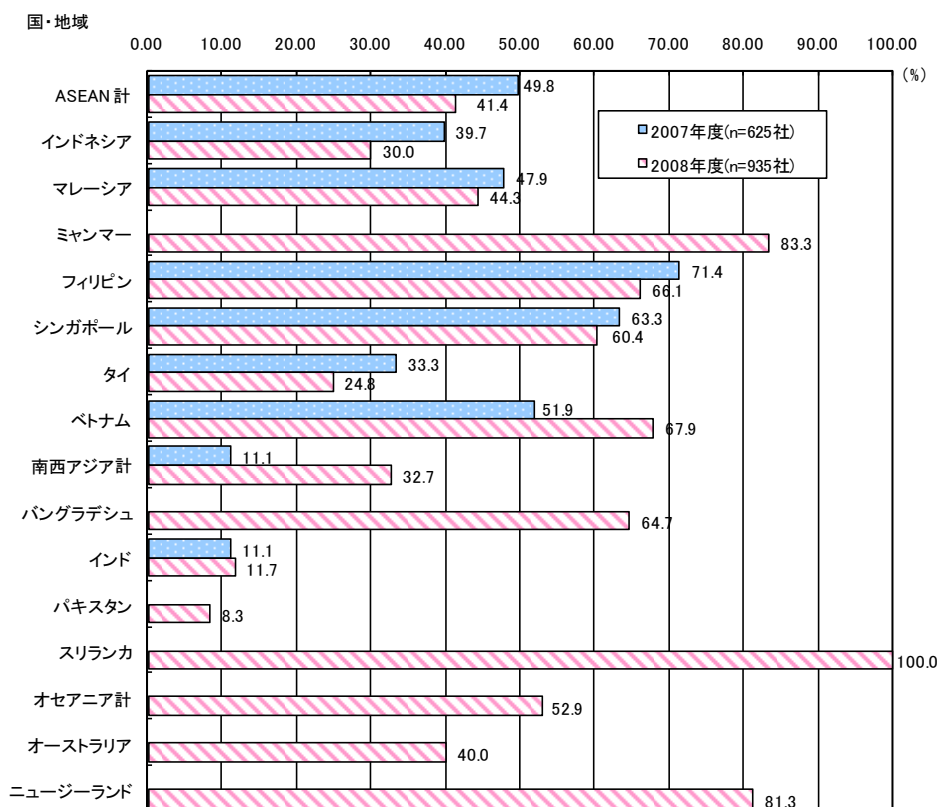
2. 輸出入の状況

(1) 輸出指向型企業の割合（国・地域別）

アジアの日系製造企業は、進出先の市場規模、賃金等所与の条件に応じて、内需指向型、輸出指向型、もしくは両方の機能を兼ね備えた併存型に分類できる。特に、アジアの日系企業では円高局面に進出、第三国への輸出拠点として位置付けられた企業も多い。ここでは売上高に占める輸出の比率が70%以上の企業を「輸出指向型企业」とし、各国の状況を見た（図表12）。

ASEAN 進出企業のうち、輸出指向型企业比率は41.4%と、前年度調査(49.8%)を下回った。ジェトロの本調査では徐々に同比率が下落しており、2002年度調査の58.7%と比べると17.3%ポイント減少している。ASEAN の中で輸出指向型企业比率が高いのは、回答企業数は少ないものの、8割を超えたミャンマー(83.3%)、これにベトナム(67.9%)、フィリピン(66.1%)が続く。これらの国々は他のASEAN 各国に比べ、比較的労賃が安価なことに加え、国内市場規模に限りがあることから、第3国向け輸出拠点として輸出加工区などで操業している企業が多い。とりわけ、ベトナムの回答企業のほぼ半分が100%輸出企業である。

図表12 輸出比率70%以上と回答した進出日系製造企業の割合(国・地域別)



注:ミャンマー、バングラデシュ、パキスタン、スリランカ、オーストラリア、ニュージーランドは08年度から調査を実施。

一方、ASEAN の中で輸出指向型企业比率が最も低いのは、昨年度同様タイで、24.8%に過ぎない。これにインドネシアが30.0%で続く。タイ、インドネシアはASEAN の中では経済規模が大きく、多くの企業が輸出に加えて国内で販売している。そのため、ベトナムと異なり、100%輸出企業は各々

5.7%、8.2%に過ぎない。これまで ASEAN を第 3 国輸出拠点と位置付ける企業が多かったが、近年までの ASEAN の順調は経済成長、更にはタイの自動車産業に代表されるように、97 年のアジア通貨危機により内需依存の企業が深刻なダメージを受けた反省から、内需と外需とをバランスする意識があるとみられる。

ASEAN 各国で、輸出指向型企業比率が前回調査から下落を見せている中で、異なる動きをしているのがベトナムである。ベトナムにおいて、昨年度調査で輸出指向型企業比率は 51.9%であったが、本年度調査では 67.9%と 16%ポイント拡大している。ベトナムでは、アンケート回答製造企業数は前回 27 社であったが、今回 82 社へと大幅に増えたことにより数値が大幅に変動したことが考えられるものの、一部に、WTO 加盟に伴う約束事項の履行による事業環境変化の要因も考えられる。ベトナム政府は 2008 年以降、輸出入権の外国企業への付与、および卸売業の開放を順次実施している。そのためベトナム国内向けを中心に製品を供給していた企業は、他の ASEAN 製品と激しい競争にさらされようとしている。これら企業は、ベトナム拠点の位置付けを見直し始め、輸出にも力を入れるようになっている。現に、前回調査で輸出比率が 70%以上である割合は 51.9%である一方で、0~30%以下の割合は 44.4%を占めるなど、輸出指向型、内需指向型とほぼ半々に分かれていた。今回の調査では、0~30%未満の割合は 27.2%にまで減少した一方、輸出指向型企業比率が 67.9%と拡大した。

一方、インドを除き南西アジアは、前回調査を実施していない。南西アジアはインドとパキスタン、そしてバングラデシュとスリランカと大きく 2 つに分けられる。インド、パキスタンの日系企業は各々進出国内向けが中心である。輸出比率 30%未満の企業の割合は、インドで 80.0%、パキスタンで 91.7%に達する。その一方、スリランカ、バングラデシュは輸出拠点と位置付けられており、輸出指向型企業比率は各々 100%、64.7%に達する。

オセアニアをみると、進出分野での特徴がそのまま現れている。ニュージーランドは食品・農水産加工分野や木材・木製品分野の割合が高く、同国から輸出する傾向が強い。そのため輸出指向型企業比率は 81.3%にのぼる。一方、オーストラリアもニュージーランドと同じ分野がある一方で、豪国内向け機械類製造企業も多く、輸出指向型比率は 40.0%であった。

(2) 業種別動向

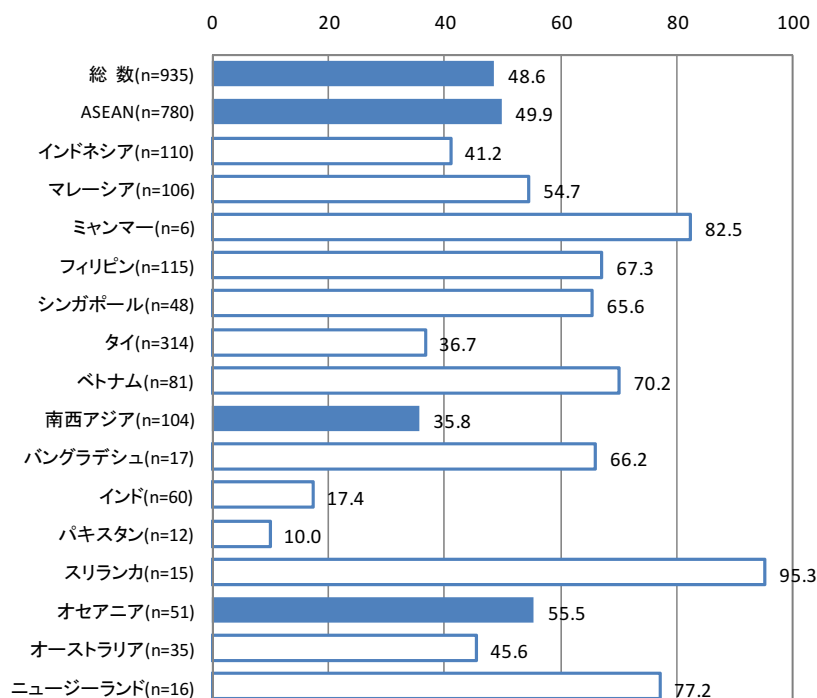
業種別でみると、輸出比率 70%以上と回答した比率が高いのは、木材・木製品、家具・インテリア製品で、全てが 70%以上の輸出指向型企業であった。これに衣服・繊維製品 (85.7%) が続く。軽工業品分野は輸出指向型の傾向にある。一方、国内向け比率 (輸出比率 30%未満) の割合が高いのは、医薬品 (100%)、輸送用機器 (82.4%)、紙・パルプ (66.7%)、鉄鋼 (64.3%) であり、進出先の国内市場に特化する傾向にある。

(3) 平均輸出比率

アンケートでは、輸出比率の範囲を提示し、選択してもらっている。各々の回答範囲の中間値を用い、各国の売上高に占める輸出比率の平均を算出した。ASEAN 全体で平均輸出比率は 49.9%であった。回答企業数が少ないものの、域内はミャンマーが 82.5%で最も高く、これにベトナム (70.2%)、フィリピン (67.3%)、シンガポール (65.6%) が続く。域内で平均輸出比率が最も低いのはタイで 36.7%、これにインドネシアが続く (41.2%)。これら国々には、主要な最終製品アッセンブラーが進出していることに加えて、ASEAN の中でも国内需要が比較的大きいためとみられる。

一方、南西アジアは内需指向型のインド、パキスタン、輸出指向型のバングラデシュとスリランカとに明確に分かれている（図表 13）。

図表 13 売上高に占める平均輸出比率(国・地域別)

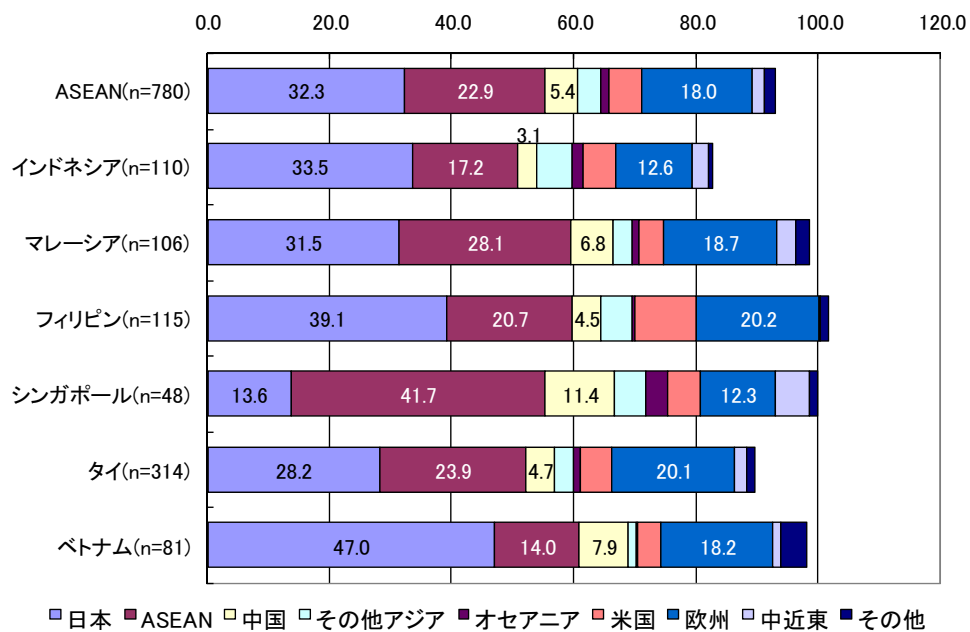


また、ASEAN 各国において、輸出全体を 100 としたときの国・地域別輸出比率を地域別輸出比率の中間値を用いて平均を算出した。そのため全てを合計しても、完全に 100 にはならない。ASEAN 全体では、最大の輸出先は日本で、約 3 分の 1 (32.3%) を占め、これに ASEAN 域内 (22.9%)、欧州 (18.0%) が続く。近年、中国向け輸出が拡大しているものの、5.4%に過ぎず、日系企業の間では ASEAN・中国間での製品間、および工程間分業はまだ限られている（図表 14）。

ASEAN の中で、日本向け輸出比率が高いのは、ベトナム (47.0%)、フィリピン (39.1%) である。これら企業は、ASEAN で製造した製品を日本に戻しており、日・ASEAN 間で製品間、および工程間で分業するなど生産を棲み分けている。

一方、ASEAN 向け輸出は、ASEAN 先行加盟国において域内からの関税削減・撤廃について、2008 年に対象品目の 80%で関税撤廃を達成している。総輸出に占める ASEAN 域内向け輸出比率が特に高いのはシンガポールであり、全体の約 4 割にのぼる。マレーシア、タイでも ASEAN 向け比率は高く、各々 28.1%、23.9%を占めるまでになっている。前回調査と記入方法が異なり、厳密に言えば比較することは出来ないが、前回調査と比べ、日本及び ASEAN 向けのシェアは減少、かわって EU 向けがシェアを拡大している。前回調査で EU 向けは、インドネシアの 2.4%を除き、ASEAN 平均で 6.1%、各々 6%前後に過ぎなかった。今回の調査では ASEAN 全体で 18.0%へと大きく伸びている。

図表 14 ASEAN 主要国における地域・国別輸出比率



3. FTA/EPA の利用状況

企業が FTA/EPA を利用する場面は、輸出と輸入に分けられる。輸出者として FTA/EPA を利用するにあたっては、製造者・輸出者が当該製品の原産性を証明する原産地証明書（COO）を取得する必要があるが、その際は審査部局から求められる書類を漏れなく準備しなければならない。そのため、発給費用に加え、人件費など手続きコストを負担しなければならない。これら作業を行って初めて輸出先での関税が減免される。一方、輸入者として FTA/EPA を利用する際は、輸出者から入手した COO を税関で提示するのみである。また、実際に恩恵を受けるのは、これまで関税を支払ってきた輸入者であり、様々な手続き負担にも関わらず、輸出者もしくは一連の手続きに関わる輸出品の構成部品製造者には、直接的には恩恵は受けられない。

ASEAN の日系輸出指向型企業の多くは、各国政府による投資恩典措置により、輸入関税を支払っていない。一方、部品を製造・輸出した場合、相手国で同様に投資恩典措置で免税される場合もあり、COO 取得が不要な企業もある。しかし、ASEAN のうち、輸出指向型比率が低く、ASEAN の中で最大の経済規模を誇るインドネシアとそれに続くタイの市場開拓には、関税が低減化される FTA の役割は重要である。

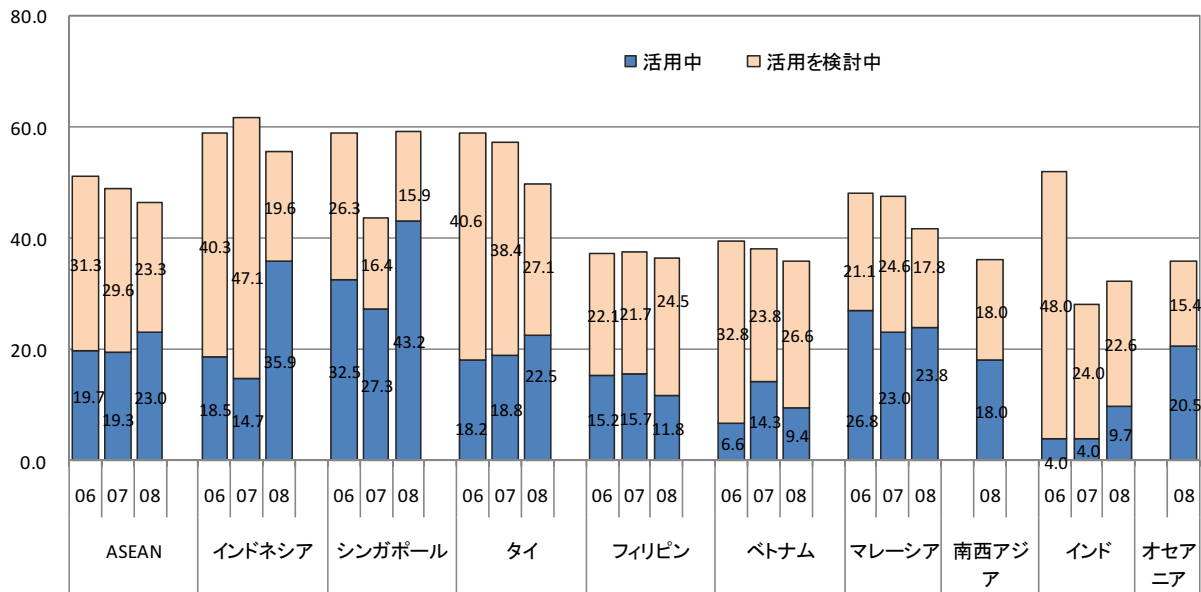
今回、輸出入での FTA/EPA の利用につき調査した（有効回答：輸出 670 社、輸入 635 社）。輸出面において企業が FTA を利用するか否かを判断する際、①FTA を使ってどの程度関税が下がるか、②輸出相手国で当該輸出品は投資恩典などにより無税扱いとなっていないか、③手続きコストに見合うだけの輸出量があるか、その上で④当該品目の原産地規則が満たせるか、などの条件に照らし合わせ決定される。

（1）輸出での利用状況

在 ASEAN 日系製造企業の輸出において、FTA/EPA を利用している割合は 23.0%であった。ASEAN の中で最も高い利用率を誇ったのは、シンガポール（利用率 43.2%）であり、これにインドネシア（同 35.9%）、タイ（同 22.5%）が続く。一方、多くの企業が輸出加工拠点として位置付けているフィリピン、ベトナムは約 1 割にとどまっている。南西アジア、オセアニアをみると、前者で 18.0%、後者で 20.5%である（図表 15）。

一方、ASEAN において FTA/EPA の利用を検討している企業は、回答企業の約 4 分の 1（23.3%）と、利用している割合とほぼ同水準である。国別に見ると、タイ（27.1%）、ベトナム（26.6%）、フィリピン（24.5%）で比率が高く、FTA/EPA に対する期待が高い。この結果、「利用している」、「利用を検討している」企業を、「FTA/EPA の関心企業」とすると、その比率は ASEAN 全体で 46.3%と、ほぼ半数である。中でも関心が高いのはシンガポール（59.1%）、インドネシア（55.4%）、タイ（49.6%）である。

図表 15 輸出における FTA/EPA 利用率および利用検討比率の推移



注：ASEANにはミャンマーを含む。南西アジアはバングラデシュ、パキスタン、スリランカを含む。オセアニアはオーストラリア、ニュージーランド。これら各国は、08年度から調査を実施。

輸出における利用率について、各国が締結している FTA/EPA 別にみた。回答の母数が少ない場合、利用率が大きく出る可能性があることから、①有効回答数が 20 社以上、②うち利用率 5% 以上、のものを抜き出した（図表 16）。最もアジア大洋州で利用されている FTA は、シンガポールの AFTA であり、在シンガポール日系製造業のうち 31.8% が AFTA を使っている。これに、インドネシアの日インドネシア EPA (JIEPA) が 21.7% で続く。JIEPA は 2008 年 7 月に発効したばかりであり、実施から 4 カ月目に本調査が行われたにも関わらず、5 社に 1 社が利用している。在インドネシア日系企業が日本向け輸出で JIEPA を使っている分野は、主に繊維、衣服・繊維製品、木材・木製品、プラスチック製品などである。第 3 位にシンガポールの ASEAN 中国 FTA (ACFTA) が 18.2% で続く。主に食品・農水産加工、化学品、電気・電子部品の分野で利用している。在シンガポール日系製造企業の中国向け輸出比率は周辺国に比べ高く、平均で 11.4% である。

輸出における FTA/EPA 利用率と利用検討中の比率につき、ここ 3 年間の推移を見ると、インドネシア、シンガポール、タイ、インドで利用率が拡大した。特にインドネシアは 08 年 7 月に日本との EPA が締結されたことが利用率を押し上げている。タイについても 07 年 11 月に発効したことがその理由である。一方、ベトナムについて AJCEP が 12 月 1 日に発効したものの、本調査実施後の発効であったため、利用率は伸びてはいない。FTA/EPA 利用率と利用検討中比率を「FTA/EPA 関心企業比率」とすると、ASEAN ではこの 3 年間徐々に減少している。FTA/EPA の利用に関心がない企業が緩やかではあるが、徐々に増えているのは、既に輸入関税を減免されている、もしくは欧米など主要輸出国との間で FTA が無いことが主な理由である。

日系企業の所在国別にみた利用率上位の FTA/EPA について、16 本のうち約 3 分の 1 にあたる 5 本はシンガポールの日系企業の活用によるものである。シンガポールは、二国間ベースで 2001 年にニュージーランドと FTA を締結して以来、アジア太平洋地域では、日本 (2002 年)、豪州 (2003 年)、インド (2005 年)、韓国 (2006 年) などと、次々と締結、FTA による輸出市場整備に努めてきた。その結果、シンガポールはアジアで最も FTA 網を持つ国になっており、それらを活用するなど日系

企業が恩恵を受けている。

一方、FTA 相手国に着目すると、アジア太平洋の日系企業が主に使っている FTA/EPA は、ASEAN 自由貿易地域 (AFTA) (6 本)、日本との EPA (4 本) である。

図表 16 輸出における FTA 別利用率上位

順位	所在国	FTA相手国・地域	有効回答数	FTA別活用比率	(参考) 所在国の FTA活用企業シェア
1	シンガポール	ASEAN	44	31.8	43.2
2	インドネシア	日本	92	21.7	35.9
3	シンガポール	中国	44	18.2	43.2
4	オーストラリア	ニュージーランド	24	16.7	20.8
5	マレーシア	ASEAN	101	14.9	23.8
6	タイ	ASEAN	262	13.7	22.5
7	マレーシア	日本	101	12.9	23.8
8	タイ	日本	262	11.5	22.5
9	シンガポール	日本	44	11.4	43.2
10	シンガポール	韓国	44	9.1	43.2
11	シンガポール	豪州	44	9.1	43.2
12	フィリピン	ASEAN	102	8.8	11.8
13	ベトナム	ASEAN	64	7.8	9.4
14	インドネシア	ASEAN	92	6.5	35.9
15	インド	タイ	31	6.5	9.7
16	マレーシア	中国	101	5.0	23.8

(注)有効回答20社以上、活用比率5%以上のみ抽出。

AFTA は 1993 年に発効したが、関税低減化に伴い、その注目度は高まってきた。ASEAN 事務局資料によると、2008 年 8 月時点での関税撤廃率は、全品目の関税が撤廃されているシンガポールを筆頭に、ブルネイ (関税撤廃率 85.4%)、フィリピン (同 82.9%)、マレーシア (同 82.6%)、タイ (同 80.0%)、インドネシア (同 80.0%) の先行加盟国全てで、中間目標であった「関税撤廃率 80%」を達成している。その結果、2008 年時点で ASEAN10 カ国の平均関税率は 1.95%、ASEAN 先行加盟 6 カ国に至っては 0.97%と、1%を割り込んでいる。現在、2010 年の関税撤廃に向けて、最終段階に入っている。更に、2008 年 8 月には、AFTA の利用を促す効果が期待出来る利用条件の変更が行われた。ASEAN はこれまで、AFTA 利用の前提条件となる原産性の判断を「付加価値基準 40%」としていたが、2008 年 8 月から、「関税番号変更基準 (4 桁)」との選択制を一般原則にした。この結果、これまで AFTA 利用を諦めていた製品についても、アジアでも最も低水準となっている AFTA の特惠関税が享受出来る可能性が一気に高まった。

一方、日本との EPA の多くは、シンガポールを除き、2006 年以降に発効し、まだ十分には関税削減が進んではいない。しかし、インドネシアの 21.7%を筆頭にマレーシア、タイ、シンガポールでも利用率上位に名を連ねている。日本はもともと工業製品など非農業製品の関税率は世界でも低い水準である。WTO の World Tariff Profiles 2008 によれば、単純平均で日本の非農業製品分野の関税率は 2.6%であり、米国 (3.2%)、EU (3.8%) より低い。しかし、農産品・農産加工品については 21.8%に達する。中でも乳製品 (154.7%)、穀物・同調製品 (64.3%) が高い。日本は 09 年 2 月現在、開発途上国からの農水産品 337 品目、鉱工業製品の 5,980 品目では、通常関税率よりも低い一般特惠関税 (GSP) を付与している。日本の EPA では、GSP 対象品目について、GSP 税率が EPA 特惠税率と比べ低ければこれまで通り GSP を利用できるが、ほとんどの品目で EPA 税率のほうが低くなっており、GSP 対象から外された。そのため、今回の調査で日本との EPA を利用しているとした企業

の中には、GSP から EPA への乗り換え分が数多く含まれている。

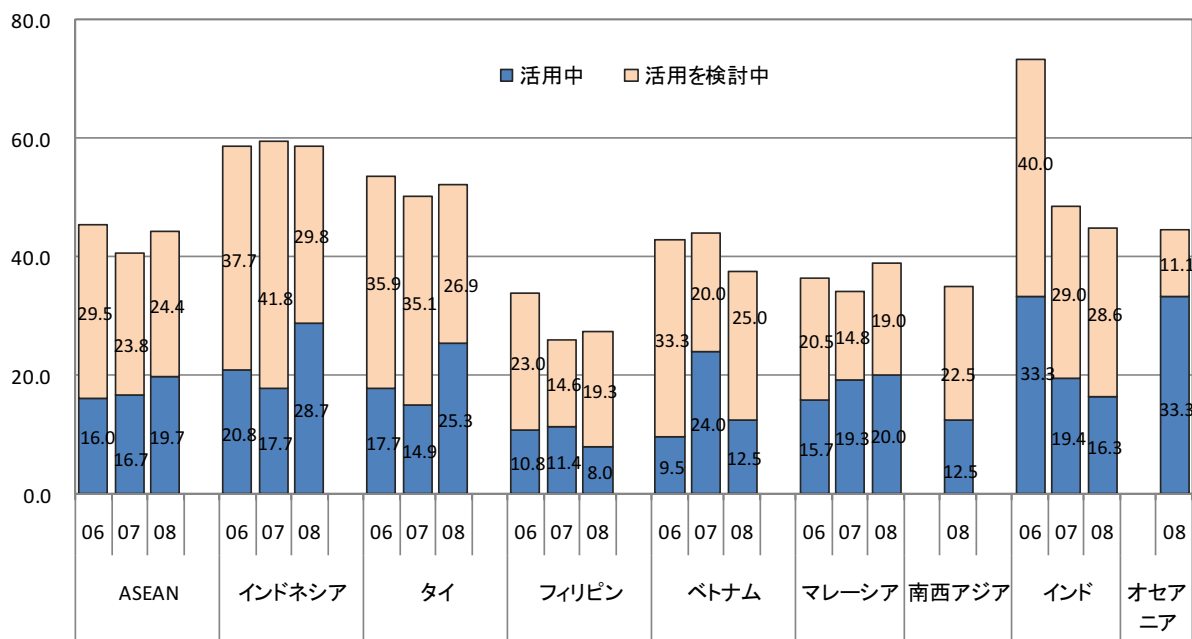
例えば、タイは日本との EPA を 2007 年 11 月に発効させた。日本との EPA 発効後、GSP 利用額は極端に減少した。商務省外国貿易局によれば、2008 年 1～11 月までの間で GSP を利用した日本向け輸出額は 1 億 2,708 万ドルであったが、これは前年同期（11 億 3,452 万ドル）比で実に 88.8%減少している。GSP 利用者が EPA へ乗り換えたことを物語っている。

（２）輸入での利用状況

輸入における FTA/EPA の利用状況を見ると、ASEAN 全体で 19.7%の企業が利用しており、輸出（23.0%）を下回った。特徴的なのはオセアニアの利用率の高さであり、その比率は 33.3%にのぼる。特に、豪州では 42.1%が利用していると回答しており、国別では最も利用率が高い。豪州に続き、利用率が高いのがインドネシア（28.7%）、タイ（25.3%）、マレーシア（同 20.0%）である。ここ 3 回の調査をみると、利用率がインドネシア、タイ、マレーシアで拡大している。輸出でも記載した通り、2008 年のインドネシア、タイの利用率拡大は、日本との EPA 発効に由来するところが大きいとみられる。インドネシアで FTA/EPA を利用している 27 社に注目すると、日インドネシア EPA（JIEPA）の利用が最も多い。27 社のうち日本から輸入実績があるのは 23 社であり、このうち約 7 割を占める 16 社が JIEPA を利用している。鉄鋼、金属製品分野で各々 3 社が利用、これに輸送用機器部品分野が 2 社で続く。

また、利用を検討している企業の割合については、ASEAN で 24.4%であった。既に利用している企業比率とあわせた FTA/EPA 関心企業比率は、この 3 年間で大きく変わってはおらず、ASEAN で 45%前後である。今回より調査したオセアニアやインドもほぼ同水準である。国によって関心度合いが異なるが、関心企業比率は主にインドネシアやタイで比較的高い傾向にある（図表 17）。

図表 17 輸入面での FTA/EPA 利用状況



注1: ASEANにはミャンマーを含む。南西アジアはバングラデシュ、パキスタン、スリランカを含む。オセアニアはオーストラリア、ニュージーランド。これら各国は、08年度から調査を実施。

注2: シンガポールはビール等アルコール類6品目を除き関税撤廃されているため、省略

輸入において所在国別に個々の FTA の利用率を算出し、輸出と同様、①有効回答 20 社以上、②利用率 5%以上のみ抜き出した。最も利用されている FTA/EPA は、インドネシアの対日 EPA (JIEPA) であり 17%であった。これに日マレーシア EPA、日タイ EPA と、上位 3 つが日本との EPA である。また以降、インドの対タイ FTA (TIFTA) の早期関税引き下げ措置 (アーリーハーベスト: EH) が 5 番目に入っている他は、全て AFTA で占められている (図表 18)。

図表 18 輸入における FTA 別利用率上位

順位	所在国	FTA相手国	有効回答数	FTA別活用比率	(参考) 所在国の FTA活用 企業シェア
1	インドネシア	日本	94	17.0	28.7
2	マレーシア	日本	95	12.6	20.0
3	タイ	日本	253	12.3	25.3
4	タイ	ASEAN	253	10.3	25.3
5	インド	タイ	49	10.2	16.3
6	マレーシア	ASEAN	95	9.5	20.0
7	ベトナム	ASEAN	64	9.4	12.5
8	フィリピン	ASEAN	88	8.0	8.0
9	インドネシア	ASEAN	94	7.4	28.7

(注)有効回答20社以上、活用比率5%以上のみ抽出。

オセアニアに関しては、2005年1月より、タイ豪州 FTA (TAFTA) が発効している。大手日系企業は、同 FTA を活用し、自動車や家電製品などをタイから輸入している。豪州の有効回答は 19 社であったため、図表 18 には含まれていない。しかし、豪州で TAFTA を利用している比率は 31.6%に上り、豪州の締結する FTA で最も活用されている。豪州の自動車輸入において、乗用車についてはタイは、日、独に次ぐ 3 番目の輸入相手国になっている。また商用車については、日本、米国を抑えて最大の輸入相手国である。

(3) FTA/EPA を利用していない理由

2000 年代に入り、FTA/EPA の認知度はアジアで急速に高まってきた。しかし、国によってばらつきはあるものの、依然として半分以上の企業は「全く活用予定はない」としている。輸出において ASEAN で FTA/EPA の利用が出来ない理由として、最大は「輸出先で輸入関税が減免、FTA のメリットなし」(123 社/37.6%)、これに「輸出先との間に FTA/EPA が存在しない」が 75 社 (22.9%) が続く。また「輸出先の一般関税が低く FTA のメリットがない」(65 社/19.9%) と回答した企業もある。製造品を日本に戻す場合、日本の関税が既に撤廃、もしくは非常に低い水準になっており、敢えて EPA/FTA を使う必要がないことが、この調査結果でも裏付けられている。一方、南西アジア、オセアニアについては、回答企業の約 4 割で「輸出先との間に FTA/EPA が存在しない」と回答している (図表 19)。

図表 19 FTA/EPA を利用しない理由(輸出)

(単位:社、%)

輸出先	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、FTAのメリットなし	原産地規則自体のハードルが高い	原産地証明書の審査・発給コストが高い	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	輸出先との間にFTA/EPAが存在しない	その他
ASEAN 計(n=327社)	19.9	37.6	4.0	2.5	4.6	1.5	4.6	22.9	22.6
インドネシア(n=34社)	17.7	38.2	2.9	8.8	5.9	2.9	5.9	26.5	35.3
マレーシア(n=55社)	23.6	52.7	-	-	1.8	-	1.8	14.6	14.6
ミャンマー(n=4社)	-	75.0	25.0	-	-	-	-	25.0	-
フィリピン(n=61社)	9.8	32.8	4.9	-	3.3	1.6	9.8	21.3	27.9
シンガポール(n=15社)	6.7	40.0	-	13.3	13.3	6.7	6.7	20.0	26.7
タイ(n=122社)	26.2	32.8	6.6	2.5	6.6	1.6	4.1	22.1	22.1
ベトナム(n=36社)	19.4	33.3	-	-	-	-	-	38.9	16.7
南西アジア計(n=37社)	16.2	18.9	-	-	-	2.7	2.7	37.8	29.7
インド(n=19社)	10.5	5.3	-	-	-	5.3	-	42.1	42.1
オセアニア計(n=24社)	12.5	29.2	-	-	-	-	-	41.7	25.0

一方、輸入については、「全く活用予定はない」と回答した企業につき、ASEAN では「投資恩典スキームで既に関税免税を享受しているため」と理由をあげる企業が 321 社中 157 社 (48.9%) にのぼり、圧倒的多数を占める。またこれに「関税が賦課される国内販売が少ない」(13.4%)、「輸入元との間に FTA/EPA が存在しない」(13.1%) が続く。一方、オセアニア、南西アジアでは、「輸入元との間に FTA/EPA が存在しない」が各々 50.0%、42.6% で最大を占める (図表 20)。

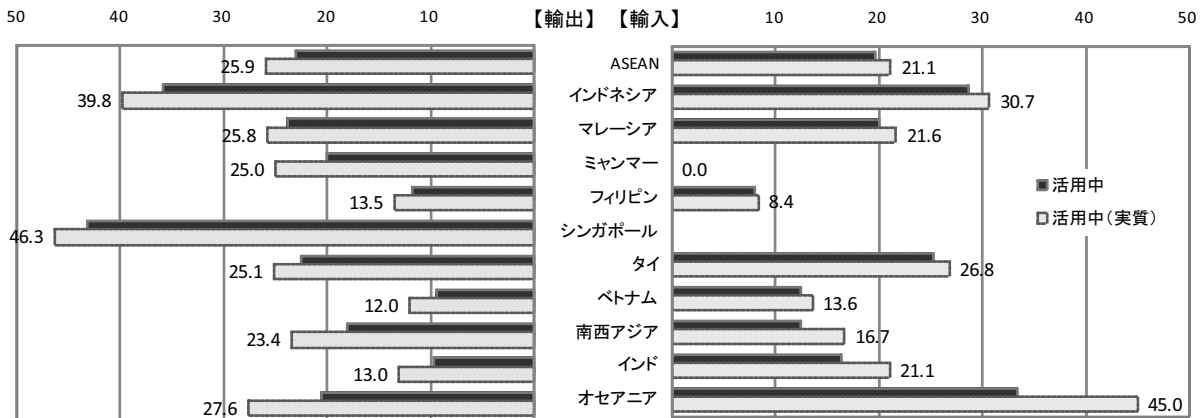
図表 20 FTA/EPA の利用がない理由(輸入)

〔輸入〕

輸入先	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	段階的な FTA の関税率引き下げではメリットがない	輸入元との間に FTA/EPA が存在しない	その他
ASEAN 計(n=321社)	48.9	13.4	2.2	0.3	12.8	4.1	13.1	15.9
インドネシア(n=35社)	34.3	14.3	-	-	11.4	5.7	17.1	31.4
マレーシア(n=55社)	45.5	20.0	-	1.8	14.6	3.6	12.7	10.9
ミャンマー(n=5社)	20.0	60.0	20.0	-	-	-	40.0	-
フィリピン(n=60社)	61.7	8.3	3.3	-	5.0	-	8.3	16.7
シンガポール(n=18社)	-	22.2	5.6	-	22.2	-	16.7	38.9
タイ(n=113社)	51.3	10.6	2.7	-	15.9	8.0	12.4	14.2
ベトナム(n=35社)	68.6	8.6	-	-	11.4	-	14.3	2.9
南西アジア計(n=47社)	29.8	4.3	4.3	-	2.1	4.3	42.6	14.9
インド(n=23社)	4.4	-	8.7	-	4.4	8.7	47.8	30.4
オセアニア計(n=14社)	-	-	-	-	14.3	7.1	50.0	28.6

輸出入相手先との間で FTA/EPA がなければ、利用は不可能である。FTA/EPA の利用率を算出したが、算出の際に使用した母数となる有効回答企業数から、予め「輸出先(輸入先)との間に FTA/EPA が存在しない」と回答した企業数を差し引き、再び利用企業数を除して実質利用率を算出したところ、輸出は 23.0% から 25.9% に、輸入は 20.6% から 21.1% へと、それぞれ利用率が向上した。特に、オセアニアの実質利用率は高く、輸出で 7.1% ポイント増の 27.6% に、輸入では 11.7% ポイント増の 45.0% になった (図表 21)。

図表 21 FTA/EPA の利用率と実質利用率



注: 実質利用率は、利用企業数 / (有効回答企業数 - 「相手国との間にFTA/EPAが存在しない」と回答した企業数) で算出。

(4) 輸出面での FTA/EPA の利用の条件「特惠マージン」

前述のとおり、輸出において FTA/EPA を利用する場合、輸出者側で COO 取得手続きを行う必要があり、これら手続きコストが求められる。FTA/EPA で得られる特惠マージンが手続きコストを上回って初めて FTA/EPA の利用が検討される。本調査で、FTA を利用している企業と利用を検討している企業に対して、最恵国待遇 (MFN) 税率と FTA 税率とで、どの程度の特惠マージン (関税メリット) があれば FTA/EPA を利用するか聞いた。在アジア・オセアニア日系製造業 390 社のうち、最も多かったのは「3~5%未満」で 28.2%を占める。これに「5~7%未満」が 27.9%で続く。その一方で、関税差が「10%以上」にならないと FTA 利用を検討出来ない企業も 15.6%あった。これら「10%以上」と回答した企業は、輸出量自体が少ないため、(手続きコストがかかる) 原産地証明書 (COO) 取得は、10%以上の特惠マージンが必要と考えているとみられる。

各々の回答範囲の中間値を用い、日系企業が FTA/EPA の利用に踏み切る平均特惠マージンを算出したところ、5.3%であった。地域別に見ると、ASEAN は 5.2%で最も低く、これにオセアニア、南西アジアが各々 5.9%、6.2%で続く。ASEAN では、COO 取得手続き自体がある程度浸透しており、そのため南西アジアやオセアニアに比べ平均値が低くなっているとみられる。例えば、インドネシアは当該品目の原産性審査は即日から最大でも 3 日以内、COO についても即日発給されるなど、ASEAN の中で最も手続き面で FTA が利用しやすい国の一つである。実際に、日本とインドネシアとの EPA が 08 年 7 月に発効したが、インドネシアの COO は一般に取得しやすく、ほぼ 1 日で取れるので問題ないとするのが多くの日系企業の声であるという。本調査でも、平均特惠マージンがインドネシアで最も低く、平均より 1%低い 4.3%であった。所在国によって COO 取得のために求められる書類や手続きコスト等には格差があり、手続きが煩雑であればあるほど、特惠マージンは高くなる傾向にあると推測される。概して、輸出先で関税が課されている品目について、平均 5~6%程度の特惠マージンがあれば、FTA 利用に踏み切る企業が多い (図表 22)。

図表 22 FTA 利用を検討する特惠マージン

単位: %

	アジア・オセア ニア全体	ASEAN						南西アジア	オセアニア
			タイ	インドネシア	マレーシア	フィリピン	ベトナム		
有効回答	390社	339社	152社	66社	39社	36社	26社	34社	17社
1%未満	6.7	6.8	7.2	10.6	5.1	2.8	0.0	5.9	5.9
1~3%未満	14.4	14.7	17.1	15.2	12.8	13.9	11.5	8.8	17.6
3~5%未満	28.2	28.9	23.7	40.9	25.6	38.9	23.1	23.5	23.5
5~7%未満	27.9	28.6	28.9	22.7	43.6	16.7	34.6	26.5	17.6
7~9%未満	2.6	2.7	3.9	4.5	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0
9~10%未満	4.6	4.7	6.6	1.5	2.6	5.6	7.7	5.9	0.0
10%以上	15.6	13.6	13.2	4.5	10.3	22.2	23.1	26.5	35.3
平均	5.3	5.2	5.3	4.3	5.2	5.6	6.3	6.2	5.9

(5) 輸入における FTA/EPA の利用の条件「投資恩典管理コスト」

ASEAN では、前述の通り FTA/EPA を利用していない企業のうち、ほぼ半数を占める 48.9%は「投資恩恵スキームで既に関税免税を享受している」ことを挙げている。ASEAN の多くの国で、投資恩典スキームにより、例えば輸出向け製品用原材料や部材については、既に輸入関税が減免されており、敢えて FTA/EPA を使う必要はない。国によって異なるものの、投資恩典スキームを利用するには、投資自体の認可を前提条件に、輸入の際に予め申請・認可が必要であること、担当部局への定期報告、輸入原材料・部材の国内向け製品用・輸出向け製品用での分別管理などが求められる。

これら投資恩典スキームを活用している企業が、FTA/EPA 利用に移行するには、FTA/EPA 特惠関税水準が、投資恩典享受のための管理コストを下回ることが条件となる。投資恩典スキーム利用のための管理コストを聞いたところ、調査を実施したアジア全体で、対原材料・部品輸入額比「1%未満」が最も多くほぼ半分を占めた（有効回答 159 社）。これに「1~3%未満」が 33.3%で続く。回答範囲の中間値をもとに、投資恩典スキームの管理コストが輸入原材料・部品額比でどの程度を占めるか平均値を算出したところ、アジア全体、および ASEAN 全体で 1.9%、南西アジアで 2.3%であった。国別に見ると、最も管理コストを要するのがタイで平均 2.2%であった。これにベトナム（2.1%）、マレーシア（1.7%）が続く。最も管理コストが低いのがインドネシアで 1.3%に過ぎない（図表 23）。

現在、FTA/EPA で最も関税削減が進展しているのが AFTA である。AFTA においては、ASEAN 先行加盟 6 カ国の平均 AFTA 税率は、2008 年で 0.97%であった。AFTA について言えば、管理コストを既に下回っており、利用条件は整っている。しかし、日系企業の調達における ASEAN からの調達比率は限られている。前回調査では、国内調達も含む全調達額のうち、ASEAN 域内調達は 11.5%に過ぎず、圧倒的に日本（同 37.8%）に依存している（国内調達は 40.0%）。そのため、輸入面での日系企業の本格的な利用は、ASEAN 各国と日本との二国間 EPA、もしくは日 ASEAN 包括的経済連携協定（AJCEP）での関税の大幅な低減を待たねばならない。シンガポールを除き、日本と ASEAN との EPA が発効したのは、マレーシアの 2006 年 7 月を皮切りに、2007 年にはタイ、08 年にはインドネシア、そして ASEAN 全体との EPA が発効している。日本が締結する EPA では、関税撤廃までに最大 10 年を要する。そのため、主に原材料・部品を日本から調達している企業は、当面、投資恩典措置を活用し続けることになるだろう。

図表 23 投資恩典スキームの管理コストの対原材料・部品輸入額比

単位:%

	アジア全体	ASEAN						南西アジア
			タイ	インドネシア	マレーシ	フィリピン	ベトナム	
有効回答	159社	146社	55社	12社	21社	34社	23社	13社
1%未満	49.1	50.0	36.4	58.3	66.7	64.7	43.5	38.5
1~3%未満	33.3	32.9	43.6	33.3	19.0	23.5	34.8	38.5
3~5%未満	8.2	8.2	10.9	8.3	4.8	5.9	4.3	7.7
5~7%未満	5.0	4.8	3.6	0.0	4.8	0.0	17.4	7.7
7~9%未満	1.3	0.7	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7
9~10%未満	1.3	1.4	1.8	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0
10%以上	1.9	2.1	1.8	0.0	4.8	2.9	0.0	0.0
平均	1.9	1.9	2.2	1.3	1.7	1.6	2.1	2.3

4. 原材料・部品の調達

(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、2008年見込み）を尋ねたところ、アジア大洋州全体では、「70%以上」と回答した企業が43.6%、「50～70%未満」とする企業が38.9%、「50%未満」とする企業が17.5%となった（有効回答数909社）。

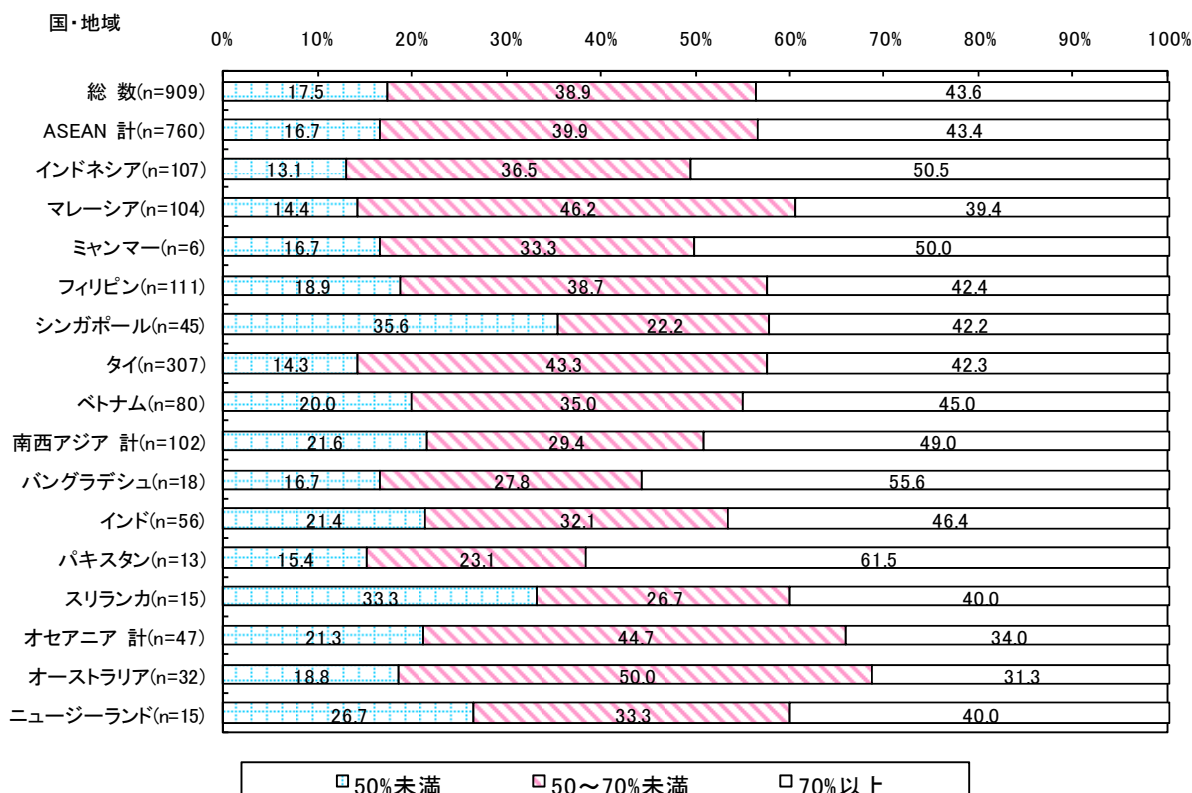
ASEAN全体では、「70%以上」と回答した企業が43.4%となった。国別に見ると、インドネシアでは「70%以上」とする企業が半分となった。シンガポールは「50%未満」とした企業の割合（35.6%）が他国に比べて高く、高付加価値製品の生産が他国に比べ多いことや人件費が高いことがうかがえる。

南西アジア全体では、「70%以上」と回答した企業が49.0%となった。国別に見ると、パキスタン（61.5%）およびバングラデシュ（55.6%）で「70%以上」とする企業が多かった。

オセアニア全体では、「50～70%未満」とする企業が44.7%で最も多かった。

*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。

図表 24 製造原価に占める材料費の比率(国地域別)



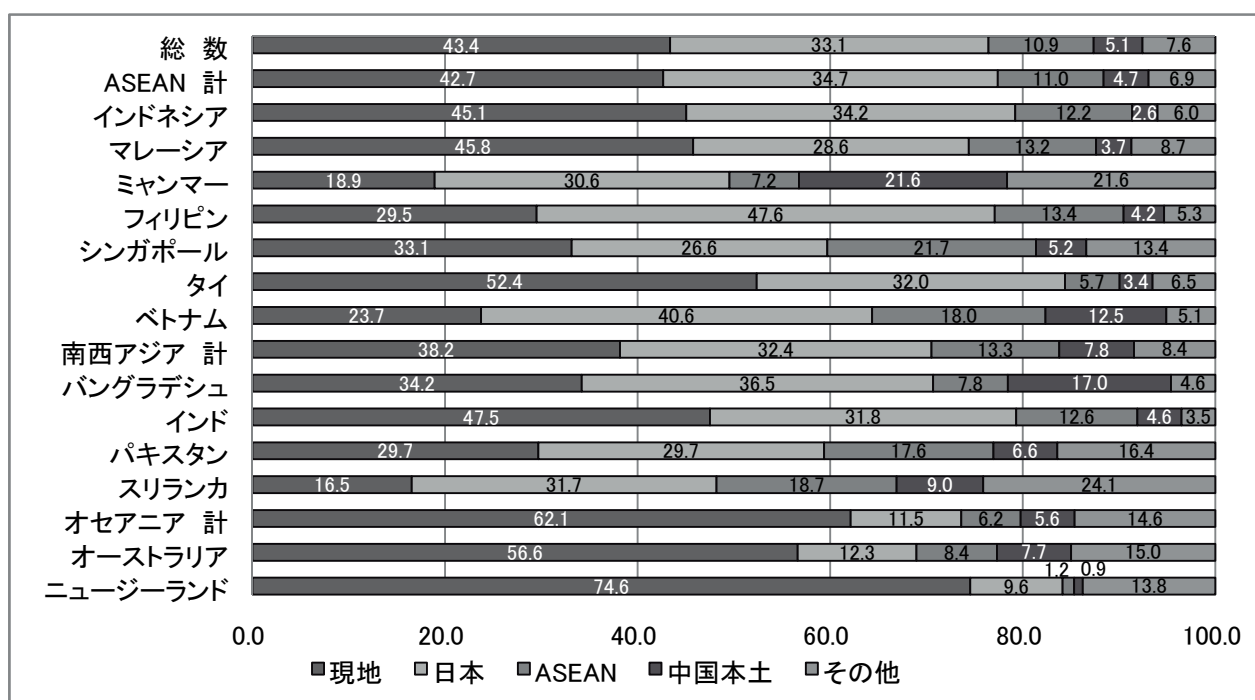
(2) 原材料・部品の調達先は進出国と日本

原材料・部品の調達先の内訳について、調達率の範囲を提示し、選択してもらった。各々の回答範囲の中間値を用い、調達先別に見た平均調達率を算出し、他国と比較できるように、合計が100%になるよう加重平均した(図表25)。ASEANでは、現地からの調達率が高いのはタイ(52.4%)、マレーシア(45.8%)、インドネシア(45.1%)で、他国に比すそ野産業の集積が進んでいることがうかがえる。フィリピン、ベトナムは日本からの調達率が高い(各々47.6%、40.6%)。

南西アジアでは、インド(47.5%)で現地調達率が高い。オセアニアはオーストラリア、ニュージーランドとも現地からの調達率が輸入調達率より高かった。

日系企業の進出数が特に多い、輸送機器、電機・電子分野における各国の現地調達率を見ると、輸送用機器はアジア大洋州全体の平均が43.4%であるのに対し、タイは70.0%、インドネシアは68.3%と高い。また、電機・電子部品はアジア大洋州全体の平均が29.3%であるのに対し、インドは61.7%、タイは42.3%と高く、すそ野産業の集積度の高さがうかがえる(いずれも加重平均前の比率)。

図表 25 調達先別・平均調達率



(注) 「その他」は「その他アジア」、「オセアニア」、「米国」、「欧州」、「中近東」、「その他」の合計。

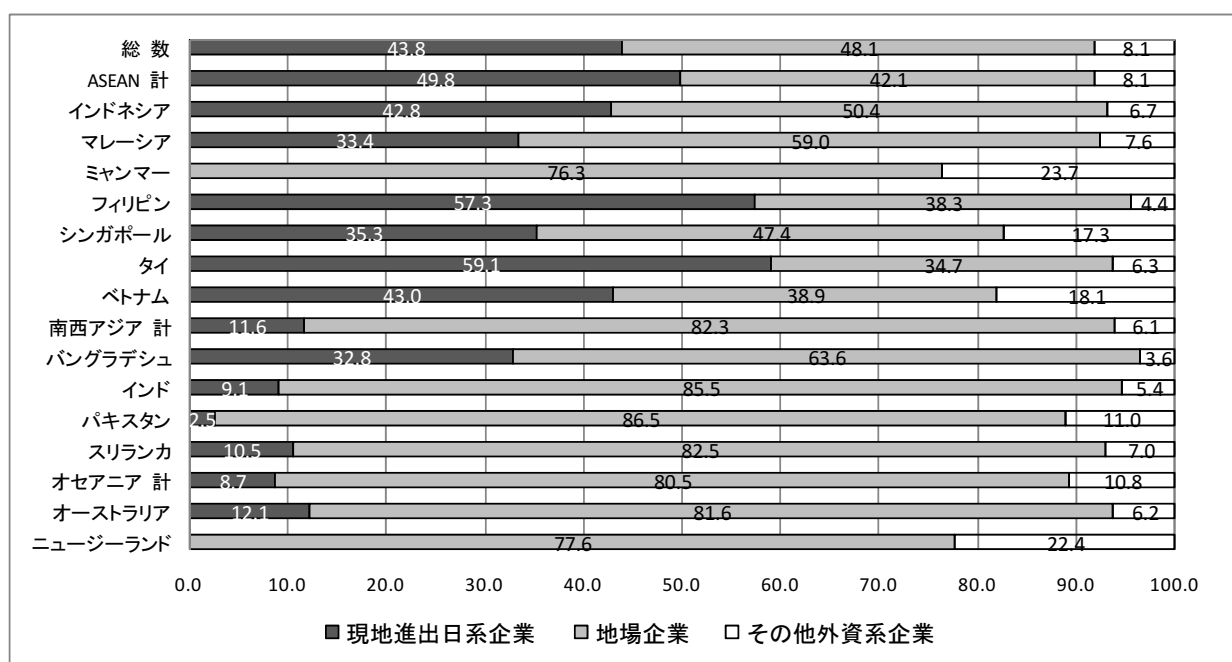
(3) 現地調達、ASEAN は日系企業、南西アジア・オセアニアは地場企業から (平均)

現地での調達先について、前項と同様、現地進出日系企業、地場企業、その他外資系企業からの調達率の範囲を選択してもらい、中間値を取ってそれぞれの平均調達率を算出した後、全体が100%になるよう加重平均した。ASEAN 全体では現地進出日系企業からの調達率(49.8%)が最も高く、次いで地場企業 (42.1%) となった。南西アジア全体では地場企業からの調達率 (82.3%) が抜きんでて高く、日本を含む外資系企業の進出数が少ないことがうかがえる。オセアニアも地場企業 (80.5%) からの調達率が最も高かった。

ASEAN のうち、現地進出日系企業からの調達率が高いのはタイ (59.1%)やフィリピン (57.3%)であった。いずれも輸送機器・電機電子機器関連分野を中心に産業基盤が整っている上、日系企業の集積度が高く、現地進出日系企業からの調達率が高いといえる。

インドは前項のとおり進出先で調達する割合は高いが、地場企業(85.5%)からの調達率が高く、現地進出日系企業(9.1%)からの調達率は低い。

図表 26 進出国(現地)の平均調達率



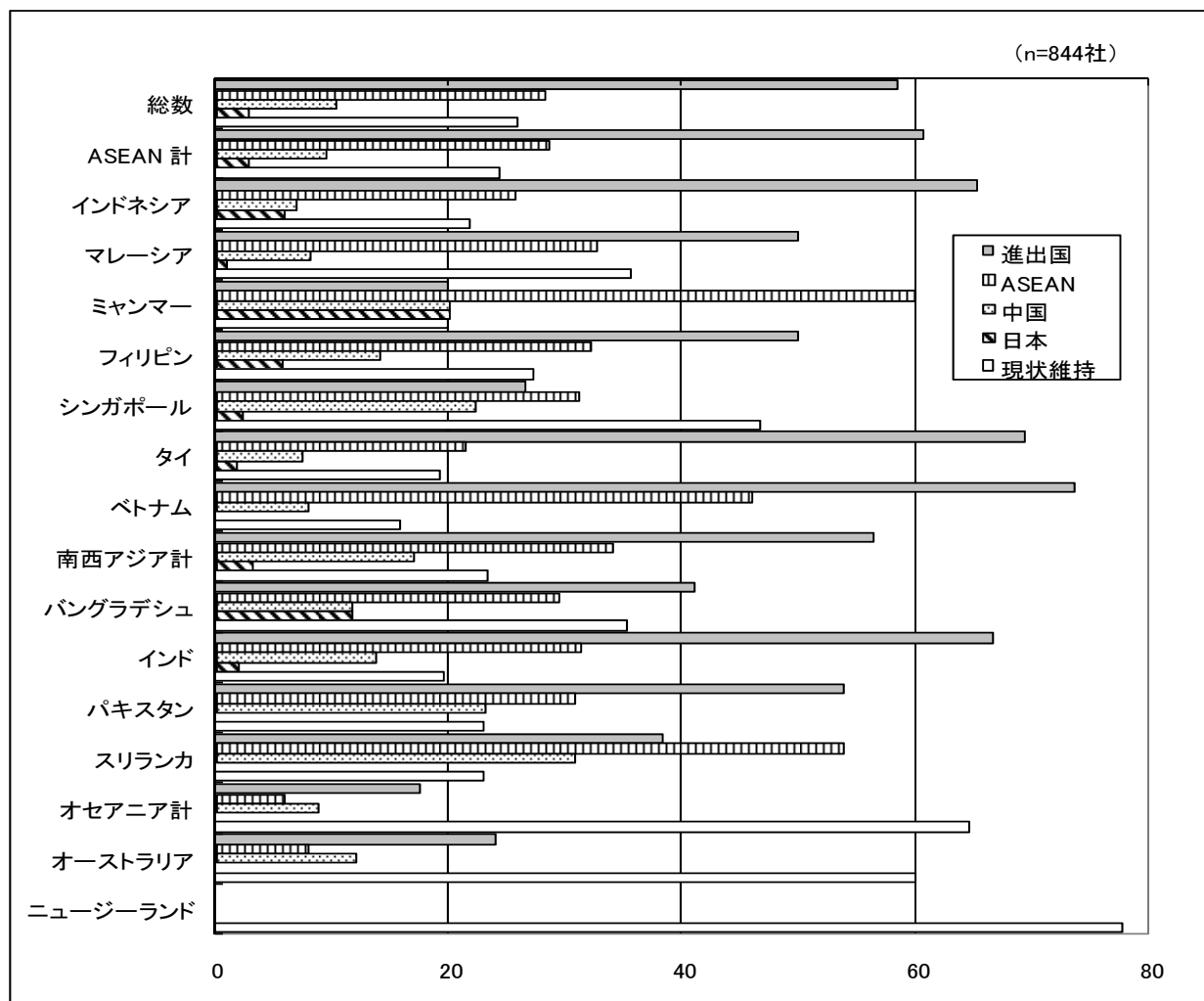
(4) 今後の原材料・部品調達先は「進出国」

今後の原材料・部品調達の方針について尋ねたところ、ASEAN 全体および南西アジア全体では「進出国からの調達を増やす」（各々60.8%、56.4%）と回答した企業が最も多く、オセアニアでは「現状の現地調達率を維持する」（64.7%）と回答した企業が最も多かった（複数回答、有効回答数 844社）。

ASEAN を国別で見ると、ベトナム（73.7%）、タイ（69.5%）、インドネシア（65.4%）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。ベトナムは、「現状維持」（15.8%）とする企業の割合がアジア全体で最も低い。域内分業において産業集積が進むタイ、インドネシアでは、輸送用機器および電機電子機器関連などで現地調達率をさらに引き上げる動きがみられる。

南西アジアを国別で見ると、「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のはインド（66.7%）で、業種別に見ると電機電子機器とその部品、輸送用機器とその部品が多い。すそ野産業の集積が既に進んでいることがうかがえる。

図表 27 今後の原材料・部品調達先(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

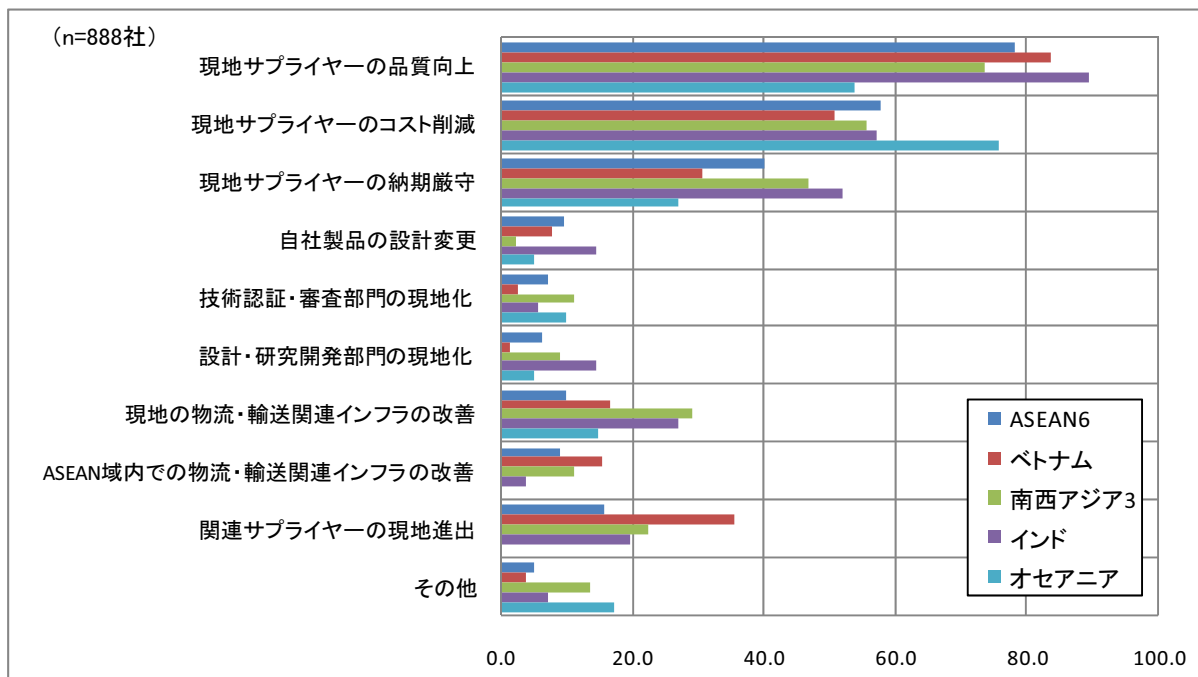
原材料・部品の現地調達率を拡大するために必要なことを尋ねたところ、ASEAN 全体では「現地サプライヤーの品質向上」(78.7%)が1位となり、次いで「現地サプライヤーのコスト削減」(56.8%)、「現地サプライヤーの納期厳守」(39.0%)が挙げられた(複数回答、有効回答数 888 社)。

ベトナムは他国に比べ、「関連サプライヤーの現地進出」(35.4%)を求める企業の割合が高いことに加え、今後の原材料・部品調達について「現地での調達率を引き上げる」とした企業の割合(73.7%)が ASEAN 域内で最も高いことから、現地調達拡大への期待・ニーズが高まっているのがうかがえる。

南西アジア全体では、ASEAN と同様に、「現地サプライヤーの品質向上」(82.2%)が最も多く、次いで「現地サプライヤーのコスト削減」(56.4%)、「現地サプライヤーの納期厳守」(49.5%)となった。また、ASEAN に比べ「現地の物流・輸送関連インフラの改善」を挙げる企業の割合が高い。

オセアニアは「現地サプライヤーのコスト削減」(75.6%)が最も多く、次いで「現地サプライヤーの品質向上」(53.7%)、「現地サプライヤーの納期厳守」(26.8%)が挙げられた。

図表 28 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

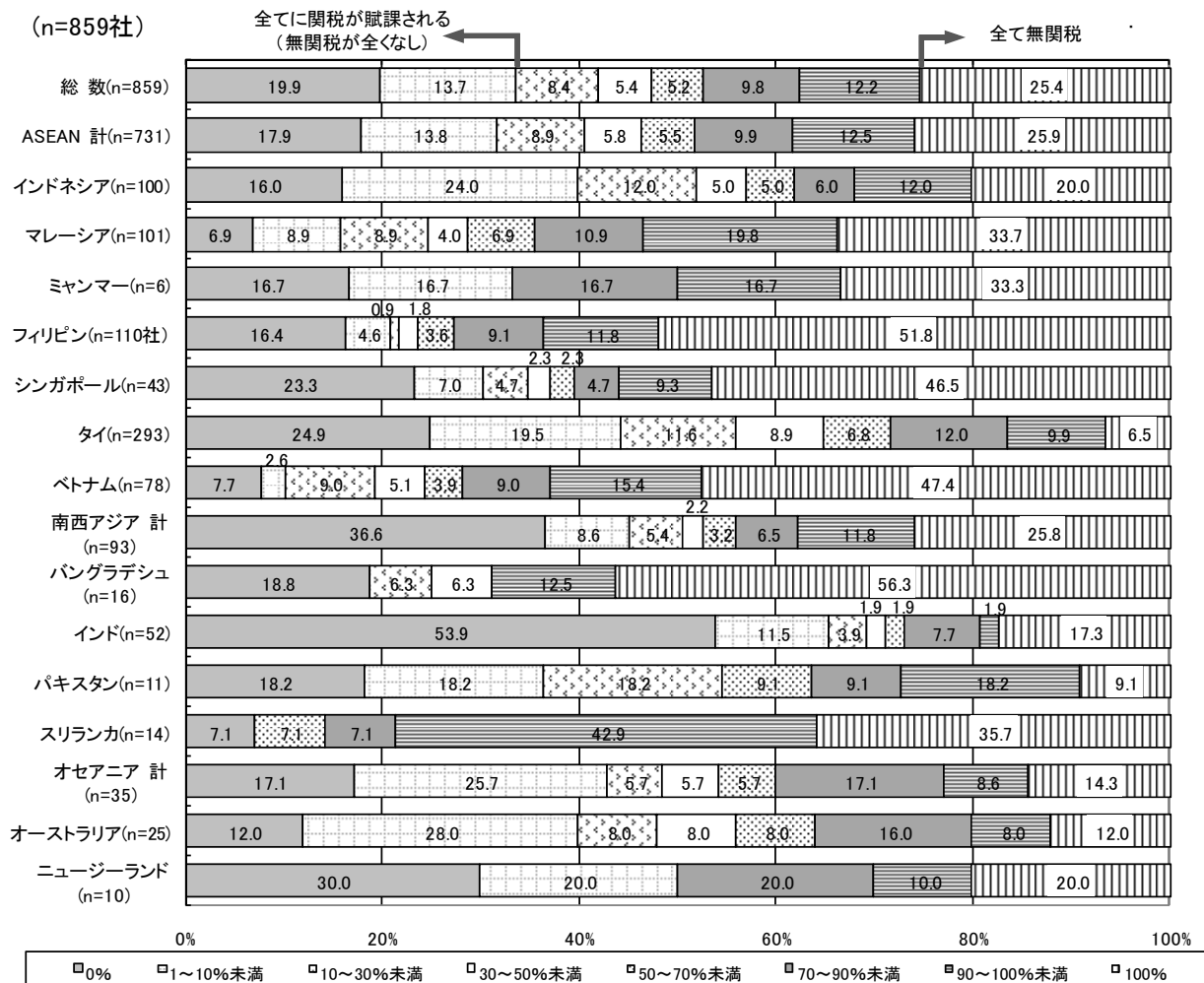
原材料・部品の輸入調達額で関税が0%となる比率について尋ねたところ、「100% (=全て無関税)」と回答した企業の割合は ASEAN 全体で 25.9%、南西アジア全体で 25.8%、オセアニアで 14.3%となった (有効回答数 859 社)。

ASEAN を国別で見ると、「全て無関税」の割合が高いのはフィリピン(51.8%)、ベトナム(47.4%)、シンガポール(46.5%)などであった。業種別に見ると、フィリピンでは電機・電子部品 (77.8%)、金属製品 (70.0%) など、ベトナムでは電気機械・電子機器 (77.8%)、衣服・繊維製品 (75.0%) など、シンガポールでは石油製品、プラスチック製品 (いずれも 66.7%) などで目立った。フィリピンとベトナムは、輸出加工区内で原材料の輸入関税が免除されるなど、輸出向け製品の生産において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く、AFTA の活用で無関税の割合が高いものと見られる。一方、「0% (=無関税が全くなし)」と回答した企業の割合が最も高かったのはタイ(24.9%)であった。業種別に見ると、金属製品 (39.1%)、輸送用機器部品 (35.9%)などで「無関税が全くなし」とする企業が目立つ。タイの単純平均関税率 (2006 年) は先行 ASEAN 加盟国の中で最も高く、特に衣類や輸送機器などは平均関税率が高い。2007 年 11 月に日タイ EPA が発効し、自動車を除く全ての鉱工業品の日本からの輸入関税が発効から 7~10 年以内に撤廃される予定である。

南西アジアを国別で見ると、「全て無関税」の割合が最も高いのはバングラデシュ (56.3%) であった。一方、インドは国内製造業の競争力強化のため、輸出企業向けの原材料関税減免スキームがあるものの運用は進んでおらず、「無関税が全くなし」と回答した企業の割合は 53.9%とアジア全体で最も高かった。2008 年 8 月に交渉が妥結した ASEAN-インド FTA の早期の署名・発効や、9 割の関税撤廃を目標に、2007 年 1 月から交渉が進められている日インド EPA の妥結が期待される。

オセアニアでは、「全て無関税」とした企業の割合はオーストラリアが 12.0%、ニュージーランドが 20.0%であった。

図表 29 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) n=859 社



(7) 製造原価、6割が「中国より高い」

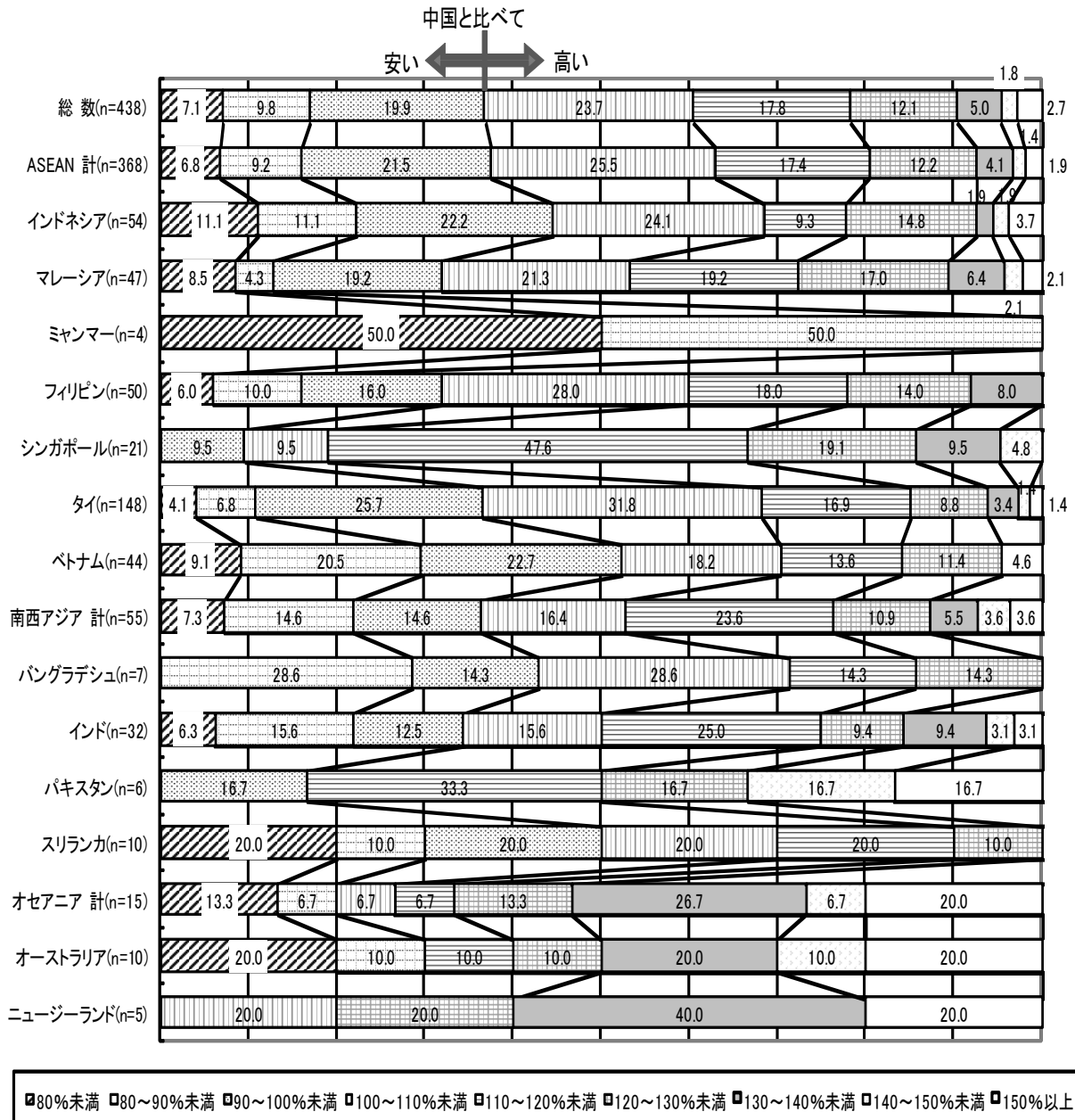
現地で生産する代表的な品目について、中国の関連会社での製造原価を100とした場合の対価を尋ねた(有効回答数438社)。ASEAN、南西アジア、オセアニア全体では、「100%以上(=進出先での製造原価の方が中国より高い)」とした企業の割合は63.1%で、「100%未満(=進出先での製造原価の方が中国より安い)」とした企業の割合は36.9%であった。業種別にみると、100%未満と回答した企業の割合が高いのは、ゴム製品、非鉄金属、衣服・繊維製品などであった。

ASEAN全体では、「100%以上」と回答した企業の割合が62.5%となった。国別でみると、シンガポール(90.5%)が最も高く、マレーシア(68.1%)、フィリピン(68.0%)と続いた。一方、「100%未満」と回答した企業の割合は、ミャンマー(100.0%)、ベトナム(52.3%)で高く、製造コストが依然として中国より割安であることがうかがえる。

南西アジア全体では、「100%以上」と回答した企業の割合が63.6%となり、ASEANとほぼ同率であった。国別に見ると、パキスタン(83.3%)が最も高い。一方、「100%未満」と回答した企業の割合は、スリランカ(50.0%)やバングラデシュ(42.9%)で高かった。インドでは、繊維、医薬品、輸送用機器などで「100%未満」と回答した企業の割合が高かった。

オセアニアでは、「100%以上」とする企業の割合が 80.0%に達した。ただし、オーストラリアでは、ゴム企業（1社）で「80%未満」、非鉄金属企業（1社）で「80～90%」と、中国より製造原価が安いとの回答が見られた。

図表 30 進出先の製造原価（中国での製造原価と比較した場合、国地域別）



5. 経営上の問題点

(1) 販売・営業面での問題点

ASEAN、南西アジア、オセアニアの製造業を対象に販売・営業面での問題点について尋ねたところ、前回調査と同様「主要取引先からの値下げ要請」(46.3%)と回答した割合が最も多かった(図表 31-1)。続いて、「主要販売市場の低迷」(44.4%)が前回の第5位から第2位に順位を上げた。一方、前回第2位の「競合相手の台頭」(25.4%)は第5位に順位を下げた。競合相手の台頭よりも、景気の低迷が大きな問題であったことが窺える。

ASEANでは「主要取引先からの値下げ要請」(48.0%)との回答が前回同様最多となり、次いで、「主要販売市場の低迷」(45.8%)が前回の第5位から第2位に順位を上げた。主要販売市場の低迷を挙げた割合は、マレーシアの電気機械・電子機器が69.2%、フィリピンの電気・電子部品が55.6%など輸出指向型産業で高い。

南西アジアでも「主要取引先からの値下げ要請」(41.2%)が最多となり、次いで、「主要販売市場の低迷」(35.3%)、「競合相手の台頭」(33.3%)が僅差で続く。取引先からの値下げ要請や競合相手の台頭により、コストの引き下げ圧力が強まっている状況となっている。

オセアニアでは「主要販売市場の低迷」(43.1%)が第1位となった。ニュージーランドでは68.8%とその割合が高い。ニュージーランドの輸出先に関する設問では、輸出していると回答した16社中、最多の14社が輸出先として「日本」を挙げており、業種別では木材・木製品、食品・農水産加工が多く、これらの産業で対日輸出が不振であったことが窺える。

非製造業全体では、前回同様「競合相手の台頭(コスト面)」(45.1%)が第1位となった(図表 31-2)。続いて、「主要販売市場の低迷」(42.4%)が前回の第4位から第2位に順位を上げ、販売不振の影響が大きかったことが垣間見られる。

ASEANでも「競合相手の台頭(コスト面)」(49.5%)、「主要販売市場の低迷」(42.2%)が第1位、第2位となった。「競合相手の台頭(コスト面)」では、タイが58.1%と高く、業種別では運輸/倉庫が80.8%と高い。また「主要販売市場の低迷」ではシンガポールが49.3%と高く、業種別では販売会社が63.8%が多い。

南西アジアも「競合相手の台頭(コスト面)」(42.6%)が最多となった。一方、「現地の規制緩和が進まない」、「売掛金回収の停滞」といった問題も散見される。

オセアニアでは、「主要販売市場の低迷」(48.1%)、「競合相手の台頭」(35.1%)が上位を占めた。業種別にみると、前者ではオーストラリア、ニュージーランドともに「ホテル/旅行/外食」が各々92.3%、85.7%と多く、後者ではオーストラリアでは「販売会社」(49.0%)、ニュージーランドでは「ホテル/旅行/外食」(57.1%)の割合が高かった。

図表 31-1 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919社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位			第5位
総数	918	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷	主要取引先からの発注量の減少	新規顧客の開拓が進まない			競合相手の台頭
	100.0	46.3	44.4	34.3	27.6			25.4
ASEAN 計	765	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷	主要取引先からの発注量の減少	新規顧客の開拓が進まない			競合相手の台頭
	100.0	48.0	45.8	36.6	27.7			24.8
インドネシア	108	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	主要取引先からの発注量の減少			現地市場への安価な輸入品の流入
	100.0	41.7	35.2	28.7	24.1			24.1
マレーシア	106	主要販売市場の低迷	主要取引先からの値下げ要請	主要取引先からの発注量の減少	競合相手の台頭			本社からの生産発注量の減少 新規顧客の開拓が進まない
	100.0	50.9	49.1	37.7	27.4			24.5
ミャンマー	6	主要販売市場の低迷	世界的な供給過剰構造による販売価格の下落	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	本社からの生産発注量の減少	現地市場への安価な輸入品の流入	競合相手の台頭	
	100.0	83.3	50.0	33.3	16.7	16.7	16.7	
フィリピン	113	主要販売市場の低迷	主要取引先からの値下げ要請	主要取引先からの発注量の減少	新規顧客の開拓が進まない			本社からの生産発注量の減少
	100.0	47.8	42.5	40.7	31.0			23.9
シンガポール	47	主要販売市場の低迷	主要取引先からの値下げ要請	主要取引先からの発注量の減少	新規顧客の開拓が進まない	現地市場への安価な輸入品の流入		競合相手の台頭
	100.0	46.8	44.7	34.0	27.7			25.5
タイ	309	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷	主要取引先からの発注量の減少	新規顧客の開拓が進まない			競合相手の台頭
	100.0	52.1	48.5	41.8	27.8			26.9
ベトナム	76	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷	主要取引先からの発注量の減少	本社からの生産発注量の減少			新規顧客の開拓が進まない
	100.0	50.0	35.5	30.3	29.0			25.0
南西アジア 計	102	主要取引先からの値下げ要請	主要販売市場の低迷	競合相手の台頭	現地市場への安価な輸入品の流入			新規顧客の開拓が進まない
	100.0	41.2	35.3	33.3	28.4			26.5
バングラデシュ	17	主要取引先からの値下げ要請	主要取引先からの発注量の減少	主要販売市場の低迷	本社からの生産発注量の減少	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 競合相手の台頭
	100.0	58.8	47.1	41.2	29.4			23.5
インド	58	主要取引先からの値下げ要請	競合相手の台頭	現地市場への安価な輸入品の流入	主要販売市場の低迷			新規顧客の開拓が進まない
	100.0	39.7	36.2	29.3	25.9			24.1
パキスタン	13	主要取引先からの値下げ要請 主要販売市場の低迷 現地市場への安価な輸入品の流入	競合相手の台頭	新規顧客の開拓が進まない	主要取引先からの発注量の減少			世界的な供給過剰構造による販売価格の下落 売掛金回収の停滞
	100.0	38.5 38.5 38.5	30.8	23.1	15.4			7.7
スリランカ	14	主要販売市場の低迷	本社からの生産発注量の減少	主要取引先からの発注量の減少	新規顧客の開拓が進まない	現地市場への安価な輸入品の流入		競合相手の台頭
	100.0	64.3	50.0	42.9	35.7			35.7
オセアニア 計	51	主要販売市場の低迷	主要取引先からの値下げ要請	現地市場への安価な輸入品の流入	新規顧客の開拓が進まない			主要取引先からの発注量の減少
	100.0	43.1	31.4	29.4	27.5			23.5
オーストラリア	35	現地市場への安価な輸入品の流入	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	競合相手の台頭		本社からの生産発注量の減少 主要取引先からの発注量の減少
	100.0	40.0	34.3	31.4	20.0			17.1
ニュージーランド	16	主要販売市場の低迷	新規顧客の開拓が進まない	主要取引先からの発注量の減少	主要取引先からの値下げ要請			本社からの生産発注量の減少
	100.0	68.8	43.8	37.5	25.0			18.8

図表 31-2 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878社)

	有効回答	第1位			第2位			第3位			第4位			第5位							
総数	878	競合相手の台頭			主要販売市場の低迷			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			販売価格の下落							
	100.0	45.1			42.4			33.0			29.5			23.5							
ASEAN 計	548	競合相手の台頭			主要販売市場の低迷			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			販売価格の下落							
	100.0	49.5			42.2			37.2			31.8			24.3							
インドネシア	54	主要取引先からの値下げ要請			主要販売市場の低迷			競合相手の台頭			新規顧客の開拓が進まない			販売価格の下落							
	100.0	35.2			33.3			29.6			27.8			18.5							
マレーシア	71	競合相手の台頭			主要販売市場の低迷			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			販売価格の下落							
	100.0	46.5			45.1			40.9			35.2			22.5							
ミャンマー	14	新規顧客の開拓が進まない			現地の規制緩和が進まない			主要取引先からの値下げ要請		競合相手の台頭		競合相手の台頭		本社からの発注量の減少		主要販売市場の低迷		販売価格の下落		売掛金回収の停滞	
	100.0	57.1			50.0			28.6		14.3		7.1									
フィリピン	57	新規顧客の開拓が進まない		競合相手の台頭		主要販売市場の低迷			主要取引先からの値下げ要請			販売価格の下落			本社からの発注量の減少						
	100.0	45.6		42.1		26.3			21.1			19.3									
シンガポール	136	競合相手の台頭			主要販売市場の低迷			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			販売価格の下落							
	100.0	50.0			49.3			38.2			35.3			34.6							
タイ	172	競合相手の台頭			主要販売市場の低迷			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			販売価格の下落							
	100.0	58.1			44.8			33.1			32.0			25.0							
ベトナム	44	競合相手の台頭			新規顧客の開拓が進まない			現地の規制緩和が進まない			主要販売市場の低迷			競合相手の台頭							
	100.0	54.6			38.6			31.8			27.3			25.0							
南西アジア 計	122	競合相手の台頭			主要販売市場の低迷			主要取引先からの値下げ要請			現地の規制緩和が進まない			新規顧客の開拓が進まない							
	100.0	42.6			33.6			28.7			23.0			22.1							
バングラデシュ	15	競合相手の台頭			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		現地の規制緩和が進まない		競合相手の台頭		売掛金回収の停滞		新規顧客の開拓が進まない				
	100.0	46.7			40.0		33.3		26.7		13.3										
インド	76	競合相手の台頭			主要取引先からの値下げ要請			主要販売市場の低迷		現地の規制緩和が進まない		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				
	100.0	54.0			32.9			27.6		22.4			21.1								
パキスタン	18	主要販売市場の低迷			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			本社からの発注量の減少		競合相手の台頭		現地の規制緩和が進まない		売掛金回収の停滞				
	100.0	55.6			22.2			16.7			11.1		5.6								
スリランカ	13	主要販売市場の低迷		新規顧客の開拓が進まない		売掛金回収の停滞		本社からの発注量の減少		販売価格の下落		競合相手の台頭		主要取引先からの値下げ要請		現地の規制緩和が進まない					
	100.0	30.8		15.4		7.7															
オセアニア 計	208	主要販売市場の低迷			競合相手の台頭			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		販売価格の下落		競合相手の台頭						
	100.0	48.1			35.1			28.4			24.0		13.5								
オーストラリア	163	主要販売市場の低迷			競合相手の台頭			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							
	100.0	42.9			33.7			27.0			24.5			21.5							
ニュージーランド	45	主要販売市場の低迷			競合相手の台頭			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		販売価格の下落			本社からの発注量の減少						
	100.0	66.7			40.0			33.3		22.2		17.8									

(2) 生産面での問題点（製造業のみ）

生産面での問題点は、「調達コストの上昇」（71.1%）との回答が最も多かった（図表 32）。次いで、「限界に近づきつつあるコスト削減」（38.8%）、「原材料・部品の現地調達の難しさ」（38.1%）が続いた。2008 年の営業利益見込みの悪化理由をみても、第 1 位は「調達コストの増加」（67.4%）となっている。調達コストの上昇にも係わらず、コストの低減が限界に近づいている状況が窺える。

ASEAN でも同様に「調達コストの上昇」（71.6%）との回答が最多となった。国・業種別では、タイの輸送用機器部品が 90.6% で非常に高い。調達コストが上昇する一方、販売・営業面での問題点で「主要取引先からの値下げ要請」が第 1 位に挙げられており、部品メーカーはコストの上昇と値下げ要請の狭間で厳しいビジネス環境にある。

南西アジアでも、「調達コストの上昇」（62.4%）との回答が最も多かった。他方、第 4 位に「電力不足」（43.6%）との回答が入っているのが ASEAN、オセアニアと比べての特徴である。「電力不足」は、バングラデシュ（70.6%）、パキスタン（69.2%）でそれぞれ第 1 位と問題の大きさが窺える。

オセアニアでも「調達コストの上昇」（81.6%）が第 1 位となった。その他では、「環境規制の厳格化」（24.5%）との回答が第 3 位に挙げられたのが特徴である。オーストラリアでは進出する際に環境影響ステートメントの提出が求められるなど厳しい環境アセスメントを課していることなどを反映したものと思われる。

図表 32 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914社)

	有効回答	第1位	第2位		第3位		第4位		第5位		
総数	914	調達コストの上昇	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		品質管理の難しさ		設備面での生産能力の不足		
	100.0	71.1	38.8		38.1		37.6		20.1		
ASEAN 計	764	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		設備面での生産能力の不足		
	100.0	71.6	40.8		38.2		37.8		22.0		
インドネシア	109	調達コストの上昇	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	電力不足	設備面での生産能力の不足		品質管理の難しさ		
	100.0	73.4	43.1		38.5		37.6		33.9		
マレーシア	103	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		設備面での生産能力の不足		
	100.0	74.8	51.5		42.7		31.1		22.3		
ミャンマー	6	電力不足	設備面での生産能力の不足	短期間での生産品目の切り替えが困難	品質管理の難しさ	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			
	100.0	83.3	50.0		33.3		16.7				
フィリピン	112	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		設備面での生産能力の不足		
	100.0	60.7	46.4		42.0		36.6		14.3		
シンガポール	46	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		設備面での生産能力の不足		
	100.0	73.9	50.0		21.7		19.6		17.4		
タイ	309	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		設備面での生産能力の不足		
	100.0	75.1	39.2		38.2		31.4		21.4		
ベトナム	79	原材料・部品の現地調達 の難しさ	調達コストの上昇		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	69.6	68.4		45.6		34.2		29.1		
南西アジア 計	101	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	62.4	47.5		45.5		43.6		25.7		
バングラデシュ	17	電力不足	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		設備面での生産能力の不足	
	100.0	70.6	52.9		47.1		29.4		23.5		
インド	56	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	66.1	51.8		48.2		37.5		23.2		
パキスタン	13	電力不足	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		資本財・中間財輸入に対する高関税		
	100.0	69.2	53.9		38.5		30.8		23.1		
スリランカ	15	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		設備面での生産能力の不足	品質管理の難しさ	短期間での生産品目の切り替えが困難		
	100.0	66.7	46.7		40.0		33.3		26.7		
オセアニア 計	49	調達コストの上昇	限界に近づきつつあるコスト削減		環境規制の厳格化		原材料・部品の現地調達 の難しさ		品質管理の難しさ		
	100.0	81.6	34.7		24.5		22.5		12.2		
オーストラリア	33	調達コストの上昇	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		環境規制の厳格化		品質管理の難しさ		
	100.0	78.8	30.3		27.3		24.2		15.2		
ニュージーランド	16	調達コストの上昇	限界に近づきつつあるコスト削減		環境規制の厳格化		原材料・部品の現地調達 の難しさ	電力不足	短期間での生産品目の切り替えが困難	品質管理の難しさ	
	100.0	87.5	43.8		25.0		12.5		6.3		

(3) 財務・金融・為替面での問題点

財務・金融・為替面での問題点について、製造業全体では「現地通貨の対ドル為替レートの変動」(58.1%)、「現地通貨の対円為替レートの変動」(43.0%)との回答が上位を占めた(図表 33-1)。

ASEANでも「現地通貨の対ドル為替レートの変動」(57.2%)、「現地通貨の対円為替レートの変動」(42.5%)が第1位、第2位となった。

南西アジアでも「現地通貨の対ドル為替レートの変動」(58.0%)との回答が第1位となった。特にパキスタンの割合は83.3%と南西アジアで最も高い。2008年6月以降の急激なパキスタン・ルピー安の進行を表したものと考えられる。他方、バングラデシュ、スリランカでは「設備投資に必要なキャッシュフローの不足」が比較的高い。

オセアニアでも「現地通貨の対ドル為替レートの変動」(71.4%)、「現地通貨の対円為替レートの変動」(53.1%)が高い結果となった。

非製造業全体では「現地通貨の対ドル為替レートの変動」(43.3%)、「現地通貨の対円為替レートの変動」(38.6%)が第1位、第2位を占めた(図表 33-2)。

ASEANでも「現地通貨の対ドル為替レートの変動」(42.0%)、「現地通貨の対円為替レートの変動」(36.7%)となった。

他方、南西アジアでは「税務の負担」(50.4%)が第1位となった。特に、インド(62.5%)が高く、インドでの製造・販売活動をおこなう際の複雑な国内税制などを反映した結果と考えられる。

オセアニアでは「現地通貨の対円為替レートの変動」(51.7%)、「現地通貨の対ドル為替レートの変動」(49.3%)であった。

図表 33-1 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895社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位			第5位
総数	895	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	58.1	43.0	26.6	20.6			19.9
ASEAN 計	746	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	57.2	42.5	26.1	21.3			19.6
インドネシア	106	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	設備投資に必要な キャッシュフローの不足			金利の上昇
	100.0	50.9	47.2	32.1	27.4			24.5
マレーシア	103	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	66.0	43.7	21.4	20.4			17.5
ミャンマー	6	現地通貨の対ドル 為替レートの変動	資金調達・ 決済に 関わる規制	税務の負担	設備投資に必要な キャッシュフローの不足	現地での金 融機関から の資金調達 が困難	円の対ドル 為替レートの変動	
	100.0	83.3	50.0		33.3	16.7		
フィリピン	112	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	税務の負担			設備投資に必要な キャッシュフローの不足
	100.0	64.3	46.4	33.9	25.9			24.1
シンガポール	44	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			金利の上昇
	100.0	77.3	36.4	27.3	15.9			6.8
タイ	299	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			金利の上昇
	100.0	54.9	53.9	24.8	16.4			15.1
ベトナム	76	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	円の対ドル 為替レートの 変動	税務の負担	資金調達・決済に 関わる規制		現地での金融機関 からの資金調達が困難
	100.0	43.4	30.3		27.6	25.0		14.5
南西アジア 計	100	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	金利の上昇			税務の負担	設備投資に 必要なキャッ シュフローの 不足
	100.0	58.0	42.0	34.0			30.0	円の対ドル 為替レートの 変動
バングラデシュ	16	設備投資に必要な キャッシュフロー の不足	現地での金融機関 からの資金調達が困難	資金調達・決済に 関わる規制		現地通貨の 対ドル為替 レートの変動	円の対ドル 為替レートの 変動	税務の 負担
	100.0	43.8	31.3	25.0		18.8		金利の上昇
インド	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	税務の負担			金利の上昇	
	100.0	65.5	51.7	39.7			37.9	
パキスタン	12	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	金利の上昇	設備投資に 必要なキャッ シュフローの 不足	現地での金 融機関から の資金調達 が困難	円の対ドル 為替レートの 変動	
	100.0	83.3	66.7	8.3				
スリランカ	14	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	円の対ドル 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
	100.0	50.0	35.7	28.6			21.4	金利の上昇
オセアニア 計	49	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	金利の上昇
	100.0	71.4	53.1	26.5			22.5	16.3
オーストラリア	35	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	金利の上昇
	100.0	65.7	51.4	31.4			22.9	17.1
ニュージーランド	14	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			税務の負担	金利の上昇
	100.0	85.7	57.1	21.4			14.3	設備投資に 必要なキャッ シュフローの 不足
							資金調達・ 決済に関わ る規制	7.1

図表 33-2 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824社)

	有効回答	第1位	第2位			第3位			第4位		第5位		
総数	824	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	43.3	38.6			26.6			17.0		16.0		
ASEAN 計	510	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	42.0	36.7			25.1			18.2		17.1		
インドネシア	50	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			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		
	100.0	60.0	46.0			28.0			22.0		20.0		
マレーシア	64	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	48.4	45.3			25.0			21.9		14.1		
ミャンマー	14	現地通貨の対ドル為替レートの変動	資金調達・決済に関わる厳しい規制		税務の負担		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		現地での金融機関からの資金調達が困難		
	100.0	42.9	35.7		14.3		7.1						
フィリピン	57	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	47.4	35.1			33.3			26.3		14.0		
シンガポール	125	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	44.0	39.2			32.8			9.6		7.2		
タイ	160	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		現地での金融機関からの資金調達が困難		
	100.0	41.9	28.8			26.3			21.3		9.4		
ベトナム	40	現地通貨の対ドル為替レートの変動	税務の負担			資金調達・決済に関わる厳しい規制			現地通貨の対円為替レートの変動		金利の上昇		
	100.0	47.5	35.0			27.5			22.5		20.0		
南西アジア 計	113	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		現地通貨の対円為替レートの変動		金利の上昇		資金調達・決済に関わる厳しい規制	
	100.0	50.4	38.9			23.9		23.0		21.2			
バングラデシュ	12	現地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	円の対ドル為替レートの変動	資金調達・決済に関わる厳しい規制	税務の負担	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	現地通貨の対円為替レートの変動		金利の上昇			
	100.0	41.7	33.3			25.0			16.7				
インド	72	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			販売拡大に必要なキャッシュフロー不足		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	62.5	38.9			29.2			23.6		22.2		
パキスタン	16	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			現地での金融機関からの資金調達が困難			販売拡大に必要なキャッシュフロー不足	資金調達・決済に関わる厳しい規制	円の対ドル為替レートの変動	税務の負担	
	100.0	62.5	31.3			25.0			18.8		12.5		
スリランカ	13	税務の負担	販売拡大に必要なキャッシュフロー不足			現地での金融機関からの資金調達が困難	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	現地通貨の対ドル為替レートの変動	金利の上昇	資金調達・決済に関わる厳しい規制		
	100.0	46.2	30.8			23.1			15.4		7.7		
オセアニア 計	201	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			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	51.7	49.3			16.9			12.9		10.0		
オーストラリア	158	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		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	51.3	50.6			17.7			11.4		10.1		
ニュージーランド	43	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			円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	金利の上昇	
	100.0	55.8	41.9			18.6			14.0		9.3		

(4) 雇用・労働面での問題点

雇用・労働面での問題点について、製造業では ASEAN、南西アジア、オセアニア共通で「従業員の賃金上昇」が第1位となった(図表 34-1)。

ASEAN では、「従業員の賃金上昇」(70.5%)、「人材(技術者)の採用難」(42.8%)、「人材(中間管理職)の採用難」(39.4%)となり、上位3つは前回調査と順位の変動はなかった。「従業員の賃金上昇」を挙げた割合は、最低賃金を引き上げたインドネシア(85.7%)、ベトナム(85.2%)で高い。

南西アジアでは「従業員の賃金上昇」(75.0%)との回答が最多となった。次いで、「従業員の定着率」(46.2%)が続いた。インドは、前回と同様に「従業員の賃金上昇」(78.3%)、「従業員の定着率」(51.7%)が第1位、第2位となっており、引き続き主要な問題となっている。

オセアニアでも「従業員の賃金上昇」(81.6%)が最も多い。特に、オーストラリアで「従業員の賃金上昇」(94.1%)が非常に高い。オーストラリアでは、昨年上半期を中心とした資源ブームに伴う高景気により、労働市場がタイトになり、賃金上昇圧力が高まったことが要因と考えられる。

非製造業全体でも ASEAN、南西アジア、オセアニアともに「従業員の賃金上昇」(65.7%)との割合が最多となった(図表 34-2)。

ASEAN では「従業員の賃金上昇」(63.6%)に次ぐ問題として、「日本人出向役職員(駐在員)のコスト」(33.5%)が前回の第5位から第2位に順位を上げた。国別ではシンガポールが45.4%で最も多く挙げられ、中でも商社(57.1%)が最多となった。インフレの進行による人件費、住居費の上昇などが影響したものと思われる。

南西アジアでは「従業員の賃金上昇」(67.2%)との回答が最も多かった。インドは上位順に「従業員の賃金上昇」(70.1%)、「日本人出向役職員(駐在員)のコスト」(48.1%)、「従業員の定着率」(40.3%)となり、前回と順位の変動はなかった。

オセアニアでは「従業員の賃金上昇」(70.6%)に次いで、「人材(一般スタッフ・事務員の採用難)」(37.6%)、「従業員の定着率」(33.0%)との回答が上位を占めた。

図表 34-1 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922社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総 数	922	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	管理職、現場責任者の現地化が困難
	100.0	71.6	41.3	39.1	35.9	29.6
ASEAN 計	769	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	管理職、現場責任者の現地化が困難
	100.0	70.5	42.8	39.4	34.6	32.3
インドネシア	105	従業員の賃金上昇	解雇・人員削減に対する規制	人材(中間管理職)の採用難	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	人材(技術者)の採用難 管理職、現場責任者の現地化が困難
	100.0	85.7	47.6	33.3	31.4	30.5
マレーシア	107	従業員の賃金上昇	人材(技術者)の採用難	従業員の定着率	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	59.8	49.5	43.9	37.4	36.5
ミャンマー	6	従業員の賃金上昇 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 人材(中間管理職)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困難	解雇・人員削減に対する規制	
	100.0	66.7	50.0	33.3	16.7	
フィリピン	114	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	管理職、現場責任者の現地化が困難
	100.0	66.7	49.1	40.4	36.0	30.7
シンガポール	48	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	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 外国人労働者の雇用規制
	100.0	75.0	33.3	31.3	29.2	18.8
タイ	308	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困難	従業員の定着率
	100.0	65.9	42.9	39.3	38.0	35.7
ベトナム	81	従業員の賃金上昇	人材(中間管理職)の採用難	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困難
	100.0	85.2	54.3	50.6	45.7	33.3
南西アジア 計	104	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	75.0	46.2	36.5	34.6	27.9
バングラデシュ	16	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	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 解雇・人員削減に対する規制 管理職、現場責任者の現地化が困難
	100.0	75.0	37.5	31.3	18.8	12.5
インド	60	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	人材(一般ワーカー)の採用難
	100.0	78.3	51.7	38.3	33.3	21.7
パキスタン	13	従業員の定着率	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 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困難	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	53.9	46.2	23.1	15.4	7.7
スリランカ	15	従業員の賃金上昇	人材(中間管理職)の採用難 解雇・人員削減に対する規制	従業員の定着率	管理職、現場責任者の現地化が困難	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	86.7	40.0	33.3	26.7	
オセアニア 計	49	従業員の賃金上昇	人材(中間管理職)の採用難	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
	100.0	81.6	38.8	34.7	32.7	20.4
オーストラリア	34	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	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	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	94.1	38.2	35.3	20.6	17.7
ニュージーランド	15	従業員の賃金上昇	人材(中間管理職)の採用難	従業員の定着率	人材(一般ワーカー)の採用難	人材(技術者)の採用難
	100.0	53.3	40.0	33.3	26.7	20.0

図表 34-2 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865社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位			第4位		第5位			
総数	865	従業員の賃金上昇	人材(一般スタッフ・事務員)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		人材(技術者)の採用難			
	100.0	65.7	33.2	29.9			28.9		26.0			
ASEAN 計	549	従業員の賃金上昇	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難			従業員の定着率		人材(技術者)の採用難			
	100.0	63.6	33.5	31.0			28.8		26.1			
インドネシア	54	従業員の賃金上昇	管理職、現場責任者の現地化が困難	解雇・人員削減に対する規制			人材(技術者)の採用難	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	外国人労働者の雇用規制			
	100.0	68.5	35.2	27.8			22.2		18.5			
マレーシア	67	従業員の賃金上昇	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難	従業員の定着率	人材(技術者)の採用難			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	管理職、現場責任者の現地化が困難		
	100.0	55.2	40.3	28.4			16.4		14.9			
ミャンマー	12	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難	従業員の定着率	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困難	外国人労働者の雇用規制				
	100.0	41.7	33.3	25.0			16.7					
フィリピン	56	従業員の賃金上昇	従業員の定着率	日本人出向役職員(駐在員)のコスト			人材(一般スタッフ・事務員)の採用難	人材(技術者)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が困難			
	100.0	57.1	44.6	32.1			30.4		23.2			
シンガポール	141	従業員の賃金上昇	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	人材(一般スタッフ・事務員)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困難			
	100.0	77.3	45.4	31.9			25.5		12.1			
タイ	173	従業員の賃金上昇	日本人出向役職員(駐在員)のコスト	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が困難		従業員の定着率		人材(技術者)の採用難			
	100.0	55.5	34.7	28.9			27.8		21.4			
ベトナム	46	従業員の賃金上昇	人材(技術者)の採用難	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難			日本人出向役職員(駐在員)のコスト		従業員の定着率			
	100.0	76.1	41.3	39.1			34.8		30.4			
南西アジア 計	122	従業員の賃金上昇	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難	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困難			
	100.0	67.2	36.1	34.4			30.3		22.1			
バングラデシュ	14	従業員の賃金上昇	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が困難	人材(技術者)の採用難			従業員の定着率		解雇・人員削減に対する規制	外国人労働者の雇用規制	労務問題(ストライキ・労働組合問題など)
	100.0	50.0	42.9	28.6			14.3		7.1			
インド	77	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(一般スタッフ・事務員)の採用難		人材(技術者)の採用難			
	100.0	70.1	48.1	40.3			37.7		16.9			
パキスタン	18	従業員の賃金上昇	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が困難	人材(技術者)の採用難			日本人出向役職員(駐在員)のコスト		従業員の定着率		
	100.0	44.4	33.3	27.8			22.2		11.1			
スリランカ	13	従業員の賃金上昇	人材(技術者)の採用難	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難	管理職、現場責任者の現地化が困難		従業員の定着率	労務問題(ストライキ・労働組合問題など)	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		
	100.0	100.0	30.8	23.1			15.4		7.7			
オセアニア 計	194	従業員の賃金上昇	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難	従業員の定着率			人材(技術者)の採用難		解雇・人員削減に対する規制			
	100.0	70.6	37.6	33.0			28.9		17.0			
オーストラリア	156	従業員の賃金上昇	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難	従業員の定着率			人材(技術者)の採用難		解雇・人員削減に対する規制			
	100.0	73.1	38.5	37.2			28.2		17.3			
ニュージーランド	38	従業員の賃金上昇	人材(一般スタッフ・事務員)の採用難	人材(技術者)の採用難			従業員の定着率	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			
	100.0	60.5	34.2	31.6			15.8		10.5			

(5) 投資環境面での問題点

投資環境面での問題点として、製造業全体では「不安定な政治・社会情勢」(42.4%)が前回の第4位から第1位に順位を上げた(図表 35-1)。

ASEANでも「不安定な政治・社会情勢」(44.5%)が前回の第4位から第1位になった。これは、タイで「不安定な政治・社会情勢」(60.0%)が第1位になったことが要因である。タイでは、2008年8月末に反タクシン派による首相府占拠、9月にタクシン派と反タクシン派グループとの衝突に端を発したバンコク都内を対象とした非常事態宣言の発令、さらにサマック首相が憲法の兼職禁止規定違反で失職するなど、国内政治の混乱が絶えなかった。

南西アジアでは、「インフラの整備状況が不十分」(76.0%)との回答が最多となったほか、インドを除き「不安定な政治・社会情勢」(43.0%)が上位に位置しており、政情の安定が求められていることが窺える。インドでは、「インフラ(電力・運輸・通信など)の整備状況が不十分」(79.0%)が最も高く、前回に引き続き、インフラが投資環境上の最大の課題となった。

先進国であるオセアニアでは ASEAN、南西アジアと比べ投資環境を問題視する割合は低く、第1位の「行政手続きの煩雑さ」でも23.7%に止まる。

非製造業全体では、前回調査と同じく「事務所スペースの不足や賃料の上昇」(39.9%)との回答が最多となった(図表 35-2)。

ASEANでは「不安定な政治・社会情勢」(36.9%)が前回の第5位から第1位となった。この要因は、タイで「不安定な政治・社会情勢」(63.9%)が第1位となったことが大きい。

南西アジアでは「インフラの整備状況が不十分」(67.7%)との回答が第1位となった。特に、バングラデシュの商社(85.7%)、インドの販売会社(83.3%)、運輸・倉庫(75.0%)、商社(73.9%)から指摘が多い。その他の問題点としては「税務手続きの煩雑さ」(49.2%)が第2位となった。「税務手続きの煩雑さ」はインドが62.8%と高く、複雑な国内税制および税務手続きが投資障壁の一つであることを表している。

オセアニアでは「事務所スペースの不足や賃料の上昇」(48.6%)との回答が高かったほかは、ASEANや南西アジアと比べ問題点は総じて少ない。

図表 35-1 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832社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総 数	832	不安定な政治・社会情勢	インフラの整備状況が不十分	現地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
	100.0	42.4	41.7	39.8	36.2	25.0
ASEAN 計	694	不安定な政治・社会情勢	現地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	税務手続きの煩雑さ
	100.0	44.5	41.1	38.3	36.0	24.1
インドネシア	108	インフラの整備状況が不十分	現地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
	100.0	68.5	52.8	43.5	40.7	36.1
マレーシア	80	行政手続きの煩雑さ	インフラの整備状況が不十分	現地政府の不透明な政策運営	不安定な政治・社会情勢	出資比率制限など外資規制
	100.0	31.3	28.8	26.3	18.8	15.0
ミャンマー	6	インフラの整備状況が不十分 現地政府の不透明な政策運営	不安定な政治・社会情勢 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	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	100.0	83.3	33.3		
フィリピン	110	インフラの整備状況が不十分	不安定な政治・社会情勢	現地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
	100.0	65.5	60.0	54.6	31.8	27.3
シンガポール	22	行政手続きの煩雑さ	不安定な政治・社会情勢 インフラの整備状況が不十分	税務手続きの煩雑さ 出資比率制限など外資規制	現地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	関税水準の低下・引き下げ
	100.0	13.6	9.1	4.6		
タイ	290	不安定な政治・社会情勢	現地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
	100.0	60.0	33.5	31.7	20.3	18.3
ベトナム	78	インフラの整備状況が不十分	現地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	不安定な政治・社会情勢
	100.0	74.4	55.1	43.6	30.8	14.1
南西アジア 計	100	インフラの整備状況が不十分	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	現地政府の不透明な政策運営
	100.0	76.0	43.0	42.0	40.0	39.0
バングラデシュ	17	インフラの整備状況が不十分	不安定な政治・社会情勢	現地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
	100.0	88.2	82.4	70.6	58.8	41.2
インド	57	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	現地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	79.0	47.4	22.8	19.3	17.5
パキスタン	13	不安定な政治・社会情勢	インフラの整備状況が不十分	現地政府の不透明な政策運営	知的財産権の保護が欠如していること	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
	100.0	92.3	61.5	38.5	23.1	15.4
スリランカ	13	不安定な政治・社会情勢	現地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	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
	100.0	84.6	69.2	61.5	38.5	30.8
オセアニア 計	38	行政手続きの煩雑さ	現地政府の不透明な政策運営	インフラの整備状況が不十分	関税水準の低下・引き下げ	不安定な政治・社会情勢 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
	100.0	23.7	18.4	13.2	2.6	
オーストラリア	25	行政手続きの煩雑さ	関税水準の低下・引き下げ	現地政府の不透明な政策運営	不安定な政治・社会情勢 インフラの整備状況が不十分	経済法制度の未整備・恣意的な法制度の運用
	100.0	28.0	16.0	8.0	4.0	
ニュージーランド	13	現地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	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 関税水準の低下・引き下げ
	100.0	38.5	30.8	15.4	7.7	

図表 35-2 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815社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数	815	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	行政手続きの煩雑さ	インフラの整備状況が不十分	現地政府の不透明な政策運営
	100.0	39.9	29.9	29.2	26.0	24.4
ASEAN 計	512	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	行政手続きの煩雑さ	現地政府の不透明な政策運営	出資比率制限など外資規制
	100.0	36.9	36.5	29.7	28.3	24.2
インドネシア	54	現地政府の不透明な政策運営	税務手続きの煩雑さ	インフラの整備状況が不十分	不安定な政治・社会情勢	行政手続きの煩雑さ
	100.0	50.0	46.3	40.7	37.0	29.6
マレーシア	54	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	不安定な政治・社会情勢	インフラの整備状況が不十分
	100.0	46.3	25.9	18.5	14.8	9.3
ミャンマー	14	インフラの整備状況が不十分	現地政府の不透明な政策運営	不安定な政治・社会情勢	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
	100.0	71.4	64.3	57.1	42.9	7.1
フィリピン	57	不安定な政治・社会情勢	行政手続きの煩雑さ	インフラの整備状況が不十分	税務手続きの煩雑さ	現地政府の不透明な政策運営
	100.0	61.4	43.9	42.1	38.6	36.8
シンガポール	120	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	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	現地政府の不透明な政策運営
	100.0	86.7	6.7	4.2	3.3	1.7
タイ	166	不安定な政治・社会情勢	出資比率制限など外資規制	現地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	63.9	41.0	34.3	28.9	19.9
ベトナム	47	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	現地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	68.1	57.5	51.1	44.7	38.3
南西アジア 計	124	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	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
	100.0	67.7	49.2	47.6	41.1	39.5
バングラデシュ	15	インフラの整備状況が不十分	不安定な政治・社会情勢	現地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	93.3	66.7	53.3	33.3	26.7
インド	78	インフラの整備状況が不十分	税務手続きの煩雑さ	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	現地政府の不透明な政策運営
	100.0	66.7	62.8	56.4	55.1	16.7
パキスタン	17	不安定な政治・社会情勢	インフラの整備状況が不十分	現地政府の不透明な政策運営	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
	100.0	94.1	64.7	58.8	29.4	23.5
スリランカ	14	不安定な政治・社会情勢	インフラの整備状況が不十分	現地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
	100.0	100.0	50.0	28.6	14.3	7.1
オセアニア 計	179	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	行政手続きの煩雑さ	税務手続きの煩雑さ	現地政府の不透明な政策運営
	100.0	48.6	15.6	15.1	11.7	8.9
オーストラリア	147	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	税務手続きの煩雑さ	現地政府の不透明な政策運営
	100.0	51.7	17.0	15.0	12.2	8.8
ニュージーランド	32	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	現地政府の不透明な政策運営	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
	100.0	34.4	18.8	9.4	6.3	3.1

(6) 貿易制度面での問題点

貿易制度面での問題点として、製造業全体では前回同様「通関等諸手続きが煩雑」(44.0%)が第1位となった(図表 36-1)。

ASEANでも前回同様に「通関等諸手続きが煩雑」(45.0%)との回答が最多であり、特にベトナムは75.3%で最も高い。次いで「通達・規則内容の周知徹底が不十分」(37.5%)、「通関に時間を要する」(36.1%)と続く。前回調査でもこれら3つの問題は上位3位に入っており、依然として大きな問題であることが窺える。

南西アジアでは「通関に時間を要する」(56.3%)、「通関等諸手続きが煩雑」(48.3%)、「通達・規制内容の周知徹底が不十分」(32.2%)が上位を占めた。

オセアニアでは「厳格な検疫制度」(17.2%)が第1位となった。具体的には、オーストラリアの食品・農水産加工(33.3%)からの指摘が多い。一方、「通関等諸手続きが煩雑」、「通関に時間を要する」は各々10.3%とASEAN、南西アジアと比べ問題視する割合は低い。総じて、オセアニアは貿易制度面の問題が少ない。

非製造業全体でも製造業と同じく「通関等諸手続きが煩雑」(30.9%)との回答が最多となった(図表 36-2)。

ASEANでは「通達・規則内容の周知徹底が不十分」(35.7%)が前回の第3位から第1位となった。「通達・規則内容の周知徹底が不十分」の問題はインドネシア(51.2%)、ベトナム(50.0%)で多く挙げられている。次いで、「通関等諸手続きが煩雑」(35.1%)が前回の第1位から第2位となった。

南西アジアでは「通関に時間を要する」(58.6%)、「通関等諸手続きが煩雑」(57.6%)がほぼ同率で第1位、第2位を占めた。

オセアニアでは製造業の場合と同じく「厳格な検疫制度」(22.7%)が第1位となった。オセアニアでは、食品農産物などの輸入には関係当局の厳格な検疫制度が採られていることが要因と考えられる。特に、ニュージーランドでは「厳格な検疫制度」と回答した割合は52.2%に上り、業種別では商社(57.1%)の指摘が高い。

図表 36-1 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700社)

	有効回答	第1位	第2位					第3位	第4位			第5位
総数	700	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	44.0	37.6					35.6	24.6			19.9
ASEAN 計	584	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	45.0	37.5					36.1	26.9			21.6
インドネシア	96	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			検査制度が不明瞭
	100.0	56.3	53.1					42.7	28.1			17.7
マレーシア	69	通関に時間を要する	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	43.5	30.4					24.6	21.7			18.8
ミャンマー	6	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	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	検査制度が不明瞭	
	100.0	83.3	66.7					50.0	33.3			
フィリピン	79	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	関税の課税評価の査定が不明瞭			検査制度が不明瞭
	100.0	41.8	40.5					35.4	17.7			16.5
シンガポール	16	関税の課税評価の査定が不明瞭	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	関税分類の認定基準が不明瞭	検査制度が不明瞭	厳格な検査制度				
	100.0	12.5	6.3									
タイ	245	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	関税分類の認定基準が不明瞭			通関に時間を要する
	100.0	39.2	35.5					35.1	30.2			26.1
ベトナム	73	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	検査制度が不明瞭			関税の課税評価の査定が不明瞭
	100.0	75.3	48.0					46.6	20.6			17.8
南西アジア 計	87	通関に時間を要する	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			関税分類の認定基準が不明瞭
	100.0	56.3	48.3					32.2	16.1			14.9
バングラデシュ	15	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					検査制度が不明瞭			関税の課税評価の査定が不明瞭
	100.0	66.7	60.0					20.0	6.7			
インド	50	通関に時間を要する	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			関税分類の認定基準が不明瞭
	100.0	60.0	50.0					20.0	18.0			16.0
パキスタン	11	通関に時間を要する	関税分類の認定基準が不明瞭	通関等諸手続きが煩雑	関税の課税評価の査定が不明瞭	検査制度が不明瞭		通達・規則内容の周知徹底が不十分				
	100.0	36.4	27.3					18.2				
スリランカ	11	通達・規則内容の周知徹底が不十分	通関に時間を要する					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
	100.0	63.6	54.6					36.4			9.1	
オセアニア 計	29	厳格な検査制度	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	非関税障壁が高い
	100.0	17.2	10.3					6.9			3.5	
オーストラリア	21	厳格な検査制度	通関に時間を要する					通関等諸手続きが煩雑	関税の課税評価の査定が不明瞭	非関税障壁が高い		
	100.0	23.8	9.5					4.8				
ニュージーランド	8	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				
	100.0	25.0	12.5									

図表 36-2 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598社)

	有効回答	第1位		第2位		第3位		第4位		第5位		
総数	598	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	30.9		29.9		27.3		23.2		18.4		
ASEAN 計	345	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		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	35.7		35.1		30.7		29.6		22.0		
インドネシア	41	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		検査制度が不明瞭		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		非関税障壁が高い	
	100.0	56.1		51.2		29.3		24.4		7.3		
マレーシア	39	通関に時間を要する		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	38.5		35.9		25.6		23.1		20.5		
ミャンマー	10	関税の課税評価の査定が不明瞭		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	関税分類の認定基準が不明瞭	検査制度が不明瞭	非関税障壁が高い	
	100.0	80.0		70.0		50.0		30.0		10.0		
フィリピン	40	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	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		検査制度が不明瞭		
	100.0	37.5		35.0		27.5		22.5		20.0		
シンガポール	50	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	検査制度が不明瞭	非関税障壁が高い	厳格な検査制度
	100.0	18.0		12.0		10.0		4.0		2.0		
タイ	131	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		関税分類の認定基準が不明瞭		通関等諸手続きが煩雑		通関に時間を要する		
	100.0	39.7		38.9		29.0		28.2		22.9		
ベトナム	34	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		関税の課税評価の査定が不明瞭		検査制度が不明瞭		関税分類の認定基準が不明瞭		
	100.0	50.0		41.2		32.4		20.6		14.7		
南西アジア 計	99	通関に時間を要する		通関等諸手続きが煩雑		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		関税分類の認定基準が不明瞭		
	100.0	58.6		57.6		33.3		32.3		21.2		
バングラデシュ	15	通関に時間を要する		通関等諸手続きが煩雑		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	関税分類の認定基準が不明瞭	検査制度が不明瞭	非関税障壁が高い	厳格な検査制度
	100.0	73.3		60.0		33.3		26.7		13.3		
インド	62	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		検査制度が不明瞭	非関税障壁が高い		厳格な検査制度	
	100.0	56.5		37.1		19.4		11.3		3.2		
パキスタン	11	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		検査制度が不明瞭		
	100.0	54.6		45.5		36.4		27.3		18.2		
スリランカ	11	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		関税の課税評価の査定が不明瞭	厳格な検査制度			
	100.0	72.7		63.6		18.2		9.1				
オセアニア 計	154	厳格な検査制度		通関に時間を要する		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	検査制度が不明瞭	
	100.0	22.7		9.7		8.4		5.2		4.6		
オーストラリア	131	厳格な検査制度		通関に時間を要する		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	検査制度が不明瞭	
	100.0	17.6		10.7		9.2		4.6		3.8		
ニュージーランド	23	厳格な検査制度		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	検査制度が不明瞭	通関に時間を要する	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	非関税障壁が高い		
	100.0	52.2		8.7		4.4						

6. 競争力の源泉

(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・サービスを販売するにあたり、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」を尋ねた（図表 37-1）。なお、同業日系進出企業は選択外とした（有効回答数：製造業 785 社、非製造業 837 社）。

製造業について、ASEAN では、インドネシアのみ、「進出先地場企業」（インドネシア）を挙げた企業の比率（34.7%）が「中国」を挙げる企業（26.7%）を上回った。タイは「地場」（30.4%）と「中国」（30.8%）がほぼ均衡した。業種別に見ると、インドネシアでは非鉄金属や鉄鋼、衣服・繊維製品など、タイでは食品・農水産加工、輸送用機器部品などで「地場」を挙げる企業の割合が高く、地場製品の競争力の高さがうかがえる。一方、ベトナムやフィリピンでは、「中国」を挙げる企業の割合が非常に高く、現地市場において中国製品の存在感が大きいことがうかがえる。業種別に見ると、ベトナムでは衣服・繊維製品、電気・電子部品、プラスチック製品など、フィリピンではプラスチック製品、ゴム製品、輸送用機器部品などで、「中国」を最大の競争相手とする企業の割合が高かった。

南西アジアでは、スリランカ（63.6%）とバングラデシュ（58.3%）で「中国」を挙げる企業の割合が高かった。業種別に見ると、スリランカでは電気機械・電子機器、輸送用機器、繊維など、バングラデシュでは電気・電子部品、輸送用機器部品などで「中国」を挙げる企業が見られた。

オセアニアでは、オーストラリアは「中国」とする企業の割合（26.1%）が最も高く、ニュージーランドは「進出先地場企業」とする企業の割合（41.7%）が最も高かった。

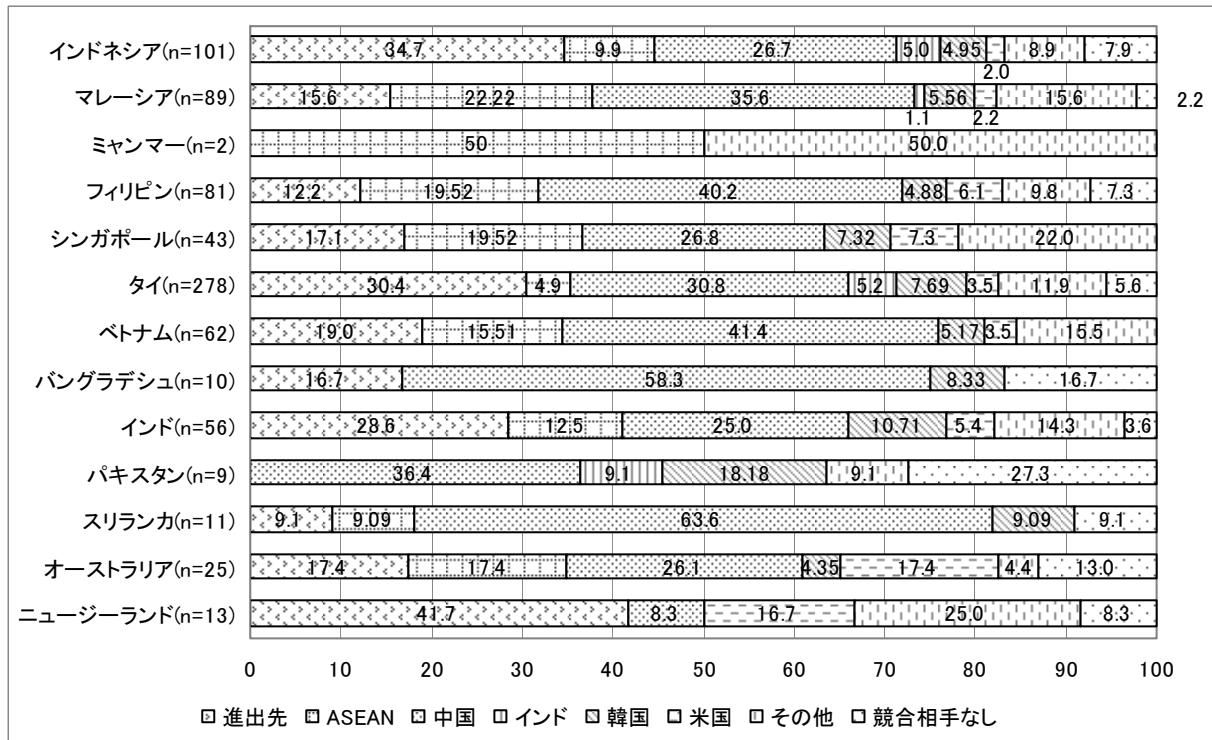
非製造業（図表 37-2）について、ASEAN では、インドネシアとマレーシアで「地場」を挙げる企業の割合（各々42.3%、33.9%）が圧倒的に高く、サービス産業が国内で厚く保護されている状況がうかがえる。一方、サービス分野を外資に広く開放しているシンガポールは、「中国」を挙げる企業の割合（24.5%）が最も高かった。

南西アジアでは、パキスタンやスリランカで「中国」を挙げる企業の割合が非常に高かった（各々55.6%、42.9%）。業種別に見ると、パキスタンは建設/プラントや商社、スリランカは通信/ソフトウェアや建設/プラントで「中国」を挙げる企業が見られた。

オセアニアでは、オーストラリアは「地場」を挙げる企業の割合（28.1%）が最も高く、業種別では保険や販売会社で地場を挙げる企業が見られた。ニュージーランドでは「中国」を挙げる企業の割合（24.4%）が最も高かった。

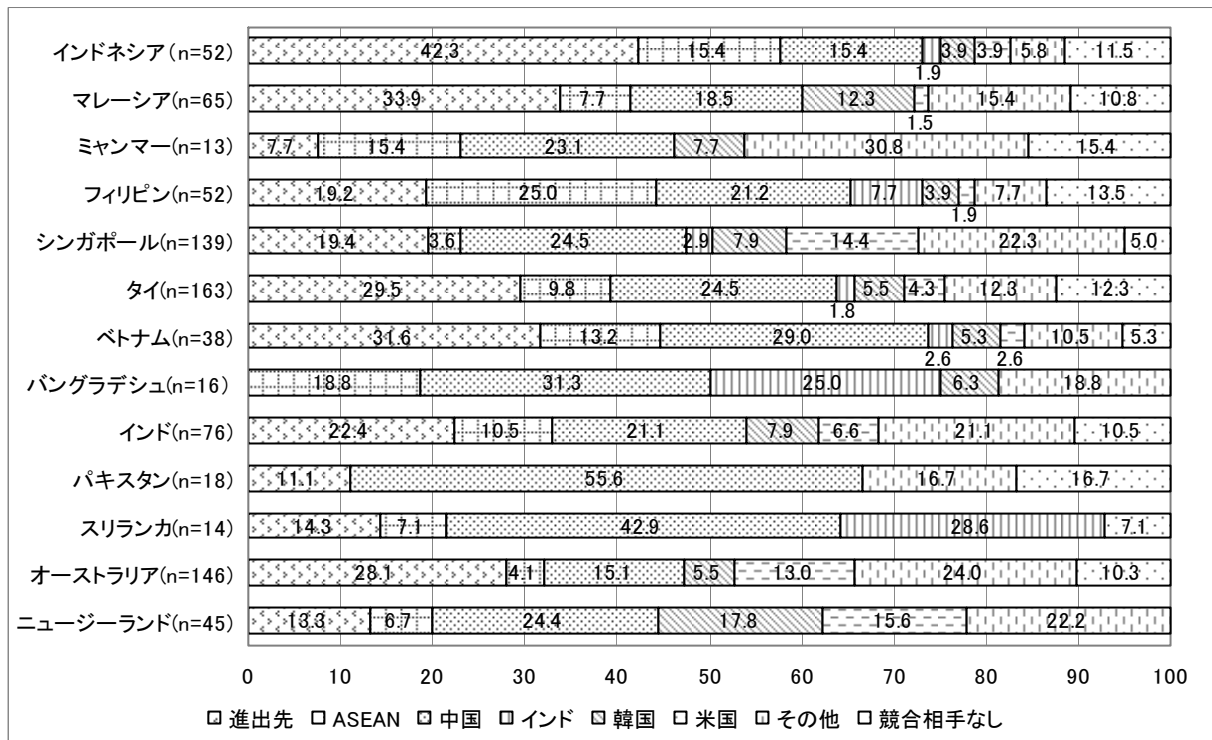
図表 37-1 進出先市場で製品・サービスを販売する上での、現時点での最大の競争相手【製造業】

(単位: %、有効回答数 785 社)



図表 37-2 進出先市場で製品・サービスを販売する上での、現時点での最大の競争相手【非製造業】

(単位: %、有効回答数 837 社)



(2) 競争相手は、価格、品質、マーケティングで競争力を有する

「競争相手は主にどのような面で競争力があるか」を聞いた（図表 38-1、有効回答数：製造業 773 社、非製造業 791 社。複数回答）。

製造業において、アジア大洋州全体では「価格」（88.0%）が第 1 位となり、第 2 位の「品質」（17.1%）に 70.9 ポイントの差を付けて抜きん出た。次いで、「マーケティング」（14.9%）、「ブランド」（11.4%）、「積極的な設備投資」（11.0%）となった。販売・営業面での問題点で指摘されているように、主要な取引先からの値下げ要請が強まっているとともに、生産面での問題点で指摘されているように、調達コストが上昇していることから、日系製造企業は進出先市場で厳しい価格競争に直面していることが伺える。

ASEAN 全体では「価格」（88.4%）、「品質」（17.7%）、「マーケティング」（13.9%）の順になった。国別で見ると、インドネシアおよびベトナムは「価格」（いずれも 93.6%）と回答した割合が域内で最大となった。前項の設問で、インドネシアは「進出先地場企業」を、ベトナムは「中国」を最大の競合相手と指摘した割合が高く、地場企業や中国企業との厳しい価格競争に直面している様子がうかがえる。

南西アジア全体では、上位から「価格」（86.1%）、「マーケティング」（23.3%）、「ブランド」（15.1%）の順になった。パキスタンは全社が「価格」（100.0%）を挙げている。次いで「製品の多さ」（33.3%）、「研究・開発力」「進出先での有力な企業ネットワーク/人脈」（22.2%）となった。

オセアニアは、上位から「価格」（84.2%）、「ブランド」（15.8%）、「品質」「製品の多さ」「マーケティング」（13.2%）となった。

非製造業（図表 38-2）においても、アジア大洋州全体では「価格」（70.0%）が第 1 位となり、第 2 位の「マーケティング」（22.4%）と 47.6 ポイントの差が付いた。第 3 位は「ブランド」（18.8%）、第 4 位は「品質」（18.3%）、第 5 位は「進出先での有力な企業ネットワーク/人脈」（16.2%）となった。業種別に見ると、銀行と不動産を除き、全ての業種で「価格」が最大の競争力の源泉とされた。銀行では「優秀な人材」（35.3%）を挙げる企業が最も多く、不動産では「進出先での有力な企業ネットワーク/人脈」（44.4%）を挙げる企業が最多となった。

図表 38-1 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 773 社)

	有効回答	第1位			第2位			第3位			第4位			第5位							
総数	773	価格			品質			マーケティング			ブランド			積極的な設備投資							
	100.0	88.0			17.1			14.9			11.4			11.0							
ASEAN 計	649	価格			品質			マーケティング			積極的な設備投資			ブランド							
	100.0	88.4			17.7			13.9			11.1			10.6							
インドネシア	94	価格			品質			マーケティング			ブランド			進出先での有力な企業ネットワーク/人脈							
	100.0	93.6			21.3			14.9			11.7			10.6							
マレーシア	89	価格			品質		ブランド		積極的な設備投資			優秀な人材		研究・開発力		マーケティング					
	100.0	83.2			14.6		11.2		10.1			5.6									
ミャンマー	2	価格	品質	積極的な設備投資																	
	100.0	50.0																			
フィリピン	81	価格			品質			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		積極的な設備投資			ブランド						
	100.0	80.3			23.5			14.8		9.9			7.4								
シンガポール	43	価格			品質		マーケティング		ブランド		研究・開発力		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		
	100.0	83.7			20.9		16.3		11.6		4.7										
タイ	278	価格			マーケティング			品質			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						
	100.0	90.7			15.5			14.4			9.4		7.6								
ベトナム	62	価格			品質			積極的な設備投資			マーケティング			ブランド							
	100.0	93.6			21.0			19.4			11.3			9.7							
南西アジア 計	86	価格			マーケティング			ブランド			品質		進出先での有力な企業ネットワーク/人脈		研究・開発力						
	100.0	86.1			23.3			15.1			14.0		12.8								
バングラデシュ	10	価格			積極的な設備投資			品質		研究・開発力		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		優秀な人材		製品の多さ			
	100.0	80.0			40.0			20.0		10.0											
インド	56	価格			マーケティング			ブランド			品質			研究・開発力		進出先での有力な企業ネットワーク/人脈					
	100.0	83.9			26.8			23.2			14.3			10.7							
パキスタン	9	価格			製品の多さ			研究・開発力		進出先での有力な企業ネットワーク/人脈		品質		積極的な設備投資		マーケティング					
	100.0	100.0			33.3			22.2		11.1											
スリランカ	11	価格			積極的な設備投資		製品の多さ		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		品質		優秀な人材		研究・開発力				
	100.0	90.9			18.2		9.1														
オセアニア 計	38	価格			ブランド			品質		製品の多さ		マーケティング		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		研究・開発力			
	100.0	84.2			15.8			13.2		7.9		5.3									
オーストラリア	25	価格			品質		ブランド		製品の多さ			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		研究・開発力		マーケティング	
	100.0	88.0			16.0		12.0		8.0		4.0										
ニュージーランド	13	価格			マーケティング			ブランド			製品の多さ		品質		積極的な設備投資		研究・開発力		進出先での有力な企業ネットワーク/人脈		
	100.0	76.9			30.8			15.4		7.7											

注:「その他」は、割愛した。

図表 38-2 競争相手の競争力(上位5位)【非製造業】(複数回答、単位:%、有効回答 791 社)

	有効回答	第1位	第2位		第3位		第4位			第5位		
総 数	791	価格	マーケティング		ブランド		品質			進出先での有力な企業ネットワーク/人脈		
	100.0	70.0	22.4		18.8		18.3			16.2		
ASEAN 計	492	価格	品質	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		ブランド			優秀な人材		
	100.0	71.5	18.3		17.1		15.2			14.0		
インドネシア	46	価格	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈		優秀な人材	マーケティング		品質		ブランド		
	100.0	76.1	19.6		17.4		15.2		10.9			
マレーシア	62	価格	品質		マーケティング		優秀な人材			ブランド		
	100.0	72.6	21.0		17.7		14.5			12.9		
ミャンマー	11	価格	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈		品質	マーケティング		ブランド	積極的な設備投資	優秀な人材	研究・開発力	
	100.0	63.6	27.3		18.2		9.1					
フィリピン	47	価格	品質		優秀な人材		積極的な設備投資	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		ブランド	
	100.0	72.3	21.3		14.9		10.6		6.4			
シンガポール	134	価格	マーケティング		ブランド		品質			進出先での有力な企業ネットワーク/人脈		
	100.0	70.2	23.9		20.9		16.4			14.2		
タイ	153	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		マーケティング			優秀な人材		
	100.0	74.5	19.6		17.0		16.3			11.8		
ベトナム	39	価格	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈		優秀な人材		マーケティング			品質		
	100.0	59.0	28.2		23.1		18.0			15.4		
南西アジア 計	118	価格	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		品質		ブランド		優秀な人材	
	100.0	76.3	30.5		21.2		20.3		17.0			
バングラデシュ	16	価格	積極的な設備投資		品質		研究・開発力	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		ブランド	製品の多さ
	100.0	68.8	37.5		31.3		25.0			18.8		
インド	73	価格	マーケティング		ブランド		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		積極的な設備投資	
	100.0	76.7	39.7		28.8		24.7			13.7		
パキスタン	15	価格	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈		積極的な設備投資	マーケティング						
	100.0	86.7	13.3		6.7							
スリランカ	14	価格	積極的な設備投資	マーケティング	品質	研究・開発力	進出先での有力な企業ネットワーク/人脈					
	100.0	71.4	14.3		7.1							
オセアニア 計	181	価格	マーケティング		ブランド		品質			製品の多さ		
	100.0	61.9	28.2		27.6		17.1			15.5		
オーストラリア	137	価格	マーケティング		ブランド		品質			積極的な設備投資	製品の多さ	
	100.0	56.9	31.4		29.9		18.3			13.1		
ニュージーランド	44	価格	製品の多さ		ブランド		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		
	100.0	77.3	22.7		20.5		18.2			15.9		

(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」について尋ねた(図表 39-1、有効回答数: 製造業 767 社、非製造業 787 社。複数回答)。

製造業では、アジア大洋州全体で「製品の付加価値化」と回答した企業が最も多く(59.8%)、以

下「マーケティング・営業の強化」(35.7%)、「アフターサービスの強化」(26.3%)、「販売価格の引き下げ」(26.1%)となった。ワンランク上の製品の投入、マーケティングやアフターサービスの強化で競合相手に対応しようとする姿勢が見られる。

ASEAN 全体では、上位から「製品の高付加価値化」(59.9%)、「マーケティング・営業の強化」(34.5%)、「販売価格の引き下げ」(26.9%)となった。国別でみると、フィリピンとベトナムは「販売価格の引き下げ」が第2位となっており、他社との価格競争がより厳しいことがうかがえる。

南西アジア全体では、上位から「製品の高付加価値化」(54.7%)、「マーケティング・営業の強化」(45.4%)、「アフターサービスの強化」(34.9%)、「販売価格の引き下げ」(29.1%)、「新製品・モデルの市場投入」(27.9%)となった。インドは「マーケティング・営業の強化」(51.8%)と「製品の高付加価値化」(50.0%)がほぼ同率となった。

オセアニアは、上位から「製品の高付加価値化」(71.1%)、「マーケティング・営業の強化」(34.2%)、「アフターサービスの強化」(31.6%)、「研究・開発機能の強化」「物流の効率化」(各 21.1%)、「新製品・モデルの市場投入」(18.4%)となった。

業種別でみると、「木材・木製品」、「家具・インテリア製品」を除いて「製品の高付加価値化」を挙げる企業の割合が最も高かった。木材・木製品は「マーケティング・営業の強化」(60.0%)が、家具・インテリア製品は「新製品・モデルの投入」(80.0%)が最も高かった。

非製造業(図表 39-2)でも製造業と同様に、アジア大洋州全体で「製品・サービスの高付加価値化」(62.6%)が最も高かった。次いで「マーケティング・営業の強化」(43.2%)、「アフターサービスの強化」(26.8%)、「新規分野での顧客の開拓」(24.0)、「新製品・サービスの市場投入」(23.5%)となった。非製造業では「販売価格の引き下げ」(16.3%)の割合が低く、製造業に見られる価格での競争が困難であることがうかがえる。

図表 39-1 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 767 社)

	有効回答	第1位		第2位			第3位			第4位		第5位	
総数	767	製品の高付加価値化		マーケティング・営業の強化			アフターサービスの強化			販売価格の引き下げ		研究・開発機能の強化	
	100.0	59.8		35.7			26.3			26.1		18.4	
ASEAN 計	643	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			アフターサービスの強化		研究・開発機能の強化	
	100.0	59.9		34.5			26.9			24.9		17.9	
インドネシア	93	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			アフターサービスの強化		設備の増強	
	100.0	54.8		35.5			28.0			24.7		19.4	
マレーシア	87	製品の高付加価値化		マーケティング・営業の強化			アフターサービスの強化			研究・開発機能の強化		販売価格の引き下げ	
	100.0	62.1		40.2			23.0			21.8		17.2	
ミャンマー	2	マーケティング・営業の強化	物流の効率化										
	100.0	50.0											
フィリピン	80	製品の高付加価値化		販売価格の引き下げ			アフターサービスの強化			マーケティング・営業の強化	既存製品／事業での選択と集中	新製品・モデルの市場投入	
	100.0	63.8		23.8			21.3			20.0		17.5	
シンガポール	44	製品の高付加価値化		マーケティング・営業の強化			アフターサービスの強化			研究・開発機能の強化		販売価格の引き下げ	
	100.0	59.1		45.5			31.8			27.3		18.2	
タイ	275	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			アフターサービスの強化		研究・開発機能の強化	
	100.0	61.5		36.4			29.5			26.6		19.6	
ベトナム	62	製品の高付加価値化		販売価格の引き下げ			マーケティング・営業の強化			アフターサービスの強化		設備の増強	
	100.0	54.8		38.7			27.4			21.0		17.7	
南西アジア 計	86	製品の高付加価値化		マーケティング・営業の強化			アフターサービスの強化			販売価格の引き下げ		新製品・モデルの市場投入	
	100.0	54.7		45.4			34.9			29.1		27.9	
バングラデシュ	10	製品の高付加価値化	研究・開発機能の強化	販売価格の引き下げ	マーケティング・営業の強化	物流の効率化	設備の増強	新製品・モデルの市場投入	既存製品／事業での選択と集中	アフターサービスの強化			
	100.0	80.0		40.0			30.0			20.0			
インド	56	マーケティング・営業の強化		製品の高付加価値化			アフターサービスの強化			販売価格の引き下げ		新製品・モデルの市場投入	
	100.0	51.8		50.0			33.9			28.6		25.0	
パキスタン	9	製品の高付加価値化	アフターサービスの強化	新製品・モデルの市場投入			マーケティング・営業の強化	物流の効率化	既存製品／事業での選択と集中	研究・開発機能の強化		設備の増強	販売価格の引き下げ
	100.0	55.6		44.4			33.3			22.2		11.1	
スリランカ	11	製品の高付加価値化	販売価格の引き下げ	アフターサービスの強化	既存製品／事業での選択と集中	新製品・モデルの市場投入	マーケティング・営業の強化		設備の増強			物流の効率化	
	100.0	54.6		36.4			27.3		18.2		9.1		
オセアニア 計	38	製品の高付加価値化		マーケティング・営業の強化			アフターサービスの強化			研究・開発機能の強化	物流の効率化	新製品・モデルの市場投入	
	100.0	71.1		34.2			31.6			21.1		18.4	
オーストラリア	25	製品の高付加価値化		マーケティング・営業の強化			物流の効率化			アフターサービスの強化		研究・開発機能の強化	既存製品／事業での選択と集中
	100.0	76.0		36.0			28.0			24.0		16.0	
ニュージーランド	13	製品の高付加価値化		アフターサービスの強化			研究・開発機能の強化	新製品・モデルの市場投入	マーケティング・営業の強化	既存製品／事業での選択と集中		物流の効率化	
	100.0	61.5		46.2			30.8			15.4		7.7	

図表 39-2 競争相手に対する対抗手段(回答上位5位)【非製造業】(複数回答、単位:%、有効回答 787 社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位			
総 数	787	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			
	100.0	62.6	43.2	26.8	24.0	23.5			
ASEAN 計	490	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			
	100.0	63.3	42.0	25.5	23.9	20.4			
インドネシア	46	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	既存製品・サービス/ 事業での選択と集中			
	100.0	71.7	37.0	28.3	23.9	21.7			
マレーシア	62	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			
	100.0	62.9	46.8	32.3	29.0	25.8			
ミャンマー	11	製品・サービスの 高付加価値化	新規分野での 顧客の開拓	マーケティング・ 営業の強化	アフターサービスの強化	販売価格の 引き下げ	新製品・ サービスの 市場投入	既存製品・ サービス/ 事業での選択と 集中	
	100.0	45.5	36.4	27.3	18.2		9.1		
フィリピン	47	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	販売価格の 引き下げ	新製品・サービスの 市場投入		
	100.0	57.5	31.9	21.3	19.2		14.9		
シンガポール	133	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	販売価格の 引き下げ			
	100.0	63.9	50.4	27.8	24.1		21.1		
タイ	154	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			
	100.0	66.2	41.6	26.0	25.3		22.7		
ベトナム	37	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	販売価格の 引き下げ	新規分野での 顧客の開拓	既存製品・サービス/ 事業での選択と集中		
	100.0	51.4	29.7	21.6	18.9		16.2		
南西アジア 計	115	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	アフターサービスの強化	新規分野での 顧客の開拓			
	100.0	64.4	39.1	32.2	28.7		23.5		
バングラデシュ	16	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	製品・サービスの 高付加価値化	販売価格の 引き下げ	マーケティング・ 営業の強化	既存製品・サービス/ 事業での選択と集中	
	100.0	56.3	50.0	43.8		31.3		25.0	
インド	72	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	アフターサービスの強化	新規分野での 顧客の開拓			
	100.0	66.7	45.8	31.9	27.8		20.8		
パキスタン	15	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	マーケティング・ 営業の強化	設備の増強	新規分野での 顧客の開拓	既存製品・ サービス/ 事業での選択と 集中	販売価格の 引き下げ	アフターサービスの強化
	100.0	73.3	33.3	20.0		13.3			6.7
スリランカ	12	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	設備の増強	新規分野での 顧客の開拓	既存製品・ サービス/ 事業での選択と 集中	販売価格の 引き下げ	新製品・サービスの 市場投入
	100.0	66.7	33.3	25.0		16.7			8.3
オセアニア 計	182	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			
	100.0	59.9	48.9	29.1	26.4			24.7	
オーストラリア	137	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	アフターサービスの強化	新規分野での 顧客の開拓			
	100.0	58.4	53.3	26.3	24.8			22.6	
ニュージーランド	45	製品・サービスの 高付加価値化	アフターサービスの 強化	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	既存製品・サービス/ 事業での選択と集中		
	100.0	64.4	42.2	35.6	31.1			26.7	

7. 今後の事業展開

(1) 南西アジアで事業規模を拡大～製造業はインド、非製造業はバングラデシュ

在 ASEAN、南西アジア、オセアニアの日系企業に対し、「今後1～2年後の事業展開の方向性」を聞いた(図表 40)。

製造業では、「規模拡大」が6割(58.9%)を占めた。ASEANは、「規模拡大」の割合が過半(57.6%)を超え、「現状維持」が、前回調査時より4.3ポイント増加した。南西アジアでは、インドが「規模拡大」の割合が84.8%に達した。他方、オセアニアはオーストラリアで、「現状維持」が「規模拡大」を上回った。「規模拡大」の割合が高い国は、①インド、②ベトナム、③タイであった。またインド、ベトナムでは「縮小」、「第3国への移転・撤退」を挙げる企業は無かった。タイは「化学品」(90.5%)、「輸送用機器部品」(80.8%)、「電気機械・電子機器」(72.4%)で拡大の割合が顕著であった。しかし、これら3カ国ともに前回より「規模拡大」の比率は低下しており、景気の先行き不透明感から、「現状維持」の比率が拡大、様子見姿勢が伺える。

非製造業でも、製造業同様に「規模拡大」が6割(57.2%)を占めた。中でも、①バングラデシュ、②インド、③ベトナムにおける割合が高かった。いずれの国も「縮小」、「第3国への移転・撤退」は無く、新興市場として好調ぶりが垣間見れる。バングラデシュは「商社」(87.5%)、インドは「運輸・倉庫」(91.7%)、「商社」(81.7%)、ベトナムは「通信・ソフトウェア」(85.7%)、「運輸・倉庫」(83.3%)などが、内需拡大の期待感を示している。

図表 40 今後 1～2 年の事業展開の方向性

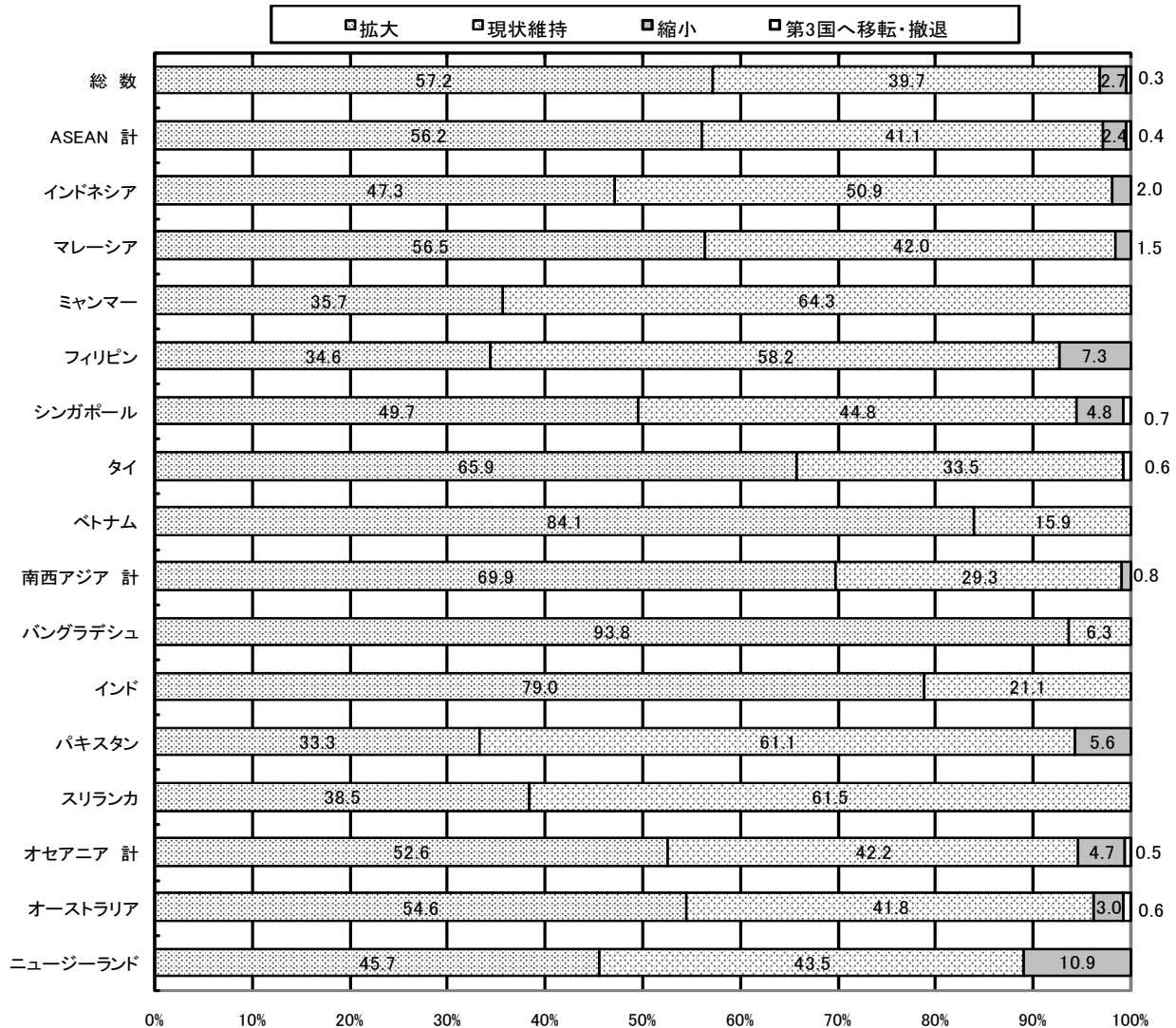
(上段:2006年 有効回答数:821社)
 (中段:2007年 有効回答数:621社)
 (下段:2008年 有効回答数:905社)

	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
	2008	58.9	38.1	2.4	0.6
ASEAN 計	2006	54.1	40.7	4.1	1.1
	2007	59.6	34.6	4.8	1.0
	2008	57.6	38.9	2.8	0.7
インドネシア	2006	50.4	45.4	4.3	0.0
	2007	53.1	38.3	7.4	1.2
	2008	56.9	41.3	1.8	0.0
マレーシア	2006	45.0	49.6	5.3	0.0
	2007	52.8	40.3	6.3	0.7
	2008	44.7	47.6	6.8	1.0
ミャンマー	2006				
	2007				
	2008	33.3	66.7	0.0	0.0
フィリピン	2006	49.1	44.0	5.7	1.3
	2007	59.2	38.4	1.6	0.8
	2008	43.9	50.5	3.7	1.9
シンガポール	2006	39.5	44.2	8.1	8.1
	2007	55.0	30.0	11.7	3.3
	2008	40.4	46.8	10.6	2.1
タイ	2006	63.2	35.8	1.0	0.0
	2007	65.8	30.9	2.6	0.7
	2008	65.2	33.4	1.0	0.3
ベトナム	2006	82.4	16.2	1.5	0.0
	2007	92.6	7.4	0.0	0.0
	2008	77.6	22.4	0.0	0.0
南西アジア 計	2006				
	2007				
	2008	74.0	25.0	1.0	0.0
バングラデシュ	2006				
	2007				
	2008	64.7	35.3	0.0	0.0
インド	2006	88.6	11.4	0.0	0.0
	2007	90.6	9.4	0.0	0.0
	2008	84.8	15.3	0.0	0.0
パキスタン	2006				
	2007				
	2008	61.5	30.8	7.7	0.0
スリランカ	2006				
	2007				
	2008	53.3	46.7	0.0	0.0
オセアニア 計	2006				
	2007				
	2008	47.1	52.9	0.0	0.0
オーストラリア	2006				
	2007				
	2008	42.9	57.1	0.0	0.0
ニュージーランド	2006				
	2007				
	2008	56.3	43.8	0.0	0.0

(注)ミャンマー、バングラデシュ、パキスタン、スリランカ、オーストラリア、ニュージーランドは 2008 年が初調査

図表 41 今後 1～2 年の事業展開の方向性【非製造業】

(2008 年度調査 有効回答数:886 社)



(2) 事業規模拡大方針～製造業は追加投資、非製造業は市場拡大

「事業拡大の具体的方針」(有効回答:製造業 532、非製造業 506。複数回答)を聞いた(図表 42-1)。回答をみると、製造業では、ASEAN、南西アジア、オセアニア各地域において、①「追加投資による事業規模の拡大」、②「生産品目の拡大(多角化)」、③「生産品目の高付加価値化」の順で一致した。国別で特徴的なのが、シンガポール、オーストラリアで、「設計・研究開発機能の強化」がそれぞれ 42.1%、33.3%を占めた。ASEAN、オセアニア地域の R&D 拠点としてのその機能強化に注力する姿が見られる。

非製造業では全体で「製品・サービス範囲の拡大(市場拡大)」の割合が最も高かった。以下、ASEAN、南西アジアでは「製品・サービス内容の拡大(多角化)」を、オセアニアでは「追加投資による事業規模の拡大」の意向が高かった。また「企画・研究開発機能の強化」は製造業と同様、全体の順位は第 4 位だが、相対的に低率であった。

図表 42-1 事業拡大の具体的な方針(回答比率上位 5 項目)【製造業】

(複数回答、単位：%、有効回答 532 社)

	有効回答	第1位		第2位		第3位		第4位		第5位
総数	532	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		特定品目の生産拠点を自社に集約
	100.0	66.5		51.9		37.6		16.5		10.2
ASEAN 計	432	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		特定品目の生産拠点を自社に集約
	100.0	67.4		53.0		38.2		16.7		10.9
インドネシア	62	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		特定品目の生産拠点を自社に集約
	100.0	72.6		53.2		37.1		11.3		9.7
マレーシア	46	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		特定品目の生産拠点を自社に集約
	100.0	58.7		52.2		50.0		15.2		6.5
ミャンマー	2	生産品目の高付加価値化	生産品目の拡大(多角化)	追加投資による事業規模の拡大	特定品目の生産拠点を自社に集約					
	100.0	100.0		50.0						
フィリピン	47	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		特定品目の生産拠点を自社に集約
	100.0	68.1		57.5		42.6		14.9		12.8
シンガポール	19	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		設計・研究開発機能の強化		生産品目の拡大(多角化)		特定品目の生産拠点を自社に集約
	100.0	79.0		47.4		42.1		26.3		5.3
タイ	197	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		特定品目の生産拠点を自社に集約
	100.0	66.0		51.8		34.0		17.3		12.7
ベトナム	59	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		特定品目の生産拠点を自社に集約
	100.0	69.5		61.0		35.6		15.3		8.5
南西アジア 計	76	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		特定品目の生産拠点を自社に集約
	100.0	67.1		50.0		36.8		13.2		5.3
バングラデシュ	11	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		特定品目の生産拠点を自社に集約		
	100.0	54.6		45.5		18.2		9.1		
インド	49	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		特定品目の生産拠点を自社に集約
	100.0	71.4		49.0		30.6		12.2		2.0
パキスタン	8	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	特定品目の生産拠点を自社に集約			
	100.0	50.0		37.5		12.5				
スリランカ	8	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	特定品目の生産拠点を自社に集約	
	100.0	87.5		62.5		50.0		12.5		
オセアニア 計	24	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		特定品目の生産拠点を自社に集約
	100.0	50.0		37.5		29.2		25.0		12.5
オーストラリア	15	追加投資による事業規模の拡大		設計・研究開発機能の強化		生産品目の高付加価値化	生産品目の拡大(多角化)		特定品目の生産拠点を自社に集約	
	100.0	46.7		33.3		26.7		13.3		
ニュージーランド	9	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	特定品目の生産拠点を自社に集約			
	100.0	55.6		33.3		11.1				

図表 42-2 事業拡大の具体的な方針(回答比率上位 5 項目)【非製造業】

(複数回答、単位: %、有効回答 506 社)

	有効回答	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総 数	506	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 拠点を自社に集約
	100.0	68.0	48.0	38.7	11.1	4.4
ASEAN 計	309	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 拠点を自社に集約
	100.0	70.9	46.3	34.6	9.7	4.5
インドネシア	25	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 拠点を自社に集約
	100.0	68.0	60.0	28.0	12.0	8.0
マレーシア	39	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)	企画・研究開発 機能の強化	特定製品・サービス 拠点を自社に集約
	100.0	69.2	38.5	35.9	7.7	2.6
ミャンマー	5	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	製品・サービ ス範囲の拡 大(市場開 拓)		
	100.0	80.0	60.0			
フィリピン	19	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 拠点を自社に集約	
	100.0	63.2	42.1	31.6	5.3	
シンガポール	72	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 拠点を自社に集約
	100.0	72.2	37.5	26.4	5.6	4.2
タイ	112	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 拠点を自社に集約
	100.0	75.9	54.5	29.5	8.9	4.5
ベトナム	37	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)	企画・研究開発 機能の強化	特定製品・サービス 拠点を自社に集約
	100.0	62.2	59.5	43.2	27.0	5.4
南西アジア 計	86	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 拠点を自社に集約
	100.0	67.4	51.2	37.2	17.4	7.0
バングラデシュ	15	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)	企画・研究開発 機能の強化	特定製品・サービス 拠点を自社に集約	追加投資による 事業規模の拡大
	100.0	80.0	46.7	40.0	20.0	13.3
インド	60	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 拠点を自社に集約
	100.0	68.3	55.0	41.7	13.3	1.7
パキスタン	6	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)	企画・研究開 発機能の強 化	
	100.0	66.7	33.3	16.7		
スリランカ	5	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 拠点を自社に集約	製品・サービス範囲の 拡大(市場開拓)	
	100.0	60.0	40.0	20.0		
オセアニア 計	111	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)	企画・研究開発 機能の強化	特定製品・サービス 拠点を自社に集約
	100.0	60.4	51.4	50.5	9.9	1.8
オーストラリア	90	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)	企画・研究開発 機能の強化	
	100.0	57.8	55.6	45.6	7.8	
ニュージーランド	21	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	企画・研究開発 機能の強化	特定製品・サービス 拠点を自社に集約
	100.0	71.4	33.3	19.1	9.5	

(3) 製造業の移転先はベトナムと中国が有力

今後の事業展開の方向性として「縮小」、「移転・撤退」と回答した企業の「具体的な方針」、「第3国(地域)への移転先」(有効回答：製造業 24、非製造業 24。複数回答)を聞いた。

製造業では、在 ASEAN 5 カ国の企業から有効回答があった(図表 43-1)。「一部生産品目を第3国(地域)の関係会社へ移転」(41.7%)、「生産拠点を第3国(地域)へ移転」(33.3%)と、生産ライン・拠点を他国に移転すると回答した割合は75%に達した。

今後1～2年の生産品目や生産拠点の移転先としては、「ベトナム」(6社)が最も多く、次いで、「中国」(5社)、「タイ」「日本」(各4社)であった。ベトナムを選択した企業の業種を見ると、「プラスチック製品」、「金属製品(メッキ加工を含む)」、「電気機械・電子機器」、「電気・電子部品」等、多岐に亘った。

移転先候補の理由としては、「移転先市場の成長性・潜在性」「賃金水準」(各44.4%)、「管理・運営コスト」(33.3%)、「人材の質」(22.2%)が挙げられた。

図表 43-1 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24社)

	有効回答	理由			移転先	
		現地(地域含む)内における拠点統合	生産拠点を第3国(地域)へ移転	一部生産品目を第3国(地域)の関係会社へ移転	有効回答	移転先
総数	24	6 25.0	8 33.3	10 41.7		
ASEAN 計	24	6 25.0	8 33.3	10 41.7		
インドネシア	2	-	-	2 100.0	2	ベトナム(1)、中国(1)
マレーシア	7	4 57.1	1 14.3	2 28.6	3	ベトナム(2)、日本(2)、中国(1)
フィリピン	5	-	2 40.0	3 60.0	5	インドネシア(1)、タイ(2)、ベトナム(1)、インド(2)、中国(1)
シンガポール	6	1 16.7	4 66.7	1 16.7	5	マレーシア(1)、タイ(2)、ベトナム(2)、日本(1)、中国(1)
タイ	4	1 25.0	1 25.0	2 50.0	3	その他ASEAN(1)、日本(1)、中国(1)

(注)その他の国は「縮小」、「移転・撤退」の回答がなかった。

非製造業では、「進出国内における拠点統合」が50.0%を占めた。「進出国内における拠点統合」を選択した割合が高かったのはオーストラリアであった。

移転先を選択した企業の業種は、「販売会社」・「建設/プラント」(各3社)、「運輸・倉庫」(2社)。移転先候補の理由としては、「管理・運営コスト」(60%)、「移転先市場の規模」・「移転先市場における自社競争力」(各40%)、「物流インフラ充実度」(30%)等が挙げられた。

図表 43-2 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24社)

	有効回答	理由			移転先	
		現地(地域含む)内における拠点統合	現在の拠点を第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	有効回答	移転先
総数	24	12 50.0	4 16.7	8 33.3		
ASEAN 計	13	5 38.5	3 23.1	5 38.5		
マレーシア	1	-	1 100.0	-	1	シンガポール(1)
フィリピン	4	2 50.0	1 25.0	1 25.0	2	タイ(1)、ベトナム(2)、その他(1)
シンガポール	8	3 37.5	1 12.5	4 50.0	5	マレーシア(1)、フィリピン(1)、タイ(1)、インド(1)、その他南西アジア(1)、香港(1)、その他(2)
南西アジア 計	1	1 100.0	-	-		
パキスタン	1	1 100.0	-	-	-	
オセアニア 計	10	6 60.0	1 10.0	3 30.0		
オーストラリア	6	5 83.3	1 16.7	-	1	シンガポール(1)
ニュージーランド	4	1 25.0	-	3 75.0	2	オーストラリア(1)、日本(1)

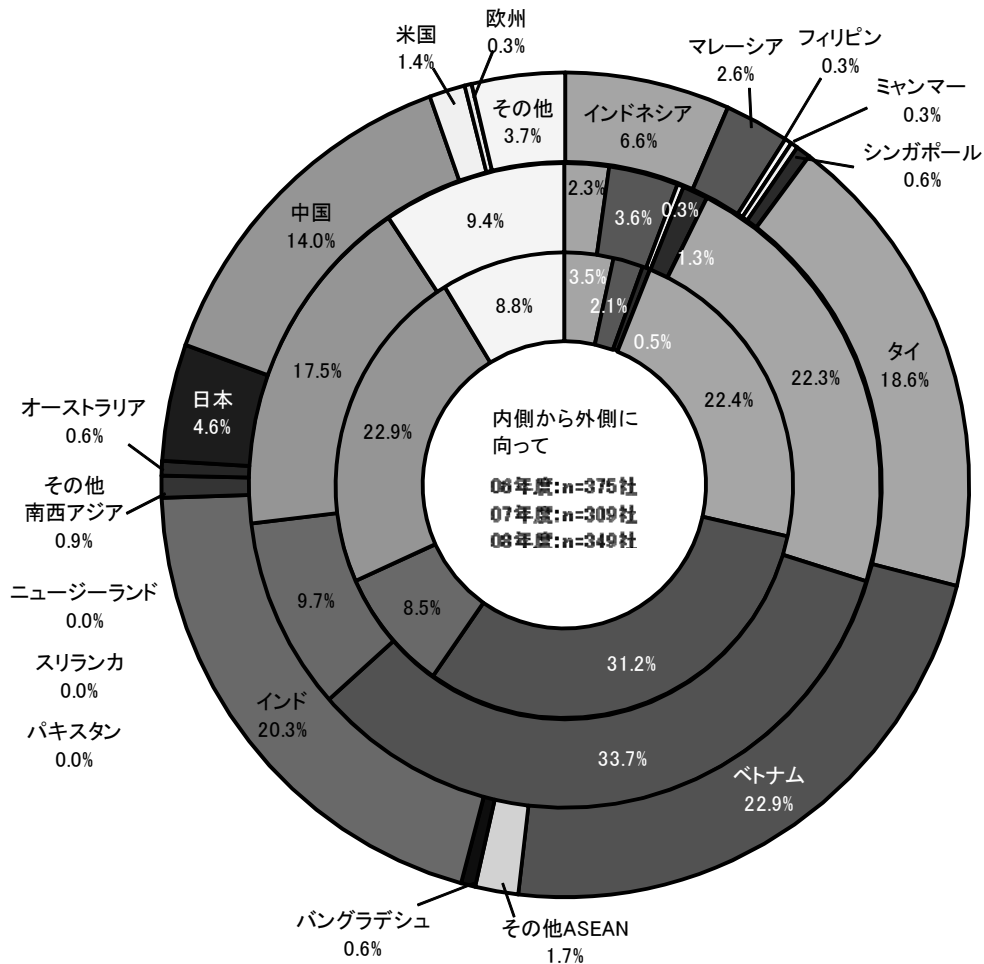
(注)その他の国は「縮小」、「移転・撤退」の回答がなかった。

(4) 第3国で中長期的に有望な生産拠点は「ベトナム」「インド」(製造業)

中長期的(5~10年程度)において、事業/製品の生産拠点としての最適地(有効回答:製造業 856、択一回答)を聞いた(図表 44)。評価が高かった国として、①タイ(31.1%・266社)、②ベトナム(15.2%・130社)、③インド(12%・102社)が有望視された。

これを進出国企業が自国を生産最適地として選択した回答を差し引き、進出国以外の国・地域(第3国・地域)で中長期的に生産拠点として選択された最適地(有効回答企業:349社)を見てみると、①ベトナム(22.9%・80社)、②インド(20.3%・71社)、③タイ(18.6%・65社)であった。ベトナムは前回調査時より10.8ポイント下がったものの、第1位をキープした。一方、インドは前回より10.6ポイント上昇し、前回第2位のタイを上回った。また中国の評価は前回の17.5%から14.0%に下落した。中国の投資・事業環境が急速に変化していることが背景にあると思われる。

図表 44 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)



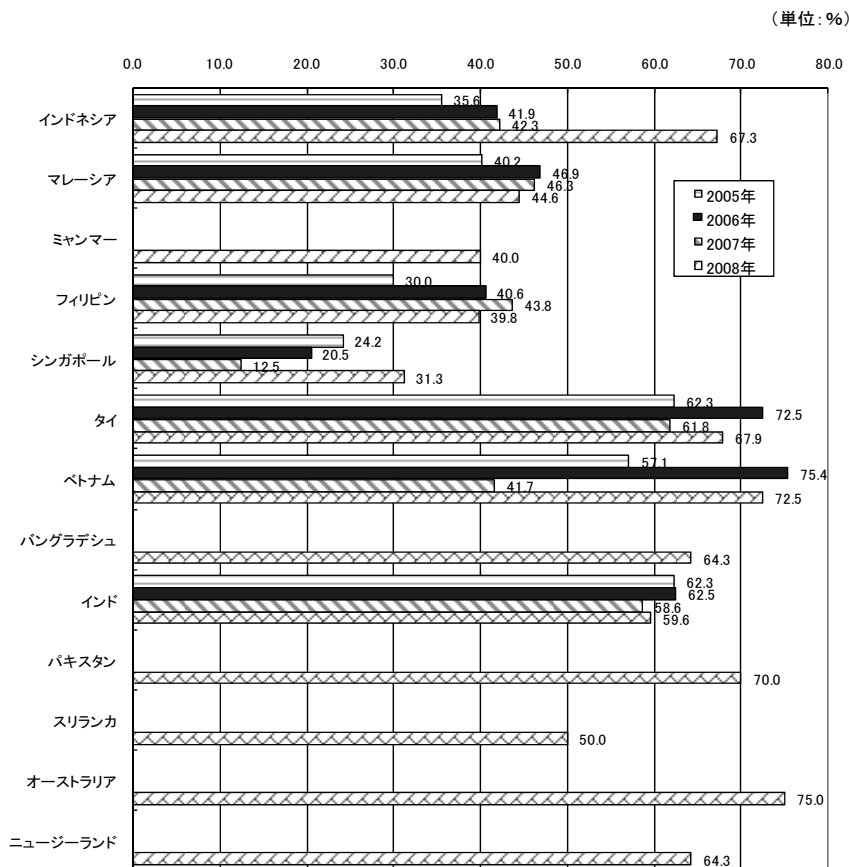
(5) 中長期的に有望な生産拠点としての満足度～ASEANで二分化(製造業)

中長期的（5～10年程度）において、事業/製品の生産最適地として自らが進出している立地国が最も有望と回答した件数の比率を見た(図表 45)。これは生産拠点として見た進出立地国における投資・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。

ASEAN 域内では、生産最適地として進出国をどのように評価するか見方が分かれた。満足度 60～70%台にあるベトナム、タイ、インドネシアの3カ国と、30～40%台にあるマレーシア、ミャンマー、フィリピン、シンガポールとに二分化された。ベトナム、タイは、それぞれ進出日系企業以外の第3国進出日系企業も有望と評価しており、両国は、生産最適地として有望かつ満足度も高い国と評価された。

南西アジアはスリランカで半数の企業が進出国を生産最適地と回答した。インドは6割、パキスタン、バングラデシュでは、60～70%台と高い満足度が示された。

図表 45 中長期的な生産拠点としての自国の有望度



(注)ミャンマー、バングラデシュ、パキスタン、スリランカ、オーストラリア、ニュージーランドは 2008 年が初調査

(6) 業種別で見た中長期的な最適生産拠点は「タイ」(製造業)

中長期的(5~10年程度)において、事業/製品の生産拠点としての最適地を業種別に見た(図表46)。有効回答数の上位12業種で生産最適拠点のトップに挙げられたのは「タイ」であった。

「輸送用機器部品」の生産最適拠点は①タイ(37.8%)、②インドネシア(17.1%)、③インド(14.4%)の順であった。「輸送用機器部品」についても①タイ(39.3%)、②インド(17.9%)、③インドネシア(14.3%)とタイが突出している。今後、輸送機業界はタイとインドを中心に再編・集約していくことが見込まれる。他にも「化学品」、「鉄鋼」でタイ、インド、インドネシアが第1位~3位を占めた。

他方、「電気機械・電子機器」は①タイ、②マレーシア、③ベトナム、「電気・電子部品」は①タイ、②ベトナム、③中国が有望視された。タイに次ぐ生産拠点としてベトナムを挙げた業種に「金属製品」(タイと同率)、「プラスチック製品」「一般機械」があり、部品の加工・組立て拠点として位置付けられている。

図表46 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:856社)

総数(856社)			輸送用機器部品(111社)			電気・電子部品(91社)			金属製品(68社)			化学品(64社)			食品・農水産加工(60社)		
タイ	266社	31.1	タイ	42社	37.8	タイ	31社	34.1	タイ	19社	27.9	タイ	14社	21.9	タイ	20社	33.3
ベトナム	130社	15.2	インドネシア	19社	17.1	ベトナム	22社	24.2	ベトナム	14社	20.6	インド	14社	21.9	オーストラリア	9社	15.0
インド	102社	11.9	インド	16社	14.4	中国	12社	13.2	インドネシア	9社	13.2	インドネシア	7社	10.9	マレーシア	6社	10.0
インドネシア	93社	10.9	ベトナム	15社	13.5	マレーシア	6社	6.6	インド	8社	11.8	ベトナム	7社	10.9	インド	6社	10.0
マレーシア	54社	6.3	フィリピン	7社	6.3	インドネシア	5社	5.5	マレーシア	5社	7.4	中国	6社	9.4	ベトナム	5社	8.3
中国	49社	5.7	その他	3社	2.7	フィリピン	4社	4.4	フィリピン	4社	5.9	シンガポール	4社	6.3	インドネシア	4社	6.7
フィリピン	42社	4.9	マレーシア	2社	1.8	シンガポール	4社	4.4	日本	3社	4.4	マレーシア	2社	3.1	ニュージーランド	3社	5.0
オーストラリア	23社	2.7	オーストラリア	2社	1.8	インド	4社	4.4	ミャンマー	1社	1.5	その他南西アジア	2社	3.1	中国	2社	3.3
シンガポール	17社	2.0	中国	2社	1.8	その他ASEAN	1社	1.1	その他ASEAN	1社	1.5	オーストラリア	2社	3.1	ミャンマー	1社	1.7
日本	16社	1.9	パキスタン	1社	0.9	バングラデシュ	1社	1.1	ニュージーランド	1社	1.5	日本	2社	3.1	フィリピン	1社	1.7
その他	13社	1.5	日本	1社	0.9	スリランカ	1社	1.1	中国	1社	1.5	フィリピン	1社	1.6	シンガポール	1社	1.7
バングラデシュ	11社	1.3	米国	1社	0.9				米国	1社	1.5	その他ASEAN	1社	1.6	スリランカ	1社	1.7
ニュージーランド	9社	1.1							その他	1社	1.5	バングラデシュ	1社	1.6	その他	1社	1.7
パキスタン	7社	0.8										欧州	1社	1.6			
その他ASEAN	6社	0.7															
スリランカ	6社	0.7															
米国	5社	0.6															
ミャンマー	3社	0.4															
その他南西アジア	3社	0.4															
欧州	1社	0.1															
電気機械・電子機器(58社)			プラスチック製品(57社)			一般機械(39社)			鉄鋼(38社)			非鉄金属(28社)			輸送用機器(28社)		
タイ	23社	39.7	タイ	20社	35.1	タイ	16社	41.0	タイ	16社	42.1	タイ	7社	25.0	タイ	11社	39.3
マレーシア	8社	13.8	ベトナム	13社	22.8	ベトナム	8社	20.5	インドネシア	5社	13.2	インド	5社	17.9	インド	5社	17.9
ベトナム	6社	10.3	インドネシア	4社	7.0	インド	8社	20.5	インド	5社	13.2	マレーシア	3社	10.7	インドネシア	4社	14.3
中国	5社	8.6	フィリピン	4社	7.0	中国	3社	7.7	ベトナム	3社	7.9	フィリピン	3社	10.7	オーストラリア	3社	10.7
インドネシア	4社	6.9	インド	4社	7.0	インドネシア	2社	5.1	フィリピン	2社	5.3	インドネシア	2社	7.1	フィリピン	2社	7.1
インド	4社	6.9	中国	4社	7.0	フィリピン	1社	2.6	中国	2社	5.3	ベトナム	2社	7.1	パキスタン	2社	7.1
フィリピン	3社	5.2	日本	2社	3.5	スリランカ	1社	2.6	その他	2社	5.3	その他ASEAN	1社	3.6	日本	1社	3.6
シンガポール	1社	1.7	その他	2社	3.5				シンガポール	1社	2.6	パキスタン	1社	3.6			
オーストラリア	1社	1.7	マレーシア	1社	1.8				バキスタン	1社	2.6	その他南西アジア	1社	3.6			
日本	1社	1.7	シンガポール	1社	1.8				日本	1社	2.6	オーストラリア	1社	3.6			
米国	1社	1.7	バングラデシュ	1社	1.8							米国	1社	3.6			
その他	1社	1.7	米国	1社	1.8							その他	1社	3.6			
ゴム製品(26社)																	
タイ	8社	30.8															
インドネシア	4社	15.4															
マレーシア	3社	11.5															
ベトナム	3社	11.5															
インド	3社	11.5															
フィリピン	2社	7.7															
日本	2社	7.7															
バングラデシュ	1社	3.9															

(7) 中長期的に有望な市場は「インド」(製造業)

中長期的(5~10年程度)において、事業/製品の潜在性の高い市場(有効回答:製造業884、複数回答)を聞いた(図表47)。有望な市場として上位に挙げられたのは①インド、②中国、③タイであった。インドは、有効回答企業数の上位12業種中、9業種で1位を占めた。ほとんどの業種が市場開拓の余地をインドに見出そうと評価している。残る3業種の1位は、タイ(「食品・農水産加工」、「プラスチック製品」と中国(「電気・電子部品」)であった。ASEAN域内ではタイの他、市場規模が大きいインドネシア、新興市場として期待されるベトナムが有望視されている。

図表47 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(884社)			輸送用機器部品(110社)			電気・電子部品(95社)			金属製品(71社)		
		社数	比率		社数	比率		社数	比率		社数	比率
1位	インド	337社	38.1	インド	54社	49.1	中国	42社	44.2	インド	23社	32.4
2位	中国	242社	27.4	タイ	37社	33.6	インド	31社	32.6	タイ	21社	29.6
3位	タイ	239社	27.0	インドネシア	31社	28.2	ベトナム	30社	31.6	中国	20社	28.2
4位	ベトナム	222社	25.1	ベトナム	28社	25.5	タイ	29社	30.5	ベトナム	19社	26.8
5位	日本	163社	18.4	中国	25社	22.7	欧州	27社	28.4	日本	19社	26.8

	食品・農水産加工(64社)			化学品(64社)			電気機械・電子機器(60社)			プラスチック製品(56社)		
		社数	比率		社数	比率		社数	比率		社数	比率
1位	タイ	21社	32.8	インド	34社	53.1	インド	26社	43.3	タイ	24社	42.9
2位	中国	18社	28.1	中国	22社	34.4	欧州	18社	30.0	中国	21社	37.5
3位	日本	15社	23.4	ベトナム	14社	21.9	ベトナム	14社	23.3	ベトナム	16社	28.6
4位	中近東	12社	18.8	インドネシア	13社	20.3	米国	13社	21.7	インド	16社	28.6
5位	インド	11社	17.2	タイ	12社	18.8	中国	10社	16.7	日本	14社	25.0
							中近東	10社	16.7			

	鉄鋼(40社)			一般機械(40社)			輸送用機器(31社)			非鉄金属(27社)		
		社数	比率		社数	比率		社数	比率		社数	比率
1位	インド	19社	47.5	インド	29社	72.5	インド	12社	38.7	インド	12社	44.4
2位	タイ	14社	35.0	ベトナム	17社	42.5	インドネシア	6社	19.4	タイ	9社	33.3
3位	ベトナム	11社	27.5	インドネシア	10社	25.0	ベトナム	6社	19.4	ベトナム	7社	25.9
4位	インドネシア	10社	25.0	タイ	10社	25.0	タイ	5社	16.1	中国	7社	25.9
5位	中国	6社	15.0	中近東	10社	25.0	中近東	5社	16.1	日本	6社	22.2

	ゴム製品(26社)		
		社数	比率
1位	インド	11社	42.3
2位	タイ	7社	26.9
3位	ベトナム	6社	23.1
4位	日本	6社	23.1
5位	中国	5社	19.2
	米国	5社	19.2

(8) 中長期的に有望な販売拠点は「タイ」、第3国評価は「ベトナム」(非製造業)

非製造業で、中長期的(5~10年程度)において、事業/製品・サービスの販売拠点としての最適地(有効回答:非製造業805、択一回答)を聞いた(図表48)。国別では、①タイ(18%・145社)、②シンガポール(15.7%・126社)、③オーストラリア(11.7%・94社)が評価された。

有効回答数上位 12 業種中、タイが 1 位になったのは「商社」、「運輸・倉庫」、「建設・プラント」、「流通」。シンガポールは「販売会社」、「銀行」、「保険」で 1 位を占め、販売・金融サービス分野で有望視されている。また、オーストラリアが 1 位となったのは「ホテル・旅行・外食」、「鉱業」、「不動産」、「農林業」と、同国の豊富で潜在性の高いリソースを活用したサービス分野が最適地として評価された。

他方、進出国企業が自国を最適地として選択した回答を差し引き、進出国以外の国・地域(第 3 国・地域)で中長期的に販売拠点として選択された最適地(有効回答企業: 290 社)を見てみると、①ベトナム(15.2%・44 社)、②タイ(14.1%・41 社)、③インド(13.4%・39 社)であった(図表 49)。ベトナムは販売市場の潜在性、流通分野の段階的規制緩和を受けた評価だと思われる。

図表 48 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805社)

	総数(856社)		商社(164社)		販売会社(157社)		運輸/倉庫(86社)		建設/プラント(83社)		通信/ソフトウェア(39社)	
1位	タイ	145社 18.0	タイ	30社 18.3	シンガポール	42社 26.8	タイ	20社 23.3	タイ	17社 20.5	ベトナム	9社 23.1
2位	シンガポール	126社 15.7	シンガポール	29社 17.7	オーストラリア	31社 19.8	インド	13社 15.1	マレーシア	12社 14.5	タイ	6社 15.4
3位	オーストラリア	94社 11.7	インド	29社 17.7	タイ	27社 17.2	シンガポール	8社 9.3	インドネシア	10社 12.1	インド	5社 12.8
4位	インド	88社 10.9	ベトナム	15社 9.2	インド	16社 10.2	ベトナム	7社 8.1	ベトナム	10社 12.1	日本	5社 12.8
5位	ベトナム	68社 8.5	オーストラリア	10社 6.1	ニュージーランド	8社 5.1	オーストラリア	7社 8.1	シンガポール	8社 9.6	シンガポール	3社 7.7
6位	インドネシア	43社 5.3	インドネシア	9社 5.5	マレーシア	7社 4.5	フィリピン	6社 7.0	その他	7社 8.4	インドネシア	2社 5.1
7位	マレーシア	43社 5.3	ニュージーランド	7社 4.3	ベトナム	7社 4.5	中国	6社 7.0	インド	5社 6.0	ニュージーランド	2社 5.1
8位	ニュージーランド	37社 4.6	日本	6社 3.7	その他	5社 3.2	インドネシア	3社 3.5	フィリピン	4社 4.8	中国	2社 5.1
9位	その他	33社 4.1	中国	6社 3.7	日本	4社 2.6	マレーシア	3社 3.5	スリランカ	2社 2.4	その他	2社 5.1
10位	日本	31社 3.9	バングラデシュ	5社 3.1	インドネシア	3社 1.9	ニュージーランド	3社 3.5	オーストラリア	2社 2.4	マレーシア	1社 2.6
11位	フィリピン	24社 3.0	マレーシア	3社 1.8	中国	2社 1.3	その他	3社 3.5	ミャンマー	1社 1.2	フィリピン	1社 2.6
12位	中国	19社 2.4	フィリピン	3社 1.8	中近東	2社 1.3	ミャンマー	2社 2.3	その他ASEAN	1社 1.2	中近東	1社 2.6
13位	バングラデシュ	11社 1.4	中近東	3社 1.8	フィリピン	1社 0.6	日本	2社 2.3	パキスタン	1社 1.2		
14位	中近東	11社 1.4	その他	3社 1.8	パキスタン	1社 0.6	その他ASEAN	1社 1.2	日本	1社 1.2		
15位	ミャンマー	7社 0.9	ミャンマー	2社 1.2	欧州	1社 0.6	欧州	1社 1.2	香港	1社 1.2		
16位	欧州	7社 0.9	パキスタン	2社 1.2			中近東	1社 1.2	米国	1社 1.2		
17位	パキスタン	5社 0.6	香港	1社 0.6								
18位	スリランカ	5社 0.6	台湾	1社 0.6								
19位	米国	3社 0.4										
20位	その他ASEAN	2社 0.3										
21位	香港	2社 0.3										
22位	台湾	1社 0.1										

	ホテル/旅行/外食(35社)		銀行(21社)		保険(20社)		流通(16社)		鉱業(12社)		不動産(7社)	
1位	オーストラリア	9社 25.7	シンガポール	4社 19.1	シンガポール	4社 20.0	タイ	6社 37.5	オーストラリア	7社 58.3	オーストラリア	2社 28.6
2位	タイ	4社 11.4	タイ	4社 19.1	インド	4社 20.0	ニュージーランド	5社 31.3	日本	2社 16.7	インドネシア	1社 14.3
3位	ニュージーランド	4社 11.4	マレーシア	3社 14.3	タイ	3社 15.0	マレーシア	2社 12.5	インドネシア	1社 8.3	フィリピン	1社 14.3
4位	インド	3社 8.6	ベトナム	3社 14.3	インドネシア	2社 10.0	ミャンマー	1社 6.3	ベトナム	1社 8.3	スリランカ	1社 14.3
5位	フィリピン	2社 5.7	その他	3社 14.3	オーストラリア	2社 10.0	ベトナム	1社 6.3	その他	1社 8.3	中国	1社 14.3
6位	シンガポール	2社 5.7	オーストラリア	2社 9.5	ニュージーランド	2社 10.0	オーストラリア	1社 6.3			その他	1社 14.3
7位	ベトナム	2社 5.7	インドネシア	1社 4.8	フィリピン	1社 5.0						
8位	バングラデシュ	2社 5.7	日本	1社 4.8	ベトナム	1社 5.0						
9位	日本	2社 5.7			米国	1社 5.0						
10位	インドネシア	1社 2.9										
11位	マレーシア	1社 2.9										
12位	パキスタン	1社 2.9										
13位	中国	1社 2.9										
14位	欧州	1社 2.9										

図表 49 中長期的(5~10年程度)な事業/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805社)

選択した国	インドネシア	マレーシア	ミャンマー	フィリピン	シンガポール	タイ	ベトナム	バングラデシュ	インド	パキスタン	スリランカ	オーストラリア	ニュージーランド	総数	ネットでの合計	
有効回答	49	64	12	49	139	159	35	14	72	12	12	146	42	805		
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	インドネシア	37	-	-	2	1	1	-	-	-	-	2	-	43	6	
	マレーシア	-	35	1	-	4	1	-	-	-	2	-	-	43	8	
	ミャンマー	-	-	5	-	-	2	-	-	-	-	-	-	7	2	
	フィリピン	-	-	-	24	-	-	-	-	-	-	-	-	24	0	
	シンガポール	2	5	-	6	95	3	2	1	3	-	9	-	126	31	
	タイ	3	8	2	6	13	104	2	-	4	1	2	-	145	41	
	ベトナム	2	7	2	6	3	21	24	-	1	-	1	1	68	44	
	その他ASEAN	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	2	2	
	バングラデシュ	-	-	-	-	-	-	1	10	-	-	-	-	-	11	1
	インド	2	2	-	-	8	13	1	1	49	1	1	9	1	88	39
	パキスタン	-	-	-	-	-	-	-	-	1	4	-	-	-	5	1
	スリランカ	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	4	-	-	5	1
	オーストラリア	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	91	2	94	3
	ニュージーランド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	33	37	4
	日本	1	1	-	4	1	3	1	1	3	1	2	8	5	31	31
	中国	-	2	-	-	3	6	1	-	1	-	-	6	-	19	19
	香港	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	2	2
	台湾	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
	米国	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	3	3
	欧州	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	5	-	7	7
中近東	-	2	-	-	3	1	-	-	4	1	-	-	-	11	11	
その他	1	-	2	1	7	3	1	1	3	4	1	8	1	33	33	

(9) 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到に求める中心的な役割・機能(有効回答:非製造業758、複数回答)を聞いた(図表50)。全体では「国内市場向け販売拠点」が58.7%を占め、次いで「第3国・地域向け販売拠点」(26.1%)、「地域統括拠点」(23.1%)が続いた。各国に求める役割・機能もほとんどが、国内市場向けの販売拠点であるが、シンガポールは、「地域統括拠点」が5割近くを占めた。

図表 50 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:758社)

総数 (908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
	58.7	26.1	23.1
インドネシア (45社)	77.8		
マレーシア (59社)	61.0	23.7	
ミャンマー (10社)	50.0	50.0	
フィリピン (48社)	52.1		
シンガポール (132社)	50.0	46.2	36.6
タイ (153社)	67.3	32.0	20.3
ベトナム (32社)	59.4	18.8	
バングラデシュ (14社)	64.3	28.6	地域のサプライチェーン 統括拠点 28.6
インド (69社)	75.6		
パキスタン (10社)	30.0	30.0	
スリランカ (10社)	60.0	20.0	第3国・地域向け 販売拠点 20.0
オーストラリア (135社)	60.0	17.0	
ニュージーランド (41社)	75.6		

8. インフレの影響・対策

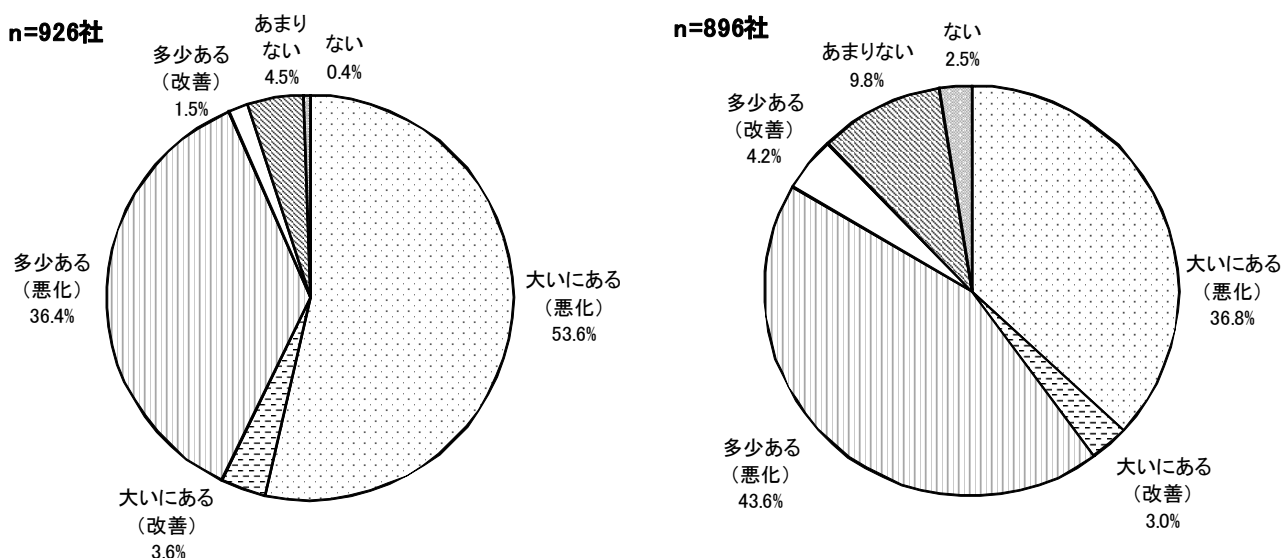
(1) インフレによる収益への影響は製造業でより深刻

インフレの進行による収益への影響をみると、製造業、非製造業ともに8割以上の企業に収益の悪化傾向は見られるものの、悪化の程度は、製造業のほうがより深刻であった。(図表 51)

製造業では、収益への影響について「大いにある(悪化)」と回答した企業が過半数(53.6%)となり、「多少ある(悪化)」(36.4%)と合わせ、「悪化」の影響を受けている企業の割合が90%となった(有効回答 926社、図表 51)。

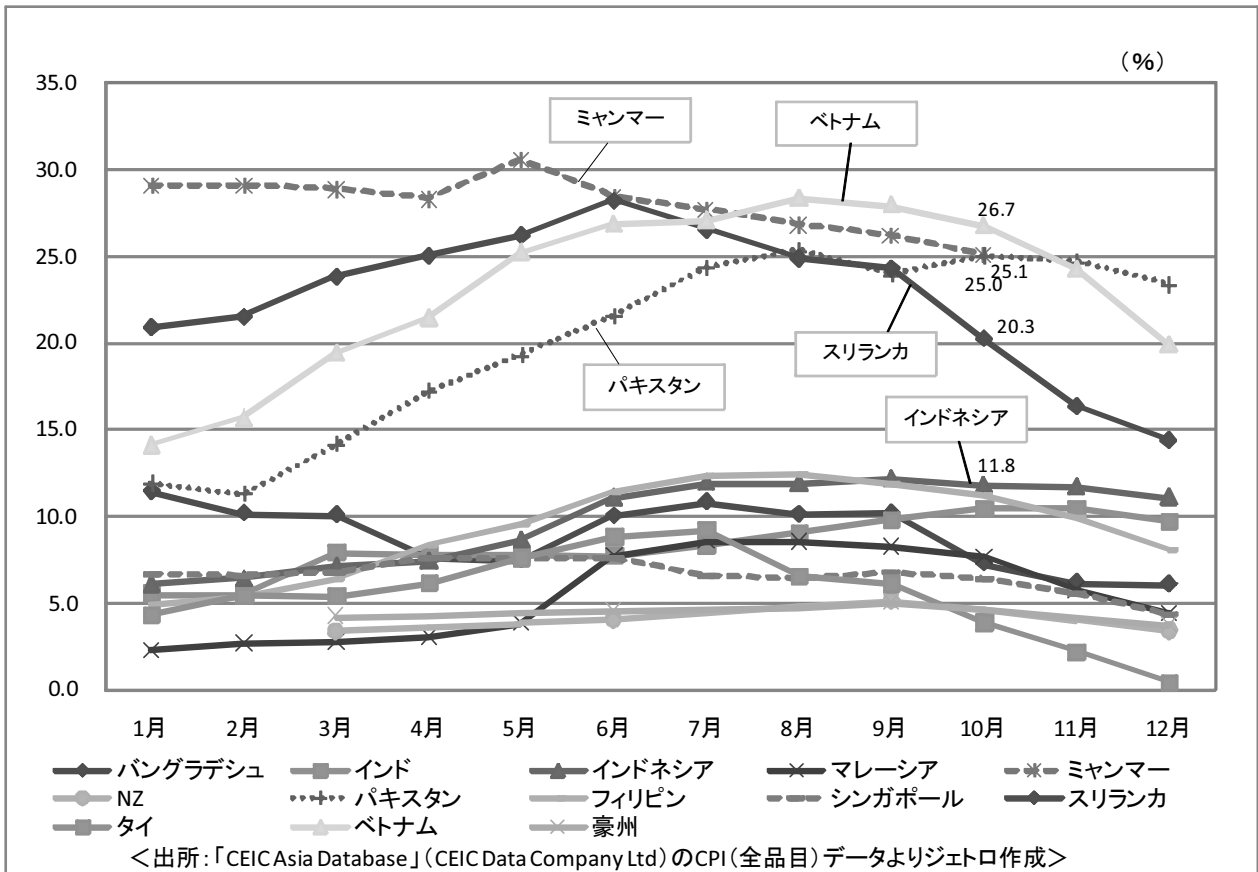
一方、非製造業では、「大いにある(悪化)」と回答した企業の割合は36.8%となり、製造業よりも15ポイント以上低い水準にとどまった。また、「あまりない」もしくは「ない」と回答した企業の割合は12.3%にのぼり、製造業の4.9%を大きく上回る結果となった(有効回答 896社、図表 51)。

図表 51 インフレの進行による収益への影響(製造業、非製造業)



国・地域別で見ると、「大いにある(悪化)」と回答した企業の割合が特に高いのは、スリランカ(62.1%)、パキスタン(54.8%)、およびインドネシア(54.2%)であった(製造業・非製造業合計ベース)。スリランカおよびパキスタンでは、2008年半ば以降、消費者物価上昇率が前年同月比20%を超える水準にまで上昇。調査時点(2008年10月)においても、同水準のまま高止まりする状況となっていたことが背景にある。また、インドネシアでも、08年5月に石油燃料の国内販売価格が平均28.7%も引き上げられたこと等を背景に、同月以降の消費者物価指数が10%を越える水準で推移した。2008年通年でも11.06%を記録しており、これが企業の調達コストや人件費に甚大な影響を与えたものと見られる(図表 52)。

図表 52 各国の消費者物価指数(CPI)上昇率の推移(2008年1月～12月、前年同月比)



各国政府はインフレが急速に進行し始めた08年4月以降、補助金拠出による消費者支援策や、需給バランス安定化のための輸出規制などを相次いで導入した。また、金融面からのインフレ対策として、政策金利や預金準備率の引き上げなどの引き締め措置も相次いで実施され、一部の国では消費や設備投資マインドの減退傾向が顕在化した。

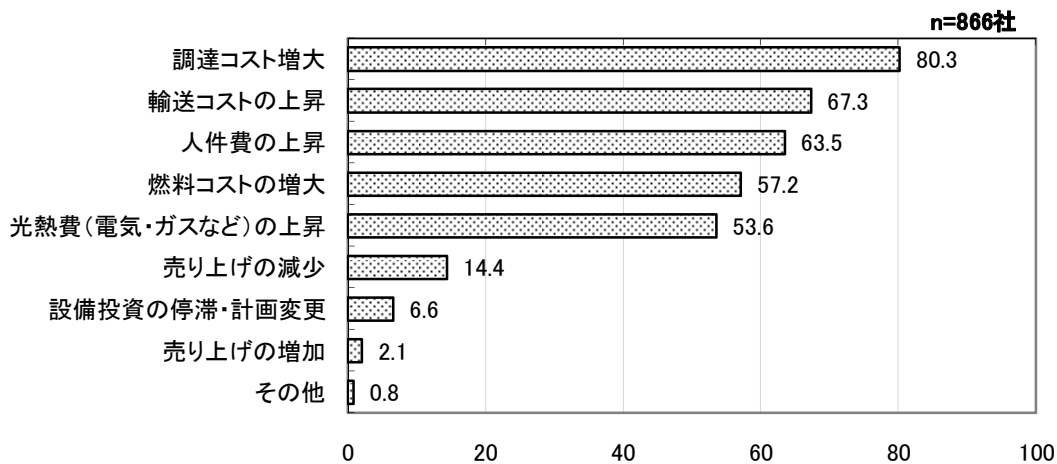
(2) 製造業では調達コスト上昇、非製造業では人件費上昇が最大

インフレの進行による具体的な影響を見ると、製造業では「調達コストの増大」と回答した企業の割合が80%を超えたほか、「輸送コストの上昇」、「人件費の上昇」、「燃料コストの上昇」、「光熱費の上昇」という上位5項目は、すべて50%を超える結果となった(有効回答866社、図表53-1)。

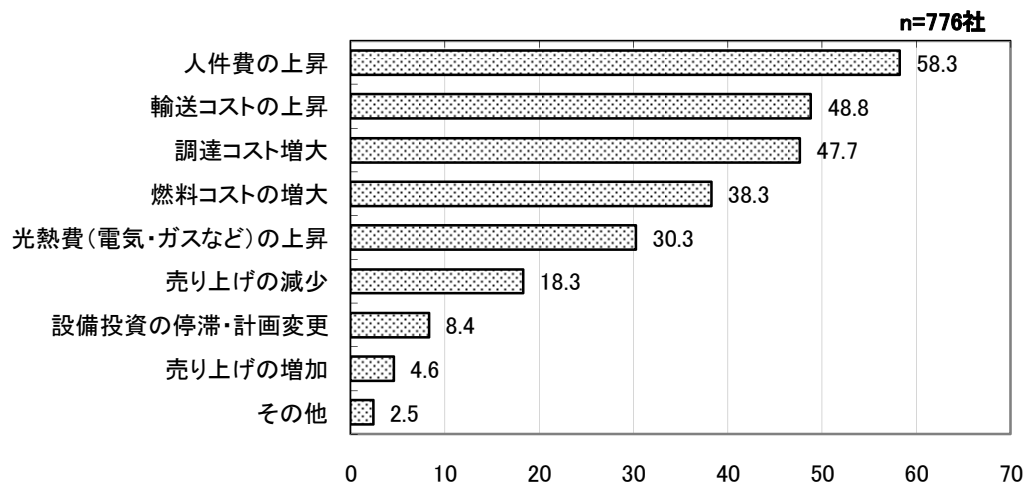
「調達コストの上昇」と回答した企業は、シンガポールで90.5%となったほか、インド(86.4%)、およびタイ(84.0%)などでも極めて高い比率となった。シンガポールに進出する日系製造業は、化学品、電気・電子部品、石油製品、プラスチック製品等の業種が中心であり、原材料の大半を輸入に依存していることから、国際的な原油価格および原材料価格高騰が、調達コストの上昇に直結したものと考えられる。

また、インドおよびタイに進出する日系企業の業種は、いずれも輸送用機器部品の割合が最も高く、鉄鋼やプラスチック、ゴムなど広範にわたる原材料価格の高騰が、調達コストの上昇につながったものと考えられる。

図表 53-1 インフレの進行による具体的な影響(複数回答)<製造業>



図表 53-2 インフレの進行による具体的な影響(複数回答)<非製造業>



一方、非製造業において、インフレの進行による具体的な影響を見ると、「人件費の上昇」と回答した企業の割合が 58.3%と最も高い(有効回答 776 社、図表 53-2)。ASEAN や南西アジアの多くの国では、08 年 4 月以降、急速な消費者物価の上昇に伴う労働者団体からの賃上げ要求の高まりなどを背景に、例年よりも大幅な法定最低賃金の引き上げが実施された。また、ほとんどの国において、インフレが高進する最中に賃金の年次改定時期を迎えたことから、産業界や個別企業レベルで、直近の物価上昇に相応する賃上げが不可避であったと考えられる。

「人件費の上昇」以外の項目では、「輸送コストの上昇」や「調達コストの上昇」などが上位を占めるものの、いずれの項目も、回答企業の割合は 50%を下回った。上位 5 項目がすべて 50%を上回った製造業に比べると、インフレが事業活動に与える直接的な影響の範囲および度合いがいずれも小さいことが分かる。

(3) 具体的なインフレ対策が奏功しているケースはわずか

前出(1)の設問において、インフレによる収益の影響を、「ない」もしくは「あまりない」と回答した企業に対し、インフレ対策の実態(対策をおこなっているか)を聞いたところ、「はい」(行っ

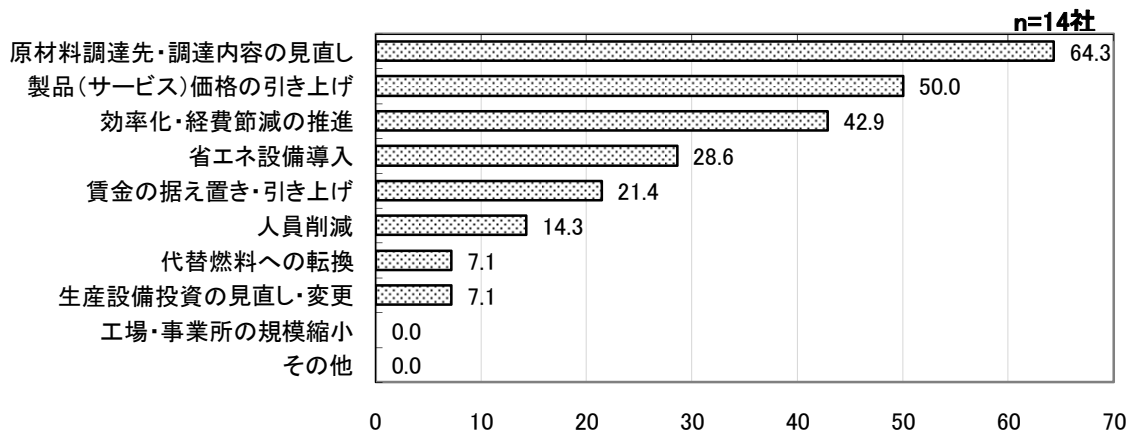
ている)と回答した企業の割合が25.3%、「いいえ」(行っていない)が74.7%となった(有効回答150社、製造業・非製造業合計ベース)。

企業側が自主的なインフレ対策を講じることにより、収益への影響を抑制しているというケースは、それほど多くないのが実態であった。

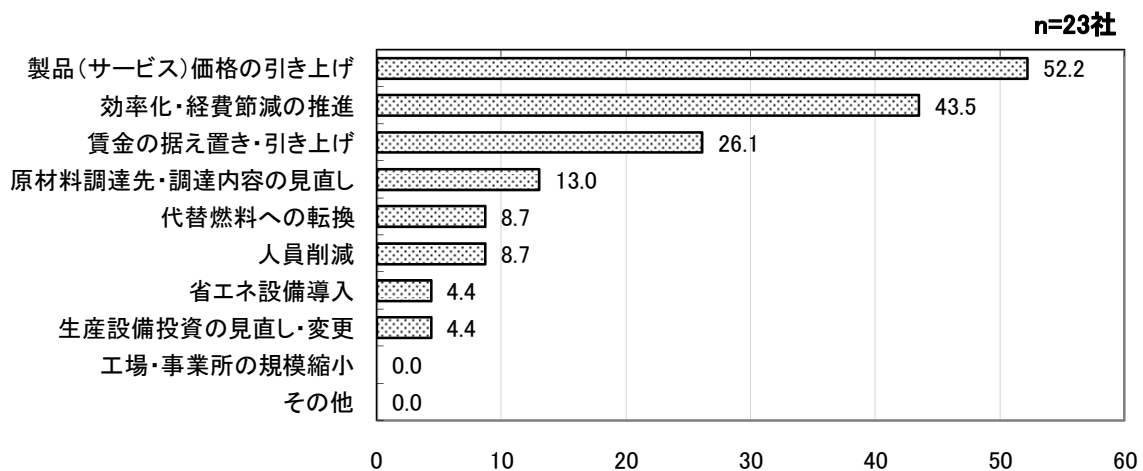
インフレ対策を行っている企業における具体的な対策の内容を見ると、製造業では、「原材料調達先・調達内容の見直し」と回答した企業の割合が64.3%と最も高く、影響の度合いが最も大きい調達コスト上昇の抑制が最優先課題であることが分かる。それ以外の項目では、「製品(サービス)価格の引き上げ」(50%)、「効率化・経費節減の推進」(42.9%)などを挙げた企業の割合が高い(有効回答14社、図表54-1)。

一方、非製造業では、「製品(サービス)価格の引き上げ」が52.2%で最も多く、次いで「効率化・経費節減の推進」が43.5%となった。上位2項目以外を挙げる企業の割合は低く、コスト上昇分の価格転嫁、もしくは自助努力による経費節減以外には有効な手段を打てない実態が浮き彫りとなった。(有効回答23社、図表54-2)

図表 54-1 インフレ対策(複数回答)<製造業>



図表 54-2 インフレ対策(複数回答)<非製造業>

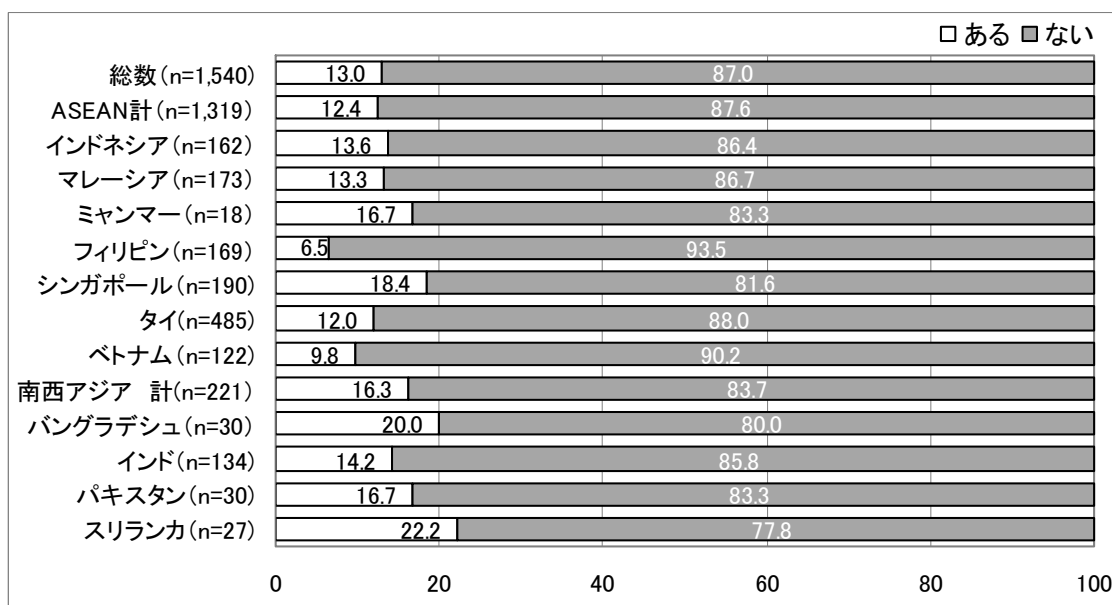


9. 知的財産権被害

(1) 南西アジアで模倣品・海賊版の被害多い

ASEAN および南西アジアの日系進出企業に対して、過去1年間に模倣品・海賊版の被害の有無を尋ねたところ、「ある」と回答した企業の割合は13.0%、「ない」との回答は87.0%であった（有効回答1,540社、製造業、非製造業合計）。（図表55）国・地域別で見ると、ASEANに比べて南西アジアで「ある」との回答が多い。一方、フィリピンで「ある」との回答は6.5%（有効回答169社）、ベトナムでは9.8%（有効回答122社）と低い値となり、被害を明確に認識している企業は多くはない。

図表55 模倣品・海賊版被害の有無（製造業、非製造業）



(2) 形態模倣にかかわる被害が最多

模倣品・海賊版の被害に遭ったことがある企業に対して、具体的な被害内容（複数回答）について聞いたところ、製造業で「製品のデザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣」と回答した企業の割合が59.5%で最大となり、「製品デザインの一部を模倣」が42.3%、「ブランドロゴ等の商標権の盗用」が38.7%、「技術流出といった特許権侵害」が12.6%となった（有効回答111社）。外観のモノマネなど形態模倣にかかわる被害が最も多く、商標権侵害が続いている。

主要業種別にみると、電気機械・電子機器では、15社中8社（53.3%）が、輸送用機器部品の13社中7社（53.9%）が「製品のデザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣」と回答した。

非製造業での被害の具体的内容については、「製品のデザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣」との回答が55.2%で最大となり、「ブランドロゴ等の商標権の盗用」が42.5%、「製品デザインの一部を模倣」が35.6%、「技術流出といった特許権侵害」は10.3%、「違法にコピーされたCD、DVD、書籍等の著作権侵害」が1.2%となった（有効回答87社）。非製造業でも、形態模倣にかかわる被害が最大、次いで商標権被害が続く。

図表 56-1 被害の内容(複数回答)(製造業)

製造業	有効回答	1位		2位		3位		4位		5位	
	111	100.0	製品デザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣	59.5	製品デザインの一部を模倣	42.3	ブランドロゴ等の商標権の盗用	38.7	技術流出といった特許権侵害	12.6	違法にコピーされたCD、DVD、書籍等の著作権侵害
電気機械・電子機器	15	製品デザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣	53.3	製品デザインの一部を模倣	46.7	ブランドロゴ等の商標権の盗用	33.3	技術流出といった特許権侵害	6.7		
輸送用機器部品	13	製品デザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣	53.9	ブランドロゴ等の商標権の盗用	46.2	製品デザインの一部を模倣	38.5	技術流出といった特許権侵害	7.7	違法にコピーされたCD、DVD、書籍等の著作権侵害	
食品・農水産加工	11	製品デザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣	72.7	製品デザインの一部を模倣	54.6	ブランドロゴ等の商標権の盗用					
金属製品(メッキ加工を含む)	9	製品デザインの一部を模倣	55.6	技術流出といった特許権侵害	22.2	製品デザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣	22.2	ブランドロゴ等の商標権の盗用			
電気・電子部品	8	製品デザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣	87.5	ブランドロゴ等の商標権の盗用	25.0	技術流出といった特許権侵害	12.5	製品デザインの一部を模倣			
輸送用機器	7	製品デザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣	42.9	製品デザインの一部を模倣		ブランドロゴ等の商標権の盗用					

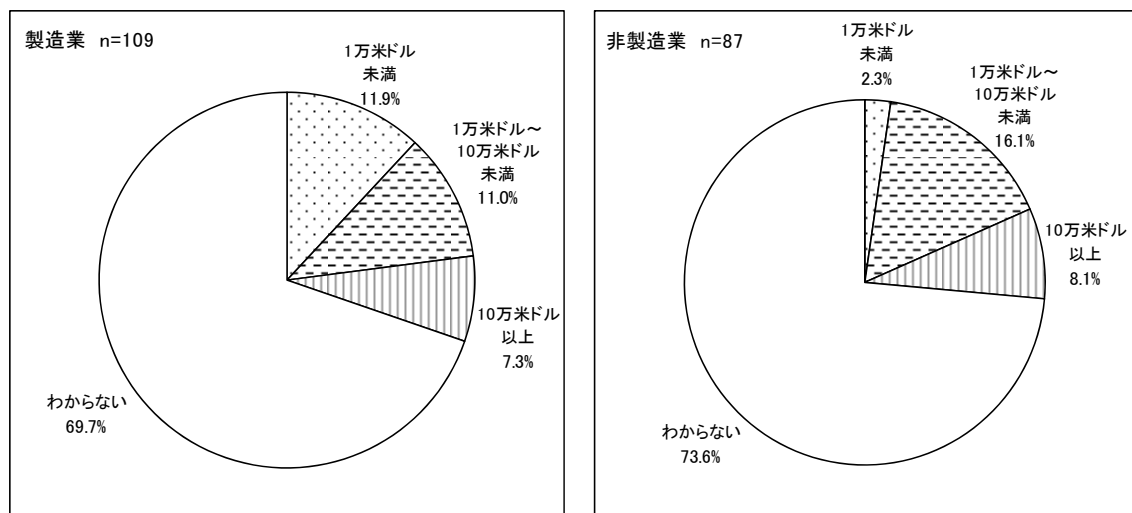
図表 56-2 被害の内容(複数回答)(非製造業)

非製造業	有効回答	1位		2位		3位		4位		5位	
	87	100.0	製品デザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣	55.2	ブランド等の商用権の盗用	42.5	製品デザインの一部を模倣	35.6	技術流出といった特許権侵害	10.3	違法にコピーされたCD、DVD、書籍等の著作権侵害
販売会社	40	製品デザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣	65.0	ブランドロゴ等の商用権の盗用	50.0	製品デザインの一部を模倣	40.0	技術流出といった特許権侵害	10.0		
商社	21	製品デザイン、パッケージなどの形態をそのまま模倣	52.4	ブランドロゴ等の商用権の盗用	47.6	製品デザインの一部を模倣	38.1	技術流出といった特許権侵害	14.3		

(3) 被害実態の把握が課題

被害金額(複数回答)については、製造業、非製造業ともに「わからない」との回答が最多となり(製造業 69.7%、非製造業 73.6%、有効回答 196社)、模倣品・海賊版被害の実態把握の難しさを表している(図表 57)

図表 57 被害金額(製造業/非製造業)



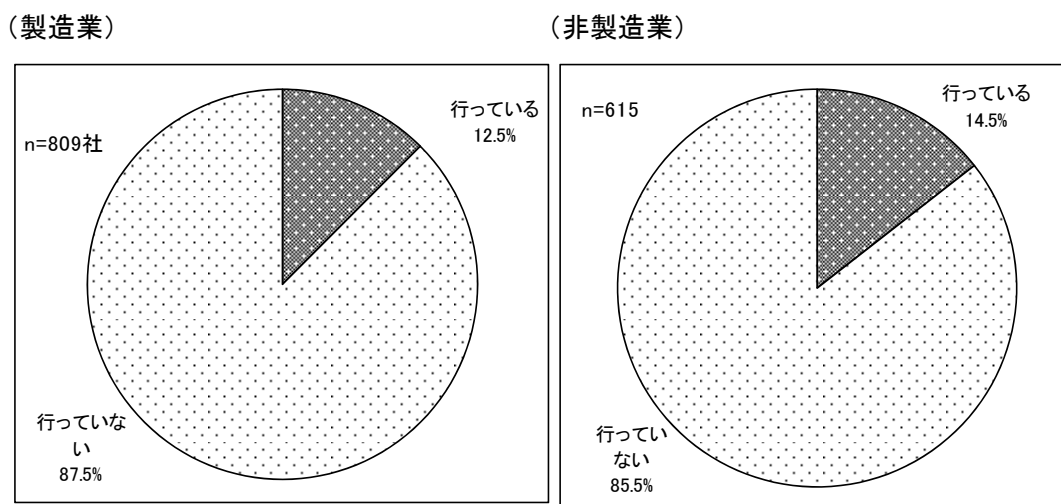
製造業で被害金額が「10 万米ドル以上」と回答した 8 社の業種は、輸送用機器部品 2 社、繊維、プラスチック製品、医薬品、金属製品、輸送用機器となっているなど各々 1 社であった（有効回答 109 社）。

非製造業では、被害金額が「10 万米ドル未満」と回答した企業の割合は 2.3%となった（有効回答 87 社）。製造業に比べると、非製造業では高額被害の割合が高い。

（４）模倣品・海賊版対策を講じている企業は少ない

模倣品・海賊版対策については、製造業、非製造業ともに「行っていない」と回答した企業の割合が最多となった（製造業 87.5%、非製造業 85.5%、有効回答 1,424 社）。（図表 58）被害の実態、金額の把握が難しいため、適切な対策を講じることができない企業が多いようだ。

図表 58 模倣品対策の有無



（５）対策は権利の早期取得とニセモノ製造業者への警告が中心

模倣品・海賊版対策を行っている企業における具体的な対策の内容を見ると、製造業と非製造業ともに権利の早期取得とニセモノ製造業者・販売業者への警告が中心となっている。その他には、消費者への啓発活動、知的財産担当者ポストの設置、知的財産権保護研究グループ（IPG）を利用している企業も見られた。

製造業では「国内での知的財産権の早期の取得（登録）」と回答した企業の割合が 51.0%で最多、「模倣品・海賊版の製造業者・販売業者への警告」が 35.0%、「単独・業界団体等と連携して行う消費者への啓発活動」が 22.0%となった（有効回答 100 社）。（図表 59）「知的財産権保護研究グループ（IPG）への参加」は 8.0%となった。IPG とは、進出企業と現地のジェトロ事務所が運営する知的財産権保護についての情報交換を目的としたフォーラムを指す。06 年から設立された IPG も、一定の利用が見られる。

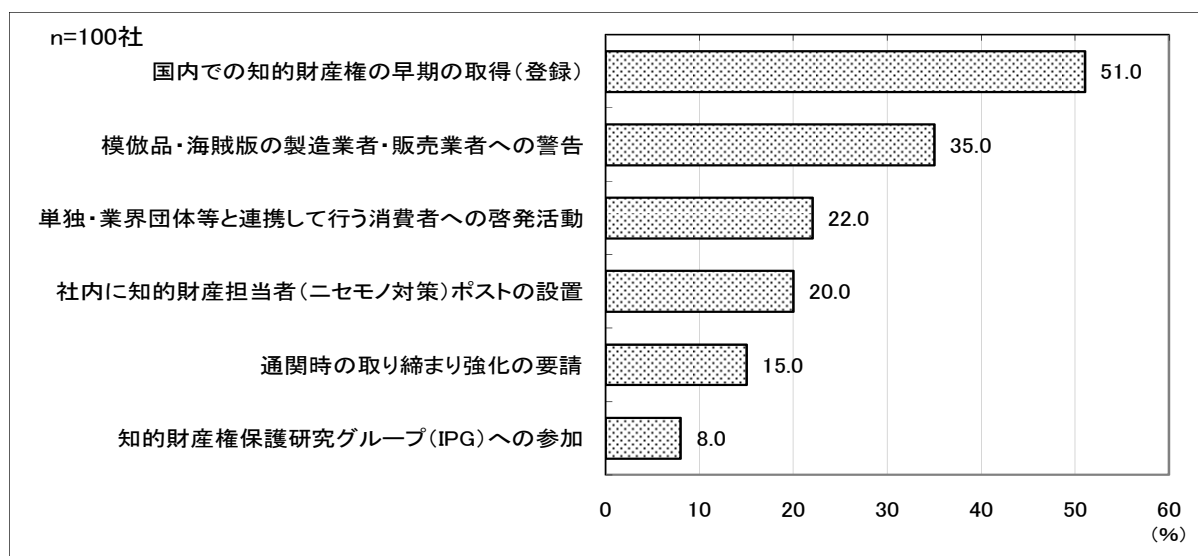
主要業種別の特徴を見ると、電機・電子部品では 11 社中 9 社が（81.8%）「国内での知的財産権の早期の取得（登録）」と回答した。また、食品・農水産加工の 10 社中 6 社、電気機械・電子機器の 5 社中 3 社が「模倣品・海賊版の製造業者・販売業者への警告」を挙げている。食品については、「食

の安全」の観点からも、侵害者への警告は重要となっている様だ。また、電気機械・電子機器では、販売代理店を通じて販売業者への警告を行っている様子が伺える。輸送用機器では9社中5社

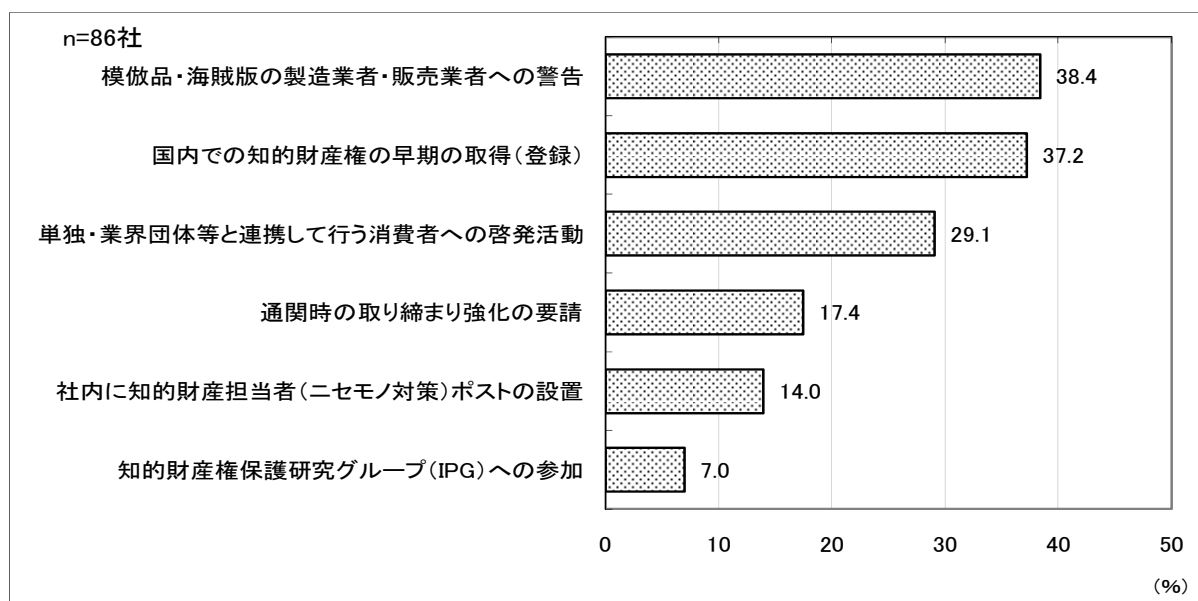
(55.6%)が「単独・業界団体等と連携して行う消費者への啓発活動」を挙げた。食品・農水産加工については、10社中3社が社内に知的財産担当者(ニセモノ対策)ポストを設置するなど、模倣品・海賊版対策に積極的な姿勢を見せている。

非製造業では、具体的な模倣品対策として、「模倣品・海賊版の製造業者・販売業者への警告」が38.4%、「国内での知的財産権の早期の取得(登録)」が37.2%、「単独・業界団体等と連携して行う消費者への啓発活動」が29.1%となった(有効回答86社)。

図表 59-1 模倣品対策(複数回答)(製造業)



図表 59-2 模倣品対策(複数回答)(非製造業)



10. 標準化の現状

(1) 代表的な製品製造の社内規格

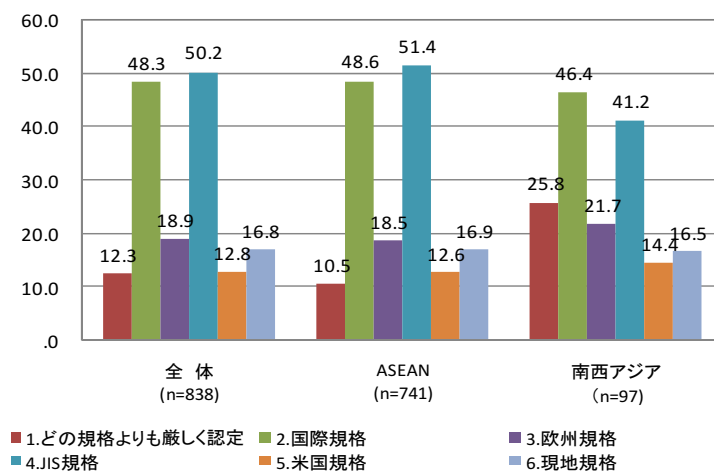
世界では、数多くの製品、サービスで国際標準が策定されているⁱ。電子・電気分野では、国際電気標準化会議（IEC）が、それ以外の分野では国際標準化機構（ISO）が、それぞれ国際規格を策定している。例えば、ISOは2008年1年間で1,230件の規格を新たに生み出したⁱⁱ。その結果、2008年末時点でのISOの保有する規格数は17,765件に達している。ISOが対象とする分野は幅広く、ISO規格件数が多い分野は、エンジニアリング技術で4,829件、これに材料技術が4,264件、電子・IT・通信が2,990件で続く。本アンケートで、「標準」を盛り込んだ背景には、アジアでひたひたと浸透していると見られる欧州標準について、その実態と日本の求められる対応を明らかにすることにある。

①製造業

在アジア日系製造企業に代表的な製品の生産に際し、社内規格をどの規格に合わせているか聞いたところ、有効回答838社のうちJIS規格を採用している企業が最も多く50.2%、次に国際規格(48.3%)となった(図表60-1)

一方、当初、欧州規格が日系企業の間でも浸透してきていることを懸念していたが、欧州規格を社内規格として採用している企業は、今のところ18.9%(158社)にとどまっている。どの規格を選択するかは、当該企業の輸出先や顧客の要望に由る場合も多いが、予め「どの規格よりも厳しく認定」する企業は、南西アジアで25.8%であるものの、ASEAN全体で10.5%に過ぎない。在ASEAN日系企業は、常時、価格面でも厳しい競争にさらされている。日本企業の評価として、一部には「過剰品質」と揶揄されることもある。しかし、実際には一部に過ぎず、多くは市場や顧客に応じ、柔軟に対応しているようだ。

図表 60-1 代表的な製品製造の社内規格(製造業)



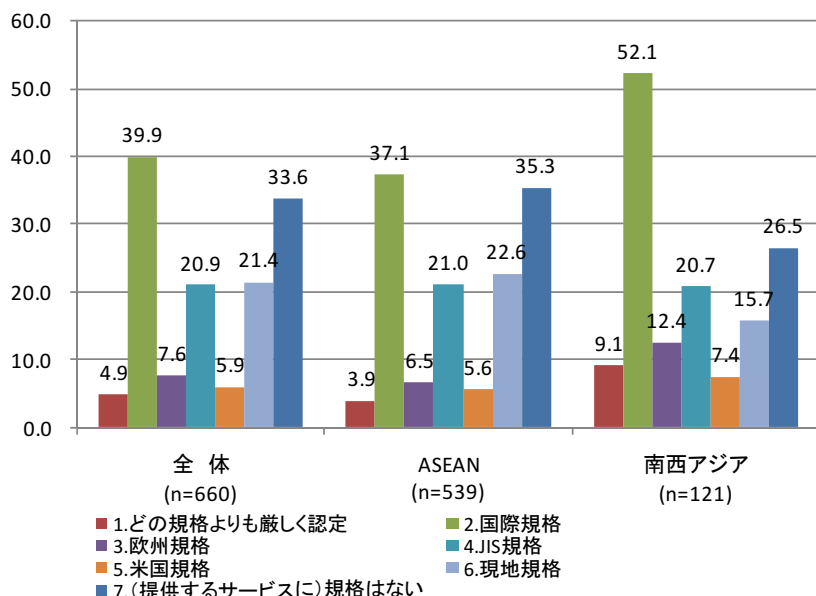
②非製造業

在アジア日系非製造業の場合、有効回答企業660社のうち、約3分の1を占める222社が「(提供するサービスに)規格はない」と回答している。製造業と異なり、サービス分野では、規格が策定されていない分野も依然として多い。残りの企業については、約4割が「国際規格」を社内での主要なサービスの規格として採用している。これに現地規格が21.4%(141社)、僅かな差でJIS規格が20.9%(138社)で続く。現地法人によるサービスの提供は、国内市場向けが多いことから、製造業に比べ

「現地規格」を選択する比率が高い。

一方、欧州規格を採用している企業は、全体で 7.6%、ASEAN で 6.5%、南西アジアで 12.4%に限られている。ただし、この設問で注意が必要なのが、一部欧州規格が国際規格として流通していることである。欧州規格が国際規格に採用された場合、国際規格のみならず、JIS 規格、現地規格も欧州規格から派生したものの可能性がある。

図表 60-2 代表的な製品製造の社内規格(非製造業)



(3) 国際標準化されていない分野の規格

しかし、ほぼ同じ製品やサービスにも関わらず、複数の国、もしくは地域が規格を有する場合、「国際標準」化を巡って企業間やその意向を受けた国家間で獲得競争が起こることもある。その結果、国際標準に採用されなかった規格を用いて製造やサービスの提供を行っていた企業は、調達先・品目の見直しに加え、最悪の場合、生産中止に追い込まれる懸念もある。そのため、在アジア日系企業の間にも、予め「国際標準」策定作業に有利な欧州規格を選好する向きもあるⁱⁱⁱ。

製造業で国際標準化されていない分野での規格取得についての対応を聞いたところ、その多くはあえて地域規格や現地規格などを取得していない（有効回答 671 社）。取引先の求める仕様に従い、対応しているとみられる。「取得している」と回答したのは ASEAN 全体で 34.0%、南西アジアでは 41.1%に過ぎない。それら企業に対して、どの規格を取得しているか聞いたところ、ASEAN 全体では「欧州規格」とした企業が 47.5%である一方、JIS 規格は 45.7%で拮抗している。南西アジアでもその趨勢に大差はなく、欧州規格で 43.2%、JIS 規格は 40.5%であった。また、米国規格と回答している企業もあるものの、ASEAN、南西アジアで各々 27.2%、21.6%にとどまっている。

特に、欧州規格を選好する傾向にあるのは、電気機械・電子機器が多く 73.9%（有効回答 23 社）を占め、これに繊維が 71.4%（同 7 社）、電気・電子部品（53.1%、同 32 社）、輸送用機器部品（51.4%、同 37 社）が続く。逆に JIS 規格を選好する傾向にあるのは、ゴム製品（71.4%、同 7 社）、金属製品（69.2%、同 13 社）、鉄鋼（60.0%、同 10 社）など。概して、機械分野は欧州規格、素材分野は JIS

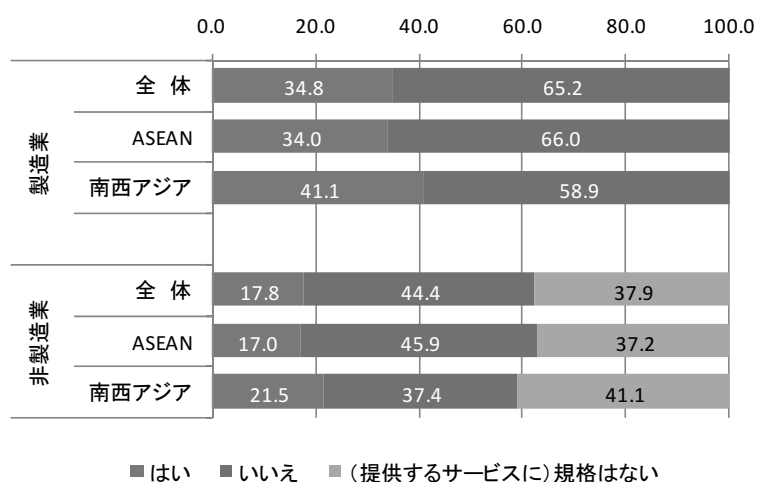
規格を用いる傾向にある。

一方、非製造業の場合、国際規格がない分野での地域、もしくは現地規格の取得については、ASEANで17%、南西アジアで21.5%の企業が取得している。しかし、もともと非製造業分野では、特定の規格がない場合も多く、ASEANで37.2%、南西アジアで41.1%の企業が、「提供するサービスに規格はない」と回答している。

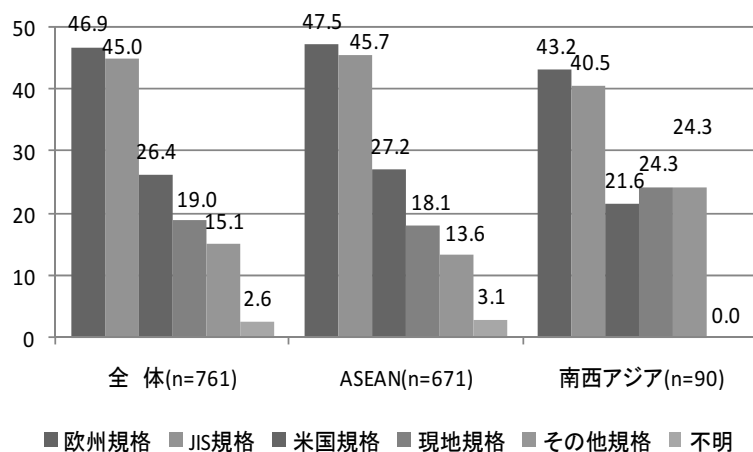
規格を取得している企業のうち、ASEANにおいて最も多いのがJIS規格で45.8%、これに欧州規格と現地規格とが33.7%で並ぶ。これは非製造業の場合、その多くが国内市場向けにサービスを提供しているため、現地規格の比率が高い。一方、南西アジアでは、回答が少ないものの、23社のうちJIS規格が43.5%、これに現地規格が39.1%、その他規格が21.7%で続く。欧州規格を取得している企業は、17.4%（4社）に過ぎない。

非製造業の詳細を見ると、JIS規格を選好しているのは、販売会社の59.4%（有効回答32社）、その他（58.3%、同7社）、商社（53.9%、同26社）が高い。一方、欧州規格については、JIS同様、販売会社（43.8%、同32社）、商社（34.6%、同26社）が続き、現地規格については、建設・プラント分野が多い。

図表 61 国際標準化されていない分野での規格取得の有無



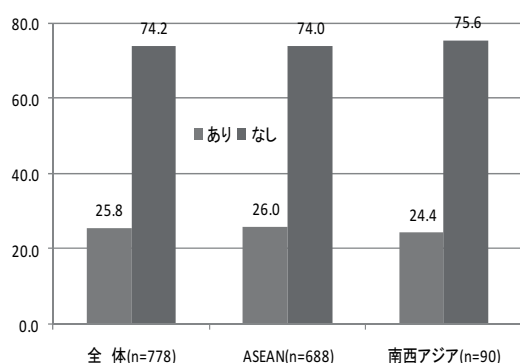
図表 62 国際標準化されていない分野で取得する規格(製造業)



(4) 欧州規格の国際規格化で生産面での影響の有無とその影響の種類

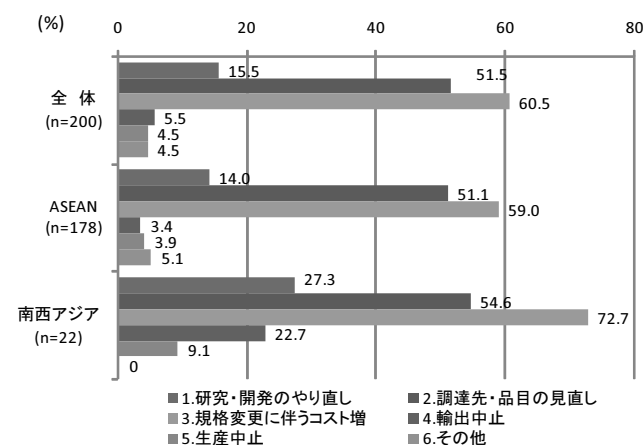
欧州規格が国際規格に採用された場合、これまで JIS など他の規格で製造してきた企業は、研究開発のやり直しや調達先・品目の見直し、規格変更に伴うコスト増、輸出中止、最悪の場合は生産中止にまで追い込まれる可能性がある。今回、欧州規格の国際標準化に伴う影響が、これまであったかを聞いたところ、ASEAN・南西アジアを合わせた全体の 778 社のうち 4 社に 1 社 (25.8%) で影響があったとしている。影響の有無を業種別でみると、機械機器分野が多い。具体的には、精密機械で半分の企業 (有効回答 10 社) が影響を受けているのを筆頭に、輸送用機器 (48.0%、同 25 社)、ゴム製品 (38.5%、同 26 社)、電気・電子部品 (36.9%、同 84 社)、電気機械・電子機器 (35.3%、同 51 社) が続く。

図表 63 欧州規格の国際規格化で生産面での影響の有無



影響の種類について最も多いのが、「規格変更に伴いコストが増加」したことであり、影響があったと回答した企業の 60.5% に達する。次いで、国際標準と整合性をとるため、約半分の企業 (51.5%) が「調達先・品目の見直し」を実施している。15.5% は「研究開発のやり直し」まで実施している。比率は少ないながらも、一部には輸出中止、更には生産中止に追い込まれた企業もある。

図表 64 欧州規格の国際標準化での生産面への影響の種類

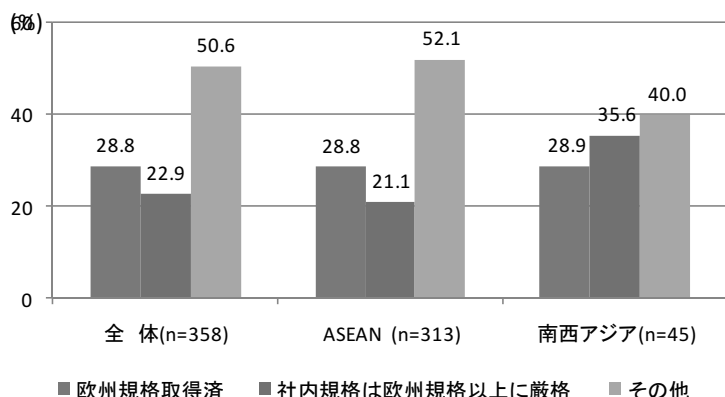


(注) 棒グラフは上から順に 1~6 を指す。

「影響がなかった」と回答した企業のうち、約 3 割弱 (28.8%) は国際標準となった欧州規格を既に取得していた。中には、予め対策を取っていた企業もあるであろうが、多くは欧州に輸出実績がある企業で、既に欧州規格を取得していたと推察される。また、「社内規格は欧州規格以上に厳格」で

あったため、「影響がない」としている企業も 22.9%あった。両者を合わせると、約半数は予め対策を取っていたことになる。

図表 65 欧州規格の国際規格化でも生産面に影響がなかった理由



(5) 製品規格が異なる複数国への輸出

当該製品規格が既に国際標準で統一していれば、製造は同規格に合わせればよく、コストも低く抑えることが出来る。しかし、国際規格が未策定の製品を複数国に輸出をする場合、「社内規格を最も厳しく設定」して対応している企業は 20.5%、「より厳格な規格に合わせる」とする企業は 23.2%あった（有効回答 673 社）。しかし、約半分を占める 48.6%の企業は、各々の規格に合わせて生産しているのが実情である。企業としては、最も厳しい規格を用い製造するのが望ましいが、このことが「商品価格」に跳ね返る可能性もあり、企業の対応はわかれている。

(6) 欧州との連携を求める日系企業

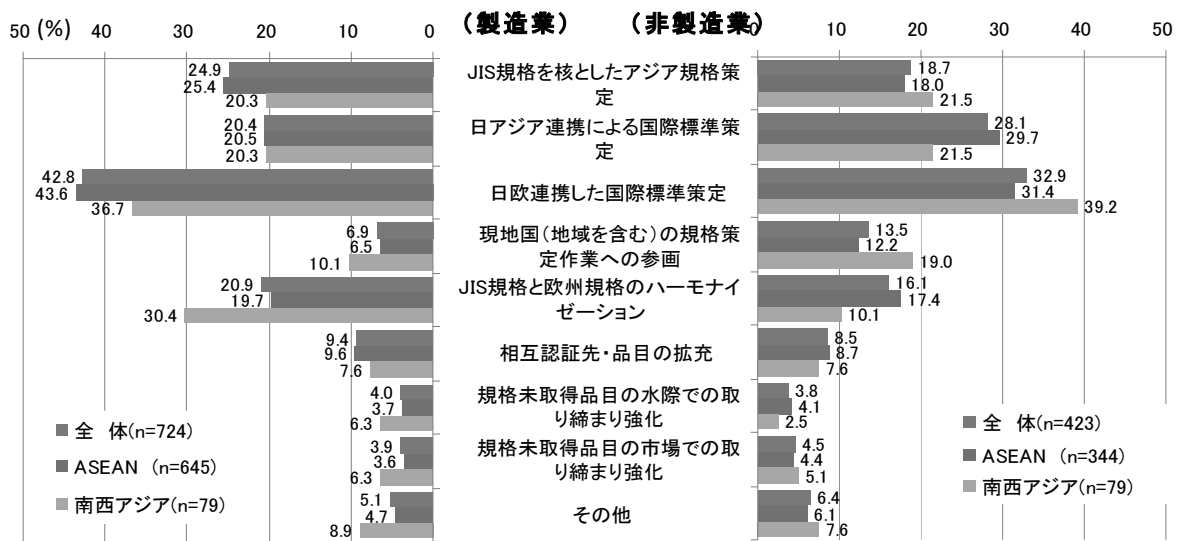
標準化に関し、数で勝る欧州優位の状況が続く中、日本は一国一票制による国際標準策定に対応すべく、アジア太平洋諸国との連携を模索している。日本政府は 2006 年、「国際標準化官民戦略会議」を立ち上げ、「国際標準化戦略目標」を策定し、2015 年までに、①国際標準の提案件数の倍増、②欧米並みの幹事国引受数の実現、を目指している。これら目標の実現には日本と連携する「仲間作り」とそれらの国際標準策定委員会への参加が鍵となる。その一環として、日本政府はアジア太平洋地域における連携強化を打ち出している。

今回、標準化に関する要望を聞いたところ、「日アジア連携による国際標準策定」を求める割合は製造業で 20.4%（有効回答 724 社）、非製造業では 28.1%（有効回答 423 社）であった。非製造業分野が高いのは、非製造業の多くが国内市場を相手に業務を展開しているためと考えられる。製造業分野で日アジア連携による国際標準を求めるのは、紙・パルプが 40%（2 社/5 社）で最も高く、これに電気・電子部品が 26.5%（22 社/83 社）、輸送用機器（23.8%、5 社/21 社）、化学品（23.6%、13 社/55 社）が続く。

最も要望として高かったのは「日欧連携した国際標準の策定」である。その比率は製造業で 42.8%、非製造業では 32.9%に達し、製造業、非製造業とも最も高い。もともと欧州標準化機関は国際標準機関と協定に裏付けされた緊密な協力関係を構築し、欧州規格が国際規格になる可能性が高い。例えば、

IEC と欧州電気標準化委員会 (CENLEC) が 96 年に締結したドレスデン協定では、標準の共同立案に加え、欧州標準および標準案の国際標準への移行等について協力することが明記されている。現に、2007 年に IEC の技術委員会に提出された 416 種類の「国際規格原案」のうち、CENLEC と共同立案されたものは 348 種類に達している。これら背景もあり、在アジア日系企業は、「日欧連携した国際標準の策定」を強く求めている。製造業において、「日欧連携による国際標準の策定」を求めている業種は、精密機械が 66.7% (6 社中 4 社) と最も高く、これにゴム製品が 60.9% (14 社/23 社)、電気・電子部品 49.4% (41 社/83 社)、電気機械・電子機器 48.1% (25 社/52 社)、輸送用機器部品 47.4% (46 社/97 社) など、機械機器分野が上位を占める。機械分野 6 業種全体の計 296 社中 46.6% を占める 138 社が日欧連携を要望している。

図表 66 標準化に関する要望(製造業・非製造業)



製造業の場合、日欧連携に次いで、「JIS 規格を核としたアジア規格策定」が 24.9%、「JIS 規格と欧州規格のハーモナイゼーション」が 20.9% でそれぞれ続く。欧州規格とのハーモナイゼーションについては、欧州側の ISO や IEC 等に対する欧州標準の提案等の関連情報をいち早く掴み、日本の製品や技術が排除されないよう、欧州側と粘り強く調整、JIS 規格といかにハーモナイズさせるかが問われている。このように在アジア日系企業からは、アジア連携以上に欧州との連携の必要性を求める声が強い。

また、研究開発拠点機能を現地に持っている一部の国では、「現地国(地域を含む)の規格策定作業への参加」の要望もある^{iv)}。他国と比較して高いのは、インド(5 社、10.9%)、シンガポール(4 社、10.0%)、タイ(24 社、9.1%) である。それらの国以外は、数%にとどまっている。アジア各国の標準にかかる取り組みの重点は、日本が追求するような「国際標準化」ではなく、まずは「国内規格の策定・充実」にある。それら現地規格策定に参加することで、自らに有利な(もしくは、不利にならない)規格策定を希望している。

日本は、現地標準化機関において喫緊の課題となっている国内規格策定にかかる支援を行うなど、現地側と良好な関係を構築することが最優先である。進出日系企業と共に、ISO や IEC 等国際標準策定委員会のメンバーとして活動できる現地人幹部の育成を通じて、日本が目指すアジア太平洋での「仲間作り」を推進する必要がある。人材育成は、中長期に亘ることが予想されるが、日本の国際標準化戦略を構築する上で、アジアでの「仲間作り」には、長期的な視点に立ったアジア連携が不可欠

である。

-
- ⁱ 企業にとって国際標準を取得することは、様々なメリットがある。市場が各国内もしくは地域に加え世界全体に広がること、また自らを「国際水準の企業（製品）」であることをアピール出来ること、等。一方、国際標準が未策定の分野の場合、自らが手がける製品・サービスが国際標準に採用されれば、他社との競争面では圧倒的な勝者となる。「貿易の技術的障害に関する協定」（TBT 協定）により、各国が強制法規を採用する際の技術基準や、各国の国内規格もこれに準拠することになり、市場が世界に広がることに加えて、場合によっては特許料収入も見込むことが出来る。
- ⁱⁱ 新たな技術やサービスが次々と誕生するに伴い、数多くの企業が現地規格や地域規格、もしくは規格など全くない状態で市場に参入する。関連サービスを提供する企業にとって、様々な市場で統一規格があることは、研究開発や製造面で、投資など様々な負担を減らすことが出来る。
- ⁱⁱⁱ 標準獲得競争は、欧州に有利になっている。これは、まず国際標準化機関と欧州標準化機関とが標準策定作業を実施する上において緊密に連携していることが理由としてあげられる。例えば、ISO と欧州標準化委員会（CEN）はウィーン協定（91 年）を締結、両機関の重複作業回避のため、規格開発を ISO または CEN のどちらが行うかを予め調整している。開発された規格案は欧州標準、国際標準双方で投票に付された上で、正式に採択される。また、「国際標準」採択プロセス自体も同様。ISO メンバーは委員会毎に、P（Participation）メンバー（業務に積極的に参画し、規格へのコメント提出と会議出席の資格を持つ）と O（Observer）メンバーに分類され、各国とも「1 カ国 1 票」を持つものの、一定以上の P メンバー票獲得が規格検討・成立の条件である。欧州標準を地域レベルで運用している EU27 カ国等欧州の多くが P メンバーであった場合、結果として規格決定は欧州の動きに大きく左右されることになる。
- ^{iv} 日本の政府関係者によれば、日本発条のタイ現地法人は本社の指示のもと、タイ人幹部を TISI 等で標準化活動に従事させている。ISO 技術委員会でも同幹部はタイ代表として参加し、日本と緊密に連携、国際標準実現に大きな役割を果たしているという。しかし現地で同様に活動している日系企業はほとんどない。日本政府は、日本発条の動きを大きな流れにすべく、日本側本社の普及啓蒙活動を含め、積極的に後押ししていくことが求められる。

1 1 . CSR への取り組み

(1) 求められているのは、現地の法令順守徹底や国際規範尊重

在 ASEAN、南西アジア、オセアニアの日系企業に対し、「進出国において求められる企業の社会的責任（CSR）」を聞いたところ、製造業・非製造業共通して「現地の法令順守徹底、および ISO などの国際規範尊重」（77.9%）との回答が最も多かった（図表 67）〔有効回答：製造業 909 社、非製造業 855 社（計 1,764 社）、複数回答〕。次いで回答が多かったのは、製造業では「労働環境の改善を図ること」

（49.5%）、「人材育成、技術移転、現地調達率を引き上げること」（39.6%）、非製造業では「商品・サービスの安全性の確保などを提供すること」（40.0%）、「労働環境の改善を図ること」（30.1%）であった。

また、国別にみると、13 カ国中 11 カ国で第 1 位を「現地の法令順守徹底、および ISO などの国際規範尊重」が占めたなかでミャンマーは「人材育成、技術移転、現地調達率を引き上げること」（57.9%）が、バングラデシュは「労働環境の改善を図ること」（62.5%）が第 1 位であった。

この他、次点については各国によって特徴がみられた。インドネシアやベトナムでは「人材育成、技術移転、現地調達率を引き上げること」（それぞれ 48.1%、47.1%）と回答した企業が多い。パキスタンでは「労働環境の改善を図ること」（41.9%）と回答した企業が多かった。非製造業からの回答が多いシンガポール、オーストラリア、ニュージーランドは、「商品・サービスの安全性の確保などを提供すること」（それぞれ 42.6%、47.5%、63.9%）と回答する企業が多かった。オーストラリアとニュージーランドについては他国と比較して、「現地などの環境問題に取り組むこと」（それぞれ 42.0%、39.3%）と回答する企業が多い。進出国の社会的課題に応じて行動する日本企業の姿がみてとれる。

図表 67 CSR 活動のうち、現地で特に求められるもの(複数回答)

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数 (n=1,764)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 77.9	労働環境の改善を図ること 40.1	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 35.7	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 34.6	現地などの環境問題に取り組むこと 32.3
ASEAN (n=1,280)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 78.3	労働環境の改善を図ること 40.2	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 35.0	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 32.3	現地などの環境問題に取り組むこと 30.1
インドネシア (n=154)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 71.4	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 48.1	労働環境の改善を図ること 37.7	現地などの環境問題に取り組むこと 34.4	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 24.7
マレーシア (n=170)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 76.5	労働環境の改善を図ること 38.2	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 33.5	現地などの環境問題に取り組むこと 32.9	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 31.2
ミャンマー (n=19)	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 57.9	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 47.4	労働環境の改善を図ること 42.1	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 21.1	慈善活動や芸術・文化活動を支援すること 15.8
フィリピン (n=165)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 74.5	労働環境の改善を図ること 45.5	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 38.2	現地などの環境問題に取り組むこと 32.7	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 23.0
シンガポール (n=183)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 90.7	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 42.9	労働環境の改善を図ること 27.9	現地などの環境問題に取り組むこと 24.6	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 20.2
タイ (n=470)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 79.1	労働環境の改善を図ること 43.2	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 35.5	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 31.9	現地などの環境問題に取り組むこと 29.6
ベトナム (n=119)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 77.3	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 47.1	労働環境の改善を図ること 46.2	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 30.3	現地などの環境問題に取り組むこと 10.1
南西アジア (n=223)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 71.3	労働環境の改善を図ること 41.3	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 40.8	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 36.3	現地などの環境問題に取り組むこと 34.1
バングラデシュ (n=32)	労働環境の改善を図ること 62.6	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 56.3	現地などの貧困や教育問題に取り組むこと 53.1	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 46.9	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 43.8
インド (n=131)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 76.3	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 40.5	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 35.9	労働環境の改善を図ること 33.6	現地などの環境問題に取り組むこと 32.1
パキスタン (n=31)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 71.0	労働環境の改善を図ること 41.9	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 38.7	現地などの貧困や教育問題に取り組むこと 32.3	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 29.0
スリランカ (n=29)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 85.5	労働環境の改善を図ること 51.7	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 41.4	現地などの環境問題に取り組むこと 34.5	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 13.8
オセアニア (n=261)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 81.6	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 51.3	現地などの環境問題に取り組むこと 41.4	労働環境の改善を図ること 38.3	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 27.2
オーストラリア (n=200)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 82.5	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 47.5	現地などの環境問題に取り組むこと 42.0	労働環境の改善を図ること 37.0	人材育成、技術移転、現地調達率を上げること 28.5
ニュージーランド (n=61)	現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規格尊重 78.7	商品・サービスの安全性の確保などを提供すること 63.9	労働環境の改善を図ること 42.6	現地などの環境問題に取り組むこと 39.3	慈善活動や芸術・文化活動を支援すること 24.6

(2) 各社独自の取り組みが75%

「CSR活動に取り組む際の主体」について聞いたところ、製造業・非製造業を問わず全地域で「自社が独自に行っている（企画・実行・評価など）」（76.1%）との回答が最も多かった（図表68）〔有効回答：製造業878社、非製造業818社（計1、696社）、複数回答〕。そのうち8割の企業は、現地における他の団体（現地日本商工会議所や現地政府機関等）との連携は行っていない。また、各国とも「民間非営利団体（NGO・NPO）との連携」（7.3%）と回答する企業は少なかった。

国別にみると、ベトナムやバングラデシュでは、「現地日本商工会議所等との連携」と回答する企業が多かった（それぞれ32.4%、36.7%）。各国の日本人会や商工会に参加し、そこで行われる地域交流活動をCSR活動の一環として位置付けていることがうかがえる。バングラデシュやインドでは「民間非営利団体（NGO・NPO）との連携」と回答した企業の割合が高かった。例えば、インドはNGO大国といわれるほど様々な活動を行う社会奉仕団体が多数存在するという^{（注）}。現地で受皿となる適切な団体をみつけることができれば、NGO・NPOとの連携も実践可能といえる。

図表 68 CSRに取り組む主体

単位: %

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数 (n=1,696)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 70.1	現地日本商工会議所等 との連携 17.3	現地政府機関との連携 15.7	民間非営利団体 (NGO・NPO)との連携 7.3	その他 4.2
ASEAN (n=1,224)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 70.2	現地日本商工会議所等 との連携 18.9	現地政府機関との連携 14.5	民間非営利団体 (NGO・NPO)との連携 5.5	その他 3.4
インドネシア (n=149)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 75.8	現地日本商工会議所等 との連携 20.1	現地政府機関との連携 13.4	民間非営利団体 (NGO・NPO)との連携 7.4	その他 4.7
マレーシア (n=162)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 74.7	現地政府機関との連携 13.6	現地日本商工会議所等 との連携 13.0	民間非営利団体 (NGO・NPO)との連携 6.2	国際機関 との連携 3.1
ミャンマー (n=17)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 84.7	現地政府機関との連携 29.4	現地日本商工会議所等 との連携 17.6	民間非営利団体 (NGO・NPO)との連携 11.8	国際機関との連携 5.9
フィリピン (n=159)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 74.8	現地日本商工会議所等 との連携 20.1	現地政府機関との連携 11.3	国際機関 との連携 6.3	民間非営利団体 (NGO・NPO)との 連携 2.5
シンガポール (n=175)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 70.0	現地日本商工会議所等 との連携 16.0	民間非営利団体 (NGO・NPO)との 連携 4.6	国際機関との連携 4.0	その他 3.1
タイ (n=451)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 70.3	現地日本商工会議所等 との連携 18.0	現地政府機関との連携 14.9	民間非営利団体 (NGO・NPO)との 連携 4.9	国際機関との連携 3.1
ベトナム (n=111)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 72.1	現地日本商工会議所等 との連携 32.4	現地政府機関との連携 15.3	民間非営利団体 (NGO・NPO)との 連携 3.6	国際機関との連携 1.8
南西アジア (n=216)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 70.9	現地政府機関との連携 17.6	民間非営利団体 (NGO・NPO)との連携 16.2	現地日本商工会議所等 との連携 15.7	国際機関との連携 5.6
バングラデシュ (n=30)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 80.7	現地日本商工会議所等 との連携 39.7	民間非営利団体 (NGO・NPO)との連携 33.3	現地政府機関との連携 26.7	国際機関との連携 16.7
インド (n=128)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 74.2	民間非営利団体 (NGO・NPO)との連携 16.4	現地政府機関との連携 14.8	現地日本商工会議所等 との連携 11.7	その他 4.7
パキスタン (n=29)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 82.8	現地日本商工会議所等 との連携 13.8	現地政府機関との連携 10.3	民間非営利団体 (NGO・NPO)との 連携 6.9	国際機関との連携 3.4
スリランカ (n=29)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 80.2	現地政府機関との連携 27.6	現地日本商工会議所等 との連携 13.8	民間非営利団体 (NGO・NPO)との 連携 3.4	国際機関との連携 1.6
オセアニア (n=236)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 80.1	現地政府機関との連携 19.9	現地日本商工会議所等 との連携 10.9	民間非営利団体 (NGO・NPO)との 連携 8.2	国際機関との連携 1.6
オーストラリア (n=198)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 82.8	現地政府機関との連携 16.7	現地日本商工会議所等 との連携 12.1	民間非営利団体 (NGO・NPO)との 連携 8.6	その他 6.6
ニュージーランド (n=58)	自社が独自に行っている (企画・実行・評価など) 70.7	現地政府機関との連携 31.0	民間非営利団体 (NGO・NPO)との連携 13.8	現地日本商工会議所等 との連携 6.9	国際機関との連携 3.4

(3) 課題は予算や専門部署・人材等が十分ではないこと

「CSR活動を行う際の問題や課題」について聞いたところ、「予算や専門部署・人材等が十分でない」(42.2%)、「CSRに関する行動指針が固まっていないなど」(39.5%)、さらには「費用対効果の検証が難しい」(37.7%)という3つの回答の割合が高かった(図表69)〔有効回答：製造業812社、非製造業756社(計1,568社)、複数回答〕。業種別にみても、製造業・非製造業ともに同じ回答傾向にある。

国別にみると、バングラデシュ、パキスタン、ミャンマーにおいて、「政府からの支援など、サポートする環境が未整備」「進出先の政府機関等において、法令遵守の面で問題」といった課題が相対的に上位を占めた。企業の社会的貢献の土台となる制度的なインフラ整備の遅れがうかがわれる。バングラデシュ、パキスタンでは「取引先のCSR活動が徹底されていない」(それぞれ17.4%、15.4%)との回答が多く寄せられた。仕入先等の取引先についても、顧客に対する信用や企業ブランド等企业価値に大きく影響する可能性がある。自社内のみならずサプライチェーン全体で、「現地の法令順守徹底、およびISOなどの国際規範尊重」や「労働環境の改善を図ること」といった取り組みも重要となってくる。

図表 69 CSR 活動を行ううえでの問題・課題

	第1位		第2位		第3位	第4位	第5位		単位: %
総数 (n=1,586)	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	費用対効果の検証が難しい		費用対効果の検証が難しい	利害関係者からの意見の 取り入れや情報提供が不十分	進出先の政府機関等において、 法令遵守の面で問題		
	42.2	38.8	37.7		11.4	10.8			
ASEAN (n=1,152)	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	費用対効果の検証が難しい		費用対効果の検証が難しい	利害関係者からの意見の 取り入れや情報提供が不十分	進出先の政府機関等において、 法令遵守の面で問題		
	48.4	41.0	38.9		12.8	12.2			
インドネシア (n=138)	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	費用対効果の検証が難しい		費用対効果の検証が難しい	進出先の政府機関等において、 法令遵守の面で問題	本社との連携が 上手くいっていない		
	41.3	38.1	35.5		29.7	11.6			
マレーシア (n=148)	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	費用対効果の検証が難しい	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど		OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	利害関係者からの意見の 取り入れや情報提供が不十分	政府からの支援など、 サポートする環境が未整備		
	43.0	43.2	37.2		10.8	10.1			
ミャンマー (n=15)	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	費用対効果の検証が 難しい	政府からの 支援など、 サポートする 環境が未整 備	進出先の政 府機関等に おいて、法 令遵守の面 で問題	利害関係者からの意見の 取り入れや情報提供が不十分	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	国際機関等との組織的な 連携が十分ではない		
	46.7	33.9	26.7		49.0	13.3			
フィリピン (n=152)	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	費用対効果の検 証が難しい		進出先の政府機関等において、 法令遵守の面で問題	政府からの支援など、 サポートする環境が未整備	利害関係者からの意見の 取り入れや情報提供が不十分		
	38.5	36.8	19.1		11.8	11.2			
シンガポール (n=165)	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	費用対効果の検証が難しい	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど		OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	本社との連携が 上手くいっていない	利害関係者からの意見の 取り入れや情報提供が不十分		
	42.4	38.4	37.0		14.5	13.3			
タイ (n=433)	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	費用対効果の検証が難しい		費用対効果の検証が難しい	利害関係者からの意見の 取り入れや情報提供が不十分	本社との連携が 上手くいっていない		
	46.8	42.3	36.3		12.9	9.7			
ベトナム (n=101)	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	費用対効果の検証が難しい		費用対効果の検証が難しい	進出先の政府機関等において、 法令遵守の面で問題	利害関係者から の意見の取り 入れや情報提供 が不十分	政府からの支援 など、サポート する環境が未整備	
	43.8	40.6	28.7		24.8	16.8			
南西アジア (n=185)	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	費用対効果の検証が難しい		費用対効果の検証が難しい	進出先の政府機関等において、 法令遵守の面で問題	利害関係者から の意見の取り 入れや情報提供 が不十分	政府からの支援 など、サポート する環境が未整備	
	36.8	33.8	31.8		14.6	10.8			
バングラデシュ (n=23)	費用対効果の検証が難しい	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	予算や専門 部署・人材等 が十分では ない	進出先の政 府機関等に おいて、法 令遵守の面 で問題	利害関係者から の意見の取り 入れや情報提供 が不十分	取引先のCSR活 動が徹底されて いない	政府からの支援など、 サポートする環境が未整備	本社との連携が 上手くいっていない	
	39.1	30.4	17.4		13.0	8.7			
インド (n=114)	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	費用対効果の検証が難しい		費用対効果の検証が難しい	政府からの 支援など、 サポートする 環境が未整備	進出先の政府機 関等において、法 令遵守の面で問 題	利害関係者から の意見の取り入 れや情報提供が 不十分	その他
	42.1	38.8	29.8		7.9	7.0			
パキスタン (n=26)	費用対効果の 検証が難しい	政府からの支 援など、サポ ートする環 境が未整備	予算や専門部 署・人材等が 十分では ない	進出先の政府機 関等において、法 令遵守の面で問 題	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	利害関係者から の意見の取り入 れや情報提供が 不十分	取引先のCSR活 動が徹底されて いない	国際機関等との 組織的な連携が 十分ではない	その他
	26.9	23.1	19.2		15.4	3.8			
スリランカ (n=22)	費用対効果の検証が難しい	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	予算や専門部署・人材等が 十分ではない		予算や専門部署・人材等が 十分ではない	進出先の政府機関等において、 法令遵守の面で問題	利害関係者からの意見の 取り入れや情報提供が不十分		
	40.9	36.4	31.8		22.7	18.2			
オセアニア (n=231)	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	費用対効果の検証が難しい	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど		OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	その他	本社との連携が 上手くいっていない		
	47.6	46.3	29.9		9.1	8.7			
オーストラリア (n=182)	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	費用対効果の検証が難しい	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど		OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	その他	本社との連携が 上手くいっていない		
	46.9	46.7	29.7		11.0	8.8			
ニュージーランド (n=49)	費用対効果の検証が難しい	予算や専門部署・人材等が 十分ではない	OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど		OSRIに関する行動指針が 画まっていないなど	政府からの支援など、 サポートする環境が未整備	本社との連携が 上手くいっていない		
	44.9	42.9	30.9		16.3	8.2			

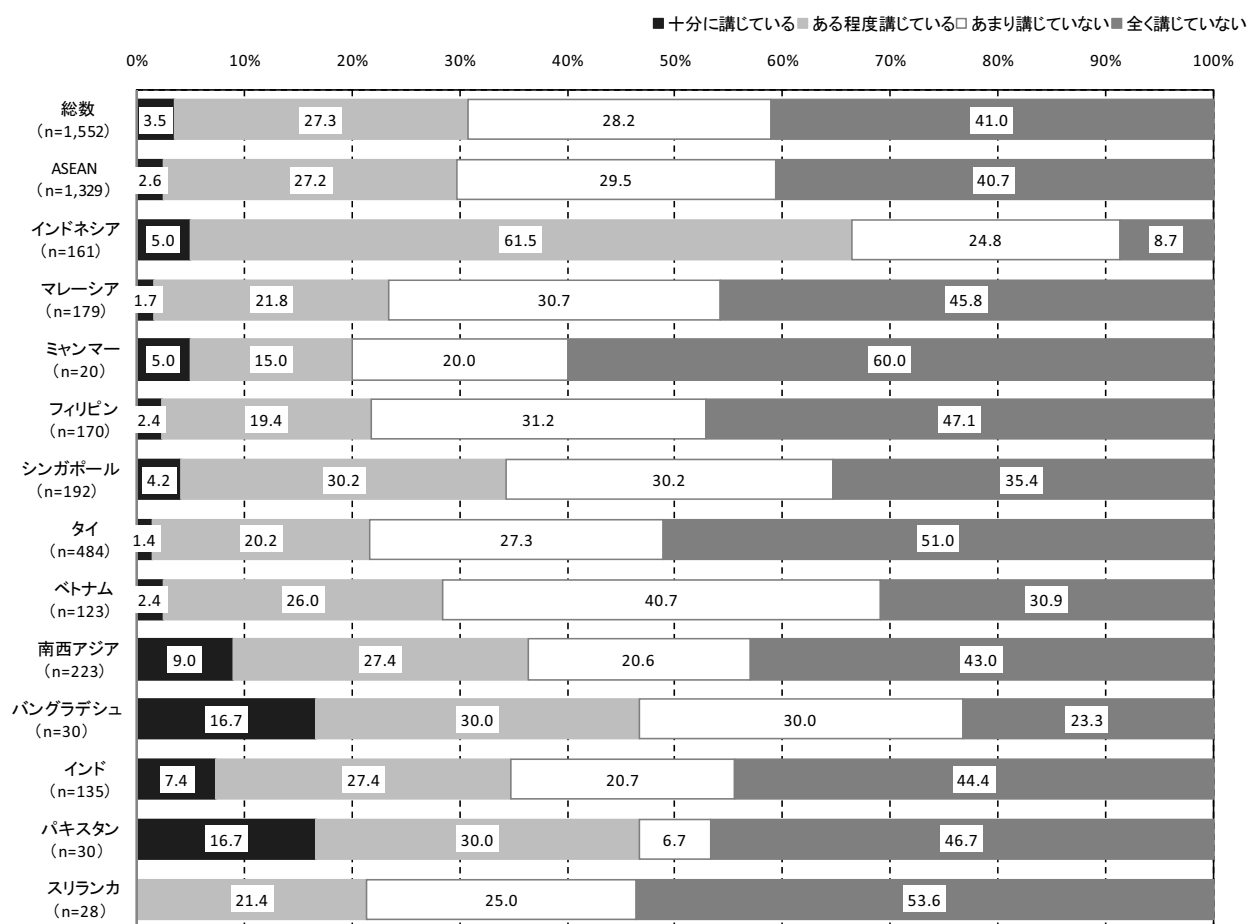
〔注〕
 NGO-JICA ジャパンデスク、「インドの NGO に関する情報」、
http://jicaindiaoffice.org/india_ngo_info_j.htm、2009年2月5日閲覧

12. 新型インフルエンザ対策

(1) インドネシアで進む新型インフルエンザ対策

ASEAN と南西アジアに進出する日系企業を対象に新型インフルエンザ対策の程度について尋ねてみたところ、「十分に講じている」もしくは「ある程度講じている」と回答した企業は、全体の3割程度にとどまった（有効回答 1,552 社）（図表 70）。しかし、病原性が強い H5N1 型インフルエンザの人への発症事例が最も多く報告されているインドネシアでは、「十分に講じている」もしくは「ある程度講じている」と回答した企業の割合は 66.5% に上った¹⁾。また、バングラデシュ、パキスタンでも上述の割合がそれぞれ 46.7% であった。現地の生活環境上、感染症への対策が進んでいることがみてとれる。

図表 70 新型インフルエンザ対策の程度



(注) 図表74とも、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。

(2) 対策の中心は健康教育

新型インフルエンザへの具体的な対策をみると、「咳エチケットや手洗いなどの健康教育」(50.6%)と回答する企業が最も多かった(図表71)。以下、「抗インフルエンザ薬の備蓄」(40.9%)、「マニュアルの作成」(32.5%)、「駐在員の帰国シナリオ」(31.2%)、「日用品などの備蓄」(22.5%)が続いた。

インドネシアでは、H5N1型インフルエンザの人への発症事例が最も多く報告されていることから「抗インフルエンザ薬の備蓄」(77.0%)と回答する企業が最も多いなど、進出日系企業の切迫感がみてとれる。

図表71 具体的な新型インフルエンザ対策(複数回答)

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数 (n=770)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 50.6	抗インフルエンザ薬の備蓄 40.9	マニュアルの作成 32.5	駐在員の帰国シナリオ策定 31.2	日用品などの備蓄 22.5
ASEAN (n=661)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 50.8	抗インフルエンザ薬の備蓄 40.9	マニュアルの作成 32.5	駐在員の帰国シナリオ策定 31.6	日用品などの備蓄 22.7
インドネシア (n=135)	抗インフルエンザ薬の備蓄 77.0	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 58.3	駐在員の帰国シナリオ策定 45.2	マニュアルの作成 40.7	日用品などの備蓄 37.0
マレーシア (n=82)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 42.7	マニュアルの作成 35.4	駐在員の帰国シナリオ策定 34.1	抗インフルエンザ薬の備蓄 28.6	日用品などの備蓄 25.6
ミャンマー (n=7)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 100.0	駐在員の帰国シナリオ策定 42.9	マニュアルの作成 28.6		
フィリピン (n=71)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 82.0	抗インフルエンザ薬の備蓄 35.6	駐在員の帰国シナリオ策定 29.6	マニュアルの作成 26.8	日用品などの備蓄 19.7
シンガポール (n=104)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 42.3	マニュアルの作成 33.7	駐在員の帰国シナリオ策定 27.9	抗インフルエンザ薬の備蓄 28.9	事業継続計画の策定 25.0
タイ (n=190)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 47.4	抗インフルエンザ薬の備蓄 32.8	マニュアルの作成 30.0	駐在員の帰国シナリオ策定 28.4	担当部署の設置 15.8
ベトナム (n=72)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 55.6	抗インフルエンザ薬の備蓄 34.7	マニュアルの作成 25.0	駐在員の帰国シナリオ策定 18.1	日用品などの備蓄 15.3
南西アジア (n=109)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 49.5	抗インフルエンザ薬の備蓄 41.3	マニュアルの作成 32.1	駐在員の帰国シナリオ策定 28.4	日用品などの備蓄 21.1
バングラデシュ (n=20)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 55.0	抗インフルエンザ薬の備蓄 35.0	マニュアルの作成 30.0	日用品などの備蓄 20.0	駐在員の帰国シナリオ策定 10.0
インド (n=64)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 46.9	抗インフルエンザ薬の備蓄 37.5	マニュアルの作成 34.4	駐在員の帰国シナリオ策定 26.6	日用品などの備蓄 15.6
パキスタン (n=14)	抗インフルエンザ薬の備蓄 85.7	日用品などの備蓄 50.0	マニュアルの作成 42.9	衛生電話など通信手段の整備 35.7	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 28.6
スリランカ (n=11)	咳エチケットや手洗いなどの健康教育 72.7	駐在員の帰国シナリオ策定 27.3	抗インフルエンザ薬の備蓄 18.2	衛生電話など通信手段の整備 9.1	日用品などの備蓄 9.1

(3) リスクコントロールは正しい知識から

今後、流行に備えた対策を講じる予定があると回答した企業は全体の 54.7%であった(図表 72)。他方、対策を講じる予定が「ない」と回答した企業の対策を立てない(立てることができない)理由には、「情報がなく判断できない」(54.8%)、「何をしたいのかわからない」(42.2%)が上位に挙げられた。(図表 73)。新型インフルエンザ対策に関わる情報は以下のウェブサイト等で入手できる。まず、専門家が提供する正確な情報を入手して、対策を進めることで、感染リスクをコントロールすることが可能になる。

○内閣府「新型インフルエンザ対策ガイドライン(案)」

<http://www.cas.go.jp/jp/influenza/guideline.pdf>

○外務省「海外安全ホームページ 感染症関連情報」

http://www.anzen.mofa.go.jp/kaian_search/sars.asp

在外公館への在留届にメールアドレスを記載、提出することで大規模災害用緊急一斉通報の電子メールを受信できる機能も活用できる。

○独立行政法人労働者健康福祉機構海外勤務健康管理センター(JOHAC)

現在、JOHACではインターネットによる海外進出企業の新型インフルエンザ対策などの情報や相談サービスを提供している。

「海外派遣企業での新型インフルエンザ対策ガイドライン」

<http://www.johac.roufuku.go.jp/information/news/061001.html>

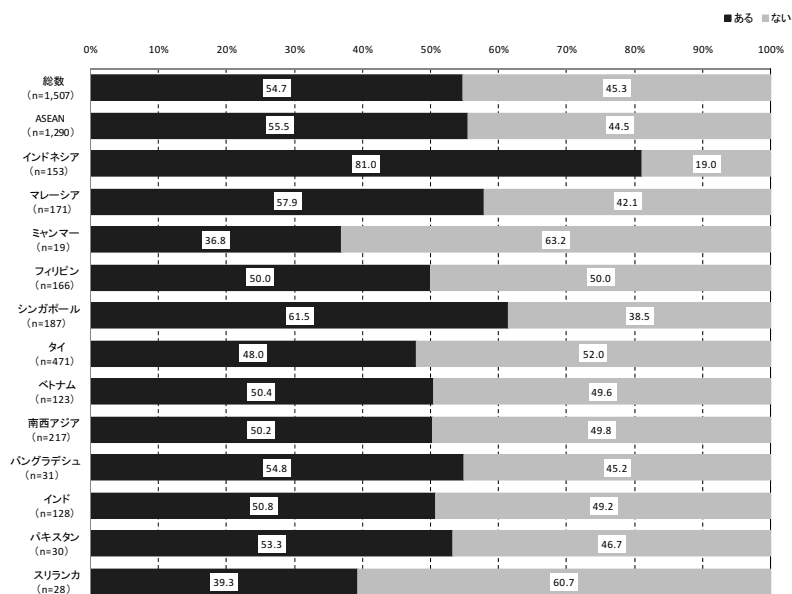
「新型インフルエンザ対策」

<http://www.johac.roufuku.go.jp/influenza/influenza.html>

○WHO「National Influenza Pandemic Plans」

<http://www.who.int/csr/disease/influenza/nationalpandemic/en/index.html>

図表 72 今後、新型インフルエンザ対策を講じる予定



図表 73 新型インフルエンザ対策を立てない(立てることができない理由)(複数回答)

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総数 (n=673)	情報がなく判断できない 54.8	何をしたいのかわからない 42.2	本社からの指示がない 26.6	起きないと考えている 10.1	未だ先のことだから 6.8
ASEAN (n=565)	情報がなく判断できない 54.7	何をしたいのかわからない 45.8	本社からの指示がない 26.4	起きないと考えている 8.1	未だ先のことだから 6.9
インドネシア (n=29)	情報がなく判断できない 55.2	何をしたいのかわからない 24.1	本社からの指示がない 6.9	起きないと考えている 3.4	
マレーシア (n=69)	情報がなく判断できない 55.1	何をしたいのかわからない 42.0	本社からの指示がない 24.6	未だ先のことだから 10.1	その他 7.2
ミャンマー (n=12)	何をしたいのかわからない 60.0	情報がなく判断できない 33.3	本社からの指示がない 8.3	未だ先のことだから 起きないと考えている	
フィリピン (n=82)	情報がなく判断できない 57.3	何をしたいのかわからない 43.9	本社からの指示がない 23.2	起きないと考えている 9.8	その他 3.7
シンガポール (n=71)	情報がなく判断できない 47.9	何をしたいのかわからない 39.4	本社からの指示がない 22.5	その他 9.9	未だ先のことだから 起きないと考えている 8.5
タイ (n=242)	情報がなく判断できない 57.0	何をしたいのかわからない 48.8	本社からの指示がない 28.9	起きないと考えている 7.9	未だ先のことだから 6.2
ベトナム (n=60)	情報がなく判断できない 53.3	何をしたいのかわからない 43.3	本社からの指示がない 26.7	未だ先のことだから 11.7	起きないと考えている 10.0
南西アジア (n=108)	情報がなく判断できない 55.6	本社からの指示がない 27.8	何をしたいのかわからない 23.1	起きないと考えている 20.4	未だ先のことだから 6.5
バングラデシュ (n=14)	情報がなく判断できない 57.1	何をしたいのかわからない 35.7	起きないと考えている 14.3	本社からの指示がない 未だ先のことだから 7.1	その他
インド (n=63)	情報がなく判断できない 61.9	本社からの指示がない 38.1	何をしたいのかわからない 19.0	起きないと考えている 15.9	未だ先のことだから 6.3
パキスタン (n=14)	情報がなく判断できない 35.7	何をしたいのかわからない 本社からの指示がない 21.4	起きないと考えている 未だ先のことだから 14.3	その他 7.1	
スリランカ (n=17)	情報がなく判断できない 47.1	起きないと考えている 41.2	何をしたいのかわからない 29.4	本社からの指示がない 11.8	その他 5.9

〔注〕

1) 2003年から2009年2月2日まで、141人の発症者(うち115人が死亡)がでている(図表74)。

図表 74 鳥インフルエンザ(H5N1)の人への発症事例

	2005年		2006年		2007年		2008年		2009年		2003~2009年 累計	
	人の発症者	うち死亡者	人の発症者	うち死亡者	人の発症者	うち死亡者	人の発症者	うち死亡者	人の発症者	うち死亡者	人の発症者	うち死亡者
A S E A N	90	38	60	50	54	45	31	25	0	0	284	193
カンボジア	4	4	2	2	1	1	1	0	0	0	8	7
インドネシア	20	13	55	45	42	37	24	20	0	0	141	115
ラオス	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	2	2
ミャンマー	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
タイ	5	2	3	3	0	0	0	0	0	0	25	17
ベトナム	61	19	0	0	8	5	6	5	0	0	107	52
南西アジア	0	0	0	0	3	1	1	0	0	0	4	1
バングラデシュ	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
パキスタン	0	0	0	0	3	1	0	0	0	0	3	1
世界	98	43	115	79	88	59	44	33	9	4	404	254

注: 2009年2月2日時点。

出所: 「Cumulative Number of Confirmed Human Cases of Avian Influenza A/(H5N1) Reported to WHO」(World Health Organization(WHO), (2 February 2009), http://www.who.int/csr/disease/avian_influenza/country/cases_table_2009_02_02/en/index.html, 2009年2月11日閲覧)からシフトアジア大洋州課作成。

13. 賃金実態

国別・職種別の基本給（月額）、年間実負担額（基本給、諸手当、社会保障、残業、賞与などをすべて含む一人当たり負担総額）、およびそれぞれの有効回答数は以下図表の通り。なお、設問時に備考欄に記載したそれぞれの職種の定義は以下の通り。

	職種	備考
製造業	作業員	正規雇用の一般工職。実務経験3年程度の場合
	エンジニア	正規雇用の中堅技術者。専門学校/大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合
	マネージャー	正規雇用の営業担当課長クラス。大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合
非製造業	スタッフ（一般職）	正規雇用の一般職。実務経験3年程度の場合
	マネージャー	正規雇用の営業担当課長クラス。大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合

図表 75 職種別の基本給および年間実負担額一覧（ASEAN および南西アジア）

＜単位：米ドル＞（上段：基本給（月額）、下段：年間実負担額）

職種	製造業						非製造業			
	作業員		エンジニア		マネージャー		スタッフ		マネージャー	
	有効 回答数		有効 回答数		有効 回答数		有効 回答数		有効 回答数	
タイ	241.1	276	576.7	266	1,391.3	266	521.4	163	1,427.8	147
	5,876.9	256	10,313.0	246	25,431.0	246	11,146.3	148	22,271.6	137
マレーシア	290.5	98	759.4	89	1,500.0	89	752.7	58	1,748.6	55
	4,714.3	91	12,207.8	82	22,942.4	83	12,119.9	51	29,504.9	50
シンガポール	1,027.3	39	1,891.8	35	3,139.1	38	1,765.8	134	3,558.2	121
	21,135.8	38	43,031.3	34	54,997.5	37	26,560.7	123	53,699.3	112
インドネシア	131.3	99	257.4	89	705.5	93	258.9	44	748.9	39
	2,833.7	93	4,583.7	85	11,433.6	85	4,051.4	42	12,420.0	38
フィリピン	194.8	105	314.8	98	850.1	92	332.4	46	969.8	44
	4,287.2	95	4,830.8	91	12,495.8	86	5,737.1	45	15,266.5	44
ベトナム	95.8	76	270.4	65	798.0	62	353.2	46	945.4	40
	1,578.0	62	4,476.9	57	10,621.9	54	6,151.3	43	14,187.5	37
インド	187.4	44	460.2	43	1,021.5	48	518.2	65	1,371.2	62
	2,800.6	40	6,811.3	40	15,654.4	45	8,020.4	64	22,324.6	60
ミャンマー	16.3	5	72.4	5	194.5	5	144.2	14	357.7	13
	544.6	5	1,372.9	5	2,245.8	5	2,186.4	12	5,142.1	13
バングラデシュ	57.4	18	181.9	13	463.1	16	306.5	14	702.4	14
	1,154.5	18	3,528.0	13	8,175.3	16	4,998.8	11	10,034.4	11
パキスタン	104.8	13	304.5	13	662.4	13	308.8	18	827.4	16
	2,049.5	13	5,366.7	13	12,176.4	13	5,179.6	16	13,504.1	14
スリランカ	103.5	13	245.2	12	551.6	13	245.9	14	743.5	14
	1,599.7	13	3,594.0	12	8,472.9	13	6,282.8	14	13,440.6	14

(注1)ベトナムおよびミャンマー以外の国については、回答はすべて自国通貨建てベースで入手。各職種の自国通貨建て賃金の平均値を2008年10月の平均為替レート（各国中央銀行発表）にて米ドルに換算した値を掲載

(注2)ベトナムおよびミャンマーについては、賃金支払通貨が回答企業によって異なる（自国通貨建て／米ドル建て）ため、自国通貨建ての企業の回答を一旦、米ドルに換算のうえ、加重平均した値を掲載。

(注3)各国の自国通貨建て賃金については、各国編の賃金の項参照。

