

09-ORI
70F-207FB
9

平成 21 年度日本企業の海外事業展開 に関するアンケート調査

～国内外での事業展開、中国におけるビジネス展開、自由貿易
協定（FTA）の活用、アジアのビジネス環境～

2010 年 3 月

日本貿易振興機構（ジェトロ）
海外調査部

はじめに

日本経済は現在、少子高齢化の進展により国内市場の先細りが懸念される中、米国に端を發した金融・経済危機、資源エネルギーや食糧価格の先行き、グローバル市場での競争の激化など、多くの課題に直面しています。そのような状況下で日本経済が着実に発展していくためには、BRICsなど新興市場の開拓も視野に入れた貿易・投資の一層の拡大と、諸外国との円滑な通商経済関係の維持・発展や経済協力のさらなる推進が求められております。

本調査ではこうした事情に鑑み、日本企業の海外・国内事業展開への取り組み、中国におけるビジネス展開、自由貿易協定（FTA）の活用、アジアのビジネス環境への取り組みについて、その動向を分析しています。

本調査は2009年11月、ジェトロメンバーズ3,110社に調査票を送付し、935社（有効回答率30.1%）の回答を得ました。そのうち、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、時系列分析において別に集計しております。

本調査にご協力頂いた企業の方々には、この場を借りて深くお礼申し上げます。本報告書が日本企業の海外・国内事業展開に関する動向分析の参考となれば幸いです。

なお本調査は、株式会社 日本能率協会総合研究所に作業の一部を委託しました。

2010年3月

日本貿易振興機構
海外調査部 国際経済研究課
TEL : 03-3582-5177
FAX : 03-3582-5309

目 次

調査実施概要.....	1
結果のまとめ.....	2
I. 回答企業のプロフィール.....	14
1. 事業内容.....	14
2. 資本金および従業員数.....	15
3. 海外拠点の有無.....	17
4. 海外拠点の設置状況(所在と機能).....	19
5. 形態別分類.....	24
II. 海外・国内事業展開への取り組み.....	26
1. 事業展開に占める海外市場の割合とその見通し.....	26
2. 海外での今後の事業展開.....	37
3. 日本国内での今後の事業展開.....	40
4. 海外で拡大する機能とその国・地域.....	43
5. 途上国開拓におけるターゲットと価格帯.....	55
6. 中・低価格品をターゲットとする企業の競合相手と直面する問題点・課題.....	59
7. 国内で拡大する機能.....	61
III. 中国におけるビジネス展開.....	63
1. 中国とのビジネス関係.....	63
2. 中国との今後のビジネス展開.....	66
3. 事業拡大の内容.....	69

IV. 自由貿易協定(FTA)の活用.....	71
1. FTA 既発効主要9カ国・地域との輸出入ならびに優遇税率の利用状況	71
2. FTA の優遇税率を利用していない理由.....	76
3. アジア・大洋州地域における第3国間の貿易状況ならびに FTA 利用状況	79
4. FTA 発効予定の国・地域での貿易状況ならびに FTA 利用意向	80
5. 最も好ましい原産地基準.....	81
V. アジアのビジネス環境	82
1. ビジネス上のリスク・問題点	82
2. ビジネス上の阻害要因.....	90
付属資料 アンケート調査票	91

調査実施概要

1. 調査目的

本調査は、海外・国内事業展開への取り組み、中国におけるビジネス展開、自由貿易協定(FTA)の活用、アジアのビジネス環境について、その動向を分析するものである。

2. 調査概要

(1) 調査対象企業

ジェトロメンバー企業 3,110 社

(2) 調査方法

調査票(巻末に添付)を郵送し、本調査への協力を依頼した。なお、本調査にご協力頂いた企業のうち、希望者に対しては本調査報告書を送付する。

(3) 調査期間

調査票発送 2009年11月27日

回収締切 2009年12月25日

(4) 回収状況

発送総数	有効回収数	有効回答数
3,110 社	935 社	30.1%

3. 調査項目

- (1) 回答企業のプロフィール
- (2) 海外・国内事業展開への取り組み
- (3) 中国におけるビジネス展開
- (4) 自由貿易協定(FTA)の活用
- (5) アジアのビジネス環境

[注1] 報告書における図表等の割合については、四捨五入して表記したため、必ずしも合計が100%にならない。

[注2] 08年度から調査依頼先を拡大し「(商社)非製造業」からの回答を得ている。ただし、調査項目「(4)自由貿易協定(FTA)の活用」については、調査票から除いており回答を得ていない。

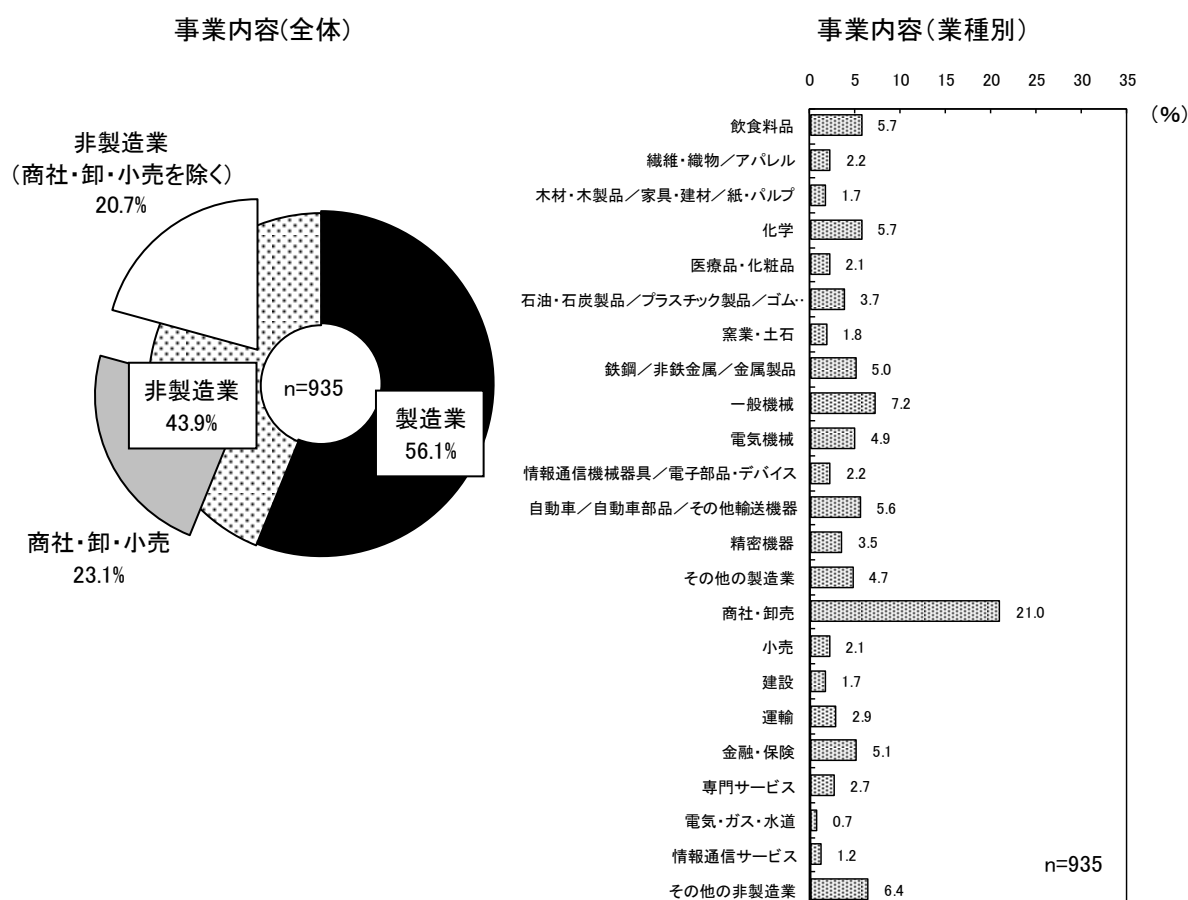
[注3] 時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

結果のまとめ

1. 回答企業のプロフィール

<事業内容>

調査の回答企業は 935 社で、そのうち「製造業」は 56.1% (525 社)、「非製造業」は 43.9% (410 社) となっている。業種別にみると、「商社・卸売」が 21.0% (196 社) で最も多く、以下「一般機械」が 7.2% (67 社)、「飲食料品」「化学」がそれぞれ 5.7% (53 社) と続く。

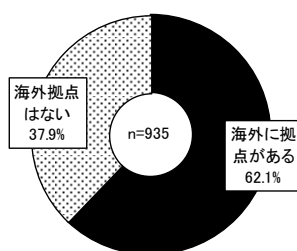


<海外拠点の設置状況>

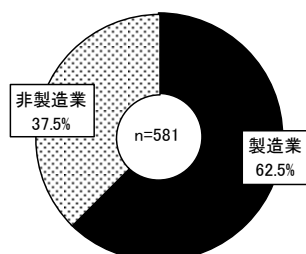
回答企業 935 社のうち、「海外に拠点がある」企業は 62.1% (581 社) となっている。

海外に拠点を持つ企業を業種別にみると、「製造業」が 62.5% (363 社)、「非製造業」が 37.5% (218 社)、規模別にみると、「大企業」が 52.0% (302 社)、「中小企業」が 48.0% (279 社) となっている。

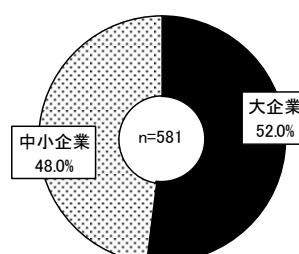
(全体)



(業種別)

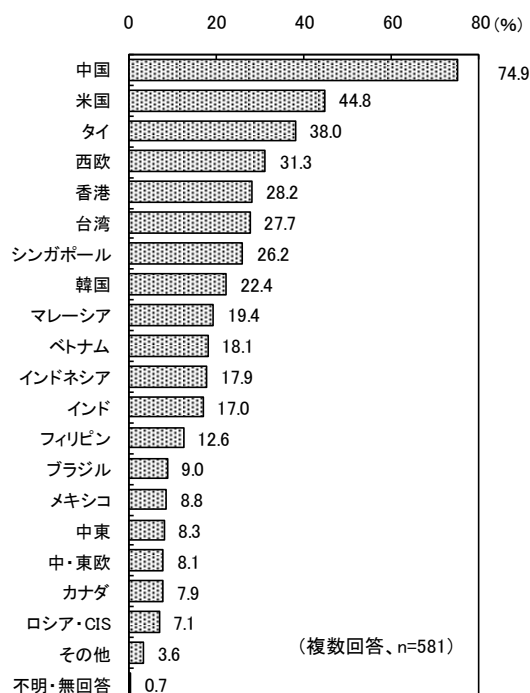


(規模別)



海外に拠点を持つ企業 581 社の拠点の所在地をみると、「中国」が 74.9% (435 社) で最も多く、以下「米国」が 44.8% (260 社)、「タイ」が 38.0% (221 社) と続く。

海外拠点の所在



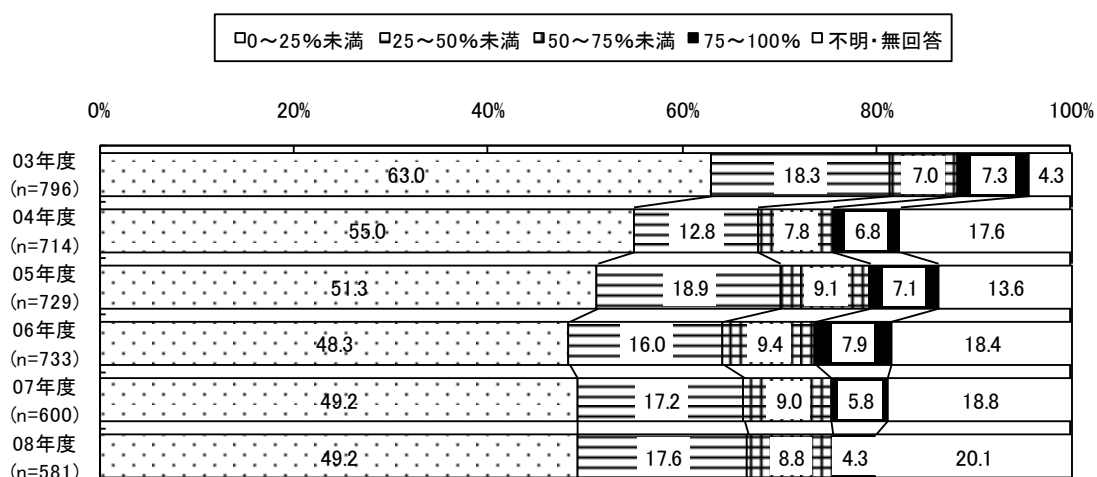
[注] 海外に拠点のある企業を母数とした構成比

2. 海外・国内事業展開への取り組み

<事業展開に占める海外市場の割合とその見通し>

08年度売上高（連結ベース）に占める海外市場の割合を時系列比較でみると、「0～25%未満」と答えた企業が49.2%（286社）と最も多く、次いで「25～50%未満」が17.6%（102社）となっている。

売上高（連結ベース）に占める海外市場の割合（経年比較）

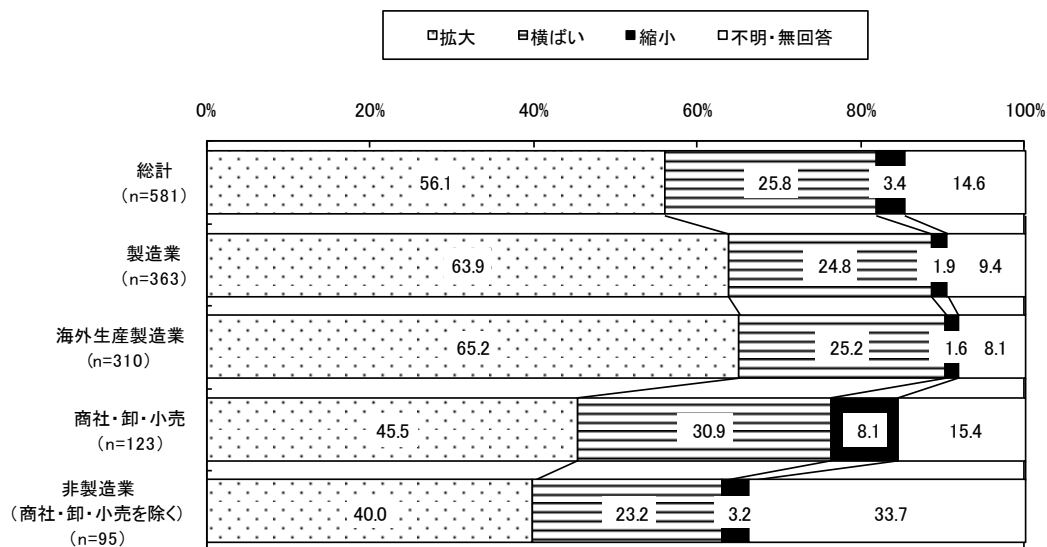


[注1] 07年度から、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

[注2] 回答企業の業種分類は、06年度までは「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」、07年度からは「非製造業」を含む。

一方、今後（3年程度）の増減の見通しは、「拡大」が56.1%（326社）、「横ばい」が25.8%（150社）で、「縮小」は3.4%（20社）にとどまる。

売上高（連結ベース）に占める海外市場の割合の増減見通し（形態別）

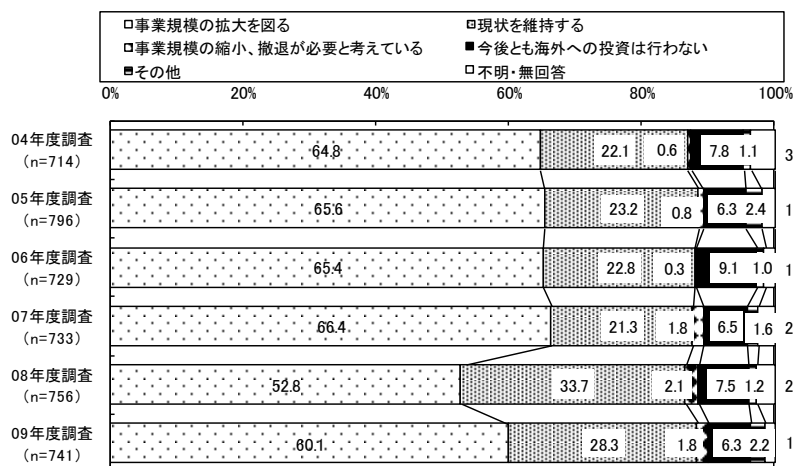


<海外での今後の事業展開>

海外における今後（3年程度）の事業展開（新規投資、既存拠点の拡充）について、回答企業 741 社のうち、60.1%（445 社）の企業が「事業規模の拡大を図る」と回答している。

04 年度調査からの推移をみると、「事業規模の拡大を図る」と回答した企業が前年度激減したが、07 年度調査並みに向かう回復基調であることがうかがえる。これは、「現状を維持する」と回答した企業が減り、そのまま上積みされたことによるものである。

海外での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)

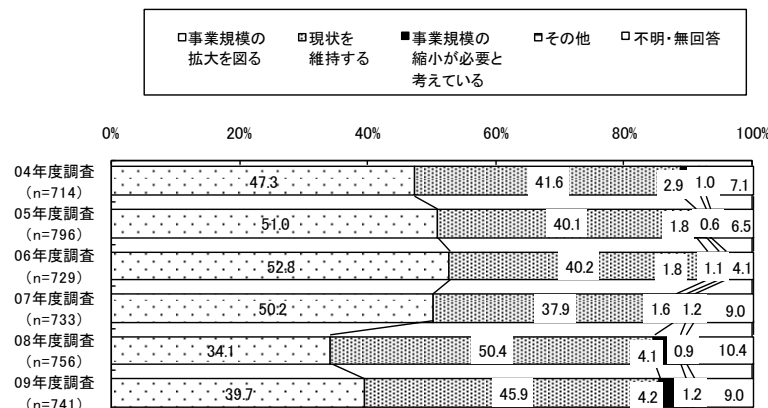


<国内での今後の事業展開>

日本国内における今後（3年程度）の事業展開（新規投資や既存拠点の拡充）について、回答企業 741 社のうち、「現状を維持する」企業が 45.9%（340 社）と最も多い。次いで「事業規模の拡大を図る」が 39.7%（294 社）となっている。

04 年度調査からの推移をみると、前年度大きな変化があり、そこから回復基調に向かっていることがうかがえる。ただし、過半数を超える企業が「事業規模の拡大を図る」と回答した 05 年度～07 年度調査時に比べ、まだまだ「現状を維持する」と回答した企業が多い。

国内での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)

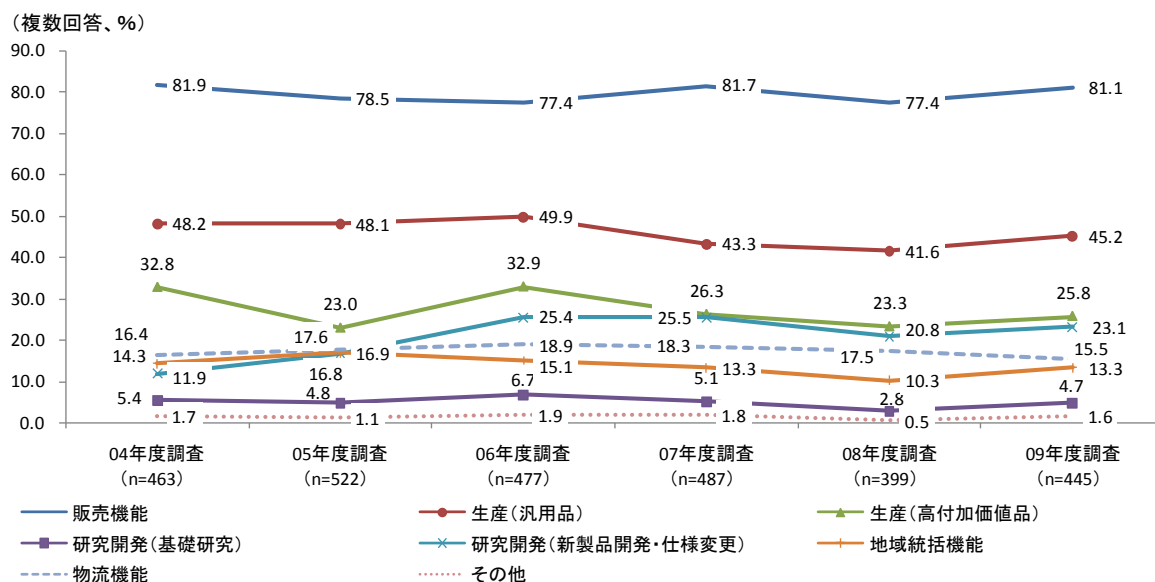


[注] <海外での今後の事業展開>設問以降の時系列比較は、04 年度調査からの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

<海外で拡大する機能とその国・地域>

海外で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業 445 社に、具体的にどのような機能の拡大を図る意向か尋ねたところ、「販売機能」が 81.1% (361 社) で最も割合が高く、次いで「生産 (汎用品)」が 45.2% (201 社) となっている。

海外で拡大する機能 (時系列比較)

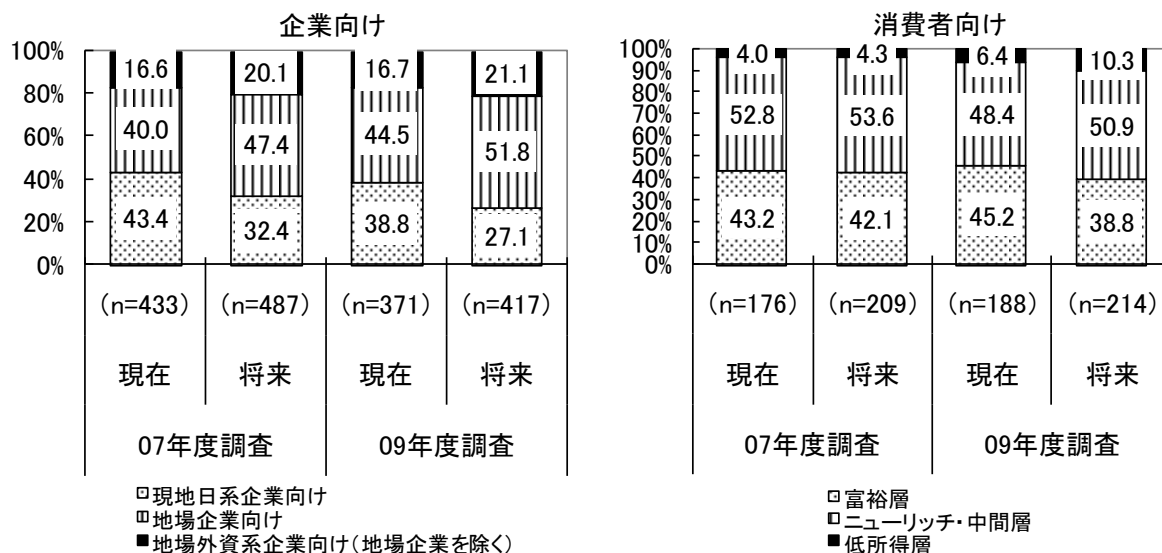


[注1] 05年度調査以降の「研究開発(新製品開発・仕様変更)」の値は、「研究開発(新製品開発)」または「研究開発(現地市場向け仕様変更)」の合計。04年度調査の「研究開発(新製品開発・仕様変更)」の値は、「研究開発(新製品・デザイン)」という選択肢への回答。

[注2] 時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

<新興・途上国地域市場開拓のターゲット層>

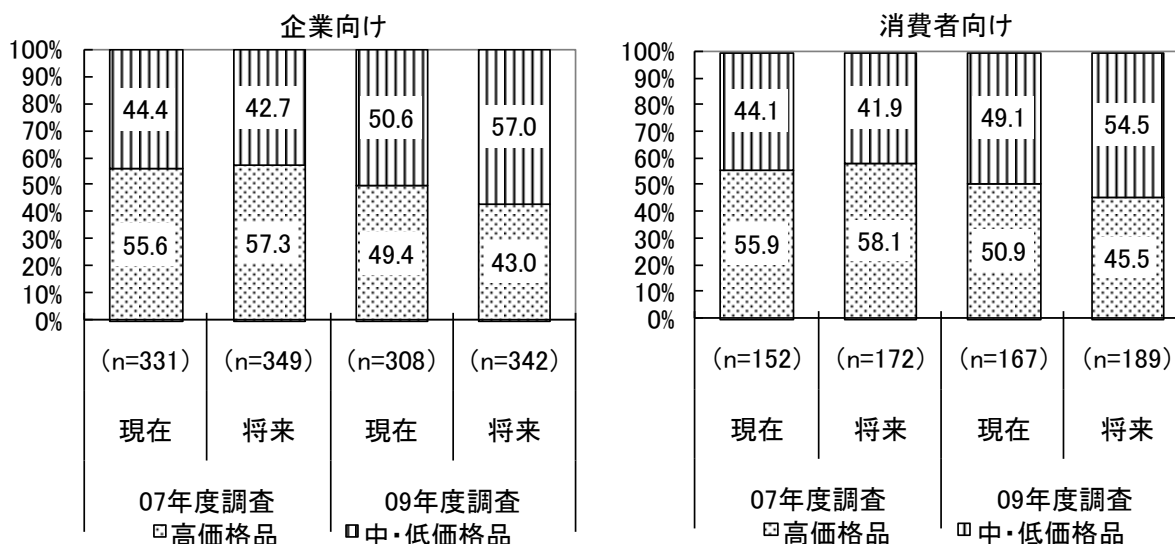
海外で「販売機能」を拡大すると回答した405社に、途上国市場開拓におけるターゲット層と商品の価格帯を尋ねた。回答総数ベース（無回答を除く）で、07年度調査との比較が可能。製造業、商社・卸・小売の傾向をみると、企業向けでは地場企業向け販売を、また消費者向けでは低所得者層を、将来のターゲットとして重視する企業が増えている。



[注1] 時系列比較は、07年度調査からの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。
 [注2] 不明・無回答を除く回答総数ベース。

<新興・途上国地域市場開拓の価格帯>

価格帯では、07年度調査では高価格品と回答した企業が半数を超えたが、今回の調査では将来にわたって中・低価格品が高価格品を上回った。

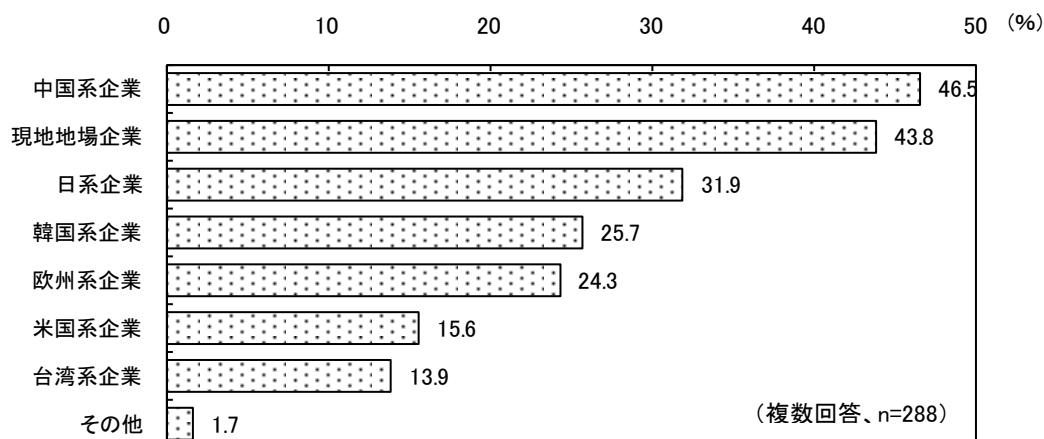


[注1] 時系列比較は、07年度調査からの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。
 [注2] 不明・無回答を除く回答総数ベース。

＜中・低価格品をターゲットとする企業の競合相手＞

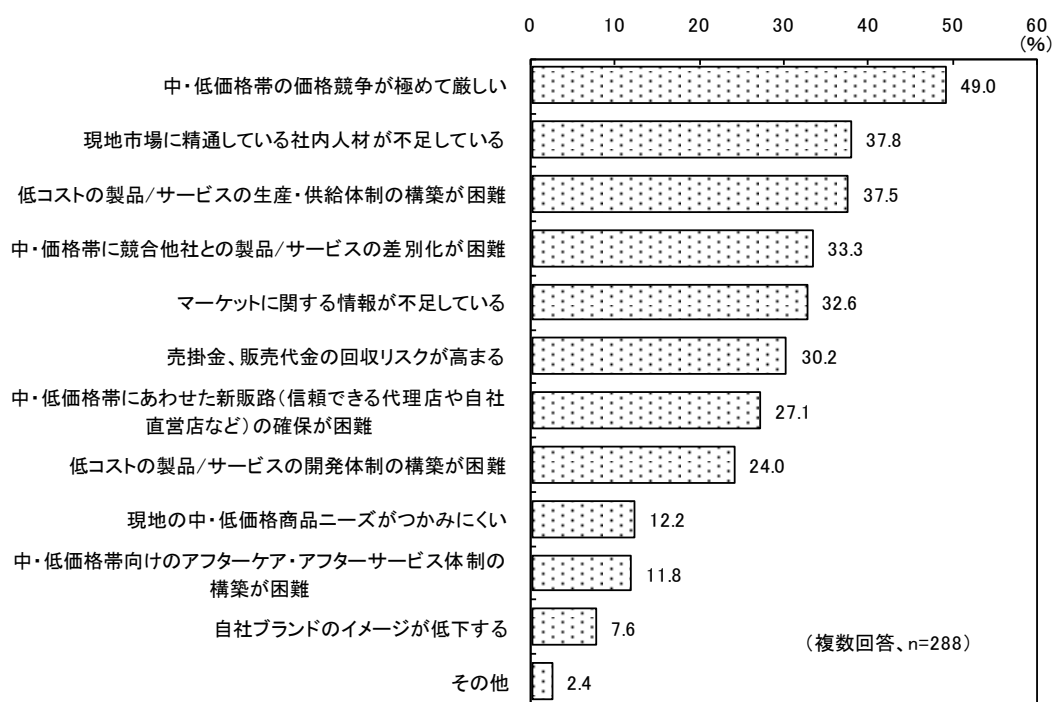
新興・途上国地域市場で、「現在もしくは将来のターゲットとして中・低価格の製品／サービスを販売・提供する」と回答した企業（288社）に対し、現時点で最大の競合相手を探ねた。

最大の競合相手は、「中国系企業」が46.5%（134社）で、次いで「現地地場企業」が43.8%（126社）となった。



＜中・低価格品をターゲットとする企業が直面する問題点、今後の課題＞

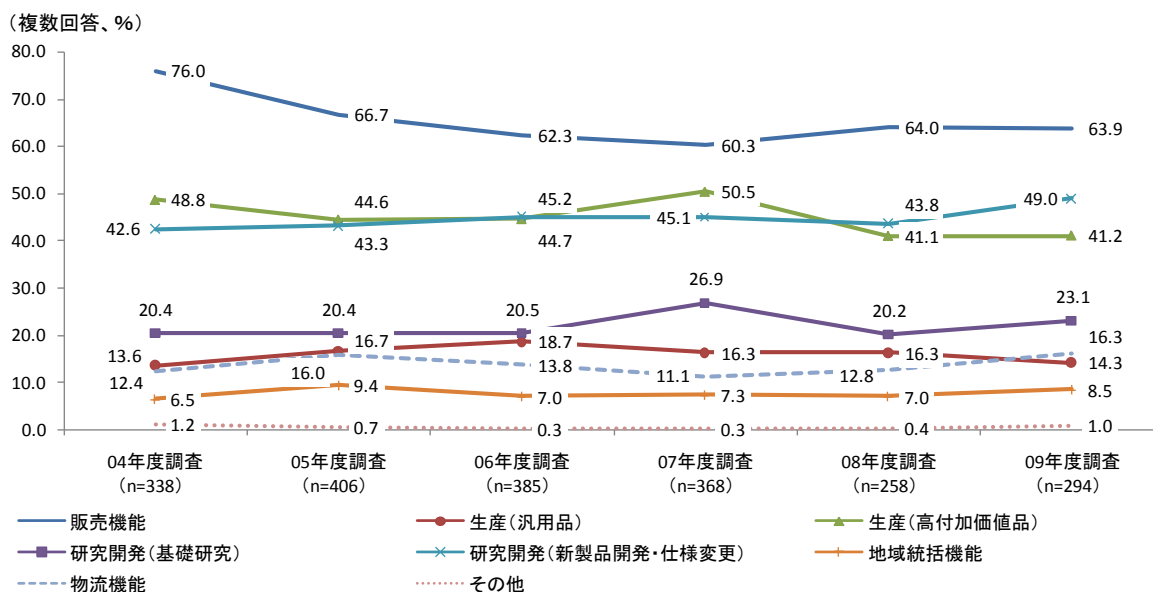
また、直面する問題点・課題について尋ねたところ、「中・低価格帯の価格競争が極めて厳しい」が49.0%（141社）との回答が最も多かった。それに、「現地市場に精通している社内人材が不足している」（37.8%、109社）や「低コストの製品／サービスの生産・供給体制の構築が困難」（37.5%、108社）など、価格面のみならず、人材や供給体制面での課題を挙げる企業が多くみられた。



<国内で拡大する機能>

日本で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業 363 社に、具体的にどのような機能を拡大しようとしているのか尋ねたところ、「販売機能」が 61.7% (224 社) で最も高く、以下「研究開発 (新製品開発)」が 43.3% (157 社)、「生産 (高付加価値品)」が 39.9% (145 社)、と続く。04 年度調査からの推移をみると、「販売機能」、「生産 (汎用品)」が微減となった。

国内で拡大する機能(時系列比較)



[注1] 05 年度調査以降の「研究開発 (新製品開発・仕様変更)」の値は、「研究開発 (新製品開発)」または「研究開発 (現地市場向け仕様変更)」の合計。04 年度調査の「研究開発 (新製品開発・仕様変更)」の値は、「研究開発 (新製品・デザイン)」という選択肢への回答。

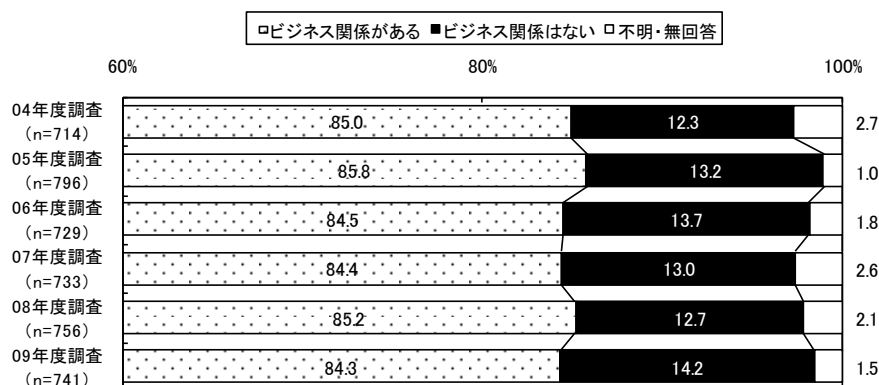
[注2] 時系列比較は、04 年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08 年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

3. 中国におけるビジネス展開

<中国とのビジネス関係>

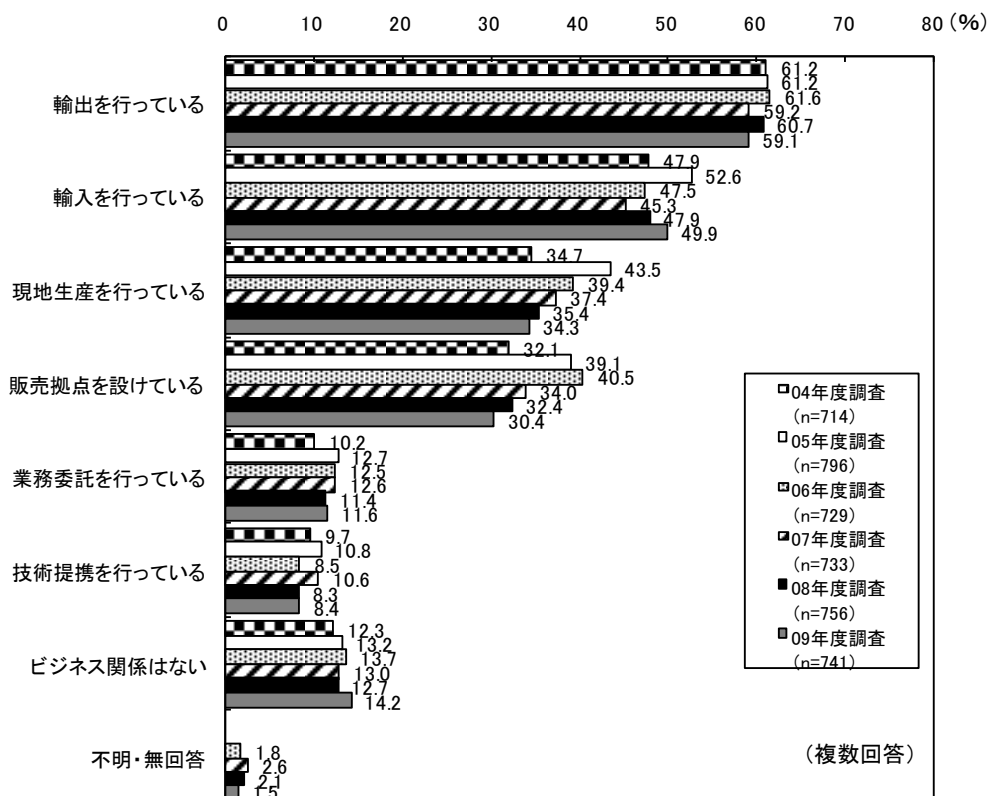
現在、中国と貿易、業務委託、技術提携、直接投資などの「ビジネス関係がある」企業は84.3%（625社）で、多くの企業が何らかの形で中国とビジネス関係を有していることが分かる。04年度調査からの推移をみてもほとんど変化はない。

中国とのビジネス関係の有無(時系列比較)



〔注〕時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

中国とのビジネス関係の内容(全体)

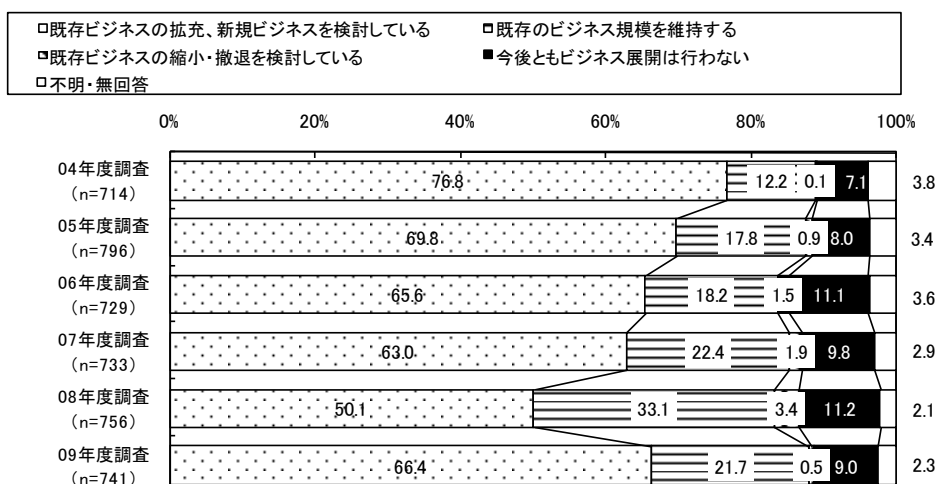


〔注〕時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

<中国での今後のビジネス展開>

中国に対する今後（3年程度）のビジネス展開（貿易、業務委託、技術提携、直接投資）について、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」企業の割合は、大幅に減じた前年度調査（08年度調査）から一気に盛り返し、16.3%ポイント増の66.4%（492社）となった。「既存のビジネス規模を維持する」企業が減っただけでなく、「既存ビジネスの縮小・撤退を検討している」企業も減った結果、大幅増となった。

中国での今後(3年程度)のビジネス展開(時系列比較)

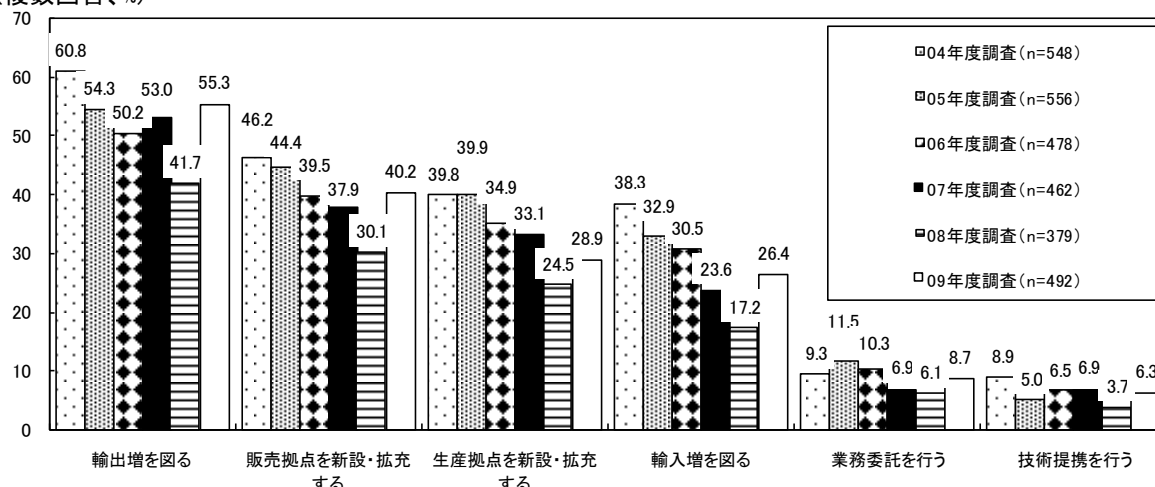


<事業拡大の具体的内容>

「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」のうち「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」企業（492社）の具体的な事業拡大の内容は、「輸出増を図る」が55.3%（272社）、「販売拠点を新設・拡充する」が40.2%（198社）と前年度を大きく上回っている。

事業拡大の具体的内容(時系列比較)

(複数回答、%)



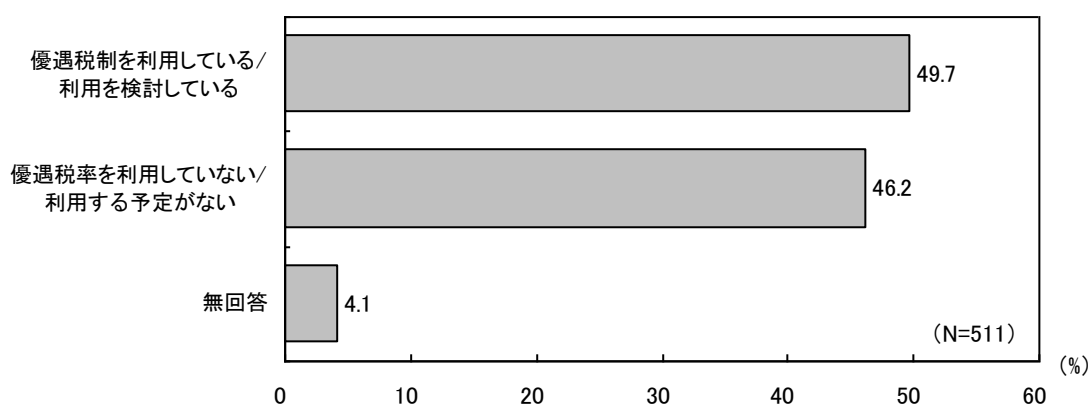
[注] 時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

4. 自由貿易協定（FTA）の活用

<FTA 発効主要9カ国との輸出入ならびに優遇税率の利用状況>

09年11月時点で発効している日本の9つの主要FTA（メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア、フィリピン、ASEAN、スイス、ベトナム）について、製造業および商社・卸売・小売業で対象9カ国それぞれと貿易のある511社のうちFTAの「優遇税率を利用している/利用を検討している」割合は49.7%（254社）にのぼった。

FTA発効主要9カ国との輸出入ならびに優遇税率の利用状況（全体）



〔注〕 調査対象は、09年11月時点で発効済みの日本のFTAのうち、メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア、フィリピン、ASEAN、スイス、ベトナムの9カ国。シンガポール、ブルネイは利用業種が限られるため調査対象から外した。

5. アジアのビジネス環境

<ビジネス上のリスク・問題点>

ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している国は、中国が最も多く76.8%（718社）、次いで、タイ46.7%（437社）、ベトナム34.8%（325社）、インドネシア34.3%（321社）と続いている。

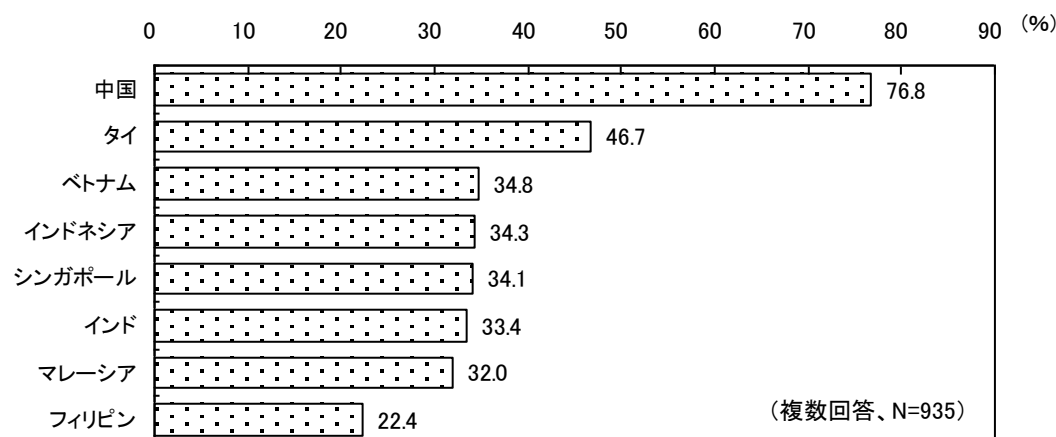
またビジネス上のリスク・問題点として、中国においては「知的財産権の保護に問題あり」が57.4%（412社）、「法制度が未整備、運用に問題あり」が53.1%（381社）と、それぞれ半数を超える回答率となった。

他、各国の回答率が高い項目に目を向けると、「インフラが未整備」は、インドで56.7%（177社）、ベトナムで41.8%（136社）と4割以上の企業が回答した。

さらにシンガポールでは、「人件費が高い、上昇している」が30.4%（97社）と、一番割合が高い回答となった。

「為替リスクが高い」という回答は、タイで20.4%（89社）、マレーシアで14.7%（44社）と両国において回答率が高い項目であった。

ビジネス対象国



アジア主要国のビジネス上のリスク・問題点(国別)

順位	中国				順位	タイ			
	09年度	08年度	増減	09年度		08年度	増減		
1	(1) 知的財産権の保護に問題あり	57.4	55.7	1.7	1	(1) 為替リスクが高い	20.4	23.1	△ 2.7
2	(1) 法制度が未整備、運用に問題あり	53.1	55.7	△ 2.6	2	(2) 人件費が高い、上昇している	16.0	18.8	△ 2.8
3	(4) 労務上の問題点あり	29.7	32.6	△ 2.9	3	(4) 法制度が未整備、運用に問題あり	10.8	10.1	0.7
4	(3) 人件費が高い、上昇している	29.2	42.4	△ 13.2	3	(5) 労務上の問題点あり	10.8	7.9	2.9
5	(5) 税務上のリスク・問題あり	28.0	30.6	△ 2.6	5	(3) インフラが未整備	9.4	10.3	△ 0.9
6	(7) 為替リスクが高い	18.8	16.6	2.2	6	(7) 税務上のリスク・問題あり	7.1	7.5	△ 0.4
7	(6) インフラが未整備	15.7	16.8	△ 1.1	7	(8) 知的財産権の保護に問題あり	6.2	6.5	△ 0.3
8	(8) 関連産業が集積・発展していない	5.4	4.0	1.4	8	(6) 関連産業が集積・発展していない	5.3	7.7	△ 2.4
順位	インドネシア				順位	マレーシア			
	09年度	08年度	増減	09年度		08年度	増減		
1	(2) インフラが未整備	27.7	29.9	△ 2.2	1	(2) 為替リスクが高い	14.7	13.4	1.3
2	(1) 為替リスクが高い	26.2	32.6	△ 6.4	2	(1) 人件費が高い、上昇している	11.4	14.1	△ 2.7
3	(3) 法制度が未整備、運用に問題あり	19.9	22.6	△ 2.7	3	(7) インフラが未整備	8.7	5.6	3.1
4	(5) 税務上のリスク・問題あり	10.3	11.3	△ 1.0	4	(3) 法制度が未整備、運用に問題あり	7.0	8.5	△ 1.5
5	(4) 労務上の問題点あり	9.7	12.0	△ 2.3	5	(4) 労務上の問題点あり	6.0	8.1	△ 2.1
6	(6) 関連産業が集積・発展していない	7.8	10.6	△ 2.8	6	(4) 関連産業が集積・発展していない	5.0	8.1	△ 3.1
7	(8) 知的財産権の保護に問題あり	7.2	6.6	0.6	7	(7) 税務上のリスク・問題あり	4.0	5.6	△ 1.6
8	(7) 人件費が高い、上昇している	4.4	8.6	△ 4.2	8	(6) 知的財産権の保護に問題あり	3.0	6.0	△ 3.0
順位	フィリピン				順位	シンガポール			
	09年度	08年度	増減	09年度		08年度	増減		
1	(1) インフラが未整備	26.8	28.0	△ 1.2	1	(1) 人件費が高い、上昇している	30.4	35.0	△ 4.6
2	(4) 為替リスクが高い	18.2	12.3	5.9	2	(2) 為替リスクが高い	12.2	9.2	3.0
3	(3) 法制度が未整備、運用に問題あり	16.3	15.2	1.1	3	(4) 関連産業が集積・発展していない	2.5	3.0	△ 0.5
4	(6) 労務上の問題点あり	12.0	7.6	4.4	4	(3) 労務上の問題点あり	2.2	3.3	△ 1.1
5	(2) 関連産業が集積・発展していない	11.0	17.1	△ 6.1	5	(5) インフラが未整備	1.9	2.3	△ 0.4
6	(6) 知的財産権の保護に問題あり	7.2	7.6	△ 0.4	6	(6) 税務上のリスク・問題あり	1.3	1.7	△ 0.4
7	(8) 人件費が高い、上昇している	4.3	4.3	0.0	7	(7) 法制度が未整備、運用に問題あり	0.9	1.3	△ 0.4
8	(5) 税務上のリスク・問題あり	3.8	8.5	△ 4.7	7	(7) 知的財産権の保護に問題あり	0.9	1.3	△ 0.4
順位	ベトナム				順位	インド			
	09年度	08年度	増減	09年度		08年度	増減		
1	(1) インフラが未整備	41.8	55.7	△ 13.9	1	(1) インフラが未整備	56.7	58.7	△ 2.0
2	(2) 法制度が未整備、運用に問題あり	30.8	33.8	△ 3.0	2	(2) 法制度が未整備、運用に問題あり	28.2	30.6	△ 2.4
3	(4) 為替リスクが高い	20.0	21.3	△ 1.3	3	(3) 税務上のリスク・問題あり	21.8	21.0	0.8
3	(3) 関連産業が集積・発展していない	20.0	24.3	△ 4.3	4	(4) 労務上の問題点あり	20.5	19.2	1.3
5	(8) 知的財産権の保護に問題あり	10.2	10.8	△ 0.6	5	(5) 為替リスクが高い	19.6	18.5	1.1
6	(5) 人件費が高い、上昇している	9.8	17.2	△ 7.4	6	(6) 関連産業が集積・発展していない	14.7	15.7	△ 1.0
6	(6) 労務上の問題点あり	9.8	15.9	△ 6.1	7	(7) 知的財産権の保護に問題あり	13.1	14.9	△ 1.8
8	(7) 税務上のリスク・問題あり	8.9	11.5	△ 2.6	8	(8) 人件費が高い、上昇している	8.0	10.7	△ 2.7

[n(08年度) = 中国: 680、タイ: 416、インドネシア: 301、マレーシア: 284、フィリピン: 211、シンガポール: 303、ベトナム: 296、インド: 281]

[n(09年度) = 中国: 718、タイ: 437、インドネシア: 321、マレーシア: 299、フィリピン: 209、シンガポール: 319、ベトナム: 325、インド: 312]

[注1]母数(n)は、現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している企業。

[注2]カッコ内の数字は08年度調査の順位。

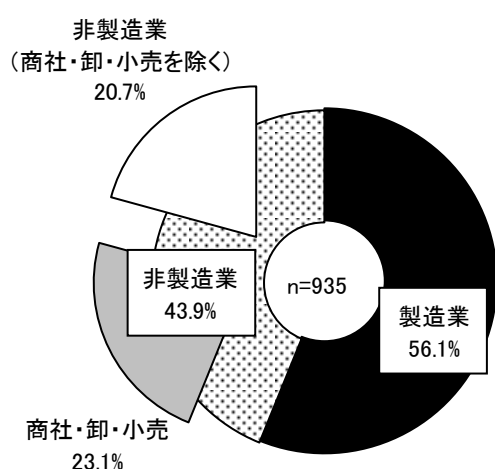
I. 回答企業のプロフィール

1. 事業内容

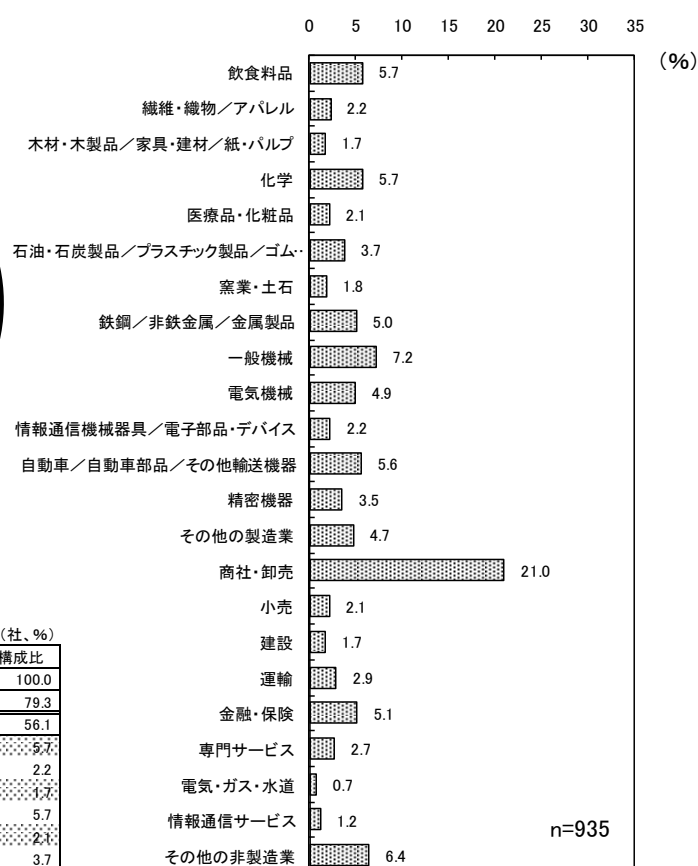
調査の回答企業は 935 社で、そのうち「製造業」は 56.1% (525 社)、「非製造業」は 43.9% (410 社) となっている。

業種別にみると、「商社・卸売」が 21.0% (196 社) で最も多く、以下「一般機械」が 7.2% (67 社)、「飲食料品」「化学」がそれぞれ 5.7% (53 社) と続く。

図表 I - 1 事業内容(全体)



図表 I - 2 事業内容(業種別)



図表 I - 3 業種別回答企業数

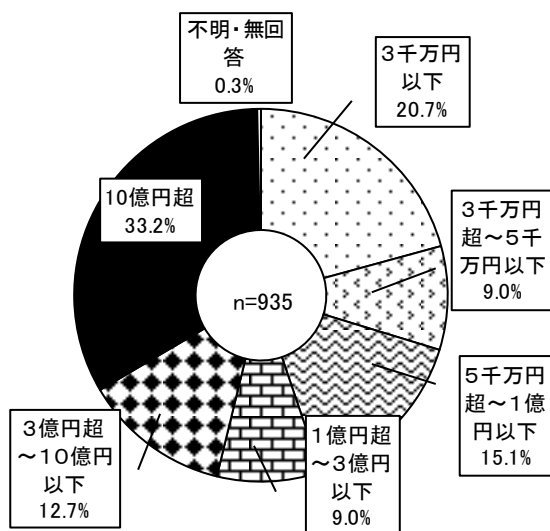
業種	(社、%)	
	合計	構成比
総計	935	100.0
製造業／商社・卸・小売計	741	79.3
製造業	525	56.1
飲食料品	53	5.7
繊維・織物／アパレル	21	2.2
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	16	1.7
化学	53	5.7
医療品・化粧品	20	2.1
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	35	3.7
窯業・土石	17	1.8
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	47	5.0
一般機械	67	7.2
電気機械	46	4.9
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	21	2.2
自動車／自動車部品／その他輸送機器	52	5.6
精密機器	33	3.5
その他の製造業	44	4.7
商社・卸・小売	216	23.1
商社・卸売	196	21.0
小売	20	2.1
非製造業(商社・卸・小売を除く)	194	20.7
建設	16	1.7
運輸	27	2.9
金融・保険	48	5.1
専門サービス	25	2.7
電気・ガス・水道	7	0.7
情報通信サービス	11	1.2
その他の非製造業	60	6.4
(参考)非製造業(商社・卸売を含む)	410	43.9

2. 資本金および従業員数

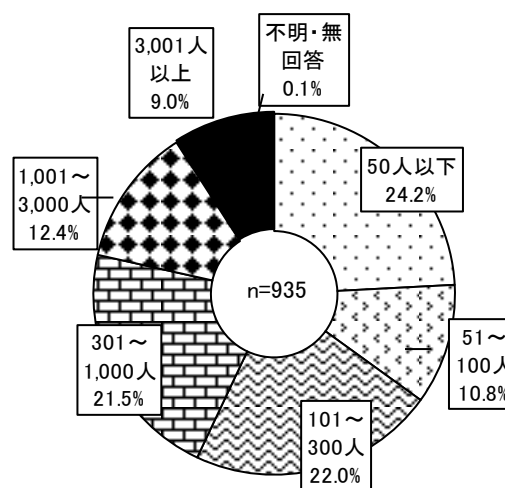
回答企業の資本金、従業員数をみると、資本金は「10億円超」の企業が33.2% (310社)、従業員数は「50人以下」の企業が24.2% (226社) で最も割合が高い。

資本金と従業員数をもとに下記の中小企業基本法に基づいた要件で大企業と中小企業に分類すると、「大企業」は39.6% (370社)、「中小企業」は60.4% (565社) となる。

図表 I - 4 資本金(全体)



図表 I - 5 従業員数(全体)



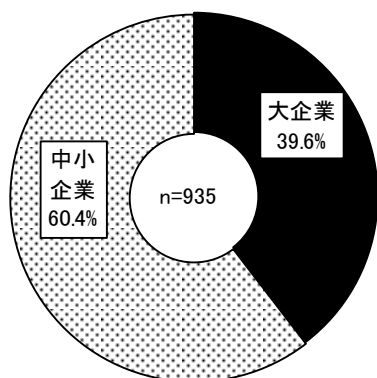
<企業規模分類要件>

		中小企業	大企業
製造業・その他の業種	資本金	3億円以下、300人以下のいずれかを満たすこと。	中小企業の定義外全企業
	常時雇用従業員数		
卸売業	資本金	1億円以下、100人以下のいずれかを満たすこと。	中小企業の定義外全企業
	常時雇用従業員数		
小売業	資本金	5千万円以下、50人以下のいずれかを満たすこと。	中小企業の定義外全企業
	常時雇用従業員数		
サービス業	資本金	5千万円以下、100人以下のいずれかを満たすこと。	中小企業の定義外全企業
	常時雇用従業員数		

(注) 中小企業の定義は中小企業基本法に基づく。

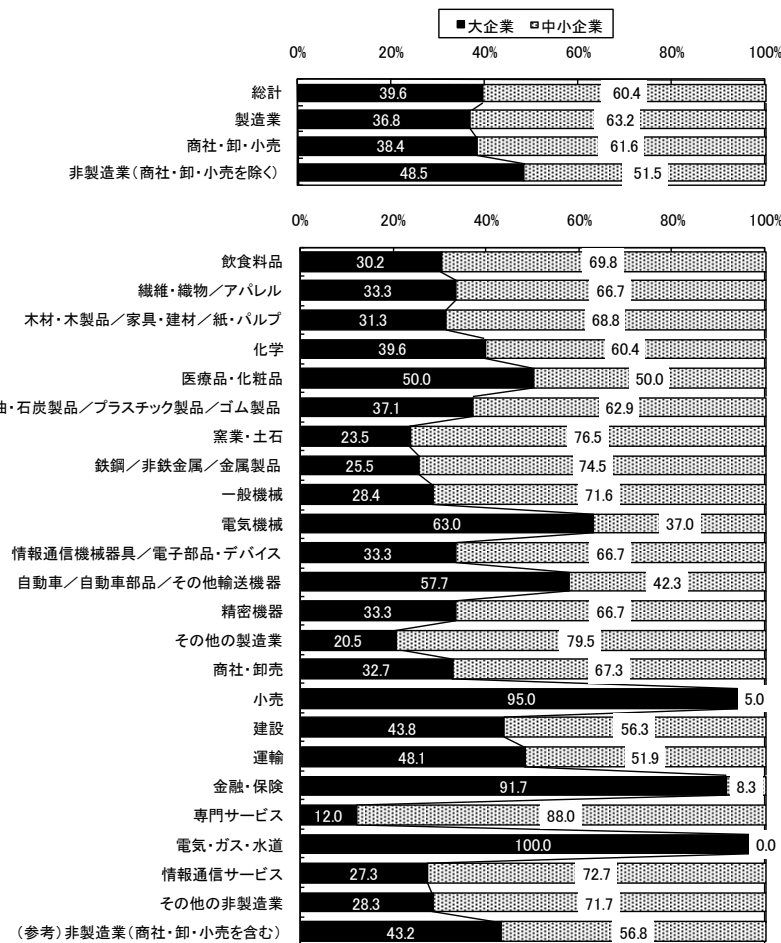
詳細は <http://www.chusho.meti.go.jp/soshiki/teigi.html> を参照。

図表 I - 6 大企業・中小企業分類



上記の要件に従って分類

図表 I - 7 大企業・中小企業分類(業種別)



[注] 各業種の母数(n)は、図表 I - 8を参照。

図表 I - 8 資本金・従業員規模分類(業種別)

業種	社数	資本金						従業員数					
		3千万円以下	3千万超~5千万円	5千万超~1億円	1億円超~3億円	3億円超~10億円	10億円超	50人以下	51人~100人	101人~300人	301人~1,000人	1,001人~3,000人	3,001人以上
総計	935	20.7	9.0	15.1	9.0	12.7	33.2	24.2	10.8	22.0	21.5	12.4	9.0
製造業/商社・卸・小売計	741	20.4	10.0	15.9	10.0	13.5	30.2	23.5	11.5	24.4	22.5	10.5	7.6
製造業	525	17.0	10.1	15.8	9.5	13.1	34.5	17.9	8.8	27.2	25.1	12.0	9.0
飲食料品	53	28.3	11.3	11.3	9.4	11.3	28.3	28.4	3.8	30.2	20.8	13.2	5.7
繊維・織物/アパレル	21	38.1	9.5	14.3	-	4.8	33.3	52.4	-	9.5	19.0	4.8	14.3
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	18.8	12.5	18.8	-	25.0	31.3	6.9	31.3	12.5	-	18.8	-
化学	53	5.7	3.8	17.0	13.2	11.3	49.1	9.4	13.2	32.1	30.2	11.3	3.8
医薬品・化粧品	20	15.0	5.0	10.0	5.0	5.0	50.0	10.0	10.0	15.0	45.0	5.0	15.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	35	8.6	14.3	11.4	17.1	11.4	37.1	11.4	2.9	37.1	37.1	8.6	2.9
窯業・土石	17	17.6	5.9	17.6	5.9	35.3	17.6	11.8	11.8	52.9	17.6	5.9	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	21.3	10.6	23.4	8.5	10.6	25.5	21.3	12.8	29.8	19.1	6.4	10.6
一般機械	37	14.9	14.9	14.9	14.9	16.4	23.9	14.9	14.9	31.3	29.9	4.8	4.5
電気機械	46	10.9	4.3	13.0	4.3	10.9	56.5	10.9	8.7	10.9	26.1	17.4	26.1
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	21	9.5	14.3	23.8	-	19.0	39.1	23.8	4.8	23.8	23.8	14.3	4.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器	52	15.4	7.7	5.8	5.8	15.4	50.0	9.6	3.8	23.1	23.1	21.2	19.2
精密機器	33	9.1	12.1	24.2	18.2	6.1	30.3	9.1	6.1	33.3	24.2	24.2	3.0
その他の製造業	44	29.5	13.6	22.7	6.8	13.6	13.6	29.5	13.6	20.5	18.2	18.2	-
商社・卸・小売	216	28.7	9.7	16.2	11.1	14.4	19.9	37.0	18.1	17.6	16.2	6.9	4.2
商社・卸売	196	31.6	10.7	16.3	12.2	13.3	15.8	40.3	18.9	17.8	15.8	4.6	1.5
小売	20	-	-	15.0	-	25.0	60.0	5.0	-	15.0	20.0	30.0	30.0
非製造業(商社・卸・小売を除く)	194	22.2	5.2	11.9	5.2	9.8	44.3	26.8	8.2	12.9	17.5	19.6	14.4
建設	16	18.8	6.3	12.5	12.5	6.3	49.8	18.8	6.3	25.0	12.5	18.8	18.8
運輸	27	11.1	-	29.6	7.4	22.2	29.6	11.1	7.4	18.5	22.2	29.6	11.1
金融・保険	48	-	-	-	-	4.2	95.8	-	4.2	4.2	28.2	47.8	14.0
専門サービス	25	48.0	8.0	8.0	4.0	16.0	8.0	68.0	12.0	8.0	4.0	8.0	-
電気・ガス・水道	7	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	14.3	85.7
情報通信サービス	11	36.4	-	18.2	18.2	-	27.3	36.4	18.2	9.1	9.1	-	27.3
その他の非製造業	60	35.0	11.7	15.0	5.0	10.0	21.7	41.7	10.0	18.3	16.7	1.7	10.0
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)計	410	25.6	7.6	14.1	8.3	12.2	31.5	32.2	13.4	15.4	16.8	12.9	9.0

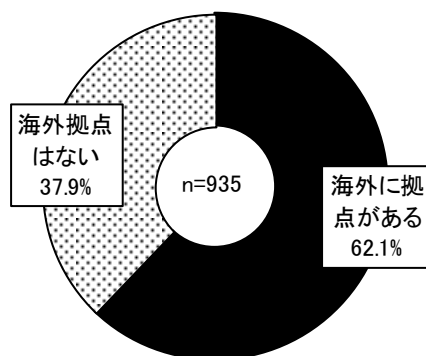
3. 海外拠点の有無

回答企業 935 社のうち、「海外に拠点がある」企業は 62.1% (581 社) となっている。

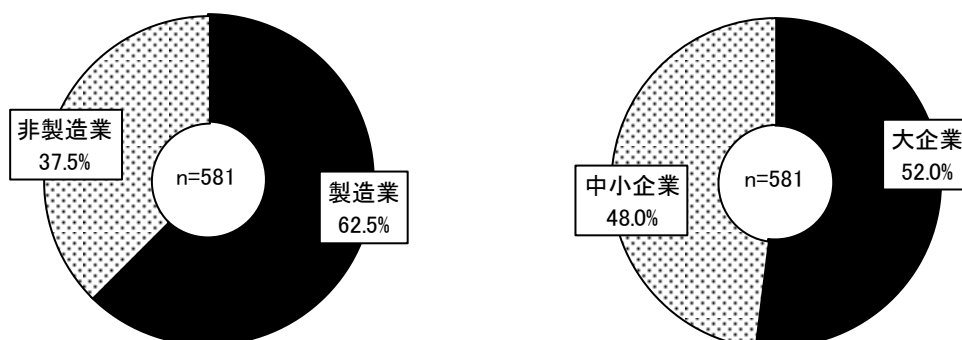
海外に拠点を持つ企業を業種別にみると、「製造業」が 62.5% (363 社)、「非製造業」が 37.5% (218 社)、規模別にみると、「大企業」が 52.0% (302 社)、「中小企業」が 48.0% (279 社) となっている。

海外拠点の有無を業種別にみると、「化学」53 社の内 86.8% (46 社) が海外に拠点を有している。以下海外に拠点を有している割合が高い業種は、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」が 85.7% (18 社)、「自動車／自動車部品／その他輸送機器」が 84.6% (44 社) となっている。

図表 I - 9 海外拠点の有無(全体)



図表 I - 10 海外拠点がある企業の内訳(業種別、規模別)



図表 I - 11 海外拠点の所有割合(規模別、業種別)

業種	(%)		
	総計	大企業	中小企業
総計	62.1	81.6	49.4
製造業/商社・卸・小売計	65.6	88.4	52.0
製造業	69.1	92.2	55.7
飲食料品	62.3	87.5	51.4
繊維・織物/アパレル	71.4	100.0	57.1
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	56.3	80.0	45.5
化学	86.8	95.2	81.3
医薬品・化粧品	65.0	80.0	50.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	74.3	92.3	63.6
窯業・土石	76.5	100.0	69.2
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	53.2	83.3	42.9
一般機械	52.2	78.9	41.7
電気機械	76.1	96.6	41.2
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	85.7	100.0	78.6
自動車/自動車部品/その他輸送機器	84.6	100.0	63.6
精密機器	63.6	90.9	50.0
その他の製造業	68.2	100.0	60.0
商社・卸・小売	56.9	79.5	42.9
商社・卸売	56.6	85.9	42.4
小売	60.0	57.9	100.0
非製造業(商社・卸・小売を除く)	49.0	61.7	37.0
建設	68.8	85.7	55.6
運輸	66.7	92.3	42.9
金融・保険	41.7	43.2	25.0
専門サービス	24.0	33.3	22.7
電気・ガス・水道	42.9	42.9	
情報通信サービス	63.6	100.0	50.0
その他の非製造業	50.0	82.4	37.2
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)計	53.2	70.1	40.3

[注] 各業種の母数(n)は、図表 I - 12 を参照。

図表 I - 12 海外拠点の有無(規模別、業種別社数)

	総数			大企業			中小企業		
	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし
総計	935	581	354	370	302	68	565	279	286
製造業/商社・卸・小売計	741	486	255	276	244	32	465	242	223
製造業	525	363	162	193	178	15	332	185	147
飲食料品	53	33	20	16	14	2	37	19	18
繊維・織物/アパレル	21	15	6	7	7	0	14	8	6
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	9	7	5	4	1	11	5	6
化学	53	46	7	21	20	1	32	26	6
医薬品・化粧品	20	13	7	10	8	2	10	5	5
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	35	26	9	13	12	1	22	14	8
窯業・土石	17	13	4	4	4	0	13	9	4
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	25	22	12	10	2	35	15	20
一般機械	67	35	32	19	15	4	48	20	28
電気機械	46	35	11	29	28	1	17	7	10
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	21	18	3	7	7	0	14	11	3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	52	44	8	30	30	0	22	14	8
精密機器	33	21	12	11	10	1	22	11	11
その他の製造業	44	30	14	9	9	0	35	21	14
商社・卸・小売	216	123	93	83	66	17	133	57	76
商社・卸売	196	111	85	64	59	5	132	56	76
小売	20	12	8	19	11	8	1	1	0
非製造業(商社・卸・小売を除く)	194	95	99	94	58	36	100	37	63
建設	16	11	5	7	6	1	9	5	4
運輸	27	18	9	13	12	1	14	6	8
金融・保険	48	20	28	44	19	25	4	1	3
専門サービス	25	6	19	3	1	2	22	5	17
電気・ガス・水道	7	3	4	7	3	4	0	0	0
情報通信サービス	11	7	4	3	3	0	8	4	4
その他の非製造業	60	30	30	17	14	3	43	16	27
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)計	410	218	192	177	124	53	233	94	139

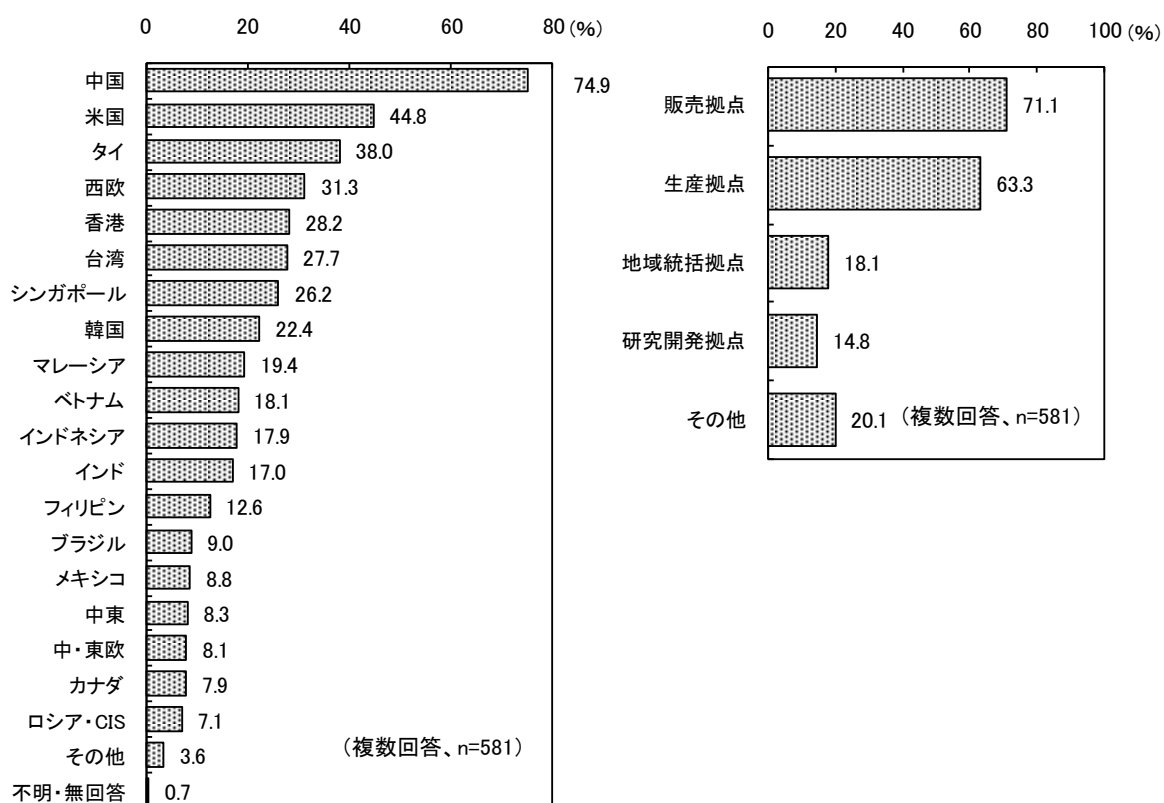
4. 海外拠点の設置状況（所在と機能）

海外に拠点を持つ企業 581 社の拠点の所在地をみると、「中国」が 74.9%（435 社）で最も多く、以下「米国」が 44.8%（260 社）、「タイ」が 38.0%（221 社）と続く。

海外拠点の機能は同一国・地域内の拠点数を尋ねていないため、同じ国に 3 つ販売拠点があつたとしても拠点数は 1 つとカウントしている。

また、海外にいずれかの拠点を所有している企業（581 社）の拠点を機能別にみると「販売拠点」が 71.1%（413 社）を占め最も割合が高い。次いで「生産拠点」は 63.3%（368 社）となっている。

図表 I - 13 海外拠点の所在と機能(全体)



〔注〕 海外に拠点のある企業を母数とした構成比

業種別に海外拠点の機能をみると、「製造業」では「生産拠点」が85.4%（310社）と最も多く、「販売拠点」の76.3%（277社）を9.1%ポイント上回っている。「地域統括拠点」を有する企業の割合は、「医薬品・化粧品」が46.2%（6社）、「電気機械」が45.7%（16社）と他の業種に比べ高い。

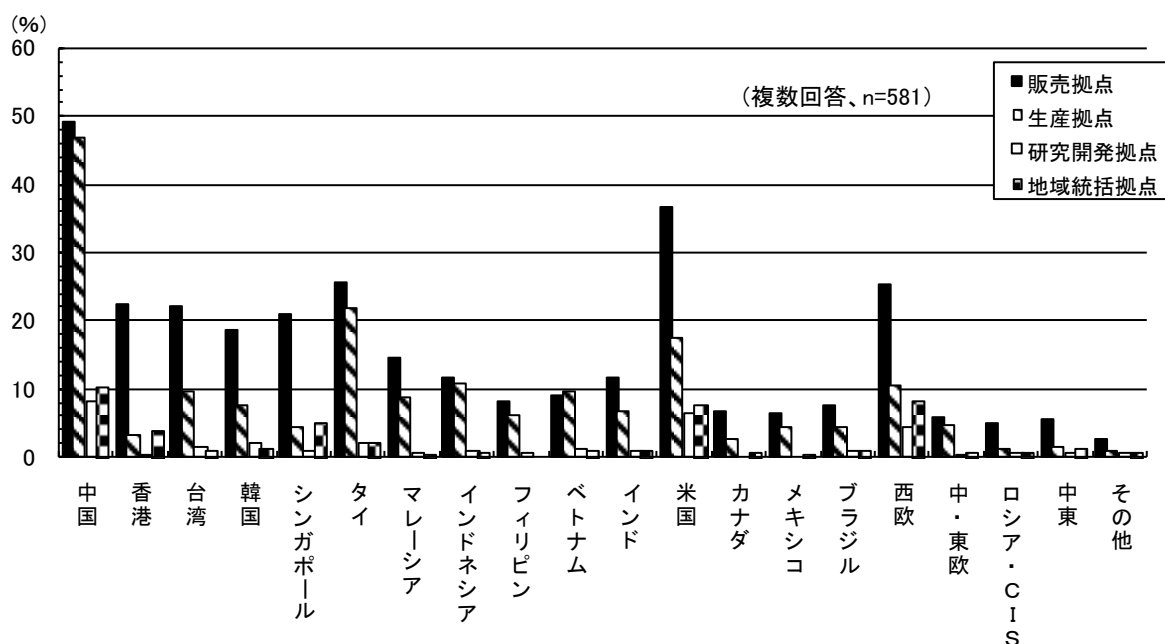
図表 I - 14 海外拠点の所在と機能(企業属性別)

(複数回答、%)

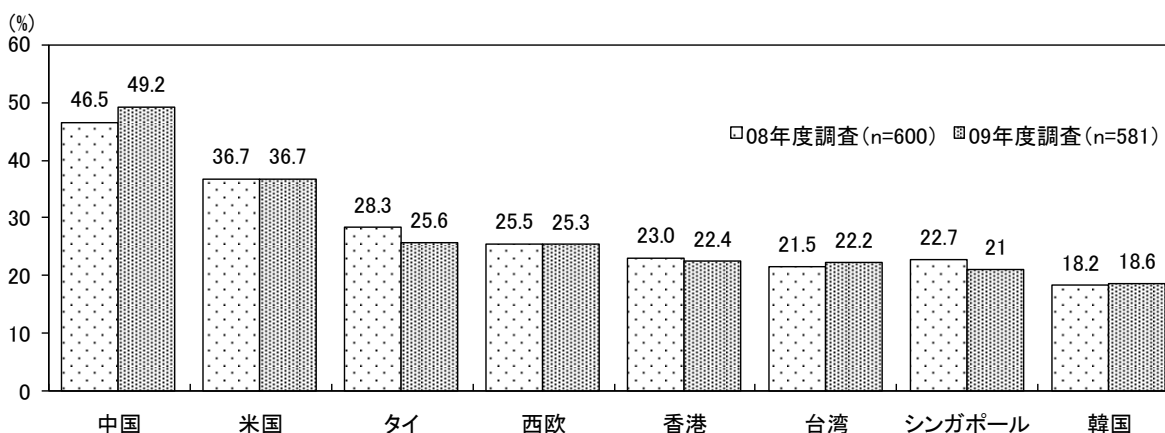
業種	社数	販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	地域統括拠点	その他
総計	581	71.1	63.3	14.8	18.1	20.1
大企業	302	75.2	64.6	21.2	24.5	27.2
中小企業	279	66.7	62.0	7.9	11.1	12.5
製造業	363	76.3	85.4	19.6	18.5	11.6
海外生産製造業	310	76.5	100.0	22.3	19.4	11.3
商社・卸・小売	123	77.2	30.9	5.7	14.6	21.1
非製造業(商社・卸・小売を除く)	95	43.2	21.1	8.4	21.1	51.6
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)計	218	62.4	26.6	6.9	17.4	34.4
飲食品	33	69.7	69.7	24.2	18.2	9.1
繊維・織物／アパレル	15	53.3	93.3	6.7	26.7	26.7
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	9	66.7	77.8	-	-	22.2
化学	46	71.7	87.0	15.2	17.4	6.5
医薬品・化粧品	13	76.9	76.9	38.5	46.2	15.4
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	26	80.8	84.6	7.7	11.5	3.8
窯業・土石	13	61.5	92.3	7.7	7.7	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	25	80.0	84.0	16.0	8.0	8.0
一般機械	35	82.9	85.7	8.6	8.6	17.1
電気機械	35	88.6	94.3	42.9	45.7	20.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	18	77.8	94.4	39.3	16.7	16.7
自動車／自動車部品／その他輸送機器	44	63.6	97.7	25.0	15.9	11.4
精密機器	21	95.2	81.0	23.8	14.3	9.5
その他の製造業	30	86.7	70.0	10.0	16.7	6.7
商社・卸売	111	75.7	33.3	5.4	14.4	19.8
小売	12	91.7	8.3	8.3	16.7	33.3
建設	11	45.5	27.3	18.2	36.4	27.3
運輸	18	38.9	11.1	-	27.8	44.4
金融・保険	20	10.0	-	-	-	95.0
専門サービス	6	33.3	16.7	-	33.3	50.0
電気・ガス・水道	3	-	33.3	-	33.3	100.0
情報通信サービス	7	71.4	42.9	42.9	14.3	28.6
その他の非製造業	30	66.7	33.3	10.0	23.3	36.7

国・地域別に拠点の設置状況をみると、中国には 286 社（海外に拠点を所有している企業 581 社の 49.2%）が「販売拠点」を所有し、272 社（同 46.8%）が「生産拠点」を所有している。米国には 213 社（同 36.7%）が「販売拠点」を所有し、101 社（同 17.4%）が「生産拠点」を所有している。海外に「販売拠点」がある企業の拠点所在国は、中国、米国、タイの順に多く、「生産拠点」の拠点所在国は、中国、タイ、米国の順となっている。「研究開発拠点」の拠点所在国は、中国の 47 社（同 8.1%）が最も多く、以下、米国が 36 社（同 6.2%）、西欧が 25 社（同 4.3%）と続く。「地域統括拠点」の拠点所在国も、中国が 59 社（同 10.2%）と最も多く、以下、西欧が 46 社（同 7.9%）、米国が 43 社（同 7.4%）と続く。

図表 I - 15 海外拠点の所在と機能(国・地域別)



図表 I - 16 研究開発拠点の設置先国・地域(複数回答)



図表 I - 17 海外拠点の所在と機能(国・地域別)

(複数回答、%)

	販売拠点		生産拠点		研究開発拠点		地域統括拠点		その他		拠点所有社数	
	社数	%	社数	%	社数	%	社数	%	社数	%	社数	%
中国	286	49.2	272	46.8	47	8.1	53	10.2	64	11.0	435	74.9
香港	130	22.4	18	3.1	1	0.2	22	3.8	25	4.3	164	28.2
台湾	129	22.2	55	9.5	7	1.2	4	0.7	12	2.1	161	27.7
韓国	108	18.6	44	7.6	11	1.9	6	1.0	8	1.4	130	22.4
シンガポール	122	21.0	25	4.3	5	0.9	29	5.0	15	2.6	152	26.2
タイ	149	25.6	127	21.9	12	2.1	11	1.9	21	3.6	221	38.0
マレーシア	85	14.6	51	8.8	2	0.3	1	0.2	8	1.4	112	19.4
インドネシア	68	11.7	62	10.7	4	0.7	2	0.3	8	1.4	104	17.9
フィリピン	47	8.1	35	6.0	2	0.3	0	0.0	8	1.4	73	12.6
ベトナム	53	9.1	55	9.5	6	1.0	5	0.9	15	2.6	105	18.1
インド	68	11.7	39	6.7	4	0.7	5	0.9	9	1.6	99	17.0
米国	213	36.7	101	17.4	36	6.2	43	7.4	21	3.6	260	44.8
カナダ	39	6.7	14	2.4	0	0.0	3	0.5	1	0.2	46	7.9
メキシコ	37	6.4	24	4.1	0	0.0	1	0.2	1	0.2	51	8.8
ブラジル	44	7.6	24	4.1	4	0.7	5	0.9	3	0.5	52	9.0
西欧	147	25.3	61	10.5	25	4.3	46	7.9	16	2.8	182	31.3
中・東欧	24	5.9	26	4.5	1	0.2	2	0.3	2	0.3	47	8.1
ロシア・CIS	29	5.0	7	1.2	2	0.3	2	0.3	6	1.0	41	7.1
中東	32	5.5	8	1.4	3	0.5	7	1.2	9	1.5	48	8.3
その他	15	2.6	4	0.7	2	0.3	2	0.3	2	0.3	21	3.6
拠点所有社数	413	71.1	368	63.3	86	14.8	105	18.1	117	20.1	581	100.0
拠点総数	1,835	315.8	1,052	181.1	174	29.9	255	43.9	254	43.7	2,505	431.2

[注] 拠点総数は当該国に拠点があると回答した企業数の合計

図表 I - 18 販売拠点の所在(国別、業種別)

(複数回答、%)

	飲食料 品	繊維・ 織物/ アパレ ル	木材・ 木製品 /家具・建 材/紙・パ ルプ	化学	医療 品・化 粧品	石油・ 石炭製 品/プ ラス チック 製品/ ゴム製 品	窯業・ 土石	鉄鋼/ 非鉄金 属/金 属製品	一般機 械	電気機 械	情報通 信機械 器具/ 電子部 品・デ バイス	自動車 /自動 車部品 /その 他輸送 機器	精密機 器	その他 の製造 業	商社・ 卸売	小売	建設	運輸	金融・ 保険	専門 サービ ス	電気・ ガス・ 水道	情報通 信サー ビス	その他 の非製 造業
社数	23	8	6	33	10	21	8	20	29	31	14	28	20	26	84	11	5	7	2	2	-	5	20
中国	76.6	53.3	44.4	73.0	72.7	84.7	80.0	88.4	88.0	75.0	64.3	58.8	90.0	76.2	73.1	88.9	25.0	37.5	5.6	30.0	-	100.0	60.0
香港	83.3	85.7	100.0	100.0	100.0	66.7	100.0	100.0	100.0	81.8	87.5	100.0	66.7	71.4	91.7	60.0	-	57.1	16.7	-	-	100.0	66.7
台湾	100.0	78.0	-	76.8	100.0	80.0	50.0	85.7	86.7	100.0	75.0	84.3	100.0	100.0	78.0	100.0	33.3	66.7	-	-	-	100.0	57.1
韓国	100.0	75.0	-	87.5	100.0	80.0	50.0	80.0	87.5	93.3	100.0	76.9	100.0	100.0	83.3	100.0	-	33.3	-	-	-	100.0	50.0
シンガポール	100.0	100.0	50.0	76.9	80.0	100.0	-	100.0	80.0	100.0	100.0	50.0	65.7	66.7	100.0	100.0	20.0	66.7	25.0	-	-	100.0	75.0
タイ	66.7	66.7	50.0	66.7	80.0	63.6	40.0	62.5	100.0	61.1	75.0	57.6	100.0	60.0	74.3	75.0	50.0	55.6	25.0	100.0	-	50.0	88.9
マレーシア	100.0	100.0	-	100.0	66.7	80.0	-	23.6	100.0	83.8	83.3	88.9	100.0	66.7	100.0	100.0	25.0	66.7	-	-	-	-	85.7
インドネシア	33.3	50.0	-	88.9	100.0	100.0	100.0	42.9	100.0	66.7	-	66.7	100.0	50.0	56.3	-	25.0	50.0	-	-	-	-	100.0
フィリピン	100.0	-	-	83.3	100.0	40.0	-	50.0	71.4	75.0	50.0	69.6	66.7	-	75.0	100.0	50.0	50.0	-	-	-	50.0	75.0
ベトナム	60.0	33.3	-	77.8	100.0	33.3	-	-	85.7	55.6	33.3	40.0	60.0	50.0	61.5	-	-	50.0	-	-	-	-	66.7
インド	100.0	100.0	-	70.0	-	100.0	-	23.0	72.7	84.6	-	50.0	68.8	100.0	83.3	-	80.0	-	-	-	-	-	74.0
米国	92.9	100.0	50.0	81.0	88.9	100.0	100.0	84.6	94.1	95.8	100.0	75.0	93.8	94.1	82.1	60.0	33.3	62.5	16.7	-	-	50.0	50.0
カナダ	100.0	-	-	100.0	50.0	100.0	-	-	100.0	100.0	-	100.0	100.0	100.0	100.0	-	50.0	-	-	-	-	-	66.7
メキシコ	100.0	-	-	83.3	100.0	-	-	33.3	100.0	88.9	-	55.6	100.0	100.0	100.0	-	75.0	-	-	-	-	-	100.0
ブラジル	66.7	50.0	-	80.0	-	50.0	-	50.0	100.0	100.0	-	90.0	100.0	-	83.3	-	66.7	-	-	-	-	-	100.0
西欧	80.0	66.7	100.0	92.9	71.4	80.0	100.0	100.0	88.9	94.1	100.0	76.5	92.3	90.0	77.8	66.7	100.0	66.7	50.0	-	-	50.0	45.5
中・東欧	-	-	-	100.0	100.0	100.0	-	-	100.0	83.3	-	37.5	100.0	100.0	71.4	-	66.7	-	-	-	-	-	66.7
ロシア・CIS	-	-	-	100.0	100.0	100.0	-	-	-	75.0	-	50.0	100.0	-	66.7	100.0	-	66.7	-	-	-	100.0	66.7
中東	-	-	-	86.0	100.0	50.0	100.0	-	85.7	87.5	-	75.0	100.0	-	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-	66.7

[注] 本表の数値は各国に拠点を置く当該業種の企業数全体に対する比率。母数(n)は図表 I - 20 に記載。

図表 I - 19 生産拠点の所在 (国別、業種別)

(複数回答、%)

	飲食品	繊維・ 織物/ アパレル	木材・ 木製品 /家具・ 建材/ 紙・パ ルプ	化学	医療 品・化 粧品	石油・ 石炭製 品/プ ラス チック 製品/ ゴム製 品	窯業・ 土石	鉄鋼/ 非鉄金 属/金 属製品	一般機 械	電気機 械	情報通 信機械 器具/ 電子部 品・デ バイス	自動車 /自動 車部品 /その 他輸送 機器	精密機 器	その他 の製造 業	商社・ 卸売	小売	建設	運輸	金融・ 保険	専門 サービ ス	電気・ ガス・ 水道	情報通 信サー ビス	その他 の非製 造業
社数	23	14	7	40	10	22	12	21	30	33	17	43	17	21	37	1	3	2	-	1	1	3	10
中国	82.4	93.3	88.7	83.8	90.9	82.4	87.5	84.2	84.0	98.8	71.4	91.2	79.0	57.1	35.9	-	25.0	8.3	-	20.0	100.0	75.0	24.0
香港	33.3	14.3	-	8.3	-	16.7	-	-	-	13.6	-	28.6	16.7	28.6	8.3	-	100.0	-	-	-	-	100.0	-
台湾	28.6	29.0	-	61.5	-	60.0	50.0	85.7	33.3	44.4	29.0	71.4	22.2	16.7	10.7	-	32.3	-	-	-	50.0	100.0	-
韓国	33.3	25.0	-	50.0	-	60.0	50.0	40.0	25.0	46.7	75.0	46.2	41.7	14.3	16.7	-	-	-	-	-	-	100.0	-
シンガポール	40.0	100.0	50.0	33.8	18.7	-	-	-	-	12.5	-	20.0	-	16.7	13.2	-	40.0	-	-	-	-	100.0	12.5
タイ	75.0	100.0	100.0	81.0	20.0	63.6	100.0	100.0	31.3	72.2	75.0	87.9	16.7	80.0	34.3	25.0	16.7	11.1	-	100.0	50.0	-	33.3
マレーシア	50.0	-	100.0	66.7	-	100.0	100.0	85.7	14.3	58.3	83.3	58.6	-	33.3	21.4	-	50.0	-	-	-	-	-	14.3
インドネシア	66.7	75.0	100.0	88.9	66.7	100.0	100.0	100.0	50.0	77.8	100.0	80.0	-	100.0	37.5	-	50.0	-	-	-	-	-	-
フィリピン	100.0	-	-	50.0	-	100.0	-	100.0	28.6	80.0	100.0	88.6	33.3	100.0	37.5	-	28.0	-	-	-	100.0	50.0	-
ベトナム	80.0	66.7	100.0	66.7	100.0	100.0	-	100.0	42.9	33.3	100.0	80.0	40.0	66.7	30.8	-	33.3	-	-	-	100.0	-	11.1
インド	100.0	-	-	70.0	-	80.0	-	75.0	84.6	23.1	-	81.3	22.2	100.0	8.3	-	30.0	-	-	-	-	50.0	-
米国	50.0	33.3	50.0	61.9	11.1	60.0	100.0	38.5	52.9	45.8	28.6	78.6	43.8	29.4	15.4	-	33.3	-	-	-	50.0	50.0	-
カナダ	-	-	100.0	50.0	50.0	-	100.0	-	40.0	22.2	-	33.3	33.3	86.7	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-
メキシコ	100.0	-	-	66.7	-	100.0	-	100.0	-	44.4	100.0	66.7	-	100.0	20.0	-	100.0	-	-	-	-	-	-
ブラジル	66.7	-	-	80.0	-	80.0	-	100.0	80.0	50.0	-	80.0	40.0	-	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-
西欧	30.0	100.0	-	57.1	42.9	20.0	-	60.0	38.9	58.8	-	52.9	46.2	10.0	14.8	-	100.0	-	-	-	-	50.0	9.1
中・東欧	-	-	-	60.0	-	100.0	-	100.0	50.0	66.7	-	87.5	50.0	-	28.6	-	100.0	-	-	-	-	-	-
ロシア・CIS	-	-	-	33.3	-	-	-	100.0	-	-	-	50.0	33.3	-	11.1	-	-	-	-	-	-	100.0	-
中東	-	-	-	60.0	-	50.0	100.0	-	-	-	-	50.0	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-

図表 I - 20 海外拠点の所在 (国別、業種別)

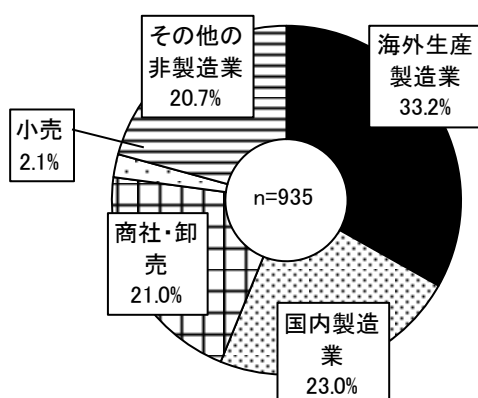
(複数回答、社数)

	飲食品	繊維・ 織物/ アパレル	木材・ 木製品 /家具・ 建材/ 紙・パ ルプ	化学	医療 品・化 粧品	石油・ 石炭製 品/プ ラス チック 製品/ ゴム製 品	窯業・ 土石	鉄鋼/ 非鉄金 属/金 属製品	一般機 械	電気機 械	情報通 信機械 器具/ 電子部 品・デ バイス	自動車 /自動 車部品 /その 他輸送 機器	精密機 器	その他 の製造 業	商社・ 卸売	小売	建設	運輸	金融・ 保険	専門 サービ ス	電気・ ガス・ 水道	情報通 信サー ビス	その他 の非製 造業
全体	33	15	9	46	13	26	13	25	35	35	18	44	21	30	111	12	11	18	20	6	3	7	30
中国	17	15	9	37	11	17	8	19	25	29	14	34	21	21	78	9	8	18	18	5	1	4	29
香港	6	7	2	12	3	6	1	4	5	22	8	7	6	7	36	5	1	7	12	0	0	1	6
台湾	7	4	0	13	4	8	2	7	19	18	8	14	9	6	28	2	3	8	0	0	2	1	7
韓国	3	4	0	16	2	5	2	5	8	15	4	13	12	7	18	3	0	6	1	1	0	1	4
シンガポール	3	1	1	15	6	4	0	9	10	16	4	10	7	6	30	1	2	9	4	1	6	1	8
タイ	12	3	2	21	5	11	5	8	16	18	4	33	6	5	35	4	6	9	4	1	2	2	9
マレーシア	3	1	3	8	3	5	3	7	7	16	6	9	6	3	14	1	4	8	3	0	0	0	7
インドネシア	3	4	1	9	3	3	1	7	8	9	2	15	3	2	16	1	4	4	1	0	1	0	7
フィリピン	1	0	0	6	2	5	0	2	7	8	2	11	1	2	8	1	4	4	0	0	1	2	4
ベトナム	5	3	1	9	1	6	0	5	7	9	3	10	5	6	13	1	3	6	1	0	1	1	9
インド	1	1	0	10	0	2	0	4	11	13	0	16	3	1	12	1	2	3	0	1	1	1	6
米国	14	6	2	21	9	10	1	13	17	24	7	28	16	17	39	5	3	8	6	0	2	2	10
カナダ	1	1	1	2	2	1	1	0	2	9	0	6	3	3	5	0	0	2	0	1	0	0	2
メキシコ	1	1	0	6	1	2	0	3	3	9	1	9	3	1	5	0	1	4	0	0	0	0	1
ブラジル	3	2	0	5	0	2	0	2	5	10	0	5	0	0	6	0	0	3	0	0	0	0	4
西欧	10	3	1	14	7	5	1	5	18	17	5	17	13	10	27	3	1	9	2	0	1	2	11
中・東欧	0	0	0	5	1	2	0	4	2	6	0	9	4	1	7	0	1	3	0	0	0	0	2
ロシア・CIS	0	1	0	3	2	1	0	1	0	8	0	4	3	0	9	1	0	3	1	0	0	1	3
中東	0	0	0	5	1	2	1	0	7	8	0	4	2	0	10	0	1	2	0	0	1	0	3

5. 形態別分類

海外に「生産拠点」を所有している／していないをもとに、製造業のうち海外に「生産拠点」を所有している企業を「海外生産製造業」、海外に生産拠点を所有していない企業を「国内製造業」と分類すると、回答企業 935 社のうち、「海外生産製造業」が 33.2% (310 社)、「国内製造業」が 23.0% (215 社) となっている。

図表 I -21 形態別企業分類



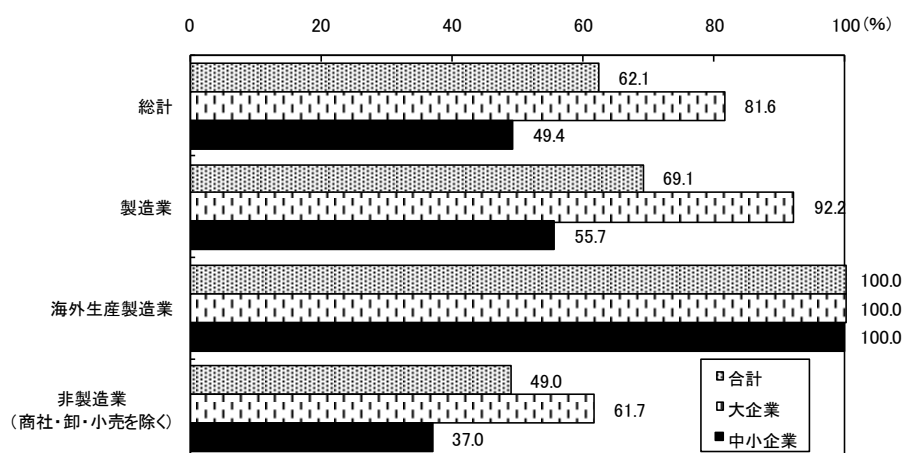
図表 I -22 形態別資本金規模

	社数	(%)						
		3千万円以下	3千万円超～5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超～10億円以下	10億円超	不明・無回答
総計	935	20.7	9.0	15.1	9.0	12.7	33.2	0.3
大企業	370	-	-	1.6	3.8	19.2	75.4	-
中小企業	565	34.3	14.9	23.9	12.4	8.5	5.5	0.5
製造業	525	17.0	10.1	15.8	9.5	13.1	34.5	-
海外生産製造業	310	6.8	5.8	15.2	8.7	14.5	49.0	-
国内製造業	215	31.6	16.3	16.7	10.7	11.2	13.5	-
商社・卸・小売	216	28.7	9.7	16.2	11.1	14.4	19.9	-
非製造業(商社・卸・小売を除く)	194	22.2	5.2	11.9	5.2	9.8	44.3	1.5
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	410	25.6	7.6	14.1	8.3	12.2	31.5	0.7

図表 I -23 形態別従業員規模

	社数	(%)						
		50人以下	51～100人	101～300人	301～1,000人	1,001～3,000人	3,001人以上	不明・無回答
総計	935	24.2	10.8	22.0	21.5	12.4	9.0	0.1
大企業	370	-	-	8.1	40.3	28.9	22.7	-
中小企業	565	40.0	17.9	31.2	9.2	1.6	-	0.2
製造業	525	17.9	8.8	27.2	25.1	12.0	9.0	-
海外生産製造業	310	6.1	3.9	25.5	32.3	17.7	14.5	-
国内製造業	215	34.9	15.8	29.8	14.9	3.7	0.9	-
商社・卸・小売	216	37.0	18.1	17.6	16.2	6.9	4.2	-
非製造業(商社・卸・小売を除く)	194	26.8	8.2	12.9	17.5	19.6	14.4	0.5
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	410	32.2	13.4	15.4	16.8	12.9	9.0	0.2

図表 I -24 海外拠点の所有割合(形態別)



[注] 各形態の母数(n)は、図表 I -24 を参照

図表 I -25 海外拠点の所有件数(形態別)

	総数			大企業			中小企業		
	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし
総計	935	581	354	370	302	68	565	279	286
大企業	370	302	68	370	302	68	-	-	-
中小企業	565	279	286	-	-	-	565	279	286
製造業	525	363	162	193	178	15	332	185	147
海外生産製造業	310	310	-	164	164	-	146	146	-
国内製造業	215	53	162	29	14	15	186	39	147
商社・卸・小売	216	123	93	83	66	17	133	57	76
非製造業(商社・卸・小売を除く)	194	95	99	94	58	36	100	37	63
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	410	218	192	177	124	53	233	94	139

図表 I -26 業種別形態分類

業種	社数	海外生産製造業	
		海外生産製造業 (%)	国内製造業 (%)
製造業計	525	59.0	41.0
飲食料品	53	43.4	56.6
繊維・織物/アパレル	21	66.7	33.3
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	43.8	56.3
化学	53	75.5	24.5
医薬品・化粧品	20	50.0	50.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	35	62.9	37.1
窯業・土石	17	70.6	29.4
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	44.7	55.3
一般機械	67	44.8	55.2
電気機械	46	71.7	28.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	21	81.0	19.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	52	82.7	17.3
精密機器	33	51.5	48.5
その他の製造業	44	47.7	52.3

Ⅱ. 海外・国内事業展開への取り組み

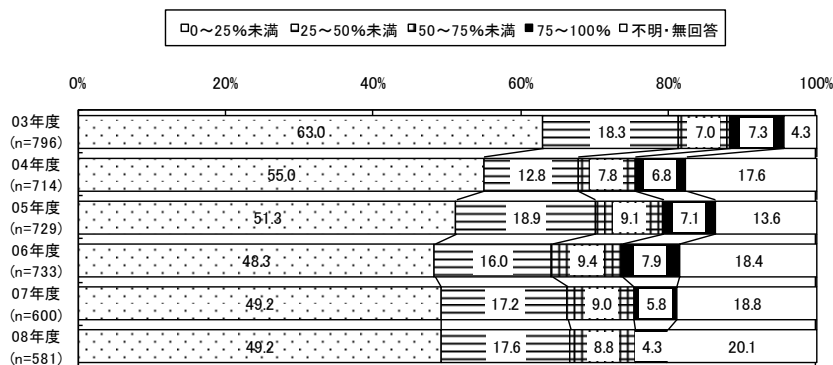
1. 事業展開に占める海外市場の割合とその見通し

(1) 売上高

08年度売上高(連結ベース)に占める海外市場での売上高の割合は、「0～25%未満」と答えた企業が49.2%(286社)と最も多く、次いで「25～50%未満」が17.6%(102社)となっている。目安として、海外売上高比率が3割以上の企業が占める割合は、28.2%(164社)であった。業種別にみると、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」が50.0%(22社)、「情報通信機械器具/電子部品・デバイス」が50.0%(9社)、「精密機械」が47.6%(10社)、「電気機械」が45.7%(16社)、「化学」が43.5%(20社)となった。

図表Ⅱ-1 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合(経年比較)

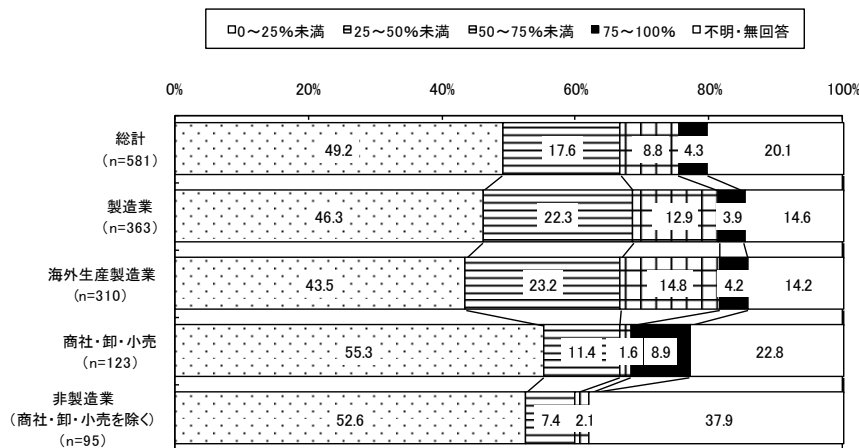
<全体>



[注1] 07年度から、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

[注2] 回答企業の業種分類は、06年度までは「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」、07年度からは「非製造業」を含む。

図表Ⅱ-2 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合(形態別)



[注]各形態の母数(n)は、図表Ⅱ-3を参照

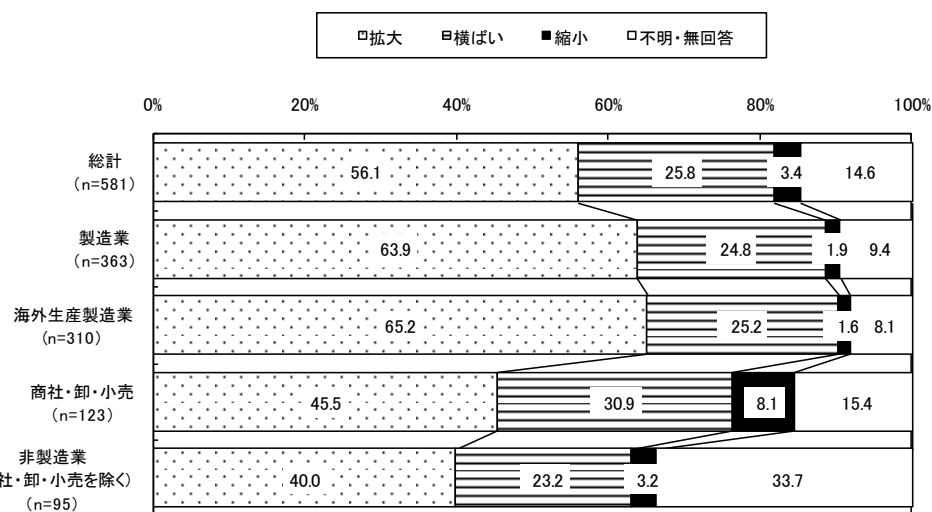
図表 II -3 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合(企業属性別)

	社数	2008年度売上高海外市場シェア					海外シェア 3割以上
		0~25% 未満	25~50% 未満	50~75% 未満	75~100%	不明・無回答	
総計	581	49.2	17.6	8.8	4.3	20.1	28.2
大企業	302	47.7	19.5	10.6	3.0	19.2	28.8
中小企業	279	50.9	15.4	6.8	5.7	21.1	27.6
製造業	363	46.3	22.3	12.9	3.9	14.6	35.5
海外生産製造業	310	43.5	23.2	14.8	4.2	14.2	38.1
商社・卸・小売	123	55.3	11.4	1.6	8.9	22.8	22.0
非製造業(商社・卸・小売を除く)	95	52.6	7.4	2.1	-	37.9	8.4
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	218	54.1	9.6	1.8	5.0	29.4	16.1
飲食料品	33	60.6	15.2	-	3.0	21.2	12.1
繊維・織物/アパレル	15	60.0	6.7	6.7	6.7	20.0	20.0
木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ	9	88.6	11.1	-	-	33.3	11.1
化学	46	41.3	37.0	6.5	2.2	13.0	43.5
医薬品・化粧品	13	53.8	23.1	7.7	-	15.4	23.1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	26	61.5	11.5	11.5	-	15.4	23.1
薬業・土石	13	53.8	23.1	7.7	7.7	7.7	38.5
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	25	48.0	36.0	4.0	4.0	8.0	40.0
一般機械	35	54.3	14.3	17.1	2.9	11.4	31.4
電気機械	35	28.6	20.0	25.7	5.7	20.0	45.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	18	44.4	5.6	27.8	16.7	5.6	50.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	44	27.3	29.5	22.7	4.5	15.9	50.0
精密機器	21	33.3	23.8	23.8	4.8	14.3	47.6
その他の製造業	30	56.7	26.7	6.7	-	10.0	30.0
商社・卸売	111	58.9	12.6	1.8	9.0	20.7	23.4
小売	12	50.0	-	-	8.3	41.7	8.3
建設	11	81.8	9.1	-	-	9.1	-
運輸	18	33.3	5.6	5.6	-	55.6	5.6
金融・保険	20	35.0	5.0	-	-	60.0	5.0
専門サービス	6	66.7	33.3	-	-	-	33.3
電気・ガス・水道	3	66.7	-	-	-	33.3	-
情報通信サービス	7	71.4	-	-	-	28.6	-
その他の非製造業	30	56.7	6.7	3.3	-	33.3	13.3

一方、今後(3年程度)の海外市場の売上高増減の見通しは、「拡大」が56.1%(326社)、「横ばい」が25.8%(150社)で、「縮小」は3.4%(20社)にとどまる。

また今後は拡大すると見通す企業は、「製造業」が63.9%(232社)、「海外生産製造業」が65.2%(202社)と多く、「非製造業(商社・卸・小売を除く)」の40.0%(38社)とは20%ポイント以上の差がある。

図表 II -4 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減見通し(形態別)



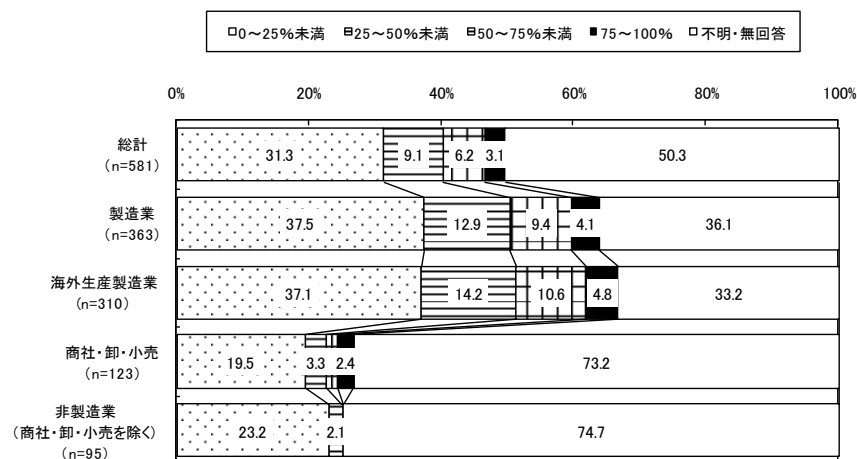
図表 II -5 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減見通し(企業属性別)

	社数	拡大	横ばい	縮小	不明・無回答
					(%)
総計	581	56.1	25.8	3.4	14.6
大企業	302	58.3	23.2	3.6	14.9
中小企業	279	53.8	28.7	3.2	14.3
製造業	363	63.9	24.8	1.9	9.4
海外生産製造業	310	65.2	25.2	1.6	8.1
商社・卸・小売	123	45.5	30.9	8.1	15.4
非製造業(商社・卸・小売を除く)	95	40.0	23.2	3.2	33.7
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	218	43.1	27.5	6.0	23.4
飲食料品	33	66.7	15.2	-	18.2
繊維・織物／アパレル	15	46.7	33.3	-	20.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	9	44.4	44.4	11.1	-
化学	46	80.4	13.0	-	6.5
医薬品・化粧品	13	76.9	15.4	-	7.7
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	26	73.1	19.2	-	7.7
窯業・土石	13	61.5	23.1	7.7	7.7
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	25	72.0	16.0	4.0	8.0
一般機械	35	57.1	28.6	2.9	11.4
電気機械	35	74.3	14.3	-	11.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	18	50.0	38.9	-	11.1
自動車／自動車部品／その他輸送機器	44	56.8	29.5	4.5	9.1
精密機器	21	47.6	47.6	4.8	-
その他の製造業	30	56.7	36.7	-	6.7
商社・卸売	11	45.0	32.4	8.1	14.4
小売	12	50.0	16.7	8.3	25.0
建設	11	36.4	54.5	-	9.1
運輸	18	27.8	27.8	-	44.4
金融・保険	20	10.0	15.0	-	75.0
専門サービス	6	16.7	66.7	-	16.7
電気・ガス・水道	3	100.0	-	-	-
情報通信サービス	7	71.4	-	28.6	-
その他の非製造業	30	60.0	12.3	3.3	23.3

(2) 生産高

生産高（連結ベース）に占める海外市場での割合は、「0～25%未満」との回答が最も多かった。業種別にみると、海外生産比率3割以上の企業の比率が高いのは、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」が50.0%（9社）、次いで「繊維・織物／アパレル」が40.0%（6社）、「窯業・土石」が38.5%（5社）、となっている。

図表 II - 6 生産高(連結ベース)に占める海外市場の割合(形態別)



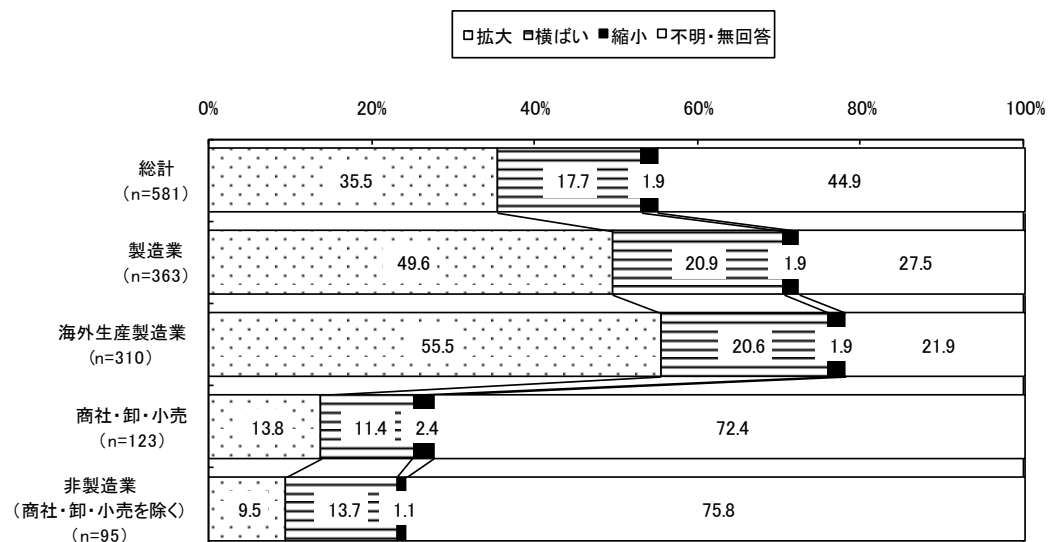
[注]各形態の母数(n)は、図表 II - 7を参照

図表 II - 7 生産高(連結ベース)に占める海外市場の割合(企業属性別)

	社数	2008年度生産高海外市場シェア (%)					海外シェア 3割以上
		0～25% 未満	25～50% 未満	50～75% 未満	75～100%	不明・無回答	
総計	581	31.3	9.1	6.2	3.1	50.3	18.6
大企業	302	29.5	9.6	6.3	3.3	51.3	17.9
中小企業	279	33.3	8.6	6.1	2.9	49.1	19.4
製造業	363	37.5	12.9	9.4	4.1	36.1	26.2
海外生産製造業	310	37.1	14.2	10.6	4.8	33.2	29.0
商社・卸・小売	123	19.5	3.3	1.6	2.4	73.2	8.1
非製造業(商社・卸・小売を除く)	95	23.2	2.1	-	-	74.7	3.2
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	218	21.1	2.8	0.9	1.4	73.9	6.0
飲食料品	33	45.5	12.1	-	-	42.4	12.1
繊維・織物／アパレル	15	33.3	-	6.7	26.7	33.3	40.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	9	33.3	-	11.1	-	55.6	11.1
化学	46	41.3	15.2	8.7	2.2	32.6	28.3
医薬品・化粧品	13	30.8	-	7.7	7.7	53.8	15.4
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	26	46.2	3.8	11.5	-	38.5	19.2
窯業・土石	13	46.2	30.8	-	7.7	15.4	38.5
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	25	28.0	16.0	8.0	4.0	44.0	28.0
一般機械	35	51.4	11.4	8.6	-	28.6	17.1
電気機械	35	22.9	5.7	14.3	11.4	45.7	31.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	18	33.3	16.7	22.2	11.1	16.7	50.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	44	29.5	22.7	13.6	2.3	31.8	34.1
精密機器	21	42.9	14.3	4.8	-	38.1	14.3
その他の製造業	30	36.7	16.7	10.0	-	36.7	26.7
商社・卸売	111	20.7	2.7	1.8	2.7	72.1	8.1
小売	12	8.3	8.3	-	-	83.3	8.3
建設	11	27.3	-	-	-	72.7	-
運輸	18	11.1	-	-	-	88.9	-
金融・保険	20	30.0	-	-	-	70.0	-
専門サービス	6	16.7	-	-	-	83.3	-
電気・ガス・水道	3	66.7	-	-	-	33.3	-
情報通信サービス	7	28.6	-	-	-	71.4	-
その他の非製造業	30	20.0	6.7	-	-	73.3	10.0

今後（3年程度）の海外市場での生産高増減の見通しは、「拡大」が35.5%（206社）に対し、「縮小」は1.9%（11社）と低く、特に「海外生産製造業」においては「拡大」と回答した企業が5割を超え（55.5%）、社数にして172社にもものぼっている。

図表 II - 8 生産高(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減の見通し(形態別)



〔注〕 各形態の母数(n)は、図表 II - 9を参照

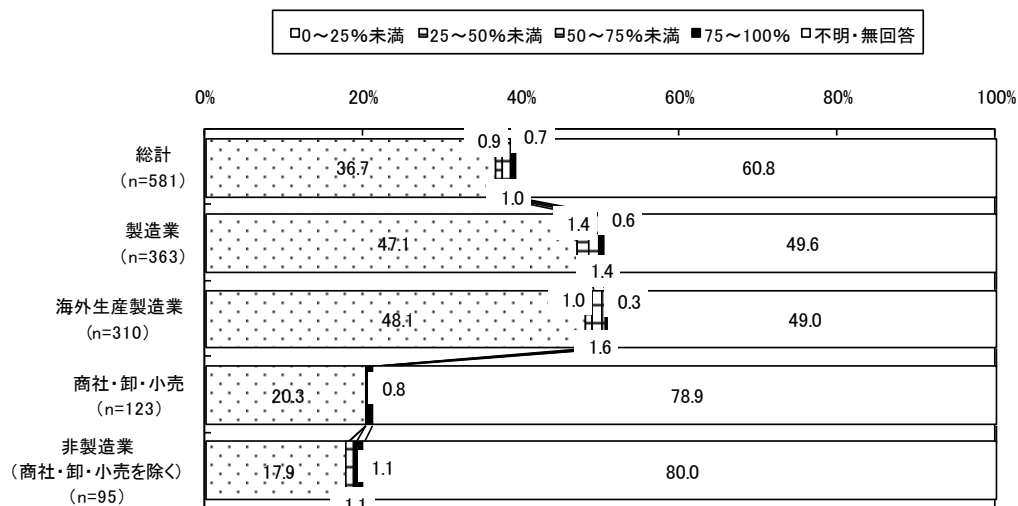
図表 II - 9 生産高(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減見通し(企業属性別)

	社数	拡大 (%)	横ばい (%)	縮小 (%)	不明・無回答 (%)
総計	581	35.5	17.7	1.9	44.9
大企業	302	37.7	15.6	1.3	45.4
中小企業	279	33.0	20.1	2.5	44.4
製造業	363	49.6	20.9	1.9	27.5
海外生産製造業	310	55.5	20.6	1.9	21.9
商社・卸・小売	123	13.8	11.4	2.4	72.4
非製造業(商社・卸・小売を除く)	95	9.5	13.7	1.1	75.8
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	218	11.9	12.4	1.8	73.9
飲食品	39	48.5	9.1	-	42.4
繊維・織物/アパレル	15	60.0	40.0	-	-
木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ	9	44.4	11.1	11.1	33.3
化学	46	63.0	13.0	-	23.9
医薬品・化粧品	13	53.8	15.4	-	30.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	26	46.2	26.9	-	26.9
窯業・土石	19	46.2	30.8	7.7	15.4
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	25	40.0	20.0	4.0	36.0
一般機械	35	48.6	20.0	5.7	25.7
電気機械	35	54.3	11.4	-	34.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	18	44.4	33.3	-	22.2
自動車/自動車部品/その他輸送機器	44	50.0	20.5	4.5	25.0
精密機器	21	47.6	23.8	-	28.6
その他の製造業	30	36.7	36.7	-	26.7
商社・卸売	111	14.4	11.7	2.7	71.2
小売	12	8.3	8.3	-	83.3
建設	11	9.1	9.1	-	81.8
運輸	18	-	22.2	-	77.8
金融・保険	20	-	10.0	-	90.0
専門サービス	6	-	16.7	-	83.3
電気/ガス/水道	9	93.3	33.3	-	33.3
情報通信サービス	7	28.6	14.3	-	57.1
その他の非製造業	30	16.7	10.0	3.3	70.0

(3) 研究開発費

研究開発費（連結ベース）について、海外の比率が3割を超える企業の比率は、2.8%（16社）と調査項目の中で最も低い結果となった。業種別には、最も高い「鉄鋼／非鉄金属／金属製品」でも8.0%（2社）にとどまった。

図表 II - 10 研究開発費(連結ベース)に占める海外市場の割合(形態別)



〔注〕 各形態の母数(n)は、図表 II - 11 を参照

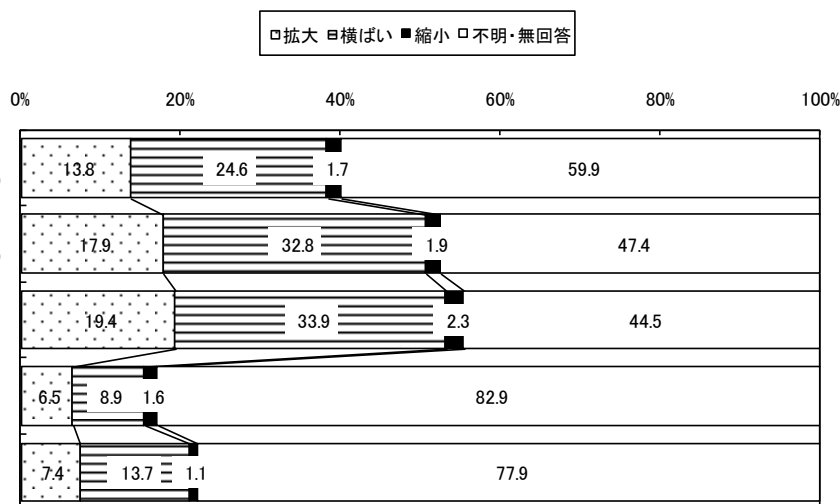
図表 II - 11 研究開発費(連結ベース)に占める海外市場の割合(企業属性別)

	社数	2008年度研究開発費海外市場シェア					海外シェア 3割以上
		0~25% 未満	25~50% 未満	50~75% 未満	75~100%	不明・無回答	
総計	581	36.7	0.9	1.0	0.7	60.8	2.8
大企業	302	35.1	0.7	1.3	0.3	62.6	2.3
中小企業	279	38.4	1.1	0.7	1.1	58.8	3.2
製造業	363	47.1	1.4	1.4	0.6	49.6	3.6
海外生産製造業	310	48.1	1.0	1.6	0.3	49.0	3.2
商社・卸・小売	123	20.3	-	-	0.8	78.9	0.8
非製造業(商社・卸・小売を除く)	95	17.9	-	1.1	1.1	80.0	2.1
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	218	19.3	-	0.5	0.9	79.4	1.4
飲食料品	33	39.4	-	-	3.0	57.6	3.0
繊維・織物／アパレル	15	60.0	-	-	-	40.0	-
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	9	33.3	-	-	-	66.7	-
化学	46	47.8	4.3	2.2	-	45.7	6.5
医薬品・化粧品	13	38.5	-	-	-	61.5	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	26	57.7	-	-	-	42.3	3.8
窯業・土石	13	53.8	-	-	7.7	38.5	7.7
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	25	40.0	4.0	-	-	56.0	8.0
一般機械	35	51.4	-	2.9	-	45.7	2.9
電気機械	35	40.0	-	-	-	60.0	-
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	18	66.7	-	5.6	-	27.8	5.6
自動車／自動車部品／その他輸送機器	44	45.5	2.3	4.5	-	47.7	4.5
精密機器	21	38.1	4.8	-	-	57.1	4.8
その他の製造業	30	50.0	-	-	-	50.0	-
商社・卸売	111	21.6	-	-	0.9	77.5	0.9
小売	12	8.3	-	-	-	91.7	-
建設	11	18.2	-	-	-	81.8	-
運輸	18	5.6	-	-	-	94.4	-
金融・保険	20	30.0	-	-	-	70.0	-
専門サービス	6	16.7	-	-	-	83.3	-
電気・ガス・水道	3	66.7	-	-	-	33.3	-
情報通信サービス	7	14.3	-	-	-	85.7	-
その他の非製造業	30	13.3	-	3.3	3.3	80.0	6.7

今後（3年程度）の海外市場における研究開発費増減の見通しは、「横ばい」が24.6%（143社）で最も高く、「拡大」が13.8%（80社）、「縮小」が1.7%（10社）となっている。

業種別にみると、大半の業種では「横ばい」が最も多い回答であるが、「医薬品・化粧品」では「拡大」が「横ばい」を上回っており、「拡大」と回答した企業が30.8%（4社）にのぼった。

図表Ⅱ-12 研究開発費（連結ベース）に占める海外市場の割合の増減見通し（形態別）



〔注〕 各形態の母数(n)は、図表Ⅱ-13を参照

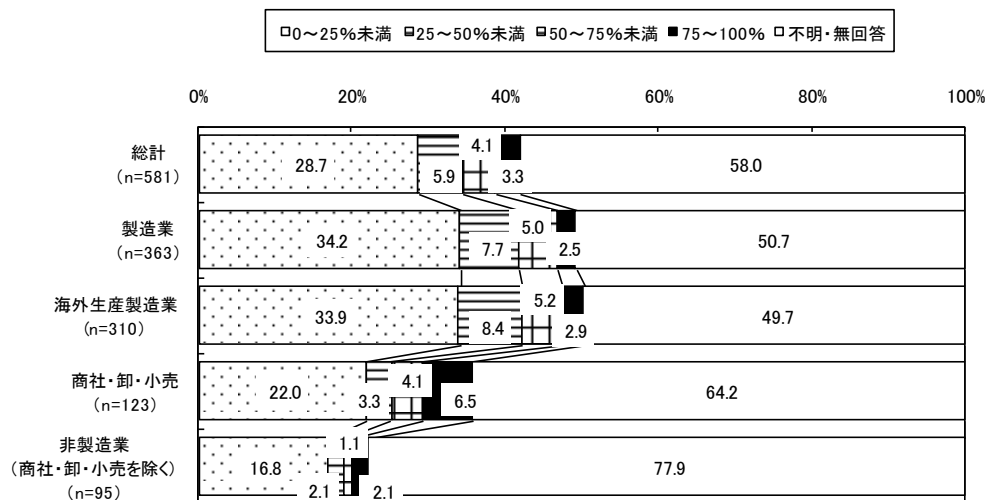
図表Ⅱ-13 研究開発費（連結ベース）に占める海外市場の割合の見通し（企業属性別）

	社数	拡大	横ばい	縮小	不明・無回答
総計	581	13.8	24.6	1.7	59.9
大企業	302	14.2	23.8	1.0	60.9
中小企業	279	13.3	25.4	2.5	58.8
製造業	363	17.9	32.8	1.9	47.4
海外生産製造業	310	19.4	33.9	2.3	44.5
商社・卸・小売	123	6.5	8.9	1.6	82.9
非製造業(商社・卸・小売を除く)	95	7.4	13.7	1.1	77.9
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	218	6.9	11.0	1.4	80.7
飲料品	33	16.2	24.2	-	57.8
繊維・織物/アパレル	15	13.3	40.0	6.7	40.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	9	-	44.4	-	55.6
化学	46	21.7	39.1	-	39.1
医薬品・化粧品	13	30.8	15.4	-	53.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	26	19.2	46.2	-	34.6
窯業・土石	13	23.1	30.8	7.7	38.5
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	25	12.0	32.0	-	56.0
一般機械	35	22.9	22.9	5.7	48.6
電気機械	35	22.9	25.7	2.9	48.6
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	18	22.2	38.9	-	38.9
自動車/自動車部品/その他輸送機器	44	13.6	31.8	4.5	50.0
精密機器	21	9.5	33.3	-	57.1
その他の製造業	30	13.3	40.0	-	46.7
商社・卸売	111	7.2	9.0	1.8	82.0
小売	12	-	8.3	-	91.7
建設	11	9.1	18.2	-	72.7
運輸	18	-	22.2	-	77.8
金融・保険	20	-	10.0	-	90.0
専門サービス	6	-	16.7	-	83.3
電気・ガス・水道	3	-	33.3	-	66.7
情報通信サービス	7	14.3	-	-	85.7
その他の非製造業	30	16.7	10.0	3.3	70.0

(4) 調達

調達（連結ベース）に占める海外市場での調達の割合が3割を超える企業の比率は13.3%（77社）となっている。業種別には、「電気機械」が25.7%（9社）と最も高く、次いで「鉄鋼／非鉄金属／金属製品」が24.0%（6社）という結果であった。

図表 II - 14 調達（連結ベース）に占める海外市場の割合（形態別）



〔注〕 各形態の母数(n)は、図表 II - 15 を参照

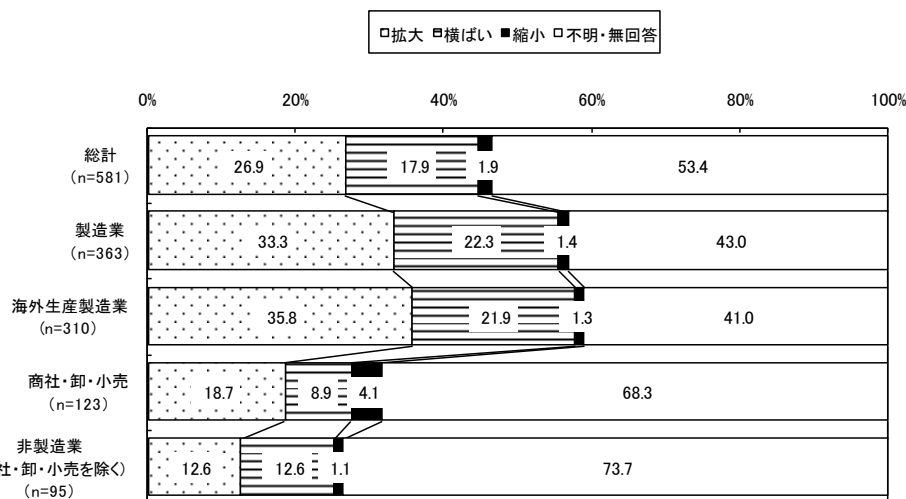
図表 II - 15 調達（連結ベース）に占める海外市場の割合（企業属性別）

	社数	2008年度調達海外市場シェア (%)					海外シェア 3割以上
		0~25%未満	25~50%未満	50~75%未満	75~100%	不明・無回答	
総計	581	28.7	5.9	4.1	3.3	58.0	13.3
大企業	302	27.8	4.6	3.0	3.3	61.3	10.3
中小企業	279	29.7	7.2	5.4	3.2	54.5	16.5
製造業	363	34.2	7.7	5.0	2.5	50.7	14.3
海外生産製造業	310	33.9	8.4	5.2	2.9	49.7	15.5
商社・卸・小売	123	22.0	3.3	4.1	6.5	64.2	15.4
非製造業(商社・卸・小売を除く)	95	16.8	2.1	1.1	2.1	77.9	6.3
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	218	19.7	2.8	2.8	4.6	70.2	11.5
飲食料品	39	27.3	6.1	-	-	66.7	6.1
繊維・織物／アパレル	15	40.0	6.7	6.7	-	46.7	13.3
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	9	22.2	-	-	-	77.8	-
化学	46	37.0	4.3	6.5	-	52.2	13.0
医薬品・化粧品	13	23.1	7.7	7.7	-	61.5	15.4
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	26	30.8	3.8	15.4	-	50.0	15.4
窯業・土石	13	46.2	7.7	-	7.7	38.5	15.4
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	25	28.0	16.0	8.0	-	48.0	24.0
一般機械	35	34.3	5.7	-	2.9	57.1	2.9
電気機械	35	14.3	11.4	5.7	11.4	57.1	25.7
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	18	35.6	5.6	5.6	11.1	22.2	22.2
自動車／自動車部品／その他輸送機器	44	34.1	9.1	6.8	-	50.0	15.9
精密機器	21	33.3	9.5	-	-	57.1	9.5
その他の製造業	30	33.3	10.0	3.3	3.3	50.0	16.7
商社・卸売	111	22.5	3.6	4.5	5.4	64.0	15.3
小売	12	16.7	-	-	16.7	66.7	16.7
建設	11	18.2	-	-	-	81.8	-
運輸	18	-	-	-	5.6	94.4	5.6
金融・保険	20	25.0	-	-	-	75.0	-
専門サービス	6	16.7	-	-	-	83.3	-
電気・ガス・水道	3	66.7	-	-	-	33.3	-
情報通信サービス	7	14.3	-	-	14.3	71.4	14.3
その他の非製造業	30	16.7	6.7	3.3	-	73.3	13.3

今後（3年程度）の海外市場での調達増減の見通しは、「拡大」が26.9%（156社）と最も多く、「横ばい」が17.9%（104社）、「縮小」が1.9%（11社）となっている。

業種別にみると、「電気機械」、「一般機械」、「化学」、「繊維・織物／アパレル」で「拡大」と回答した企業が4割以上の割合であった。

図表Ⅱ-16 調達（連結ベース）に占める海外市場の割合の見通し（形態別）



〔注〕 各形態の母数(n)は、図表Ⅱ-17を参照

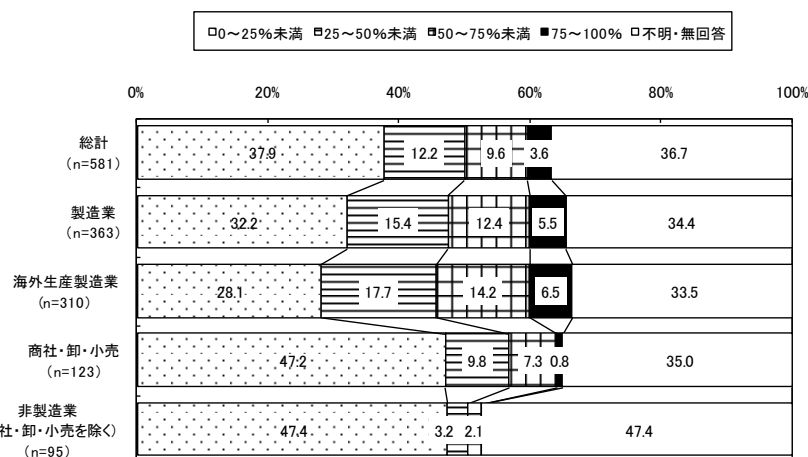
図表Ⅱ-17 調達（連結ベース）に占める海外市場の割合の増減見通し（企業属性別）

	社数	拡大 (%)	横ばい (%)	縮小 (%)	不明・無回答 (%)
総計	581	26.9	17.9	1.9	53.4
大企業	302	27.8	16.9	0.3	55.0
中小企業	279	25.8	19.0	3.6	51.6
製造業	363	33.3	22.3	1.4	43.0
海外生産製造業	310	35.8	21.9	1.3	41.0
商社・卸・小売	123	18.7	8.9	4.1	68.3
非製造業(商社・卸・小売を除く)	95	12.6	12.6	1.1	73.7
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	218	16.1	10.6	2.8	70.6
飲食料品	33	24.2	10.2	-	57.6
繊維・織物／アパレル	15	40.0	26.7	-	33.3
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	9	11.1	22.2	11.1	55.6
化学	46	41.3	19.6	-	39.1
医薬品・化粧品	13	23.1	30.8	-	46.2
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	26	26.9	26.9	-	46.2
窯業・土石	13	23.1	23.1	7.7	46.2
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	25	24.0	24.0	-	52.0
一般機械	35	42.9	20.0	2.9	34.3
電気機械	35	45.7	14.3	-	40.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	18	27.8	38.9	-	33.3
自動車／自動車部品／その他輸送機器	44	34.1	20.5	2.3	43.2
精密機器	21	33.3	23.8	-	42.9
その他の製造業	30	33.3	23.3	3.3	40.0
商社・卸売	111	17.1	9.9	4.5	68.5
小売	12	33.3	-	-	66.7
建設	11	9.1	18.2	-	72.7
運輸	18	5.6	16.7	-	77.8
金融・保険	20	5.0	5.0	-	90.0
専門サービス	6	-	16.7	-	83.3
電気・ガス・水道	3	-	33.3	-	66.7
情報通信サービス	7	14.3	14.3	-	71.4
その他の非製造業	30	26.7	10.0	3.3	59.0

(5) 従業員数

従業員数（連結ベース）に占める海外市場での従業員数の割合が3割を超える企業の比率は、24.4%（142社）となっている。また、業種別には、「自動車／自動車部品／その他輸送機器」が50.0%（22社）、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」が50.0%（9社）とともに5割に至った。次いで「鉄鋼／非鉄金属／金属製品」が48.0%（12社）、「窯業・土石」が46.2%（6社）という結果になった。

図表 II - 18 従業員数(連結ベース)に占める海外市場の割合(形態別)



[注] 各形態の母数(n)は、図表 II - 19 を参照

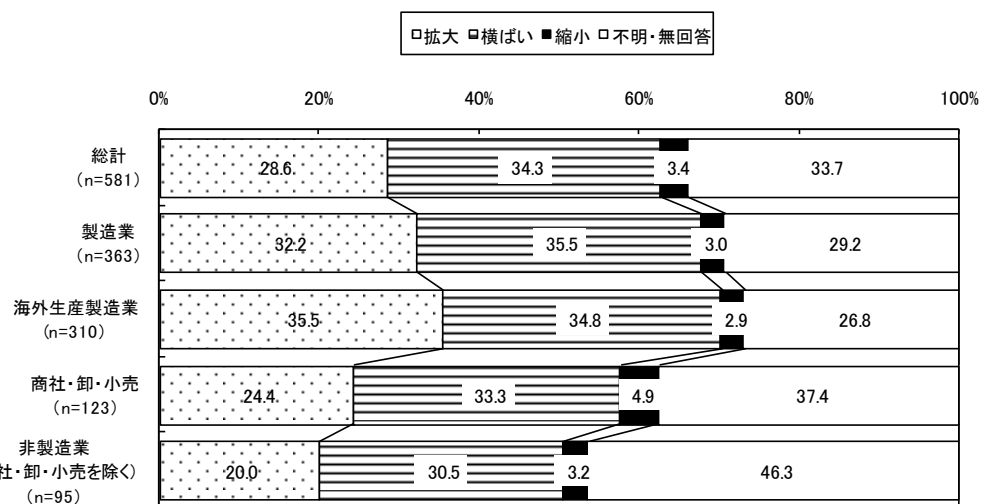
図表 II - 19 従業員数(連結ベース)に占める海外市場の割合(企業属性別)

	社数	2008年度従業員数海外市場シェア (%)					海外シェア 3割以上
		0~25%未満	25~50%未満	50~75%未満	75~100%	不明・無回答	
総計	581	37.9	12.2	9.6	3.6	36.7	24.4
大企業	302	36.4	13.2	8.9	2.6	38.7	23.8
中小企業	279	39.4	11.1	10.4	4.7	34.4	25.1
製造業	363	32.2	15.4	12.4	5.5	34.4	31.7
海外生産製造業	310	28.1	17.7	14.2	6.5	33.5	36.8
商社・卸・小売	123	47.2	9.8	7.3	0.8	35.0	17.1
非製造業(商社・卸・小売を除く)	95	47.4	3.2	2.1	-	47.4	6.3
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	218	47.2	6.9	5.0	0.5	40.4	12.4
飲料料品	33	42.4	6.1	3.0	-	48.5	9.1
繊維・織物／アパレル	15	40.0	6.7	20.0	13.3	20.0	40.0
木材・木製品・家具・建材・紙・パルプ	9	11.1	22.2	11.1	-	55.6	22.2
化学	46	34.8	13.0	15.2	2.2	34.8	30.4
医薬品・化粧品	13	38.5	-	7.7	7.7	46.2	15.4
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	26	42.3	15.4	7.7	7.7	26.9	23.1
窯業・土石	13	23.1	30.8	7.7	7.7	30.8	46.2
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	25	24.0	20.0	20.0	8.0	28.0	48.0
一般機械	35	46.6	8.6	14.3	2.9	25.7	25.7
電気機械	35	14.3	22.9	11.4	8.6	42.9	42.9
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	18	27.8	16.7	16.7	16.7	22.2	50.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	44	25.0	20.5	22.7	6.8	25.0	50.0
精密機器	21	38.1	23.8	4.8	-	33.3	14.3
その他の製造業	30	30.0	13.3	3.3	3.3	50.0	20.0
商社・卸売	111	45.9	10.8	8.1	0.9	34.2	16.9
小売	12	58.3	-	-	-	41.7	-
建設	11	81.8	-	-	-	18.2	-
運輸	18	33.3	5.6	5.6	-	55.6	11.1
金融・保険	20	50.0	-	-	-	50.0	-
専門サービス	6	33.3	16.7	-	-	50.0	16.7
電気・ガス・水道	3	66.7	-	-	-	33.3	-
情報通信サービス	7	42.9	-	14.3	-	42.9	14.3
その他の非製造業	30	43.3	3.3	-	-	53.3	6.7

今後（3年程度）の海外市場での従業員数増減の見通しは、「拡大」が28.6%（166社）、「横ばい」が34.3%（199社）で、「横ばい」と回答した企業が5%ポイント以上多い。

業種別にみると、「繊維・織物／アパレル」、「飲食料品」、「電気機械」、「石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品」において、4割以上の企業が「拡大」すると回答しており拡大志向が強い。

図表 II - 20 従業員数(連結ベース)に占める海外市場の割合の見通し(形態別)



〔注〕 各形態の母数(n)は、図表 II - 21 を参照

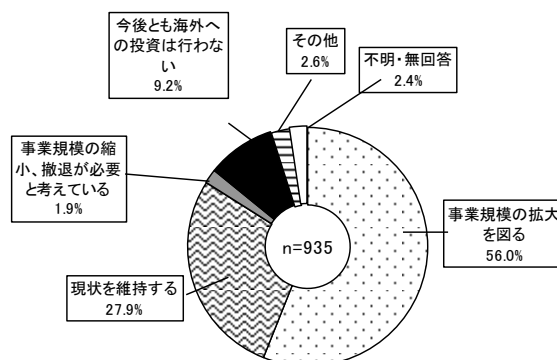
図表 II - 21 従業員数(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減見通し(企業属性別)

	社数	拡大	横ばい	縮小	無回答
総計	581	28.6	34.3	3.4	33.7
大企業	302	28.8	34.1	2.3	34.8
中小企業	279	28.3	34.4	4.7	32.6
製造業	363	32.2	35.5	3.0	29.2
海外生産製造業	310	35.5	34.8	2.9	26.8
商社・卸・小売	123	24.4	33.3	4.9	37.4
非製造業(商社・卸・小売を除く)	95	20.0	30.5	3.2	46.3
(参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む)	218	22.5	32.1	4.1	41.3
飲食料品	33	45.5	15.2	3.0	36.4
繊維・織物／アパレル	15	46.7	40.0	6.7	6.7
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	9	22.2	33.3	11.1	33.3
化学	46	28.3	41.3	-	30.4
医薬品・化粧品	13	38.5	30.8	-	30.8
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	26	42.3	34.6	-	23.1
窯業・土石	13	30.8	30.8	7.7	30.8
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	25	32.0	40.0	4.0	24.0
一般機械	35	28.6	34.3	5.7	31.4
電気機械	35	42.9	20.0	-	37.1
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	18	22.2	50.0	5.6	22.2
自動車／自動車部品／その他輸送機器	44	29.5	43.2	4.5	22.7
精密機器	21	28.6	42.9	4.8	23.8
その他の製造業	30	13.3	43.3	-	43.3
商社・卸売	111	24.4	33.3	5.4	36.9
小売	12	25.0	33.3	-	41.7
建設	11	27.3	45.5	-	27.3
運輸	18	16.7	38.9	-	44.4
金融・保険	20	5.0	30.0	-	65.0
専門サービス	6	-	50.0	-	50.0
電気・ガス・水道	3	33.3	33.3	-	33.3
情報通信サービス	7	28.6	14.3	28.6	28.6
その他の非製造業	30	30.0	20.0	3.3	46.7

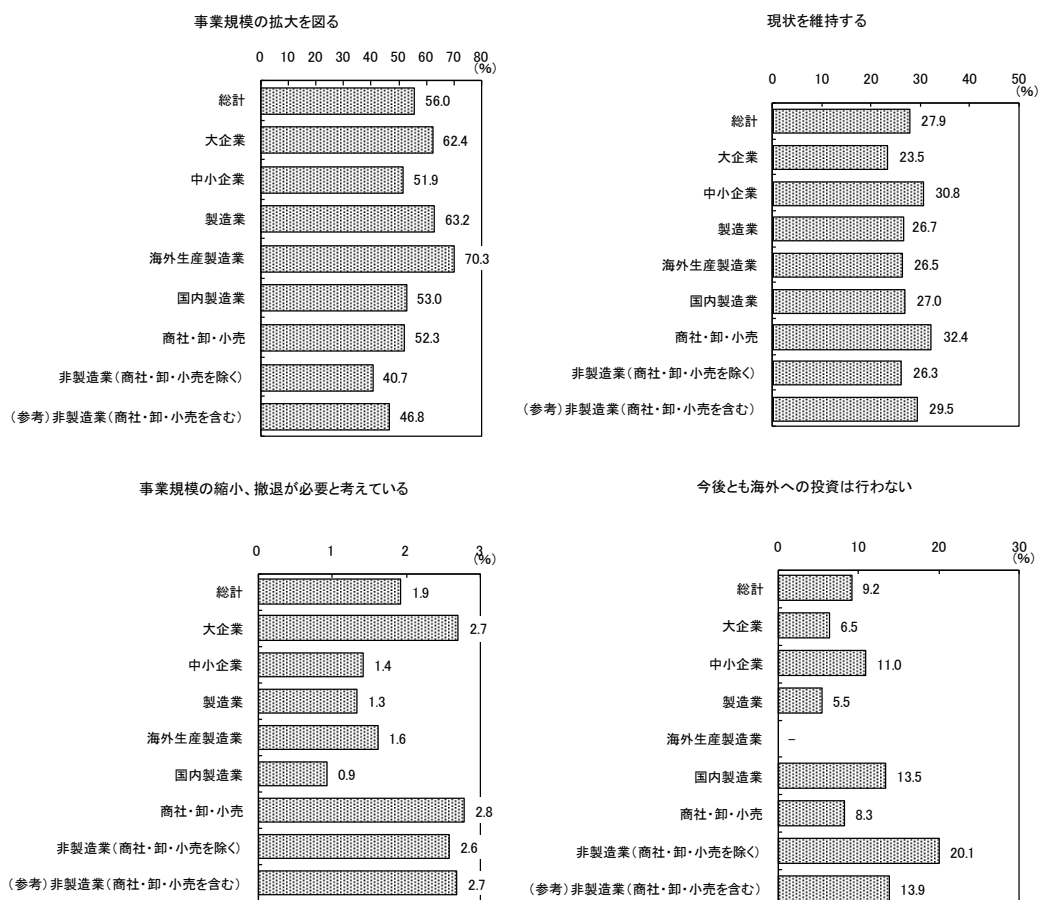
2. 海外での今後の事業展開

海外における今後（3年程度）の事業展開（新規投資、既存拠点の拡充）について、回答企業 935 社のうち、56.0%（524 社）の企業が「事業規模の拡大を図る」と回答している。

図表 II -22 海外での今後(3年程度)の事業展開(全体)



図表 II -23 海外での今後(3年程度)の事業展開(形態別)



〔注〕 各形態の母数(n)は、図表 II -24 を参照

規模別にみると、「事業規模の拡大を図る」と回答した企業は、「大企業」が 62.4% (231 社) と、「中小企業」の 51.9% (293 社) より 10%ポイント以上高く、「現状を維持する」と回答した企業は、「中小企業」が 30.8% (174 社) と、「大企業」の 23.5% (87 社) より 7%ポイント以上高い。このことから、「大企業」の方が「中小企業」に比べ海外事業展開に積極的であることがうかがえる。

形態別にみると、「事業規模の拡大を図る」と回答した企業は、「海外生産製造業」が 70.3% (218 社)、「国内製造業」が 53.0% (114 社)、「非製造業(商社・卸売・小売を含む)」が 46.8% (192 社) となっている。

業種別にみると、「医療品・化粧品」、「飲食料品」において、「事業規模の拡大を図る」と回答した企業が 8 割を超えており、海外での事業拡大意欲が強いことがうかがえる。

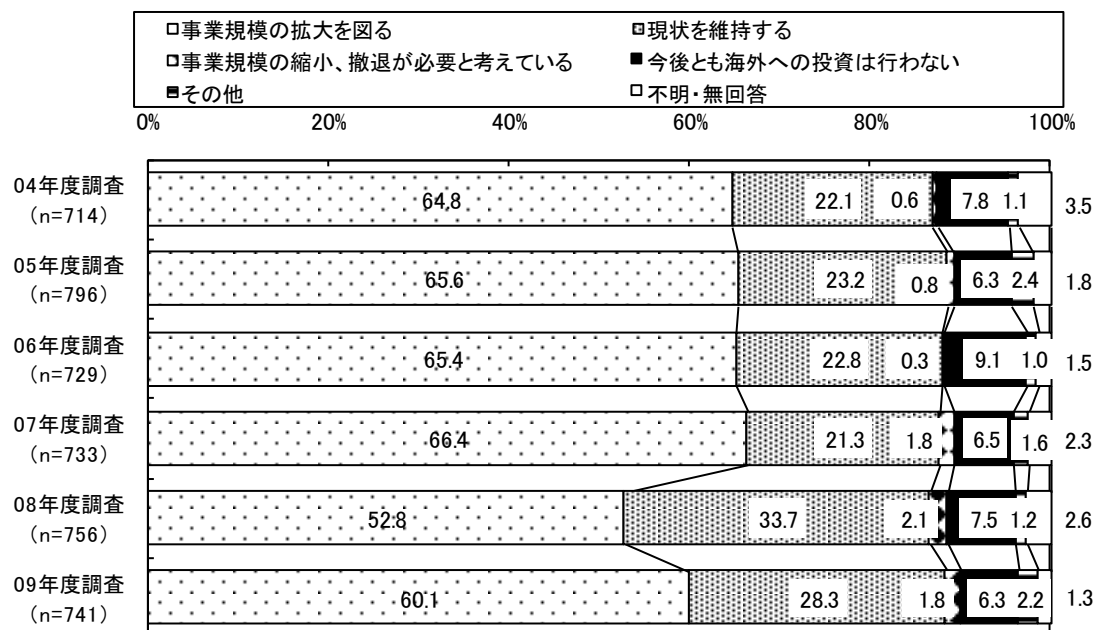
図表 II - 24 海外での今後(3年程度)の事業展開(企業属性別)

	社数	事業規模 の拡大を 図る	現状を維持 する	事業規模 の縮小、 撤退が必要と考 えている	今後とも 海外への 投資は行 わない	その他	不明・無回答
総計	935	56.0	27.9	1.9	9.2	2.6	2.4
大企業	370	62.4	23.5	2.7	6.5	3.0	1.9
中小企業	565	51.9	30.8	1.4	11.0	2.3	2.7
製造業	525	63.2	26.7	1.3	5.5	2.1	1.1
海外生産製造業	310	70.3	26.5	1.6	-	0.6	1.0
国内製造業	215	53.0	27.0	0.9	13.5	4.2	1.4
商社・卸・小売	216	52.3	32.4	2.8	8.3	2.3	1.9
非製造業(商社・卸・小売を除く)	194	40.7	26.3	2.6	20.1	4.1	6.2
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	410	46.8	29.5	2.7	13.9	3.2	3.9
飲食料品	53	81.1	13.2	-	3.8	-	1.9
繊維・織物／アパレル	21	61.9	28.6	9.5	-	-	-
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	16	62.5	31.3	-	-	6.3	-
化学	53	69.8	26.4	-	1.9	1.9	-
医療品・化粧品	20	85.0	10.0	-	5.0	-	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	35	54.3	34.3	2.9	5.7	-	2.9
窯業・土石	17	64.7	29.4	-	-	5.9	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	47	55.3	25.5	2.1	12.8	2.1	2.1
一般機械	67	43.3	40.3	1.5	11.9	3.0	-
電気機械	46	63.0	26.1	-	6.5	2.2	2.2
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	21	76.2	19.0	-	-	4.8	-
自動車／自動車部品／その他輸送機器	52	61.5	30.8	1.9	1.9	3.8	-
精密機器	33	60.7	18.2	-	9.1	-	3.0
その他の製造業	44	61.4	27.3	2.3	4.5	2.3	2.3
商社・卸売	196	52.6	34.2	2.6	3.2	1.8	1.0
小売	20	50.0	15.0	5.0	10.0	10.0	10.0
建設	16	43.8	43.8	-	6.3	-	6.3
運輸	27	44.4	37.0	-	14.8	3.7	-
金融・保険	48	6.3	31.3	4.2	39.6	8.3	10.4
専門サービス	25	52.0	24.0	-	20.0	-	4.0
電気・ガス・水道	7	71.4	-	-	14.3	14.3	-
情報通信サービス	11	45.5	9.1	18.2	18.2	-	9.1
その他の非製造業	60	56.7	20.0	1.7	11.7	3.3	6.7

04年度調査からの推移をみると、08年度調査時に「事業規模の拡大を図る」と回答した企業が大幅に減少したが、今年度調査では60.1%（445社）の企業が「事業規模の拡大を図る」と回答しており、07年度以前に近い水準まで回復している。

「事業規模の拡大を図る」と回答した企業は、07年度調査水準から6%ポイント以上低い
が、全体的に見れば「現状維持」という我慢の前年度から、今年度は「拡大」に目を向けた
転換の年度であったといえる。

図表Ⅱ-25 海外での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)

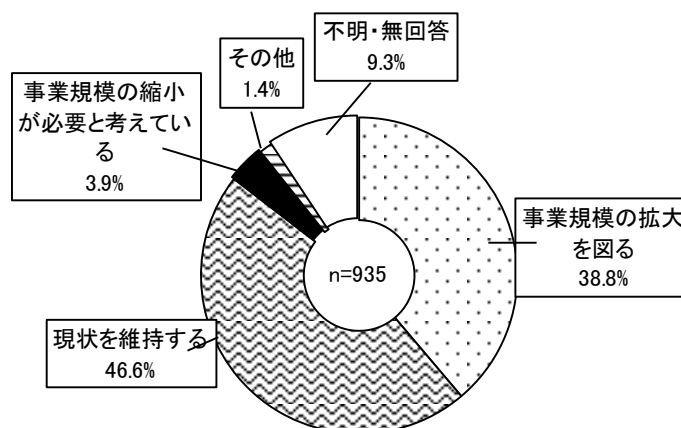


〔注〕時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。また、単年度の分析は全回答企業 935社からの回答で集計しているため、前2ページのグラフの「総計」の値と本ページの「09年度」のグラフの値が異なっている。

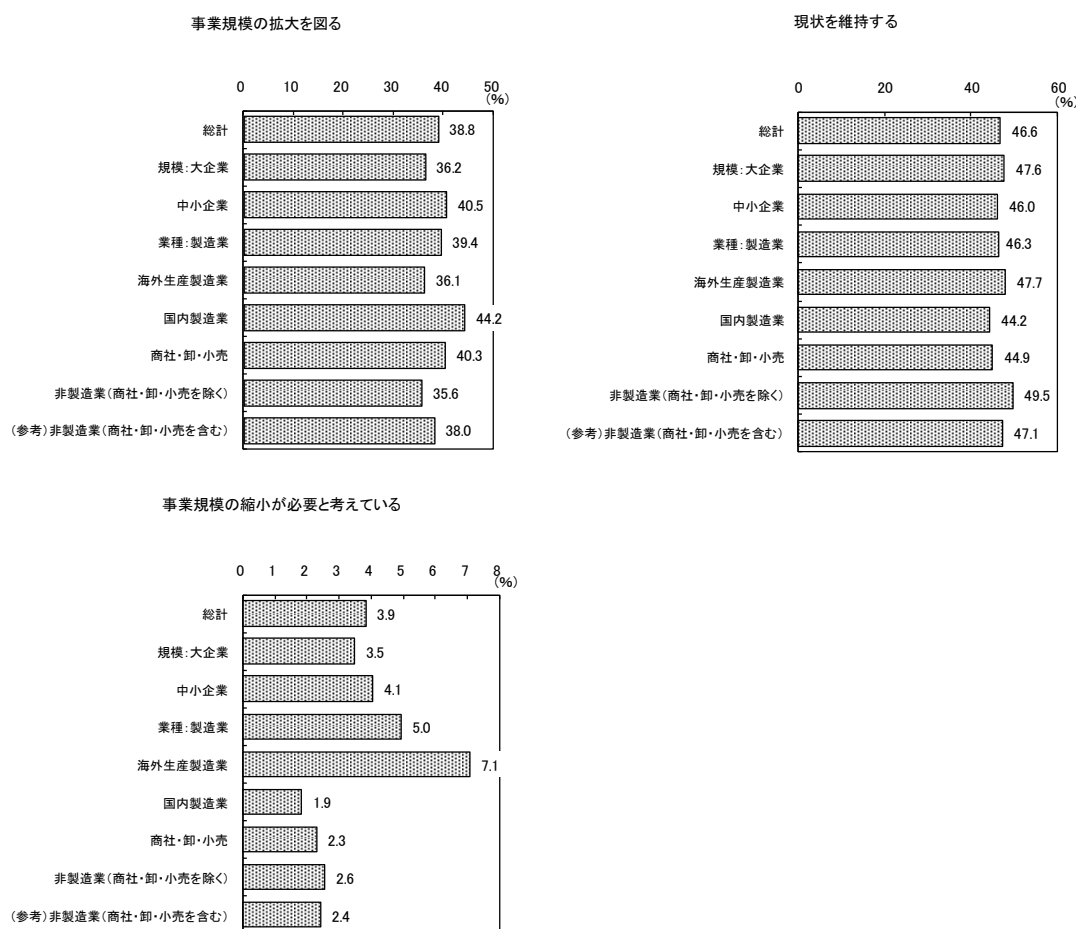
3. 日本国内での今後の事業展開

日本国内における今後（3年程度）の事業展開（新規投資や既存拠点の拡充）について、回答企業 935 社のうち、「現状を維持する」企業が 46.6%（436 社）と最も多い回答であった。次いで「事業規模の拡大を図る」企業が 38.8%（363 社）となっている。

図表 II -26 国内での今後(3年程度)の事業展開(全体)



図表 II -27 国内での今後(3年程度)の事業展開(形態別)



〔注〕 各形態の母数(n)は、図表 II -28 を参照

業種別にみると、「飲食料品」で71.7%（38社）もの企業が「事業規模の拡大を図る」と回答しており、次いで「医薬品・化粧品」で6割（60.0%、12社）、「専門サービス」で約5割（48.0%、12社）の企業が、今後国内の事業展開を拡大する見込みである。

これに対し、「金融・保険」、「一般機械」では、「現状を維持する」と回答した企業が「事業規模の拡大を図る」と回答した企業を40%ポイント以上上回っており、「金融・保険」が41.6%ポイント差（「事業規模の拡大を図る」18.8%：「現状を維持する」60.4%）、「一般機械」が40.3%ポイント差（「事業規模の拡大を図る」22.4%：「現状を維持する」62.7%）であった。

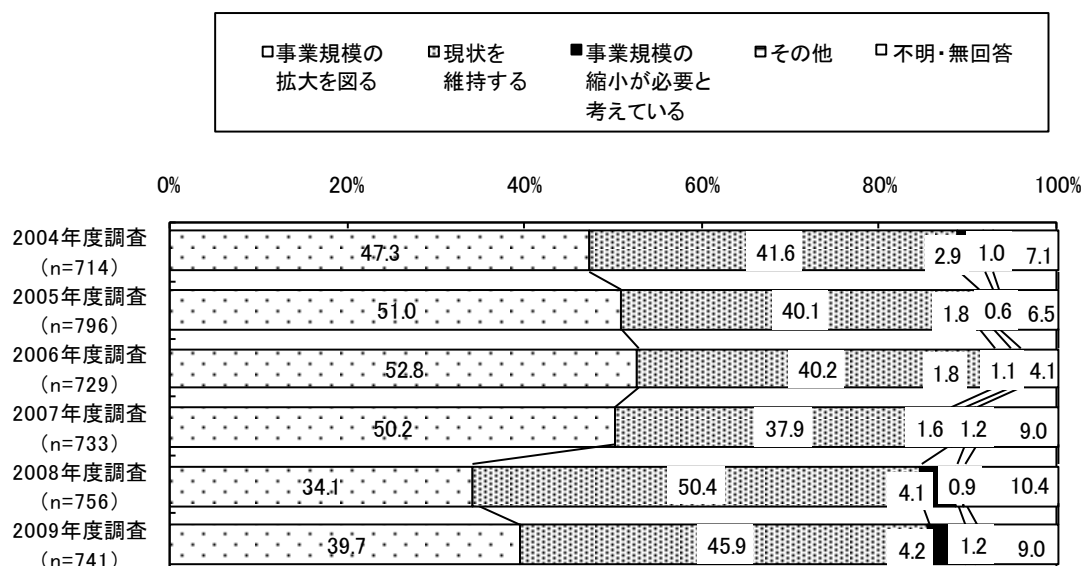
図表Ⅱ-28 国内での今後（3年程度）の事業展開（企業属性別）

(%)

	社数	事業規模 の拡大を 図る	現状を 維持する	事業規模 の縮小が 必要と考 えている	その他	不明・無回答
総計	935	38.8	46.6	3.9	1.4	9.3
大企業	370	36.2	47.6	3.5	0.8	11.9
中小企業	565	40.5	46.0	4.1	1.8	7.6
製造業	525	39.4	46.3	5.0	1.0	8.4
海外生産製造業	310	36.1	47.7	7.1	1.0	8.1
国内製造業	215	44.2	44.2	1.9	0.9	8.8
商社・卸・小売	216	40.3	44.9	2.3	1.9	10.6
非製造業（商社・卸・小売を除く）	194	35.6	49.5	2.6	2.1	10.3
（参考）非製造業（商社・卸・小売を含む）	410	38.0	47.1	2.4	2.0	10.5
飲食料品	53	71.7	18.9	-	-	9.4
繊維・織物／アパレル	21	47.6	23.8	23.8	-	4.8
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	16	43.8	25.0	6.3	6.3	18.8
化学	53	45.3	49.1	1.9	-	3.8
医薬品・化粧品	20	60.0	30.0	-	-	10.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	35	34.3	45.7	2.9	5.7	11.4
窯業・土石	17	35.3	52.9	5.9	-	5.9
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	47	29.8	57.4	6.4	-	6.4
一般機械	67	22.4	62.7	9.0	-	6.0
電気機械	46	23.9	58.7	6.5	-	10.9
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	21	28.6	52.4	4.8	-	14.3
自動車／自動車部品／その他輸送機器	52	38.5	51.9	1.9	1.9	5.8
精密機器	33	39.4	45.5	3.0	-	12.1
その他の製造業	44	43.2	40.9	4.5	2.3	9.1
商社・卸売	196	39.8	44.9	2.6	1.5	11.2
小売	20	45.0	45.0	-	5.0	5.0
建設	16	25.0	62.5	-	12.5	-
運輸	27	37.0	55.6	-	3.7	3.7
金融・保険	48	18.8	60.4	4.2	-	16.7
専門サービス	25	48.0	44.0	-	4.0	4.0
電気・ガス・水道	7	28.6	57.1	-	-	14.3
情報通信サービス	11	45.5	18.2	18.2	-	18.2
その他の非製造業	60	45.0	41.7	1.7	-	11.7

04年度調査からの推移をみると、今年度調査で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業が39.7%（294社）となり、08年度調査の大幅な減少から若干持ち直しているものの、「現状を維持する」45.9%（340社）と回答した企業が多い状況である。

図表Ⅱ-29 国内での今後（3年程度）の事業展開（時系列比較）

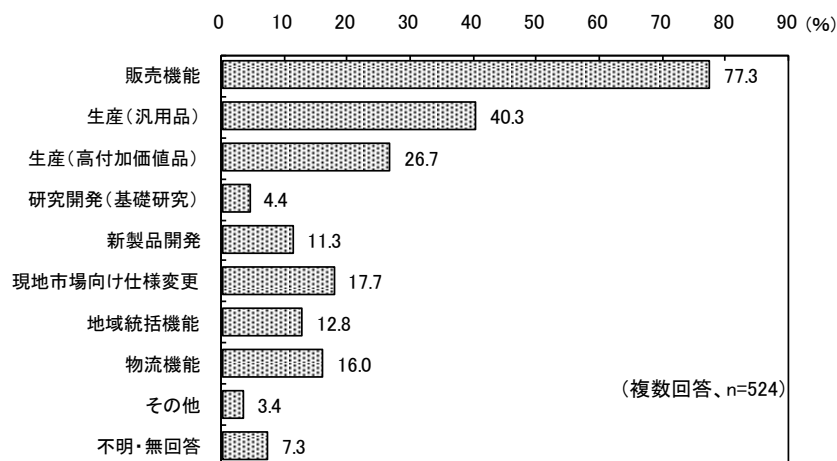


〔注〕時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

4. 海外で拡大する機能とその国・地域

海外で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業 524 社に具体的にどのような機能の拡大を図る意向か尋ねたところ、「販売機能」が 77.3% (405 社) で最も割合が高く、次いで「生産 (汎用品)」が 40.3% (211 社) となっている。

図表 II -30 海外で拡大する機能(全体)



図表 II -31 海外で拡大する機能(企業属性別)

(複数回答、%)

企業属性	社数	販売機能	生産(汎用品・高付加価値品)			研究開発(基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更)			研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)			地域統括機能	物流機能	その他
			生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(基礎研究)	研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)						
総計	524	77.3	52.7	40.3	26.7	24.2	4.4	22.7	11.3	17.7	12.8	16.0	3.4	
大企業	231	77.1	56.3	45.9	27.7	24.2	5.2	21.2	11.7	15.2	15.6	17.7	3.9	
中小企業	293	77.5	49.8	35.8	25.9	24.2	3.8	23.9	10.9	19.8	10.6	14.7	3.1	
製造業	332	79.5	64.5	52.7	29.8	29.2	5.4	27.4	11.7	22.9	14.5	14.8	1.2	
海外生産製造業	218	75.2	78.9	65.6	39.0	32.6	6.9	30.3	13.3	25.2	19.3	17.9	0.9	
国内製造業	114	87.7	36.8	28.1	12.3	22.8	2.6	21.9	8.8	18.4	5.3	8.8	1.8	
商社・卸・小売	113	85.8	29.2	23.0	14.2	12.4	2.7	10.6	8.8	3.5	9.7	17.7	2.7	
非製造業(商社・卸・小売を除く)	79	55.7	36.7	12.7	31.6	20.3	2.5	20.3	12.7	16.5	10.1	19.0	13.9	
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	192	73.4	32.3	18.8	21.4	15.6	2.6	14.6	10.4	8.9	9.9	18.2	7.3	
飲食料品	43	88.4	51.2	39.5	29.3	32.6	9.3	30.2	11.6	27.9	7.0	14.0	4.7	
繊維・織物/アパレル	13	84.6	76.9	69.2	46.2	23.1	-	23.1	15.4	15.4	23.1	23.1	-	
木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ	10	90.0	60.0	40.0	30.0	40.0	10.0	40.0	20.0	40.0	10.0	20.0	-	
化学	37	75.7	64.9	48.6	43.2	37.8	-	37.8	13.5	32.4	18.9	16.2	-	
医薬品・化粧品	17	84.1	64.7	52.9	17.6	47.1	17.6	35.3	17.6	23.5	23.5	11.8	-	
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	19	89.5	63.2	52.6	42.1	36.8	15.8	36.8	26.3	31.6	10.5	26.3	-	
窯業・土石	11	81.8	72.7	72.7	27.3	18.2	9.1	18.2	9.1	18.2	9.1	9.1	-	
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	26	65.4	73.1	65.4	15.4	19.2	-	19.2	7.7	19.2	11.5	15.4	-	
一般機械	29	78.3	58.6	51.7	13.8	31.0	-	31.0	6.9	27.6	13.8	13.8	6.9	
電気機械	29	79.3	72.4	55.2	41.4	24.1	3.4	24.1	10.3	13.8	31.0	24.1	-	
情報通信機械器具/電子部品/デバイス	16	81.3	68.8	43.8	50.0	50.0	12.5	43.8	12.5	37.5	18.8	18.8	-	
自動車/自動車部品/その他輸送機器	32	59.4	84.4	68.8	50.0	21.9	6.3	18.8	9.4	15.6	6.3	9.4	3.1	
精密機器	23	82.6	69.6	65.2	13.0	26.1	4.3	21.7	8.7	17.4	13.0	13.0	-	
その他の製造業	27	81.5	37.0	29.6	11.1	11.1	-	11.1	7.4	7.4	11.1	7.4	3.7	
商社・卸売	103	85.4	29.2	22.3	14.6	12.6	2.9	10.7	8.7	3.9	9.7	17.5	2.9	
小売	10	90.0	40.0	30.0	10.0	10.0	-	10.0	10.0	-	10.0	20.0	-	
建設	7	42.9	71.4	-	71.4	14.3	14.3	14.3	14.3	-	42.9	14.3	14.3	
運輸	12	50.0	8.3	-	8.3	8.3	-	8.3	8.3	8.3	8.3	66.7	-	
金融・保険	3	33.3	-	-	-	33.3	-	33.3	33.3	-	33.3	-	66.7	
専門サービス	13	38.5	23.1	-	23.1	15.4	-	15.4	-	15.4	-	7.7	30.8	
電気・ガス・水道	5	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60.0	
情報通信サービス	5	80.0	80.0	60.0	60.0	40.0	-	40.0	20.0	40.0	20.0	-	-	
その他の非製造業	34	70.6	47.1	20.6	39.2	26.5	2.9	26.5	17.6	23.5	5.9	14.7	2.9	

「販売機能」は全ての業種において拡大を図る機能と回答があったため、他の機能の意向を業種別にみると、「生産（汎用品）」機能は「窯業・土石」（72.7%、8社）業において割合が高く、「生産（高付加価値品）」機能では、「建設」（71.4%、5社）業において割合が高かった。

また、「地域統括機能」は「建設」（42.9%、3社）業で割合が高く、「物流機能」では「運輸」（66.7%、8社）業で割合が高かった。

さらに、今後「海外で事業を拡大する」と回答した企業524社に、それぞれの機能を展開する対象国・地域を尋ねたところ、「販売機能」、「生産（汎用品）」など、いずれの機能においても中国の割合が高かった。また中国以外では、「販売機能」で米国、インド、タイ、西欧、ベトナム、韓国、台湾、シンガポールの順に2ケタ以上の割合となっており、「生産（汎用品／高付加価値品）」では、タイが2ケタ以上の割合となっている。

図表Ⅱ-32 海外で拡大する機能・地域(国別)——全産業

(複数回答、%)

	販売機能	生産			研究開発				地域統括機能	物流機能	その他	
		(汎用品／高付加価値品)	生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	(基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更)	研究開発(基礎研究)	研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)	研究開発(新製品開発)				研究開発(現地市場向け仕様変更)
中国	55.3	36.1	26.5	17.7	14.9	2.9	14.3	6.7	11.1	4.8	10.3	2.3
香港	9.0	1.5	0.8	1.1	1.1	0.4	1.0	0.8	0.8	2.1	1.9	-
台湾	12.2	9.2	2.1	1.5	2.1	0.2	2.1	1.7	1.9	0.4	1.1	0.2
韓国	13.5	3.1	1.9	1.3	1.9	0.6	1.5	0.4	1.5	0.2	0.2	0.4
シンガポール	10.3	1.9	1.5	0.6	1.5	0.2	1.3	0.4	1.3	1.9	1.5	0.4
タイ	17.6	10.1	7.8	4.8	4.0	0.2	4.0	2.3	3.4	1.7	2.3	0.4
マレーシア	7.1	2.7	2.7	0.6	1.0	0.2	1.0	0.6	0.6	-	0.4	-
インドネシア	9.7	3.6	3.1	1.1	1.7	0.2	1.5	0.6	1.1	0.2	1.0	0.6
フィリピン	1.3	1.3	1.1	0.4	0.6	-	0.6	0.2	0.4	-	-	-
ベトナム	14.5	8.0	6.3	2.9	2.9	0.6	2.7	1.0	1.9	0.4	1.9	0.8
インド	19.3	6.7	5.5	2.1	2.5	0.2	2.3	0.6	1.7	1.1	1.9	0.6
米国	21.2	5.2	1.9	3.8	4.8	0.6	4.4	2.5	3.2	2.5	2.3	0.6
カナダ	2.9	1.1	0.2	1.0	0.6	-	0.6	0.4	0.2	-	0.4	-
メキシコ	1.5	0.4	0.4	-	0.2	-	0.2	0.2	0.2	-	0.4	-
ブラジル	7.3	1.8	1.5	-	1.0	-	1.0	0.8	0.4	0.4	2.5	-
その他中南米	2.5	0.4	0.2	0.2	-	-	-	-	-	0.2	-	0.2
西欧	17.2	3.6	1.9	1.9	3.8	0.8	3.4	2.3	2.3	2.9	2.5	0.6
中・東欧	5.9	2.1	1.3	1.5	0.6	-	0.6	0.4	0.6	0.6	0.8	-
ロシア・CIS	6.5	0.8	0.8	0.2	0.6	0.2	0.6	0.4	0.4	0.4	0.6	-
中東	6.7	1.3	0.8	1.0	0.6	-	0.6	0.2	0.6	0.2	0.4	0.2
アフリカ	2.7	0.2	-	0.2	-	-	-	-	-	0.2	-	0.2
その他	1.3	1.5	1.1	0.4	0.4	-	0.4	0.2	0.4	0.2	0.2	0.4

〔注〕 今後海外で事業を拡大すると回答した企業524社が母数(n)。

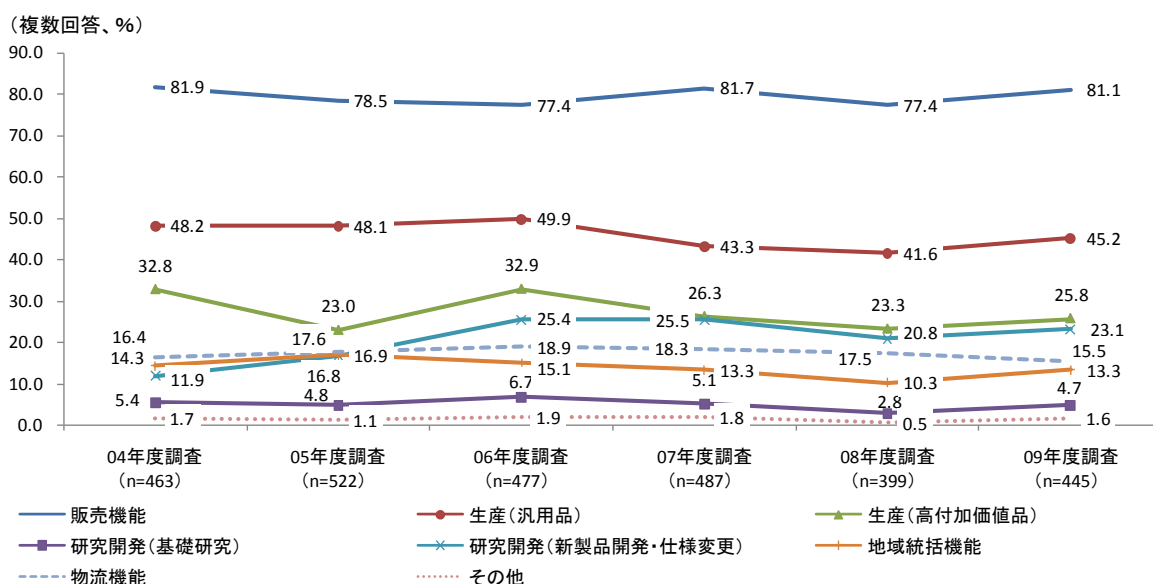
図表 II -33 海外で拡大する機能・地域(国別)——製造業、商社・卸・小売

(複数回答、%)

	販売機能	生産(汎用品/高付加価値品)	生産		研究開発				地域統括機能	物流機能	その他	
			生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更)	研究開発(基礎研究)	研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)	研究開発(新製品開発)				研究開発(現地市場向け仕様変更)
中国	57.8	38.4	29.7	17.5	15.1	2.9	14.4	6.5	11.0	4.7	9.9	1.3
香港	9.7	1.3	0.7	1.1	0.9	0.4	0.7	0.4	0.4	2.2	1.8	-
台湾	13.7	9.6	2.5	1.6	2.0	0.2	2.0	1.6	1.1	0.4	1.1	-
韓国	16.0	3.6	2.2	1.6	2.2	0.7	1.8	0.4	1.8	0.2	0.2	0.4
シンガポール	10.8	1.8	1.8	0.2	1.6	0.2	1.3	0.2	1.3	1.6	1.8	0.4
タイ	18.2	11.0	9.0	4.7	4.3	0.2	4.3	2.2	3.6	1.6	2.2	-
マレーシア	7.6	2.9	2.9	0.7	1.1	0.2	1.1	0.7	0.7	-	0.2	-
インドネシア	10.6	4.3	3.6	1.3	1.8	0.2	1.6	0.7	1.1	0.2	0.7	0.2
フィリピン	1.6	1.6	1.3	0.4	0.7	-	0.7	0.2	0.4	-	-	-
ベトナム	14.8	7.6	7.0	2.0	2.7	0.7	2.5	1.1	1.6	0.4	1.1	0.4
インド	18.7	7.2	6.3	2.0	2.2	0.2	2.0	0.4	1.6	1.3	1.8	0.2
米国	22.9	5.4	2.0	3.8	4.9	0.7	4.5	2.2	3.1	2.7	2.5	-
カナダ	3.4	1.3	0.2	1.1	0.7	-	0.7	0.4	0.2	-	0.4	-
メキシコ	1.6	0.4	0.4	-	0.2	-	0.2	0.2	0.2	-	0.2	-
ブラジル	7.9	1.6	1.6	-	1.1	-	1.1	0.9	0.4	0.4	2.7	-
その他中南米	2.5	0.2	0.2	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-
西欧	18.9	4.3	2.2	2.2	4.5	0.9	4.0	2.7	2.7	3.1	2.7	0.2
中・東欧	6.7	2.2	1.3	1.6	0.4	-	0.4	0.2	0.4	0.7	0.4	-
ロシア・CIS	7.0	0.9	0.9	0.2	0.4	-	0.4	0.2	0.2	0.4	0.7	-
中東	6.7	1.1	0.9	0.7	0.7	-	0.7	0.2	0.7	0.2	0.4	-
アフリカ	2.9	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-
その他	1.3	1.6	1.3	0.2	-	-	-	-	-	0.2	0.2	-

[注] 今後海外で事業を拡大すると回答した企業(製造業、商社・卸・小売)445社が母数(n)。

図表 II -34 海外で拡大する機能(時系列比較)



[注1] 05年度調査以降の「研究開発(新製品開発・仕様変更)」の値は、「研究開発(新製品開発)」または「研究開発(現地市場向け仕様変更)」の合計。04年度調査の「研究開発(新製品開発・仕様変更)」の値は、「研究開発(新製品開発・デザイン)」という選択肢への回答。

[注2] 時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

国・地域別に 08 年度調査と比較すると、全ての機能で中国が最も高く、同国での積極的な事業拡大姿勢がうかがわれる。

図表 II - 35 海外で拡大する機能と国・地域 (08 年度調査からの増減) —— 全産業

(複数回答、%ポイント)

	販売機能	生産(汎用品、高付加価値品)			研究開発(基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更)				地域統括機能	物流機能	その他	
		生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(基礎研究)	研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)					
中国	5.6	4.6	1.7	3.1	2.6	1.6	3.4	2.2	2.3	0.9	1.7	1.7
香港	2.8	△ 0.2	△ 0.1	△ 0.2	0.2	0.4	0.1	0.2	0.2	1.0	△ 0.9	0.0
台湾	1.9	0.4	0.2	0.6	1.0	0.2	1.0	1.3	0.4	△ 0.2	0.0	0.2
韓国	2.6	△ 0.3	△ 0.2	△ 0.6	0.0	0.6	△ 0.4	△ 1.1	0.6	△ 0.2	△ 0.7	0.4
シンガポール	2.2	0.6	0.9	△ 0.3	0.9	0.2	0.7	0.2	0.9	0.0	0.0	0.4
タイ	△ 1.2	△ 2.3	△ 1.4	△ 0.8	△ 0.7	0.2	△ 0.7	0.6	△ 0.5	0.2	0.2	△ 0.5
マレーシア	0.0	△ 1.6	△ 0.1	△ 1.3	△ 0.3	0.2	△ 0.3	△ 0.3	0.0	△ 0.2	△ 1.1	△ 0.6
インドネシア	3.7	0.2	0.1	0.0	1.5	0.2	1.3	0.4	0.9	0.2	0.4	0.2
フィリピン	0.7	0.7	0.7	0.3	0.6	0.0	0.6	0.2	0.4	△ 0.2	△ 0.2	△ 0.3
ベトナム	2.5	△ 1.6	△ 0.8	△ 0.3	1.4	0.6	1.2	0.4	0.8	0.2	0.6	0.4
インド	△ 1.0	1.1	1.6	△ 0.3	0.6	0.2	0.4	△ 0.3	0.4	0.0	0.4	0.0
米国	0.9	△ 1.7	△ 2.0	△ 0.5	△ 0.3	0.0	△ 0.7	△ 0.3	△ 0.2	△ 0.7	△ 0.7	0.6
カナダ	1.0	0.5	△ 0.2	1.0	0.6	0.0	0.6	0.4	0.2	△ 0.2	0.4	0.0
メキシコ	△ 0.6	△ 1.3	△ 0.2	△ 1.3	△ 0.2	0.0	△ 0.2	0.2	△ 0.2	0.0	0.0	△ 0.2
ブラジル	△ 0.2	△ 0.2	0.4	△ 0.9	0.1	0.0	0.1	0.2	△ 0.2	△ 0.2	2.3	△ 0.2
その他中南米	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
西欧	△ 0.6	△ 1.1	0.2	△ 2.2	△ 0.5	△ 0.1	△ 0.7	0.2	△ 0.3	△ 0.5	△ 1.1	0.6
中・東欧	△ 2.0	△ 0.7	△ 0.8	0.2	0.0	△ 0.2	0.0	0.0	0.2	0.2	△ 1.1	0.0
ロシア・CIS	△ 6.3	△ 0.7	△ 0.1	△ 0.7	0.2	0.2	0.2	0.0	0.0	0.2	△ 0.7	0.0
中東	△ 1.7	△ 0.2	△ 0.1	0.4	0.0	△ 0.2	0.0	0.0	0.2	0.0	0.2	0.0
アフリカ	△ 2.3	0.6	0.2	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.2	△ 0.2	0.0
その他	△ 2.3	0.6	0.2	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.2	△ 0.2	0.0

[注1] %ポイントは 08 年度調査と比較。今後海外で事業を拡大すると回答した企業が母数(N)。

09 年度調査の(n)は 524、08 年度調査の(n)は 467。

[注2] 08 年度調査では「その他中南米」、「アフリカ」の選択肢がなかったため、上記表の「その他中南米」ならびに「アフリカ」欄が全て空白になっている。

図表 II - 36 海外で拡大する機能と国・地域 (08 年度調査からの増減) —— 製造業、商社・卸・小売

(複数回答、%ポイント)

	販売機能	生産(汎用品、高付加価値品)			研究開発(基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更)				地域統括機能	物流機能	その他	
		生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(基礎研究)	研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)					
中国	7.2	2.6	1.9	3.7	3.3	1.4	3.1	1.8	2.0	0.9	1.6	0.9
香港	3.7	△ 0.5	△ 0.3	△ 0.2	0.1	0.4	△ 0.1	△ 0.4	△ 0.1	0.9	△ 1.2	0.0
台湾	2.9	0.3	0.2	0.6	0.7	0.2	0.7	1.1	0.1	△ 0.4	0.1	0.0
韓国	4.5	△ 0.4	△ 0.3	△ 0.7	0.2	0.7	△ 0.2	△ 1.1	0.8	△ 0.1	△ 0.6	0.4
シンガポール	2.8	0.8	1.0	△ 0.3	0.8	0.2	0.8	△ 0.1	0.8	△ 0.4	0.3	0.4
タイ	△ 0.8	△ 2.5	△ 1.5	△ 1.1	△ 0.7	0.2	△ 0.7	0.2	△ 0.4	△ 0.2	0.2	△ 0.5
マレーシア	0.6	△ 1.9	△ 0.1	△ 1.3	△ 0.4	0.2	△ 0.4	△ 0.3	△ 0.1	△ 0.3	△ 1.3	△ 0.3
インドネシア	4.8	0.8	0.6	0.0	1.5	0.2	1.3	0.4	0.8	0.2	△ 1.1	0.2
フィリピン	1.1	1.1	1.0	0.1	0.7	0.0	0.7	0.2	0.4	0.0	0.0	0.0
ベトナム	3.3	△ 2.2	△ 0.5	△ 0.8	0.9	0.7	0.7	0.3	0.3	0.1	0.3	0.1
インド	△ 0.3	1.7	2.5	△ 0.5	△ 0.1	0.2	△ 0.3	△ 0.6	0.1	0.0	1.0	△ 0.3
米国	1.8	△ 1.6	△ 2.3	△ 0.5	△ 0.4	△ 0.1	△ 0.8	△ 0.8	△ 0.4	△ 1.1	△ 0.5	0.0
カナダ	1.6	0.8	△ 0.1	1.1	0.7	0.0	0.7	0.4	0.2	△ 0.3	0.4	0.0
メキシコ	△ 0.9	△ 1.6	△ 0.4	△ 1.5	△ 0.3	0.0	△ 0.3	0.2	△ 0.3	0.0	△ 0.3	0.0
ブラジル	△ 0.6	△ 0.4	0.3	△ 1.0	0.1	0.0	0.1	0.4	△ 0.4	△ 0.4	2.4	△ 0.3
その他中南米	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
西欧	△ 0.6	△ 0.5	0.2	△ 1.8	0.2	△ 0.1	0.0	0.4	0.2	△ 0.9	△ 1.3	0.2
中・東欧	△ 1.8	△ 1.1	△ 1.2	0.1	△ 0.4	△ 0.3	△ 0.4	△ 0.3	△ 0.1	0.2	△ 1.1	0.0
ロシア・CIS	△ 6.3	△ 0.4	0.1	△ 0.8	△ 0.1	0.0	△ 0.1	△ 0.3	△ 0.3	0.1	0.2	0.0
中東	△ 1.8	△ 0.4	△ 0.1	0.2	0.2	△ 0.3	0.2	△ 0.1	0.4	△ 0.1	0.4	0.0
アフリカ	△ 2.3	0.6	0.2	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.2	△ 0.2	0.0
その他	△ 2.0	0.6	0.3	0.2	△ 0.5	0.0	△ 0.5	△ 0.3	0.0	0.2	△ 0.1	△ 0.3

[注1] %ポイントは 08 年度調査と比較。今後海外で事業を拡大すると回答した企業(製造業、商社・卸・小売)が母数(n)。09 年度調査の(n)は 445、08 年度調査の(n)は 399。

[注2] 08 年度調査では「その他中南米」、「アフリカ」の選択肢がなかったため、上記表の「その他中南米」ならびに「アフリカ」欄が全て空白になっている。

図表 II - 37 海外で拡大する機能別国・地域ランキング(全業種)

(複数回答、%)

販売機能					生産(汎用品・高付加価値品)					生産(汎用品)					生産(高付加価値品)				
順位	国・地域名	08年度 順位	09年度 実績	08年度から の変化	順位	国・地域名	08年度 順位	09年度 実績	08年度から の変化	順位	国・地域名	08年度 順位	09年度 実績	08年度から の変化	順位	国・地域名	08年度 順位	09年度 実績	08年度から の変化
1	中国	(1)	55.3	5.6	1	中国	(1)	36.1	4.6	1	中国	(1)	26.5	1.7	1	中国	(1)	17.7	5.1
2	米国	(2)	21.2	0.9	2	タイ	(2)	10.1	Δ 2.3	2	タイ	(2)	7.8	Δ 1.4	2	タイ	(2)	4.8	Δ 0.8
3	インド	(3)	18.3	Δ 1.0	3	ベトナム	(3)	8.0	Δ 1.6	3	ベトナム	(3)	6.3	Δ 0.8	3	米国	(3)	3.8	Δ 0.5
4	タイ	(4)	17.6	Δ 1.2	4	インド	(5)	6.7	1.1	4	インド	(4)	5.5	1.6	4	ベトナム	(5)	2.9	Δ 0.3
5	西欧	(5)	17.2	Δ 0.6	5	米国	(4)	5.2	Δ 1.7	5	インドネシア	(6)	3.1	0.1	5	インド	(6)	2.1	Δ 0.3
6	ベトナム	(7)	14.5	2.5	6	インドネシア	(8)	3.6	0.2	6	マレーシア	(7)	2.7	Δ 0.1	6	西欧	(4)	1.9	Δ 2.2
7	韓国	(8)	13.5	2.6	6	西欧	(6)	3.6	Δ 1.1	7	台湾	(10)	2.1	0.2	7	台湾	(13)	1.5	0.6
8	台湾	(9)	12.2	1.9	8	台湾	(10)	3.2	0.4	8	韓国	(8)	1.9	Δ 0.2	7	中・東欧	(9)	1.5	0.2
9	シンガポール	(11)	10.3	2.2	9	韓国	(8)	3.1	Δ 0.3	8	米国	(4)	1.9	Δ 2.0	9	韓国	(8)	1.3	Δ 0.6
10	インドネシア	(16)	9.7	3.7	10	マレーシア	(7)	2.7	Δ 1.6	9	西欧	(11)	1.9	0.2	10	台湾	(9)	1.1	Δ 0.2
11	香港	(15)	9.0	2.8	11	中・東欧	(10)	2.1	Δ 0.7	11	シンガポール	(16)	1.5	0.9	10	インドネシア	(12)	1.1	0.0
12	ブラジル	(13)	7.3	Δ 0.2	12	シンガポール	(17)	1.9	0.6	11	ブラジル	(12)	1.5	0.4	12	カナダ	(19)	1.0	1.0
13	マレーシア	(14)	7.1	0.0	13	香港	(12)	1.5	Δ 0.2	13	中・東欧	(8)	1.3	Δ 0.8	12	中東	(17)	1.0	0.4
14	中東	(10)	6.7	Δ 1.7	13	ブラジル	(12)	1.5	Δ 0.2	14	フィリピン	(18)	1.1	0.7	14	シンガポール	(13)	0.6	Δ 0.3
15	ロシア・CIS	(6)	6.5	Δ 6.3	15	フィリピン	(18)	1.3	0.7	15	香港	(13)	0.8	Δ 0.1	15	マレーシア	(7)	0.6	Δ 1.5
16	中・東欧	(12)	5.9	Δ 2.0	15	中東	(15)	1.3	Δ 0.2	16	ロシア・CIS	(13)	0.8	Δ 0.1	16	フィリピン	(18)	0.4	0.0
17	カナダ	(18)	2.9	1.0	17	カナダ	(18)	1.1	0.5	17	中東	(13)	0.8	Δ 0.1	17	フィリピン	(18)	0.4	0.0
18	アフリカ	-	2.7	-	18	ロシア・CIS	(15)	0.8	Δ 0.7	18	メキシコ	(16)	0.4	Δ 0.2	17	ロシア・CIS	(13)	0.2	Δ 0.7
19	その他中南米	-	2.5	-	19	メキシコ	(12)	0.4	Δ 1.3	19	カナダ	(18)	0.2	Δ 0.2	17	アフリカ	-	0.2	-
20	メキシコ	(17)	1.5	Δ 0.6	19	その他中南米	-	0.4	-	19	その他中南米	-	0.2	-	20	メキシコ	(9)	0.0	Δ 1.9
21	フィリピン	(19)	1.3	0.7	21	アフリカ	-	0.2	-	21	アフリカ	-	0.0	-	20	ブラジル	(13)	0.0	Δ 0.3

研究開発(基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更)					研究開発(基礎研究)					研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)					研究開発(新製品開発)				
順位	国・地域名	08年度 順位	09年度 実績	08年度から の変化	順位	国・地域名	08年度 順位	09年度 実績	08年度から の変化	順位	国・地域名	08年度 順位	09年度 実績	08年度から の変化	順位	国・地域名	08年度 順位	09年度 実績	08年度から の変化
1	中国	(1)	14.9	3.6	1	中国	(1)	2.9	1.6	1	中国	(1)	14.3	3.4	1	中国	(1)	6.7	2.2
2	米国	(2)	4.8	Δ 0.3	2	西欧	(2)	0.8	Δ 0.1	2	米国	(2)	4.4	Δ 0.7	2	米国	(2)	2.5	Δ 0.3
3	タイ	(3)	4.0	Δ 0.7	3	韓国	(6)	0.6	0.6	3	タイ	(3)	4.0	Δ 0.7	3	タイ	(4)	2.3	0.6
4	西欧	(4)	3.8	Δ 0.5	3	ベトナム	(3)	0.6	0.6	4	西欧	(4)	3.4	Δ 0.7	3	西欧	(3)	2.3	0.2
5	ベトナム	(7)	2.9	1.4	3	米国	(3)	0.6	0.0	5	ベトナム	(7)	2.7	1.2	5	台湾	(11)	1.7	1.3
6	インド	(5)	2.5	0.6	6	香港	(6)	0.4	0.4	6	インド	(5)	2.3	0.4	6	ベトナム	(8)	1.0	0.4
7	台湾	(9)	2.1	1.0	7	台湾	(6)	0.2	0.2	7	台湾	(9)	2.1	1.0	7	香港	(8)	0.8	0.2
8	韓国	(5)	1.9	0.0	7	シンガポール	(6)	0.2	0.2	8	韓国	(5)	1.5	Δ 0.4	7	ブラジル	(8)	0.8	0.2
9	インドネシア	(17)	1.7	1.5	7	タイ	(6)	0.2	0.2	9	インドネシア	(17)	1.5	1.3	9	マレーシア	(6)	0.6	Δ 0.3
10	シンガポール	(12)	1.5	0.9	7	マレーシア	(6)	0.2	0.2	10	シンガポール	(12)	1.3	0.7	9	インドネシア	(14)	0.6	0.4
11	香港	(10)	1.1	0.2	7	インドネシア	(6)	0.2	0.2	11	香港	(10)	1.0	0.1	9	インド	(6)	0.6	Δ 0.3
12	マレーシア	(8)	1.0	Δ 0.3	7	インド	(6)	0.2	0.2	11	マレーシア	(8)	1.0	Δ 0.3	12	韓国	(5)	0.4	Δ 1.1
13	ブラジル	(10)	1.0	0.1	7	ロシア・CIS	(6)	0.2	0.2	12	ブラジル	(10)	1.0	0.1	12	シンガポール	(14)	0.4	0.2
14	フィリピン	(18)	0.6	0.6	14	フィリピン	(6)	0.0	0.0	14	フィリピン	(18)	0.6	0.6	12	カナダ	(17)	0.4	0.4
14	カナダ	(18)	0.6	0.6	14	カナダ	(6)	0.0	0.0	14	カナダ	(18)	0.6	0.6	12	中・東欧	(11)	0.4	0.0
14	中・東欧	(12)	0.6	0.0	14	メキシコ	(6)	0.0	0.0	14	中・東欧	(12)	0.6	0.0	12	ロシア・CIS	(11)	0.4	0.0
14	ロシア・CIS	(15)	0.6	0.2	14	ブラジル	(6)	0.0	0.0	14	ロシア・CIS	(15)	0.6	0.2	17	フィリピン	(17)	0.2	0.2
14	中東	(12)	0.6	0.0	14	その他中南米	-	0.0	-	14	中東	(12)	0.6	0.0	17	メキシコ	(17)	0.2	0.2
19	メキシコ	(15)	0.2	Δ 0.2	14	中・東欧	(4)	0.0	Δ 0.2	19	メキシコ	(15)	0.2	Δ 0.2	17	中東	(14)	0.2	0.0
20	その他中南米	-	0.0	-	14	中東	(4)	0.0	Δ 0.2	20	その他中南米	-	0.0	-	20	その他中南米	-	0.0	-
20	アフリカ	-	0.0	-	14	アフリカ	-	0.0	-	20	アフリカ	-	0.0	-	20	アフリカ	-	0.0	-

研究開発(現地市場向け仕様変更)					地域統括機能					物流機能				
順位	国・地域名	08年度 順位	09年度 実績	08年度から の変化	順位	国・地域名	08年度 順位	09年度 実績	08年度から の変化	順位	国・地域名	08年度 順位	09年度 実績	08年度から の変化
1	中国	(1)	11.1	2.3	1	中国	(1)	4.8	0.9	1	中国	(1)	10.3	1.7
2	タイ	(2)	3.4	Δ 0.5	2	西欧	(2)	2.9	Δ 0.5	2	ブラジル	(16)	2.5	2.3
3	米国	(3)	3.2	Δ 0.2	3	米国	(3)	2.5	Δ 0.7	2	西欧	(2)	2.5	Δ 1.1
4	西欧	(4)	2.3	Δ 0.3	4	香港	(6)	2.1	1.0	4	タイ	(5)	2.3	0.2
5	ベトナム	(6)	1.9	0.8	5	シンガポール	(4)	1.9	0.0	4	米蘭	(3)	2.3	Δ 0.7
6	インド	(5)	1.7	0.4	6	タイ	(5)	1.7	0.2	6	香港	(4)	1.9	Δ 0.9
7	韓国	(7)	1.5	0.6	7	インド	(6)	1.1	0.0	6	ベトナム	(10)	1.9	0.6
8	台湾	(7)	1.3	0.4	8	中・東欧	(10)	0.6	0.2	6	インド	(7)	1.9	0.4
8	シンガポール	(12)	1.3	0.9	9	台湾	(8)	0.4	Δ 0.2	9	シンガポール	(7)	1.5	0.0
10	インドネシア	(17)	1.1	0.9	9	ベトナム	(12)	0.4	0.2	10	台湾	(12)	1.1	0.0
11	香港	(9)	0.8	0.2	9	ブラジル	(8)	0.4	Δ 0.2	11	インドネシア	(14)	1.0	0.4
12	マレーシア	(9)	0.6	0.0	12	ロシア・CIS	(12)	0.4	0.2	12	中・東欧	(6)	0.8	Δ 1.1
12	中・東欧	(12)	0.6	0.2	13	韓国	(10)	0.2	Δ 0.2	13	ロシア・CIS	(10)	0.6	Δ 0.7
12	中東	(12)	0.6	0.2	13	インドネシア	(18)	0.2	0.2	14	マレーシア	(7)	0.4	Δ 1.1
15	フィリピン	(18)	0.4	0.4	13	その他中南米	-	0.2	-	14	カナダ	(19)	0.4	0.4
15	ブラジル	(9)	0.4	Δ 0.2	13	中東	(12)	0.2	0.0	14	メキシコ	(15)	0.4	0.0
15	ロシア・CIS	(12)	0.4	0.0	13	アフリカ	-	0.2	-	14	中東	(16)	0.4	0.2
18	カナダ	(18)	0.2	0.2	18	マレーシア	(12)	0.0	Δ 0.2	18	韓国	(13)	0.2	Δ 0.7
18	メキシコ	(12)	0.2	Δ 0.2	18	フィリピン	(12)	0.0	Δ 0.2	19	フィリピン	(16)	0.0	Δ 0.2
20	その他中南米	-	0.0	-	18	カナダ	(12)	0.0	Δ 0.2	19	その他中南米	-	0.0	-
20	アフリカ	-	0.0	-	18	メキシコ	(18)	0.0	0.0	19	アフリカ	-	0.0	-

[注] 08年度調査では「その他中南米」、「アフリカ」の選択肢がなかったため、上記表の「その他中南米」ならびに「アフリカ」の「08年度順位」、「08年度からの変化」欄が全てblankになっている。

図表 II - 38 海外で拡大する機能別国・地域ランキング(製造業、商社・卸・小売)

(複数回答、%)

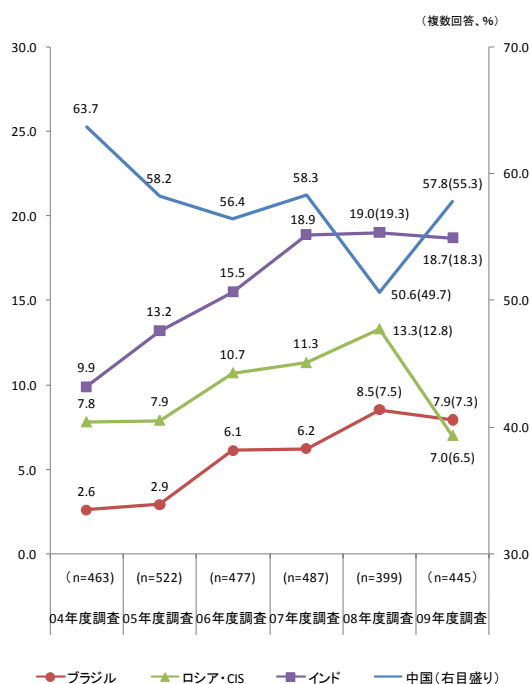
販売機能				生産(汎用品・高付加価値品)				生産(汎用品)				生産(高付加価値品)							
順位	国・地域名	08年度順位	09年度実績	08年度からの変化	順位	国・地域名	08年度順位	09年度実績	08年度からの変化	順位	国・地域名	08年度順位	09年度実績	08年度からの変化	順位	国・地域名	08年度順位	09年度実績	08年度からの変化
1	中国	(1)	57.8	7.2	1	中国	(1)	38.4	3.6	1	中国	(1)	29.7	1.9	1	中国	(1)	17.5	3.7
2	米国	(2)	22.9	1.8	2	タイ	(2)	11.0	△ 2.5	2	タイ	(2)	9.0	△ 1.5	2	タイ	(2)	4.7	△ 1.1
3	西欧	(3)	18.9	△ 0.6	3	ベトナム	(3)	7.6	△ 2.2	3	ベトナム	(3)	7.0	△ 0.5	3	米国	(3)	3.8	△ 0.5
4	インド	(4)	18.7	△ 0.3	4	インド	(5)	7.2	1.7	4	インド	(5)	6.3	2.5	4	西欧	(4)	2.2	△ 1.8
5	タイ	(4)	18.2	△ 0.8	5	米国	(4)	5.4	△ 1.6	5	インドネシア	(6)	3.6	0.6	5	ベトナム	(5)	2.0	△ 0.8
6	韓国	(7)	16.0	4.5	6	インドネシア	(9)	4.3	0.8	6	マレーシア	(6)	2.9	△ 0.1	6	インド	(6)	2.0	△ 0.5
7	ベトナム	(7)	14.8	3.3	6	西欧	(6)	4.3	△ 0.5	7	台湾	(10)	2.5	0.2	7	台湾	(13)	1.6	0.6
8	台湾	(9)	13.7	2.9	8	台湾	(10)	3.6	0.3	8	韓国	(8)	2.2	△ 0.3	7	韓国	(8)	1.6	△ 0.7
9	シンガポール	(13)	10.8	2.8	8	韓国	(8)	3.6	△ 0.4	8	西欧	(11)	2.2	0.2	8	中・東欧	(9)	1.6	0.1
10	インドネシア	(16)	10.6	4.8	10	マレーシア	(6)	2.9	△ 1.9	10	米国	(4)	2.0	△ 2.3	10	インドネシア	(11)	1.3	0.0
11	香港	(15)	9.7	3.7	11	中・東欧	(10)	2.2	△ 1.1	11	シンガポール	(15)	1.8	1.0	11	香港	(11)	1.1	△ 0.2
12	ブラジル	(10)	7.9	△ 0.6	12	シンガポール	(17)	1.8	0.8	12	ブラジル	(12)	1.6	0.3	11	カナダ	(19)	1.1	1.1
13	マレーシア	(14)	7.6	0.6	13	フィリピン	(18)	1.6	1.1	13	フィリピン	(18)	1.3	1.0	13	マレーシア	(6)	0.7	△ 1.8
14	ロシア・CIS	(6)	7.0	△ 6.3	13	ブラジル	(12)	1.6	△ 0.4	14	中・東欧	(8)	1.3	△ 1.2	13	中東	(16)	0.7	0.2
15	中・東欧	(10)	6.7	△ 1.8	15	香港	(14)	1.3	△ 0.5	15	ロシア・CIS	(15)	0.9	0.1	15	フィリピン	(18)	0.4	0.1
16	中東	(10)	6.7	△ 1.8	15	カナダ	(18)	1.3	0.8	15	中東	(13)	0.9	△ 0.1	16	シンガポール	(16)	0.2	△ 0.3
17	カナダ	(18)	3.4	1.6	17	中東	(15)	1.1	△ 0.4	17	香港	(13)	0.7	△ 0.3	16	ロシア・CIS	(15)	0.2	△ 0.6
18	アフリカ	-	2.9	-	18	ロシア・CIS	(16)	0.9	△ 0.4	18	メキシコ	(15)	0.4	△ 0.4	18	メキシコ	(9)	0.0	△ 1.5
19	その他中南米	-	2.5	-	19	メキシコ	(12)	0.4	△ 1.6	19	カナダ	(18)	0.2	△ 0.1	18	ブラジル	(13)	0.0	△ 1.0
20	フィリピン	(19)	1.6	1.1	20	その他中南米	-	0.2	-	19	その他中南米	-	0.2	-	19	その他中南米	-	0.0	-
21	メキシコ	(17)	1.6	△ 0.9	21	アフリカ	-	0.0	-	21	アフリカ	-	0.0	-	18	アフリカ	-	0.0	-
研究開発(基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更)				研究開発(基礎研究)				研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)				研究開発(新製品開発)							
1	中国	(1)	15.1	3.3	1	中国	(1)	2.9	1.4	1	中国	(1)	14.4	3.1	1	中国	(1)	6.5	1.5
2	米国	(2)	4.9	△ 0.4	2	西欧	(2)	0.9	△ 0.1	2	米国	(2)	4.5	△ 0.8	2	西欧	(3)	2.7	0.4
3	西欧	(4)	4.5	0.2	3	韓国	(6)	0.7	0.7	3	韓国	(3)	4.3	△ 0.7	3	タイ	(4)	2.2	0.2
4	タイ	(3)	4.3	△ 0.7	3	ベトナム	(6)	0.7	0.7	4	タイ	(4)	4.0	0.0	3	米国	(2)	2.2	△ 0.8
5	ベトナム	(7)	2.7	0.9	3	米国	(3)	0.7	△ 0.1	5	ベトナム	(7)	2.5	0.7	5	台湾	(11)	1.6	1.1
6	韓国	(6)	2.2	0.2	6	台湾	(6)	0.4	0.4	6	台湾	(9)	2.0	0.7	6	ベトナム	(8)	1.1	0.3
7	インド	(5)	2.2	△ 0.1	7	台湾	(6)	0.2	0.2	7	インド	(5)	2.0	△ 0.3	7	ブラジル	(8)	0.9	0.1
8	台湾	(9)	2.0	0.7	7	シンガポール	(6)	0.2	0.2	8	韓国	(6)	1.8	△ 0.2	8	マレーシア	(6)	0.7	△ 0.3
9	インドネシア	(17)	1.8	1.5	7	タイ	(6)	0.2	0.2	9	インドネシア	(17)	1.6	1.3	8	インドネシア	(14)	0.7	0.4
10	シンガポール	(11)	1.6	0.8	7	マレーシア	(6)	0.2	0.2	10	シンガポール	(11)	1.3	0.5	10	香港	(8)	0.4	△ 0.4
11	マレーシア	(8)	1.1	△ 0.4	7	インドネシア	(6)	0.2	0.2	11	マレーシア	(8)	1.1	△ 0.4	10	韓国	(5)	0.4	△ 1.1
12	ブラジル	(10)	1.1	0.1	7	インド	(6)	0.2	0.2	11	ブラジル	(10)	1.1	0.1	10	インド	(6)	0.4	△ 0.6
13	香港	(11)	0.9	0.1	13	フィリピン	(6)	0.0	0.0	13	香港	(11)	0.7	△ 0.1	10	カナダ	(17)	0.4	0.4
14	フィリピン	(18)	0.7	0.7	13	カナダ	(6)	0.0	0.0	13	フィリピン	(18)	0.7	0.7	14	シンガポール	(14)	0.2	△ 0.1
15	カナダ	(18)	0.7	0.7	13	メキシコ	(6)	0.0	0.0	13	カナダ	(18)	0.7	0.7	14	フィリピン	(17)	0.2	△ 0.1
16	中東	(14)	0.7	0.2	13	ブラジル	(6)	0.0	0.0	13	中東	(14)	0.7	0.2	14	メキシコ	(17)	0.2	0.2
17	中・東欧	(11)	0.4	△ 0.4	13	その他中南米	-	0.0	-	17	中東	(11)	0.4	△ 0.4	14	中・東欧	(11)	0.2	△ 0.3
18	ロシア・CIS	(14)	0.4	△ 0.1	13	その他中南米	-	0.0	-	17	ロシア・CIS	(14)	0.4	△ 0.1	14	ロシア・CIS	(11)	0.2	△ 0.3
19	メキシコ	(14)	0.2	△ 0.3	13	ロシア・CIS	(6)	0.0	0.0	19	メキシコ	(14)	0.2	△ 0.3	14	中東	(14)	0.2	△ 0.1
20	その他中南米	-	0.0	-	13	中東	(4)	0.0	△ 0.3	20	その他中南米	-	0.0	-	20	その他中南米	-	0.0	-
21	アフリカ	-	0.0	-	13	アフリカ	-	0.0	-	20	アフリカ	-	0.0	-	20	アフリカ	-	0.0	-
研究開発(現地市場向け仕様変更)				地域統括機能				物流機能											
1	中国	(1)	11.0	2.0	1	中国	(2)	4.7	0.9	1	中国	(1)	9.9	1.6	1	中国	(1)	9.9	1.6
2	タイ	(2)	3.6	△ 0.4	2	タイ	(1)	3.1	△ 0.9	2	ブラジル	(16)	2.7	2.4	2	タイ	(2)	4.7	1.1
3	米国	(3)	3.1	△ 0.4	3	米国	(2)	2.7	△ 1.1	2	西欧	(2)	2.7	△ 1.3	3	米国	(3)	3.8	0.5
4	西欧	(4)	2.7	0.2	4	香港	(6)	2.2	0.9	4	米国	(3)	2.5	△ 0.5	4	西欧	(4)	2.2	1.8
5	韓国	(7)	1.8	0.8	5	シンガポール	(4)	1.6	△ 0.4	5	タイ	(5)	2.2	0.2	5	タイ	(4)	2.2	1.8
6	ベトナム	(6)	1.6	0.3	5	タイ	(5)	1.6	△ 0.2	6	香港	(3)	1.8	△ 1.2	6	ベトナム	(5)	2.0	0.8
7	インド	(5)	1.6	0.1	7	インド	(6)	1.3	0.0	6	シンガポール	(6)	1.8	0.3	7	インド	(6)	2.0	0.5
8	シンガポール	(11)	1.3	0.8	8	中・東欧	(10)	0.7	0.2	7	インド	(10)	1.8	1.0	8	台湾	(13)	1.6	0.6
9	台湾	(7)	1.1	0.1	9	台湾	(8)	0.4	△ 0.4	8	台湾	(9)	1.1	0.1	9	韓国	(8)	1.6	0.7
10	インドネシア	(16)	1.1	0.8	9	ベトナム	(11)	0.4	0.1	9	ベトナム	(10)	1.1	0.3	10	インドネシア	(11)	1.3	0.0
11	マレーシア	(9)	0.7	△ 0.1	9	ブラジル	(8)	0.4	△ 0.4	11	インドネシア	(10)	0.7	△ 0.1	11	香港	(11)	1.1	△ 0.2
12	中東	(16)	0.7	0.4	9	ロシア・CIS	(11)	0.4	0.1	11	ロシア・CIS	(14)	0.7	0.2	12	カナダ	(19)	1.1	1.1
13	香港	(11)	0.4	△ 0.1	13	韓国	(11)	0.2	△ 0.1	13	カナダ	(17)	0.4	0.4	13	マレーシア	(6)	0.7	1.8
14	フィリピン	(18)	0.4	0.4	13	インドネシア	(17)	0.2	0.2	13	中・東欧	(8)	0.4	△ 1.1	14	マレーシア	(6)	0.7	1.8
15	ブラジル	(9)	0.4	△ 0.4	13	その他中南米	-	0.2	-	13	中東	(17)	0.4	0.4	15	マレーシア	(6)	0.7	1.8
16	中・東欧	(11)	0.4	△ 0.1	13	中東	(11)	0.2	△ 0.1	13	韓国	(10)	0.2	△ 0.6	16	中東	(16)	0.2	△ 0.3
17	カナダ	(18)	0.2	0.2	13	アフリカ	-	0.2	-	16	マレーシア	(6)	0.2	△ 1.3	17	中東	(16)	0.2	△ 0.3
18	メキシコ	(11)	0.2	△ 0.3	18	マレーシア	(11)	0.0	△ 0.3	16	メキシコ	(14)	0.2	△ 0.3	18	メキシコ	(9)	0.0	1.5
19	ロシア・CIS	(11)	0.2	△ 0.3	18	フィリピン	(17)	0.0	0.0	19	フィリピン	(17)	0.0	0.0	19	フィリピン	(18)	0.4	0.1
20	その他中南米	-	0.0	-	18	カナダ	(11)	0.0	△ 0.3	19	その他中南米	-	0.0	-	20	その他中南米	-	0.0	-
21	アフリカ	-	0.0	-	18	メキシコ	(17)	0.0	0.0	19	アフリカ	-	0.0	-	21	アフリカ	-	0.0	-

〔注〕 08年度調査では「その他中南米」、「アフリカ」の選択肢がなかったため、上記表の「その他中南米」ならびに「アフリカ」の「08年度順位」、「08年度からの変化」欄が全てブランクになっている。

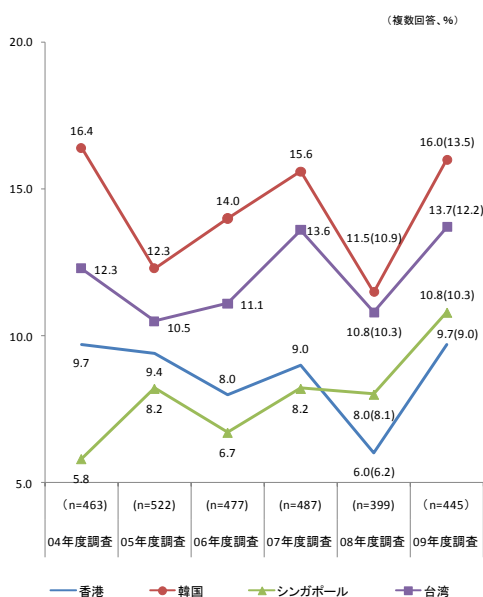
販売機能を拡大する国・地域をみると、着々と高まりつつあったブラジルやロシア・CIS
 で一服感がみられる。他方、BRICs 諸国の中でも、中国は拡大した。アジア NIEs が全て 07
 年度の水準以上に回復したほか、インドネシアやベトナムでも上昇傾向が見受けられるなど、
 日本企業の販売ターゲットとして、アジア諸国・地域に注目が集まっている。

図表 II -39 販売機能を拡大する国・地域(製造業、商社・卸・小売)

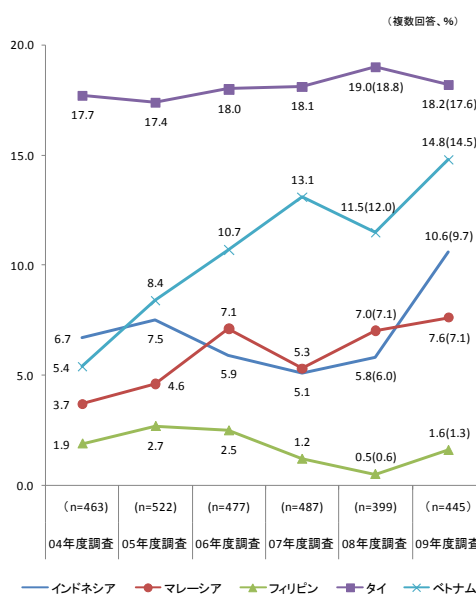
<BRICs 諸国>



<アジア NIEs>



<ASEAN5>

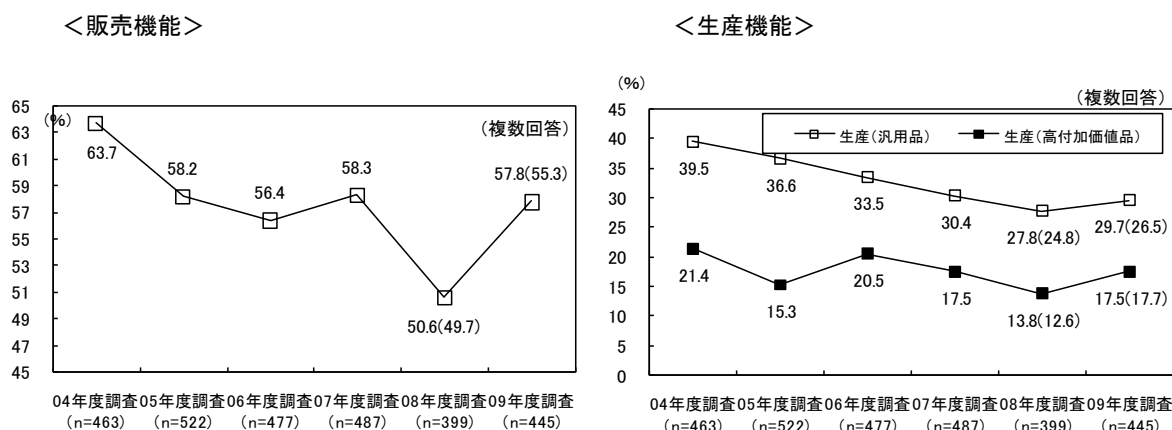


〔注1〕 海外の機能を拡大する企業全体に対する比率。

〔注2〕 08年度および09年度調査のカッコ内の数値は、非製造業を含めた全企業の数値。それぞれの母集団(n)は、08年度が467、09年度が524。

中国では、販売や生産機能の拡大志向が趨勢的に低下傾向にあったものの、下げ止まった様相を呈している。とりわけ販売機能については、「精密機器」や「情報通信機械器具/電子部品・デバイス」などの業種を中心におよそ6割が拡大方針を示しており、他国・地域と比較して圧倒的な高水準に位置している。

図表 II - 40 中国で拡大する機能(時系列比較)



[注1] 時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

[注2] 海外の機能を拡大する企業全体に対する比率。

[注3] 08年度および09年度調査のカッコ内の数値は、非製造業を含めた全企業の数値。それぞれの母集団(n)は、08年度が467、09年度が524。

図表 II - 41 中国で販売・生産機能を拡大する企業の割合が高い業種

販売

順位	業種	回答社数(n)	比率(%)
1	精密機器	19	89.5
2	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	13	84.6
3	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	17	82.4
4	医療品・化粧品	16	81.3
5	その他の非製造業	24	79.2
合計		405	71.6
製造業計		264	71.2
商社・卸・小売		97	71.1
非製造業(商社・卸・小売を除く)計		44	75.0

生産(汎用品)

順位	業種	回答社数(n)	比率(%)
1	精密機器	15	93.3
2	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	7	85.7
3	商社・卸売	23	78.3
4	飲食料品	17	70.6
4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	17	70.6
合計		211	65.9
製造業計		175	64.6
商社・卸・小売		26	73.1
非製造業(商社・卸・小売を除く)計		10	70.0

生産(高付加価値品)

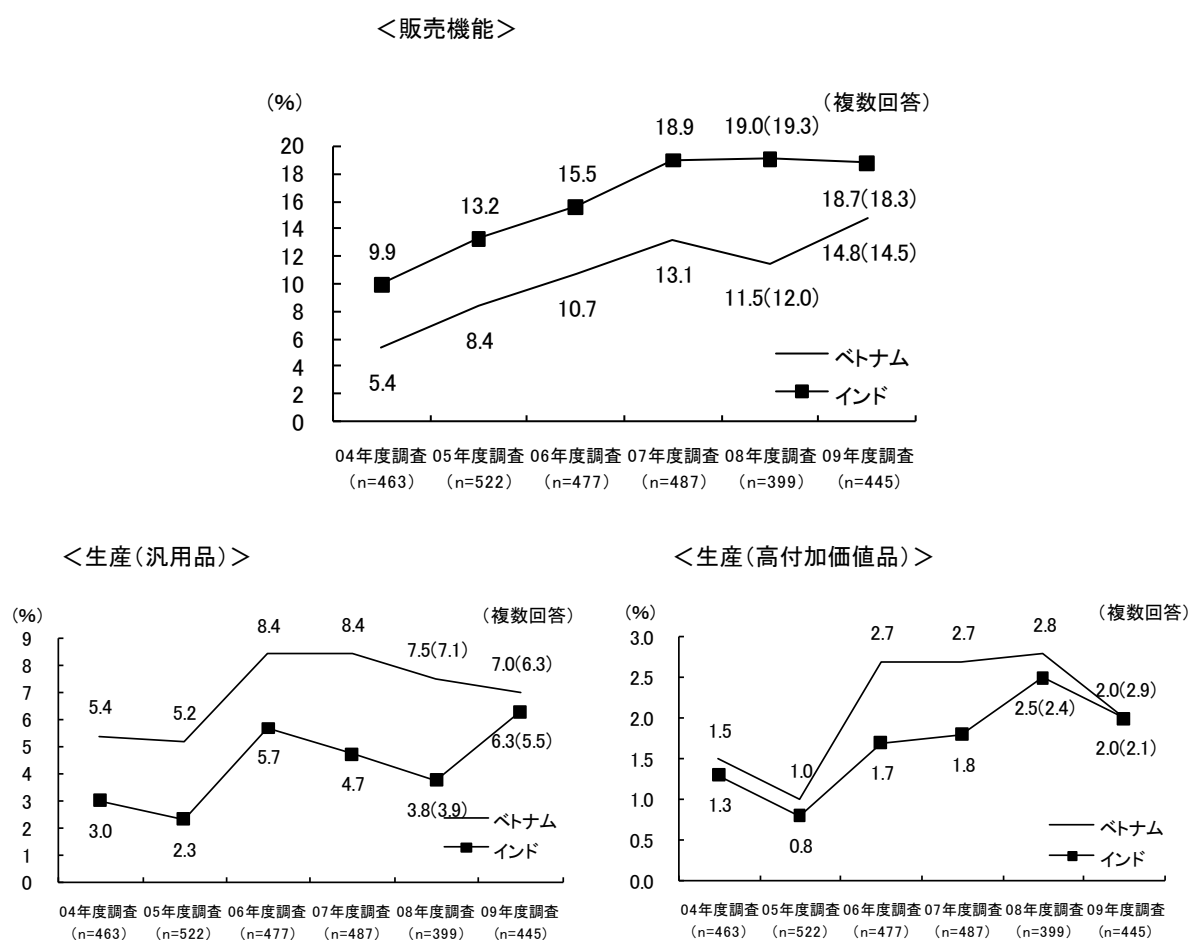
順位	業種	回答社数(n)	比率(%)
1	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	8	87.5
2	電気機械	12	83.3
3	化学	16	81.3
4	商社・卸売	15	73.3
5	飲食料品	10	70.0
合計		140	66.4
製造業計		99	66.7
商社・卸・小売		16	75.0
非製造業(商社・卸・小売を除く)計		25	60.0

[注1] 海外で販売、生産機能を拡大すると回答した企業に対する比率。

[注2] 回答社数が5社以上の業種の上位5位までを表示。

ベトナムやインドで販売機能の拡大意欲が強まっている。特にインドについて、販売機能の拡大方針を採る企業の比率は全体の2割近くに達しており、前年調査に引き続き、中国、米国に次ぐ第3位に位置している。販売機能を拡大する業種としては、ベトナムでは「専門サービス」のほか「精密機械」、インドでは「精密機械」のほか「一般機械」や「電気機械」が上位を占める。生産機能は、低下傾向にあったインドの汎用品が増加に転じた。業種別には、「一般機械」や「自動車/自動車部品/その他輸送機器」などで拡大志向が強い。

図表Ⅱ-42 ベトナム、インドで拡大する機能(時系列比較)



[注1] 時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

[注2] 海外の機能を拡大する企業全体に対する比率。

[注3] 08年度および09年度調査のカッコ内の数値は、非製造業を含めた全企業の数値。それぞれの母集団(n)は、08年度が467、09年度が524。

図表 II -43 ベトナム、インドで販売機能を拡大する主要業種

<販売機能>

ベトナム

順位	業種	回答社数(n)	比率(%)
1	専門サービス	5	40.0
2	精密機器	19	26.3
3	化学	28	25.0
4	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	17	23.5
5	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	13	23.1
合計		405	18.8
製造業計		264	18.9
商社・卸・小売		97	16.5
非製造業(商社・卸・小売を除く)計		44	22.7

インド

順位	業種	回答社数(n)	比率(%)
1	精密機器	19	47.4
2	一般機械	23	43.5
2	電気機械	23	43.5
4	自動車/自動車部品/その他輸送機器	19	42.1
5	その他の非製造業	24	41.7
合計		405	23.7
製造業計		264	24.6
商社・卸・小売		97	18.6
非製造業(商社・卸・小売を除く)計		44	29.5

[注1] 海外で販売機能を拡大すると回答した企業に対する比率。

[注2] 回答社数が5社以上の業種の上位5位までを表示。

図表 II -44 ベトナム、インドで生産機能(汎用品、高付加価値品)を拡大する主要業種

<生産(汎用品)>

ベトナム

順位	業種	回答社数(n)	比率(%)
1	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	17	47.1
2	その他の製造業	8	25.0
3	繊維・織物/アパレル	9	22.2
3	化学	18	22.2
5	精密機器	15	20.0
合計		211	15.6
製造業計		175	15.4
商社・卸・小売		26	15.4
非製造業(商社・卸・小売を除く)計		10	20.0

インド

順位	業種	回答社数(n)	比率(%)
1	一般機械	15	33.3
2	自動車/自動車部品/その他輸送機器	22	31.8
3	化学	18	22.2
4	精密機器	15	20.0
5	その他の非製造業	7	14.3
合計		211	13.7
製造業計		175	13.7
商社・卸・小売		26	15.4
非製造業(商社・卸・小売を除く)計		10	10.0

<生産(高付加価値品)>

ベトナム

順位	業種	回答社数(n)	比率(%)
1	建設	5	40.0
2	自動車/自動車部品/その他輸送機器	16	18.8
3	その他の非製造業	13	15.4
4	商社・卸売	15	13.3
5	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	8	12.5
5	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	8	12.5
合計		140	10.7
製造業計		99	7.1
商社・卸・小売		16	12.5
非製造業(商社・卸・小売を除く)計		25	24.0

インド

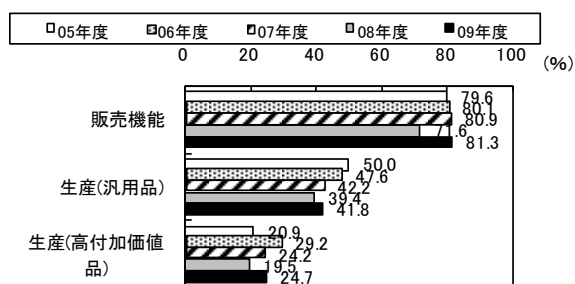
順位	業種	回答社数(n)	比率(%)
1	化学	16	25.0
2	建設	5	20.0
3	自動車/自動車部品/その他輸送機器	16	12.5
4	電気機械	12	8.3
5	その他の非製造業	13	7.7
合計		140	7.9
製造業計		99	8.1
商社・卸・小売		16	6.3
非製造業(商社・卸・小売を除く)計		25	8.0

[注1] 海外で生産機能を拡大すると回答した企業全体に対する比率。

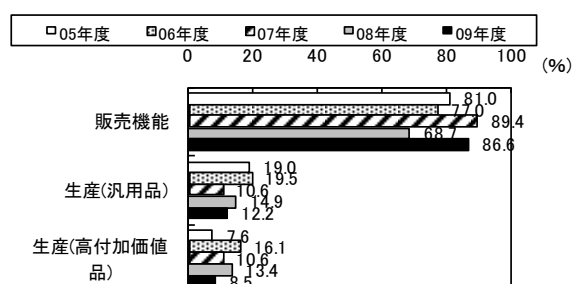
[注2] 回答者数が5社以上の業種の上位5位までを表示。

図表Ⅱ-45 国・地域別にみた拡大する機能(時系列比較) (複数回答)

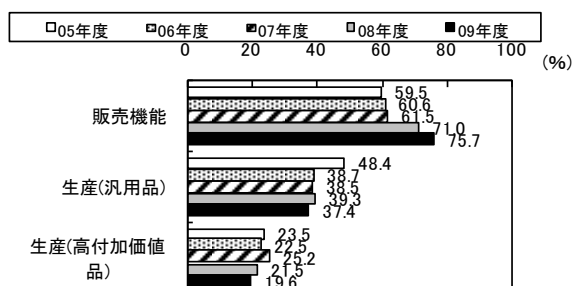
<中国>



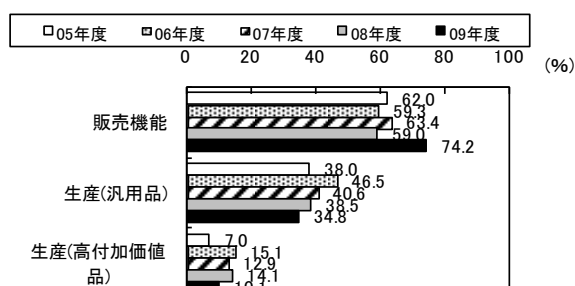
<韓国>



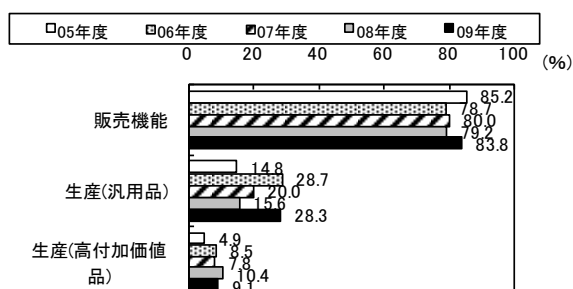
<タイ>



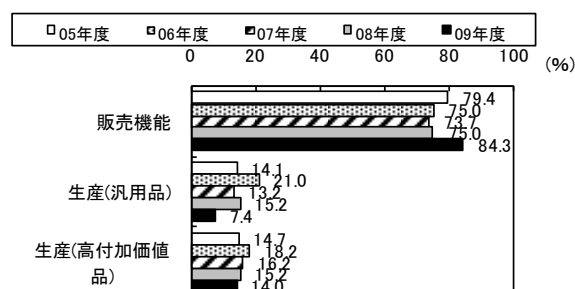
<ベトナム>



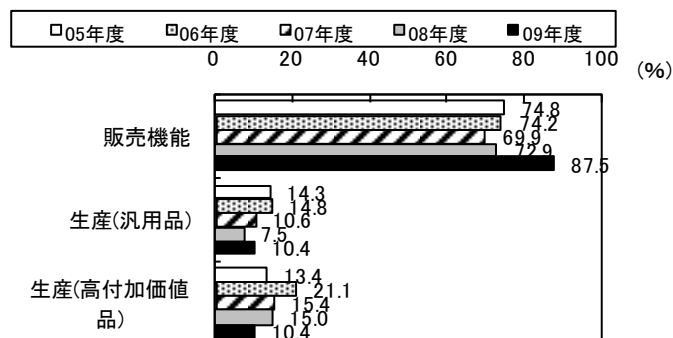
<インド>



<米国>



<西欧>



[注1]時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

[注2]回答のあった国・地域別の企業数全体に対する比率。

国・地域別に拡大する機能をみると、「販売機能」と回答した企業が多い国・地域の上位は、ロシア・CISが94.4%（34社）、カナダが93.8%（15社）、中東が89.7%（35社）となった。

「販売機能」以外の機能で、拡大すると回答した企業の割合が3割を超える機能、国・地域は、「生産（汎用品）」機能では、フィリピンが40.0%（6社）、中国が37.9%（139社）、タイが33.3%（41社）、マレーシアが31.1%（14社）、ベトナムが30.8%（33社）となった。

さらに「生産（高付加価値品）」機能を拡大する国・地域は、カナダが31.3%（5社）となった。

図表Ⅱ-46 国・地域別に見た拡大する機能(国別)

(複数回答、%)

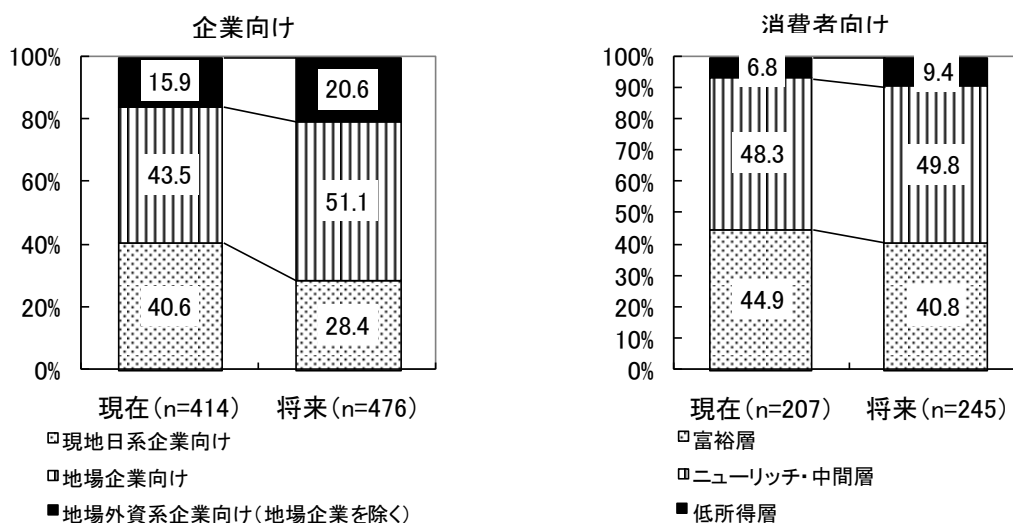
	回答社数	販売機能	生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(基礎研究)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)	地域統括機能	物流機能	その他
中国	367	79.0	37.9	25.3	4.1	9.5	15.8	6.8	14.7	3.3
香港	58	81.0	6.9	10.3	3.4	6.9	6.9	19.0	17.2	-
台湾	78	82.1	14.1	10.3	1.3	11.5	9.0	2.6	7.7	1.3
韓国	82	86.6	12.2	8.5	3.7	2.4	9.8	1.2	1.2	2.4
シンガポール	74	73.0	10.8	4.1	1.4	2.7	9.5	13.5	10.8	2.7
タイ	123	74.8	33.3	20.3	0.8	9.8	14.6	7.3	9.8	1.6
マレーシア	45	82.2	31.1	6.7	2.2	6.7	6.7	-	4.4	-
インドネシア	67	76.1	23.9	9.0	1.5	4.5	9.0	1.5	7.5	4.5
フィリピン	15	46.7	40.0	13.3	-	6.7	13.3	-	-	-
ベトナム	107	71.0	30.8	14.0	2.8	4.7	9.3	1.9	9.3	3.7
インド	116	82.8	25.0	9.5	0.9	2.6	7.8	5.2	8.6	2.6
米国	134	82.8	7.5	14.9	2.2	9.7	12.7	9.7	9.0	2.2
カナダ	16	93.8	6.3	31.3	-	12.5	6.3	-	12.5	-
メキシコ	10	80.0	20.0	-	-	10.0	10.0	-	20.0	-
ブラジル	53	71.7	15.1	-	-	7.5	3.8	3.8	24.5	-
その他中南米	17	76.5	5.9	5.9	-	-	-	5.9	-	5.9
西欧	105	85.7	9.5	9.5	3.8	11.4	11.4	14.3	12.4	2.9
中・東欧	36	86.1	19.4	22.2	-	5.6	8.3	8.3	11.1	-
ロシア・CIS	38	94.4	11.1	2.6	2.8	5.6	5.6	5.6	8.3	-
中東	39	89.7	10.3	12.8	-	2.6	7.7	2.6	5.1	2.6
アフリカ	17	82.4	-	5.9	-	-	-	5.9	-	5.9
その他	16	43.8	37.5	12.5	-	6.3	12.5	6.3	6.3	12.5

5. 途上国開拓におけるターゲットと価格帯

海外で「販売機能」を拡大すると回答した405社に、途上国市場開拓におけるターゲット層と商品の価格帯を尋ねた。回答総数ベース（無回答を除く）でみると、企業向けでは、地場企業向け販売を拡大する姿勢が鮮明となった。他方、消費者向けでは、今後ともニューリッチ・中間層を重視する傾向が強いが、低所得者層に目を向ける企業も増加している。

07年度調査との比較が可能な製造業、商社・卸・小売の傾向をみても、企業向けでは地場企業向け販売を、また消費者向けでは低所得者層を、将来のターゲットとして重視する企業が増えている。

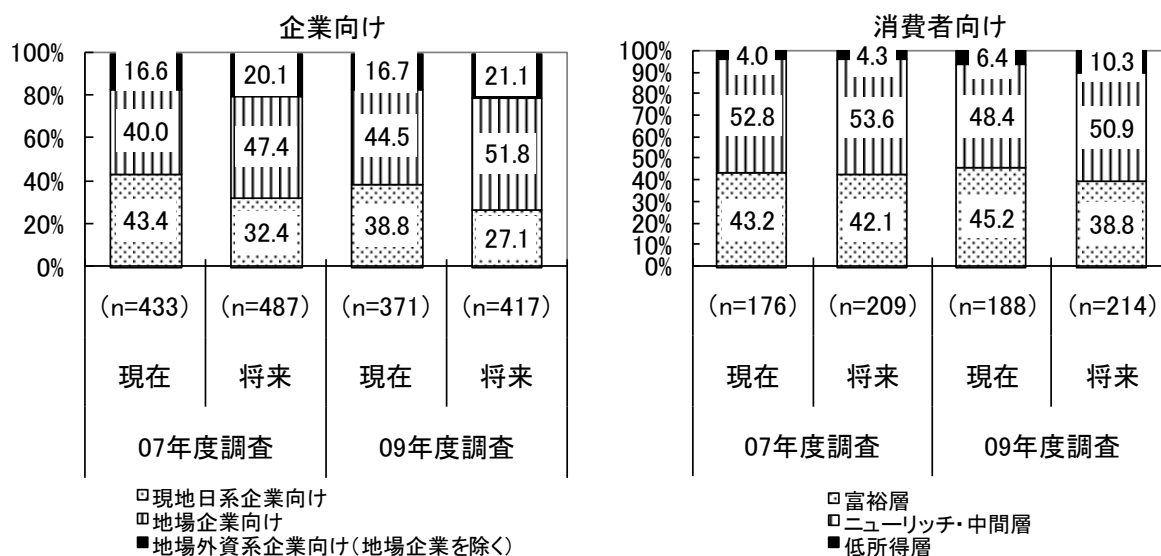
図表Ⅱ-47 新興・途上国地域市場開拓においてターゲットとする企業層（複数回答）



〔注〕 不明・無回答を除く回答総数ベース。

図表Ⅱ-48 新興・途上国地域市場開拓においてターゲットとする企業層（複数回答）

——07年度と09年度調査の比較

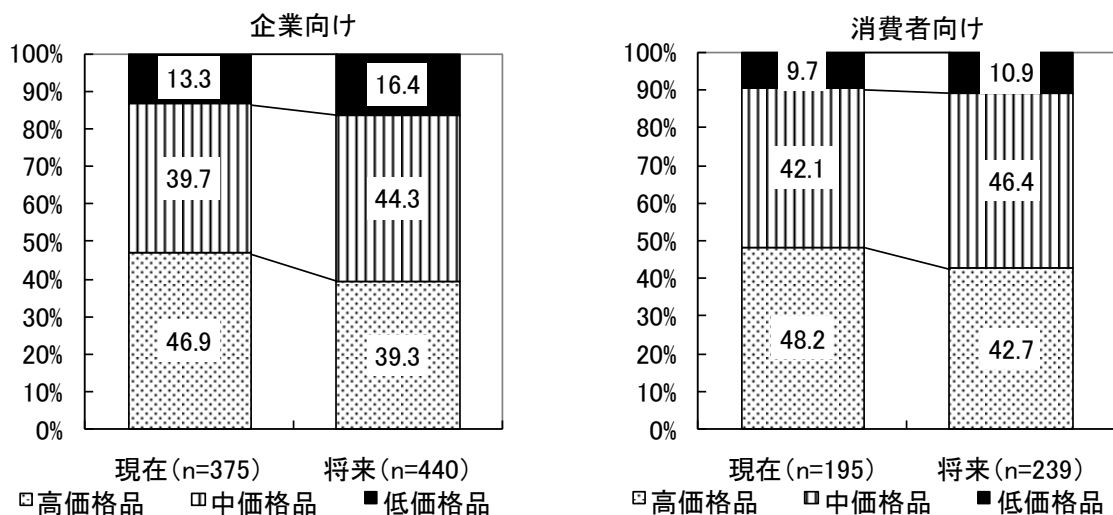


〔注1〕 時系列比較は、07年度調査からの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

〔注2〕 不明・無回答を除く回答総数ベース。

価格帯では、企業向けおよび消費者向けとも中・低価格品をターゲットとするとの回答が最も多かった。07年度調査との比較が可能な製造業、商社・卸・小売の傾向をみると、07年度調査では高価格品と回答した企業が半数を超えたが、今回の調査では将来にわたって中・低価格品が高価格品を上回った。

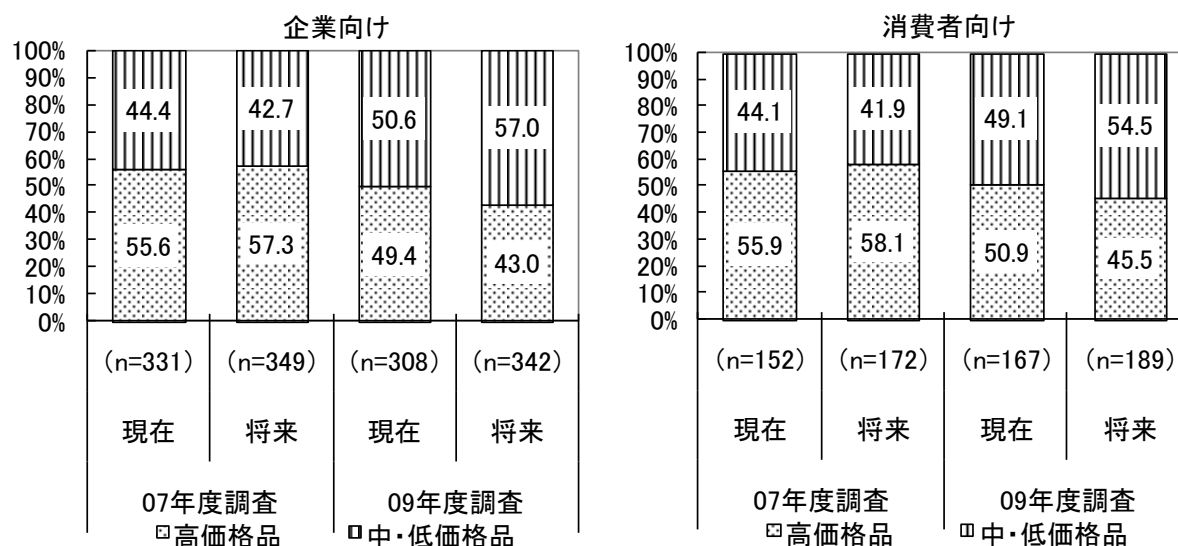
図表Ⅱ-49 新興・途上国地域市場開拓においてターゲットとする価格帯(複数回答)



〔注〕 不明・無回答を除く回答総数ベース。

図表Ⅱ-50 新興・途上国地域市場開拓においてターゲットとする価格帯(複数回答)

——07年度と09年度調査の比較



〔注1〕 時系列比較は、07年度調査からの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

〔注2〕 不明・無回答を除く回答総数ベース。

図表 II - 51 企業向けのターゲットと価格帯(現在)(企業属性別)

(%)

	社数	ターゲット			価格帯		
		現地日系企業向け	地場企業向け	地場外資系企業向け(地場企業を除く)	高価格品	中価格品	低価格品
総計	405	41.5	44.4	16.3	43.5	36.8	12.3
大企業	178	45.5	43.3	18.5	45.5	39.3	12.4
中小企業	227	38.3	45.4	14.5	41.9	34.8	12.3
製造業	264	40.5	43.9	18.9	43.2	37.1	11.4
海外生産製造業	164	49.4	45.7	25.0	49.4	40.9	11.0
国内製造業	100	26.0	41.0	9.0	33.0	31.0	12.0
商社・卸・小売	97	38.1	50.5	12.4	39.2	39.2	15.5
非製造業(商社・卸・小売を除く)	44	54.5	34.1	9.1	54.5	29.5	11.4
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	141	43.3	45.4	11.3	44.0	36.2	14.2
飲食料品	28	18.4	15.8	2.6	18.8	18.8	8.3
繊維・織物/アパレル	11	36.4	9.1	9.1	36.4	9.1	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	9	33.3	44.4	11.1	22.2	44.4	-
化学	28	67.9	71.4	35.7	67.9	57.1	17.9
医薬品・化粧品	18	6.3	43.8	-	37.5	12.5	6.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	17	58.8	29.4	23.5	35.3	41.2	11.8
窯業・土石	9	66.7	55.6	22.2	44.4	33.3	22.2
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	17	47.1	35.3	23.5	41.2	41.2	5.9
一般機械	23	39.1	73.9	21.7	69.6	30.1	4.3
電気機械	23	26.1	34.8	17.4	39.1	39.1	8.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	13	53.8	53.8	23.1	61.5	69.2	23.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	19	68.4	47.4	36.8	52.6	47.4	21.1
精密機器	19	36.8	63.2	31.6	36.8	52.6	26.3
その他の製造業	22	31.8	40.9	9.1	45.5	27.3	9.1
商社・卸売	88	40.9	53.4	13.6	40.9	40.9	17.0
小売	9	11.1	22.2	-	22.2	22.2	-
建設	3	66.7	33.3	-	66.7	-	33.3
運輸	6	50.0	16.7	-	33.3	50.0	16.7
金融・保険	1	100.0	-	-	100.0	100.0	-
専門サービス	5	40.0	-	-	20.0	20.0	-
電気・ガス・水道	1	-	100.0	-	100.0	-	-
情報通信サービス	4	75.0	-	-	50.0	-	25.0
その他の非製造業	24	54.2	59.0	16.7	62.5	33.3	8.3

図表 II - 52 消費者向けのターゲットと価格帯(現在)(企業属性別)

(%)

	社数	ターゲット			価格帯		
		富裕層	ニューリッチ・中間層	低所得層	高価格品	中価格品	低価格品
総計	405	23.0	24.7	3.5	23.2	20.2	4.7
大企業	178	24.7	26.4	5.1	24.7	23.0	5.1
中小企業	227	21.6	23.3	2.2	22.0	18.1	4.4
製造業	264	25.0	27.7	4.2	25.0	22.7	4.5
海外生産製造業	164	23.8	28.0	5.5	26.2	23.2	4.9
国内製造業	100	27.0	27.0	2.0	23.0	22.0	4.0
商社・卸・小売	97	19.6	18.6	1.0	19.6	15.5	4.1
非製造業(商社・卸・小売を除く)	44	18.2	20.5	4.5	20.5	15.9	6.8
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	141	19.1	19.1	2.1	19.9	15.6	5.0
飲食料品	28	50.0	47.4	5.3	47.4	36.8	2.6
繊維・織物/アパレル	11	54.5	36.4	-	54.5	36.4	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	9	22.2	22.2	11.1	22.2	11.1	11.1
化学	28	14.3	17.9	3.6	17.9	10.7	3.6
医薬品・化粧品	18	43.8	43.8	12.5	37.5	31.3	12.5
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	17	11.8	23.5	-	11.8	17.6	-
窯業・土石	9	22.2	22.2	-	22.2	22.2	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	17	17.6	29.4	5.9	23.5	29.4	-
一般機械	23	8.7	26.1	-	8.7	17.4	4.3
電気機械	23	30.4	21.7	8.7	26.1	26.1	13.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	13	15.4	7.7	-	7.7	7.7	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	19	21.1	21.1	-	21.1	21.1	-
精密機器	19	19.5	19.5	-	19.5	19.5	-
その他の製造業	22	18.2	36.4	9.1	27.3	27.3	13.6
商社・卸売	88	17.0	17.0	1.1	18.2	14.8	3.4
小売	9	44.4	33.3	-	33.3	22.2	11.1
建設	3	-	33.3	-	33.3	-	-
運輸	6	16.7	16.7	-	16.7	16.7	16.7
金融・保険	1	-	-	-	-	-	-
専門サービス	5	-	-	-	-	-	-
電気・ガス・水道	1	-	-	-	-	-	-
情報通信サービス	4	25.0	25.0	-	25.0	25.0	-
その他の非製造業	24	25.0	25.0	8.3	25.0	20.8	8.3

図表 II - 53 企業向けのターゲットと価格帯(将来)(企業属性別)

(%)

	社数	ターゲット			価格帯		
		現地日系企業向け	地場企業向け	地場外資系企業向け(地場企業を除く)	高価格品	中価格品	低価格品
総計	405	33.3	60.0	24.2	42.7	48.1	17.8
大企業	178	38.2	56.2	26.4	45.5	51.1	17.4
中小企業	227	29.5	63.0	22.5	40.5	45.8	18.1
製造業	264	29.5	59.8	26.1	42.0	47.7	18.9
海外生産製造業	164	34.8	65.2	32.9	45.7	53.0	21.3
国内製造業	100	21.0	51.0	15.0	36.0	39.0	15.0
商社・卸・小売	97	36.1	59.8	19.6	37.1	50.5	16.5
非製造業(商社・卸・小売を除く)	44	50.0	61.4	22.7	59.1	45.5	13.6
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	141	40.4	60.3	20.6	44.0	48.9	15.6
飲食料品	38	7.9	26.3	10.5	15.8	23.7	5.3
繊維・織物/アパレル	11	36.4	27.3	9.1	36.4	27.3	-
木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ	9	33.3	55.6	11.1	33.3	33.3	11.1
化学	28	46.4	89.3	50.0	60.7	75.0	28.6
医薬品・化粧品	16	6.3	43.8	6.3	37.5	25.0	12.5
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	17	35.3	47.1	41.2	52.9	58.8	11.8
窯業・土石	9	44.4	77.8	33.3	44.4	77.8	22.2
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	17	35.3	47.1	41.2	41.2	47.1	5.9
一般機械	23	30.4	87.0	30.4	60.9	65.2	21.7
電気機械	23	21.7	56.5	17.4	47.8	47.8	8.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	13	30.8	69.2	38.5	30.8	61.5	53.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器	19	57.9	73.7	42.1	52.6	63.2	31.6
精密機器	19	42.1	84.2	26.3	42.1	47.4	47.4
その他の製造業	22	13.6	59.1	9.1	36.4	27.3	13.6
商社・卸売	88	37.5	63.6	20.5	38.6	52.3	18.2
小売	9	22.2	22.2	11.1	22.2	33.3	-
建設	3	66.7	66.7	33.3	66.7	33.3	33.3
運輸	6	33.3	16.7	-	33.3	33.3	16.7
金融・保険	1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-
専門サービス	5	40.0	60.0	20.0	40.0	40.0	-
電気・ガス・水道	1	-	100.0	-	100.0	-	-
情報通信サービス	4	75.0	75.0	-	100.0	75.0	-
その他の非製造業	24	50.0	66.7	29.2	58.3	45.8	16.7

図表 II - 54 消費者向けのターゲットと価格帯(将来)(企業属性別)

(%)

	社数	ターゲット			価格帯		
		富裕層	ニューリッチ・中間層	低所得層	高価格品	中価格品	低価格品
総計	405	24.7	30.1	5.7	25.2	27.4	6.4
大企業	178	24.2	33.7	8.4	25.3	32.0	9.0
中小企業	227	25.1	27.3	3.5	25.1	23.8	4.4
製造業	264	24.2	31.8	6.8	25.0	28.0	7.6
海外生産製造業	164	23.8	33.5	8.5	26.2	29.9	9.1
国内製造業	100	25.0	29.0	4.0	23.0	25.0	5.0
商社・卸・小売	97	19.6	25.8	4.1	20.6	23.7	4.1
非製造業(商社・卸・小売を除く)	44	38.6	29.5	2.3	36.4	31.8	4.5
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	141	25.5	27.0	3.5	25.5	26.2	4.3
飲食料品	38	50.0	63.2	7.9	44.7	57.9	5.3
繊維・織物/アパレル	11	36.4	54.5	18.2	36.4	54.5	18.2
木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ	9	33.3	11.1	11.1	33.3	11.1	11.1
化学	28	10.7	25.0	7.1	14.3	17.9	7.1
医薬品・化粧品	16	43.8	37.5	6.3	43.8	31.3	6.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	17	11.8	23.5	5.9	17.6	11.8	5.9
窯業・土石	9	33.3	22.2	-	22.2	22.2	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	17	11.8	29.4	5.9	23.5	17.6	5.9
一般機械	23	8.7	30.4	-	13.0	21.7	4.3
電気機械	23	30.4	30.4	8.7	26.1	39.1	8.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	13	-	7.7	7.7	-	7.7	7.7
自動車/自動車部品/その他輸送機器	19	21.1	21.1	-	21.1	21.1	5.3
精密機器	19	10.5	15.8	5.3	10.5	15.8	10.5
その他の製造業	22	27.3	31.8	13.6	31.8	27.3	13.6
商社・卸売	88	17.0	19.3	3.4	18.2	20.5	3.4
小売	9	44.4	88.9	11.1	44.4	55.6	11.1
建設	3	33.3	33.3	-	33.3	33.3	-
運輸	6	16.7	16.7	-	16.7	16.7	16.7
金融・保険	1	100.0	-	-	100.0	100.0	-
専門サービス	5	40.0	20.0	-	20.0	40.0	-
電気・ガス・水道	1	-	-	-	-	-	-
情報通信サービス	4	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-
その他の非製造業	24	41.7	33.3	4.2	41.7	29.2	4.2

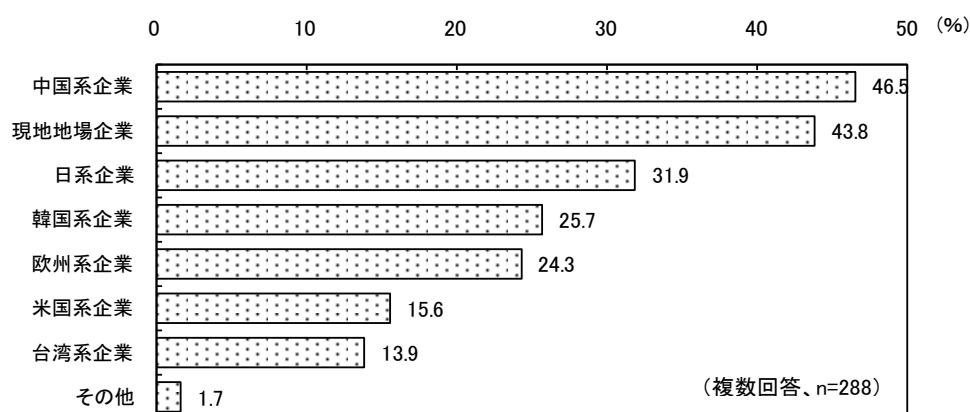
6. 中・低価格品をターゲットとする企業の競合相手と直面する問題点・課題

新興・途上国地域市場で、現在もしくは将来のターゲットとして中・低価格の製品／サービスを販売・提供すると回答した企業（288社）に対し、現時点で最大の競合相手を尋ねた。

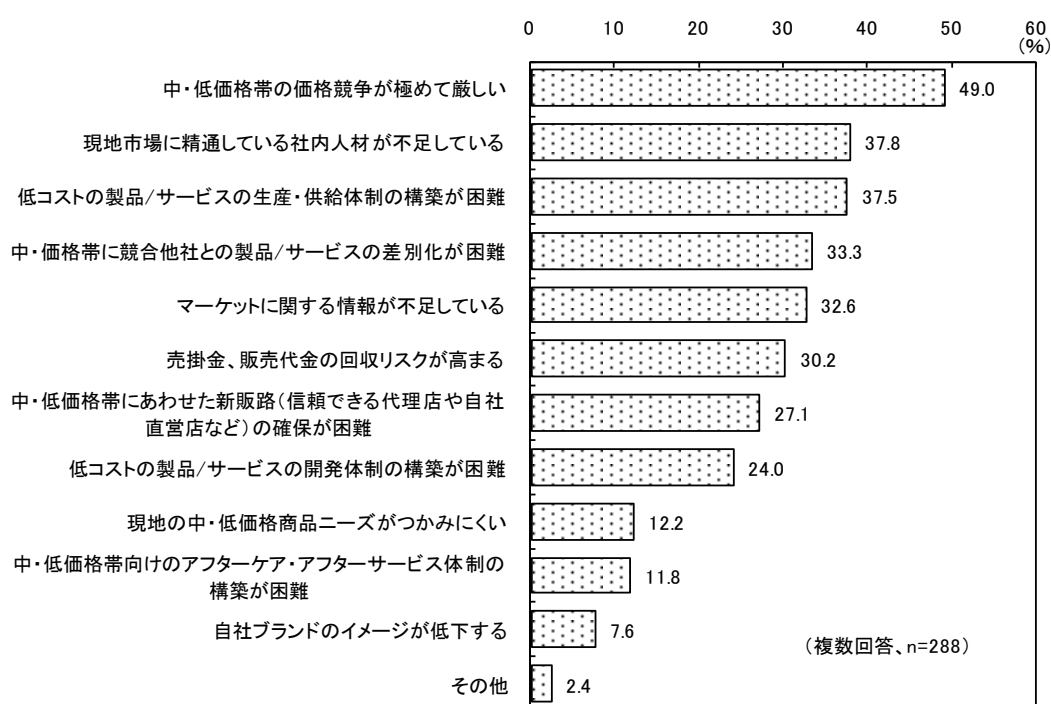
最大の競合相手は、「中国系企業」が46.5%（134社）で、次いで「現地地場企業」が43.8%（126社）となった。

さらに、直面する問題点・課題について尋ねたところ、「中・低価格帯の価格競争が極めて厳しい」が49.0%（141社）と最も多い。それに、「現地市場に精通している社内人材が不足している」（37.8%、109社）や「低コストの製品/サービスの生産・供給体制の構築が困難」（37.5%、108社）など、価格面のみならず、人材や供給体制面での課題を挙げる企業が多くみられた。

図表Ⅱ-55 中・低価格品をターゲットとする企業の競合相手



図表Ⅱ-56 中・低価格品をターゲットとする企業が直面する問題点・課題



図表 II - 57 中・低価格品をターゲットとする企業の競合相手(企業属性別)

	社数	現地地場企業	米国系企業	欧州系企業	日系企業	韓国系企業	中国系企業	台湾系企業	その他
総計	288	43.8	15.6	24.3	31.9	25.7	46.5	13.9	1.7
大企業	134	51.5	19.4	29.1	34.3	26.1	50.0	14.9	0.7
中小企業	154	37.0	12.3	20.1	29.9	25.3	43.5	13.0	2.6
製造業	192	45.3	15.6	27.1	29.7	28.6	51.0	17.2	1.6
海外生産製造業	131	48.1	16.8	29.0	30.5	29.0	53.4	16.8	1.5
国内製造業	61	39.3	13.1	23.0	27.9	27.9	45.9	18.0	1.6
商社・卸・小売	70	41.4	15.7	20.0	35.7	20.0	40.0	8.6	-
非製造業(商社・卸・小売を除く)	26	38.5	15.4	15.4	38.5	19.2	30.8	3.8	7.7
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	96	40.6	15.6	18.8	36.5	19.8	37.5	7.3	2.1
飲食料品	25	48.0	16.0	20.0	28.0	8.0	28.0	16.0	4.0
繊維・織物/アパレル	7	85.7	-	-	14.3	42.9	57.1	28.6	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	5	20.0	-	-	-	-	20.0	-	-
化学	24	58.3	25.0	41.7	33.3	20.8	45.8	8.3	-
医薬品/化粧品	9	55.6	44.4	66.7	55.6	22.2	22.2	11.1	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	14	57.1	14.3	7.1	35.7	21.4	35.7	28.6	-
窯業/土石	8	37.5	-	37.5	27.5	50.0	37.5	25.0	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	12	41.7	8.3	8.3	33.3	33.3	75.0	16.7	-
一般機械	19	36.8	-	31.6	10.5	31.6	63.2	10.5	5.3
電気機械	16	31.3	12.5	37.5	25.0	50.0	68.8	12.5	-
情報通信機器/電子部品/デバイス	10	30.0	-	-	30.0	60.0	70.0	50.0	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	15	53.3	20.0	33.3	33.3	40.0	66.7	6.7	-
精密機器	17	29.4	29.4	41.2	35.3	23.5	52.9	23.5	-
その他の製造業	11	45.5	27.3	18.2	36.4	18.2	63.6	18.2	9.1
商社・卸売	63	38.1	12.7	17.5	36.5	22.2	41.3	9.5	-
小売	7	71.4	42.9	42.9	28.6	-	28.6	-	-
建設	2	50.0	-	-	50.0	-	-	-	-
運輸	3	33.3	-	-	66.7	-	33.3	-	-
金融/保険	1	-	-	-	100.0	-	100.0	-	-
専門サービス	3	33.3	33.3	33.3	66.7	33.3	33.3	-	33.3
電気/ガス/水道	-	-	-	-	-	-	-	-	-
情報通信サービス	3	66.7	-	-	-	-	66.7	-	-
その他の非製造業	14	35.7	21.4	21.4	28.6	28.6	21.4	7.1	7.1

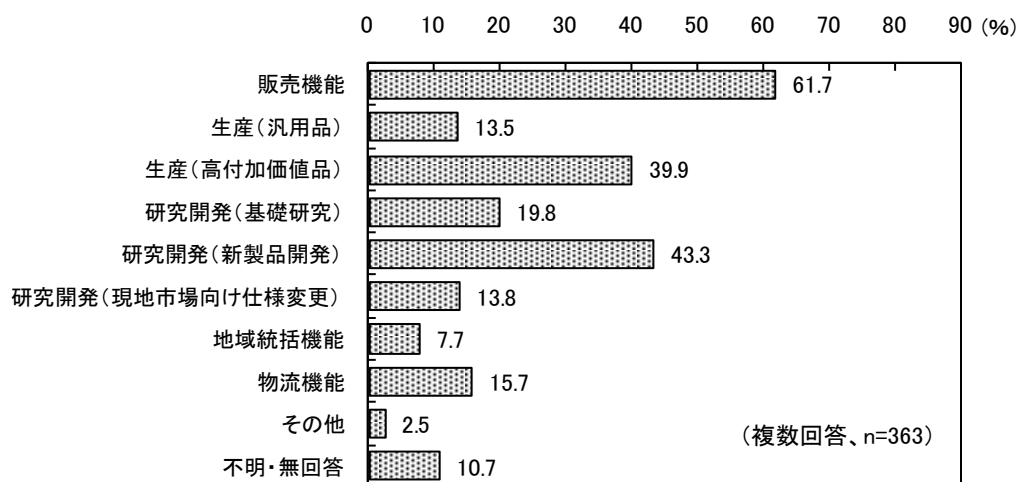
図表 II - 58 中・低価格品をターゲットとする企業が直面する問題点・課題(企業属性別)

	社数	低コストの製品の開発体制の構築が困難	低コストの製品の生産/供給体制の構築が困難	中・低価格帯にあわせて新販路(信頼できる代理店や自社直営店など)の確保が困難	売掛金、販売代金の回収リスクが高まる	中・低価格帯向けのアフターケア・アフターサービス体制の構築が困難	現地市場に精通している社内人材が不足している	中・価格帯に競合他社との製品/サービスの差別化が困難	マーケットに関する情報が不足している	現地の中・低価格帯ニーズがつかみにくい	自社ブランドのイメージが低下する	中・低価格帯の価格競争が極めて激しい	その他
総計	288	24.0	37.5	27.1	30.2	11.8	37.8	33.3	32.6	12.2	7.6	49.0	2.4
大企業	134	23.1	39.6	25.4	32.8	11.9	43.3	42.5	35.8	12.7	5.2	57.5	0.7
中小企業	154	24.7	35.7	28.6	27.9	11.7	33.1	25.3	29.9	11.7	9.7	41.6	3.9
製造業	192	28.6	41.7	23.4	26.0	12.0	37.0	33.3	33.9	12.5	10.4	52.1	2.6
海外生産製造業	131	27.5	40.5	16.8	29.0	12.2	35.9	38.9	31.3	10.7	11.5	58.8	2.3
国内製造業	61	31.1	44.3	37.7	19.7	11.5	39.3	21.3	39.3	16.4	8.2	37.7	3.3
商社・卸・小売	70	14.3	27.1	35.7	44.3	8.6	35.7	35.7	27.1	11.4	2.9	48.6	2.9
非製造業(商社・卸・小売を除く)	26	15.4	34.6	30.8	23.1	19.2	50.0	26.9	38.5	11.5	-	26.9	-
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	96	14.6	29.2	34.4	38.5	11.5	39.6	33.3	30.2	11.5	2.1	42.7	2.1
飲食料品	25	19.8	32.8	36.8	39.8	8.8	40.0	32.0	32.0	28.0	4.0	24.0	-
繊維・織物/アパレル	7	14.3	-	-	42.9	14.3	42.9	28.6	57.1	-	28.6	28.6	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	5	20.0	-	-	-	-	20.0	-	-	-	20.0	-	-
化学	24	29.2	41.7	16.7	29.2	8.3	41.7	45.8	25.0	4.2	16.7	54.2	-
医薬品/化粧品	9	14.3	66.6	33.3	22.2	14.3	33.3	33.3	11.1	11.1	66.6	50.0	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	14	21.4	42.9	42.9	21.4	14.3	28.6	28.6	21.4	7.1	50.0	-	
窯業/土石	8	37.5	62.5	12.5	37.5	37.5	75.0	62.5	62.5	12.5	50.0	-	
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	12	8.3	41.7	25.0	41.7	-	16.7	41.7	41.7	16.7	8.3	83.3	8.3
一般機械	19	42.1	67.9	26.3	21.1	21.1	42.1	26.3	32.6	21.1	10.5	72.7	5.3
電気機械	16	43.8	43.8	25.0	25.0	18.8	50.0	37.5	31.3	6.3	-	62.5	-
情報通信機器/電子部品/デバイス	10	30.0	60.0	40.0	40.0	30.0	30.0	20.0	20.0	10.0	10.0	20.0	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	15	40.0	46.7	13.3	13.3	6.7	53.3	26.7	33.3	6.7	13.3	73.3	6.7
精密機器	17	47.1	41.2	11.8	17.6	29.5	29.4	29.4	41.2	17.6	17.6	42.1	5.9
その他の製造業	11	27.3	27.3	18.2	27.3	-	36.4	36.4	18.2	9.1	45.5	9.1	-
商社・卸売	63	12.7	26.4	33.3	47.6	7.9	31.7	34.9	22.2	6.3	7.6	48.0	2.2
小売	7	28.6	42.9	57.1	14.3	14.3	71.4	42.9	71.4	57.1	14.3	71.4	-
建設	2	50.0	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-
運輸	3	-	-	-	-	-	33.3	33.3	-	-	-	100.0	-
金融/保険	1	-	-	-	100.0	-	100.0	-	100.0	-	-	-	-
専門サービス	3	33.3	66.7	33.3	-	66.7	66.7	-	33.3	-	-	-	-
電気/ガス/水道	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
情報通信サービス	3	-	33.3	66.7	66.7	-	66.7	33.3	100.0	33.3	-	-	-
その他の非製造業	14	14.3	28.6	28.6	14.3	14.3	42.9	39.7	28.6	7.1	-	28.6	-

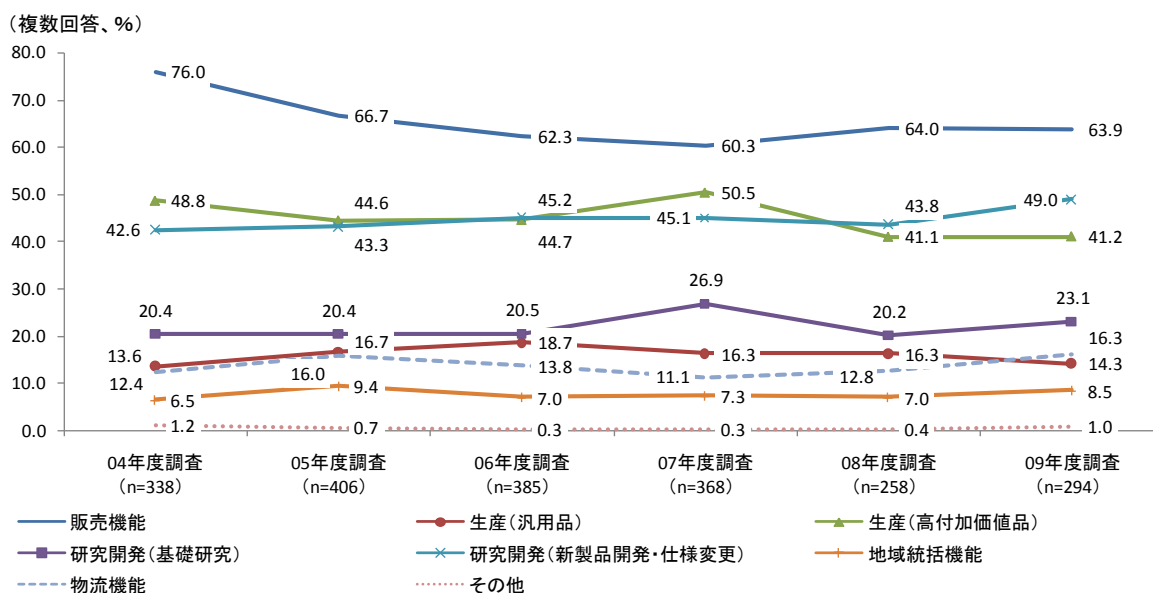
7. 国内で拡大する機能

日本で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業（363社）に、具体的にどのような機能の拡大を図る意向か尋ねたところ、「販売機能」が61.7%（224社）で最も割合が高く、以下「研究開発（新製品開発）」機能が43.3%（157社）、「生産（高付加価値品）」機能が39.9%（145社）と続いた。04年度調査からの推移をみると、「販売機能」、「生産（汎用品）」が微減となった。

図表Ⅱ-59 国内で拡大する機能(全体)



図表Ⅱ-60 国内で拡大する機能(時系列比較)

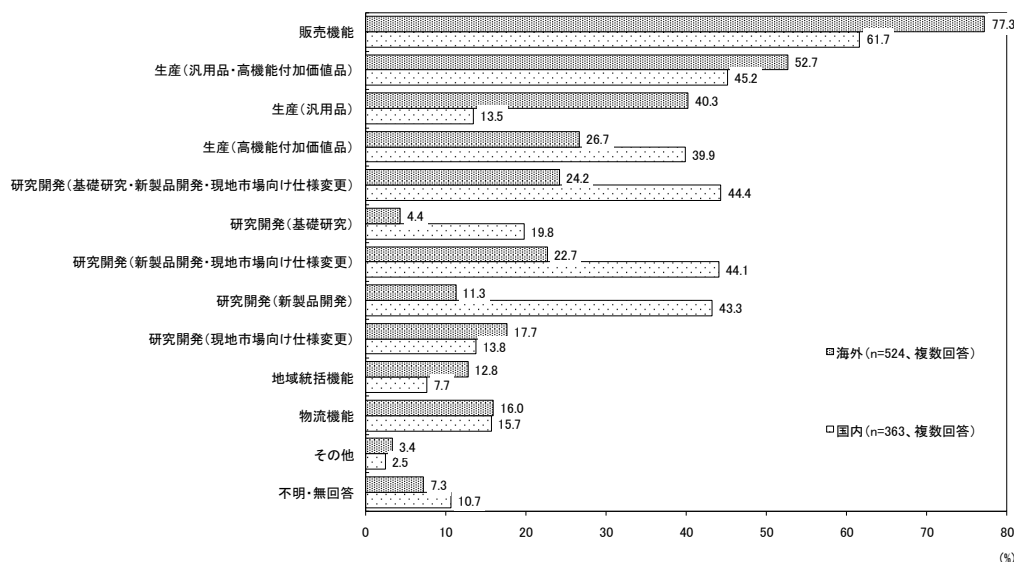


[注1] 05年度調査以降の「研究開発(新製品開発・仕様変更)」の値は、「研究開発(新製品開発)」または「研究開発(現地市場向け仕様変更)」の合計。04年度調査の「研究開発(新製品開発・仕様変更)」の値は、「研究開発(新製品開発・デザイン)」という選択肢への回答。

[注2] 時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

また、海外で拡大する機能と国内で拡大する機能を比較すると、「販売機能」と「生産（汎用品）」機能は海外で、「生産（高付加価値品）」、「研究開発（基礎研究）」、「研究開発（新製品開発）」機能は国内で拡大するという傾向が読み取れる。

図表 II - 61 国内と海外で拡大する機能



図表 II - 62 国内で拡大する機能（企業属性別）

(複数回答、%)

企業属性	社数	販売機能	生産（汎用品・高付加価値品）		研究開発（基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更）	研究開発（基礎研究）	研究開発（新製品開発・現地市場向け仕様変更）	研究開発（新製品開発）	研究開発（現地市場向け仕様変更）	地域統括機能	物流機能	その他	
			生産（汎用品）	生産（高付加価値品）									
総計	363	61.7	45.2	13.5	39.9	44.4	19.8	44.1	43.3	13.8	7.7	15.7	2.5
大企業	134	55.2	43.3	11.2	39.6	43.3	23.1	42.5	41.8	12.7	6.7	18.7	3.0
中小企業	229	65.5	46.3	14.8	40.2	45.0	17.9	45.0	44.1	14.4	8.3	14.0	2.2
製造業	207	59.4	58.9	18.8	51.2	61.8	31.4	61.4	60.9	20.8	9.2	17.9	1.4
海外生産製造業	112	51.8	61.6	15.2	57.1	66.1	41.1	65.2	65.2	22.3	9.8	20.5	1.8
国内製造業	95	68.4	55.8	23.2	44.2	56.8	20.0	56.8	55.8	18.9	8.4	14.7	1.1
商社・卸・小売	87	74.7	18.4	3.4	17.2	19.5	3.4	19.5	17.2	5.7	6.9	12.6	-
非製造業（商社・卸・小売を除く）	69	52.2	37.7	10.1	34.8	23.2	5.8	23.2	23.2	2.9	4.3	13.0	8.7
（参考）非製造業（商社・卸・小売を含む）	156	64.7	26.9	6.4	25.0	21.2	4.5	21.2	19.9	4.5	5.8	12.8	3.8
飲食料品	38	65.8	55.3	28.9	39.5	50.0	28.9	50.0	50.0	15.8	5.3	10.8	-
繊維・織物／アパレル	10	80.0	60.0	30.0	30.0	60.0	10.0	60.0	60.0	20.0	10.0	30.0	-
木材・木製品／家具・建材／紙／パルプ	7	85.7	57.1	-	57.1	85.7	42.9	85.7	85.7	57.1	28.6	42.9	-
化学	24	50.0	70.8	33.3	70.8	62.5	37.5	62.5	62.5	29.2	4.2	8.3	4.2
医薬品・化粧品	12	41.7	83.3	25.0	75.0	83.3	41.7	83.3	83.3	8.3	-	16.7	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	12	58.3	83.3	8.3	75.0	91.7	41.7	91.7	91.7	-	8.3	50.0	-
窯業・土石	6	83.3	83.3	33.3	83.3	86.7	86.7	86.7	86.7	16.7	33.3	50.0	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	14	50.0	71.4	21.4	64.3	71.4	35.7	64.3	64.3	21.4	7.1	14.3	7.1
一般機械	15	73.3	46.7	6.7	40.0	80.0	46.7	80.0	73.3	40.0	13.3	-	-
電気機械	11	45.5	27.3	-	27.3	81.8	36.4	81.8	81.8	27.3	9.1	36.4	-
情報通信機器器具／電子部品・デバイス	6	80.0	33.3	33.3	33.3	86.7	-	86.7	86.7	-	-	-	-
自動車／自動車部品／その他輸送機器	20	45.0	55.0	10.0	55.0	40.0	20.0	40.0	40.0	20.0	10.0	10.0	5.0
精密機器	13	81.5	53.8	7.7	46.2	61.5	15.4	61.5	61.5	23.1	7.7	15.4	-
その他の製造業	19	63.2	47.4	10.5	36.8	31.6	26.3	31.6	31.6	15.8	15.8	21.1	-
商社・卸売	78	74.4	15.4	2.6	14.1	17.9	2.6	17.9	15.4	5.1	6.4	12.8	-
小売	9	77.8	44.4	11.1	44.4	33.3	11.1	33.3	33.3	11.1	11.1	11.1	-
建設	4	25.0	100.0	-	100.0	50.0	25.0	50.0	50.0	-	-	-	-
運輸	10	30.0	20.0	-	20.0	20.0	-	20.0	20.0	-	-	60.0	-
金融・保険	9	44.4	-	-	-	11.1	-	11.1	11.1	-	22.2	-	33.3
専門サービス	12	50.0	41.7	8.3	41.7	16.7	-	16.7	16.7	8.3	-	-	16.7
電気・ガス・水道	2	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
情報通信サービス	5	80.0	40.0	20.0	40.0	40.0	-	40.0	40.0	20.0	-	-	-
その他の非製造業	27	63.0	48.1	18.5	40.7	25.9	11.1	25.9	25.9	3.7	11.1	3.7	-

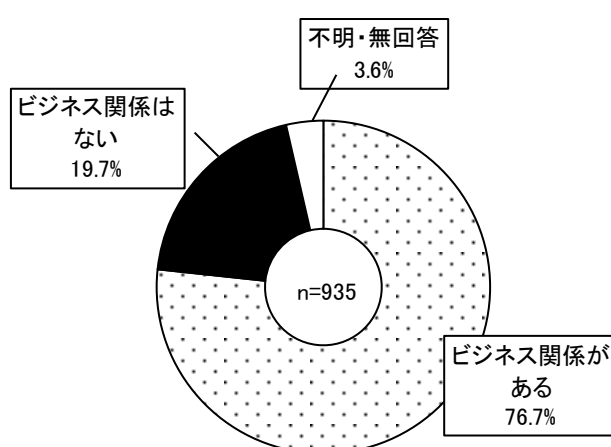
Ⅲ. 中国におけるビジネス展開

1. 中国とのビジネス関係

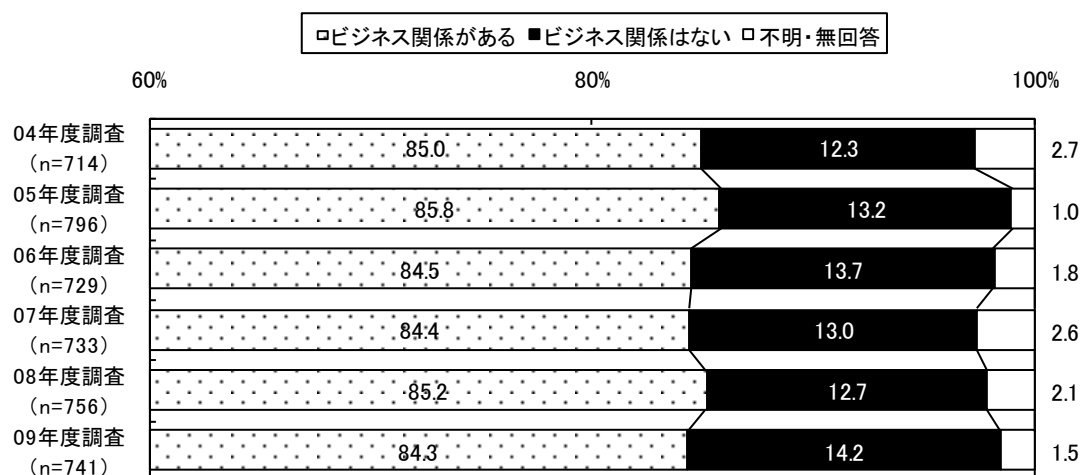
現在、中国と貿易、業務委託、技術提携、直接投資などの「ビジネス関係がある」企業は76.7%（717社）で、多くの企業が何らかの形で中国とビジネス関係を有していることが分かる。

04年度調査からの推移をみてもほとんど変化はない。

図表Ⅲ-1 中国とのビジネス関係の有無(全体)



図表Ⅲ-2 中国とのビジネス関係の有無(時系列比較)



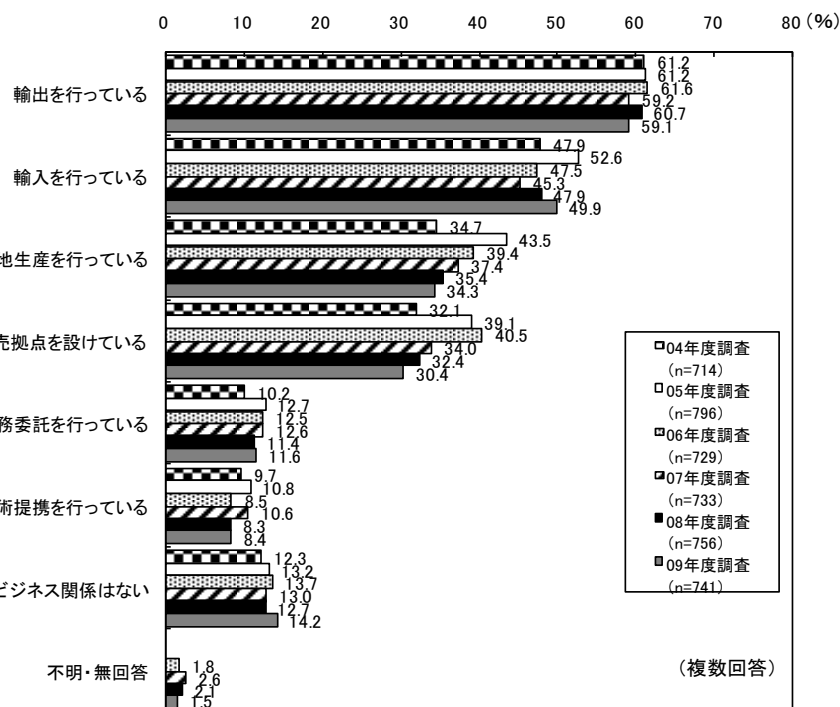
〔注〕時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

図表Ⅲ-3 中国とのビジネス関係の有無(企業属性別)

(%)

	社数	ビジネス 関係がある	ビジネス 関係はない
総計	935	76.7	19.7
大企業	370	80.5	15.1
中小企業	565	74.2	22.7
製造業	525	86.1	12.6
海外生産製造業	310	94.5	5.2
国内製造業	215	74.0	23.3
商社・卸・小売	216	80.1	18.1
非製造業(商社・卸・小売を除く)	194	47.4	40.7
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	410	64.6	28.8
飲食料品	53	83.0	15.1
繊維・織物/アパレル	21	85.7	9.5
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	75.0	25.0
化学	53	98.1	1.9
医薬品・化粧品	20	85.0	15.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	35	85.7	14.3
窯業・土石	17	88.2	11.8
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	85.1	14.9
一般機械	67	89.6	7.5
電気機械	46	89.1	8.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	21	85.7	14.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	52	80.8	19.2
精密機器	33	87.9	12.1
その他の製造業	44	77.3	18.2
商社・卸売	196	81.6	16.8
小売	20	65.0	30.0
建設	16	62.5	25.0
運輸	27	66.7	29.6
金融・保険	48	8.3	66.8
専門サービス	25	52.0	44.0
電気・ガス・水道	7	14.3	57.1
情報通信サービス	11	54.5	27.3
その他の非製造業	60	66.7	26.7

図表Ⅲ-4 中国とのビジネス関係の内容(全体)



〔注〕 時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

中国とのビジネス関係の具体的な内容は、「輸出を行っている」企業が49.8%（466社）と最も高く、以下、「輸入を行っている」43.2%（404社）、「現地生産を行っている」28.9%（270社）、「販売拠点を設けている」27.7%（259社）と続いた。

また上記割合（%）を、中国とビジネス関係がある717社を母数とし再集計すると、「輸出を行っている」企業が65.0%と最も高く、以下、「輸入を行っている」56.3%、「現地生産を行っている」37.7%、「販売拠点を設けている」36.1%となった。また、「中国」で「現地生産を行っている」企業（270社）は、「販売拠点を設けている」、「輸入を行っている」、「輸出を行っている」との回答比率が全体に比べて高い。

図表Ⅲ-5 中国とのビジネス関係の内容(中国とのビジネス展開内容別)

(複数回答、%)

	社数	輸出を行 っている	輸入を行 っている	業務委託を 行っている	技術提携を 行っている	販売拠点を 設けている	現地生産を 行っている
総計	935	49.8	43.2	12.7	8.1	27.7	28.9
中国とのビジネス関係あり	717	65.0	56.3	16.6	10.6	36.1	37.7
現地生産を行っている	270	68.1	65.2	18.5	17.0	58.1	100.0

図表Ⅲ-6 中国とのビジネス関係の内容(企業属性別)

(複数回答、%)

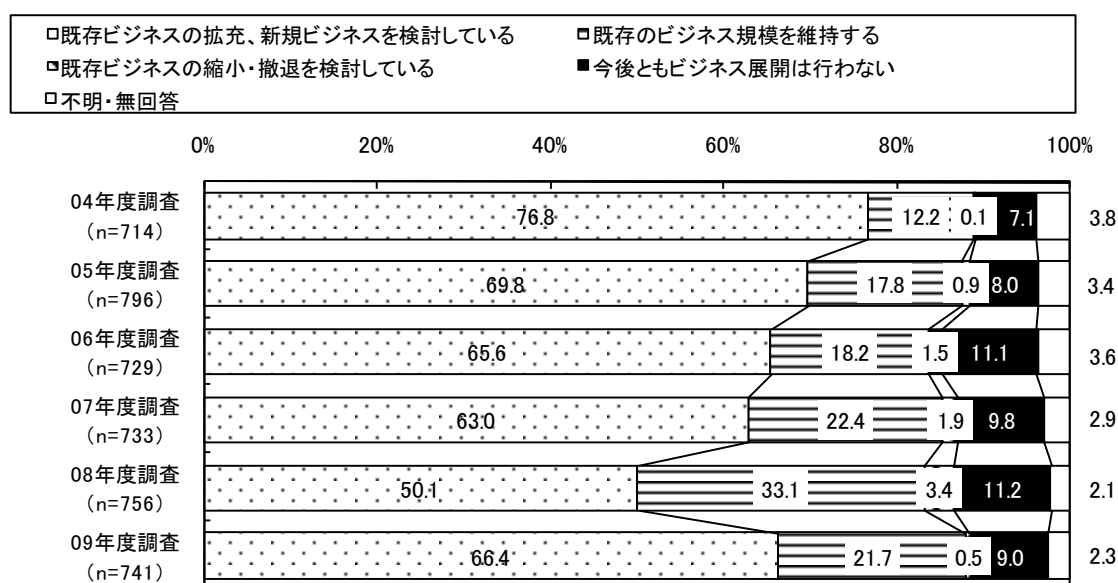
	社数	輸出を行 っている	輸入を行 っている	業務委託を 行っている	技術提携を 行っている	販売拠点を 設けている	現地生産を 行っている	ビジネス関 係はない
総計	935	49.8	43.2	12.7	8.1	27.7	28.9	19.7
大企業	370	55.9	49.2	14.9	10.5	45.1	42.2	15.1
中小企業	565	45.8	39.3	11.3	6.5	16.3	20.2	22.7
製造業	525	62.7	45.9	13.1	10.7	32.2	42.7	12.6
海外生産製造業	310	70.3	56.5	15.2	13.5	49.0	68.1	5.2
国内製造業	215	51.6	30.7	10.2	6.5	7.9	6.0	23.3
商社・卸・小売	216	50.5	59.7	7.9	2.8	25.9	13.9	18.1
非製造業(商社・卸・小売を除く)	194	14.4	17.5	17.0	7.2	17.5	8.2	40.7
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	410	33.4	39.8	12.2	4.9	22.0	11.2	28.8
飲食料品	53	43.4	45.3	7.5	1.9	18.9	26.4	15.1
繊維・織物/アパレル	21	61.9	71.4	14.3	9.5	38.1	66.7	9.5
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	18	37.5	82.5	6.3	6.3	18.8	43.8	25.0
化学	53	84.9	47.2	9.4	20.8	49.1	56.6	1.9
医薬品/化粧品	20	70.0	25.0	20.0	15.0	35.0	45.0	15.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	35	57.1	57.1	11.4	5.7	22.9	40.0	14.3
窯業/土石	17	70.6	52.9	17.6	-	35.3	29.4	11.8
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	57.4	38.3	12.8	10.6	23.4	36.2	14.9
一般機械	67	77.6	43.9	6.0	13.4	31.9	31.3	7.5
電気機械	46	65.2	50.0	21.7	6.5	41.3	60.9	8.7
情報通信機械器具/電子部品/デバイス	21	37.1	47.6	23.8	4.8	33.3	42.9	14.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	52	53.8	36.5	13.5	26.9	28.8	55.8	19.2
精密機械	33	72.7	39.4	18.2	6.1	45.5	48.5	12.1
その他の製造業	44	52.3	47.7	15.9	4.5	29.5	25.0	18.2
商社・卸売	196	53.6	60.2	7.7	3.1	25.5	13.8	16.8
小売	20	20.0	55.0	10.0	-	30.0	15.0	30.0
建設	18	6.3	18.8	6.3	6.3	18.8	18.8	25.0
運輸	27	33.3	29.6	22.2	7.4	25.9	-	29.6
金融・保険	48	-	-	2.1	2.1	6.3	-	68.8
専門サービス	25	12.0	8.0	16.0	12.0	12.0	4.0	44.0
電気・ガス・水道	7	-	14.3	-	14.3	-	-	57.1
情報通信サービス	11	9.1	18.2	45.5	9.1	36.4	27.3	27.3
その他の非製造業	60	23.3	30.0	26.7	8.3	23.3	16.0	26.7

2. 中国との今後のビジネス展開

中国に対する今後（3年程度）のビジネス展開（貿易、業務委託、技術提携、直接投資）について、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」と回答した企業の割合は66.4%（492社）と前年度調査の減少分を上回る復調をみせ拡大傾向に転じた。

また、「既存のビジネス規模を維持する」と回答した企業は21.7%（161社）となり、ほぼそっくり「ビジネス規模の維持」から「ビジネスの拡大」に意向が転じた。

図表Ⅲ-7 中国での今後(3年程度)のビジネス展開(時系列比較)



〔注〕時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

中国とのビジネス関係の内容別にみると、現在「中国とビジネス関係がある」企業では72.0%が「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」と回答している。さらに、現在「中国とのビジネス関係がある」企業の中でも「現地生産を行っている」企業では、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」との回答が74.8%と高くなっている。

図表Ⅲ-8 中国との今後(3年程度)のビジネス展開(中国とのビジネス関係の内容別)

	社数	既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している	既存のビジネス規模を維持する	既存ビジネスの縮小・撤退を検討している	今後ともビジネス展開は行わない
総計	935	60.6	21.1	0.7	13.4
中国とのビジネス関係あり	717	72.0	25.9	0.8	0.6
中国とのビジネス関係なし	184	26.6	3.3	0.5	64.7
輸出のみを行っている	119	71.4	27.7	0.8	-
輸入のみを行っている	86	48.8	48.8	-	1.2
現地生産を行っている	270	74.8	23.0	1.1	0.7

企業属性別にみると、「海外生産製造業」の「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」企業の割合は、「国内製造業」に比べて10%ポイント近く高い。

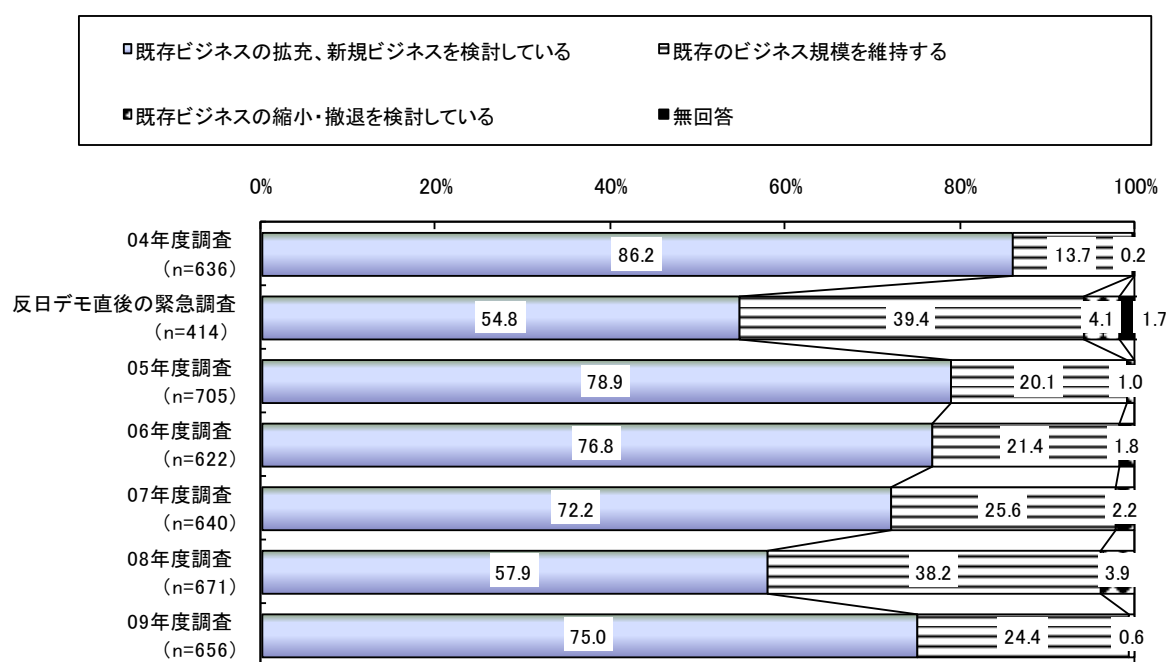
図表Ⅲ-9 中国との今後(3年程度)のビジネス展開(企業属性別)

	社数	既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している	既存のビジネス規模を維持する	既存ビジネスの縮小・撤退を検討している	今後ともビジネス展開は行わない
総計	935	60.6	21.1	0.7	13.4
大企業	370	63.0	20.5	0.8	11.9
中小企業	565	59.1	21.4	0.7	14.3
製造業	525	68.6	22.1	0.4	7.0
海外生産製造業	310	72.9	22.3	0.3	3.9
国内製造業	215	62.3	21.9	0.5	11.6
商社・卸・小売	216	61.1	20.8	0.9	13.9
非製造業(商社・卸・小売を除く)	194	38.7	18.6	1.5	29.9
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	410	50.5	19.8	1.2	21.5
飲食品	53	73.6	20.8	-	3.8
繊維・織物／アパレル	21	52.4	33.3	4.8	4.8
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	16	56.3	25.0	-	18.8
化学	53	81.1	17.0	-	1.9
医薬品・化粧品	20	80.0	15.0	5.0	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	35	60.0	22.9	-	11.4
窯業・土石	17	64.7	23.5	-	11.8
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	47	63.8	25.5	-	10.6
一般機械	67	59.7	34.3	-	4.5
電気機械	46	67.4	23.9	-	6.5
情報通信機械器具・電子部品・デバイス	21	76.2	14.3	-	9.5
自動車／自動車部品／その他輸送機器	52	65.4	23.1	-	9.6
精密機器	93	64.8	6.1	-	9.1
その他の製造業	44	70.5	15.9	-	6.8
商社・卸売	196	60.7	21.9	1.0	13.3
小売	20	65.0	10.0	-	20.0
建設	16	18.8	50.0	-	25.0
運輸	27	51.9	25.9	-	22.2
金融・保険	48	6.3	16.7	2.1	54.2
専門サービス	25	48.0	12.0	-	32.0
電気・ガス・水道	7	-	28.6	-	42.9
情報通信サービス	11	36.4	9.1	9.1	18.2
その他の非製造業	60	65.0	11.7	1.7	15.0

同一定義の母集団（中国とビジネス関係がある、もしくは、対中ビジネスに関心がある企業を対象）ベースで04年度調査、反日デモ直後の緊急調査（05年5月実施）、05年度調査、06年度調査、07年度調査、08年度調査、09年度調査の7時点と比較すると、反日デモ直後に「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」は86.2%→54.8%と大きく減少し、05年度調査時点の回復後、漸減傾向が続いていた。

前年度調査では、反日デモ直後の緊急調査時点と同程度の割合（57.9%）にまで大幅に減少したが、今年度調査において75.0%と06～07年度調査時点程度まで回復した。

図表Ⅲ-10 中国との今後(3年程度)のビジネス展開

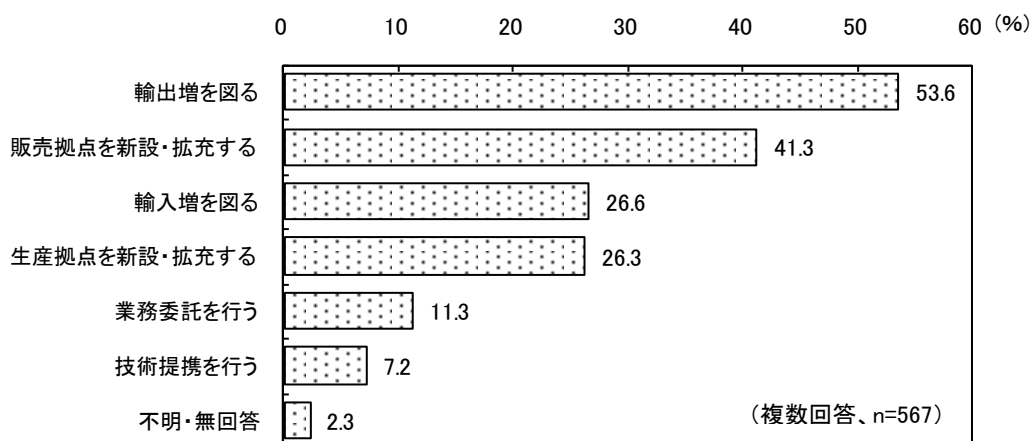


〔注〕時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

3. 事業拡大の内容

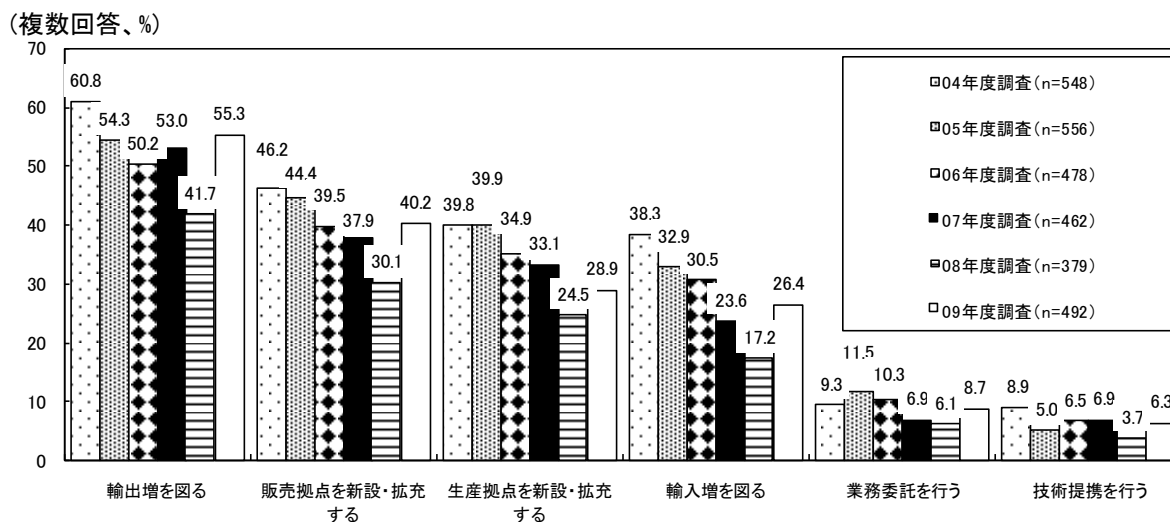
「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」企業（567社）が事業拡大を図る具体的な内容は、「輸出増を図る」53.6%（304社）が最も高く回答した企業が半数を超えた。また、「販売拠点を新設・拡充する」が41.3%（234社）と4割を超える回答を得た。

図表Ⅲ-11 事業拡大の具体的内容(全体)



時系列で見ると、全ての項目が前年度より拡大に転じた。中でも「輸出増を図る」、「販売拠点を新設・拡充する」と回答した企業は10%ポイント以上増加した。

図表Ⅲ-12 事業拡大の具体的内容(時系列比較)



[注] 時系列比較は、04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度調査以降、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

「現地生産を行っている」企業では、「販売拠点を新設・拡充する」が 54.5% (110 社)、「生産拠点を新設・拡充する」が 53.0% (107 社) と回答があり、全体と比べても高い割合になっている。

また、企業属性別でみると、「海外生産製造業」の 5 割以上 (50.9%、115 社) の企業が、「生産拠点を新設・拡充する」と回答している。

図表Ⅲ-13 事業拡大の具体的な内容(中国とのビジネス関係の内容別)

(複数回答、%)

	社数	輸出増を図る	輸入増を図る	業務委託を行う	技術提携を行う	販売拠点を新設・拡充する	生産拠点を新設・拡充する
総計	567	53.6	26.6	11.3	7.2	41.3	26.3
中国とのビジネス関係あり	516	53.7	28.5	10.7	6.8	40.5	27.9
中国とのビジネス関係なし	49	55.1	8.2	18.4	10.2	49.0	10.2
輸出のみを行っている	85	94.1	1.2	4.7	4.7	22.4	7.1
輸入のみを行っている	42	23.8	66.7	4.8	-	14.3	7.1
現地生産を行っている	202	37.1	26.7	9.4	7.9	54.5	53.0

図表Ⅲ-14 事業拡大の具体的な内容(企業属性別)

(複数回答、%)

	社数	輸出増を図る	輸入増を図る	業務委託を行う	技術提携を行う	販売拠点を新設・拡充する	生産拠点を新設・拡充する
総計	567	53.6	26.6	11.3	7.2	41.3	26.3
大企業	233	48.9	27.9	9.0	8.2	52.8	35.6
中小企業	334	56.9	25.7	12.9	6.6	33.2	19.8
製造業	360	56.4	18.3	9.4	6.7	41.4	32.8
海外生産製造業	226	46.0	20.8	10.2	6.2	50.9	44.2
国内製造業	134	73.9	14.2	8.2	7.5	25.4	13.4
商社・卸・小売	132	52.3	48.5	6.8	5.3	37.1	18.2
非製造業(商社・卸・小売を除く)	75	42.7	28.0	28.0	13.3	48.0	9.3
(参考)非製造業(商社・卸・小売を含む)	207	48.8	41.1	14.5	8.2	41.1	15.0
飲食料品	39	74.4	17.9	5.1	2.6	41.0	25.6
繊維・織物／アパレル	11	27.3	27.3	-	9.1	54.5	54.5
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	9	66.7	22.2	-	-	33.3	11.1
化学	43	51.2	11.6	2.3	7.0	39.5	39.5
医薬品・化粧品	16	75.0	6.3	18.8	-	37.5	43.8
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	21	52.4	38.1	4.8	4.8	23.8	38.1
窯業・土石	11	54.5	9.1	-	-	63.6	18.2
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	30	43.3	16.7	10.0	10.0	40.0	40.0
一般機械	40	70.0	22.5	7.5	-	30.0	17.5
電気機械	31	51.6	16.1	22.6	19.4	58.1	38.7
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	16	50.0	25.0	18.8	6.3	43.8	31.3
自動車／自動車部品／その他輸送機器	34	44.1	11.8	8.8	2.9	38.2	58.8
精密機器	26	60.7	21.4	10.7	14.3	53.6	25.0
その他の製造業	31	54.8	19.4	16.1	9.7	38.7	12.9
商社・卸売	119	56.3	47.9	7.6	5.9	35.3	17.6
小売	13	15.4	53.8	-	-	53.8	23.1
建設	3	66.7	-	-	-	66.7	-
運輸	14	42.9	42.9	28.6	7.1	57.1	-
金融・保険	3	-	-	-	-	66.7	-
専門サービス	12	33.3	8.3	58.3	33.3	33.3	-
電気・ガス・水道	0	-	-	-	-	-	-
情報通信サービス	4	-	25.0	50.0	25.0	75.0	50.0
その他の非製造業	39	51.3	33.3	20.5	10.3	43.6	12.8

IV. 自由貿易協定（FTA）の活用

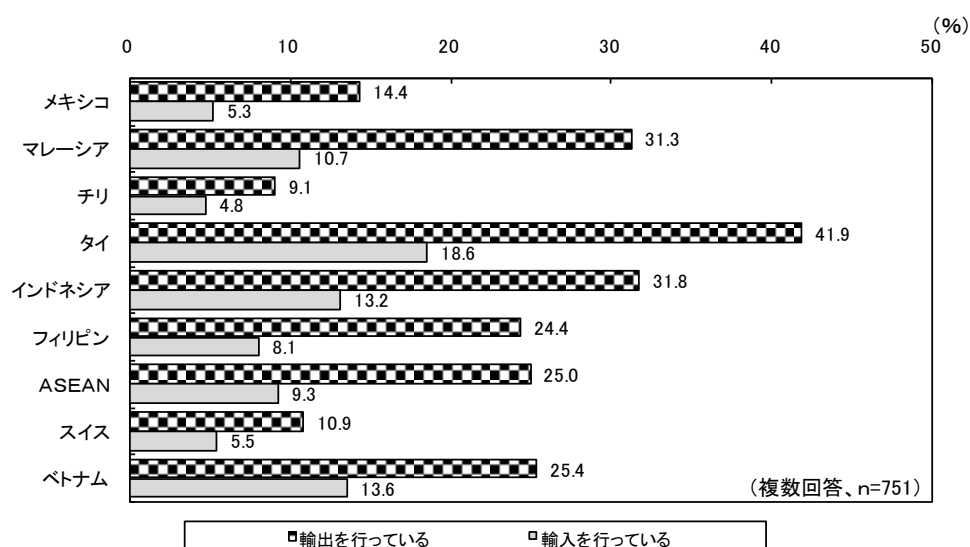
1. FTA 既発効主要 9 カ国・地域との輸出入ならびに優遇税率の利用状況

09 年 11 月現在、日本との間で FTA（日本では一般に EPA と呼ばれる）が発効している主要 9 カ国・地域（メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア、フィリピン、ASEAN、スイス、ベトナム）について、製造業および商社・卸売・小売業で貿易の有無や優遇税率利用の有無を尋ねた。

「輸出を行っている」と回答した企業が多かった国は、タイが 41.9%（315 社）、インドネシアが 31.8%（239 社）、マレーシアが 31.3%（235 社）と続いている。

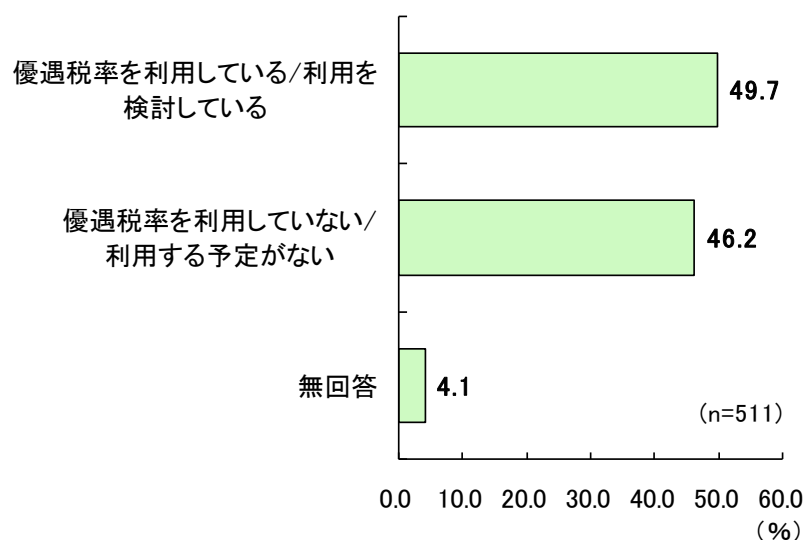
また、「輸入を行っている」と回答した企業が多かった国は、タイが 18.6%（140 社）、ベトナムが 13.6%（102 社）、インドネシアが 13.2%（99 社）と続いている。

図表IV - 1 FTA 既発効主要 9 カ国・地域との輸出入状況（全体）



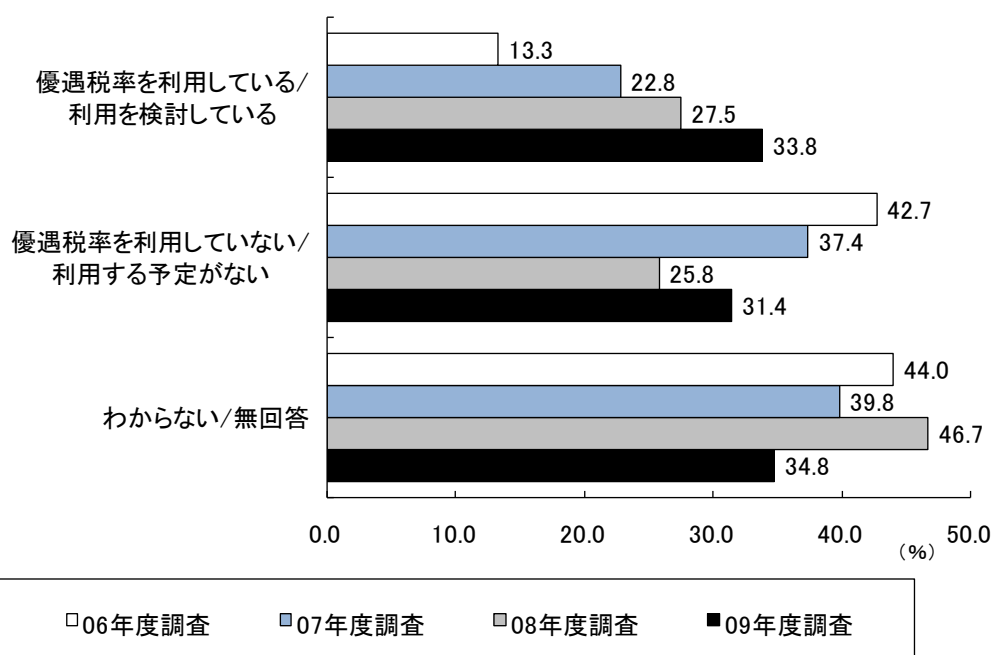
対象 9 カ国それぞれと貿易のある 511 社のうち FTA の「優遇税率を利用している/利用を検討している」割合は 49.7%（254 社）にのぼった。貿易を行っていない企業も含めた 751 社では、「利用/利用を検討」（重複は差し引く）が 33.8%（うち、「利用」は 24.6%、「利用を検討」は 12.8%）だった。08 年度調査（メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシアの 5 カ国との FTA が対象）では、「利用/利用を検討」が 27.5%（うち、「利用」は 18.9%、「利用を検討」は 13.4%）であり、日本企業の FTA 利用は上昇傾向にあるといえる。優遇税制を利用していると回答した 185 社のうち、「小売」（40.0%）、「化学」（39.6%）、「繊維・織物/アパレル」（38.1%）、「飲食料品」（37.7%）、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」（30.8%）などの業種で利用している企業の割合が高かった。

図表IV-2 日本の発効済み FTA の優遇税率の利用状況



(注)調査対象は、09年11月時点で発効済みの日本のFTAのうちメキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア、フィリピン、ASEAN、スイス、ベトナムの9カ国・地域。シンガポール、ブルネイは利用業種が限られるため調査対象から外した。
母数(511社)は同9カ国・地域のいずれかと貿易のある企業。

図表IV-3 FTA 利用状況 (時系列)



(注1)nは06年度=729、07年度=733、08年度=756、09年度=751

(注2)各年度調査の対象FTAは以下のとおり。

06年度は日本・メキシコ、日本・チリ、日本・タイを含まないアジア大洋州で発効済みのFTAかつ輸出のみ。

07年度は、日本およびアジア大洋州で発効済みのFTA。

08年度は、日本の発効済みFTAのうちメキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシアの5カ国。

09年度は、日本の発効済みFTAのうち、メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア、フィリピン、ASEAN、スイス、ベトナムの9カ国・地域

(注3)母数には、貿易を行っていない企業も含まれる。

(注4)「わからない/無回答」は対象国との貿易がない企業および、不明・無回答。

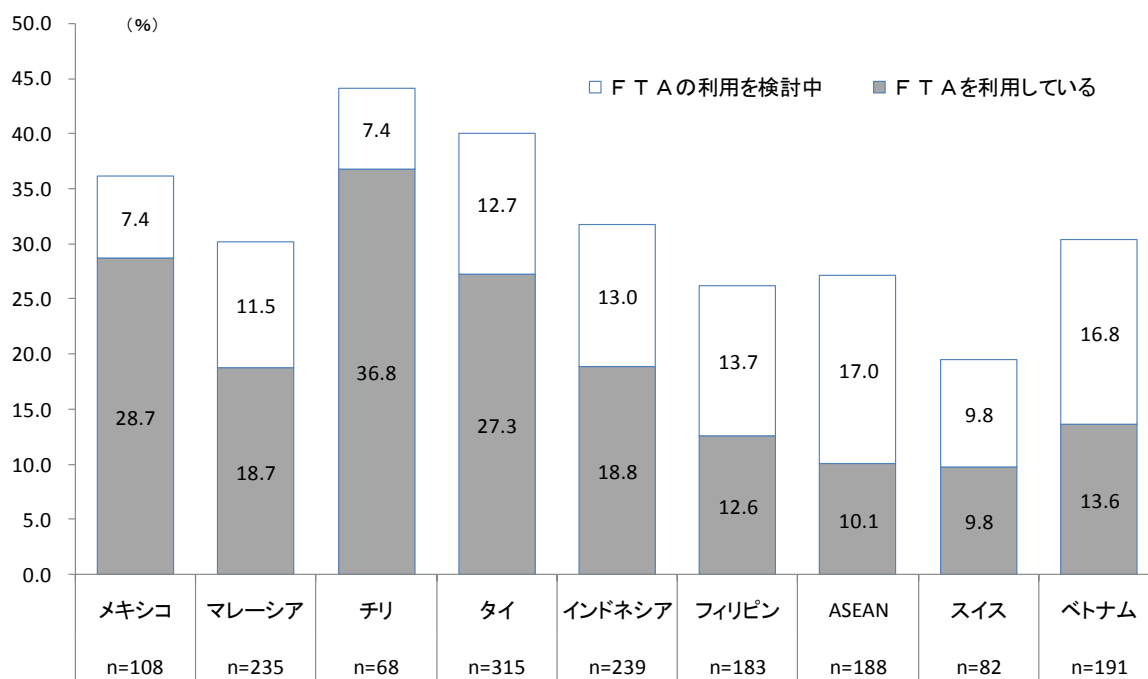
図表IV-4 業種別利用状況

	n	企業数	構成比 %	(参考)	
				08年度 構成比 %	07年度 構成比 %
小売	20	8	40.0	23.5	0.0
化学	53	21	39.6	19.6	17.4
繊維・織物／アパレル	21	8	38.1	27.3	12.5
飲食料品	53	20	37.7	21.4	14.5
自動車／自動車部品／その他輸送機器	52	16	30.8	21.8	29.1
精密機器	33	9	27.3	14.3	3.3
商社・卸売	196	48	24.5	16.6	7.2
窯業・土石	17	4	23.5	44.4	14.3
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	47	11	23.4	14.0	4.3
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	35	8	22.9	20.5	20.8
電気機械	46	9	19.6	17.0	19.6
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	16	3	18.8	26.3	0.0
その他の製造業	44	8	18.2	21.6	17.1
一般機械	67	10	14.9	17.1	12.3
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	21	1	4.8	5.6	4.7
医療品・化粧品	20	0	0.0	23.1	10.0

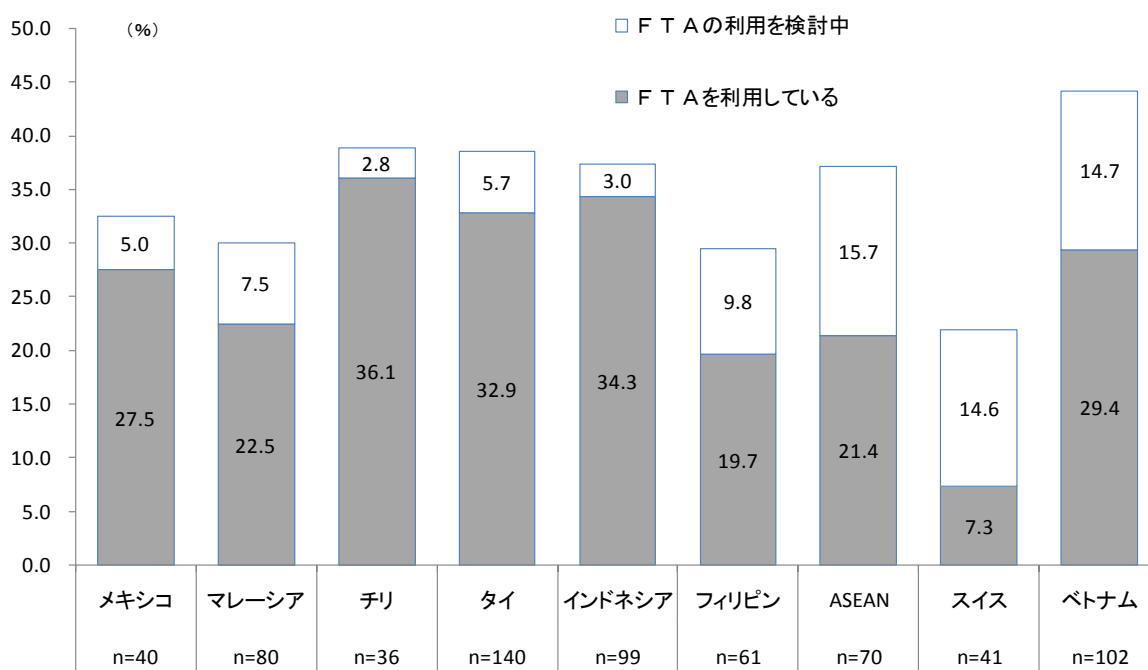
[注]07年度調査は、アジア大洋州で発効済みのFTA(18件)が対象。08年度調査は、日本の発効済みFTAのうちメキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシアの5カ国が対象。09年度調査は08年度に加えて、フィリピン、ASEAN、スイス、ベトナムの9カ国・地域が対象。

個別のFTAの利用状況を輸出、輸入別に見ると、輸出企業におけるFTAの利用率が高いのは日本-チリが輸出企業68社中25社(36.8%)、日本-メキシコが108社中31社(28.7%)であったが、利用企業数ではタイが315社中86社(27.3%)と最多となった。「利用を検討中」も含めると、日本-チリは5割近くに達しており、日本-タイ、日本-メキシコは4割程度に達する。輸入企業におけるFTAの利用率でも日本-チリは36社中13社(36.1%)と最も高く、ついで日本-インドネシア(34.3%)、日本-タイ(32.9%)が続く。「利用を検討中」を含めると、日本-ベトナムが102社中45社(44.1%)、日本-ASEANが70社中26社(37.1%)と4割近くに達しており、将来的に利用率が高まる可能性がある。調査対象の9つのFTA全体では、輸出企業(435社)の43.0%(187社)、輸入企業(259社)の44.0%(114社)がFTAを「利用している/利用を検討中」と回答した(重複を除く)。

図表IV - 5 FTA 既発効主要9カ国・地域との輸出に際しての優遇税率の利用状況



図表IV - 6 FTA 既発効主要9カ国・地域との輸入に際しての優遇税率の利用状況



図表Ⅳ-7 輸出入における各 FTA の優遇税率の利用率の高い業種～

輸出			輸入		
順位	日本-メキシコ(n=108)		順位	日本-マレーシア(n=235)	
1	繊維・織物/アパレル(2)	100.0	1	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(5)	40.0
2	飲食品(2)	50.0	1	窯業・土石(5)	40.0
3	精密機器(9)	44.4	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器(18)	33.3
4	自動車/自動車部品/その他輸送機器(10)	40.0	3	小売(3)	33.3
5	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(11)	36.4	5	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(16)	31.3
順位	日本-チリ(n=68)		順位	日本-タイ(n=315)	
1	化学(4)	75.0	1	飲食品(13)	69.2
2	一般機械(7)	57.1	2	小売(3)	66.7
3	自動車/自動車部品/その他輸送機器(6)	50.0	3	繊維・織物/アパレル(5)	60.0
3	精密機器(6)	50.0	4	自動車/自動車部品/その他輸送機器(22)	40.9
5	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(10)	40.0	5	化学(33)	39.4
順位	日本-インドネシア(n=239)		順位	日本-フィリピン(n=183)	
1	繊維・織物/アパレル(4)	50.0	1	飲食品(6)	50.0
1	小売(2)	50.0	2	窯業・土石(5)	40.0
3	化学(30)	36.7	3	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(9)	22.2
4	自動車/自動車部品/その他輸送機器(15)	33.3	4	化学(16)	18.8
5	飲食品(8)、窯業・土石(8)	25.0	5	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(11)	18.2
順位	日本-ASEAN(n=188)		順位	日本-スイス(n=82)	
1	繊維・織物/アパレル(2)	50.0	1	繊維・織物/アパレル(2)	50.0
2	窯業・土石(5)	40.0	2	化学(7)	42.9
3	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(4)	25.0	3	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(3)	33.3
4	化学(17)	17.6	4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(8)	12.5
5	飲食品(7)	14.3	4	一般機械(8)	12.5
順位	日本-ベトナム(n=191)				
1	繊維・織物/アパレル(3)	66.7			
2	窯業・土石(6)	50.0			
3	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(5)	40.0			
4	化学(17)	35.3			
5	飲食品(6)	33.3			
順位	日本-メキシコ(n=40)		順位	日本-マレーシア(n=80)	
1	飲食品(4)	75.0	1	小売(5)	80.0
2	小売(2)	50.0	2	その他の製造業(5)	40.0
2	化学(2)	50.0	3	化学(6)	33.3
4	商社・卸(13)	38.5	4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(4)	25.0
5	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(3)	33.3	5	商社・卸(28)	21.4
順位	日本-チリ(n=36)		順位	日本-タイ(n=140)	
1	飲食品(5)	100.0	1	繊維・織物/アパレル(5)	80.0
2	小売(2)	50.0	2	窯業・土石(3)	66.7
3	商社・卸(16)	43.8	3	飲食品(15)	60.0
4	-	-	3	小売(5)	60.0
5	-	-	5	化学(9)	44.4
順位	日本-インドネシア(n=99)		順位	日本-フィリピン(n=61)	
1	小売(4)	100.0	1	小売(3)	66.7
2	繊維・織物/アパレル(4)	75.0	2	飲食品(2)	50.0
3	飲食品(7)	57.1	3	その他の製造業(6)	33.3
4	その他の製造業(4)	50.0	4	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(4)	25.0
5	商社・卸(40)	37.5	5	商社・卸(17)	17.6
順位	日本-ASEAN(n=70)		順位	日本-スイス(n=41)	
1	飲食品(2)	100.0	1	繊維・織物/アパレル(2)	50.0
2	小売(5)	80.0	2	その他の製造業(3)	33.3
3	繊維・織物/アパレル(4)	50.0	3	商社・卸(16)	6.3
3	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(2)	50.0	4	-	-
5	その他の製造業(3)	33.3	5	-	-
順位	日本-ベトナム(n=102)				
1	小売(8)	62.5			
2	繊維・織物/アパレル(9)	55.6			
3	飲食品(7)	42.9			
4	商社・卸(33)	36.4			
5	化学(6)、その他製造業(3)、その他非製造業(3)	33.3			

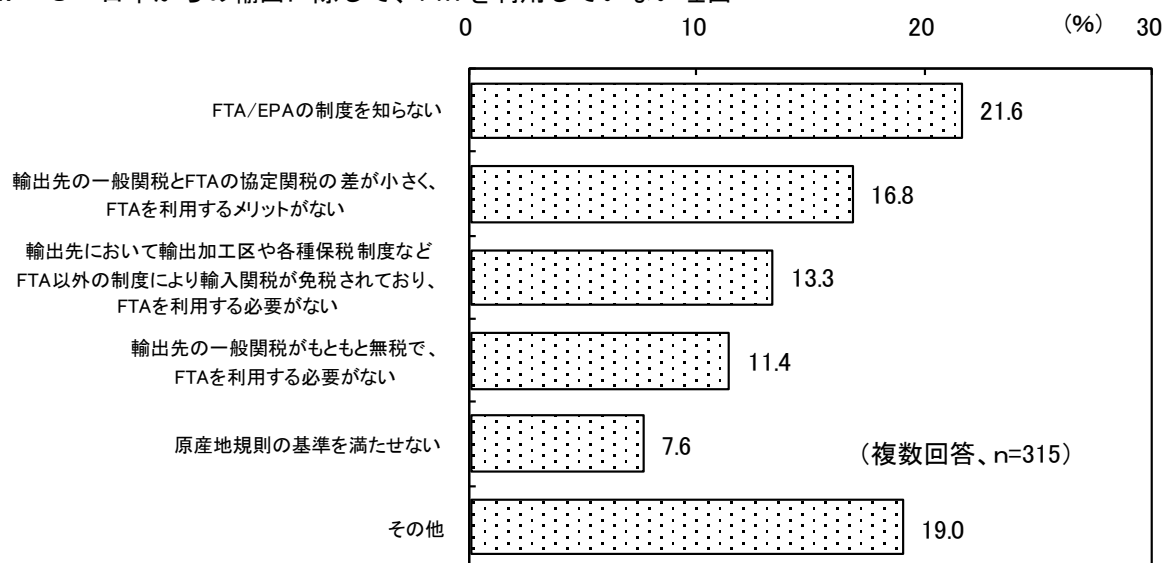
〔注〕 nは、輸出企業または輸入企業数。カッコ内の数字は各業種別の対象企業数。FTA利用企業が1社の場合は、該当企業が特定される可能性があるため順位に含めていない。

2. FTA の優遇税率を利用していない理由

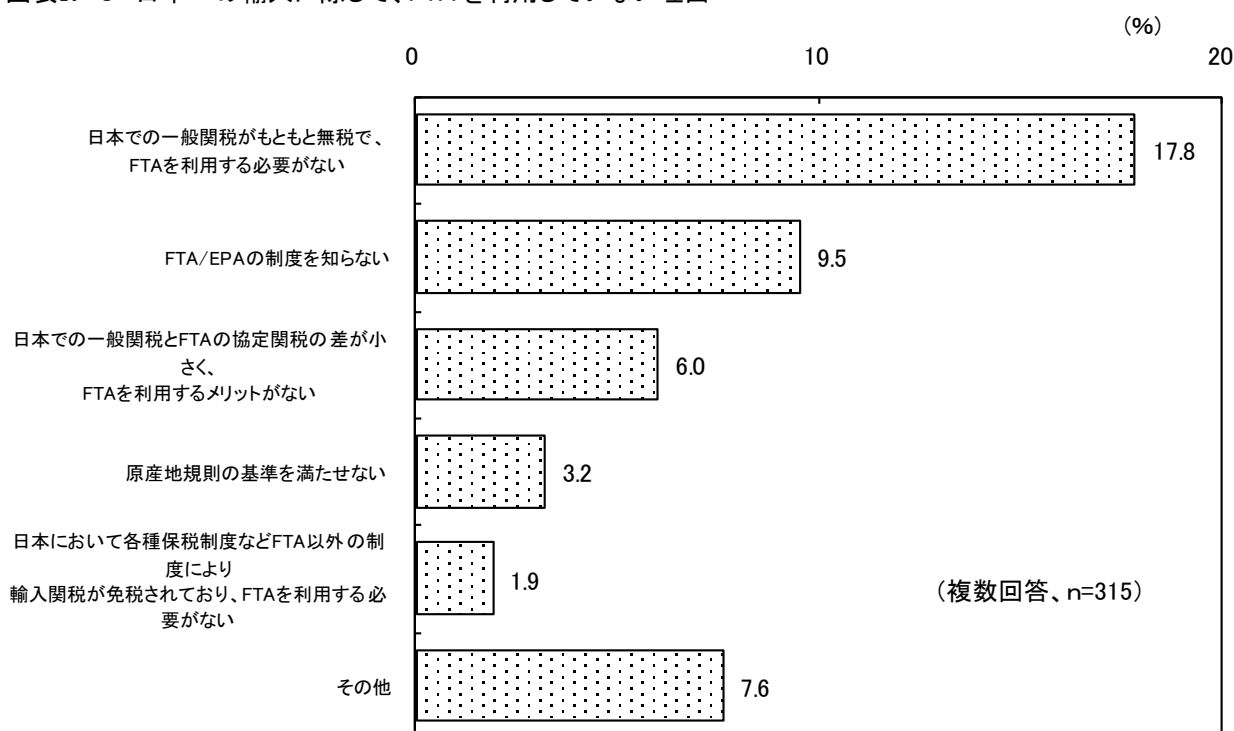
日本からの輸出もしくは日本への輸入に際して FTA の優遇税率を利用していないと回答した企業（315 社）に対して、日本からの輸出入に際して FTA の優遇税率を利用していない理由を尋ねた。まず、日本からの輸出に際して FTA を利用しない最大の理由は、「FTA/EPA の制度を知らない」ことで、21.6%（68 社）の企業から回答があった。

また、日本への輸入に際して FTA を利用しない最大の理由は、「日本での一般関税がもともと無税で FTA を利用する必要がない」からで、17.8%（56 社）の企業から回答があった。

図表IV - 8 日本からの輸出に際して、FTA を利用していない理由

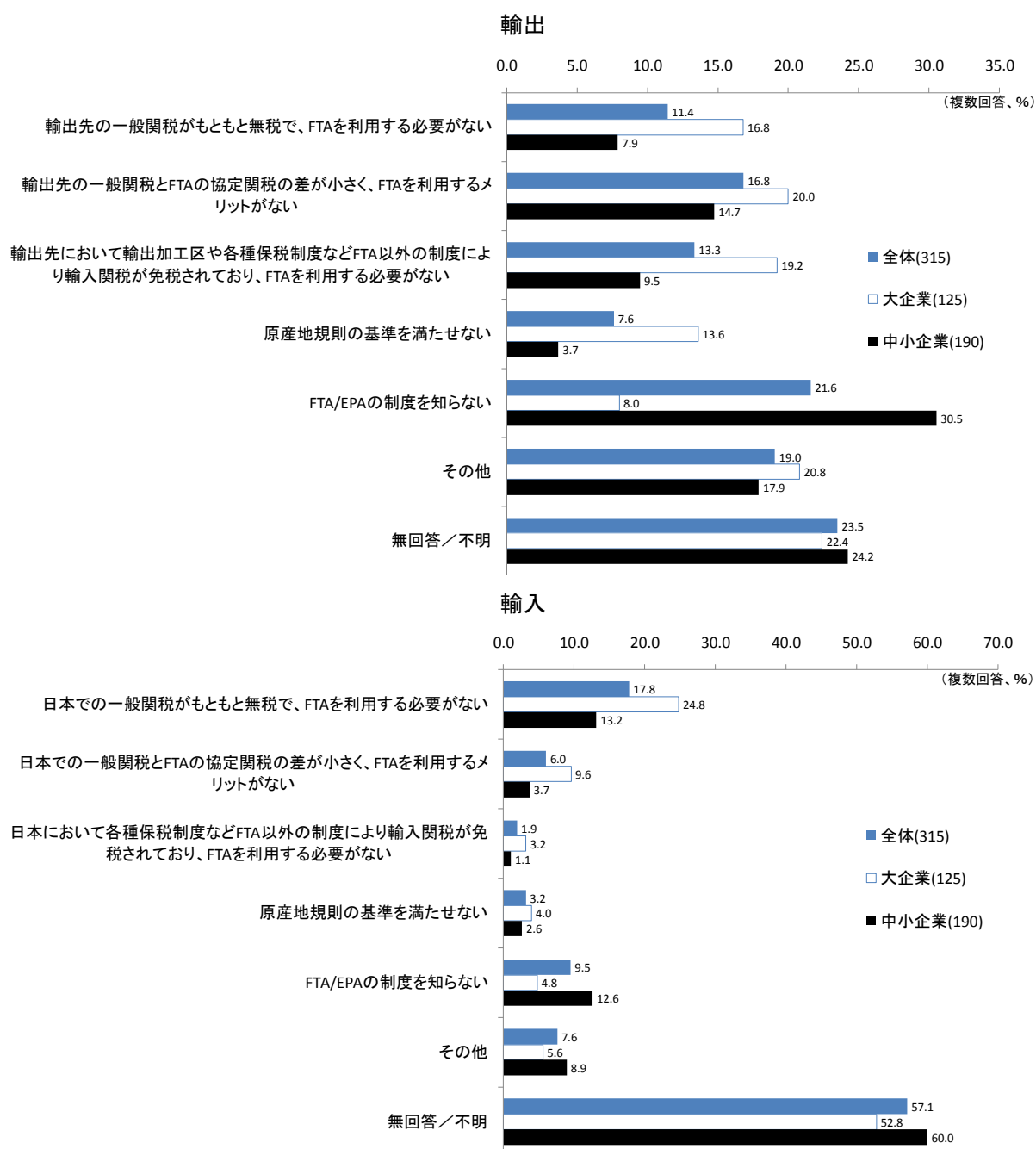


図表IV-9 日本への輸入に際して、FTA を利用していない理由



企業規模別には、中小企業において、輸出・輸入とも「FTA/EPA の制度を知らない」と回答した企業が多くみられ、特に輸出においては、190 社中 58 社 (30.5%) の企業が FTA を利用しない理由としている。業種別の傾向としては、「情報通信機械器具/電子部品・デバイス」や「精密機器」では、「FTA 以外の制度により輸入関税が免税されており、FTA を利用する必要がない」との回答率が多く、「電気機械」では「輸出先の一般関税がもともと無税で、FTA を利用する必要がない」との回答が目立った、また、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」では、「原産地規則の基準を満たせない」との回答も相対的に多くみられた。

図表IV-10 輸出入に際して F T A を利用しない理由（全体および企業規模別）



〔注〕カッコ内の数値は回答企業数（n）

図表IV-11 日本からの輸出に際して、FTA を利用していない理由(企業属性別)

	社数	輸出先の一般関税がもともと無税で、FTAを利用する必要がない	輸出先の一般関税とFTAの協定関税の差が小さく、FTAを利用するメリットがない	輸出先において輸出加工区や各種保税制度などFTA以外の制度により輸入関税が免税されており、FTAを利用する必要がない	原産地規則の基準を満たさない	FTA/EPAの制度を知らない	その他
総計	315	11.4	16.8	13.3	7.6	21.6	19.0
大企業	125	16.8	20.0	19.2	13.6	8.0	20.8
中小企業	190	7.9	14.7	9.5	3.7	30.5	17.9
製造業	233	10.7	19.3	15.0	7.3	20.6	21.9
海外生産製造業	152	12.5	22.4	19.7	10.5	13.8	21.7
国内製造業	81	7.4	13.6	6.2	1.2	33.3	22.2
商社・卸・小売	80	12.5	10.0	8.8	8.8	25.0	11.3
非製造業(商社・卸・小売を除く)	2	50.0	-	-	-	-	-
(参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む)	82	13.4	9.8	8.5	8.5	24.4	11.0
飲食料品	15	-	13.3	6.7	-	33.3	6.7
繊維・織物/アパレル	3	-	-	33.3	33.3	33.3	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	2	-	-	-	-	50.0	-
化学	25	4.0	28.0	4.0	4.0	16.0	28.0
医薬品・化粧品	9	11.1	33.3	-	11.1	-	33.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	13	7.7	23.1	15.4	7.7	23.1	30.8
窯業・土石	7	-	-	14.3	14.3	28.6	28.6
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	18	11.1	33.3	16.7	5.6	5.6	16.7
一般機械	39	7.7	20.5	12.8	2.6	30.8	17.9
電気機械	26	26.9	11.5	11.5	11.5	7.7	26.9
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	14	14.3	21.4	35.7	7.1	28.6	7.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	22	22.7	22.7	27.3	18.2	4.5	27.3
精密機器	16	6.3	12.5	25.0	6.3	18.8	25.0
その他の製造業	24	8.3	12.5	12.5	4.2	37.5	25.0
商社・卸売	76	13.2	10.5	9.2	9.2	26.3	10.5
小売	4	-	-	-	-	-	25.0
その他の非製造業	2	50.0	-	-	-	-	-

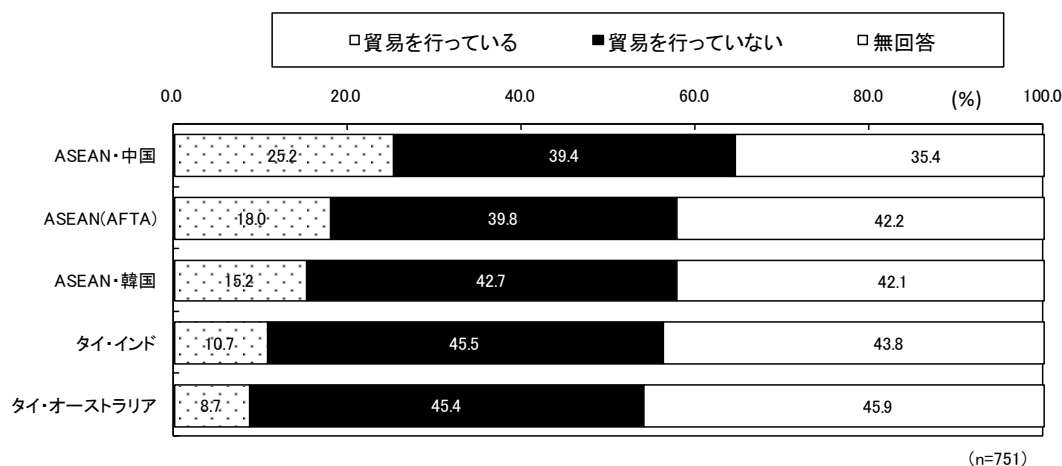
図表IV-12 日本への輸入に際して、FTA を利用していない理由(企業属性別)

	社数	日本での一般関税がもともと無税で、FTAを利用する必要がない	日本での一般関税とFTAの協定関税の差が小さく、FTAを利用するメリットがない	日本において各種保税制度などFTA以外の制度により輸入関税が免税されており、FTAを利用する必要がない	原産地規則の基準を満たさない	FTA/EPAの制度を知らない	その他
総計	315	17.8	6.0	1.9	3.2	9.5	7.6
大企業	125	24.8	9.6	3.2	4.0	4.8	5.6
中小企業	190	13.2	3.7	1.1	2.6	12.6	8.9
製造業	233	15.0	6.9	1.3	3.4	9.0	7.7
海外生産製造業	152	19.7	9.9	2.0	4.6	9.9	5.9
国内製造業	81	6.2	1.2	-	1.2	7.4	11.1
商社・卸・小売	80	26.3	3.8	3.8	2.5	11.3	7.5
非製造業(商社・卸・小売を除く)	2	-	-	-	-	-	-
(参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む)	82	25.6	3.7	3.7	2.4	11.0	7.3
飲食料品	15	13.3	-	-	13.3	20.0	6.7
繊維・織物/アパレル	3	-	-	-	33.3	-	33.3
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	2	-	-	-	-	-	-
化学	25	-	8.0	-	-	12.0	8.0
医薬品・化粧品	9	11.1	11.1	-	11.1	22.2	22.2
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	13	15.4	15.4	-	-	23.1	15.4
窯業・土石	7	42.9	-	-	-	14.3	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	18	16.7	27.8	-	-	5.6	16.7
一般機械	39	12.8	5.1	-	-	2.6	2.6
電気機械	26	19.2	3.8	-	-	3.8	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	14	21.4	7.1	14.3	14.3	14.3	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	22	27.3	4.5	4.5	4.5	4.5	13.6
精密機器	16	12.5	-	-	6.3	-	6.3
その他の製造業	24	12.5	4.2	-	-	12.5	8.3
商社・卸売	76	27.6	3.9	3.9	2.6	11.8	6.6
小売	4	-	-	-	-	-	25.0
その他の非製造業	2	-	-	-	-	-	-

3. アジア・大洋州地域における第3国間の貿易状況ならびに FTA 利用状況

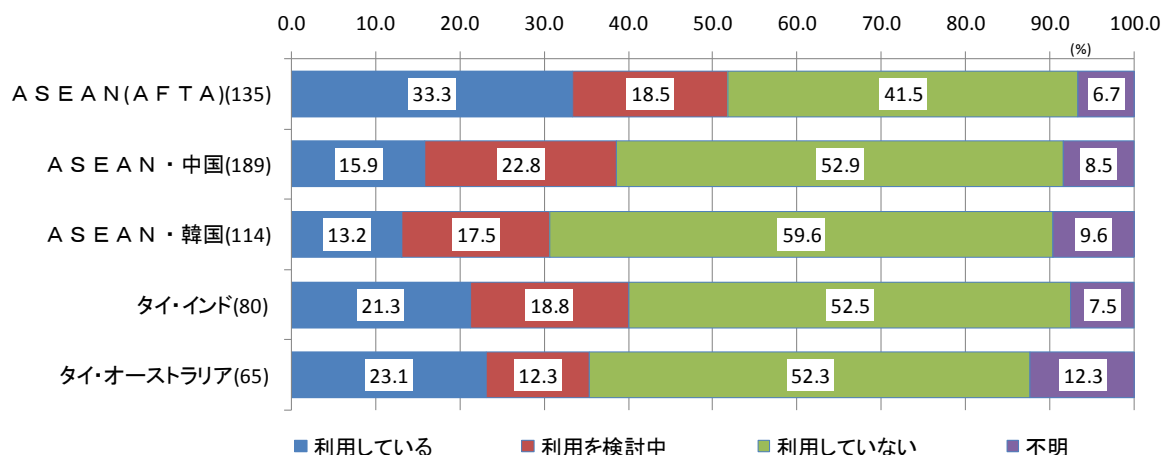
09年11月現在、アジア・大洋州地域で FTA が発効している国・地域〔ASEAN・中国、ASEAN 自由貿易地域 (AFTA)、ASEAN・韓国、タイ・インド、タイ・オーストラリア〕間の貿易の有無について尋ねたところ、「ASEAN・中国」間で貿易を行っていると回答した企業が最も多く 25.2% (189 社) となった。次いで「ASEAN(AFTA)」が 18.0% (135 社) となった。

図表Ⅳ - 13 アジア・大洋州地域の第3国間貿易の状況



これらの国・地域間で発効している FTA についての利用状況をみると、最も多く活用されているのが、ASEAN 自由貿易地域の FTA (AFTA) であり、実際に貿易を行っている企業のうち、3分の1 (回答企業 135 社中 45 社、33.3%) が活用しており、利用を検討している企業も含むと 5割を超える (70 社、51.9%)。次いで利用率が高いのが、タイ・オーストラリア (65 社中 15 社、23.1%)、タイ・インド (80 社中 17 社、21.3%) であった。業種別には、AFTA は「繊維・織物/アパレル」(5 社中 4 社、80.0%)、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」(13 社中 7 社、53.8%) の利用率が高く、タイ・オーストラリアでは飲食料品 (6 社中 4 社、66.7%) の利用率が高い。

図表Ⅳ - 14 アジア・大洋州域内で貿易を行っている国・地域間の F T A 利用状況



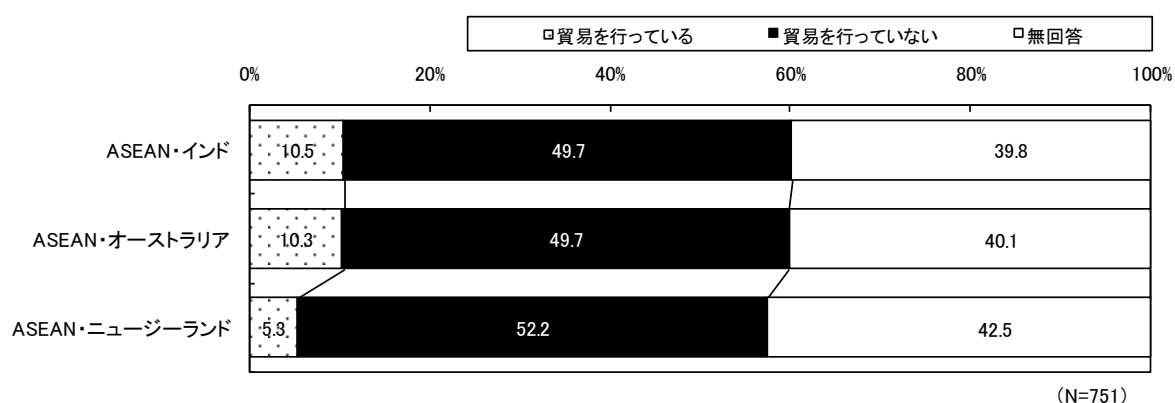
〔注〕カッコ内の数値は回答企業数 (n)

4. FTA 発効予定の国・地域での貿易状況ならびに FTA 利用意向

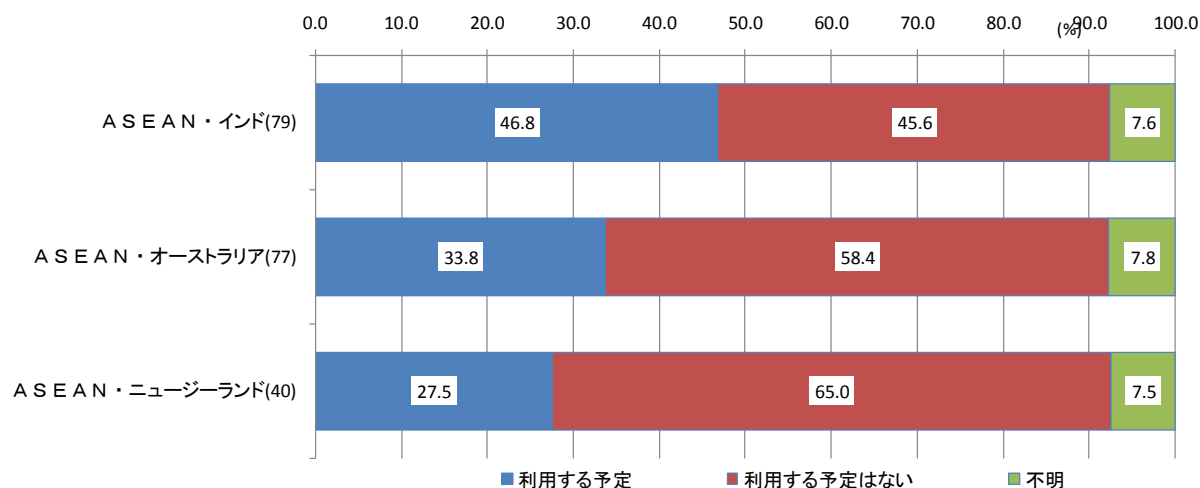
09年11月時点でFTAの発効が見込まれていたアジア・大洋州地域の国・地域（ASEAN・インド、ASEAN・オーストラリア、ASEAN・ニュージーランド）間の貿易の有無について尋ねたところ、「ASEAN・インド」間で貿易を行っていると回答した企業が最も多く10.5%（79社）となった。

また、FTAの利用を予定している企業の比率は、ASEAN・インドが46.8%（79社中37社）と半数近くの企業が前向きな姿勢を示している（同FTAは2010年1月に発効）。特に「化学」（13社中11社、84.6%）、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」（10社中7社、70.0%）などで利用に向けた積極的な姿勢が目立つ。

図表IV - 15 FTA 発効予定の国・地域での貿易の状況



図表IV - 16 発効予定の FTA 利用意向



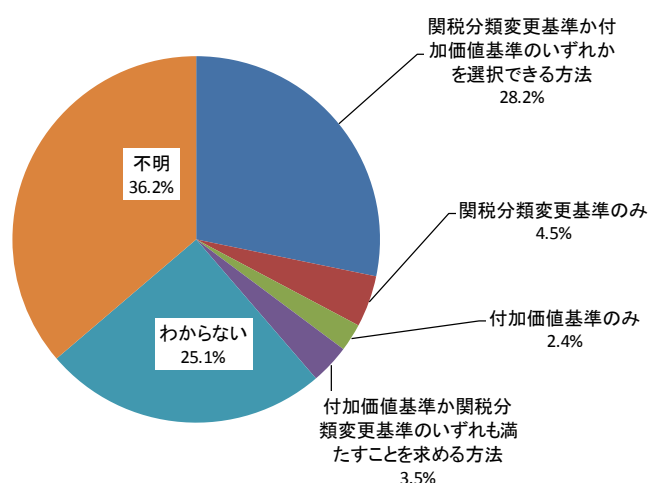
〔注〕カッコ内の数値は回答企業数（n）

5. 最も好ましい原産地基準

いずれかの FTA を利用している、利用を予定していると回答した企業 (287 社) に対して、最も好ましいと考える原産地認定基準 (FTA の優遇税率を適用する際に物品の原産国を判定する基準) について尋ねた。

「わからない」と回答した企業および「不明」であった企業を除くと (111 社)、最も高い回答率となったのは、関税分類変更基準もしくは付加価値基準のいずれかを選択できる方法であった (回答企業 287 社中 81 社、28.2%)。関税分類変更基準のみ (13 社、4.5%)、付加価値基準のみ (7 社、2.4%)、などはいずれも 1 ケタ台の回答率にとどまった。

図表 IV - 12 FTA を利用もしくは利用予定の企業にとって最も好ましい原産地基準



(n=287)

図表 IV - 13 FTA を利用もしくは利用予定の企業にとって最も好ましい原産地基準 (企業属性別)

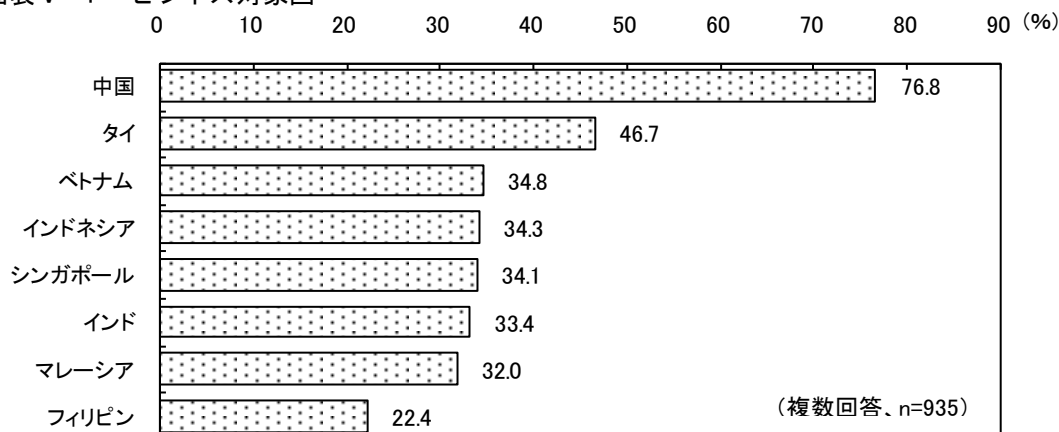
	社数	関税分類変更基準か付加価値基準のいずれかを選択できる方法	関税分類変更基準のみ	付加価値基準のみ	付加価値基準か関税分類変更基準のいずれも満たすことを求める方法	わからない	不明
総計	287	28.2	4.5	2.4	3.5	25.1	36.2
大企業	135	34.1	5.2	1.5	3.0	22.2	34.1
中小企業	152	23.0	3.9	3.3	3.9	27.6	38.2
製造業	201	28.9	5.0	3.0	3.5	26.4	33.3
海外生産製造業	151	32.5	5.3	3.3	4.0	25.2	29.8
国内製造業	50	18.0	4.0	2.0	2.0	30.0	44.0
商社・卸・小売	83	26.5	3.6	1.2	3.6	22.9	42.2
非製造業(商社・卸・小売を除く)	3	33.3	-	-	-	-	66.7
(参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む)	86	26.7	3.5	1.2	3.5	22.1	43.0
飲食料品	24	33.3	12.5	-	4.2	25.0	25.0
繊維・織物/アパレル	10	40.0	-	-	-	30.0	30.0
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	6	66.7	-	-	-	-	33.3
化学	32	18.8	6.3	-	12.5	37.5	25.0
医薬品・化粧品	4	25.0	-	-	-	50.0	25.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	14	28.6	7.1	-	-	28.6	35.7
窯業・土石	6	-	16.7	-	-	16.7	66.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	18	22.2	5.6	-	5.6	16.7	50.0
一般機械	17	23.5	-	5.9	5.9	23.5	41.2
電気機械	15	40.0	6.7	-	-	13.3	40.0
情報通信機械器具/電子部品/デバイス	2	-	-	-	-	50.0	50.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	26	38.5	3.8	15.4	-	19.2	23.1
精密機器	12	16.7	-	8.3	-	33.3	41.7
その他の製造業	15	33.3	-	-	-	40.0	26.7
商社・卸売	74	25.7	4.1	1.4	4.1	24.3	40.5
小売	9	33.3	-	-	-	11.1	55.6
その他の非製造業	3	33.3	-	-	-	-	66.7

V. アジアのビジネス環境

1. ビジネス上のリスク・問題点

ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している国としては、中国が最も多く76.8% (718社)、次いで、タイが46.7% (437社)、ベトナムが34.8% (325社)、インドネシアが34.3% (321社) と続いている。

図表V-1 ビジネス対象国



図表V-2 ビジネス対象国 (企業属性別)

	社数	中国	タイ	インドネシア	マレーシア	フィリピン	シンガポール	ベトナム	インド
総計	935	76.8	46.7	34.3	32.0	22.4	34.1	34.8	33.4
大企業	370	81.6	58.9	45.9	42.2	31.4	41.9	44.6	44.3
中小企業	565	73.6	38.8	26.7	25.3	16.5	29.0	28.3	26.2
製造業	525	83.8	54.7	40.4	38.1	26.7	40.8	38.5	41.1
海外生産製造業	310	89.7	63.9	48.1	44.5	34.8	44.8	47.4	50.3
国内製造業	215	75.3	41.4	29.3	28.8	14.9	34.9	25.6	27.9
商社・卸・小売	216	77.3	44.0	35.6	31.9	21.8	29.6	33.8	27.3
非製造業(商社・卸・小売を除く)	194	57.2	28.4	16.5	15.5	11.3	21.1	25.8	19.1
(参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む)	410	67.8	36.6	26.6	24.1	16.8	25.6	30.0	23.4
飲食料品	53	77.4	54.7	32.1	20.8	11.3	39.6	24.5	20.8
繊維・織物/アパレル	21	85.7	28.6	28.6	14.3	4.8	23.8	38.1	28.6
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	16	56.3	25.0	25.0	37.5	12.5	37.5	37.5	31.3
化学	53	92.5	71.7	66.0	56.6	45.3	54.7	58.5	58.5
医薬品/化粧品	20	100.0	45.0	30.0	30.0	20.0	45.0	30.0	50.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	35	74.3	51.4	31.4	37.1	25.7	37.1	31.4	28.6
窯業/土石	17	82.4	47.1	47.1	41.2	29.4	41.2	41.2	41.2
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	78.7	40.4	29.8	27.7	19.1	36.2	36.2	31.9
一般機械	67	80.6	65.7	49.3	43.3	31.3	35.8	37.3	44.8
電気機械	46	89.1	56.5	41.3	52.2	32.6	54.3	43.5	45.7
情報通信機械器具/電子部品/デバイス	21	90.5	42.9	19.0	38.1	28.6	42.9	33.3	28.6
自動車/自動車部品/その他輸送機器	52	84.6	75.0	46.2	34.6	26.9	26.9	32.7	55.8
精密機器	33	93.9	57.6	39.4	45.5	33.3	51.5	54.5	57.6
その他の製造業	44	84.1	43.2	40.9	38.6	29.5	40.9	36.4	36.4
商社・卸売	196	77.0	43.4	34.7	31.6	20.4	30.6	32.7	27.0
小売	20	80.0	50.0	45.0	35.0	35.0	20.0	45.0	30.0
建設	16	68.8	43.8	31.3	31.3	25.0	31.3	37.5	12.5
運輸	27	74.1	44.4	22.2	29.6	22.2	33.3	37.0	25.9
金融・保険	48	29.2	16.7	4.2	4.2	2.1	10.4	12.5	4.2
専門サービス	25	56.0	20.0	8.0	4.0	-	16.0	16.0	16.0
電気/ガス/水道	7	42.9	71.4	28.6	14.3	28.6	-	42.9	28.6
情報通信サービス	11	45.5	27.3	9.1	9.1	27.3	18.2	36.4	27.3
その他の非製造業	60	73.3	25.0	23.3	20.0	10.0	26.7	28.3	28.3

アジア主要国（中国、タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、ベトナム、インド）において、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している国のビジネス上のリスク・問題点について尋ねた。

アジア主要国のビジネス上のリスク・問題点について、ほとんどの国で、「人件費が高い、上昇している」の回答率が大きく低下した。金融危機後の世界的な不況の中で、雇用の過剰感が高まった結果、賃金の上昇圧力も緩和したことが反映された結果とみられる。

図表 V - 3 アジア主要国のビジネス上の項目別リスク・問題点（全業種）

順位	為替リスクが高い				順位	インフラが未整備			
	09年度	08年度	増減	位		09年度	08年度	増減	
1	(1) インドネシア	26.2	32.6	△ 6.4	1	(1) インド	56.7	58.7	△ 2.0
2	(2) タイ	20.4	23.1	△ 2.7	2	(2) ベトナム	41.8	55.7	△ 13.9
3	(3) ベトナム	20.0	21.3	△ 1.3	3	(3) インドネシア	27.7	29.9	△ 2.2
4	(4) インド	19.6	18.5	1.1	4	(4) フィリピン	26.8	28.0	△ 1.2
5	(5) 中国	18.8	16.6	2.2	5	(5) 中国	15.7	16.8	△ 1.1
6	(7) フィリピン	18.2	12.3	5.9	6	(6) タイ	9.4	10.3	△ 0.9
7	(6) マレーシア	14.7	13.4	1.3	7	(7) マレーシア	8.7	5.6	3.1
8	(8) シンガポール	12.2	9.2	3.0	8	(8) シンガポール	1.9	2.3	△ 0.4
順位	法制度が未整備、運用に問題あり				順位	関連産業が集積・発展していない			
	09年度	08年度	増減	位		09年度	08年度	増減	
1	(1) 中国	53.1	55.7	△ 2.6	1	(1) ベトナム	20.0	24.3	△ 4.3
2	(2) ベトナム	30.8	33.8	△ 3.0	2	(3) インド	14.7	15.7	△ 1.0
3	(3) インド	28.2	30.6	△ 2.4	3	(2) フィリピン	11.0	17.1	△ 6.1
4	(4) インドネシア	19.9	22.6	△ 2.7	4	(4) インドネシア	7.8	10.6	△ 2.8
5	(5) フィリピン	16.3	15.2	1.1	5	(7) 中国	5.4	4.0	1.4
6	(6) タイ	10.8	10.1	0.7	6	(6) タイ	5.3	7.7	△ 2.4
7	(7) マレーシア	7.0	8.5	△ 1.5	7	(5) マレーシア	5.0	8.1	△ 3.1
8	(8) シンガポール	0.9	1.3	△ 0.4	8	(8) シンガポール	2.5	3.0	△ 0.5
順位	知的財産権の保護に問題あり				順位	人件費が高い、上昇している			
	09年度	08年度	増減	位		09年度	08年度	増減	
1	(1) 中国	57.4	55.7	1.7	1	(2) シンガポール	30.4	35.0	△ 4.6
2	(2) インド	13.1	14.9	△ 1.8	2	(1) 中国	29.2	42.4	△ 13.2
3	(3) ベトナム	10.2	10.8	△ 0.6	3	(3) タイ	16.0	18.8	△ 2.8
4	(4) フィリピン	7.2	7.6	△ 0.4	4	(5) マレーシア	11.4	14.1	△ 2.7
4	(5) インドネシア	7.2	6.6	0.6	5	(4) ベトナム	9.8	17.2	△ 7.4
6	(6) タイ	6.2	6.5	△ 0.3	6	(6) インド	8.0	10.7	△ 2.7
7	(7) マレーシア	3.0	6.0	△ 3.0	7	(7) インドネシア	4.4	8.6	△ 4.2
8	(8) シンガポール	0.9	1.3	△ 0.4	8	(8) フィリピン	4.3	4.3	0.0
順位	税務上のリスク・問題あり				順位	労務上の問題点あり			
	09年度	08年度	増減	位		09年度	08年度	増減	
1	(1) 中国	28.0	30.6	△ 2.6	1	(1) 中国	29.7	32.6	△ 2.9
2	(2) インド	21.8	21.0	0.8	2	(2) インド	20.5	19.2	1.3
3	(4) インドネシア	10.3	11.3	△ 1.0	3	(7) フィリピン	12.0	7.6	4.4
4	(3) ベトナム	8.9	11.5	△ 2.6	4	(6) タイ	10.8	7.9	2.9
5	(6) タイ	7.1	7.5	△ 0.4	5	(3) ベトナム	9.8	15.9	△ 6.1
6	(7) マレーシア	4.0	5.6	△ 1.6	6	(4) インドネシア	9.7	12.0	△ 2.3
7	(5) フィリピン	3.8	8.5	△ 4.7	7	(5) マレーシア	6.0	8.1	△ 2.1
8	(8) シンガポール	1.3	1.7	△ 0.4	8	(8) シンガポール	2.2	3.3	△ 1.1

[n(08年度)]=中国:680、タイ:416、インドネシア:301、マレーシア:284、フィリピン:211、シンガポール:303、ベトナム:296、インド:281

[n(09年度)]=中国:718、タイ:437、インドネシア:321、マレーシア:299、フィリピン:209、シンガポール:319、ベトナム:325、インド:312

[注1]母数(n)は、現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している企業。

[注2]カッコ内の数字は08年度調査の順位。

他、各国の回答率が高い項目に目を向けると、「インフラが未整備」という回答が、インドで56.7%（177社）と半数以上の企業が回答しており、ベトナムで41.8%（136社）、インドネシアで27.7%（89社）、フィリピンで26.8%（56社）と、それぞれの国で一番高い回答となっている。「人件費が高い、上昇している」との項目は、シンガポールで30.4%（97社）と一番高い回答であった。「為替リスクが高い」という回答は、タイで20.4%（89社）と一番高い回答となっている。

図表V-4 各国のビジネス上の項目別リスク・課題（全業種）

順位	中国				順位	タイ			
	09年度	08年度	増減			09年度	08年度	増減	
1	(1) 知的財産権の保護に問題あり	57.4	55.7	1.7	1	(1) 為替リスクが高い	20.4	23.1	△ 2.7
2	(1) 法制度が未整備、運用に問題あり	53.1	55.7	△ 2.6	2	(2) 人件費が高い、上昇している	16.0	18.8	△ 2.8
3	(4) 労務上の問題点あり	29.7	32.6	△ 2.9	3	(4) 法制度が未整備、運用に問題あり	10.8	10.1	0.7
4	(3) 人件費が高い、上昇している	29.2	42.4	△ 13.2	3	(5) 労務上の問題点あり	10.8	7.9	2.9
5	(5) 税務上のリスク・問題あり	28.0	30.6	△ 2.6	5	(3) インフラが未整備	9.4	10.3	△ 0.9
6	(7) 為替リスクが高い	18.8	16.6	2.2	6	(7) 税務上のリスク・問題あり	7.1	7.5	△ 0.4
7	(6) インフラが未整備	15.7	16.8	△ 1.1	7	(8) 知的財産権の保護に問題あり	6.2	6.5	△ 0.3
8	(8) 関連産業が集積・発展していない	5.4	4.0	1.4	8	(6) 関連産業が集積・発展していない	5.3	7.7	△ 2.4
順位	インドネシア				順位	マレーシア			
	09年度	08年度	増減			09年度	08年度	増減	
1	(2) インフラが未整備	27.7	29.9	△ 2.2	1	(2) 為替リスクが高い	14.7	13.4	1.3
2	(1) 為替リスクが高い	26.2	32.6	△ 6.4	2	(1) 人件費が高い、上昇している	11.4	14.1	△ 2.7
3	(3) 法制度が未整備、運用に問題あり	19.9	22.6	△ 2.7	3	(7) インフラが未整備	8.7	5.6	3.1
4	(5) 税務上のリスク・問題あり	10.3	11.3	△ 1.0	4	(3) 法制度が未整備、運用に問題あり	7.0	8.5	△ 1.5
5	(4) 労務上の問題点あり	9.7	12.0	△ 2.3	5	(4) 労務上の問題点あり	6.0	8.1	△ 2.1
6	(6) 関連産業が集積・発展していない	7.8	10.6	△ 2.8	6	(4) 関連産業が集積・発展していない	5.0	8.1	△ 3.1
7	(8) 知的財産権の保護に問題あり	7.2	6.6	0.6	7	(7) 税務上のリスク・問題あり	4.0	5.6	△ 1.6
8	(7) 人件費が高い、上昇している	4.4	8.6	△ 4.2	8	(6) 知的財産権の保護に問題あり	3.0	6.0	△ 3.0
順位	フィリピン				順位	シンガポール			
	09年度	08年度	増減			09年度	08年度	増減	
1	(1) インフラが未整備	26.8	28.0	△ 1.2	1	(1) 人件費が高い、上昇している	30.4	35.0	△ 4.6
2	(4) 為替リスクが高い	18.2	12.3	5.9	2	(2) 為替リスクが高い	12.2	9.2	3.0
3	(3) 法制度が未整備、運用に問題あり	16.3	15.2	1.1	3	(3) 関連産業が集積・発展していない	2.5	3.0	△ 0.5
4	(6) 労務上の問題点あり	12.0	7.6	4.4	4	(3) 労務上の問題点あり	2.2	3.3	△ 1.1
5	(2) 関連産業が集積・発展していない	11.0	17.1	△ 6.1	5	(5) インフラが未整備	1.9	2.3	△ 0.4
6	(6) 知的財産権の保護に問題あり	7.2	7.6	△ 0.4	6	(6) 税務上のリスク・問題あり	1.3	1.7	△ 0.4
7	(8) 人件費が高い、上昇している	4.3	4.3	0.0	7	(7) 法制度が未整備、運用に問題あり	0.9	1.3	△ 0.4
8	(5) 税務上のリスク・問題あり	3.8	8.5	△ 4.7	7	(7) 知的財産権の保護に問題あり	0.9	1.3	△ 0.4
順位	ベトナム				順位	インド			
	09年度	08年度	増減			09年度	08年度	増減	
1	(1) インフラが未整備	41.8	55.7	△ 13.9	1	(1) インフラが未整備	56.7	58.7	△ 2.0
2	(2) 法制度が未整備、運用に問題あり	30.8	33.8	△ 3.0	2	(2) 法制度が未整備、運用に問題あり	28.2	30.6	△ 2.4
3	(4) 為替リスクが高い	20.0	21.3	△ 1.3	3	(3) 税務上のリスク・問題あり	21.8	21.0	0.8
3	(3) 関連産業が集積・発展していない	20.0	24.3	△ 4.3	4	(4) 労務上の問題点あり	20.5	19.2	1.3
5	(8) 知的財産権の保護に問題あり	10.2	10.8	△ 0.6	5	(5) 為替リスクが高い	19.6	18.5	1.1
6	(5) 人件費が高い、上昇している	9.8	17.2	△ 7.4	6	(6) 関連産業が集積・発展していない	14.7	15.7	△ 1.0
6	(6) 労務上の問題点あり	9.8	15.9	△ 6.1	7	(7) 知的財産権の保護に問題あり	13.1	14.9	△ 1.8
8	(7) 税務上のリスク・問題あり	8.9	11.5	△ 2.6	8	(8) 人件費が高い、上昇している	8.0	10.7	△ 2.7

[n(08年度)] = 中国: 680、タイ: 416、インドネシア: 301、マレーシア: 284、フィリピン: 211、シンガポール: 303、ベトナム: 296、インド: 281

[n(09年度)] = 中国: 718、タイ: 437、インドネシア: 321、マレーシア: 299、フィリピン: 209、シンガポール: 319、ベトナム: 325、インド: 312

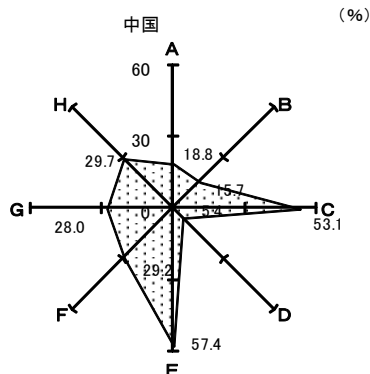
[注1] 母数(n)は、現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している企業。

[注2] カッコ内の数字は08年度調査の順位。

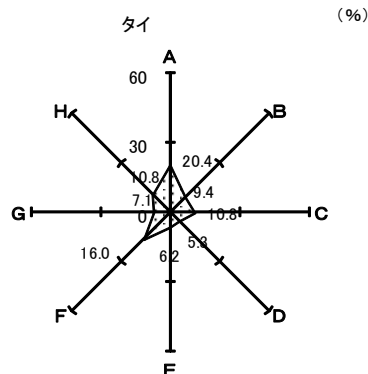
図表 V-5 ビジネス関係がある／新規ビジネスを検討している国のリスク・問題(国別、全業種)

- | | | |
|-------------------|-----------------|-------------------|
| A 為替リスクが高い | B インフラが未整備 | C 法制度が未整備、運用に問題あり |
| D 関連産業が集積・発展していない | E 知的財産権の保護に問題あり | |
| F 人件費が高い、上昇している | G 税務上のリスク・問題あり | H 労務上の問題点あり |

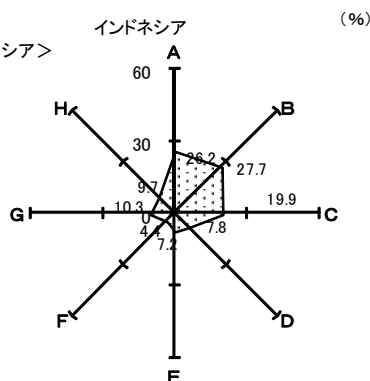
<中国> 中国 (n=718) (%)



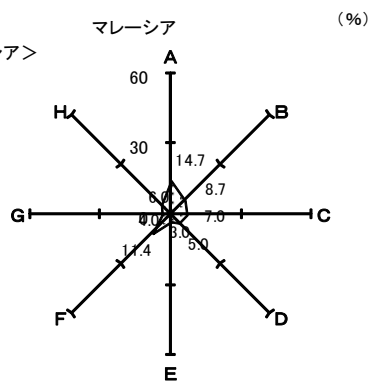
<タイ> タイ (n=437) (%)



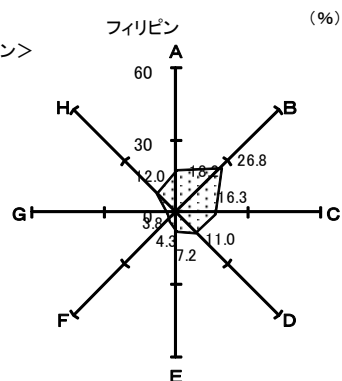
<インドネシア> インドネシア (n=321) (%)



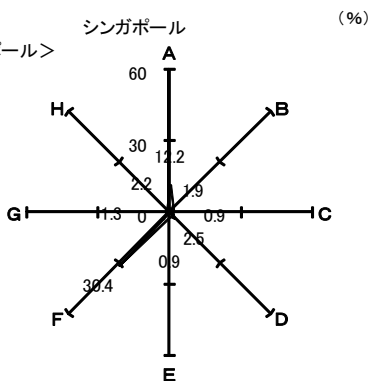
<マレーシア> マレーシア (n=299) (%)



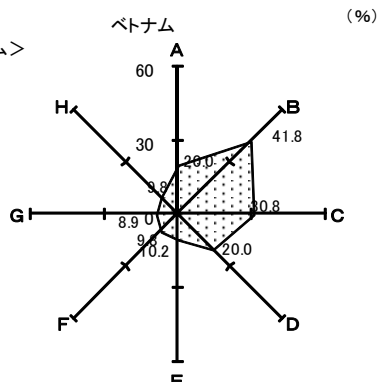
<フィリピン> フィリピン (n=209) (%)



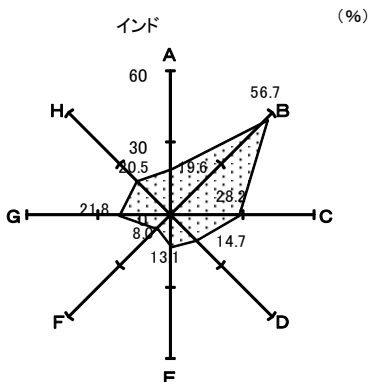
<シンガポール> シンガポール (n=319) (%)



<ベトナム> ベトナム (n=325) (%)



<インド> インド (n=312) (%)



また、過去4年間の数値が入手可能な「製造業、商社・卸売・小売」をみると、「インフラが未整備」の項目において、中国が徐々に改善している一方で、インドが4年連続でトップの地位にある。ベトナムは、「インフラが未整備」、「関連産業が集積・発展していない」の項目で上位となっているものの、過去4年間で徐々に改善がみられている。中国は「インフラが未整備」の項目で着実に改善が見られる一方、「法制度が未整備、運用に問題あり」、「知的財産の保護に問題あり」などの項目においてほぼ横ばいの傾向が続いており、制度面での課題が根強い問題として認識されている。

図表V-6 項目別のリスクランキング（製造業、商社・卸売・小売）

順位	為替リスクが高い					順位	インフラが未整備				
	09年度	08年度	07年度	06年度	09年度		08年度	07年度	06年度		
1	(1) インドネシア	26.6	32.0	15.5	23.5	1	(1) インド	56.4	56.4	53.5	57.2
2	(2) タイ	22.3	23.7	19.5	9.1	2	(2) ベトナム	39.6	55.8	50.3	47.9
3	(3) ベトナム	21.8	20.4	6.8	8.5	3	(4) フィリピン	28.3	26.9	25.3	32.2
4	(4) インド	20.7	19.2	8.4	6.5	4	(3) インドネシア	27.7	28.4	23.9	29.8
5	(5) 中国	20.6	17.1	22.8	20.5	5	(5) 中国	15.0	16.6	19.1	21.6
6	(7) フィリピン	18.7	12.4	7.2	7.9	6	(6) タイ	9.7	9.0	8.4	7.4
7	(6) マレーシア	15.2	13.3	4.5	5.3	7	(7) マレーシア	8.9	5.7	7.6	7.8
8	(8) シンガポール	13.3	8.5	4.5	3.3	8	(8) シンガポール	2.2	2.2	1.4	0.0
順位	法制度が未整備、					順位	関連産業が				
	09年度	08年度	07年度	06年度	09年度		08年度	07年度	06年度		
1	(1) 中国	50.9	55.3	54.0	59.9	1	(1) ベトナム	20.4	26.2	32.5	31.4
2	(2) ベトナム	28.4	31.9	27.4	32.2	2	(3) インド	13.5	16.4	18.3	18.4
3	(3) インド	25.8	28.4	19.0	35.3	3	(2) フィリピン	10.2	18.1	17.5	20.9
4	(4) インドネシア	18.7	20.9	22.7	28.2	4	(4) インドネシア	7.6	11.5	13.3	15.1
5	(5) フィリピン	15.5	14.5	9.8	13.0	5	(6) タイ	5.2	8.2	7.4	6.2
6	(6) タイ	8.6	9.0	9.6	5.9	6	(7) 中国	4.9	4.2	4.3	4.7
7	(7) マレーシア	7.1	7.2	3.4	6.5	7	(5) マレーシア	4.5	8.3	9.5	12.7
8	(8) シンガポール	1.1	1.5	1.4	0.0	8	(8) シンガポール	2.2	3.3	3.5	3.7
順位	知的財産権の保護に問題あり					順位	人件費が高い、上昇している				
	09年度	08年度	07年度	06年度	09年度		08年度	07年度	06年度		
1	(1) 中国	59.8	56.8	53.9	59.2	1	(2) シンガポール	30.9	32.8	33.9	39.3
2	(2) インド	13.1	14.4	10.3	13.9	2	(1) 中国	30.5	43.4	41.3	28.4
3	(3) ベトナム	10.2	10.0	12.0	11.9	3	(3) タイ	16.0	18.4	15.7	20.4
4	(4) フィリピン	7.5	7.8	9.8	9.0	4	(5) マレーシア	11.5	13.6	14.0	13.9
5	(5) インドネシア	7.3	6.5	8.0	9.2	5	(4) ベトナム	9.1	16.2	8.6	5.1
6	(6) タイ	5.8	6.4	6.1	6.2	6	(6) インド	7.3	10.4	7.3	3.5
7	(7) マレーシア	3.3	5.7	4.5	4.1	7	(8) フィリピン	4.3	4.7	3.6	4.0
8	(8) シンガポール	1.1	1.1	1.0	1.6	8	(7) インドネシア	3.8	8.3	6.1	5.5
順位	税務上のリスク・問題あり					順位	労務上の問題あり				
	09年度	08年度	07年度	06年度	09年度		08年度	07年度	06年度		
1	(1) 中国	28.2	29.4	28.9	33.2	1	(1) 中国	29.7	32.3	29.9	-
2	(2) インド	21.8	19.6	12.5	17.9	2	(2) インド	18.9	18.8	15.8	-
3	(3) インドネシア	9.3	10.4	8.0	15.5	3	(6) フィリピン	13.4	6.7	5.7	-
4	(4) ベトナム	7.6	10.0	8.2	10.2	4	(7) タイ	10.7	6.6	5.3	-
5	(6) タイ	6.8	6.4	6.6	7.6	5	(3) ベトナム	9.8	15.8	8.9	-
6	(7) マレーシア	4.1	5.3	3.4	6.5	6	(4) インドネシア	9.3	11.9	9.1	-
7	(5) フィリピン	2.7	7.8	1.0	7.3	7	(5) マレーシア	5.6	7.6	4.5	-
8	(8) シンガポール	1.1	1.8	1.0	2.0	8	(8) シンガポール	1.4	3.0	1.4	-

[n(06年度)＝中国：596、タイ：353、インドネシア：238、マレーシア：245、フィリピン：177、シンガポール：244、ベトナム：236、インド：201]

[n(07年度)＝中国：622、タイ：394、インドネシア：264、マレーシア：264、フィリピン：194、シンガポール：286、ベトナム：292、インド：273]

[n(08年度)＝中国：595、タイ：376、インドネシア：278、マレーシア：264、フィリピン：193、シンガポール：271、ベトナム：260、インド：250]

[n(09年度)＝中国：607、タイ：382、インドネシア：292、マレーシア：289、フィリピン：187、シンガポール：278、ベトナム：275、インド：275]

[注1]母数(n)は、現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している企業。

[注2]「労務上の問題あり」は07年度に追加の項目。

[注3]カッコ内の数字は08年度調査の順位。

国別に前年度と5%ポイント以上の差がある項目に目を向けてみると、ベトナムでは、「インフラが未整備」が16.2%ポイント改善(55.8%⇒39.6%)、「関連産業が集積・発展していない」が5.8%ポイント改善(26.2%⇒20.4%)、「労務上の問題あり」が6.0%ポイント改善(15.8%⇒9.8%)、「人件費が高い、上昇している」が7.1%ポイント改善(16.2%⇒9.1%)と、4項目において5%ポイント以上改善した。中国では前述の通り「人件費が高い、上昇している」が12.9%ポイント改善(43.4%⇒30.5%)、インドネシアでは「為替リスクが高い」が5.4%ポイント(32.0%⇒26.6%)改善した。5%ポイント以上評価が低下したのはフィリピンの「為替リスクが高い」が6.3%ポイント低下(12.4%⇒18.7%)、「労務上の問題点あり」が6.7%ポイント低下(6.7%⇒13.4%)などであった。

図表V-7 アジア主要国のビジネスリスク・問題点の時系列比較(国別、製造業、商社・卸・小売)

順位	中国				順位	タイ					
	09年度	08年度	07年度	06年度		09年度	08年度	07年度	06年度		
1	(1) 知的財産権の保護に問題あり	59.8	56.8	53.9	59.2	1	(1) 為替リスクが高い	22.3	23.7	19.5	9.1
2	(2) 法制度が未整備、運用に問題あり	50.9	55.3	54.0	59.9	2	(2) 人件費が高い、上昇している	16.0	18.4	15.7	20.4
3	(3) 人件費が高い、上昇している	30.5	43.4	41.3	28.4	3	(6) 労務上の問題点あり	10.7	6.6	5.3	-
4	(4) 労務上の問題点あり	29.7	32.3	29.9	-	4	(3) インフラが未整備	9.7	9.0	8.4	7.4
5	(5) 税務上のリスク・問題あり	28.2	29.4	28.9	33.2	5	(3) 法制度が未整備、運用に問題あり	8.6	9.0	9.6	5.9
6	(6) 為替リスクが高い	20.6	17.1	22.8	20.5	6	(7) 税務上のリスク・問題あり	6.8	6.4	6.6	7.6
7	(7) インフラが未整備	15.0	16.6	19.1	21.6	7	(7) 知的財産権の保護に問題あり	5.8	6.4	6.1	6.2
8	(8) 関連産業が集積・発展していない	4.9	4.2	4.3	4.7	8	(5) 関連産業が集積・発展していない	5.2	8.2	7.4	6.2
順位	インドネシア				順位	マレーシア					
	09年度	08年度	07年度	06年度		09年度	08年度	07年度	06年度		
1	(2) インフラが未整備	27.7	28.4	23.9	29.8	1	(2) 為替リスクが高い	15.2	13.3	4.5	5.3
2	(1) 為替リスクが高い	26.6	32.0	15.5	23.5	2	(1) 人件費が高い、上昇している	11.5	13.6	14.0	13.9
3	(3) 法制度が未整備、運用に問題あり	18.7	20.9	22.7	28.2	3	(6) インフラが未整備	8.9	5.7	7.6	7.8
4	(6) 税務上のリスク・問題あり	9.3	10.4	8.0	15.5	4	(5) 法制度が未整備、運用に問題あり	7.1	7.2	3.4	6.5
4	(4) 労務上の問題点あり	9.3	11.9	9.1	-	5	(4) 労務上の問題点あり	5.6	7.6	4.5	-
6	(5) 関連産業が集積・発展していない	7.6	11.5	13.3	15.1	6	(3) 関連産業が集積・発展していない	4.5	8.3	9.5	12.7
7	(8) 知的財産権の保護に問題あり	7.3	6.5	8.0	9.2	7	(8) 税務上のリスク・問題あり	4.1	5.3	3.4	6.5
8	(7) 人件費が高い、上昇している	3.8	8.3	6.1	5.5	8	(6) 知的財産権の保護に問題あり	3.3	5.7	4.5	4.1
順位	フィリピン				順位	シンガポール					
	09年度	08年度	07年度	06年度		09年度	08年度	07年度	06年度		
1	(1) インフラが未整備	28.3	26.9	25.3	32.2	1	(1) 人件費が高い、上昇している	30.9	32.8	33.9	39.3
2	(4) 為替リスクが高い	18.7	12.4	7.2	7.9	2	(2) 為替リスクが高い	13.3	8.5	4.5	3.3
3	(3) 法制度が未整備、運用に問題あり	15.5	14.5	9.8	13.0	3	(5) インフラが未整備	2.2	2.2	1.4	0.0
4	(7) 労務上の問題点あり	13.4	6.7	5.7	-	3	(3) 関連産業が集積・発展していない	2.2	3.3	3.5	3.7
5	(2) 関連産業が集積・発展していない	10.2	18.1	17.5	20.9	5	(4) 労務上の問題点あり	1.4	3.0	1.4	-
6	(5) 知的財産権の保護に問題あり	7.5	7.8	9.8	9.0	6	(7) 法制度が未整備、運用に問題あり	1.1	1.5	1.4	0.0
7	(8) 人件費が高い、上昇している	4.3	4.7	3.6	4.0	6	(8) 知的財産権の保護に問題あり	1.1	1.1	1.0	1.6
8	(5) 税務上のリスク・問題あり	2.7	7.8	1.0	7.3	6	(8) 税務上のリスク・問題あり	1.1	1.8	1.0	2.0
順位	ベトナム				順位	インド					
	09年度	08年度	07年度	06年度		09年度	08年度	07年度	06年度		
1	(1) インフラが未整備	39.6	55.8	50.3	47.9	1	(1) インフラが未整備	56.4	56.4	53.5	57.2
2	(2) 法制度が未整備、運用に問題あり	28.4	31.9	27.4	32.2	2	(2) 法制度が未整備、運用に問題あり	25.8	28.4	19.0	35.3
3	(4) 為替リスクが高い	21.8	20.4	6.8	8.5	3	(3) 税務上のリスク・問題あり	21.8	19.6	12.5	17.9
4	(3) 関連産業が集積・発展していない	20.4	26.2	32.5	31.4	4	(4) 為替リスクが高い	20.7	19.2	8.4	6.5
5	(7) 知的財産権の保護に問題あり	10.2	10.0	12.0	11.9	5	(5) 労務上の問題点あり	18.9	18.8	15.8	-
6	(6) 労務上の問題点あり	9.8	15.8	8.9	-	6	(6) 関連産業が集積・発展していない	13.5	16.4	18.3	18.4
7	(5) 人件費が高い、上昇している	9.1	16.2	8.6	5.1	7	(7) 知的財産権の保護に問題あり	13.1	14.4	10.3	13.9
8	(7) 税務上のリスク・問題あり	7.6	10.0	8.2	10.2	8	(8) 人件費が高い、上昇している	7.3	10.4	7.3	3.5

[n(06年度) = 中国: 596、タイ: 353、インドネシア: 238、マレーシア: 245、フィリピン: 177、シンガポール: 244、ベトナム: 236、インド: 201]
[n(07年度) = 中国: 622、タイ: 394、インドネシア: 264、マレーシア: 264、フィリピン: 194、シンガポール: 286、ベトナム: 292、インド: 273]
[n(08年度) = 中国: 595、タイ: 376、インドネシア: 278、マレーシア: 264、フィリピン: 193、シンガポール: 271、ベトナム: 260、インド: 250]
[n(09年度) = 中国: 607、タイ: 382、インドネシア: 289、マレーシア: 269、フィリピン: 187、シンガポール: 278、ベトナム: 275、インド: 275]
[注1]母数(n)は、現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している企業。
[注2]「労務上の問題あり」は07年度に追加の項目。
[注3]カッコ内の数字は08年度調査の順位。

図表V-8 項目別のリスクランキング（非製造業）

順位	為替リスクが高い			順位	インフラが未整備		
		09年度	08年度			09年度	08年度
1	(1) インドネシア	21.9	39.1	1	(1) インド	59.5	77.4
2	(8) フィリピン	13.6	11.1	2	(2) ベトナム	54.0	55.6
3	(6) インド	10.8	12.9	3	(3) インドネシア	28.1	47.8
4	(5) マレーシア	10.0	15.0	4	(6) 中国	19.8	17.6
4	(2) ベトナム	10.0	27.8	5	(4) フィリピン	13.6	38.9
6	(6) 中国	9.0	12.9	6	(5) タイ	7.3	22.5
7	(3) タイ	7.3	17.5	7	(7) マレーシア	6.7	5.0
8	(4) シンガポール	4.9	15.6	8	(8) シンガポール	0.0	3.1
順位	法制度が未整備、運用に問題あり			順位	関連産業が集積・発展していない		
		09年度	08年度			09年度	08年度
1	(1) 中国	64.9	58.8	1	(2) インド	24.3	9.7
2	(2) インド	45.9	48.4	2	(3) フィリピン	18.2	5.6
3	(3) ベトナム	44.0	47.2	3	(1) ベトナム	18.0	11.1
4	(4) インドネシア	31.3	43.5	4	(4) マレーシア	10.0	5.0
5	(7) タイ	25.5	20.0	5	(7) インドネシア	9.4	0.0
6	(6) フィリピン	22.7	22.2	6	(6) 中国	8.1	2.4
7	(5) マレーシア	6.7	25.0	7	(5) タイ	5.5	2.5
8	(8) シンガポール	0.0	0.0	8	(7) シンガポール	4.9	0.0
順位	知的財産権の保護に問題あり			順位	人件費が高い、上昇している		
		09年度	08年度			09年度	08年度
1	(1) 中国	44.1	48.2	1	(1) シンガポール	26.8	53.1
2	(2) インド	13.5	19.4	2	(2) 中国	22.5	35.3
3	(3) ベトナム	10.0	16.7	3	(4) タイ	16.4	22.5
4	(6) タイ	9.1	7.5	4	(3) ベトナム	14.0	25.0
5	(5) インドネシア	6.3	8.7	5	(7) インド	13.5	12.9
6	(7) フィリピン	4.5	5.6	6	(5) マレーシア	10.0	20.0
7	(4) マレーシア	0.0	10.0	7	(6) インドネシア	9.4	13.0
7	(8) シンガポール	0.0	3.1	8	(8) フィリピン	4.5	0.0
順位	税務上のリスク・問題あり			順位	労務上の問題点あり		
		09年度	08年度			09年度	08年度
1	(1) 中国	27.0	38.8	1	(2) インド	32.4	22.6
2	(2) インド	21.6	32.3	2	(1) 中国	29.7	35.3
3	(4) インドネシア	18.8	21.7	3	(7) インドネシア	12.5	13.0
4	(3) ベトナム	16.0	22.2	4	(3) タイ	10.9	20.0
5	(6) フィリピン	13.6	16.7	5	(6) マレーシア	10.0	15.0
6	(5) タイ	9.1	17.5	5	(4) ベトナム	10.0	16.7
7	(7) マレーシア	3.3	10.0	7	(8) シンガポール	7.3	6.3
8	(8) シンガポール	2.4	0.0	8	(4) フィリピン	0.0	16.7

[n(08年度) = 中国: 85、タイ: 40、インドネシア: 23、マレーシア: 20、フィリピン: 18、シンガポール: 32、ベトナム: 36、インド: 31]

[n(09年度) = 中国: 111、タイ: 55、インドネシア: 32、マレーシア: 30、フィリピン: 22、シンガポール: 41、ベトナム: 50、インド: 37]

[注1]母数(n)は、現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している企業。

[注2]カッコ内の数字は08年度調査の順位。

図表V-9 各国のビジネス上の項目別リスク・課題（非製造業）

順位	中国			順位	タイ		
		09年度	08年度			09年度	08年度
1	(1) 法制度が未整備、運用に問題あり	64.9	58.8	1	(3) 法制度が未整備、運用に問題あり	25.5	20.0
2	(2) 知的財産権の保護に問題あり	44.1	48.2	2	(1) 人件費が高い、上昇している	16.4	22.5
3	(4) 労務上の問題点あり	29.7	35.3	3	(3) 労務上の問題点あり	10.9	20.0
4	(3) 税務上のリスク・問題あり	27.0	38.8	4	(7) 知的財産権の保護に問題あり	9.1	7.5
5	(4) 人件費が高い、上昇している	22.5	35.3	4	(5) 税務上のリスク・問題あり	9.1	17.5
6	(6) インフラが未整備	19.8	17.6	6	(5) 為替リスクが高い	7.3	17.5
7	(7) 為替リスクが高い	9.0	12.9	6	(1) インフラが未整備	7.3	22.5
8	(8) 関連産業が集積・発展していない	8.1	2.4	8	(8) 関連産業が集積・発展していない	5.5	2.5
順位	インドネシア			順位	マレーシア		
		09年度	08年度			09年度	08年度
1	(2) 法制度が未整備、運用に問題あり	31.3	43.5	1	(3) 為替リスクが高い	10.0	15.0
2	(1) インフラが未整備	28.1	47.8	1	(7) 関連産業が集積・発展していない	10.0	5.0
3	(3) 為替リスクが高い	21.9	39.1	1	(2) 人件費が高い、上昇している	10.0	20.0
4	(4) 税務上のリスク・問題あり	18.8	21.7	1	(3) 労務上の問題点あり	10.0	15.0
5	(5) 労務上の問題点あり	12.5	13.0	5	(7) インフラが未整備	6.7	5.0
6	(8) 関連産業が集積・発展していない	9.4	0.0	5	(1) 法制度が未整備、運用に問題あり	6.7	25.0
6	(5) 人件費が高い、上昇している	9.4	13.0	7	(5) 税務上のリスク・問題あり	3.3	10.0
8	(7) 知的財産権の保護に問題あり	6.3	8.7	8	(5) 知的財産権の保護に問題あり	0.0	10.0
順位	フィリピン			順位	シンガポール		
		09年度	08年度			09年度	08年度
1	(2) 法制度が未整備、運用に問題あり	22.7	22.2	1	(1) 人件費が高い、上昇している	26.8	53.1
2	(6) 関連産業が集積・発展していない	18.2	5.6	2	(3) 労務上の問題点あり	7.3	6.3
3	(5) 為替リスクが高い	13.6	11.1	3	(2) 為替リスクが高い	4.9	15.6
3	(1) インフラが未整備	13.6	38.9	3	(6) 関連産業が集積・発展していない	4.9	0.0
3	(3) 税務上のリスク・問題あり	13.6	16.7	5	(6) 税務上のリスク・問題あり	2.4	0.0
6	(6) 知的財産権の保護に問題あり	4.5	5.6	6	(4) インフラが未整備	0.0	3.1
6	(8) 人件費が高い、上昇している	4.5	0.0	6	(6) 法制度が未整備、運用に問題あり	0.0	0.0
8	(3) 労務上の問題点あり	0.0	16.7	6	(4) 知的財産権の保護に問題あり	0.0	3.1
順位	ベトナム			順位	インド		
		09年度	08年度			09年度	08年度
1	(1) インフラが未整備	54.0	55.6	1	(1) インフラが未整備	59.5	77.4
2	(2) 法制度が未整備、運用に問題あり	44.0	47.2	2	(2) 法制度が未整備、運用に問題あり	45.9	48.4
3	(8) 関連産業が集積・発展していない	18.0	11.1	3	(4) 労務上の問題点あり	32.4	22.6
4	(5) 税務上のリスク・問題あり	16.0	22.2	4	(8) 関連産業が集積・発展していない	24.3	9.7
5	(4) 人件費が高い、上昇している	14.0	25.0	5	(3) 税務上のリスク・問題あり	21.6	32.3
6	(3) 為替リスクが高い	10.0	27.8	6	(5) 知的財産権の保護に問題あり	13.5	19.4
6	(6) 知的財産権の保護に問題あり	10.0	16.7	6	(6) 人件費が高い、上昇している	13.5	12.9
6	(6) 労務上の問題点あり	10.0	16.7	8	(6) 為替リスクが高い	10.8	12.9

[n(08年度) = 中国: 85、タイ: 40、インドネシア: 23、マレーシア: 20、フィリピン: 18、シンガポール: 32、ベトナム: 36、インド: 31]

[n(09年度) = 中国: 111、タイ: 55、インドネシア: 32、マレーシア: 30、フィリピン: 22、シンガポール: 41、ベトナム: 50、インド: 37]

[注1]母数(n)は、現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している企業。

[注2]カッコ内の数字は08年度調査の順位。

2. ビジネス上の阻害要因

アジア主要国（中国、タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、ベトナム、インド）において、ビジネス展開での阻害要因について2件までの自由記入として尋ねた。

件数にして250件の回答が得られたが、自由記入の設問なのでバラツキが見られたため、分類し記入件数をカウントした。

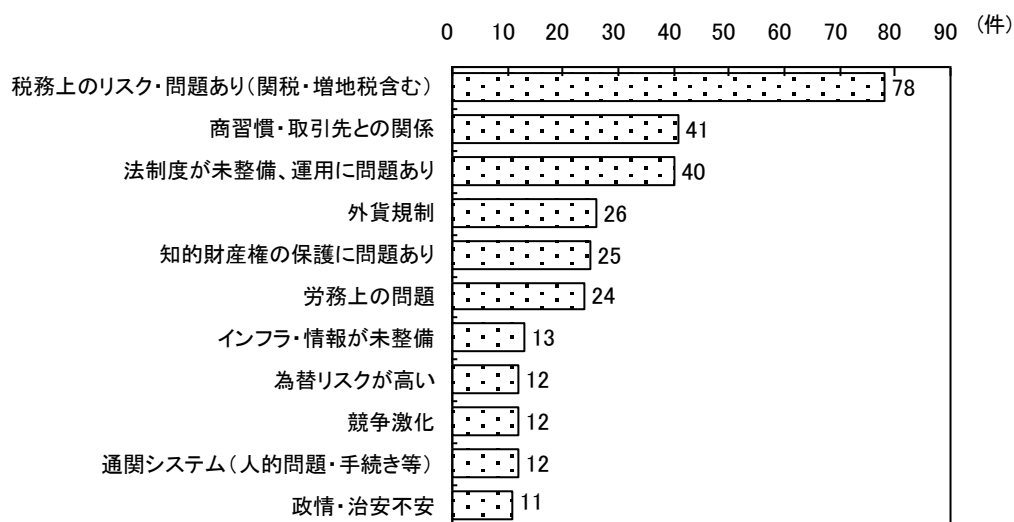
「税務上のリスク・問題あり（関税・増値税含む）が最も多く78件の記述があり、次いで「商習慣・取引先との関係」が41件、「法制度が未整備、運用に問題あり」が40件の記述があった。

1つの欄に複数の阻害要因が記載されていることが多く、正確に分類できていない可能性は否めないが、前設問で「リスク・問題点」として国別に尋ねたときには順位が低かった「税務上のリスク・問題あり」が、「阻害要因」としては上位に位置している。

特に「税務上のリスク・問題あり」にまとめたが、文中に「関税」という語が記載されている企業が55社あり、高関税が輸出のネックとなっていると内容も多くみられた。

参考として自由記入の件数を国別に記述すると、中国191件、インド35件、ベトナム19件、タイ13件、インドネシア12件、シンガポール5件、マレーシア5件、フィリピン5件であった。

図表V - 10 ビジネス上の阻害要因（自由記入を分類し、多かった回答のみ抜粋）



平成21年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（製造業、商社・卸・小売用）

本調査は、ジェトロメンバーズ企業を対象とした海外事業への取り組みに関する調査です。ご記入いただいた調査票は、お手数ではございますが、2009年12月25日(金)までに同封の返信用封筒によるご返送により、ご回答下さい。なお、同アンケートは、集計結果を和文および英文で公表致します。貴社のご事情により回答が困難なもの、または不明なものがございましたら、その部分をご回答を省略頂いても結構です。本調査に関するお問い合わせは、以下までお願いいたします。なお、後日、ご回答内容について、お電話にて確認をお願いする場合がございます。その際は可能な範囲でご協力をいただきたく、お願い申し上げます。

日本貿易振興機構(ジェトロ) 海外調査部 国際経済研究課 (担当: ^{ひがしの} 東野、^{しいの} 椎野、^{あさくら} 朝倉)
 〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階
 TEL: 03-3582-5177 FAX: 03-3582-5309 E-mail : ORI@jetro.go.jp

ご協力頂いた企業様には、本調査結果をまとめた報告書を送らせていただきます。

貴社名			
部課名		役職	
ご氏名			
ご住所	〒		
TEL		FAX	

■ 個人情報保護について

ご記入いただいたお客様の情報は適切に管理し、本調査のために利用しますが、統計的に処理しますので、個別の回答内容が外部に漏れることはありません。ご回答頂いた調査票は、本件のとりまとめ業務を委託しております株式会社日本能率協会総合研究所が集計を行います。

お客様の個人情報保護管理者: 海外調査部 国際経済研究課長 03-3582-5177



I 貴社の概要

F1 貴社の業種を一つお答え下さい。複数の業種にまたがる製造業の方は、売上高(連結ベース)のなかで最も大きな割合を占める業種をお答えください。(単一回答)

製造業	<input type="checkbox"/> ₁ 飲食料品	<input type="checkbox"/> ₂ 繊維・織物	<input type="checkbox"/> ₃ アパレル	
	<input type="checkbox"/> ₄ 木材・木製品(家具を除く)	<input type="checkbox"/> ₅ 家具・建材	<input type="checkbox"/> ₆ 紙・パルプ	
	<input type="checkbox"/> ₇ 化学	<input type="checkbox"/> ₈ 医療品・化粧品	<input type="checkbox"/> ₉ 石油・石炭製品	
	<input type="checkbox"/> ₁₀ プラスチック製品	<input type="checkbox"/> ₁₁ ゴム製品	<input type="checkbox"/> ₁₂ 窯業・土石	
	<input type="checkbox"/> ₁₃ 鉄鋼	<input type="checkbox"/> ₁₄ 非鉄金属	<input type="checkbox"/> ₁₅ 金属製品	
	<input type="checkbox"/> ₁₆ 一般機械	<input type="checkbox"/> ₁₇ 電気機械	<input type="checkbox"/> ₁₈ 情報通信機械器具	
	<input type="checkbox"/> ₁₉ 電子部品・デバイス	<input type="checkbox"/> ₂₀ 自動車	<input type="checkbox"/> ₂₁ 自動車部品	
	<input type="checkbox"/> ₂₂ その他輸送機器	<input type="checkbox"/> ₂₃ 精密機器	<input type="checkbox"/> ₂₄ その他 ()	
	非製造業	<input type="checkbox"/> ₂₅ 商社・卸売	<input type="checkbox"/> ₂₆ 小売	<input type="checkbox"/> ₂₇ その他 ()

F2 貴社の資本金をお答えください。(単一回答)

- ₁ 3千万円以下 ₂ 3千万円超～5千万円以下 ₃ 5千万円超～1億円以下
₄ 1億円超～3億円以下 ₅ 3億円超～10億円以下 ₆ 10億円超

F3 貴社の常時雇用従業員数をお答えください。(単一回答)

- ₁ 50人以下 ₂ 51～100人 ₃ 101～300人
₄ 301～1,000人 ₅ 1,001～3,000人 ₆ 3,001人以上

F4 貴社は海外に拠点をもっていますか？なお、代理店は海外拠点に含みません。(単一回答)

- ₁ 海外に拠点がある ⇒SQ-1にお進み下さい。
₂ 海外拠点は無い ⇒「II 海外・国内事業展開への取り組み」のQ2にお進み下さい。

【海外拠点がある企業の方へ】

SQ-1 その拠点の主な機能について、該当箇所に印を付けてください。(複数回答可)

		販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	地域統括拠点	その他 ()	
アジア	中国	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	香港	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	台湾	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	韓国	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	シンガポール	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	タイ	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	マレーシア	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	インドネシア	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	フィリピン	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	ベトナム	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
北米	米国	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	カナダ	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	メキシコ	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
南米	ブラジル	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
	欧州・ロシア	西欧	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
		中・東欧	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	ロシア・CIS	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
中東		<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	
その他 ()		<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	

* 一カ国・地域内で複数の機能がある場合には、該当する機能全てに印をつけて下さい。
* 中・東欧とは、ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、スロベニア、ルーマニア、ブルガリア、バルト3国をさします。
* 中東とは、トルコ、アラブ首長国連邦、サウジアラビア、イスラエル、イラン、イラク、バーレーン、ヨルダン、クウェート、レバノン、オマーン、カタール、シリア、イエメン、パレスチナをさします。

II 海外・国内事業展開への取り組み

Q1 2008年度の貴社の売上高、生産高、研究開発費、従業員数につき、連結ベースでの海外比率を、おおよその割合でお答えください。また、今後(3年程度)の海外比率の見通しについてもお答えください。
(記入例:海外での売上が40、国内が60の場合、海外比率は40%とご記入ください。)

	2008年度の 海外比率	今後(3年程度)、海外比率は		
		拡大	横ばい	縮小
売上高	%	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
生産高	%	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
研究開発費	%	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
調達	%	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
従業員数	%	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃

Q2 貴社は海外での今後(3年程度)の事業展開(新規投資、既存拠点の拡充)について、どのようにお考えですか。
(単一回答)

- ₁ 事業規模の拡大を図る。 ⇒ Q3、SQ-2にお進み下さい。
- ₂ 現状を維持する。 ⇒ Q3にお進み下さい。
- ₃ 事業規模の縮小、撤退が必要と考えている。 ⇒ Q3にお進み下さい。
- ₄ 今後とも海外への投資は行わない。 ⇒ Q3にお進み下さい。
- ₅ その他() ⇒ Q3にお進み下さい。

Q3 貴社は日本国内での今後(3年程度)の事業展開(新規投資、既存拠点の拡充)について、どのようにお考えですか。(単一回答)

- ₁ 事業規模の拡大を図る。 ⇒ SQ-2にお進み下さい。
- ₂ 現状を維持する。 ⇒ 「中国におけるビジネス展開」(Q4)にお進み下さい。
- ₃ 事業規模の縮小が必要と考えている。 ⇒ 「中国におけるビジネス展開」(Q4)にお進み下さい。
- ₄ その他() ⇒ 「中国におけるビジネス展開」(Q4)にお進み下さい。

【Q2、またはQ3で「事業規模の拡大を図る」と回答された企業の方へ】

SQ-2 海外と日本で事業規模の拡大を図る際、具体的にどのような機能を拡大しますか。海外と日本で拡大する機能を選択し、海外については各機能につき、その対象国・地域をお答えください。(複数回答可)

拡大する機能	日本	海外	対象国・地域(以下選択肢からお選び下さい)						
販売機能	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₁							
生産(汎用品)	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂							
生産(高付加価値品)	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃							
研究開発(基礎研究)	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₄							
研究開発(新製品開発)	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₅							
研究開発(現地市場向け仕様変更)	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₆							
地域統括機能	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₇							
物流機能	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₈							
その他()	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₉							

<選択肢>
 1. 中国 2. 香港 3. 台湾 4. 韓国 5. シンガポール 6. タイ 7. マレーシア 8. インドネシア 9. フィリピン
 10. ベトナム 11. インド 12. 米国 13. カナダ 14. メキシコ 15. ブラジル 16. その他中南米 17. 西欧
 18. 中・東欧 19. ロシア・CIS 20. 中東 21. アフリカ 22. その他

【SQ-2で海外で「販売機能を拡大する」と回答された方のうち、新興・途上国地域(先進国・地域以外)で拡大すると回答された企業の方へ】

SQ-3 貴社が新興・途上国地域市場開拓においてターゲットとする層、および商品の価格帯はどこを考えていますか。以下の各項目の中からそれぞれお選びください。(複数回答可)

* 新興・途上国地域とは、先進国(EU15、日本、米国、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、スイス、ノルウェー、スロベニア、アイスランド)を除くすべての国。

現在のターゲット	企業向け		価格帯	
	<input type="checkbox"/> ₁ 現地日系企業向け	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品		
	<input type="checkbox"/> ₂ 地場企業向け	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品		
	<input type="checkbox"/> ₃ 地場外資系企業向け(地場企業を除く)	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品		
	消費者向け		価格帯	
	<input type="checkbox"/> ₁ 富裕層	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品		
<input type="checkbox"/> ₂ ニューリッチ・中間層	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品			
<input type="checkbox"/> ₃ 低所得層	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品			
将来のターゲット	企業向け		価格帯	
	<input type="checkbox"/> ₁ 現地日系企業向け	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品		
	<input type="checkbox"/> ₂ 地場企業向け	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品		
	<input type="checkbox"/> ₃ 地場外資系企業向け(地場企業を除く)	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品		
	消費者向け		価格帯	
	<input type="checkbox"/> ₁ 富裕層	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品		
<input type="checkbox"/> ₂ ニューリッチ・中間層	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品			
<input type="checkbox"/> ₃ 低所得層	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品			

【SQ-3で現在、もしくは将来の価格帯として「中・低価格品」と回答された企業の方へ】

SSQ-1 新興・途上国地域市場で中・低価格に貴社製品/サービスを販売・提供するにあたり、現時点で最大の競合相手はどの国・地域の企業とお考えですか。(製品の生産地ではなく、企業の国籍を1つお答えください。)(複数回答可)

- ₁ 現地地場企業
- ₂ 米国系企業
- ₃ 欧州系企業
- ₄ 日系企業
- ₅ 韓国系企業
- ₆ 中国系企業
- ₇ 台湾系企業
- ₈ その他()

SSQ-2 新興・途上国地域市場で中・低価格帯に貴社製品/サービスを販売・提供するにあたり、現在直面している問題点もしくは将来的に想定される課題は何ですか。(複数回答可)

- ₁ 低コストの製品/サービスの開発体制の構築が困難
- ₂ 低コストの製品/サービスの生産・供給体制の構築が困難
- ₃ 中・低価格帯にあわせた新販路(信頼できる代理店や自社直営店など)の確保が困難
- ₄ 売掛金、販売代金の回収リスクが高まる
- ₅ 中・低価格帯向けのアフターケア・アフターサービス体制の構築が困難
- ₆ 現地市場に精通している社内人材が不足している
- ₇ 中・低価格帯で競合他社との製品/サービスの差別化が困難
- ₈ マーケットに関する情報が不足している
- ₉ 現地の中・低価格商品ニーズがつかみにくい
- ₁₀ 自社ブランドのイメージが低下する
- ₁₁ 中・低価格帯の価格競争が極めて厳しい
- ₁₂ その他(具体的に:)

Ⅲ 中国におけるビジネス展開

Q 4 現在の貴社の中国とのビジネス関係(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)をお答えください。(複数回答可)

- ₁ 輸出を行っている。
- ₂ 輸入を行っている。
- ₃ 業務委託を行っている。
- ₄ 技術提携を行っている。
- ₅ 販売拠点を設けている。
- ₆ 現地生産を行っている。
- ₇ ビジネス関係はない。

Q 5 貴社は中国に対する今後(3年程度)のビジネス展開(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)について、どのようにお考えですか。(単一回答)

- ₁ 既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している。 ⇒ SQ-4にお進み下さい。
- ₂ 既存のビジネス規模を維持する。 ⇒ Q6にお進み下さい。
- ₃ 既存ビジネスの縮小・撤退を検討している。 ⇒ Q6にお進み下さい。
- ₄ 今後ともビジネス展開は行わない。 ⇒ Q6にお進み下さい。

【Q 5で「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」と回答された企業の方へ】

SQ-4 事業拡大の具体的な内容をお答えください。(複数回答可)

- ₁ 輸出増を図る。
- ₂ 輸入増を図る。
- ₃ 業務委託を行う。
- ₄ 技術提携を行う。
- ₅ 販売拠点を新設・拡充する。
- ₆ 生産拠点を新設・拡充する。

Ⅳ 自由貿易協定 (FTA) の活用

Q 6 現在、日本との間で FTA(日本では一般に EPA と呼ばれています)が発効している以下の主要9カ国・地域(メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア、フィリピン、ASEAN スイス、ベトナム)について、貴社はそれぞれの国・地域と貿易を行っていますか。さらに、貿易を行っている国・地域については、FTA に基づく優遇税率を利用しているか、または利用を検討しているかお伺いします。

次の9カ国・地域と貿易がない企業 ⇒ 「V アジアのビジネス環境」(Q9)にお進み下さい。

	現在、次の国との間で輸出または輸入を行っている場合はチェックしてください。		現在、輸出または輸入を行っている国について、日本との間で発効している FTA を利用しているか、お答えください。	日本からの輸出に際して、FTA の優遇税率を利用している/利用を検討していますか。			日本への輸入に際して、FTA の優遇税率を利用している/利用を検討していますか。		
	輸出している	輸入している		利用している	利用を検討中	利用していない	利用している	利用を検討中	利用していない
メキシコ	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	→	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈
マレーシア	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	→	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈
チリ	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	→	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈
タイ	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	→	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈
インドネシア	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	→	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈
フィリピン	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	→	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈
ASEAN	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	→	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈
スイス	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	→	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈
ベトナム	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	→	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈

【注 1】FTA の利用には、当該国への輸出または日本への輸入に際して、特定原産地証明書の発給を受ける必要があります。

【注 2】それぞれの FTA の発効年月は次のとおりです。日本-メキシコ(2005年4月)、日本-マレーシア(2006年7月)、日本-チリ(2007年9月)、日本-タイ(2007年11月)、日本-インドネシア(2008年7月)、日本-フィリピン(2008年12月)、日本-ASEAN(2008年12月)、日本-スイス(2009年9月)、日本-ベトナム(2009年10月)

【Q6で日本からの輸出もしくは日本への輸入に際して FTA の優遇税率を利用していないと回答された企業の方へ】

SQ-5 日本からの輸出に際して、FTAの優遇税率を利用していない理由をお答えください。(複数回答可)

- ₁ 輸出先の一般関税がもともと無税で、FTA を利用する必要がない。
- ₂ 輸出先の一般関税と FTA の協定関税の差が小さく、FTA を利用するメリットがない。
- ₃ 輸出先において輸出加工区や各種保税制度など FTA 以外の制度により輸入関税が免税されており、FTA を利用する必要がない。
- ₄ 原産地規則の基準を満たせない。
- ₅ FTA/EPA の制度を知らない
- ₆ その他()

SQ-6 日本への輸入に際して、FTAの優遇税率を利用していない理由をお答えください。(複数回答可)

- ₁ 日本での一般関税がもともと無税で、FTA を利用する必要がない。
- ₂ 日本での一般関税と FTA の協定関税の差が小さく、FTA を利用するメリットがない。
- ₃ 日本において各種保税制度など FTA 以外の制度により輸入関税が免税されており、FTA を利用する必要がない。
- ₄ 原産地規則の基準を満たせない。
- ₅ FTA/EPA の制度を知らない
- ₆ その他()

Q 7 現在、ASEAN 域内の ASEAN 自由貿易地域(AFTA)、ASEAN・中国、ASEAN・韓国、タイ・インド、タイ・オーストラリア間では、FTA が発効していますが、貴社及び貴社のアジア大洋州における子会社も含め、それぞれの国・地域間で貿易を行っていますか。さらに、貿易を行っている国・地域については、FTA に基づく優遇税率を利用しているか、または利用を検討しているかお伺いします。

	貴社及び貴社の子会社も含め、 現在、次の国・地域間で貿易 を行っていますか		現在、貿易を行っている国・地域間について、FTA の 優遇税率を利用している/利用を検討していますか。		
	行っている	行っていない	利用している	利用を検討中	利用していない
ASEAN (AFTA)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
ASEAN・中国	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
ASEAN・韓国	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
タイ・インド	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
タイ・オーストラリア	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅

Q 8 ASEAN・インド、ASEAN・オーストラリア、ASEAN・ニュージーランド(NZ)間では、FTA が署名され、近く発効することが見込まれていますが、貴社及び貴社のアジア大洋州における子会社も含め、それぞれの国・地域間で貿易を行っていますか。さらに、貿易を行っている国については、FTA に基づく優遇税率の利用を検討しているかお伺いします。

	貴社及び貴社の子会社も含め、 現在、次の国・地域間で貿易を 行っていますか。		現在、貿易を行っている国・地域間について、FTA の 優遇税率利用を予定していますか。	
	行っている	行っていない	利用する予定	利用する予定がない
ASEAN・インド	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
ASEAN・オーストラリア	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
ASEAN・ニュージーランド	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄

【Q6～8で、いずれかのFTAを利用している、利用を予定していると回答された企業の方へ】

SQ-7 アジア大洋州域内のFTAでは、FTA毎に異なる原産地認定基準(FTAの優遇税率を適用する際、物品の原産国を判定する基準で、付加価値基準や関税分類変更基準など)が導入されていますが、次の原産地基準の内、貴社がFTAを利用する上で最も好ましいと考える基準はどれですか?(単一回答)

- ₁ 関税分類変更基準か付加価値基準のいずれかを選択できる方法。
- ₂ 関税分類変更基準のみ。
- ₃ 付加価値基準のみ。
- ₄ 付加価値基準か関税分類変更基準のいずれも満たすことを求める方法。
- ₅ わからない。

* 関税分類変更基準とは、関税分類の変更により物品の原産国を判断する方法。

* 付加価値基準とは、物品に対する付加価値(一般には原産比率が 40%以上)で原産国を判断する方法。

V アジアのビジネス環境

Q9 アジアの主要国について、ビジネスを行う上でのリスク・問題点をどのように評価していますか。貴社とビジネス(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)関係がある、または貴社が新規ビジネスを検討している国についてのみ、リスク・問題点があると思われる項目をお答えください。(複数回答可)

	現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している	ビジネス関係があり、新規ビジネスを検討している国のみ、リスク・問題点をお答えください。	為替リスクが高い	インフラが未整備	あり	い	関連産業が集積・発展していない	知的財産権の保護に問題あり	人件費が高い、上昇している	税務上のリスク・問題あり	労務上の問題点あり
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中国	<input type="checkbox"/>	→	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
タイ	<input type="checkbox"/>	→	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
インドネシア	<input type="checkbox"/>	→	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
マレーシア	<input type="checkbox"/>	→	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
フィリピン	<input type="checkbox"/>	→	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
シンガポール	<input type="checkbox"/>	→	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ベトナム	<input type="checkbox"/>	→	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
インド	<input type="checkbox"/>	→	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q10 上記の8カ国の中で、特に貴社のビジネス展開で阻害要因(関税・非関税障壁、外資規制、その他ビジネス上の問題点)を以下に具体的にご記入ください。(自由記述)

国名	ビジネス上の阻害要因

ご多忙のところ、ご協力いただき誠にありがとうございました。



平成21年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（非製造業用）

本調査は、ジェトロメンバーズ企業を対象とした海外事業への取り組みに関する調査です。ご記入いただいた調査票は、お手数ではございますが、2009年12月25日(金)までに同封の返信用封筒によるご返送により、ご回答下さい。なお、同アンケートは、集計結果を和文および英文で公表致します。貴社のご事情により回答が困難なもの、または不明なものがございましたら、その部分をご回答を省略頂いても結構です。本調査に関するお問い合わせは、以下までお願いいたします。なお、後日、ご回答内容について、お電話にて確認をお願いする場合がございます。その際は可能な範囲でご協力をいただきたく、お願い申し上げます。

日本貿易振興機構(ジェトロ) 海外調査部 国際経済研究課 (担当: ^{ひがしの}東野、^{しいの}椎野、^{あさくら}朝倉)
 〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階
 TEL: 03-3582-5177 FAX: 03-3582-5309 E-mail : ORI@jetro.go.jp

ご協力頂いた企業様には、本調査結果をまとめた報告書を送らせていただきます。

貴社名			
部課名		役職	
ご氏名			
ご住所	〒		
TEL		FAX	

■ 個人情報保護について

ご記入いただいたお客様の情報は適切に管理し、本調査のために利用しますが、統計的に処理しますので、個別の回答内容が外部に漏れることはありません。ご回答頂いた調査票は、本件のとりまとめ業務を委託しております株式会社日本能率協会総合研究所が集計を行います。

お客様の個人情報保護管理者: 海外調査部 国際経済研究課長 03-3582-5177

非

I 貴社の概要

F1 貴社の業種を一つお答え下さい。複数の業種にまたがる場合は、売上高(連結ベース)のなかで最も大きな割合を占める業種をお答えください。(単一回答)

非製造業	<input type="checkbox"/> ₂₈ 鉱業	<input type="checkbox"/> ₂₉ 建設	<input type="checkbox"/> ₃₀ 電気・ガス・水道
	<input type="checkbox"/> ₃₁ 運輸	<input type="checkbox"/> ₃₂ 金融・保険	<input type="checkbox"/> ₃₃ 農業・林業・水産
	<input type="checkbox"/> ₃₄ 印刷・同関連	<input type="checkbox"/> ₃₅ 通信業・複合サービス	<input type="checkbox"/> ₃₆ 不動産
	<input type="checkbox"/> ₃₇ 情報通信	<input type="checkbox"/> ₃₈ 飲食店・宿泊	<input type="checkbox"/> ₃₉ 医療・福祉
	<input type="checkbox"/> ₄₀ 専門サービス(コンサルティング・法務等)		
	<input type="checkbox"/> ₄₁ その他サービス(旅行、娯楽等)		
	<input type="checkbox"/> ₄₂ その他()		

F2 貴社の資本金をお答えください。(単一回答)

<input type="checkbox"/> ₁ 3千万円以下	<input type="checkbox"/> ₂ 3千万円超～5千万円以下	<input type="checkbox"/> ₃ 5千万円超～1億円以下
<input type="checkbox"/> ₄ 1億円超～3億円以下	<input type="checkbox"/> ₅ 3億円超～10億円以下	<input type="checkbox"/> ₆ 10億円超

F3 貴社の常時雇用従業員数をお答えください。(単一回答)

<input type="checkbox"/> ₁ 50人以下	<input type="checkbox"/> ₂ 51～100人	<input type="checkbox"/> ₃ 101～300人
<input type="checkbox"/> ₄ 301～1,000人	<input type="checkbox"/> ₅ 1,001～3,000人	<input type="checkbox"/> ₆ 3,001人以上

F4 貴社は海外に拠点をもっていますか？なお、代理店は海外拠点に含みません。(単一回答)

<input type="checkbox"/> ₁ 海外に拠点がある	⇒ SQ-1にお進み下さい。
<input type="checkbox"/> ₂ 海外拠点はない	⇒「II 海外・国内事業展開への取り組み」の Q2にお進み下さい。

【海外拠点がある企業の方へ】

SQ-3 その拠点の主な機能について、該当箇所に印を付けてください。(複数回答可)

		販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	地域統括拠点	その他 ()
アジア	中国	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	香港	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	台湾	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	韓国	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	シンガポール	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	タイ	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	マレーシア	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	インドネシア	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	フィリピン	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	ベトナム	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
北米	米国	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	カナダ	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	メキシコ	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
南米	ブラジル	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
欧州・ロシア	西欧	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	中・東欧	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	ロシア・CIS	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
中東		<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
その他 ()		<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅

* 一カ国・地域内で複数の機能がある場合には、該当する機能全てに印をつけて下さい。
 * 中・東欧とは、ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、スロベニア、ルーマニア、ブルガリア、バルト3国をさします。
 * 中東とは、トルコ、アラブ首長国連邦、サウジアラビア、イスラエル、イラン、イラク、バーレーン、ヨルダン、クウェート、レバノン、オマーン、カタール、シリア、イエメン、パレスチナをさします。

II 海外・国内事業展開への取り組み

Q 1 2008年度の貴社の売上高、生産高、研究開発費、従業員数につき、連結ベースでの海外比率を、おおよその割合でお答えください。また、今後(3年程度)の海外比率の見通しについてもお答えください。
(記入例:海外での売上が40、国内が60の場合、海外比率は40%とご記入ください。)

	2008年度の 海外比率	今後(3年程度)、海外比率は		
		拡大	横ばい	縮小
売上高	%	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
生産高	%	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
研究開発費	%	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
調達	%	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
従業員数	%	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃

Q 2 貴社は海外での今後(3年程度)の事業展開(新規投資、既存拠点の拡充)について、どのようにお考えですか。(単一回答)

- ₁ 事業規模の拡大を図る。 ⇒ Q3、SQ-2にお進み下さい。
- ₂ 現状を維持する。 ⇒ Q3にお進み下さい。
- ₃ 事業規模の縮小、撤退が必要と考えている。 ⇒ Q3にお進み下さい。
- ₄ 今後とも海外への投資は行わない。 ⇒ Q3にお進み下さい。
- ₅ その他() ⇒ Q3にお進み下さい。

Q 3 貴社は日本国内での今後(3年程度)の事業展開(新規投資、既存拠点の拡充)について、どのようにお考えですか。(単一回答)

- ₁ 事業規模の拡大を図る。 ⇒ SQ-2にお進み下さい。
- ₂ 現状を維持する。 ⇒ 「中国におけるビジネス展開」(Q4)にお進み下さい。
- ₃ 事業規模の縮小が必要と考えている。 ⇒ 「中国におけるビジネス展開」(Q4)にお進み下さい。
- ₄ その他() ⇒ 「中国におけるビジネス展開」(Q4)にお進み下さい。

【Q2、Q3で「事業規模の拡大を図る」と回答された企業の方へ】

SQ-2 海外と日本で事業規模の拡大を図る際、具体的にどのような機能を拡大しますか。海外と日本で拡大する機能を選択し、海外については各機能につき、その対象国・地域をお答えください。(複数回答可)

拡大する機能	日本	海外	対象国・地域(以下選択肢からお選び下さい)					
販売機能	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₁						
生産(汎用品/サービス)	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂						
生産(高付加価値品/サービス)	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃						
研究開発(基礎研究)	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₄						
研究開発(新製品/サービス開発)	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₅						
研究開発(現地市場向け仕様変更)	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₆						
地域統括機能	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₇						
物流機能	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₈						
その他()	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₉						

<選択肢>

1. 中国 2. 香港 3. 台湾 4. 韓国 5. シンガポール 6. タイ 7. マレーシア 8. インドネシア 9. フィリピン
10. ベトナム 11. インド 12. 米国 13. カナダ 14. メキシコ 15. ブラジル 16. その他中南米 17. 西欧
18. 中・東欧 19. ロシア・CIS 20. 中東 21. アフリカ 22. その他

【SQ-2で海外で「販売機能を拡大する」と回答された方のうち、新興・途上国地域(先進国・地域以外)で拡大すると回答された企業の方へ】

SQ-3 貴社が新興・途上国地域市場開拓においてターゲットとする層、および商品の価格帯はどこを考えていますか。以下の各項目の中からそれぞれお選びください。(複数回答可)

* 新興・途上国地域とは、先進国(EU15、日本、米国、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、スイス、ノルウェー、スロベニア、アイスランド)を除くすべての国。

現在のターゲット	企業向け		価格帯	
	<input type="checkbox"/> ₁ 現地日系企業向け	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品
	<input type="checkbox"/> ₂ 地場企業向け	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品
	<input type="checkbox"/> ₃ 地場外資系企業向け(地場企業を除く)	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品
	消費者向け		価格帯	
	<input type="checkbox"/> ₁ 富裕層	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品
<input type="checkbox"/> ₂ ニューリッチ・中間層	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品	
<input type="checkbox"/> ₃ 低所得層	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品	
将来のターゲット	企業向け		価格帯	
	<input type="checkbox"/> ₁ 現地日系企業向け	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品
	<input type="checkbox"/> ₂ 地場企業向け	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品
	<input type="checkbox"/> ₃ 地場外資系企業向け(地場企業を除く)	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品
	消費者向け		価格帯	
	<input type="checkbox"/> ₁ 富裕層	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品	<input type="checkbox"/> ₁ 高価格品
<input type="checkbox"/> ₂ ニューリッチ・中間層	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品	<input type="checkbox"/> ₂ 中価格品	
<input type="checkbox"/> ₃ 低所得層	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品	<input type="checkbox"/> ₃ 低価格品	

【SQ-3で現在、もしくは将来の価格帯として「中・低価格品」と回答された企業の方へ】

SSQ-1 新興・途上国地域市場で中・低価格に貴社製品/サービスを販売・提供するにあたり、現時点で最大の競合相手はどの国・地域の企業とお考えですか。(製品の生産地ではなく、企業の国籍を1つお答えください。)(複数回答可)

- ₁ 現地地場企業
- ₂ 米国系企業
- ₃ 欧州系企業
- ₄ 日系企業
- ₅ 韓国系企業
- ₆ 中国系企業
- ₇ 台湾系企業
- ₈ その他()

SSQ-2 新興・途上国地域市場で中・低価格帯に貴社製品/サービスを販売・提供するにあたり、現在直面している問題点もしくは将来的に想定される課題は何ですか。(複数回答可)

- ₁ 低コストの製品/サービスの開発体制の構築が困難
- ₂ 低コストの製品/サービスの生産・供給体制の構築が困難
- ₃ 中・低価格帯にあわせた新販路(信頼できる代理店や自社直営店など)の確保が困難
- ₄ 売掛金、販売代金の回収リスクが高まる
- ₅ 中・低価格帯向けのアフターケア・アフターサービス体制の構築が困難
- ₆ 現地市場に精通している社内人材が不足している
- ₇ 中・低価格帯で競合他社との製品/サービスの差別化が困難
- ₈ マーケットに関する情報が不足している
- ₉ 現地の中・低価格商品ニーズがつかみにくい
- ₁₀ 自社ブランドのイメージが低下する
- ₁₁ 中・低価格帯の価格競争が極めて厳しい
- ₁₂ その他(具体的に:)

III 中国におけるビジネス展開

Q 4 現在の貴社の中国とのビジネス関係(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)をお答えください。(複数回答可)

- ₁ 輸出を行っている。
- ₂ 輸入を行っている。
- ₃ 業務委託を行っている。
- ₄ 技術提携を行っている。
- ₅ 販売拠点を設けている。
- ₆ 現地生産を行っている。
- ₇ ビジネス関係はない。

Q 5 貴社は中国に対する今後(3年程度)のビジネス展開(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)について、どのようにお考えですか。(単一回答)

- ₁ 既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している。 ⇒ SQ-4にお済み下さい。
- ₂ 既存のビジネス規模を維持する。 ⇒ Q6にお済み下さい。
- ₃ 既存ビジネスの縮小・撤退を検討している。 ⇒ Q6にお済み下さい。
- ₄ 今後ともビジネス展開は行わない。 ⇒ Q6にお済み下さい。

【Q5で「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」と回答された企業の方へ】

SQ-4 事業拡大の具体的な内容をお答えください。(複数回答可)

- ₁ 輸出増を図る。
- ₂ 輸入増を図る。
- ₃ 業務委託を行う。
- ₄ 技術提携を行う。
- ₅ 販売拠点を新設・拡充する。
- ₆ 生産拠点を新設・拡充する。

IV アジアのビジネス環境

Q 6 アジアの主要国について、ビジネスを行う上でのリスク・問題点をどのように評価していますか。貴社とビジネス(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)関係がある、または貴社が新規ビジネスを検討している国についてのみ、リスク・問題があると思われる項目をお答えください。(複数回答可)

	現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している	ビジネス関係があり、新規ビジネスを検討している国のみ、リスク・問題点をお答えください。	為替リスクが高い	インフラが未整備	あり	法制度が未整備、運用に問題あり	知的財産権の保護に問題あり	関連産業が集積・発展していない	人件費が高い、上昇している	税務上のリスク・問題あり	労務上の問題点あり
中国	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₉	
タイ	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₉	
インドネシア	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₉	
マレーシア	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₉	
フィリピン	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₉	
シンガポール	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₉	
ベトナム	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₉	
インド	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₉	

Q 7 上記の8カ国の中で、特に貴社のビジネス展開で阻害要因(関税・非関税障壁、外資規制、その他ビジネス上の問題点)を以下に具体的にご記入ください。(自由記述)

国名	ビジネス上の阻害要因

ご多忙のところ、ご協力いただき誠にありがとうございました。