

# 在アジア・オセアニア日系企業活動実態調査 (2010年度調査)

---

2010年10月

日本貿易振興機構(ジェトロ)

海外調査部アジア大洋州課・中国北アジア課

# 目次

## 本年度調査の概要

### 1. 営業利益見通し

(1) 2010年の営業利益見込み(国・地域別、企業規模別)	6
(2) 黒字企業の割合の推移-2007年～2010年(国・地域別)	7
(3) 2010年の営業利益見込み(業種別)	8
(4) 設立年別の営業利益見込み(全体)	9
(5) 2010年、11年の営業利益見通し(前年との比較、国・地域別)	10
(6) 2010年、11年のDI値(国・地域別)	11
(7) 2010年、11年の営業利益見通し(前年との比較、業種別)	12
(8) 2010年の営業利益見込みが改善・悪化する理由	13
(9) 2011年の営業利益見通しが改善・悪化する理由	14

### 2. 今後の事業展開

(1) 今後1～2年の事業展開の方向性(国・地域別)	15
(2) 事業を「拡大」とする比率の推移(08～10年、国・地域別)	16
(3) 今後1～2年の事業展開の方向性(業種別、企業規模別)	17
(4) 現在の売上に占める輸出比率と今後の事業展開の方向性	18
(5) 中国、ASEANで事業を「拡大」とする比率の高い業種	19
(6) 今後1～2年の事業拡大の方針	20
(7) 事業縮小もしくは移転・撤退の理由	21

### 3. 現地市場開拓への取り組み

(1) 進出国・地域の現地市場開拓へ向けた今後の取り組み方針(総数、企業規模別)	22
(2) 進出国・地域の現地市場開拓へ向けた今後の取り組み方針(国・地域別、業種別)	23
(3) インド、インドネシア、中国における現地市場開拓への取り組み方針(製造業、業種別)	24
(4) 現地市場開拓のターゲット層～企業向け販売～(国・地域別)	25
(5) 現地市場開拓のターゲット層～企業向け販売～(企業規模別)	26
(6) 現地市場開拓のターゲット層～消費者向け販売～(国・地域別)	27
(7) 現地市場向け製品/サービスの主力価格帯(国・地域別)	28
(8) 現地市場向けに中・低価格帯の製品/サービスを販売するうえでの問題点・将来の課題(国・地域別)	29
(9) 現地市場向けに中・低価格帯の製品/サービスを販売する際の最大の競合相手(国・地域別)	30

3

## 4. 経営上の問題点

(1) 総合編(全分野上位10項目)	31
(2) 総合編(国・地域別上位3項目)	32
(3) 販売・営業面での問題点(国・地域別上位3項目)	33
(4) 財務・金融・為替面での問題点(国・地域別上位3項目)	34
(5) 雇用・労働面での問題点(国・地域別上位3項目)	35
(6) 貿易制度面での問題点(国・地域別上位3項目)	36
(7) 生産面での問題点(国・地域別上位3項目)	37
(8) 経営の現地化を進めるにあたっての問題点(国・地域別上位3項目)	38

## 5. 原材料・部品の調達

(1) 原材料・部品の調達先の内訳(国・地域別)	39
(2) 調達先の内訳の推移(国・地域別)	40
(3) 原材料・部品の調達先の内訳(業種別)	41
(4) 企業規模別の調達先内訳(業種別、国・地域別)	42
(5) 原材料・部品の現地調達先の内訳(国・地域別)	43
(6) 今後の原材料・部品調達の方針(国・地域別)	44

## 6. 輸出入の状況

(1) 売上高に占める輸出の比率(国・地域別)	45
(2) 輸出先の内訳(国・地域別)	46
(3) 今後1～3年の事業/製品の輸出市場として最も重要と考える国・地域(国・地域別)	47
(4) FTA/EPAの利用状況(国・地域別)	48
(5) 在ASEAN日系企業のFTA/EPA活用率	50

## 7. 賃金

(1) 基本給・月額(職種別、国・地域別)	51
(2) 年間実負担額(職種別、国・地域別)	52
(3) 前年比ベースアップ率、賞与(国・地域別)	53

## 8. 中国特別設問

(1) 労務管理	54
(2) 人民元	58
(3) 国内販売	60

# 本年度調査の概要(1)

## 調査目的

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

## 調査対象

- 回答者のEメールアドレスに、アンケート調査票を掲載したインターネットアドレス(URL)を通知し、同画面に直接回答を入力していただく方法を採用した。なお、一部の国・地域については、調査票を郵送する方法を採用・併用している。

## 調査時期

- 2010年(平成22年)8月2日～9月15日

## 回収状況

- 北東アジア4カ国・地域、ASEAN8カ国、南西アジア4カ国、オセアニア2カ国の計18カ国・地域の7,319社に回答を依頼し、3,486社より有効回答を得た。国・地域別の内訳は右表の通り(有効回答率47.6%)。

## 備考

- 図表の数値は四捨五入しているため、合計が必ずしも100%とはならない。
- 台湾の調査については、財団法人交流協会の協力を得て実施した。

(社、%)

	調査対象 企業数	調査企業数		内訳		有効 回答率
		有効回答	構成比	製造業	非製造業	
総数	7,319	3,486	100.0	1,951	1,535	47.6
北東アジア	1,867	1,105	31.7	644	461	59.2
中国	1,359	806	23.1	514	292	59.3
台湾	265	129	3.7	68	61	48.7
韓国	94	85	2.4	47	38	90.4
香港	149	85	2.4	15	70	57.0
ASEAN	4,164	1,865	53.5	1,111	754	44.8
タイ	1,437	831	23.8	533	298	57.8
マレーシア	927	336	9.6	200	136	36.2
シンガポール	751	241	6.9	71	170	32.1
フィリピン	267	149	4.3	97	52	55.8
ベトナム	317	145	4.2	104	41	45.7
インドネシア	418	130	3.7	95	35	31.1
ミャンマー	21	21	0.6	7	14	100.0
カンボジア	26	12	0.3	4	8	46.2
南西アジア	825	254	7.3	126	128	30.8
インド	678	203	5.8	94	109	29.9
スリランカ	66	23	0.7	12	11	34.8
バングラデシュ	52	16	0.5	11	5	30.8
パキスタン	29	12	0.3	9	3	41.4
オセアニア	463	262	7.5	70	192	56.6
オーストラリア	342	170	4.9	49	121	49.7
ニュージーランド	121	92	2.6	21	71	76.0

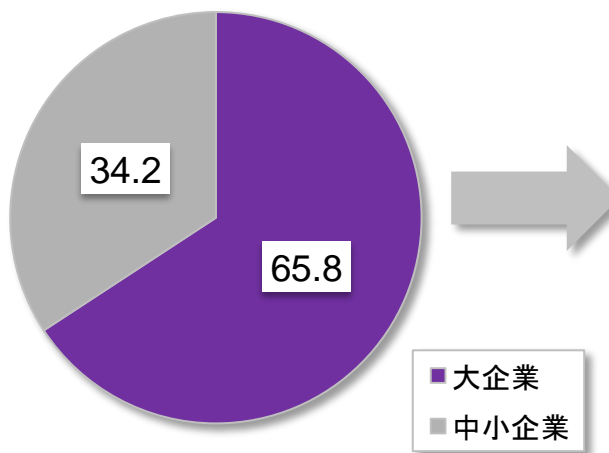
# 本年度調査の概要(2)

業種別割合 (社、%)

	有効回答	構成比
<b>製造業 計</b>	<b>1,951</b>	<b>56.0</b>
電気機械器具	396	11.4
輸送機械器具	305	8.7
化学・医薬	261	7.5
鉄・非鉄・金属	210	6.0
食料品	128	3.7
一般機械器具	110	3.2
繊維	101	2.9
ゴム・皮革	48	1.4
精密機械器具	47	1.3
木材・パルプ	29	0.8
その他製造業	316	9.1

<b>非製造業 計</b>	<b>1,535</b>	<b>44.0</b>
卸売・小売業	716	20.5
運輸業	160	4.6
建設業	103	3.0
通信・ソフトウェア業	79	2.3
金融・保険業	70	2.0
その他非製造業	407	11.7

大企業・中小企業割合 (%)



(注)左記の業種分類の内訳は以下のとおり

- 1.食料品:** 食品、農水産加工品
- 2.繊維:** 繊維(紡績・織物・化学繊維)、衣服・繊維製品
- 3.木材・パルプ:** 木材・木製品、紙・パルプ
- 4.化学・医薬:** 化学品・石油製品、医薬品、プラスチック製品
- 5.鉄・非鉄・金属:** 鉄鋼( casting製品を含む)、非鉄金属、金属製品(メッキ加工を含む)
- 6.一般機械器具:** 一般機械(金型・機械工具を含む)
- 7.電気機械器具:** 電気機械・電子機器、電気・電子部品
- 8.輸送機械器具:** 輸送用機器(自動車・二輪車)、輸送用機器部品(自動車・二輪車)
- 9.精密機械器具:** 精密機械、医療機器
- 10.卸売・小売:** 商社、流通、販売会社
- 11.金融・保険:** 銀行、保険、証券

国・地域別企業数 (社)

	大企業	中小企業
<b>総数</b>	<b>2,293</b>	<b>1,193</b>
<b>北東アジア</b>	<b>758</b>	<b>347</b>
中国	501	305
台湾	109	20
香港	75	10
韓国	73	12

<b>ASEAN</b>	<b>1,136</b>	<b>729</b>
タイ	469	362
マレーシア	194	142
シンガポール	197	44
フィリピン	92	57
ベトナム	78	67
インドネシア	92	38
ミャンマー	8	13
カンボジア	6	6

<b>南西アジア</b>	<b>203</b>	<b>51</b>
インド	174	29
スリランカ	12	11
バングラデシュ	5	11
パキスタン	12	0

<b>オセアニア</b>	<b>196</b>	<b>66</b>
オーストラリア	131	39
ニュージーランド	65	27

# 調査結果のポイント

## (1) 約6割の企業の収益が改善～2010年の業績は3年ぶり好転

2010年は企業収益の改善を見込む企業が約6割に達した(09年は28.6%)。資源高やインフレ、金融危機などの影響による過去2年連続(08年、09年)の収益悪化から、力強い回復を示す。最大の理由は現地市場での売り上げ増加。11年はさらなる改善の見込み。

## (2) 今後1～2年に事業の拡大を見込む企業が6割を超える

新興国を中心に、収益回復に伴う事業拡大傾向が鮮明に。拡大を志向する企業は09年度調査から10ポイント以上増加。拡大の内容は「新規市場の開拓(営業/販売ネットワーク拡充)」が最多。

## (3) 輸出よりも現地市場～地場企業への販路開拓に注力

今後の市場開拓の取り組みは、現地市場を(輸出よりも)優先する方向へ。ターゲットは現地日系企業から地場企業・地場外資系企業へ。消費者向けは低所得層・低価格帯を目指す傾向。

## (4) 最大の課題は賃金上昇への対応とコスト削減

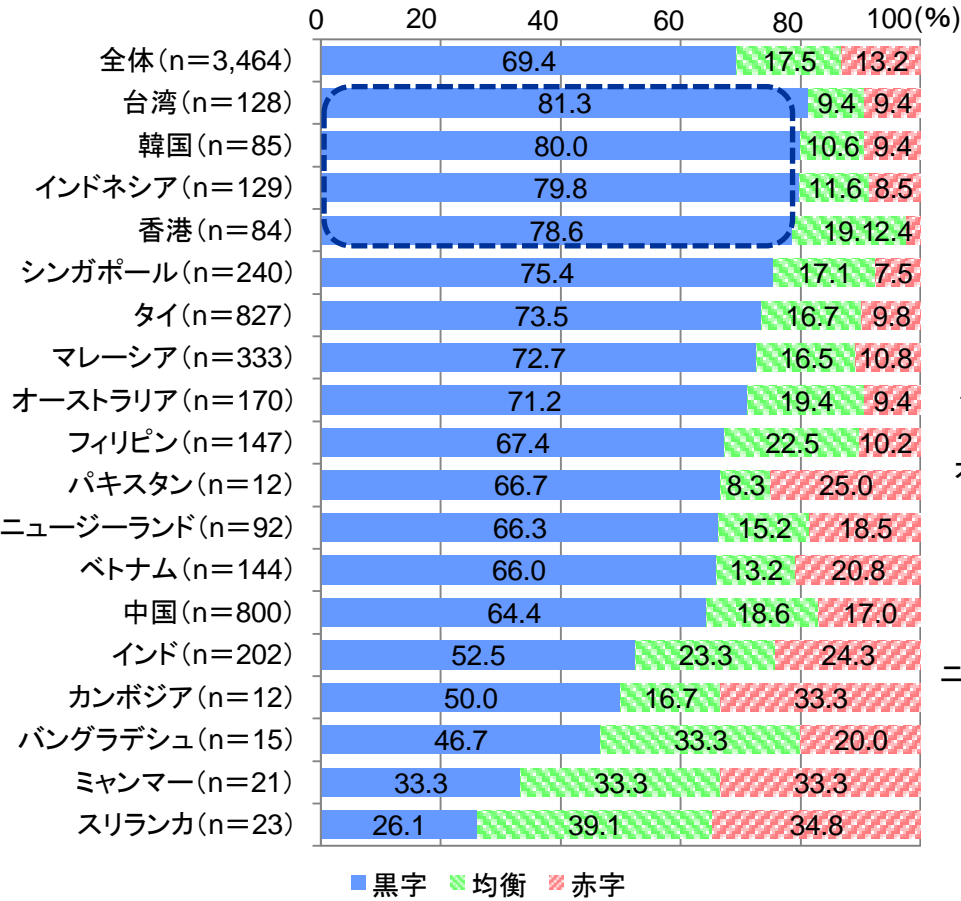
前年比ベースアップ率は18カ国・地域中6カ国で2ケタを記録。従業員の賃金上昇は多くの国・地域で経営上の最大の問題点に。また、競合相手の台頭(コスト面)、調達コストの上昇などの問題も深刻化。進出企業は現地調達率の引き上げによるコスト削減を目指す。



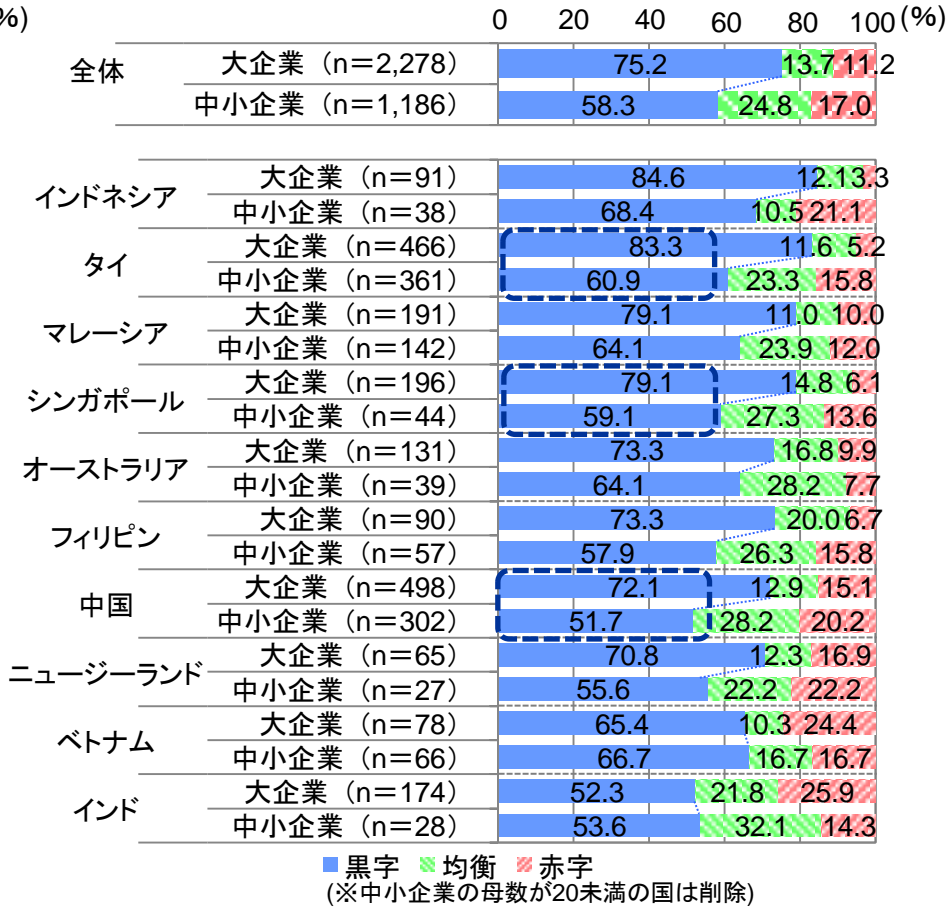


# 1. 営業利益見通し(1)

2010年の営業利益見込み(国・地域別)



2010年の営業利益見込み(国別・企業規模別)

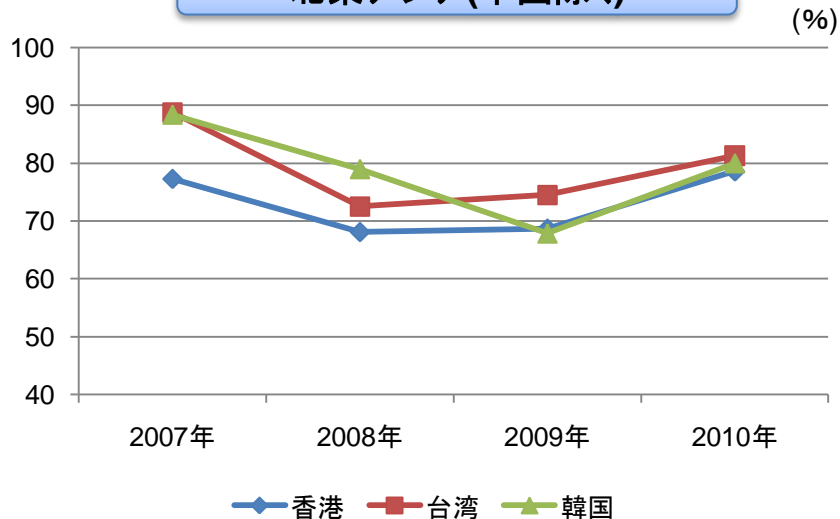


●2010年の営業利益(見込み)を「黒字」とした企業の割合は、69.4%。09年の黒字率(2009年度調査、n=2,969)の56.4%から13.0ポイント上昇。  
 ●09年との比較では、調査対象17カ国・地域すべてで黒字率が上昇(カンボジアは09年度未調査)。09年と同様、台湾、韓国、インドネシア、香港で黒字率が相対的に高い。シンガポール、タイ、マレーシアは、卸売・小売業、輸送機械器具、電気機械器具など主力産業の回復により、黒字率は前年比15~18ポイント上昇。ベトナムでは、輸送機械器具、化学・医薬など構成比の高い業種の業績回復が全体に影響(40.6%⇒66.0%)。  
 ●大企業では75.2%が黒字となり、中小企業の58.3%を上回る。タイやシンガポール、中国においては、大企業と中小企業の黒字比率に20%ポイント以上の開きがある。他方、ベトナムおよびインドではほぼ同率。

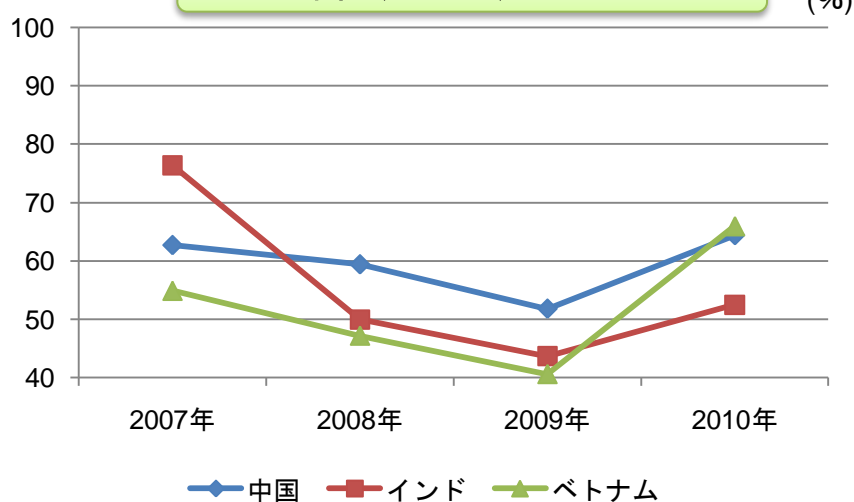
# 1. 営業利益見通し(2)

## 黒字企業の割合の推移 - 2007年～2010年(国・地域別)

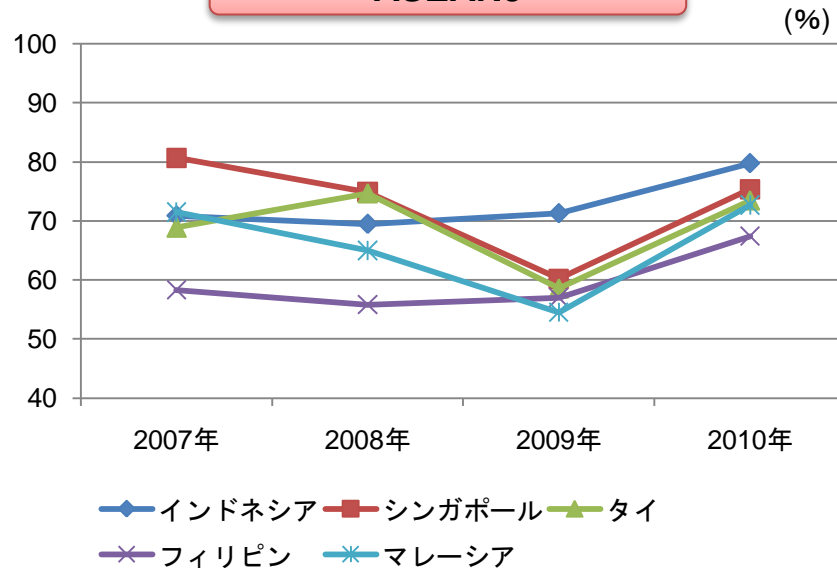
### 北東アジア(中国除く)



### 中国、インド、ベトナム



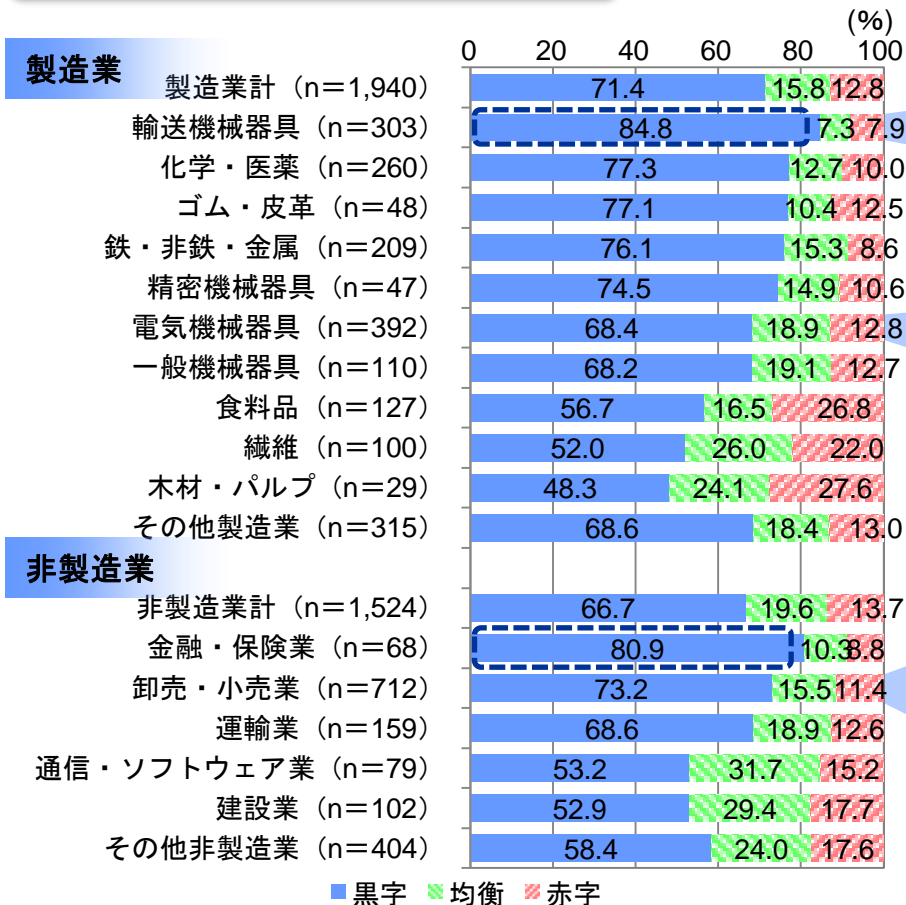
### ASEAN5



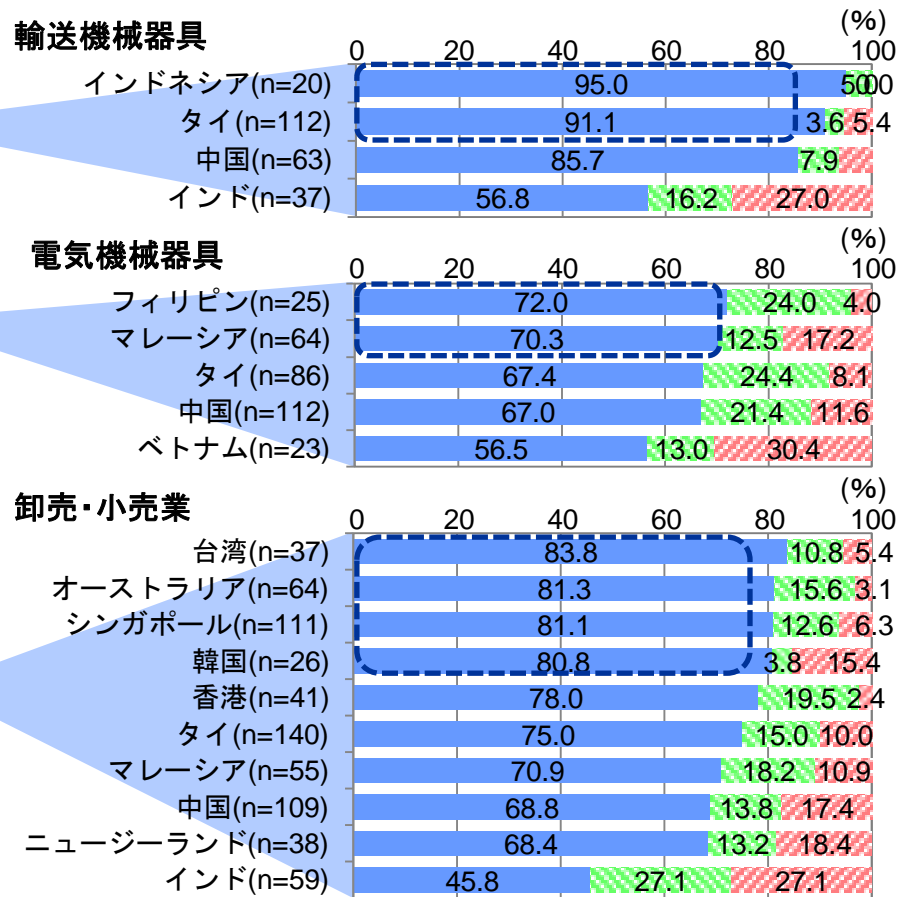
- 2010年の黒字企業の割合は、全ての国・地域で2009年に比べ増加。インフレや資源高、金融危機などの影響による業績の落ち込み(08年～09年)から、顕著な回復。
- 2007年～2010年の間で、黒字企業の割合に特に大きな変動が見られるのは、シンガポール、インド、ベトナム。
- 中国を除く北東アジアの3カ国・地域(香港、台湾、韓国)では、他国・地域に比べ、変動幅が小さい。

# 1. 営業利益見通し(3)

## 2010年の営業利益見込み(業種別)



## 主要業種内の国・地域別見込み(有効回答20社未満は除外)



- 09年調査(製造業:n=1,606、非製造業:n=1,363)と比べ、製造業(57.0%⇒71.4%)、非製造業(55.7%⇒66.7%)ともに、黒字比率は上昇。
- 製造業では輸送機械器具、非製造業では金融・保険業の黒字比率が8割を超える。
- 主要業種別の国・地域毎の業績を見ると、輸送機械器具はインドネシアおよびタイで、黒字企業の割合がともに90%以上、中国も85%を超えた。電気機械器具は、フィリピン(72.0%)、マレーシア(70.3%)が好調で、黒字比率がともに7割以上。輸出の回復が業績を押し上げた。
- 卸売・小売業は、台湾(83.3%)、オーストラリア(81.3%)、シンガポール(81.1%)、韓国(80.8%)で黒字比率8割以上。業種別での構成比(企業数ベース)が高いため、卸売・小売業が好調な国・地域は、全体の黒字比率が引き上げられる傾向。

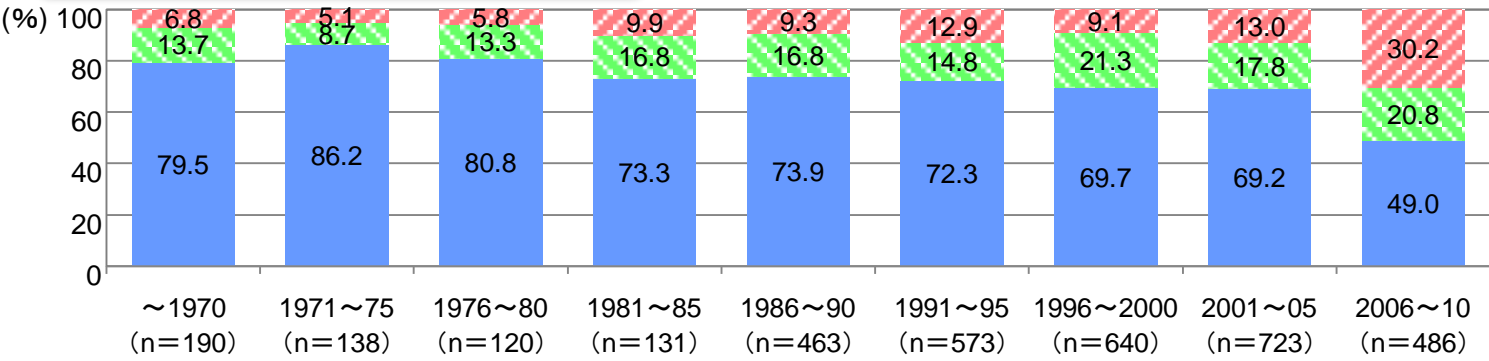




# 1. 営業利益見通し(4)

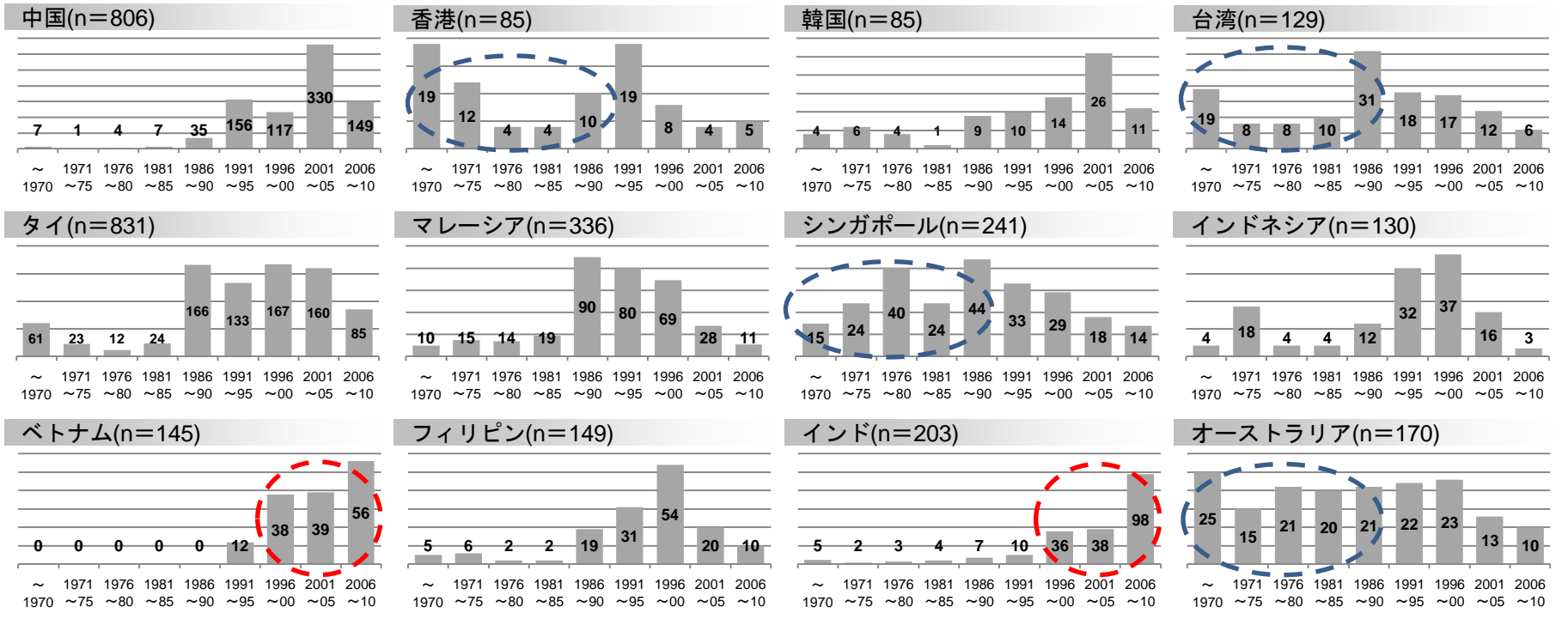
設立年別の営業利益見込み(全体)

■ 黒字 ■ 均衡 ■ 赤字



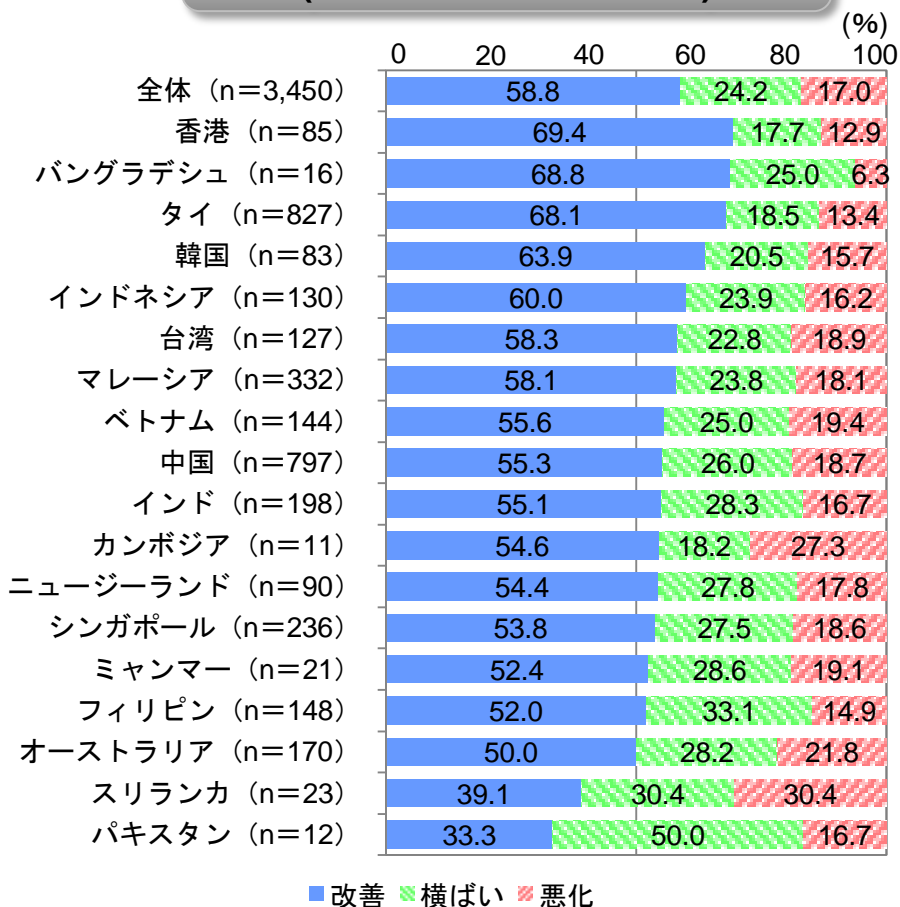
- 設立年が早いほど、黒字比率は高い傾向。香港や台湾、シンガポール、オーストラリアなどでは、黒字比率は7割以上。
- 設立後5年未満の企業比率が高いベトナム、インドは、黒字比率が6割以下。業績が未だ安定していない企業が多い。

国・地域別の設立年度分布

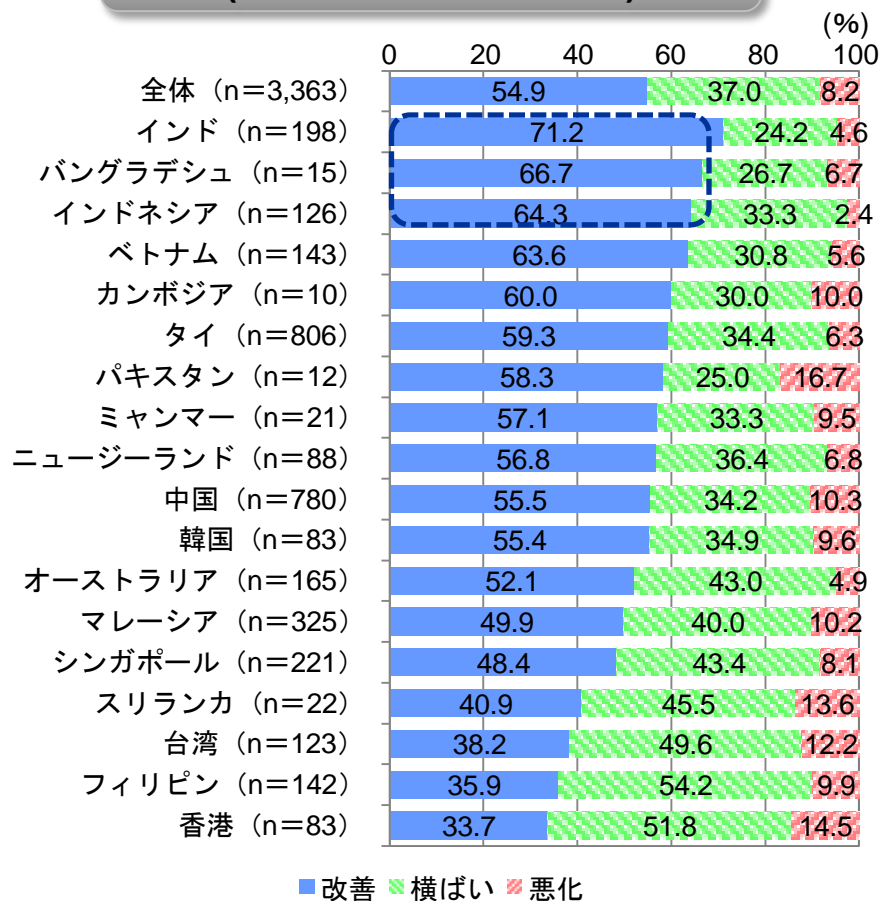


# 1. 営業利益見通し(5)

2010年の営業利益見込み  
(国・地域別09年との比較)



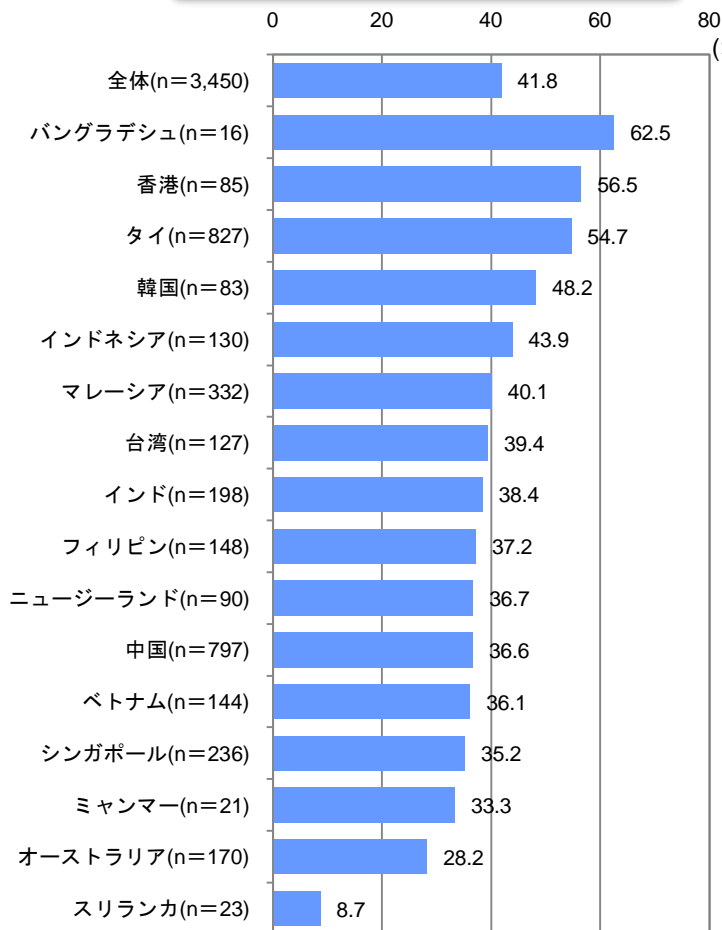
2011年の営業利益見通し  
(国・地域別10年との比較)



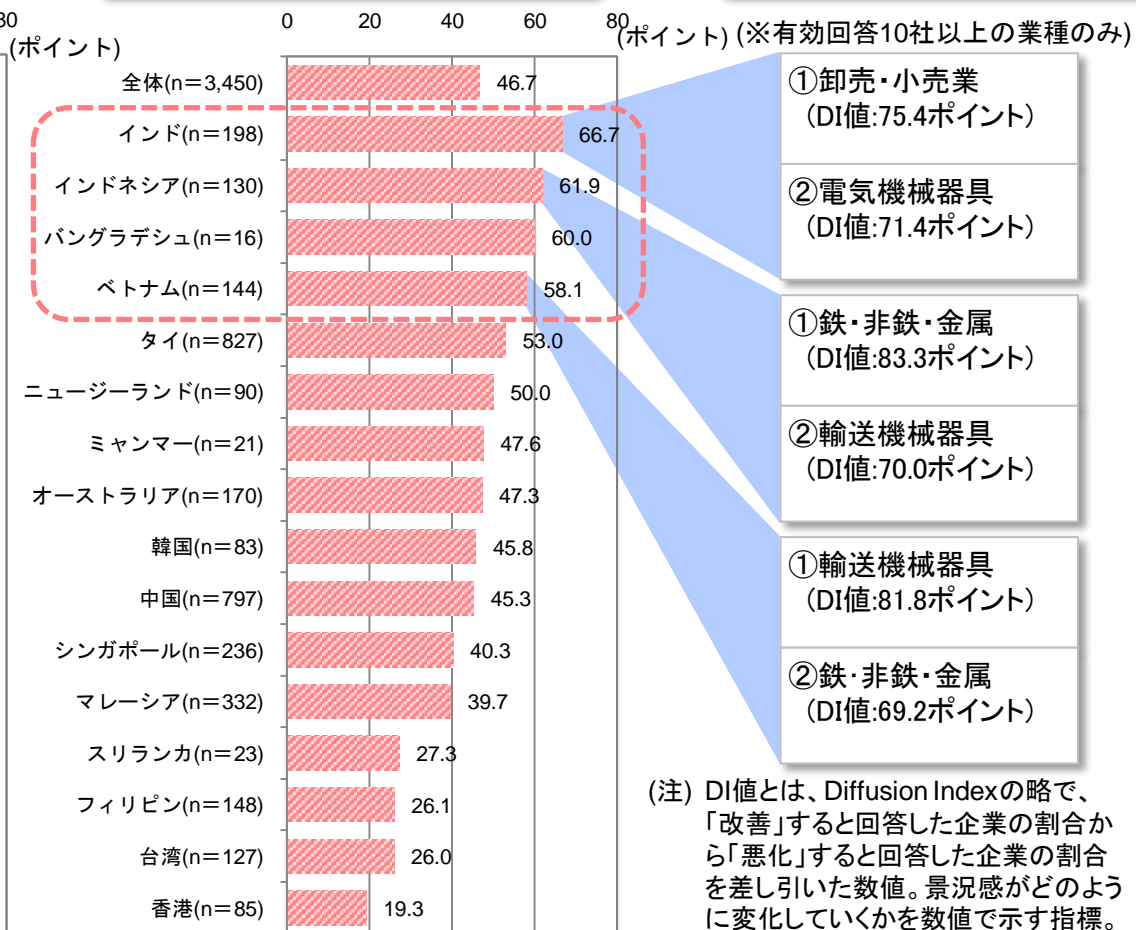
- 2010年の営業利益見通し(09年比)を「改善」とした企業の割合は58.8%。09年度調査(n=2,968)で「改善」とした企業の割合(28.6%)から30.2ポイント上昇。調査対象18カ国・地域すべてで、「改善」する企業の割合が「悪化」を上回った(DI値がプラス)。
- 2011年の見通しを「改善」とした企業の割合は54.9%。不調であった09年からの反動要因が大きかった2010年に比べ、改善率はやや低下。他方、2011年の見通しを「悪化」とした企業の割合はわずか8.2%となり、2010年(17.0%)から半減した。
- 2011年は、インド、バングラデシュ、インドネシアなど、人口規模が大きい国で、改善の割合が高い傾向が見られる。

# 1. 営業利益見通し(6)

## 2010年のDI値(国・地域別)



## 2011年のDI値(国・地域別)

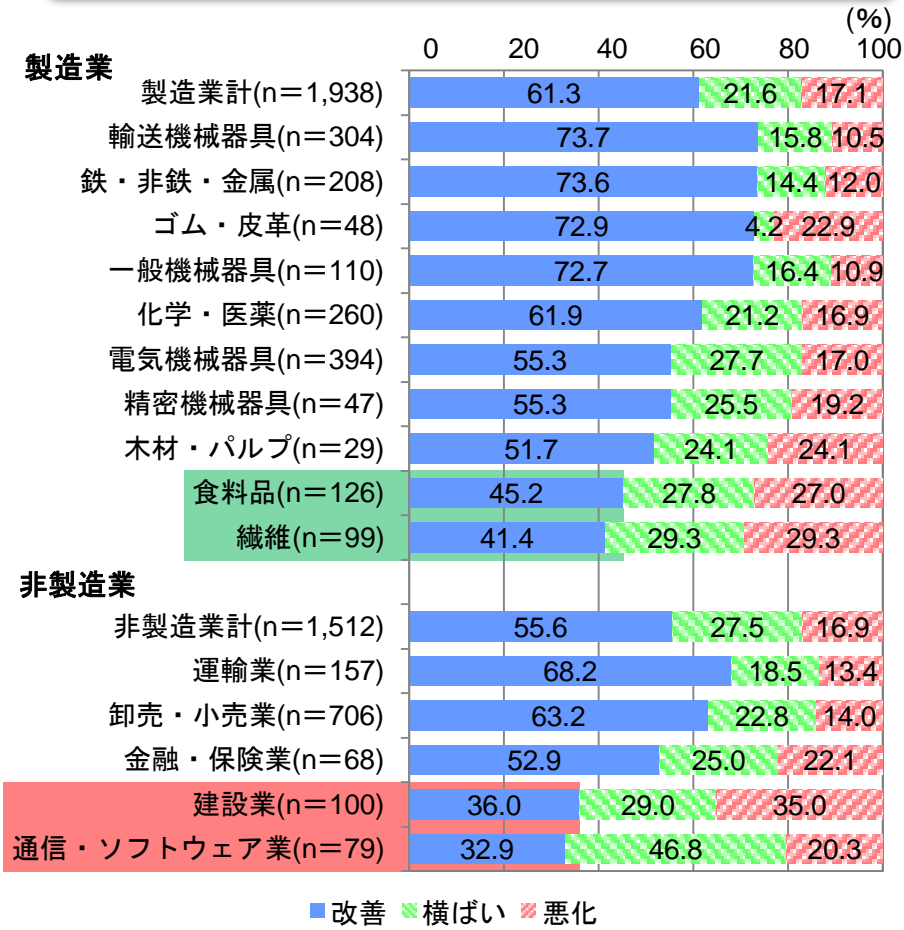


- 2010年の営業利益見込みについて、景況感を示すDI値(注)でみると41.8ポイントとなり、09年度調査(n=2,968)のマイナス20.6ポイントから大きく改善。すべての国・地域でプラスとなる。
- 2011年のDI値(見込み)はさらに改善。国・地域別ではインド、インドネシア、バングラデシュのDI値が60ポイントを超え、ベトナムも58.1ポイントと高い。インドにおいてDI値が最も高い業種は卸売・小売業(75.4ポイント)、次いで電気機械器具(71.4ポイント)。インドネシアでは鉄・非鉄・金属(83.3ポイント)、輸送機械器具(70.0ポイント)。ベトナムでは輸送機械器具(81.8ポイント)、鉄・非鉄・金属(69.2ポイント)。

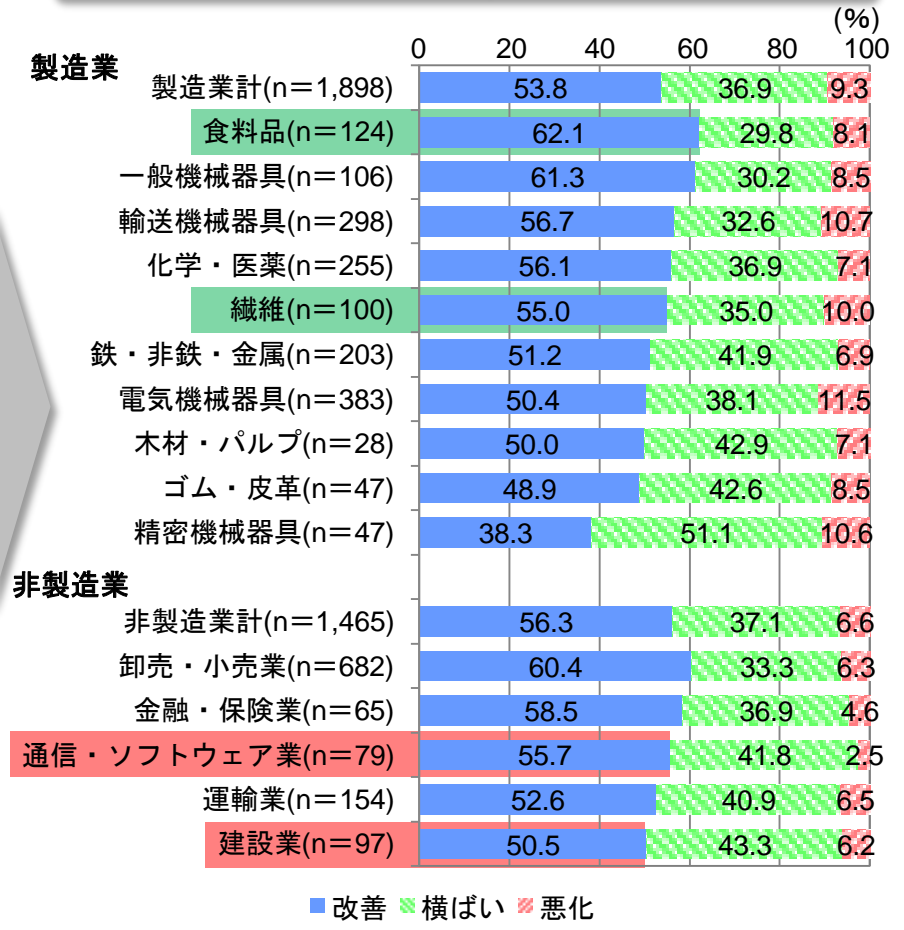


# 1. 営業利益見通し(7)

### 2010年の営業利益見込み(09年との比較、業種別)



### 2011年の営業利益見通し(10年との比較、業種別)



●業種別では、2010年の見通しを「改善」とした企業の割合は、09年調査(製造業:n=1,604、非製造業:n=1,364)と比べ、製造業(30.1%⇒61.3%)、非製造業(26.8%⇒55.6%)ともに30ポイント程度上昇。15業種すべてで、「改善」する企業の割合が「悪化」を上回る(DI値がプラス)。

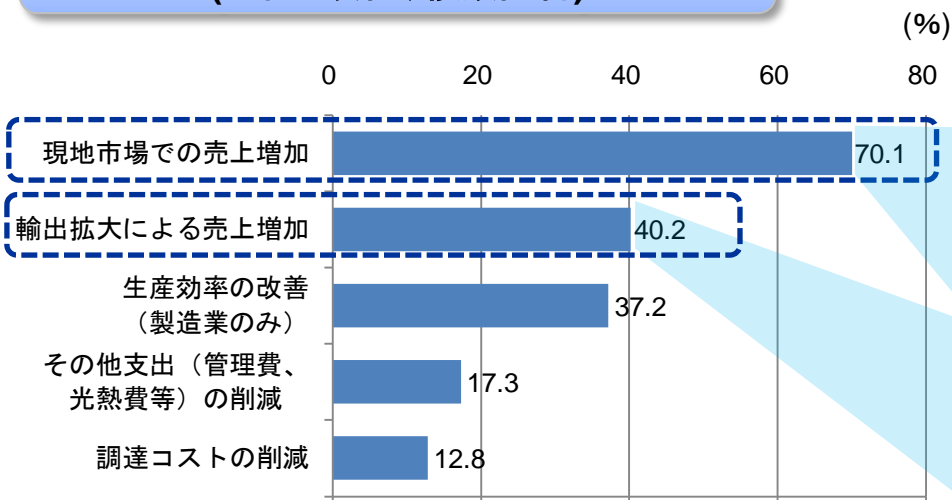
●2011年の見通しを「改善」とした企業の割合は、製造業で53.8%となり、09年からの反動が大きかった10年に比べ、改善の割合が減少した。一方、非製造業では改善がさらに拡大(55.6%⇒56.3%)した。他方、「悪化」とした企業の割合は、製造業(17.1%⇒9.3%)、非製造業(16.9%⇒6.6%)ともに減少した。業種別では、食料品、繊維、建設業、通信・ソフトウェア業で、11年に「改善」の割合が大きく拡大(10年調査比)した。



# 1. 営業利益見通し(8)

## 2010年の営業利益見込みが改善する理由 (上位5項目、複数回答)

全体(n=2,026)



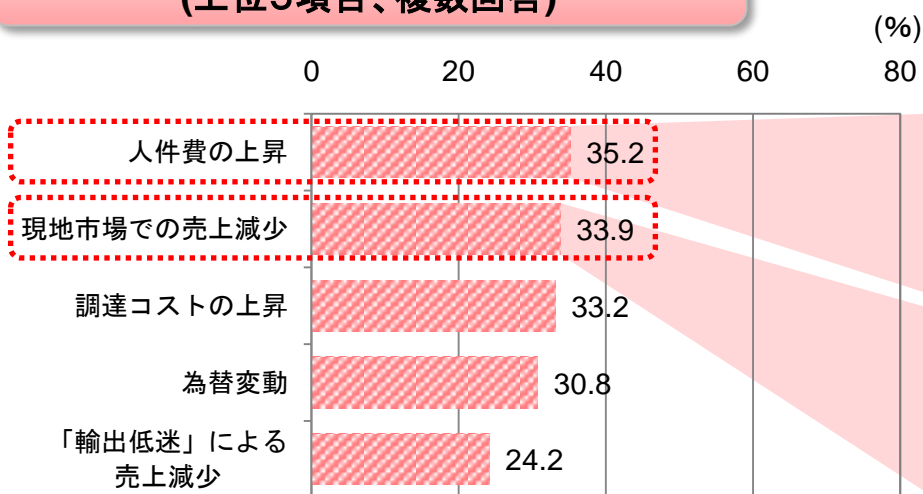
## 国・地域別、業種別の回答割合(上位順)

国・地域	業種	
	製造業	非製造業
韓国(84.9%) インド(80.7%) タイ(79.5%)	輸送機械器具(79.8%) 化学・医薬(79.5%) 一般機械器具(73.8%)	建設業(91.4%) 卸売・小売業(80.9%) 金融・保険業(77.8%)
ベトナム(63.8%) シンガポール(57.1%) フィリピン(50.7%)	ゴム・皮革(65.7%) 電気機械器具(63.3%) 繊維(56.1%)	運輸業(52.8%) 卸売・小売業(31.6%) 金融・保険業(11.1%)

※有効回答30社以上の国・地域、業種のみを抽出

## 2010年の営業利益見込みが悪化する理由 (上位5項目、複数回答)

全体(n=582)



国・地域	業種	
	製造業	非製造業
中国(60.8%) ベトナム(50.0%) インドネシア(42.9%)	繊維(58.6%) 電気機械器具(47.8%) 輸送機械器具(43.8%)	通信・ソフトウェア業(60.0%) 運輸業(57.1%) 金融・保険業(26.7%)
韓国(61.5%) オーストラリア(54.1%) シンガポール(50.0%)	一般機械器具(66.7%) 鉄・非鉄・金属(40.0%) 化学・医薬(31.8%)	建設業(71.4%) 卸売・小売業(46.5%) 通信・ソフトウェア業(20.0%)

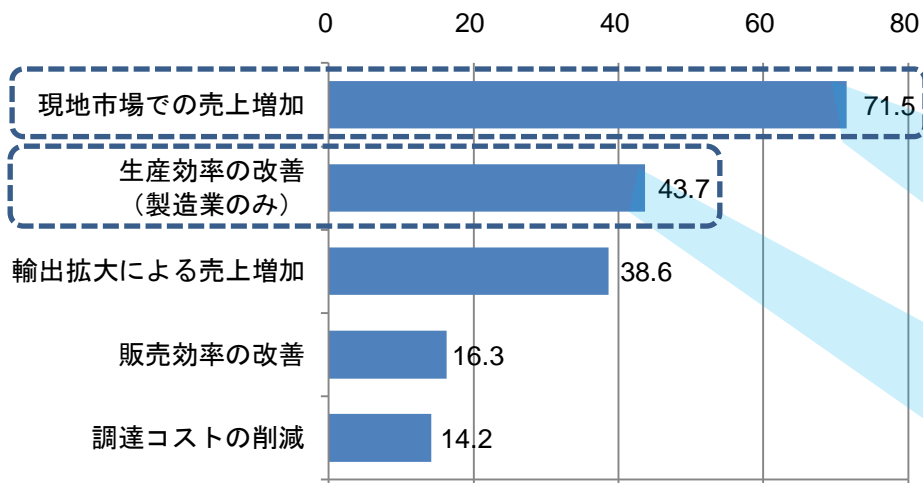
※有効回答10社以上の国・地域、業種のみを抽出



# 1. 営業利益見通し(9)

2011年の営業利益見通しが改善する理由  
(上位5項目、複数回答)

全体(n= 1,839)  
(%)



国・地域別、業種別の回答割合(上位順)

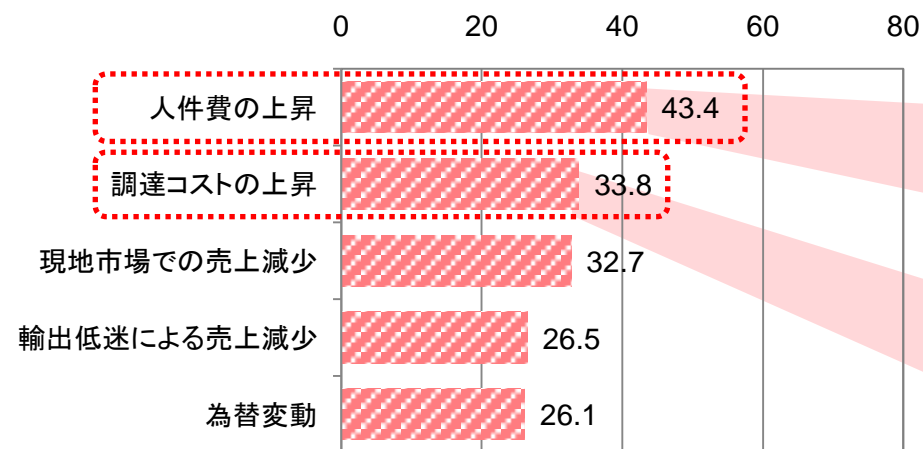
国・地域	業種	
	製造業	非製造業
インド(85.8%) 韓国(84.8%) インドネシア(81.5%)	一般機械器具(83.1%) 輸送機械器具(79.8%) 化学・医薬(75.5%)	卸売・小売業(82.7%) 建設業(79.2%) 金融・保険業(79.0%)
フィリピン(50.0%) 中国(47.3%) タイ(45.6%)	繊維(49.1%) 電気機械器具(46.1%) 輸送機械器具(44.4%)	

※製造業のみ

※有効回答30社以上の国・地域、業種のみを抽出

2011年の営業利益見通しが悪化する理由  
(上位5項目、複数回答)

全体(n=272)  
(%)



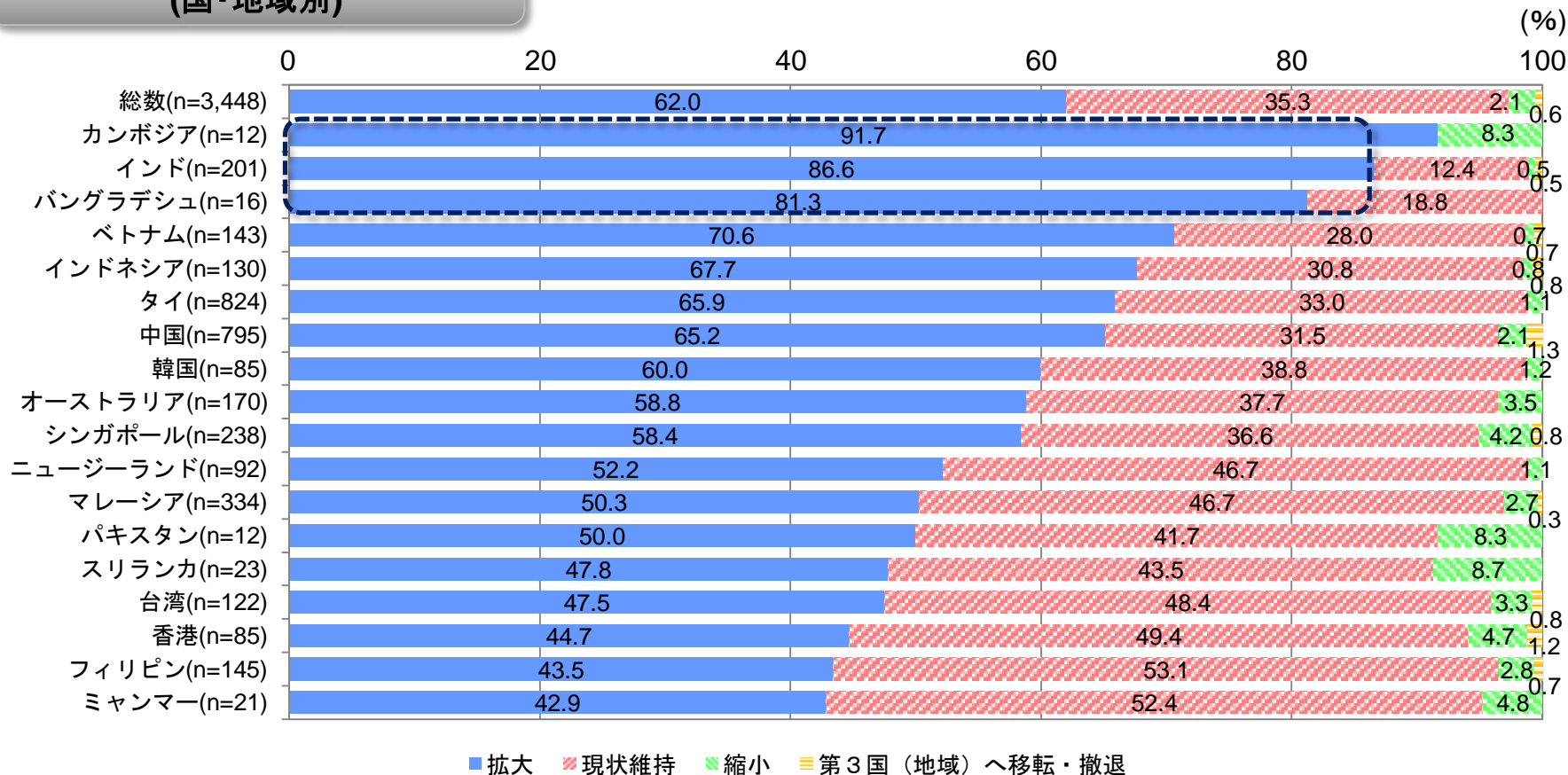
国・地域	業種	
	製造業	非製造業
中国(73.4%) フィリピン(50.0%) マレーシア(36.4%)	繊維(80.0%) 電気機械器具(59.1%) 食料品(44.4%)	運輸業(60.0%) 販売・小売業(25.6%)
中国(38.0%) タイ(35.3%) 香港・台湾(33.3%)	鉄・非鉄・金属(50.0%) 電気機械器具(45.5%) 食料品(44.4%)	運輸業(40.0%) 卸売・小売業(16.3%)

※有効回答10社以上の国・地域、業種のみを抽出



# 2. 今後の事業展開(1)

## 今後1～2年の事業展開の方向性 (国・地域別)



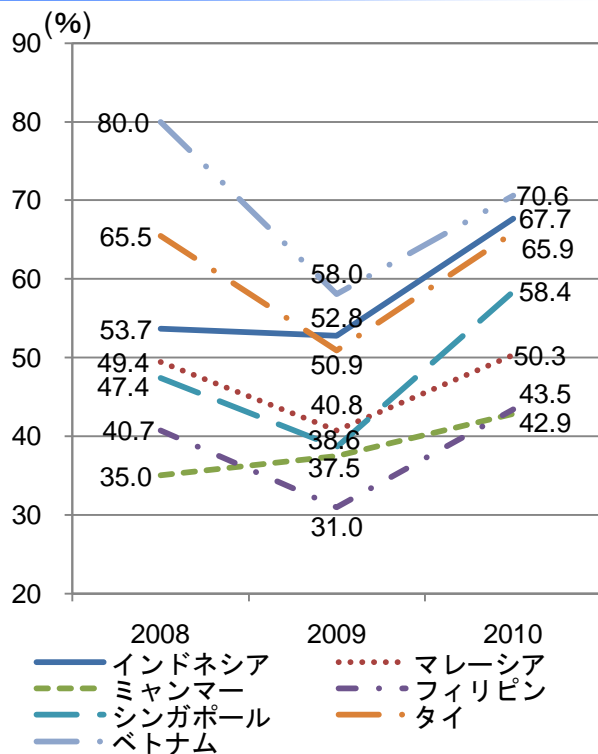
- 今後1～2年の事業展開の方向性について、「拡大」と回答した企業の割合は62.0%となり、09年度調査結果の51.3%(n=2,945)から10.7ポイント上昇。これに対し、「現状維持」は35.3%、「縮小」もしくは「第3国へ撤退・移転」と回答した企業はわずか2.7%となった。
- 国・地域別ではカンボジアで9割以上、インド、バングラデシュでは8割以上の企業が「拡大」と回答。また、09年度調査と同様、ベトナムやインドネシア、タイ、中国、韓国などが相対的に「拡大」志向が強い。
- 台湾、香港、フィリピン、ミャンマーでは「現状維持」の回答が「拡大」を上回った。

# 2. 今後の事業展開(2)

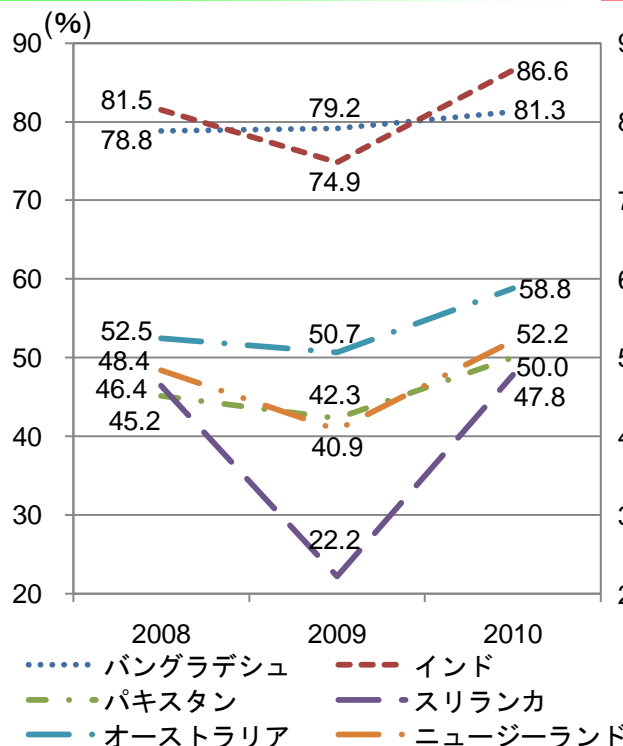
## 今後1～2年で事業を「拡大」とする比率の推移 (08年～10年度調査)

2008年度調査: ASEAN(n=1,302), 南西アジア・オセアニア(n=489), 北東アジア(n=681)  
 2009年度調査: ASEAN(n=1,593), 南西アジア・オセアニア(n=532), 北東アジア(n=820)  
 2010年度調査: ASEAN(n=1,847), 南西アジア・オセアニア(n=514), 北東アジア(n=1,087)

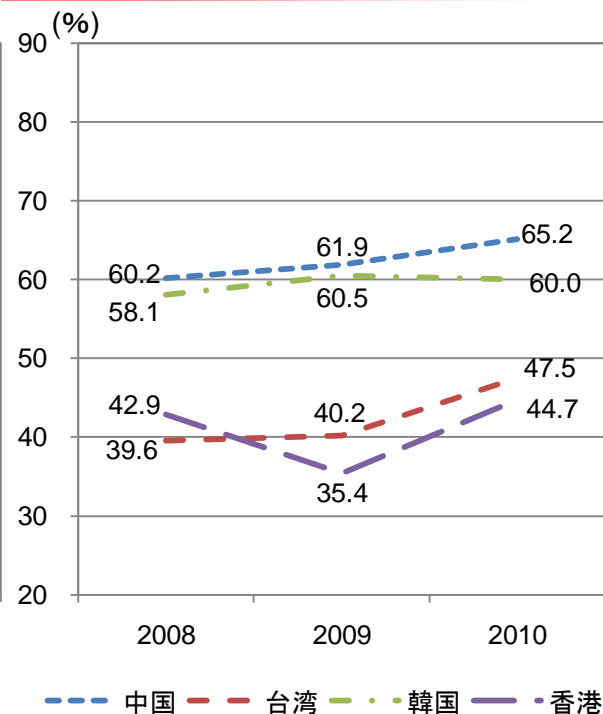
### ASEAN



### 南西アジア・オセアニア



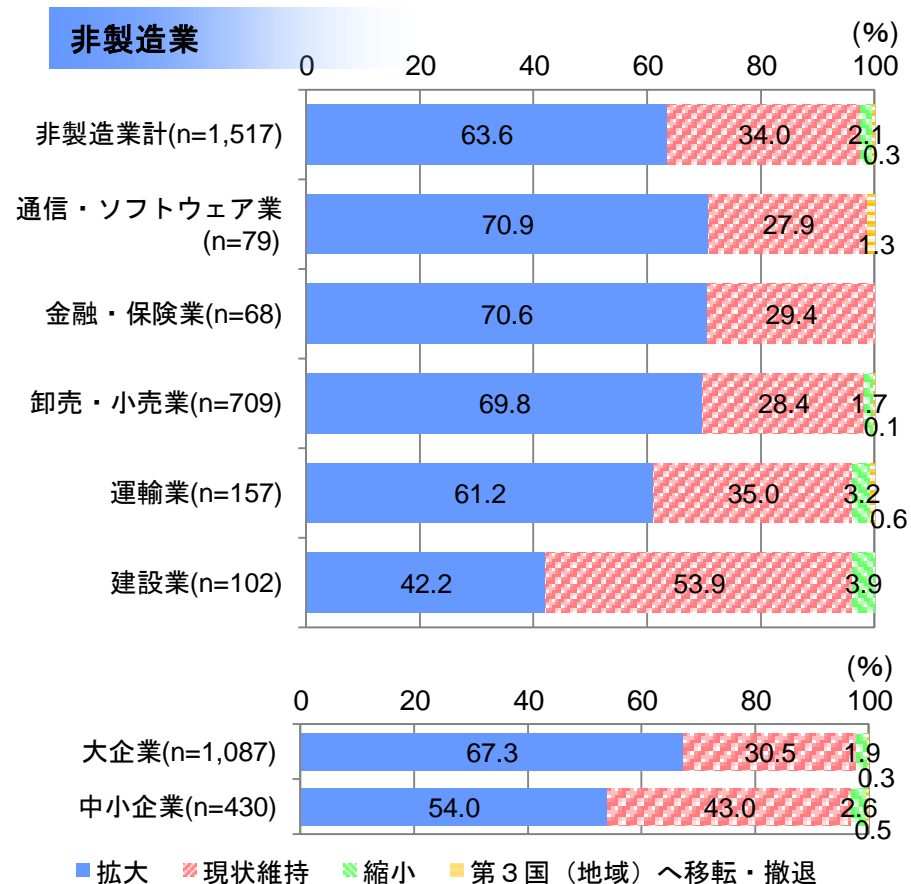
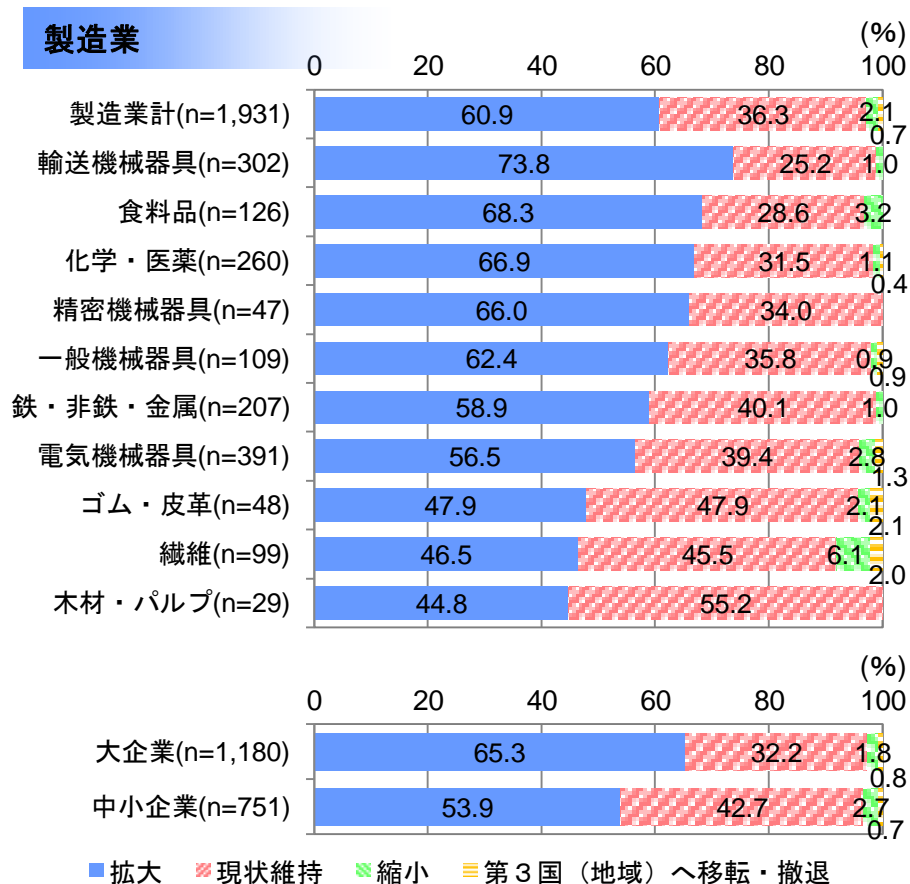
### 北東アジア



- 「拡大」を志向する企業の割合は、韓国を除くいずれの国・地域でも金融危機直後の09年度調査結果を上回った。
- 過去3年間の推移をみると、09年度調査では、「拡大」を志向する企業の割合が08年度調査に比べ減少した国・地域が多く、とりわけASEANにおいて落ち込み幅が大きかった。しかし、10年度調査では同割合がV字回復を示しており、インドネシア、シンガポールでは08年度調査結果との比較でも10ポイント以上増加している。
- 09年度調査で「拡大」を志向する企業の割合が08年度調査と比べ減少しなかった4つの国・地域(バングラデシュ、中国、韓国、台湾、ミャンマー)は10年度も堅調に推移している。

# 2. 今後の事業展開(3)

## 今後1～2年の事業展開の方向性(業種・企業規模別)



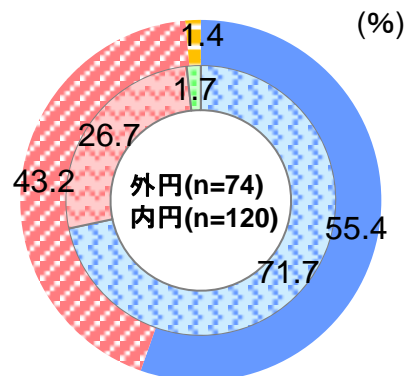
- 事業を「拡大」と回答した企業の割合では、製造業(60.9%)を非製造業の63.6%が上回る。
- 業種別で「拡大」の割合が高いのは、製造業で輸送機械器具(73.8%)、食料品(68.3%)、また、非製造業では通信・ソフトウェア業(70.9%)、金融・保険業(70.6%)など。
- 企業規模別にみると、大企業のほうが事業拡大傾向が強い。大企業で今後、事業を「拡大」と回答した企業の割合は、製造業、非製造業ともに中小企業を10ポイント以上上回る。

# 2. 今後の事業展開(4)

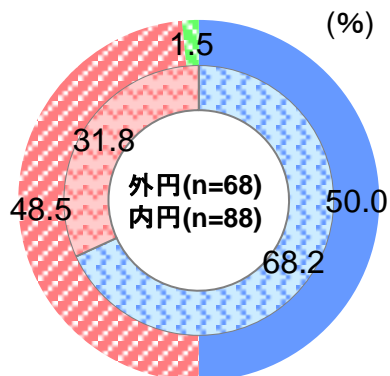
現在の売上に占める輸出比率と  
今後の事業展開の方向性(業種別)

現在の売上に占める輸出比率と  
今後の事業展開の方向性(企業規模別)

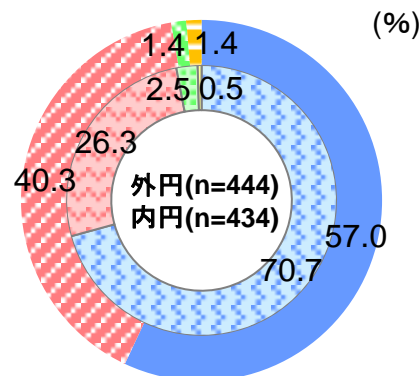
## 化学・医薬



## 鉄・非鉄・金属



## 製造業大企業

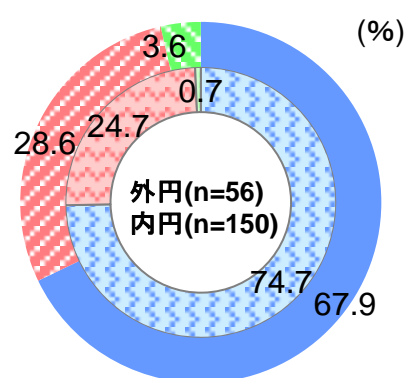


外円:「売上に占める輸出率50%以上」と回答した企業

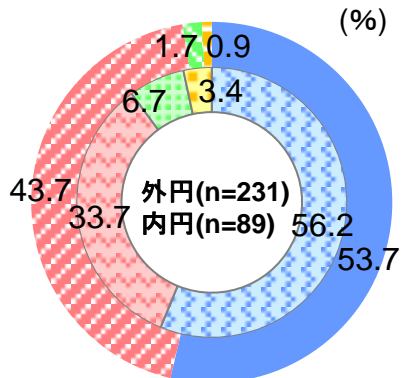
内円:「売上に占める輸出率1~50%未満」と回答した企業

- 拡大
- 現状維持
- 縮小
- 撤退

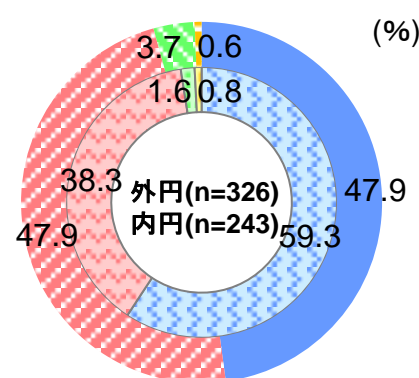
## 輸送機械器具



## 電気機械器具



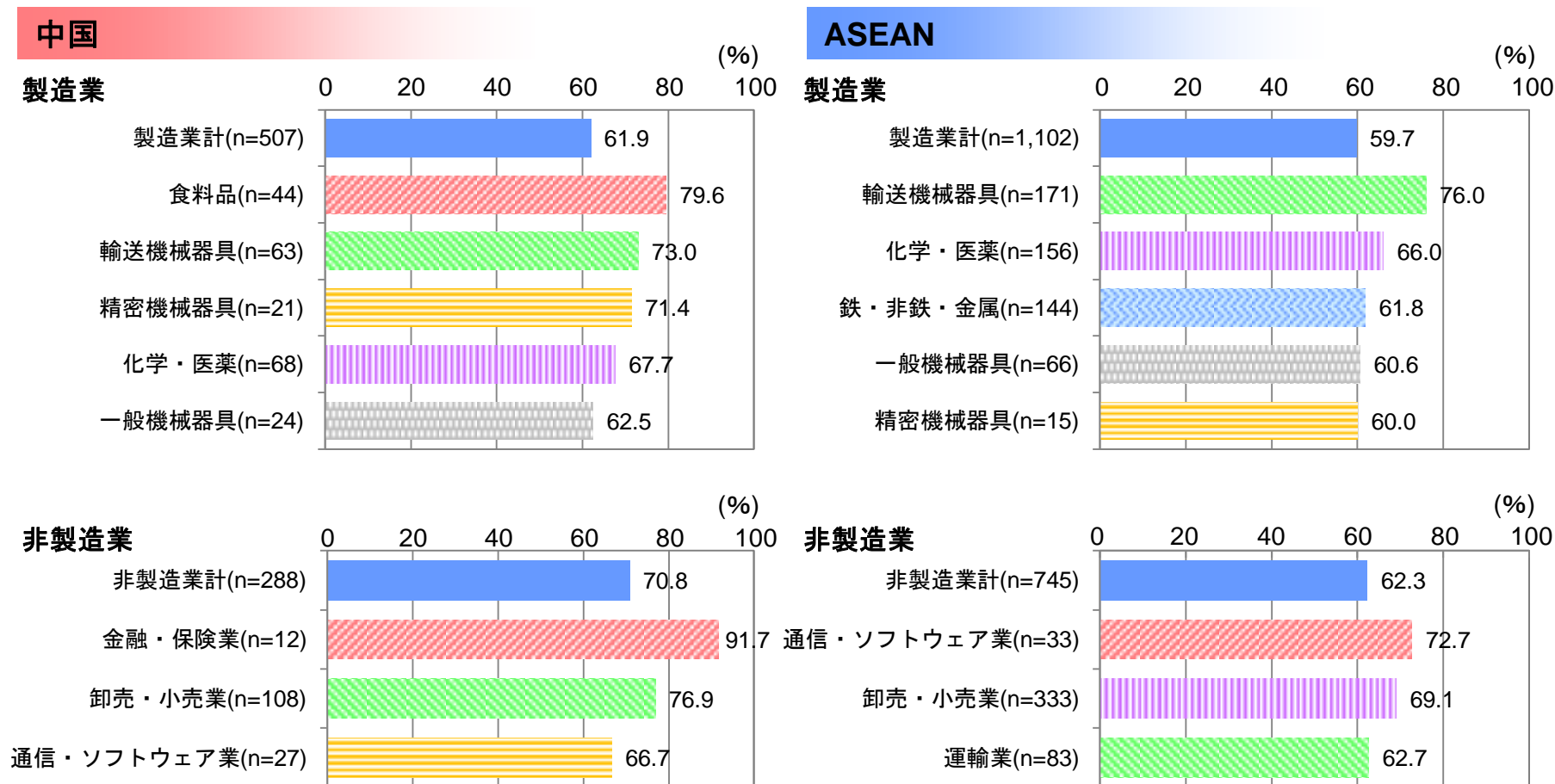
## 製造業中小企業



●輸出比率と事業拡大傾向の相関を見ると、国内向け販売比率の高い企業(売上に占める輸出比率が1~50%未満の企業)は、国内向け販売比率の低い企業(輸出比率が50%以上の企業)に比べ、事業の「拡大」を志向する企業の割合が高い。特に、化学・医薬、鉄・非鉄・金属の業種においてその傾向が顕著となっている。

# 2. 今後の事業展開(5)

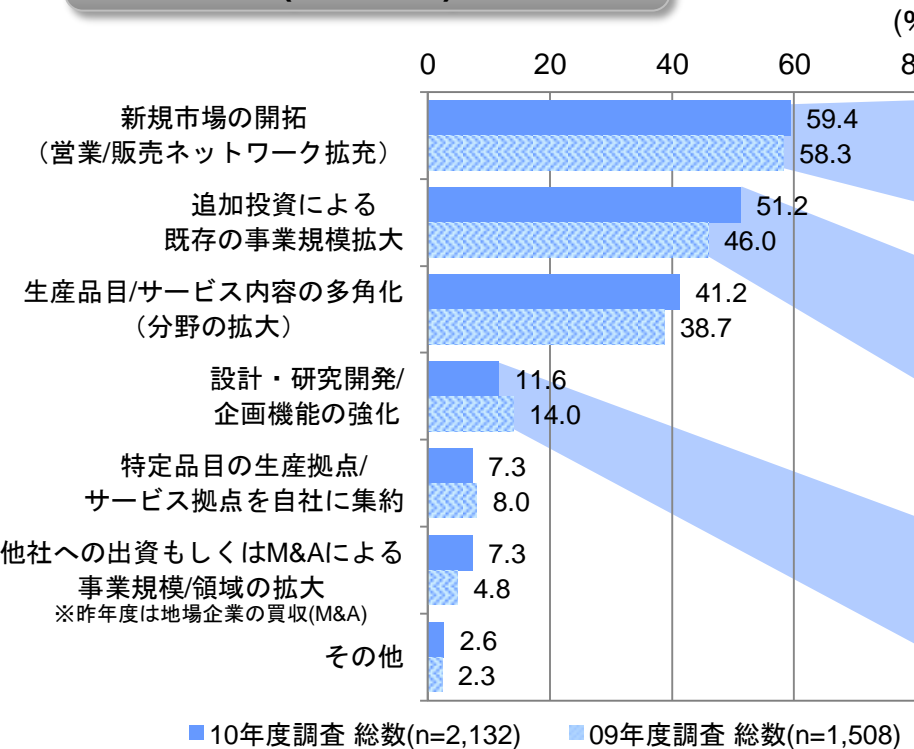
## 中国、ASEANで事業を「拡大」とする比率の高い業種



- 中国およびASEANにおける業種別の事業拡大傾向を見ると、製造業では、中国は食料品、ASEANでは輸送機械器具で「拡大」と回答した企業の割合が最も高い。また、非製造業では、中国は金融・保険業、ASEANでは通信・ソフトウェア業の事業拡大志向が強い。
- 中国では、食料品、精密機械器具、金融・保険業で事業拡大を志向する企業の割合が、ASEANと比較で、いずれも10ポイント以上高い。

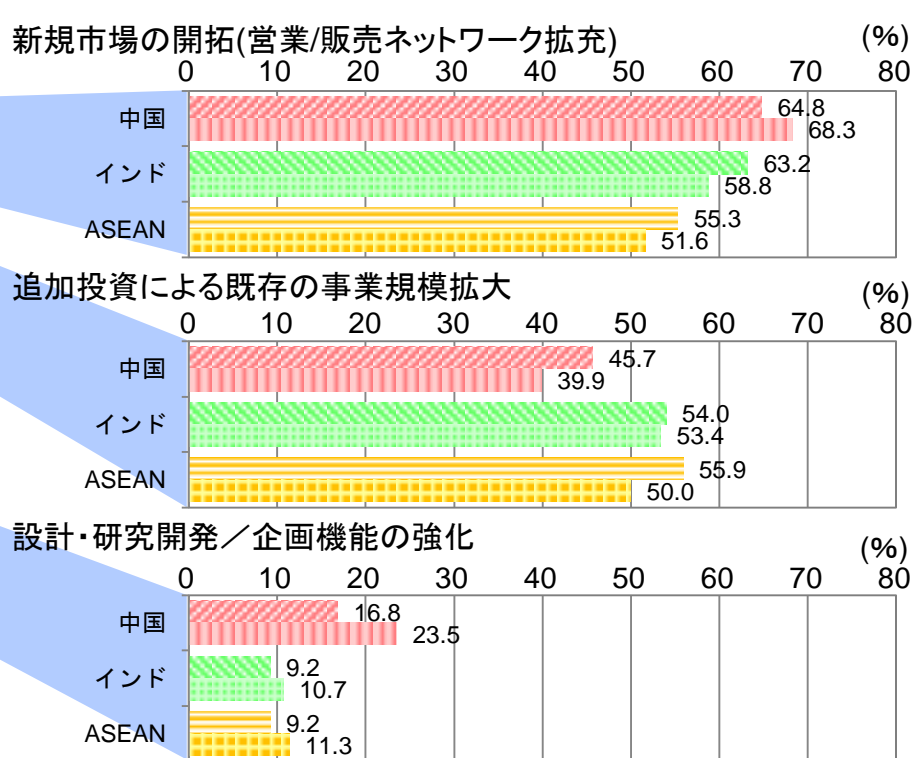
# 2. 今後の事業展開(6)

## 今後1～2年の事業拡大の方針 (複数回答)



## 中国、インド、ASEANで傾向に差が見られた回答

10年度調査 中国:n=517 インド:n=174 ASEAN:n=1,117  
09年度調査 中国:n=353 インド:n=131 ASEAN:n=742

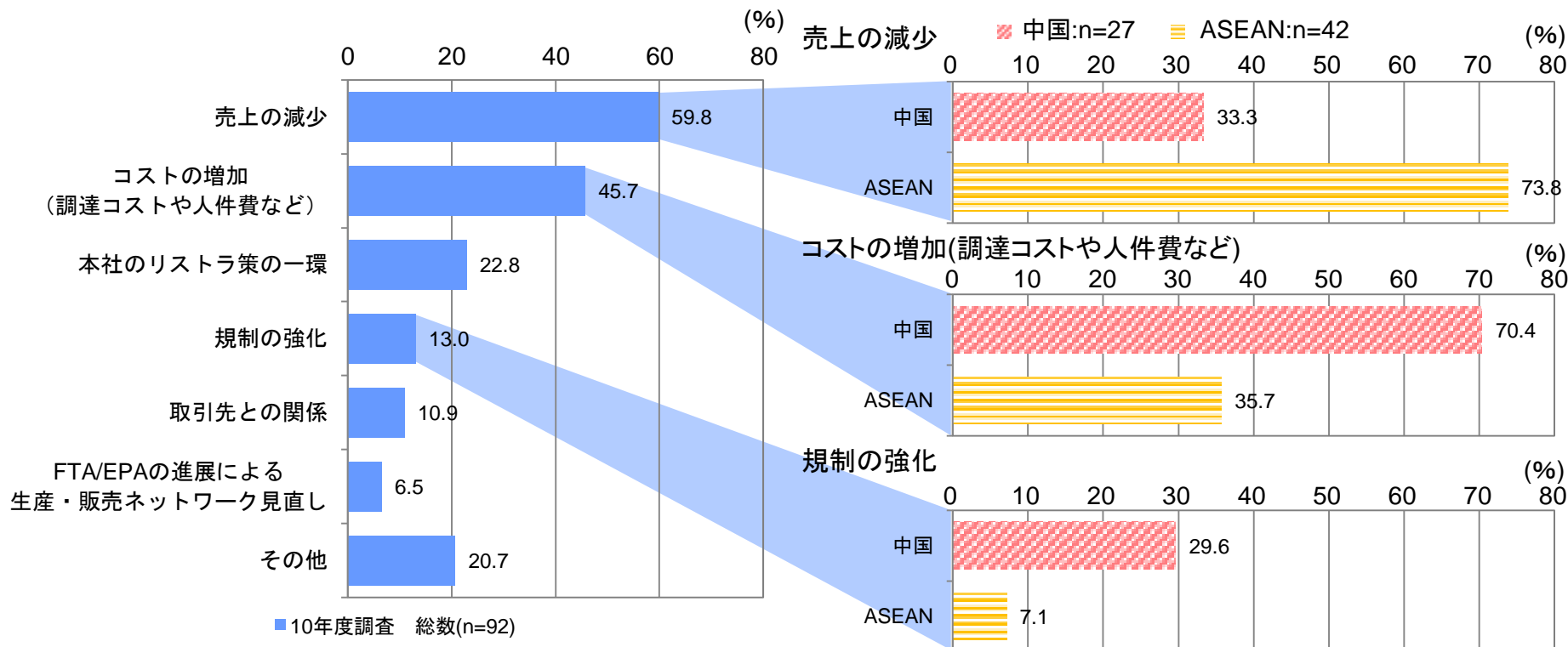


- 事業拡大の具体的な方針は、多い順に①新規市場の開拓、②追加投資による既存の事業規模拡大、③生産品目/サービス内容の多角化となった。
- 09年度調査と比べ、おおむね、同じ傾向となっている。その中で「追加投資による既存の事業規模拡大」は、09年度調査と比べ5.2ポイント増加した。
- 事業拡大の具体的な方針を、中国、インド、ASEANについて比較すると、中国では、「新規市場の開拓」と「設計・研究開発/企画機能の強化」、インドでは、「新規市場の開拓」と「追加投資による既存の事業規模拡大」、ASEANでは、「追加投資による既存の事業規模拡大」が相対的に高い。



## 2. 今後の事業展開(7)

### 事業縮小もしくは移転・撤退の理由 (複数回答)



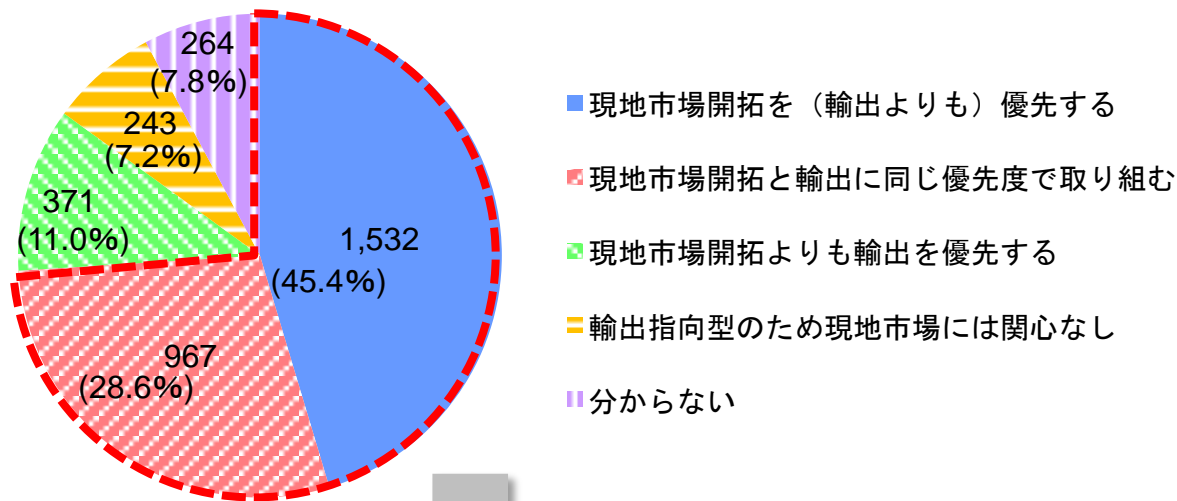
● 今後1～2年の事業展開の方向性について、「縮小」(2.1%)もしくは「第3国(地域)へ移転・撤退」(0.6%)と回答した企業の割合はわずか2.7%と極めて小さいものの、その理由についての回答(複数回答)では、「売上の減少」(59.8%)、「コストの増加(調達コストや人件費など)」(45.7%)が上位項目となった。

● 事業の「縮小」もしくは「第3国(地域)への移転・撤退」の理由について、中国では「コストの増加(調達コストや人件費など)」をあげる企業が70.4%で最大となる一方、ASEANでは、「売上の減少」が73.8%と高く、中国とASEANで回答傾向に差が見られる。また、中国では「規制の強化」を挙げた企業の割合も29.6%と相対的に高い。

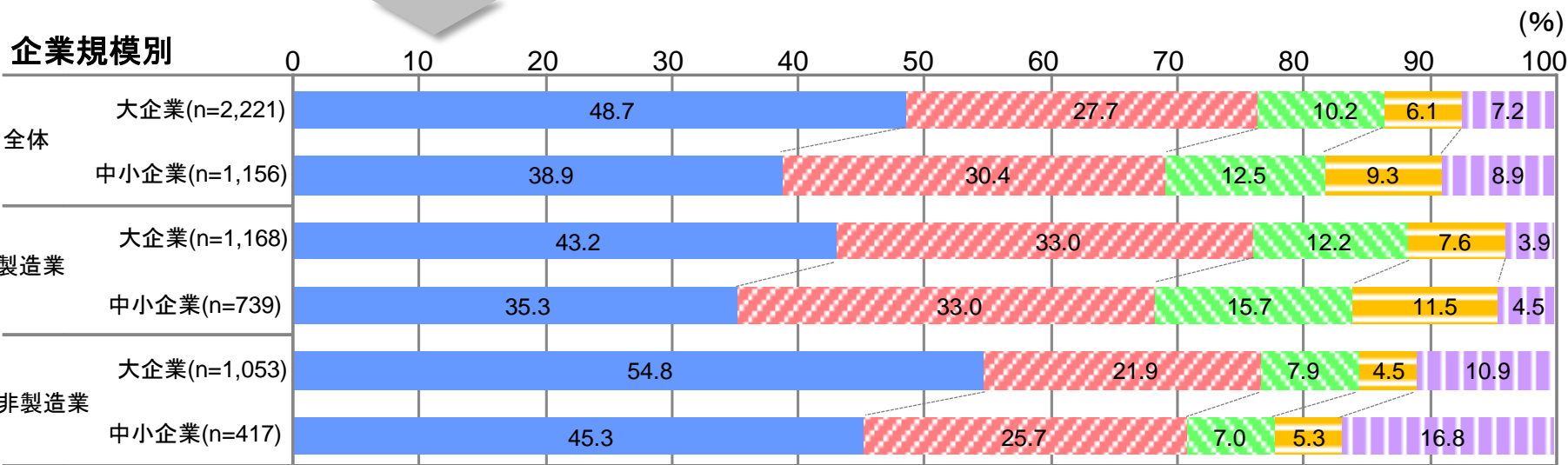
# 3. 現地市場開拓への取り組み(1)

進出国・地域の現地市場開拓へ向けた今後の取組み方針  
(総数、企業規模別)

総数(n=3,377)

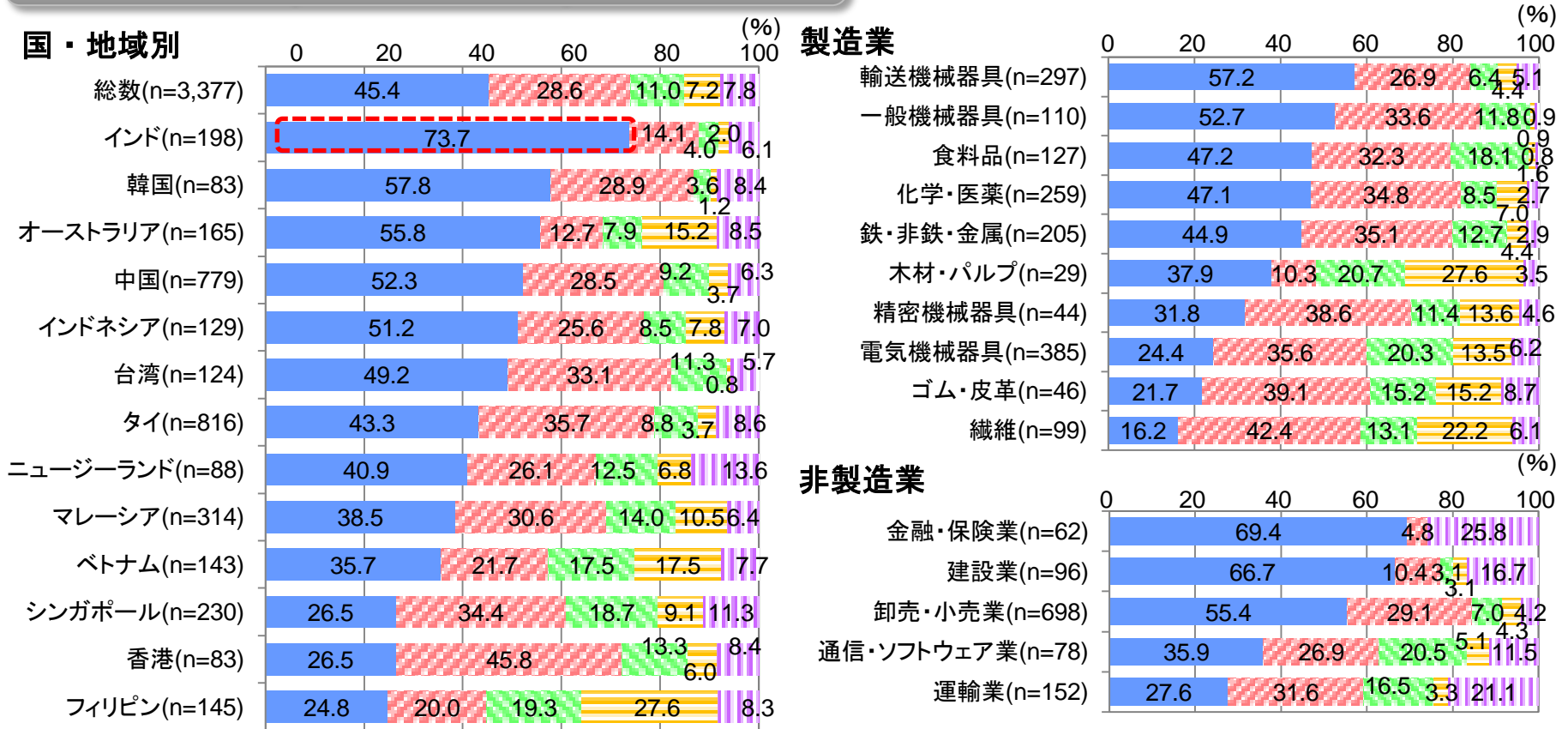


- 今後、「現地市場開拓を輸出よりも優先する」企業の割合は45.4%。現地市場と輸出に同じ優先度で取り組む企業(28.6%)とあわせ、74.0%の企業が現地市場開拓を積極的に進める方針。輸出を優先する企業(11.0%)、および輸出指向型企業(7.2%)の合計である18.2%を大きく上回った。
- 中小企業は、大企業に比べ、製造業・非製造業ともに現地市場志向が低い。一方、輸出では、とりわけ製造業において、大企業よりも中小企業のほうが輸出志向が強い。



# 3. 現地市場開拓への取り組み(2)

## 進出国・地域の現地市場開拓へ向けた今後の取組み方針 (国・地域別、業種別)



(注)有効回答企業数50社以上の国・地域

- 現地市場開拓を(輸出よりも)優先する
- 現地市場開拓と輸出に同じ優先度で取り組む
- 現地市場開拓よりも輸出を優先する
- 輸出指向型のため現地市場には関心なし
- 分からない

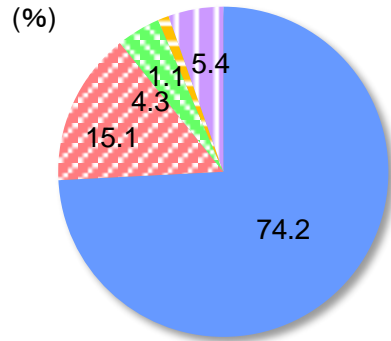
- 国・地域別で、「現地市場開拓を(輸出よりも)優先する」と回答した企業の割合が最も高いのはインドであり、製造業・非製造業ともに同回答が7割を超え、全体の平均を30ポイント近く上回った。
- 製造業の業種別では、輸送機械器具(有効回答297社)で、現地市場を優先する企業の割合が57.2%と最も高く、次いで一般機械器具(有効回答110社)が52.7%となった。
- 非製造業では、特に進出国・地域内向けビジネスの多い金融・保険業や建設業、卸売・小売業において現地市場志向が強く表れた。

# 3. 現地市場開拓への取り組み(3)

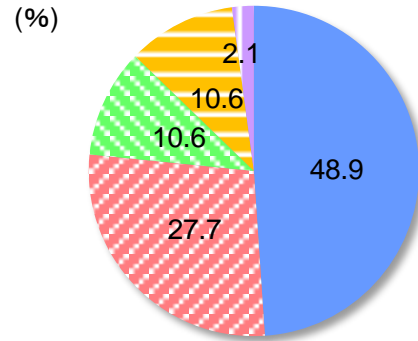
## インド、インドネシア、中国における現地市場開拓への取組み方針(製造業、業種別)

(注)製造業で「現地市場開拓を優先する」の回答比率が高かった上位3カ国・地域(有効回答企業数50社以上の国・地域より)

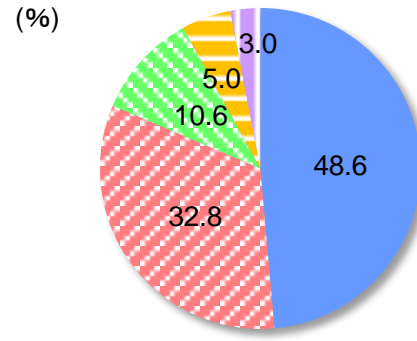
### インド(製造業:n=93)



### インドネシア(製造業:n=94)



### 中国(製造業:n=500)

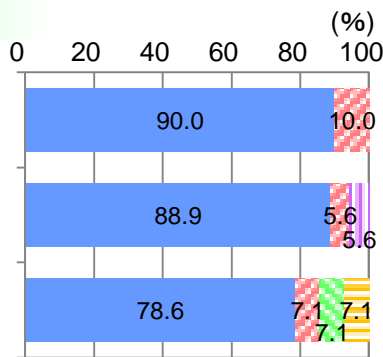


- 現地市場開拓を(輸出よりも)優先する
- 現地市場開拓と輸出に同じ優先度で取り組む
- 現地市場開拓よりも輸出を優先する
- 輸出指向型のため現地市場には関心なし
- 分からない

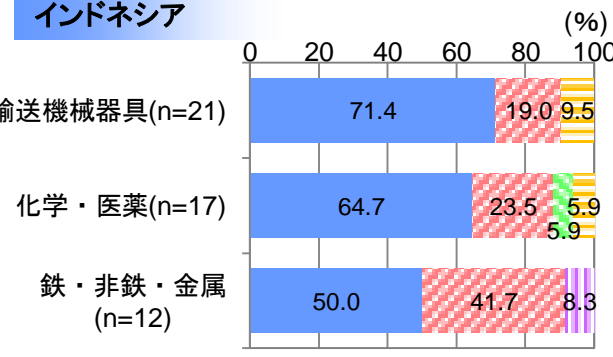
## 各国で「現地市場開拓を(輸出よりも)優先する」と回答した割合が高かった上位3業種(製造業)

(注)有効回答企業数10社以上

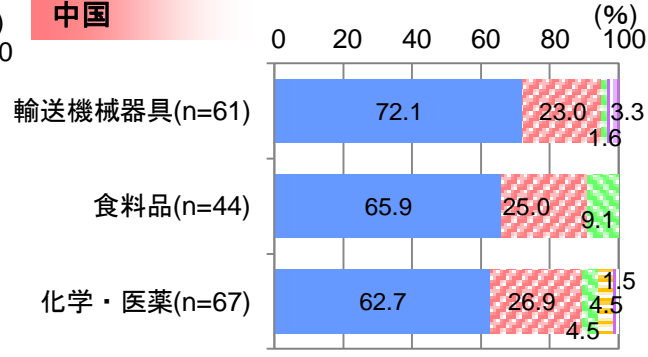
### インド



### インドネシア



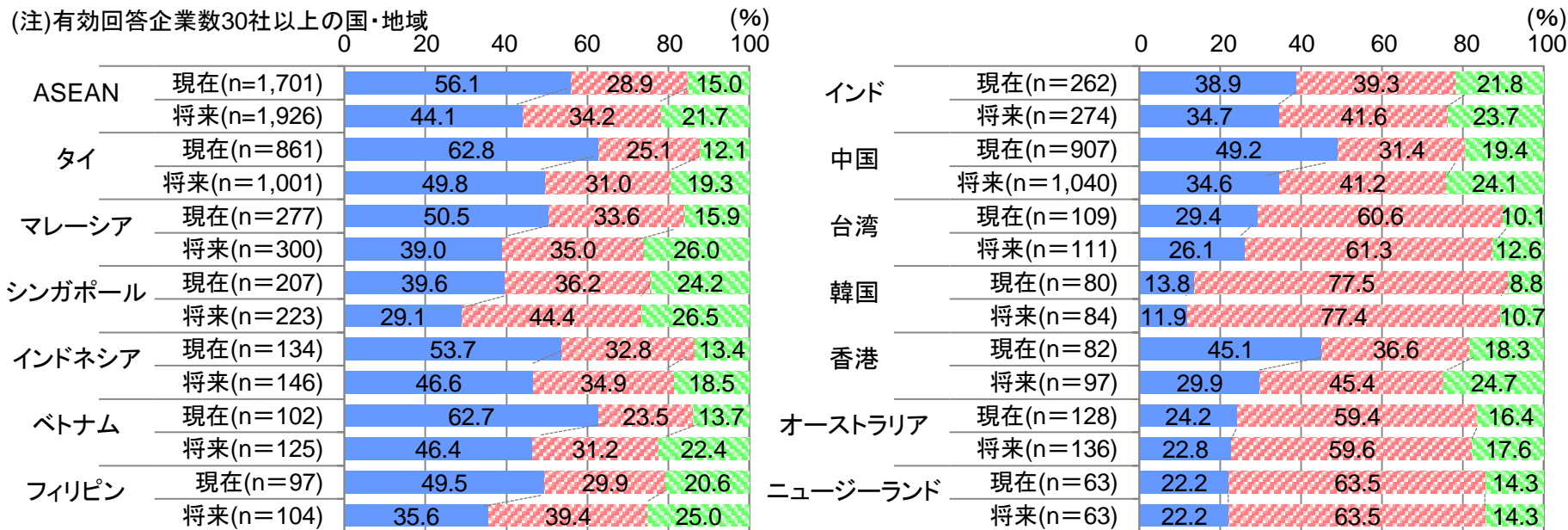
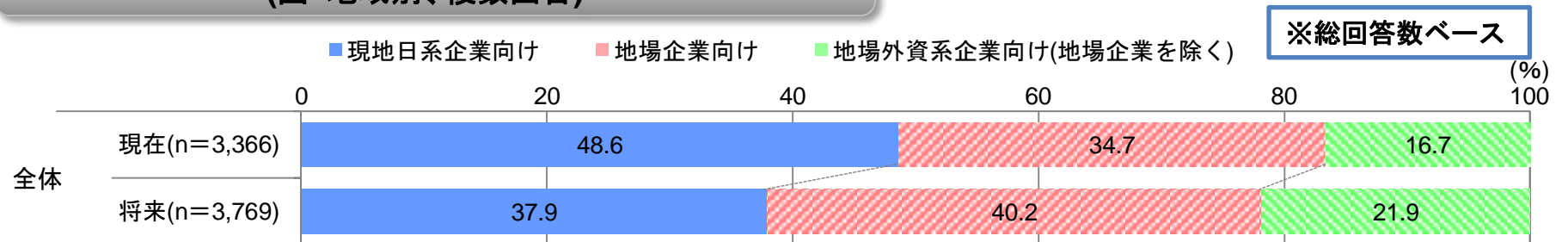
### 中国



- 「現地市場開拓を優先する」との回答比率が高かったインド、インドネシア、中国において、業種別(製造業のみ)の取組み方針を見ると、いずれの国も共通して、輸送機械器具および化学・医薬における現地市場志向が全業種平均を大きく上回った。
- インドでは、他国・地域において相対的に輸出志向が高い電気機械器具分野においても、78.6%の企業が現地市場を優先する方針を示した。
- 中国では食料品で現地市場を優先する企業が65.9%にのぼる一方、輸出を優先する企業は9.1%にとどまった。

# 3. 現地市場開拓への取り組み(4)

現地市場開拓においてターゲットとする層～企業向け販売～  
(国・地域別、複数回答)



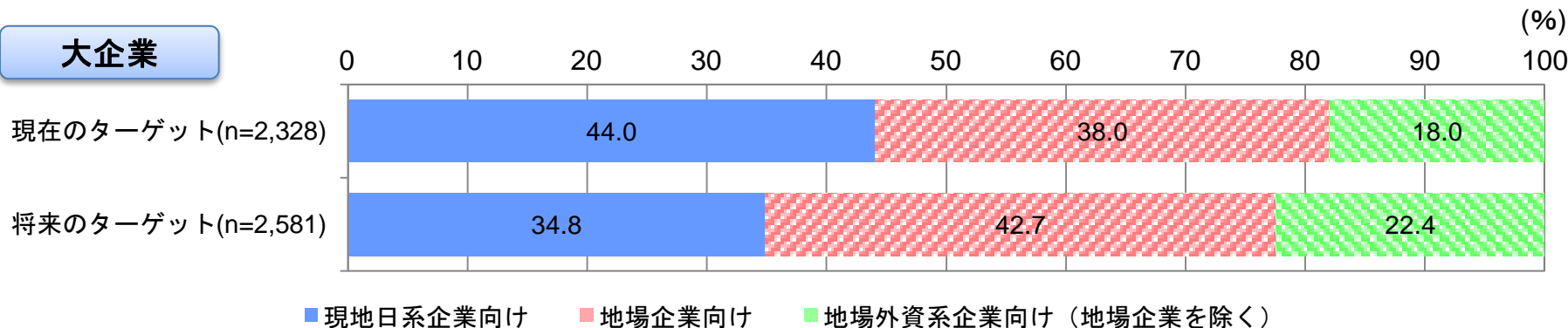
- 現在の現地市場における企業向け販売のターゲット層は、「現地日系企業向け」が48.6%で最も高い。とりわけ、タイやベトナムでは日系企業向けが60%を超える。他方、韓国、ニュージーランド、台湾では「地場企業向け」の割合が高い。
- 将来へ向け、現地日系企業向けから地場・地場外資系企業向けへと販売ターゲットをシフトしていく傾向が強く表れている。現在は日系企業向けの比率が高いASEAN主要国においても、将来は非日系企業(地場企業と地場外資系企業の合計)が日系企業向けの比率を上回る。
- 既に地場企業向けの販路開拓が進んでいる韓国、台湾、オセアニア地域では、現在と将来のターゲット層の比率に大きな変化は見られない。

# 3. 現地市場開拓への取り組み(5)

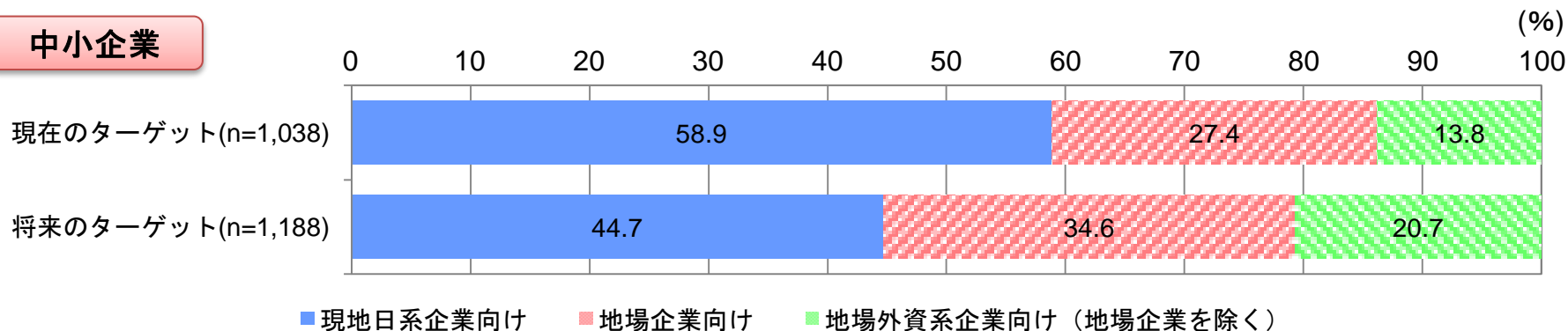
現地市場開拓においてターゲットとする層～企業向け販売～  
(企業規模別、複数回答)

※総回答数ベース

## 大企業



## 中小企業



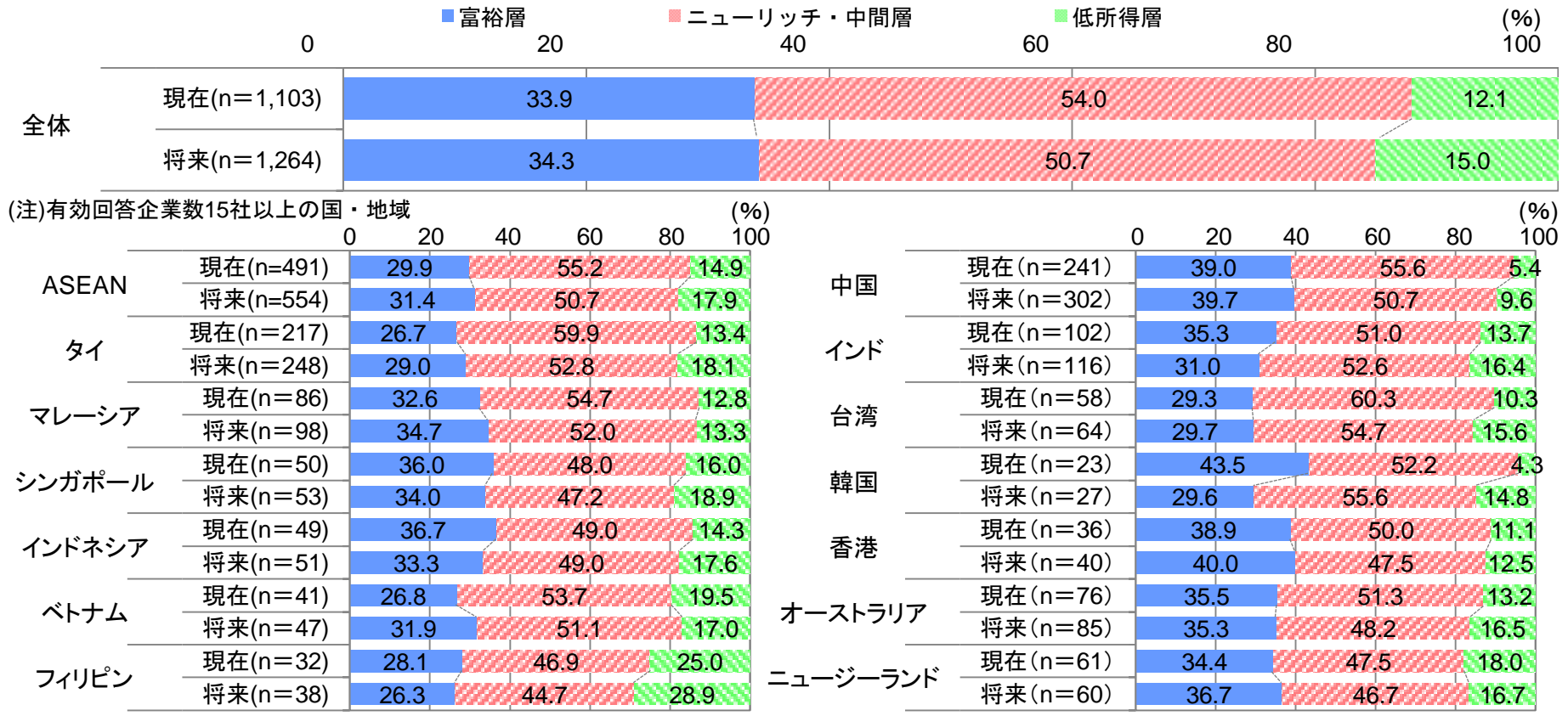
- 現在の企業規模別のターゲット層(企業向け販売)の比較では、「現地日系企業向け」の比率が大企業の44.0%に対し、中小企業は58.9%と高くなった。
- 将来へ向けては、中小企業においても、ターゲット層が地場企業向けおよび地場外資系企業向けシフトする傾向が強く現れており、現地日系企業向けの比率は44.7%まで低下している。



# 3. 現地市場開拓への取り組み(6)

現地市場開拓においてターゲットとする層～消費者向け販売～  
(国・地域別、複数回答)

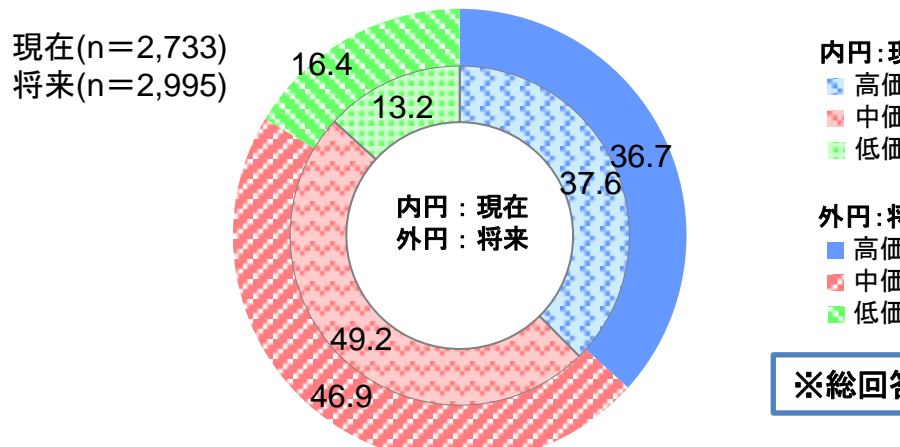
※総回答数ベース



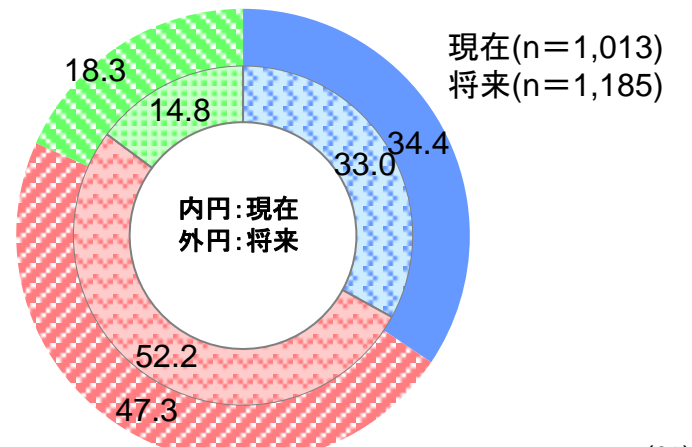
- 現在の消費者向け販売のターゲット層は、「ニューリッチ・中間層」が54.0%と最も高い。富裕層向けの比率は韓国(43.5%)および中国(39.0%)で相対的に高く、タイ(26.7%)やベトナム(26.8%)では低い。
- 企業向け販売に比べ、将来に向けたターゲット層の変化の幅は小さいものの、全体ではニューリッチ・中間層向けの比率がやや低下し、低所得層向けの比率が拡大する傾向が見られる。
- 国・地域別で、低所得層向け販売の拡大傾向が強く表れたのは、韓国(4.3%⇒14.8%)、台湾(10.3%⇒15.6%)、タイ(13.4%⇒18.1%)など。

# 3. 現地市場開拓への取り組み(7)

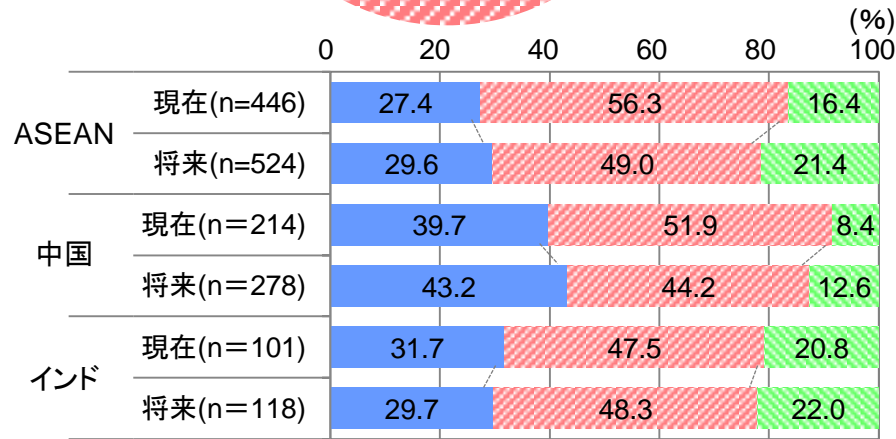
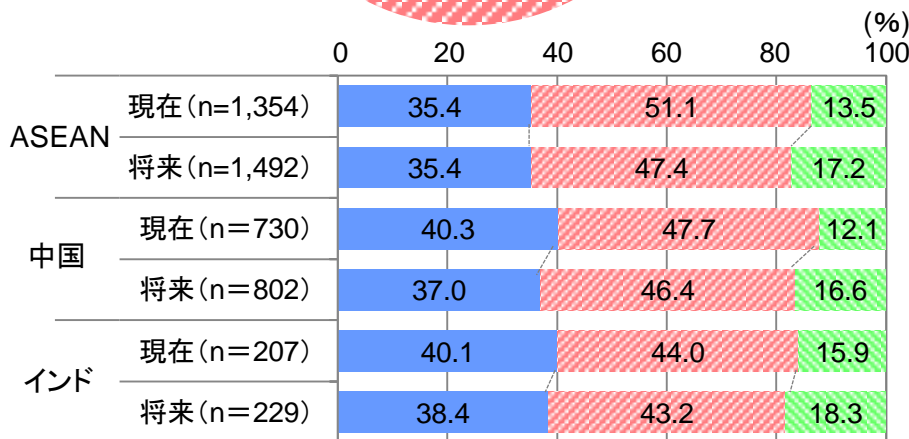
現地市場向け商品／サービスの主力価格帯  
(企業向け／国・地域別、複数回答)



現地市場向け商品／サービスの主力価格帯  
(消費者向け／国・地域別、複数回答)



※総回答数ベース



- 現地市場向け商品/サービスの主力価格帯は、企業向け販売、消費者向け販売ともに、「中価格帯」との回答が最も多い。将来に向け、企業向け販売、消費者向け販売のいずれにおいても「低価格帯」にも注力する企業の割合が拡大している。
- 中国では、将来に向けて、消費者向け販売における「中価格帯」の構成比が相対的に低下する一方、「高価格帯」および「低価格帯」の比重が増す傾向が見られる。

# 3. 現地市場開拓への取り組み(8)

現地市場向けに中・低価格帯の製品／サービスを販売するうえでの問題点・将来の課題(国・地域別、複数回答)

(注)有効回答企業数45社以上の国・地域

	製造業			非製造業		
	有効回答数	第1位	第2位	有効回答数	第1位	第2位
総数	1,045	他社との価格競争が激しい (81.7%)	低コスト化の仕様／品質 基準の変更が困難 (35.4%)	768	他社との価格競争が激しい (80.1%)	現地市場に精通した 社内人材の不足／採用難 (25.8%)
中国	303	他社との価格競争が激しい (82.2%)	低コスト化の仕様／品質 基準の変更が困難 (40.6%)	158	他社との価格競争が激しい (77.6%)	現地市場に精通した 社内人材の不足／採用難 (34.8%)
インド	68	他社との価格競争が激しい (82.4%)	低コスト化の生産／供給 体制の構築が困難 (44.1%)	60	他社との価格競争が激しい (85.0%)	低コスト化の仕様／品質 基準の変更が困難 (36.7%)
タイ	315	他社との価格競争が激しい (82.2%)	低コスト化の仕様／品質 基準の変更が困難 (36.2%)	171	他社との価格競争が激しい (79.5%)	現地市場に精通した 社内人材の不足／採用難 (31.0%)
インドネシア	51	他社との価格競争が激しい (76.5%)	低コスト化の仕様／品質 基準の変更が困難 (25.5%)	15	他社との価格競争が激しい (80.0%)	低コスト化の仕様／品質 基準の変更が困難 (33.3%)
シンガポール	25	他社との価格競争が激しい (92.0%)	低コスト化の仕様／品質 基準の変更が困難 (44.0%)	77	他社との価格競争が激しい (84.4%)	現地市場に精通した 社内人材の不足／採用難 (28.6%)
マレーシア	86	他社との価格競争が激しい (84.9%)	低コスト化の生産／供給 体制の構築が困難 (31.4%)	63	他社との価格競争が激しい (82.5%)	低コスト化の仕様／品質 基準の変更が困難 (27.0%)
フィリピン	31	他社との価格競争が激しい (61.3%)	低コスト化の生産／供給 体制の構築が困難 (38.7%)	20	他社との価格競争が激しい (80.0%)	売掛金の 回収リスクが高い (25.0%)
ベトナム	42	他社との価格競争が激しい (71.4%)	物流インフラ等の未整備 (31.0%)	22	他社との価格競争が激しい (63.6%)	現地市場に精通した 社内人材の不足／採用難 (36.4%)
台湾	38	他社との価格競争が激しい (92.1%)	低コスト化の生産／供給 体制の構築が困難 (31.6%)	30	他社との価格競争が激しい (93.3%)	低コスト化の生産／供給 体制の構築が困難 (23.3%)
韓国	30	他社との価格競争が激しい (93.3%)	低コスト化の仕様／品質 基準の変更が困難 (33.3%)	18	他社との価格競争が激しい (83.3%)	低コスト化の仕様／品質 基準の変更が困難 (38.9%)
オーストラリア	23	他社との価格競争が激しい (69.6%)	低コスト化の仕様／品質 基準の変更が困難 (26.1%)	54	他社との価格競争が激しい (83.3%)	低コスト化の生産／供給 体制の構築が困難 (24.1%)

# 3. 現地市場開拓への取り組み(9)

現地市場向けに低・中価格帯の製品／サービスを販売する際の最大の競合相手(国・地域別)

(注)有効回答企業数  
10社以上の国・地域

総数(1,818社)			中国(461社)			インド(131社)			タイ(502社)						
	社数	比率		社数	比率		社数	比率		社数	比率				
1位	中国企業	692社	38.1	1位	中国企業	317社	68.8	1位	インド企業	53社	40.5	1位	タイ企業	151社	30.1
2位	韓国企業	190社	10.5	2位	台湾企業	27社	5.9	2位	中国企業	26社	19.9	2位	中国企業	147社	29.3
3位	タイ企業	188社	10.3	3位	韓国企業	24社	5.2	3位	韓国企業 欧州企業	16社	12.2	3位	韓国企業	40社	8.0
マレーシア(155社)			インドネシア(67社)			シンガポール(75社)			ベトナム(65社)						
	社数	比率		社数	比率		社数	比率		社数	比率				
1位	中国企業	46社	29.7	1位	中国企業	26社	38.8	1位	中国企業	22社	29.3	1位	ベトナム企業	21社	32.3
2位	マレーシア企業	38社	24.5	2位	インドネシア企業	15社	22.4	2位	シンガポール企業	22社	29.3	2位	中国企業	16社	24.6
3位	韓国企業	18社	11.6	3位	韓国企業	7社	10.5	3位	韓国企業	13社	17.3	3位	台湾企業 韓国企業	7社	10.8
フィリピン(52社)			韓国(49社)			香港(43社)			台湾(70社)						
	社数	比率		社数	比率		社数	比率		社数	比率				
1位	中国企業	18社	34.6	1位	韓国企業	26社	53.1	1位	中国企業	19社	44.2	1位	台湾企業	31社	44.3
2位	フィリピン企業	10社	19.2	2位	中国企業	10社	20.4	2位	台湾企業	5社	11.6	2位	中国企業	15社	21.4
3位	タイ企業 韓国企業	5社	9.6	3位	米国企業	6社	12.2	3位	韓国企業	5社	11.6	3位	韓国企業	11社	15.7
オーストラリア(78社)			ニュージーランド(41社)			<ul style="list-style-type: none"> <li>●現地市場向けに低・中価格帯の製品／サービスを販売する際の最大の競合相手としては、全体で中国企業が38.1%を占めた。</li> <li>●国・地域別にみると、中国企業が最大の競合相手として1位となったのは6カ国・地域で、うち中国で68.8%と最も高く、次いで香港(44.2%)、インドネシア(38.8%)、フィリピン(34.6%)、マレーシア(29.7%)、シンガポール(29.3%)となった。</li> </ul>									
	社数	比率		社数	比率										
1位	オーストラリア企業	23社	29.5	1位	ニュージーランド企業							10社	24.4		
2位	中国企業	16社	20.5	2位	中国企業	7社	17.1								
3位	韓国企業	11社	14.1	3位	韓国企業	6社	14.6								

# 4. 経営上の問題点(1)

総合編(全分野上位10項目、複数回答)

	回答項目	分野	回答率
1位	従業員の賃金上昇	(雇用・労働面)	60.5%
2位	競合相手の台頭(コスト面で競合)	(販売・営業面)	54.4%
3位	調達コストの上昇	(生産面)	52.7%
4位	従業員の質	(雇用・労働面)	43.4%
5位	原材料・部品の現地調達の難しさ	(生産面)	43.3%
6位	主要取引先からの値下げ要請	(販売・営業面)	42.8%
7位	品質管理の難しさ	(生産面)	40.8%
8位	幹部候補人材の採用難	(経営の現地化)	40.2%
9位	限界に近づきつつあるコスト削減	(生産面)	39.8%
10位	現地人材の育成が進まない	(経営の現地化)	39.1%

(注1)各分野で一つでも回答を選択した企業の総数を母数としているため、各分野ごとにサンプル数は異なる。サンプル数は、各分野ごとのスライドに記載。

(注2)「特に問題はない」を除く、回答率上位10項目。

- 経営上の問題点では、「従業員の賃金の上昇」、「競合相手の台頭(コスト面で競合)」、「調達コストの上昇」を回答した企業がいずれも5割を超えた。
- 日系企業は主に、コスト引き下げ圧力(「従業員の賃金の上昇」、「調達コストの上昇」、「主要取引先からの値下げ要請」、「競合相手の台頭(コスト面で競合)」など)や、進出先での人材確保(「従業員の質」、「幹部候補人材の採用難」、「現地人材の育成が進まない」といった面で問題を抱えていることがうかがえる。

# 4. 経営上の問題点(2)

## 総合編(国・地域別上位3項目、複数回答)

### 中国 (%)

1位	従業員の賃金上昇	79.6
2位	競合相手の台頭(コスト面で競合)	57.5
3位	調達コストの上昇	55.9

### 韓国 (%)

1位	現地通貨の対ドル為替レートの変動	66.7
2位	競合相手の台頭(コスト面で競合)	59.5
3位	限界に近づきつつあるコスト削減	57.1

### インド (%)

1位	従業員の賃金上昇	64.5
2位	競合相手の台頭(コスト面で競合)	62.9
3位	電力不足・停電	56.8

### シンガポール (%)

1位	限界に近づきつつあるコスト削減	67.2
2位	競合相手の台頭(コスト面で競合)	60.8
3位	従業員の賃金上昇	59.1

### タイ (%)

1位	競合相手の台頭(コスト面で競合)	59.1
2位	調達コストの上昇	52.0
3位	従業員の賃金上昇	50.4

### インドネシア (%)

1位	従業員の賃金上昇	72.7
2位	税務(法人税、移転価格課税など)の負担	65.6
3位	現地通貨の対ドル為替レートの変動	61.7

### ベトナム (%)

1位	従業員の賃金上昇	80.6
2位	電力不足・停電	70.3
3位	原材料・部品の現地調達の難しさ	67.3

- 経営上の問題点としては、「競合相手の台頭(コスト面で競合)」や「従業員の賃金の上昇」などが各国・地域で上位にあがった。
- 「従業員の賃金の上昇」では、特にベトナム(80.6%、116社)、中国(79.6%、627社)においては約8割と全体の60.5%(2,073社)を大きく上回った。

(注) 各分野で一つでも回答を選択した企業の総数を母数としているため、各分野ごとにサンプル数は異なる。サンプル数は、各分野ごとのスライドに記載。





# 4. 経営上の問題点(3)

## 販売・営業面での問題点 (国・地域別上位3項目、複数回答)

**中国**(n=783)

1位 57.5%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 44.1%  
主要取引先からの値下げ要請  
3位 36.9%  
新規顧客の開拓が進まない

**香港**(n=83)

1位 49.4%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 43.4%  
主要取引先からの値下げ要請  
3位 34.9%  
新規顧客の開拓が進まない

**韓国**(n=84)

1位 59.5%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 47.6%  
主要取引先からの値下げ要請  
3位 36.9%  
新規顧客の開拓が進まない

**シンガポール**(n=232)

1位 60.8%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 37.1%  
主要取引先からの値下げ要請  
3位 33.2%  
新規顧客の開拓が進まない

**タイ**(n=818)

1位 59.1%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 46.8%  
主要取引先からの値下げ要請  
3位 32.8%  
新規顧客の開拓が進まない

**マレーシア**(n=332)

1位 49.7%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 42.8%  
主要取引先からの値下げ要請  
3位 32.8%  
新規顧客の開拓が進まない

**インドネシア**(n=126)

1位 57.1%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 39.7%  
主要取引先からの値下げ要請  
3位 29.4%  
新規顧客の開拓が進まない

**フィリピン**(n=145)

1位 39.3%  
主要取引先からの値下げ要請  
2位 37.2%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
3位 33.1%  
新規顧客の開拓が進まない

**ベトナム**(n=139)

1位 50.4%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 38.9%  
主要取引先からの値下げ要請  
3位 34.5%  
新規顧客の開拓が進まない

**ミャンマー**(n=21)

1位 42.9%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 28.6%  
主要販売市場の低迷  
(消費低迷)  
3位 23.8%  
現地の規制緩和が進まない

**インド**(n=197)

1位 62.9%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 49.2%  
主要取引先からの値下げ要請  
3位 24.9%  
新規顧客の開拓が進まない

**台湾**(n=127)

1位 57.5%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 48.8%  
主要取引先からの値下げ要請  
3位 31.5%  
主要販売市場の低迷  
(消費低迷)

**スリランカ**(n=23)

1位 34.8%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
同1位 34.8%  
新規顧客の開拓が進まない  
2位 26.1%  
主要取引先からの値下げ要請  
主要販売市場の低迷  
(消費低迷)

**オーストラリア**(n=167)

1位 41.9%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)  
2位 39.5%  
主要販売市場の低迷  
(消費低迷)  
3位 28.7%  
主要取引先からの値下げ要請

**ニュージーランド**(n=92)

1位 46.7%  
主要販売市場の低迷  
(消費低迷)  
2位 35.9%  
主要取引先からの値下げ要請  
3位 30.4%  
競合相手の台頭  
(コスト面で競合)



# 4. 経営上の問題点(4)

## 財務・金融・為替面での問題点 (国・地域別上位3項目、複数回答)

**中国**(n=770)

1位 30.8%  
税務(法人税、  
移転価格課税など)の負担

2位 30.7%  
現地通貨の対円為替レートの変動

3位 27.5%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

**香港**(n=83)

1位 39.8%  
円の対ドル為替レートの変動

2位 36.1%  
現地通貨の対円為替レートの変動

3位 18.1%  
特に問題はない

**韓国**(n=84)

1位 66.7%  
現地通貨の対円為替レートの変動

2位 36.9%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

3位 19.1%  
税務(法人税、  
移転価格課税など)の負担

**シンガポール**(n=235)

1位 38.7%  
円の対ドル為替レートの変動

2位 32.8%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

3位 31.9%  
現地通貨の対円為替レートの変動

**タイ**(n=811)

1位 40.0%  
現地通貨の対円為替レートの変動

2位 30.6%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

3位 21.2%  
特に問題はない

**マレーシア**(n=328)

1位 42.4%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

2位 29.9%  
現地通貨の対円為替レートの変動

3位 28.4%  
円の対ドル為替レートの変動

**インドネシア**(n=128)

1位 65.6%  
税務(法人税、  
移転価格課税など)の負担

2位 61.7%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

3位 32.8%  
現地通貨の対円為替レートの変動

**フィリピン**(n=142)

1位 45.1%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

2位 40.9%  
円の対ドル為替レートの変動

3位 27.5%  
税務(法人税、  
移転価格課税など)の負担

**ベトナム**(n=142)

1位 35.9%  
円の対ドル為替レートの変動

2位 32.4%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

3位 28.2%  
業務規模拡大に必要な  
キャッシュフローの不足

**ミャンマー**(n=21)

1位 52.4%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

2位 42.9%  
円の対ドル為替レートの変動

3位 33.3%  
資金調達・決済に関わる規制

**インド**(n=198)

1位 42.9%  
税務(法人税、  
移転価格課税など)の負担

2位 36.4%  
現地通貨の対円為替レートの変動

3位 25.8%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

**台湾**(n=127)

1位 45.7%  
現地通貨の対円為替レートの変動

2位 31.5%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

同2位 31.5%  
円の対ドル為替レートの変動

**スリランカ**(n=23)

1位 30.4%  
税務(法人税、  
移転価格課税など)の負担

同1位 30.4%  
円の対ドル為替レートの変動

3位 26.1%  
特に問題はない

**オーストラリア**(n=162)

1位 46.9%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

2位 35.2%  
現地通貨の対円為替レートの変動

3位 20.4%  
特に問題はない

**ニュージーランド**(n=92)

1位 39.1%  
現地通貨の  
対ドル為替レートの変動

2位 35.9%  
現地通貨の対円為替レートの変動

3位 34.8%  
特に問題はない



# 4. 経営上の問題点(5)

## 雇用・労働面での問題点 (国・地域別上位3項目、複数回答)

<b>中国</b> (n=788) 1位 79.6% 従業員の賃金上昇 2位 48.4% 従業員の質 3位 42.7% 人材(ワーカー)の採用難 (製造業のみ)	<b>香港</b> (n=84) 1位 54.8% 従業員の賃金上昇 2位 34.5% 従業員の質 3位 29.8% 日本人出向役職員(駐在員) コスト 人材(中間管理職)の採用難	<b>韓国</b> (n=84) 1位 53.6% 従業員の賃金上昇 2位 32.1% 従業員の質 3位 23.9% 人材(技術者)の採用難 (製造業のみ)	<b>シンガポール</b> (n=232) 1位 59.1% 従業員の賃金上昇 2位 30.6% 従業員の質 3位 28.9% 人材(中間管理職)の採用難	<b>タイ</b> (n=821) 1位 50.4% 従業員の賃金上昇 2位 50.1% 従業員の質 3位 39.0% 人材(ワーカー)の採用難 (製造業のみ)
<b>マレーシア</b> (n=332) 1位 53.3% 従業員の賃金上昇 2位 49.8% 人材(ワーカー)の採用難 (製造業のみ) 3位 41.0% 従業員の質	<b>インドネシア</b> (n=128) 1位 72.7% 従業員の賃金上昇 2位 50.0% 従業員の質 3位 43.8% 解雇・人員削減に対する規制	<b>フィリピン</b> (n=146) 1位 44.5% 従業員の賃金上昇 2位 41.8% 従業員の質 3位 32.6% 人材(技術者)の採用難 (製造業のみ)	<b>ベトナム</b> (n=144) 1位 80.6% 従業員の賃金上昇 2位 52.8% 従業員の質 3位 45.1% 従業員の定着率	<b>ミャンマー</b> (n=21) 1位 57.1% 人材(ワーカー)の採用難 (製造業のみ) 2位 52.4% 人材(中間管理職)の採用難 3位 42.9% 従業員の質 同3位 42.9% 従業員の定着率
<b>インド</b> (n=197) 1位 64.5% 従業員の賃金上昇 2位 41.1% 従業員の質 3位 40.1% 日本人出向役職員(駐在員) コスト	<b>台湾</b> (n=127) 1位 37.0% 従業員の質 2位 35.4% 従業員の賃金上昇 3位 23.6% 人材(中間管理職)の採用難	<b>スリランカ</b> (n=23) 1位 52.2% 従業員の賃金上昇 2位 43.5% 解雇・人員削減に対する規制 3位 41.7% 人材(技術者)の採用難 (製造業のみ)	<b>オーストラリア</b> (n=168) 1位 60.7% 従業員の賃金上昇 2位 32.1% 従業員の質 3位 25.6% 解雇・人員削減に対する規制	<b>ニュージーランド</b> (n=92) 1位 40.2% 従業員の賃金上昇 2位 35.9% 特に問題はない 3位 18.5% 従業員の質



# 4. 経営上の問題点(6)

## 貿易制度面での問題点 (国・地域別上位3項目、複数回答)

**中国**(n=734)

1位 41.0%  
通関等諸手続きが煩雑

2位 33.5%  
通関に時間を要する

3位 28.5%  
通達・規則内容の周知徹底が不十分

**香港**(n=79)

1位 69.6%  
特に問題はない

2位 15.2%  
通達・規則内容の周知徹底が不十分

3位 12.7%  
通関等諸手続きが煩雑

**韓国**(n=83)

1位 66.3%  
特に問題はない

2位 8.4%  
関税分類の認定基準が不明瞭

同2位 8.4%  
通関等諸手続きが煩雑

**シンガポール**(n=204)

1位 80.4%  
特に問題はない

2位 7.8%  
通関等諸手続きが煩雑

3位 5.4%  
通関に時間を要する

**タイ**(n=779)

1位 39.3%  
特に問題はない

2位 25.2%  
通達・規則内容の周知徹底が不十分

3位 24.8%  
関税の課税評価の査定が不明瞭

**マレーシア**(n=308)

1位 50.0%  
特に問題はない

2位 21.8%  
通達・規則内容の周知徹底が不十分

3位 16.9%  
通関等諸手続きが煩雑

**インドネシア**(n=125)

1位 50.4%  
通達・規則内容の周知徹底が不十分

2位 46.4%  
通関等諸手続きが煩雑

3位 42.4%  
通関に時間を要する

**フィリピン**(n=142)

1位 41.6%  
特に問題はない

2位 28.2%  
通関に時間を要する

3位 26.8%  
通達・規則内容の周知徹底が不十分

**ベトナム**(n=139)

1位 60.4%  
通関等諸手続きが煩雑

2位 43.9%  
通関に時間を要する

3位 42.5%  
通達・規則内容の周知徹底が不十分

**ミャンマー**(n=20)

1位 50.0%  
通関等諸手続きが煩雑

2位 40.0%  
特に問題はない

3位 30.0%  
通関に時間を要する

同3位 30.0%  
通達・規則内容の周知徹底が不十分

**インド**(n=192)

1位 52.6%  
通関に時間を要する

2位 50.5%  
通関等諸手続きが煩雑

3位 30.7%  
通達・規則内容の周知徹底が不十分

**台湾**(n=118)

1位 60.2%  
特に問題はない

2位 11.0%  
通関に時間を要する

3位 10.2%  
関税の課税評価の査定が不明瞭

**スリランカ**(n=23)

1位 30.4%  
通関等諸手続きが煩雑

2位 26.1%  
通関に時間を要する

同2位 26.1%  
関税分類の認定基準が不明瞭

同2位 26.1%  
特に問題はない

**オーストラリア**(n=156)

1位 79.5%  
特に問題はない

2位 9.0%  
厳格な検疫制度

3位 6.4%  
通関に時間を要する

**ニュージーランド**(n=86)

1位 75.6%  
特に問題はない

2位 8.1%  
通関に時間を要する

3位 7.0%  
通達・規則内容の周知徹底が不十分



# 4. 経営上の問題点(7)

生産面での問題点(製造業のみ)  
(国・地域別上位3項目、複数回答)

**中国(n=476)**

1位 55.9%  
調達コストの上昇

2位 43.3%  
品質管理の難しさ

3位 43.1%  
原材料・部品の現地調達の難しさ

**香港(n=9)**

1位 55.6%  
限界に近づきつつあるコスト削減

同1位 55.6%  
調達コストの上昇

3位 33.3%  
設備面での生産能力の不足

**韓国(n=42)**

1位 57.1%  
限界に近づきつつあるコスト削減

2位 35.7%  
調達コストの上昇

3位 33.3%  
品質管理の難しさ

**シンガポール(n=58)**

1位 67.2%  
限界に近づきつつあるコスト削減

2位 51.7%  
調達コストの上昇

3位 24.1%  
品質管理の難しさ  
原材料・部品の現地調達の難しさ

**タイ(n=512)**

1位 52.0%  
調達コストの上昇

2位 44.3%  
品質管理の難しさ

3位 40.0%  
原材料・部品の現地調達の難しさ

**マレーシア(n=186)**

1位 56.5%  
調達コストの上昇

2位 44.1%  
原材料・部品の現地調達の難しさ

3位 43.0%  
限界に近づきつつあるコスト削減

**インドネシア(n=91)**

1位 53.9%  
原材料・部品の現地調達の難しさ

2位 52.8%  
調達コストの上昇

3位 40.7%  
設備面での生産能力の不足  
電力不足・停電

**フィリピン(n=94)**

1位 56.4%  
原材料・部品の現地調達の難しさ

2位 47.9%  
調達コストの上昇

3位 46.8%  
電力不足・停電

**ベトナム(n=101)**

1位 70.3%  
電力不足・停電

2位 67.3%  
原材料・部品の現地調達の難しさ

3位 49.5%  
品質管理の難しさ

**バングラデシュ(n=11)**

1位 63.6%  
電力不足・停電

同1位 63.6%  
原材料・部品の現地調達の難しさ

3位 54.6%  
調達コストの上昇

**インド(n=81)**

1位 56.8%  
電力不足・停電

2位 54.3%  
物流インフラの未整備

3位 51.9%  
原材料・部品の現地調達の難しさ

**台湾(n=61)**

1位 57.4%  
調達コストの上昇

2位 45.9%  
限界に近づきつつあるコスト削減

3位 39.3%  
品質管理の難しさ

**スリランカ(n=11)**

1位 54.6%  
品質管理の難しさ

2位 45.5%  
調達コストの上昇

同2位 45.5%  
原材料・部品の現地調達の難しさ

**オーストラリア(n=41)**

1位 51.2%  
調達コストの上昇

2位 31.7%  
限界に近づきつつあるコスト削減

3位 26.8%  
原材料・部品の現地調達の難しさ  
品質管理の難しさ

**ニュージーランド(n=18)**

1位 66.7%  
調達コストの上昇

2位 50.0%  
限界に近づきつつあるコスト削減

3位 27.8%  
環境規制の厳格化



# 4. 経営上の問題点(8)

## 経営の現地化を進めるに当たっての問題点 (国・地域別上位3項目、複数回答)

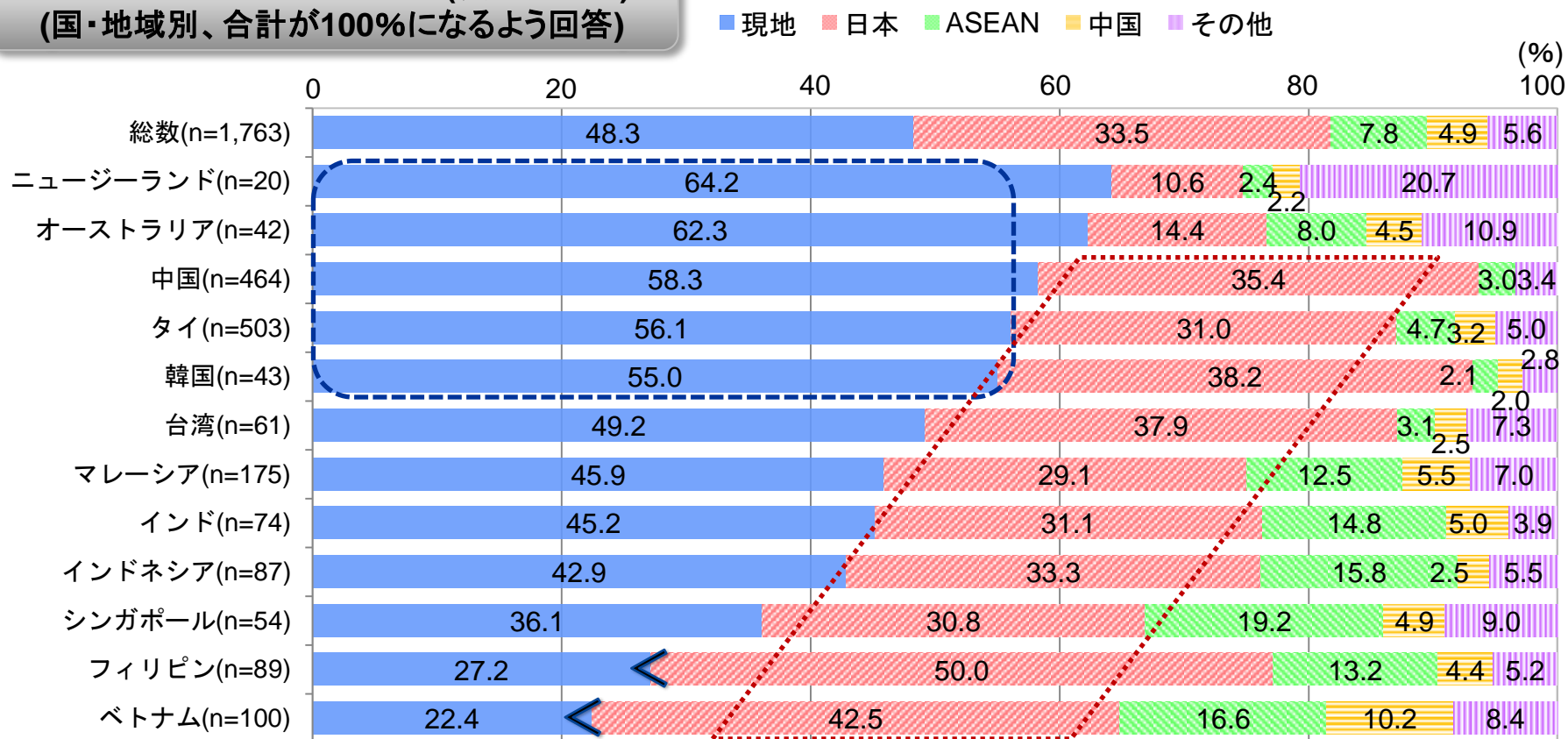
<b>中国</b> (n=747) 1位 44.0% 現地人材の育成が進まない 2位 42.0% 幹部候補人材の採用難 3位 39.6% 現地人材の能力・意識の低さ	<b>香港</b> (n=83) 1位 47.0% 幹部候補人材の採用難 2位 39.8% 現地人材の育成が進まない 3位 31.3% 本社から現地への権限委譲が進まない	<b>韓国</b> (n=82) 1位 31.7% 現地人材の能力・意識の低さ 2位 25.6% 幹部候補人材の採用難 同2位 25.6% 特に問題はない	<b>シンガポール</b> (n=216) 1位 35.2% 幹部候補人材の採用難 2位 33.8% 現地人材の育成が進まない 3位 26.9% 現地人材の能力・意識の低さ	<b>タイ</b> (n=782) 1位 45.9% 現地人材の育成が進まない 2位 44.3% 現地人材の能力・意識の低さ 3位 42.8% 幹部候補人材の採用難
<b>マレーシア</b> (n=312) 1位 34.9% 現地人材の育成が進まない 2位 34.6% 幹部候補人材の採用難 3位 33.7% 現地人材の能力・意識の低さ	<b>インドネシア</b> (n=121) 1位 52.1% 幹部候補人材の採用難 2位 51.2% 現地人材の育成が進まない 同2位 51.2% 現地人材の能力・意識の低さ	<b>フィリピン</b> (n=142) 1位 47.2% 現地人材の能力・意識の低さ 2位 40.9% 幹部候補人材の採用難 同2位 40.9% 現地人材の育成が進まない	<b>ベトナム</b> (n=138) 1位 58.7% 現地人材の能力・意識の低さ 2位 50.0% 幹部候補人材の採用難 3位 47.1% 現地人材の育成が進まない	<b>ミャンマー</b> (n=21) 1位 57.1% 現地人材の能力・意識の低さ 2位 47.6% 現地人材の育成が進まない 3位 42.9% 幹部候補人材の採用難
<b>インド</b> (n=187) 1位 44.4% 幹部候補人材の採用難 2位 27.3% 現地人材の能力・意識の低さ 3位 26.2% 現地人材の育成が進まない	<b>台湾</b> (n=122) 1位 43.4% 現地人材の育成が進まない 2位 37.7% 幹部候補人材の採用難 3位 29.5% 現地人材の能力・意識の低さ	<b>スリランカ</b> (n=21) 1位 52.4% 現地人材の能力・意識の低さ 2位 28.6% 幹部候補人材の採用難 3位 23.8% 現地人材の育成が進まない	<b>オーストラリア</b> (n=162) 1位 31.5% 幹部候補人材の採用難 2位 30.3% 特に問題はない 3位 23.5% 本社から現地への権限委譲が進まない	<b>ニュージーランド</b> (n=84) 1位 48.8% 特に問題はない 2位 21.4% 幹部候補人材の採用難 3位 17.9% 現地人材の育成が進まない



# 5. 原材料・部品の調達(1)

原材料・部品の調達先の内訳(製造業のみ)  
(国・地域別、合計が100%になるよう回答)

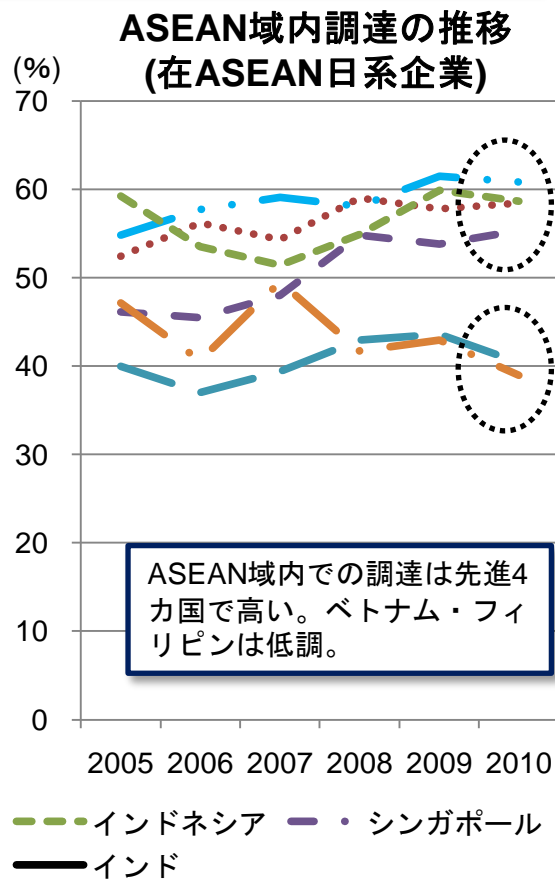
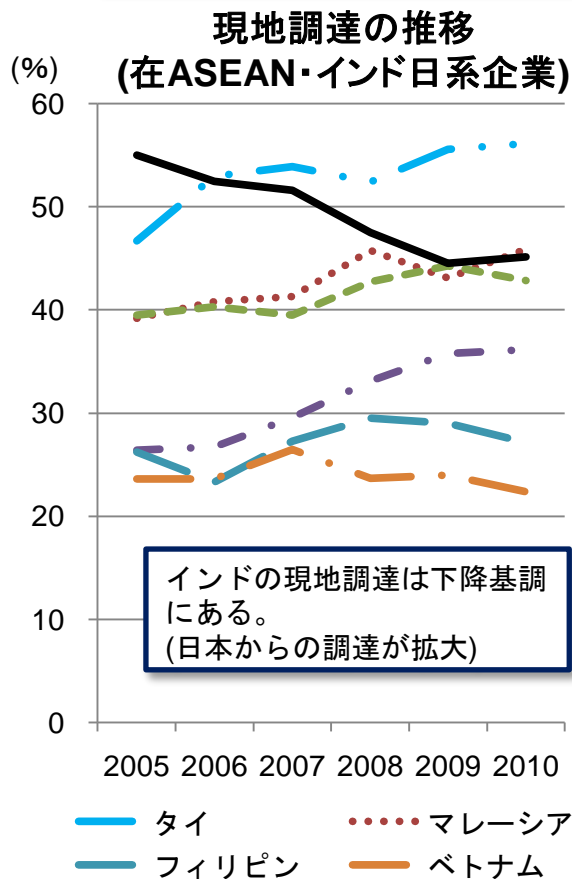
注:n=20社以上の国・地域。



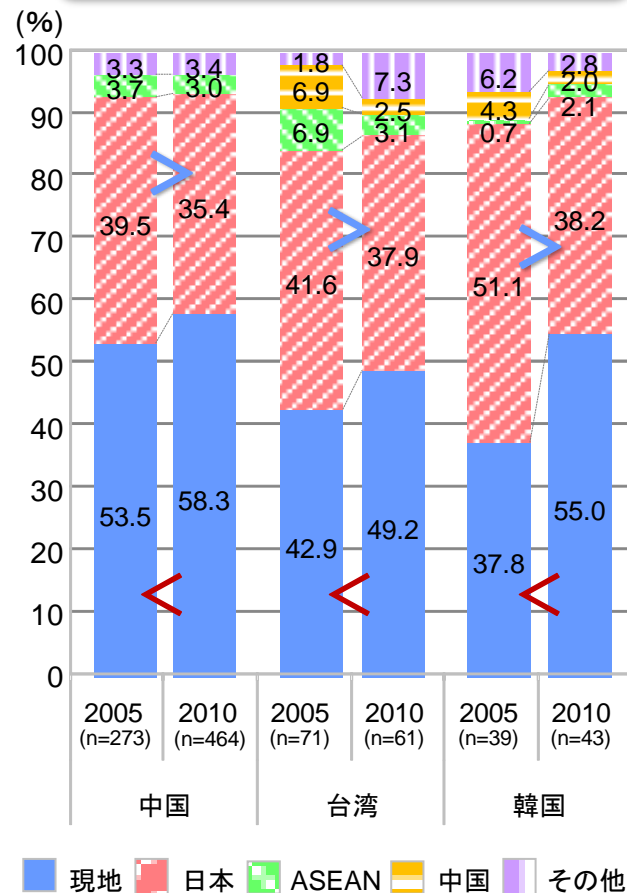
- 原材料・部品の調達先の内訳は、「現地」(48.3%)が最も高く、「日本」(33.5%)、「ASEAN」(7.8%)が続く。「現地」からの調達率の推移は、08年(43.4%)⇒09年(45.3%)⇒10年(48.3%)と年々拡大傾向にある。
- ニュージーランド、オーストラリア、中国、タイ、韓国では、現地調達率が5割を上回る。
- 現地調達率が60%を超えるニュージーランド、オーストラリアでは食品と木材・パルプが現地調達率の引き上げに貢献。
- フィリピンおよびベトナムは日本からの調達率がそれぞれ50.0%、42.5%と高く、いずれも現地調達率を上回る。特に電気機械器具に属する企業で日本からの調達率が高い傾向。輸出加工型の企業を中心に、電気・電子部品の多くを日本からの輸入に依存していることが背景。
- ASEAN6のうち、シンガポール、ベトナム、インドネシア、フィリピン、マレーシアでは、自国を除くASEAN域内からの調達率が1～2割を占める。現地調達率の高いタイでは、自国を除くASEAN域内からの調達は4.7%と低い。

# 5. 原材料・部品の調達(2)

調達先の内訳の推移(国・地域別)



05年度調査と10年度調査の比較  
(在北東アジア日系企業)

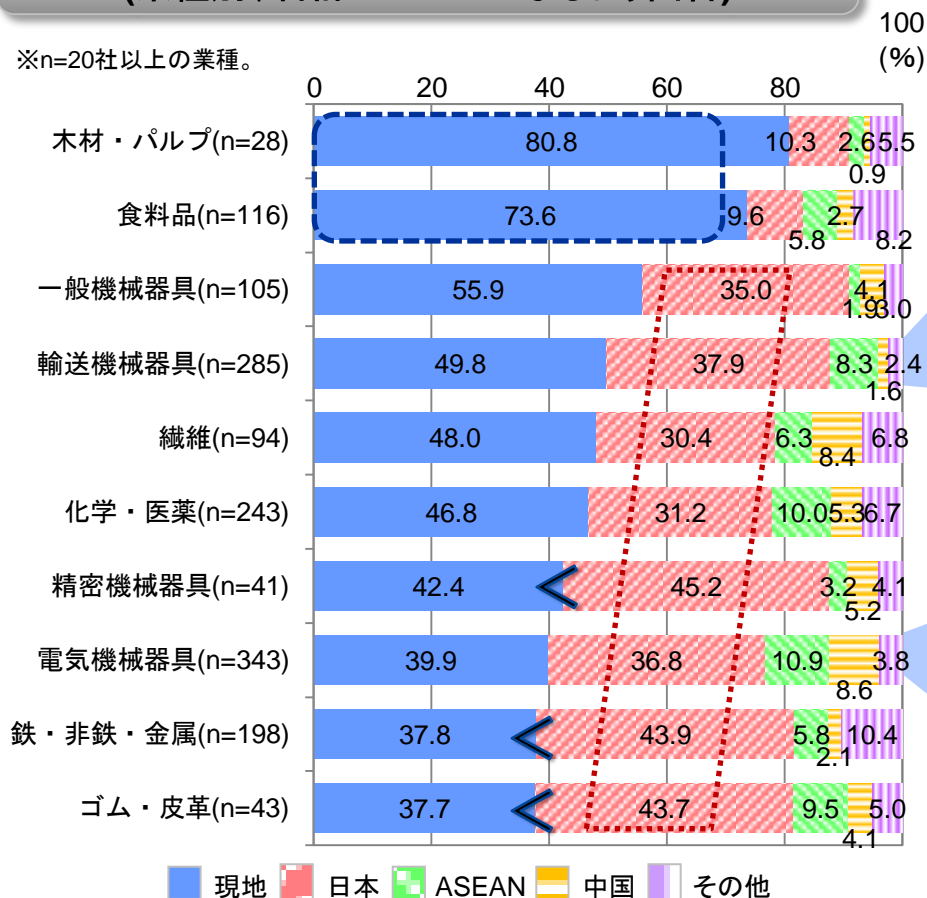


- 2005年以降の現地調達率の推移を国・地域別に見ると、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシアでは、調達率の上昇が見られるのに対し、インドは下降傾向にある。近年、新規の企業進出が加速しているインド南部において現地調達率が特に低い特徴が見られる。
- 一方、ASEAN各国における同域内調達の割合は、タイ、マレーシア、インドネシア、シンガポールで上昇傾向にある。ベトナム、フィリピンは日本からの調達への依存度が高く、他国・地域に比べ、域内調達は進んでいない。
- 中国、台湾、韓国はいずれも、ここ05年⇒10年の5年間で現地調達率が拡大する一方、日本からの調達比率が減少している。

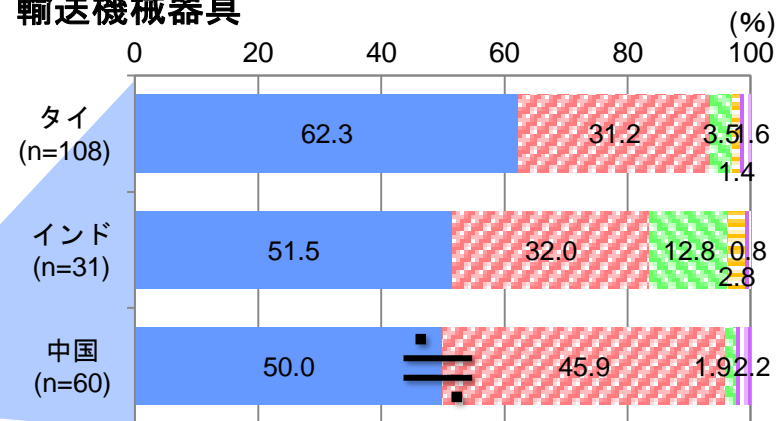
# 5. 原材料・部品の調達(3)

原材料・部品の調達先の内訳 (製造業のみ)  
(業種別、合計が100%になるよう回答)

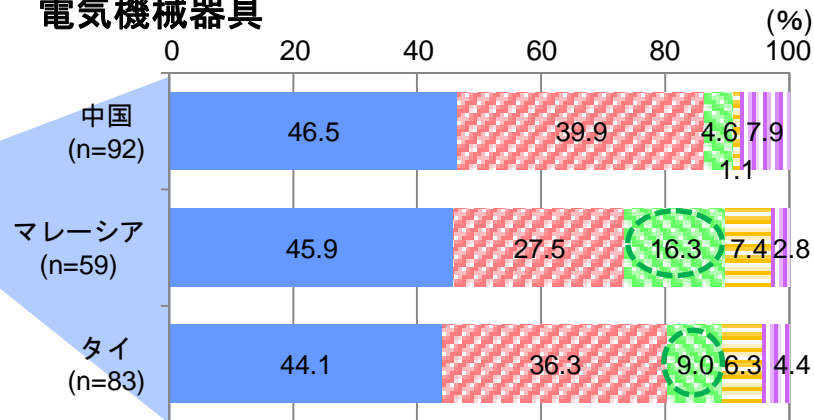
※n=20社以上の業種。



## 輸送機械器具



## 電気機械器具

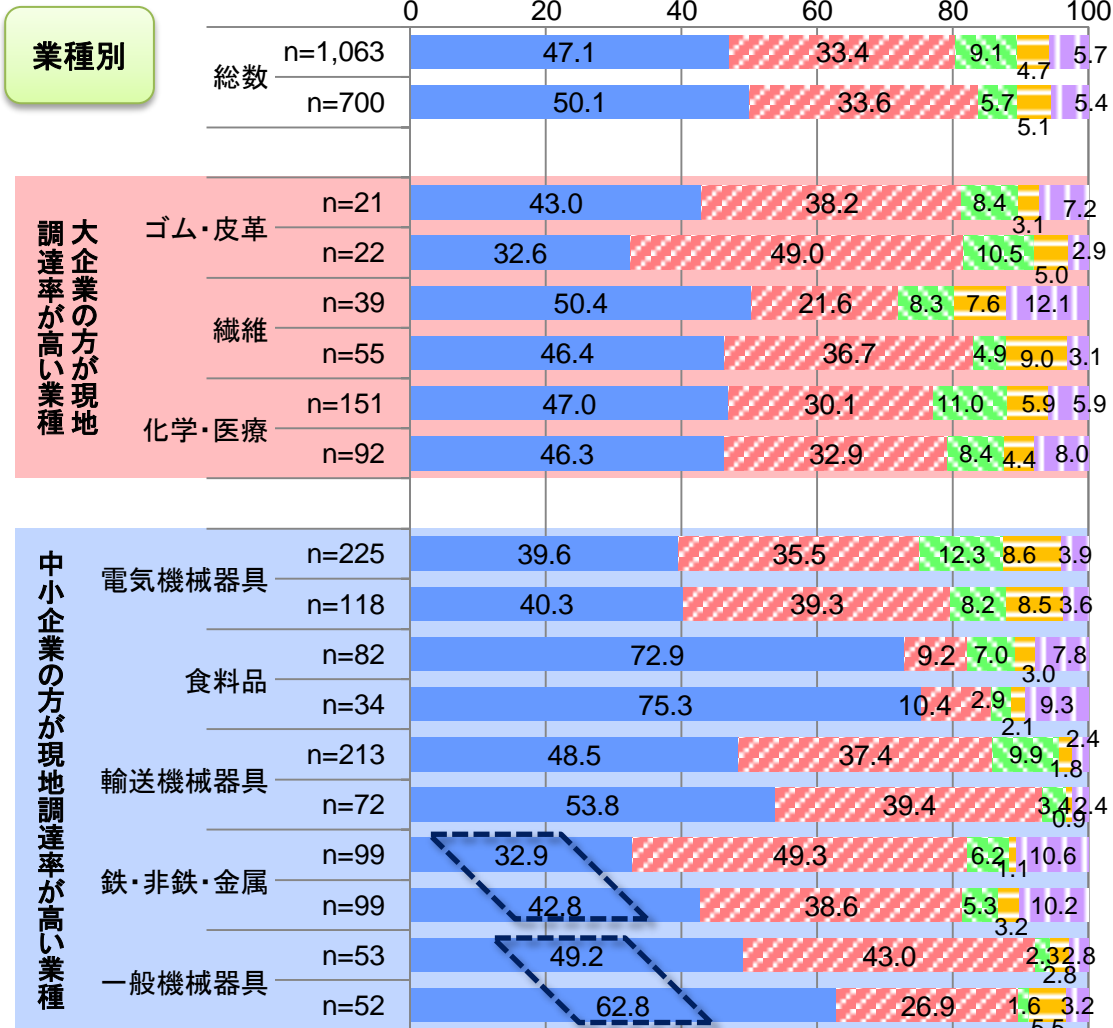


- 原材料・部品の調達先を業種別に見ると、「現地」からの調達率は、木材・パルプと食料品が高く、それぞれ80.8%と73.6%。一方、その他の業種では、日本からの調達率が3割を超え、精密機械、鉄・非鉄・金属、ゴム・皮革では、日本からの調達率が現地調達比率を上回る。
- 回答企業数ベースの上位2業種(輸送機械器具、電気機械器具)で主要国・地域別の調達状況を見ると、輸送機械器具では、タイにおける現地調達率が62.3%と高く、インド、中国でも50%を超える。電気機械器具は、中国およびマレーシアにおいて現地調達率が高く、いずれも45%を超える。マレーシアでは、自国を除くASEAN域内からの調達率も16.3%を占める。

# 5. 原材料・部品の調達(4)

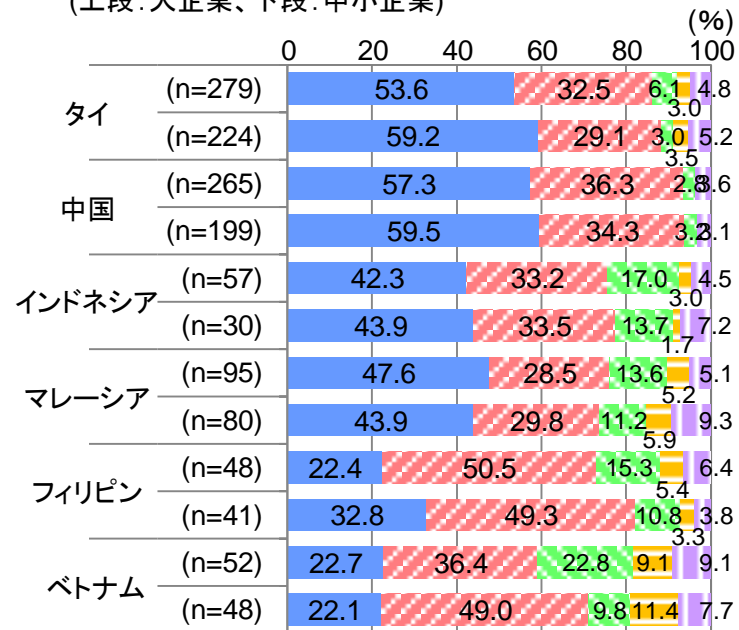
## 企業規模別の調達先内訳 (製造業のみ、企業規模別)

■ 現地 ■ 日本 ■ ASEAN ■ 中国 ■ その他 (上段:大企業、下段:中小企業)



## 国・地域別

■ 現地 ■ 日本 ■ ASEAN ■ 中国 ■ その他 (上段:大企業、下段:中小企業)



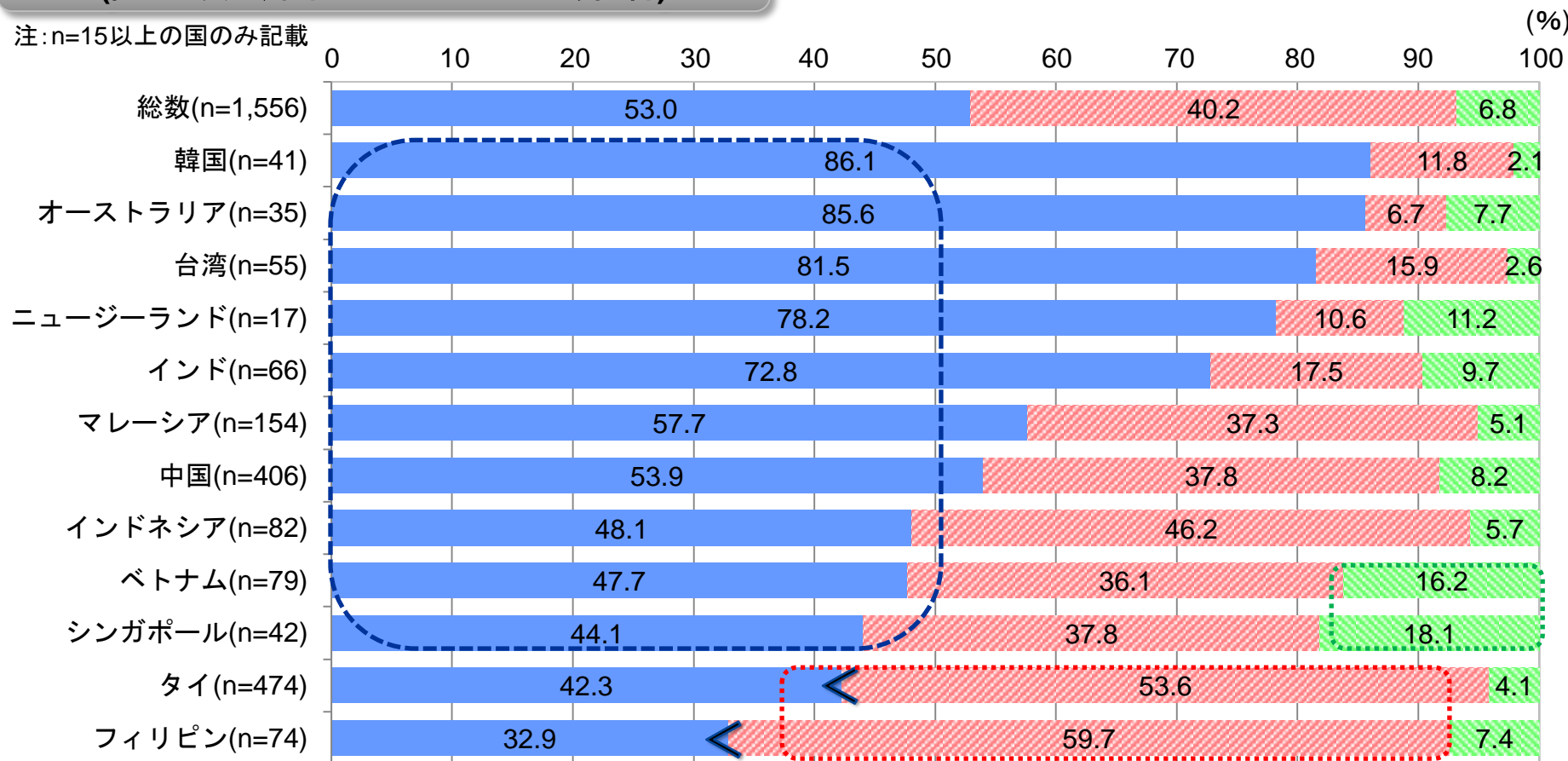
- 企業規模別の特徴を見ると、中小企業の現地調達率が大企業を若干上回る。特に、一般機械器具、鉄・非鉄・金属では、中小企業の現地調達率が大企業に比べ10ポイント近く高い。
- 国・地域別 - 企業規模別の調達状況の比較では、タイでは中小企業の現地調達率が59.2%と高く、大企業を5.6ポイント上回る。
- ベトナムでは、中小企業の日本からの調達率が49.0%と、大企業より12.6ポイント高い。他方、ASEAN域内からの調達は大企業よりも13.0ポイント低い。

# 5. 原材料・部品の調達(5)

原材料・部品の現地調達先の内訳 (製造業のみ)  
(国・地域別、合計が100%になるよう回答)

■ 地場企業 ■ 現地進出日系企業 ■ その他外資企業

注:n=15以上の国のみ記載



●現地調達先の内訳は、「地場企業」の構成比が53.0%と最も高く、次いで「現地進出日系企業」が40.2%、「その他外資企業」は6.8%であった。オーストラリアやニュージーランドは、そもそもの現地調達率が高いことに加え、その調達先として地場企業の構成比が80%前後を占めており、自国内でのサプライヤー開拓が進んでいる状況が分かる。

●タイおよびフィリピンでは「現地進出日系企業」の構成比が相対的に高い。また、シンガポールおよびベトナムでは「その他外資企業」の構成比がいずれも15%以上と、相対的に高い。

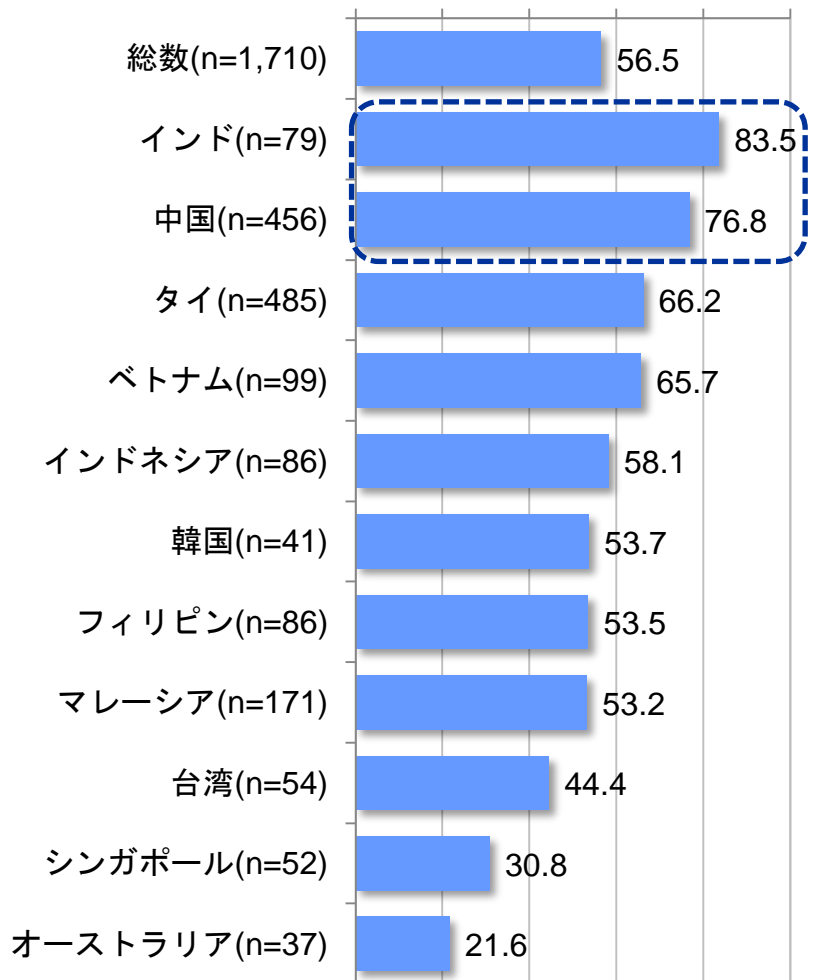


# 5. 原材料・部品の調達(6)

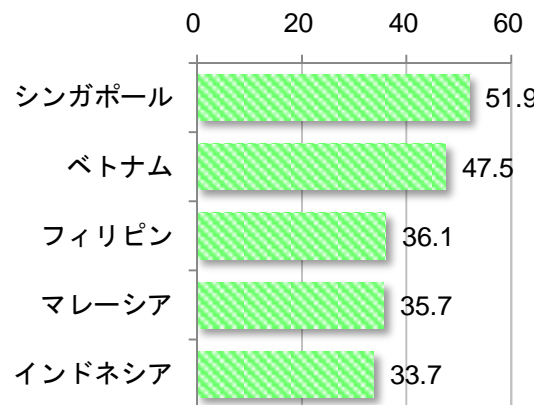
## 今後の原材料・部品調達の方針(国・地域別、複数回答)

注:n=15社以上の国・地域。

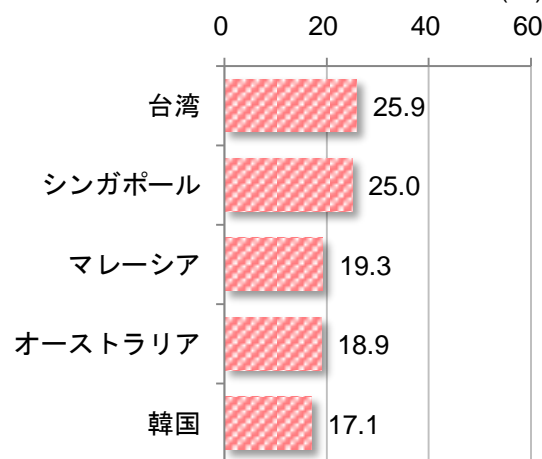
「進出先での現地調達率を上げる」と回答した企業の割合 (%)



「ASEANからの調達率を上げる」と回答した企業の割合が多かった国 (%)



「中国からの調達率を上げる」と回答した企業の割合が多かった国 (%)



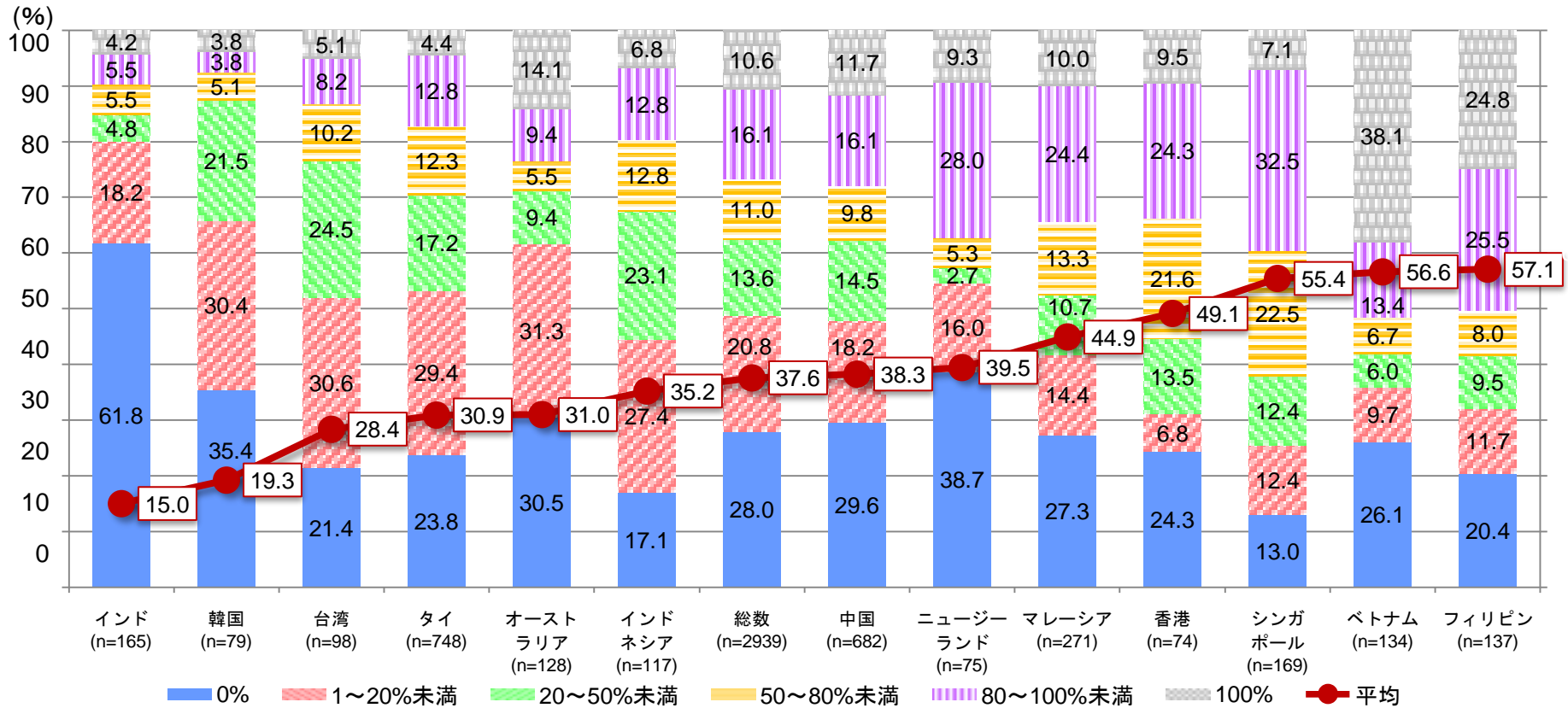
- 今後の原材料・部品調達の方針については、「進出先での現地調達率を上げる」と回答した企業の割合が56.5%が最大。
- インドでは83.5%、中国では76.8%の企業が現地調達引き上げの方針を示している。
- ASEAN諸国では、シンガポールやベトナムを中心に、「ASEANからの調達率を上げる」と回答した企業の割合がASEAN域外の国・地域と比べ相対的に高い。
- 「中国からの調達率を上げる」と回答した企業は台湾で25.9%にのぼり、業種では輸送機器の関心が高い。
- シンガポールでは、ASEANや中国、インドなど、様々な国・地域から調達率を上げる方針が示されており、調達先の多角化戦略がうかがえる。



# 6. 輸出入の状況(1)

売上高に占める輸出の比率(国・地域別、0~100%で回答)

注: n=30社以上の国/地域。



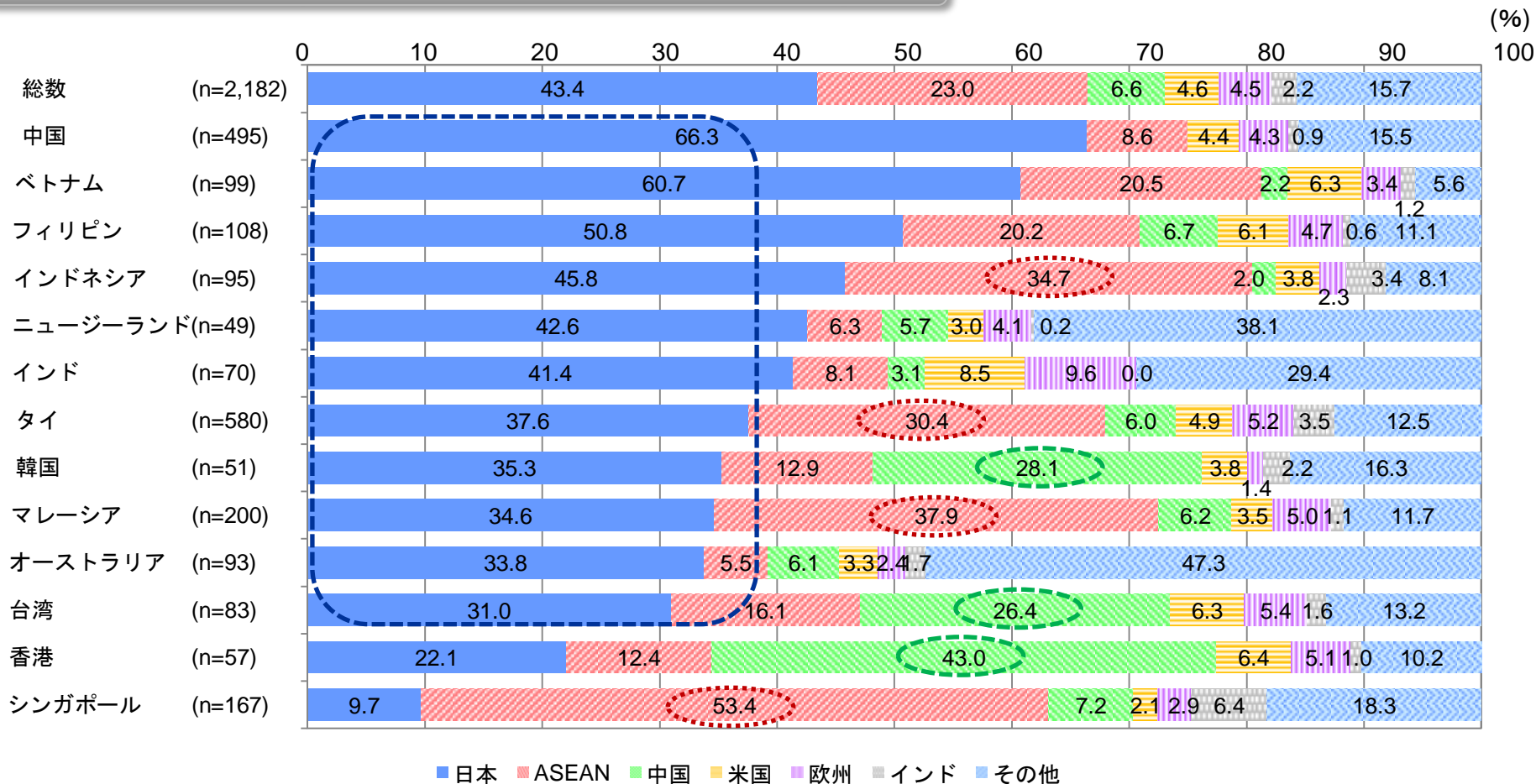
●売上高に占める輸出比率はフィリピン(57.1%)、ベトナム(56.6%)、シンガポール(55.4%)で5割を超える。他方、インド(15.0%)、韓国(19.3%)、台湾(28.4%)、タイ(30.9%)では、輸出比率が相対的に低い。

●インドでは、全量国内販売型企业(輸出比率ゼロ)が61.8%を占める。インド以外で、全量国内販売型企业が3割以上を占める国はニュージーランド(38.7%)、韓国(35.4%)、オーストラリア(30.5%)。一方、輸出による売上が100%の全量輸出型企业はベトナム(38.1%)やフィリピン(24.8%)に多い。

# 6. 輸出入の状況(2)

輸出先の内訳 (国・地域別、合計が100%となるよう回答)

注: n=30社以上の国/地域。



- 輸出先の内訳をみると、輸出全体における「日本」の構成比が43.4%と最大となり、次いで「ASEAN」が23.0%となった。中国およびベトナムではとりわけ「日本」の構成比が高く、それぞれ66.3%、60.7%となった。
- ASEAN各国では、「日本」に加え「ASEAN」域内への輸出比率が高く、特にシンガポール(53.4%)、マレーシア(37.9%)、インドネシア(34.7%)、タイ(30.4%)では域内輸出の構成比が3割を上回る。
- 香港、韓国、台湾では、「日本」向け輸出と同程度もしくはそれ以上に、「中国」への輸出比率が高い。

# 6. 輸出入の状況(3)

今後1~3年の事業/製品の輸出市場として最も重要と考える国・地域(国・地域別)

注:n=20社以上の国/地域。

**「中国」を最重要とした国・地域**

順位	香港(n=65) 国名	比率
1	中国	58.5
2	ベトナム	9.2
3	日本	7.7
4	インドネシア	4.6
5	米国	4.6

順位	韓国(n=59) 国名	比率
1	中国	44.1
2	日本	25.4
3	中東	5.1
4	その他	5.1
5	インドネシア	3.4

順位	オーストラリア(n=101) 国名	比率
1	中国	24.8
1	オセアニア	24.8
3	日本	13.9
4	インドネシア	6.9
5	インド	4.0

順位	台湾(n=82) 国名	比率
1	中国	54.9
2	日本	13.4
3	インド	7.3
4	欧州	4.9
5	ベトナム	3.7

総 数		
順位	国名	比率
総数(n=2,234)		
1	日本	20.8
2	インド	14.5
3	中国	14.1
4	インドネシア	9.6
5	ベトナム	7.4

「インドネシア」を最重要とした国		
順位	国名	比率
マレーシア(n=225)		
1	インドネシア	23.6
2	日本	13.8
3	中国	12.9
4	インド	10.7
5	タイ	9.8

**「日本」を最重要とした国・地域**

順位	中国(n=425) 国名	比率
1	日本	39.1
2	インド	13.2
3	ベトナム	7.1
4	欧州	7.1
5	米国	6.8

順位	インド(n=91) 国名	比率
1	日本	26.4
2	中東	14.3
3	欧州	12.1
4	その他	12.1
5	タイ	8.8

順位	インドネシア(n=88) 国名	比率
1	日本	23.9
2	インド	12.5
3	中国	10.2
4	タイ	10.2
5	ベトナム	8.0

順位	ベトナム(n=103) 国名	比率
1	日本	28.2
2	中国	17.5
3	米国	10.7
4	インドネシア	7.8
5	インド	6.8

順位	フィリピン(n=113) 国名	比率
1	日本	21.2
2	中国	17.7
3	タイ	9.7
4	米国	8.8
5	インド	8.0

**「インド」を最重要とした国**

順位	シンガポール(n=141) 国名	比率
1	インド	28.4
2	インドネシア	19.9
3	中国	12.8
4	ベトナム	9.2
5	タイ	6.4

順位	タイ(n=644) 国名	比率
1	インド	24.8
2	日本	14.4
3	インドネシア	14.3
4	ベトナム	10.9
5	中国	9.0

- 今後1~3年の有望な輸出市場は、上位順に①日本、②インド、③中国となった。最重要輸出市場として「日本」を挙げる企業の割合が最も多かった国・地域は中国、ベトナム、インド、インドネシア、フィリピンであった。
- 「インド」を最重要市場とする企業の割合が最も高かった国・地域は、シンガポール、タイ、また「中国」が最重要輸出市場とされた国・地域は、香港、台湾、韓国、オーストラリア、ニュージーランドであった。

# 6.輸出入の状況(4)

## FTA/EPAの利用状況 (利用企業数5社以上)

注:アーリー・ハーベスト(特定品目の早期関税引き下げ)の利用も含む。

	輸出/輸入 相手国	輸出入 企業数(社)	FTA/EPA 利用企業数(社)	FTA/EPA 利用率	利用社数 上位3業種 (社)			FTA/EPA利用 検討企業数(社)		
					1位	2位	3位			
タイ	輸出	ASEAN	271	115	42.4	輸送機械器具	24 化学・医薬	17 電気機械器具ほか	各15	66
		日本	324	92	28.4	卸売・小売業	14 繊維	13 食料品、輸送機器	各10	64
		中国	137	37	27.0	化学・医薬	7 電気機械器具	5 卸売・小売業	5	38
		オーストラリア	71	26	36.6	輸送機械器具	6 電気機械器具	5 化学・医薬ほか	各3	16
		インド	113	22	19.5	輸送機械器具	5 鉄・非鉄・金属	5 電気機械器具	4	38
		韓国	53	11	20.8	輸送機械器具	3 電気機器、輸送機器、繊維、化学・医薬ほか		各1	14
		ニュージーランド	25	7	28.0	電気機械器具	3 輸送機械器具、ゴム・皮革、運輸業		各1	4
	輸入	日本	404	132	32.7	卸売・小売業	28 輸送機械器具	26 鉄・非鉄・金属	14	95
		ASEAN	164	79	48.2	輸送機械器具	16 卸売・小売業	16 電気機械器具	9	29
		中国	151	40	26.5	卸売・小売業	11 輸送機械器具	7 電気機械器具	5	40
		韓国	52	11	21.2	鉄・非鉄・金属	4 電気機械器具、輸送機械器具、卸売・小売		各2	10
		オーストラリア	21	8	38.1	鉄・非鉄・金属	5 卸売・小売業	2 輸送機械器具	1	3
		インド	26	8	30.8	輸送機械器具	4 電機機器、鉄・非鉄・金属、卸売・小売ほか		各1	7
		ASEAN	142	53	37.3	卸売・小売業	29 化学・医薬	13 電気機械器具	4	20
シンガポール	輸出	日本	69	23	33.3	卸売・小売業	9 化学・医薬	9 電気機械器具ほか	各1	4
		中国	59	22	37.3	卸売・小売業	11 化学・医薬	7 食料品ほか	各1	6
		インド	71	19	26.8	卸売・小売業	10 化学・医薬	5 一般機械器具	2	15
		オーストラリア	49	13	26.5	卸売・小売業	6 化学・医薬	6 ゴム・皮革	1	5
		韓国	29	9	31.0	卸売・小売業	5 化学・医薬	3 一般機械器具	1	1
		米国	24	8	33.3	卸売・小売業	3 化学・医薬	3 ゴム・皮革ほか	各1	1
		ニュージーランド	30	8	26.7	化学・医薬	5 卸売・小売業	2 ゴム・皮革	1	3
		マレーシア	輸出	ASEAN	122	52	42.6	電気機械器具	15 化学・医薬	9 卸売・小売業
日本	122			42	34.4	鉄・非鉄・金属	9 化学・医薬	6 電気機械器具	5	8
中国	66			23	34.8	電気機械器具	6 化学・医薬	4 鉄・非鉄・金属	3	11
韓国	30			15	50.0	電気機械器具	5 化学・医薬	2 輸送機械器具ほか	1	3
オーストラリア	26			8	30.8	電気機械器具	4 化学・医薬	1 その他製造業	3	2
インド	35			7	20.0	電気機械器具	2 卸売・小売業、化学・医薬ほか		各1	12
パキスタン	10			6	60.0	卸売・小売業	2 電気機械器具、化学・医薬ほか		各1	0
輸入	日本		173	47	27.2	卸売・小売業	13 鉄・非鉄・金属	9 電気機械器具	8	10
	ASEAN		101	39	38.6	卸売・小売業	16 電気機械器具	8 化学・医薬	5	10
	中国		77	23	29.9	卸売・小売業	8 電気機械器具	6 鉄・非鉄・金属	2	8

- FTA/EPAを「利用中」と回答した企業はASEANに多く、特にタイ、シンガポール、マレーシア、インドネシアで利用企業数が多い。
- タイでは輸送機械器具の利用が多く、輸出入共に相手国はASEAN域内・オーストラリア・インドが中心。一方、日本向けでは卸売・小売業が最も多く、利用者は商社が中心となっている。
- シンガポールでFTA/EPAの利用率が高い業種は卸売・小売業で、販売会社を中心となっている。マレーシアは輸出で電気機械器具、輸入で卸売・小売業による利用が多い。インドネシアは輸出において繊維、輸入において輸送機械器具の利用が多い。

# 6.輸出入の状況(4)

## FTA/EPAの利用状況 (利用企業数5社以上)

注:アーリー・ハーベスト(特定品目の早期関税引き下げ)の利用も含む。

	輸出/輸入 相手国	輸出入 企業数(社)	FTA/EPA 利用企業数(社)		FTA/EPA 利用率		利用社数 上位3業種 (社)			FTA/EPA利用 検討企業数(社)
			1位	2位	3位	1位	2位	3位		
インドネシア	輸出	ASEAN	58	27	46.6	輸送機械器具	6繊維	5化学・医薬	4	13
		日本	60	26	43.3	繊維	9電気機械器具	3化学・医薬	3	12
		中国	17	5	29.4	繊維	2化学・医薬	1ゴム・皮革	1	4
	輸入	日本	81	34	42.0	輸送機械器具	7鉄・非鉄・金属	7繊維	6	21
		ASEAN	53	28	52.8	輸送機械器具	8化学・医薬	6鉄・非鉄・金属ほか	3	6
		中国	22	8	36.4	鉄・非鉄・金属	2卸売・小売業	2化学・医薬ほか	1	5
フィリピン	輸出	ASEAN	45	15	33.3	輸送機械器具	6鉄・非鉄・金属	3化学・医薬ほか	各2	2
		日本	73	14	19.2	電気機械器具	5輸送機械器具	3繊維ほか	各2	4
		中国	27	6	22.2	電気機械器具	2輸送機械器具	2化学・医薬ほか	各1	2
	輸入	日本	77	20	26.0	電気機械器具	5輸送機械器具	5卸売・小売業	3	9
		ASEAN	47	16	34.0	電気機械器具	3卸売・小売業	3卸売・小売業	3	5
		中国	31	8	25.8	電気機械器具	4化学・医薬	1運輸業	1	5
ベトナム	輸出	日本	64	22	34.4	電気機械器具	6化学・医薬	4繊維	3	9
		ASEAN	39	14	35.9	電気機械器具	5鉄・非鉄・金属	3化学・医薬	3	5
		中国	24	5	20.8	電気機械器具	3化学・医薬	1輸送機械器具	1	4
	輸入	日本	73	19	26.0	電気機械器具	5輸送機械器具	3化学・医薬ほか	各2	13
		ASEAN	52	13	25.0	輸送機械器具	4電気機械器具	3鉄・非鉄・金属	1	12
		中国	35	5	14.3	電気機械器具	2輸送機械器具	1化学・医薬	1	4
中国	輸出	香港	118	22	18.6	電気機械器具	7化学・医薬	4鉄・非鉄・金属	3	17
		ASEAN	94	18	19.1	卸売・小売業	4輸送機械器具	4食料品など	各2	24
	輸入	香港	106	19	17.9	電気機械器具	7卸売・小売業	3化学・医薬	3	16
		ASEAN	67	19	28.4	卸売・小売業	8電気機械器具	3化学・医薬	4	15
		シンガポール	24	7	29.2	卸売・小売業	2電気機械器具、輸送機械器具など		各1	6
韓国	輸出	ASEAN	22	6	27.3	電気機械器具、輸送機械器具、鉄・非鉄・金属、化学・医薬など		各1	4	
	輸入	ASEAN	14	10	71.4	卸売・小売業	5輸送機械器具	2化学・医薬	1	2
インド	輸入	タイ	47	18	38.3	輸送機械器具	9卸売・小売業	3電気機械器具	2	18
オーストラリア	輸出	ニュージーランド	36	9	25.0	卸売・小売業	6輸送機械器具	1その他製造業	2	3
	輸入	タイ	27	12	44.4	卸売・小売業	6輸送機械器具	3電気機械器具	2	1
		米国	21	5	23.8	輸送機械器具	1卸売・小売業	1電気機械器具	1	2
ニュージーランド	輸出	中国	16	7	43.8	卸売・小売業	4食料品	2木材・パルプ	1	1
		オーストラリア	19	5	26.3	卸売・小売業	2食料品	1木材・パルプ	1	2
		ASEAN	14	5	35.7	卸売・小売業	3食料品	1木材・パルプ	1	0
	輸入	オーストラリア	22	6	27.3	卸売・小売業	3食料品	2ゴム・皮革	1	0
		タイ	13	6	46.2	卸売・小売業	5ゴム・皮革	1-		0

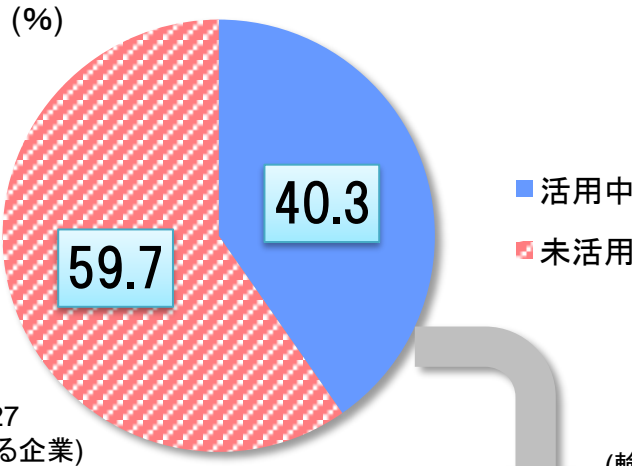
- 一方、フィリピン、ベトナムでは他のASEAN原加盟国に比べて活用が進んでいない。中国、韓国、インドでもFTA/EPAの利用は限定的である。
- インドはタイからの輸入で利用するケースが圧倒的に多く、輸送用機械器具が中心。ニュージーランドは食料品、木材・パルプの利用が多い。



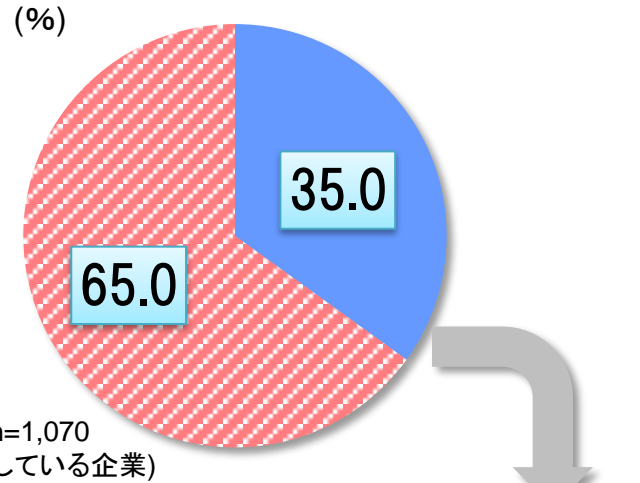
# 6. 輸出入の状況(5)

## 在ASEAN日系企業のFTA/EPA活用率

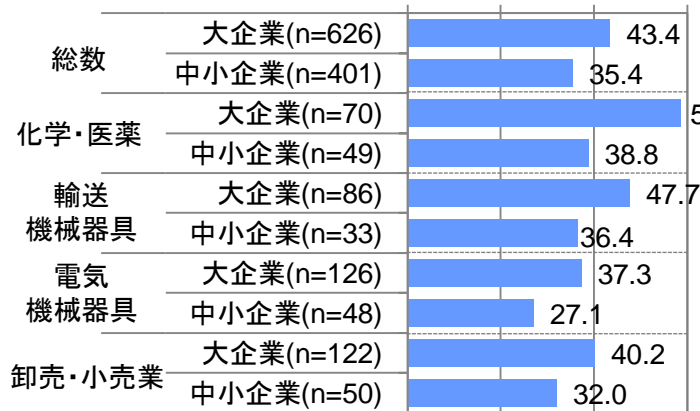
### 輸出側



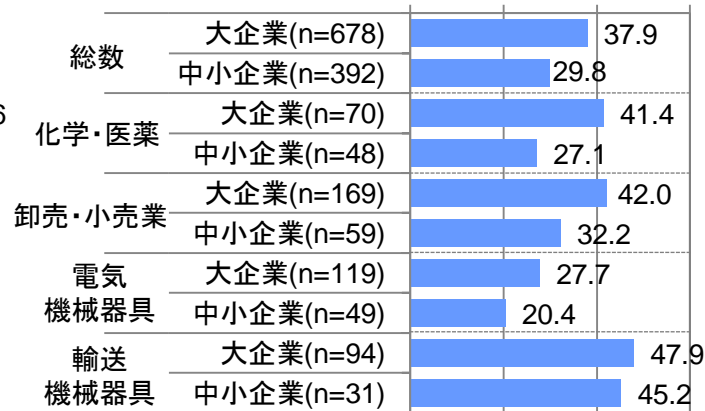
### 輸入側



0 20 40 60(%)



0 20 40 60(%)



- 在ASEAN日系企業に限定した場合、輸出で40.3%の企業が、輸入で35.0%の企業が何らかのFTA/EPAを利用している。
- FTA/EPA利用企業数の多い上位4業種について、企業規模別のFTA/EPA利用率を見ると、輸出入ともに大企業のほうが利用率が高い。
- 特に化学・医薬では大企業と中小企業の利用率の差が顕著であり、輸出で19.8ポイント、輸入で14.3ポイントもの開きがある。
- 輸出と輸入で比べた場合、大企業・中小企業ともに、輸入よりも輸出においてFTA/EPAの活用が進んでいる。他方、輸送機械器具では、輸入での利用率が輸出を上回る。

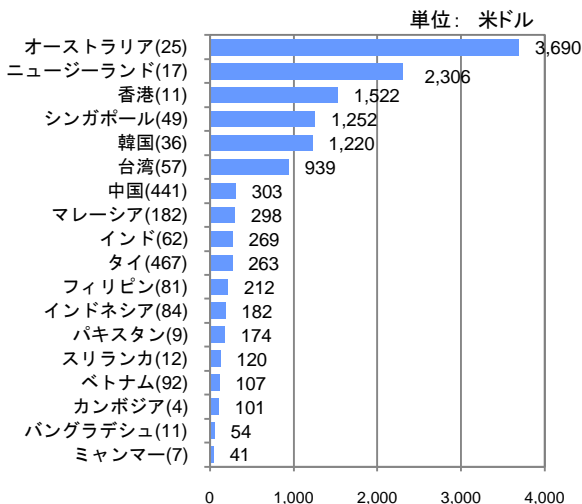
(注)nは輸出(輸入)をしている企業数。少なくとも1つ以上のFTA/EPAを、輸出(輸入)で利用している企業数をnで除して算出。



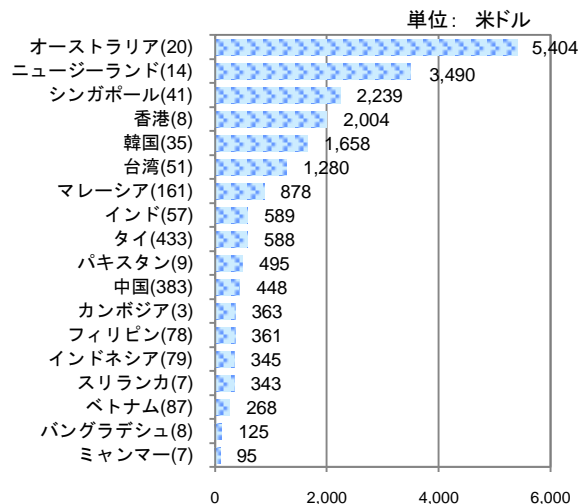
# 7. 賃金(1) 基本給・月額



## 製造業・作業員

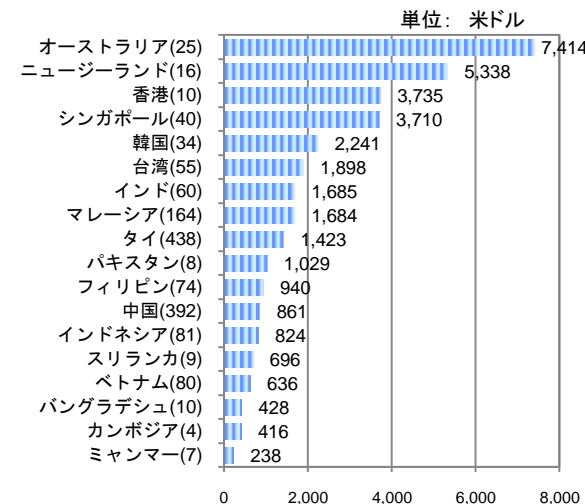


## 製造業・エンジニア

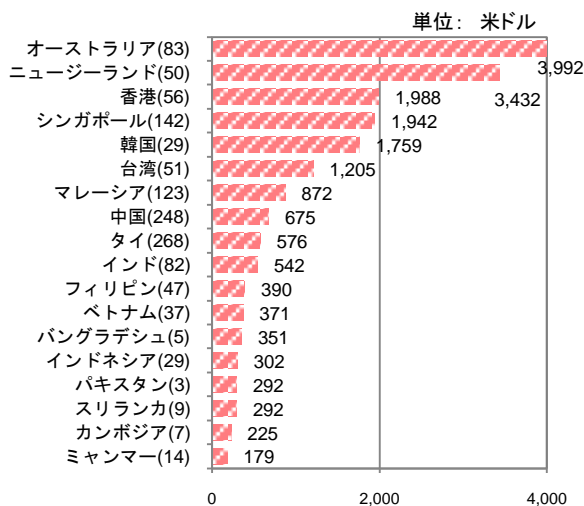


## 製造業・マネージャー

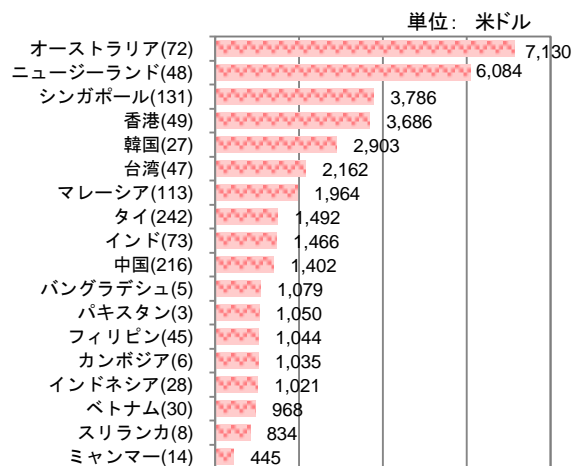
カッコ内は回答企業数



## 非製造業・スタッフ



## 非製造業・マネージャー



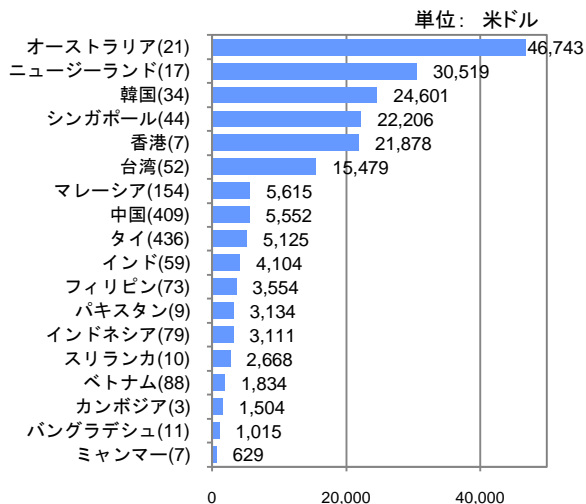
基本給: 諸手当を除いた給与、2010年8月時点。

作業員: 正規雇用の一般工職で実務経験3年程度の場合。請負労働者および試用期間中の作業員を除く。  
 エンジニア: 正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上かつ実務経験5年程度の場合。  
 マネージャー(製造業): 正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合。  
 スタッフ: 正規雇用の一般職で実務経験3年程度の場合。  
 ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く。  
 マネージャー(非製造業): 正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合。

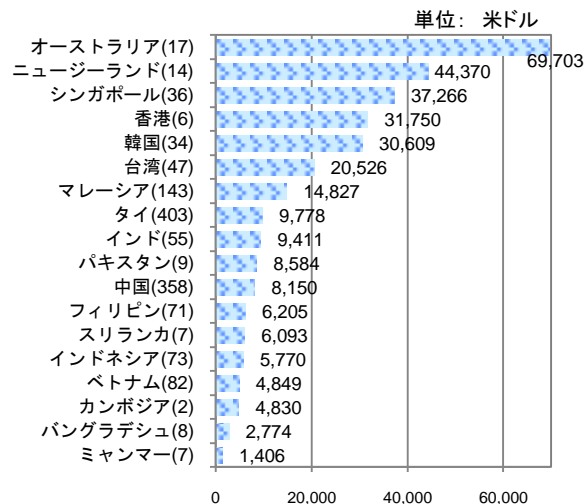
注: ベトナム、ミャンマー以外の国については、回答は自国通貨建て。各職種の自国通貨建て賃金の平均値を、2010年8月の平均為替レート(各国中央銀行発表)で米ドルに換算した。ミャンマーについては10年8月の現地実勢レートで米ドルに換算した。ベトナム、ミャンマーは、回答企業によって通貨が異なる(自国通貨建てまたは米ドル建て)ため、自国通貨建ての企業の回答を米ドルに換算した上で平均をとった。

# 7. 賃金(2) 年間実負担額

## 製造業・作業員

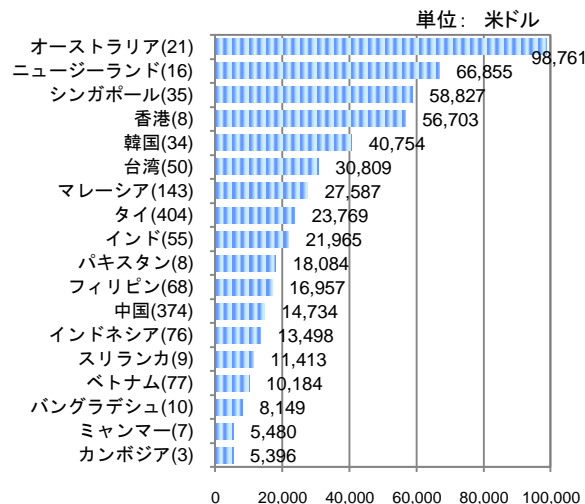


## 製造業・エンジニア

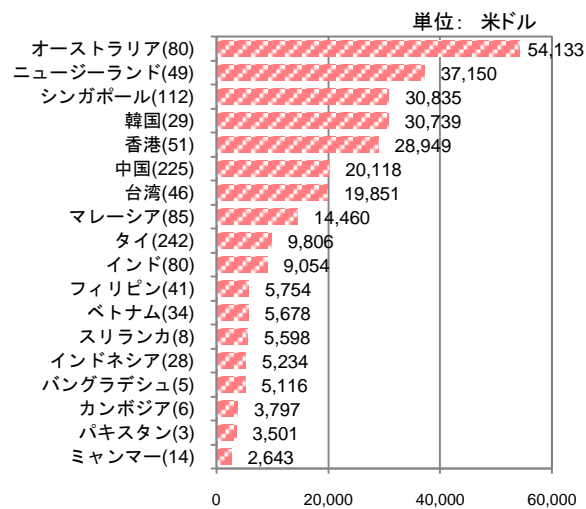


## 製造業・マネージャー

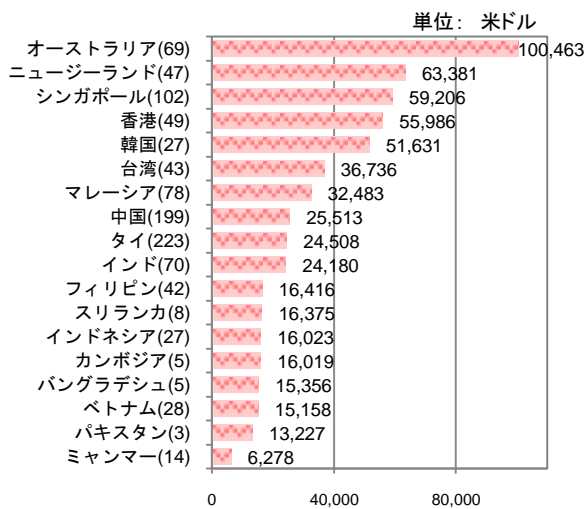
カッコ内は回答企業数



## 非製造業・スタッフ



## 非製造業・マネージャー



年間実負担額: 一人あたり社員に対する負担総額(基本給、諸手当、社会保障、残業、賞与などの年間合計)。

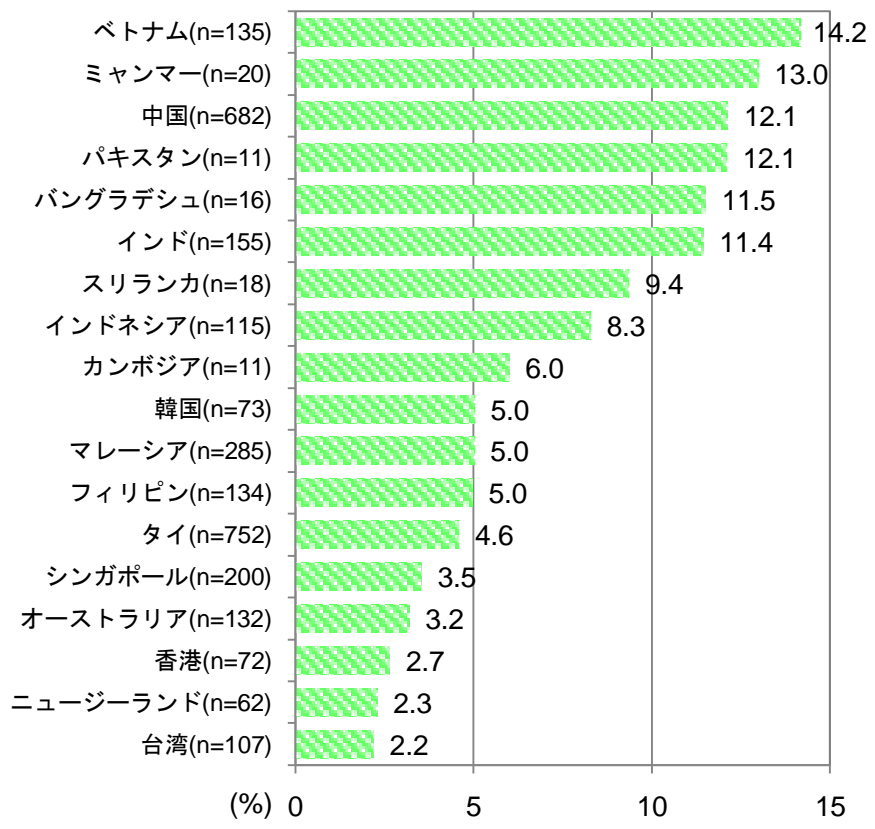
作業員、エンジニア、マネージャー(製造業)、スタッフ、マネージャー(非製造業): 前頁を参照。

注: ベトナム、ミャンマー以外の国については、回答は自国通貨建て。各職種の自国通貨建て賃金の平均値を、2010年8月の平均為替レート(各国中央銀行発表)で米ドルに換算した。ミャンマーについては10年8月の現地実勢レートで米ドルに換算した。ベトナム、ミャンマーは、回答企業によって通貨が異なる(自国通貨建てまたは米ドル建て)ため、自国通貨建ての企業の回答を米ドルに換算した上で平均をとった。

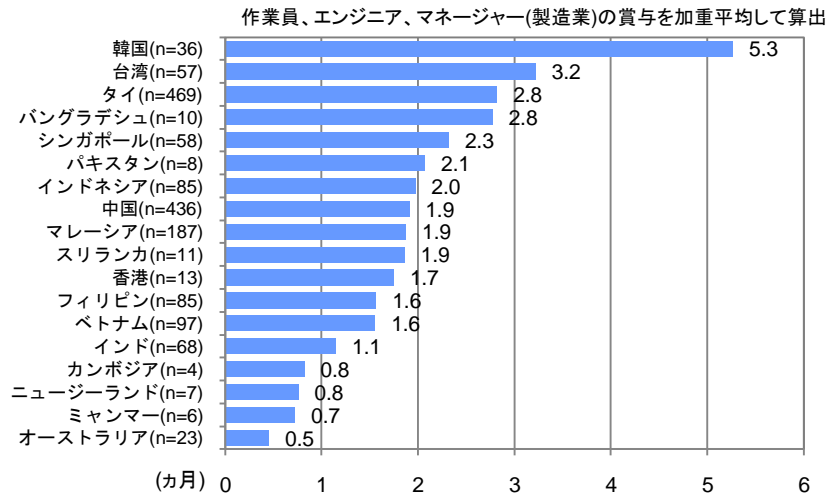


# 7. 賃金(3) 前年比ベースアップ率、賞与

### 前年比ベースアップ率・平均

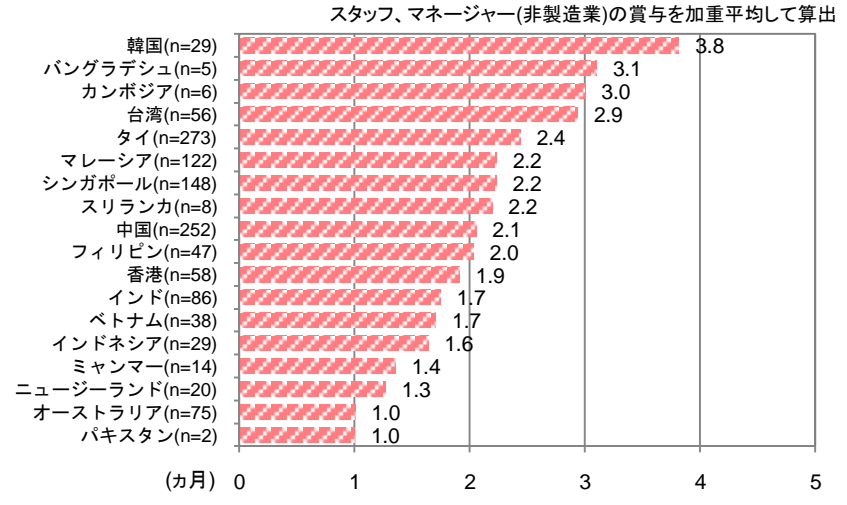


### 賞与・製造業・平均



- 前年比ベースアップ率(平均値)はベトナムで最も高く、14.2%となった。新興地域では10%前後となっており、中国(12.1%)、CLMV諸国、インド(11.4%)と周辺の南西アジア諸国で賃金上昇が激しい。
- 賞与の基本給に対する割合をみると、2カ月前後に集中しているが、各種手当の厚い韓国では、製造業で5.3カ月となっている。

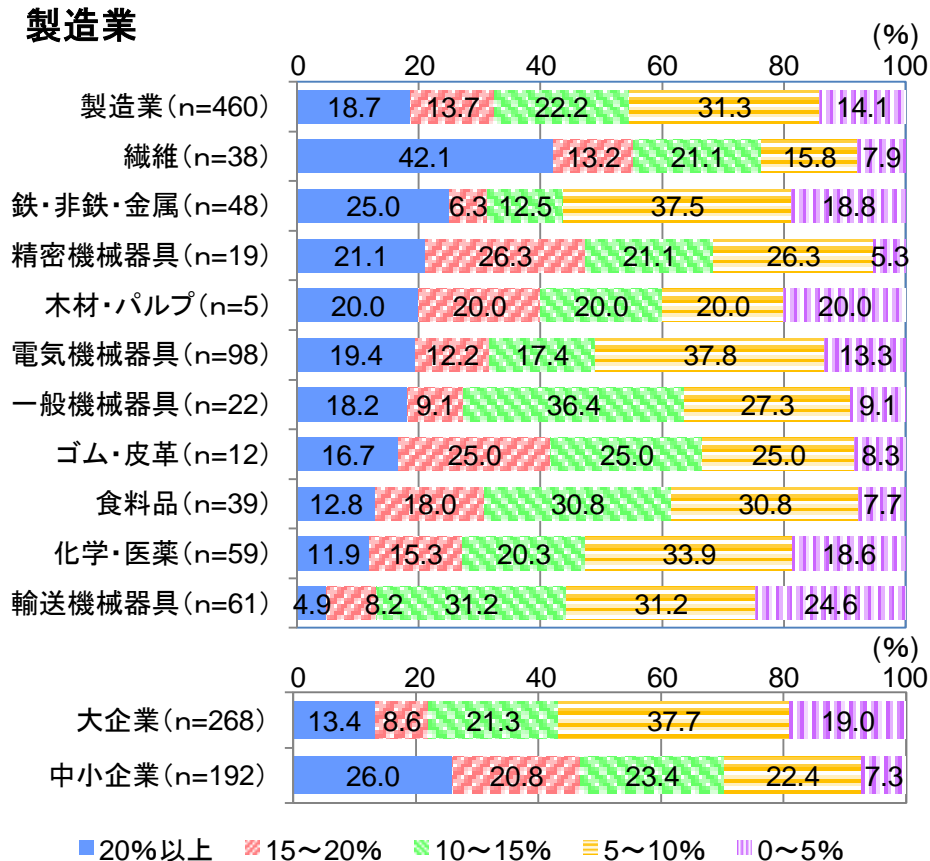
### 賞与・非製造業・平均



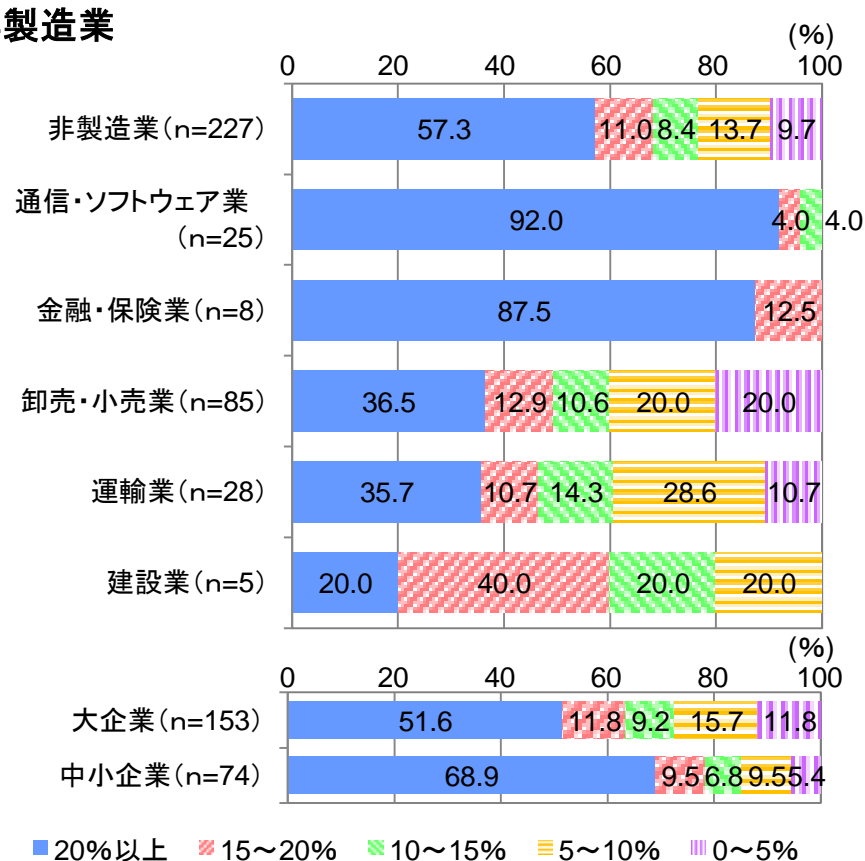
# 8. 中国 (1) 労務管理①

## 製品/サービスの原価に占める人件費率(業種別・企業規模別)

### 製造業



### 非製造業



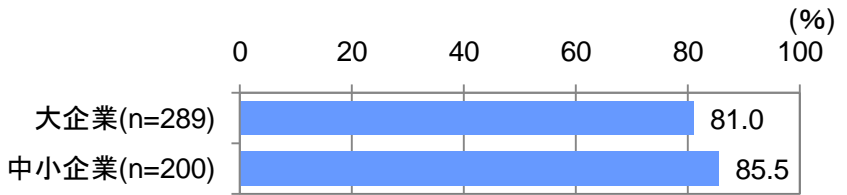
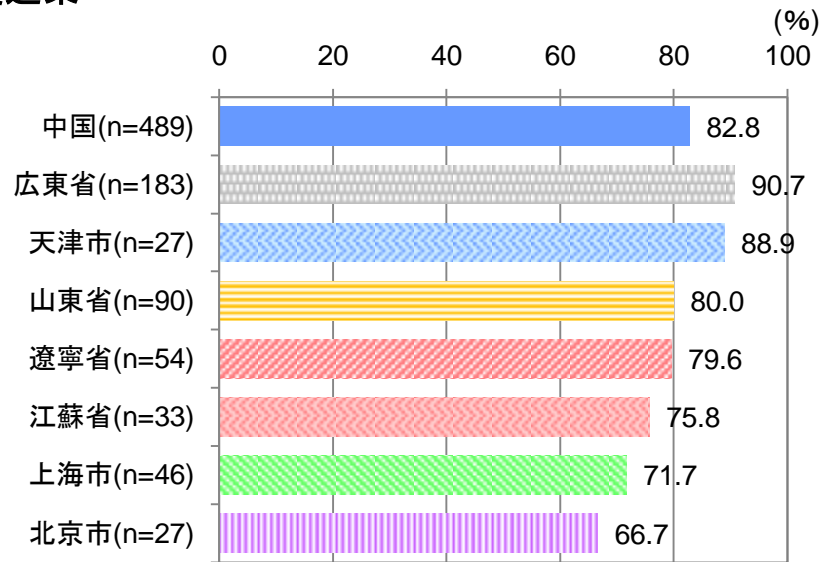
- 製造業では労働集約型産業の繊維で原価にしめる人件費の割合が「20%以上」と回答した企業が4割を越えたが、その他の業種ではおおむね1~2割となっている。電気機械器具、一般機械器具などでは原価に占める人件費の割合は低くなっている。とりわけ輸送機械器具で「20%以上」と回答した企業は4.9%にとどまり、他方「0~5%」と回答した企業は24.6%と業種別では最も多かった。
- 非製造業では、ホワイトカラー人材の多い通信・ソフトウェア業、金融・保険業で、原価に占める人件費の割合は約9割となっている。
- 大企業と中小企業では、製造業・非製造業ともに中小企業のほうが原価に占める人件費の割合が高くなっている。



# 8. 中国 (1) 労務管理②

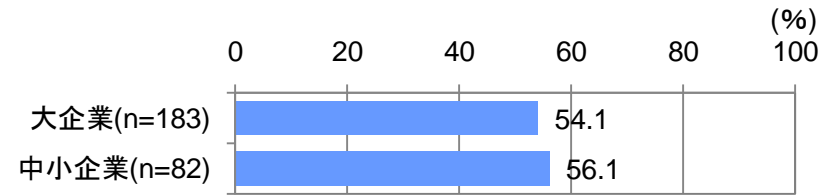
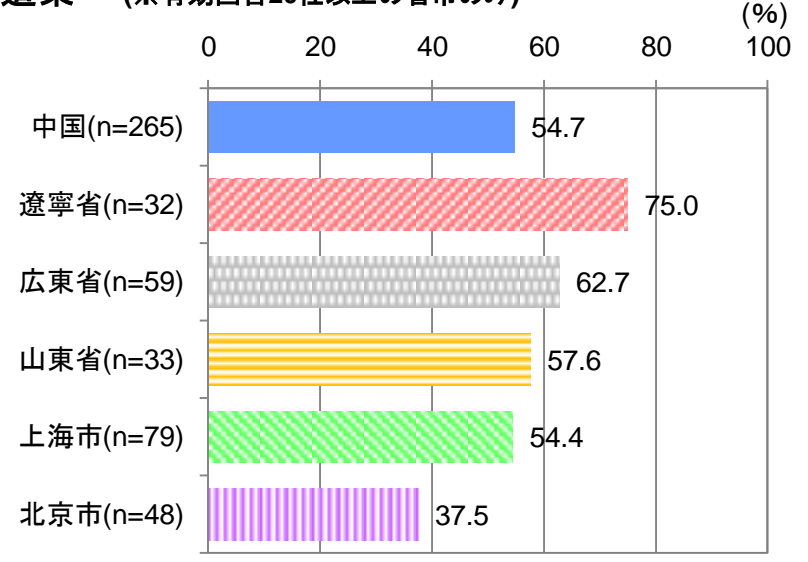
この1年に給与体系の見直しを行った企業の割合

## 製造業



## 非製造業

(※有効回答20社以上の省市のみ)



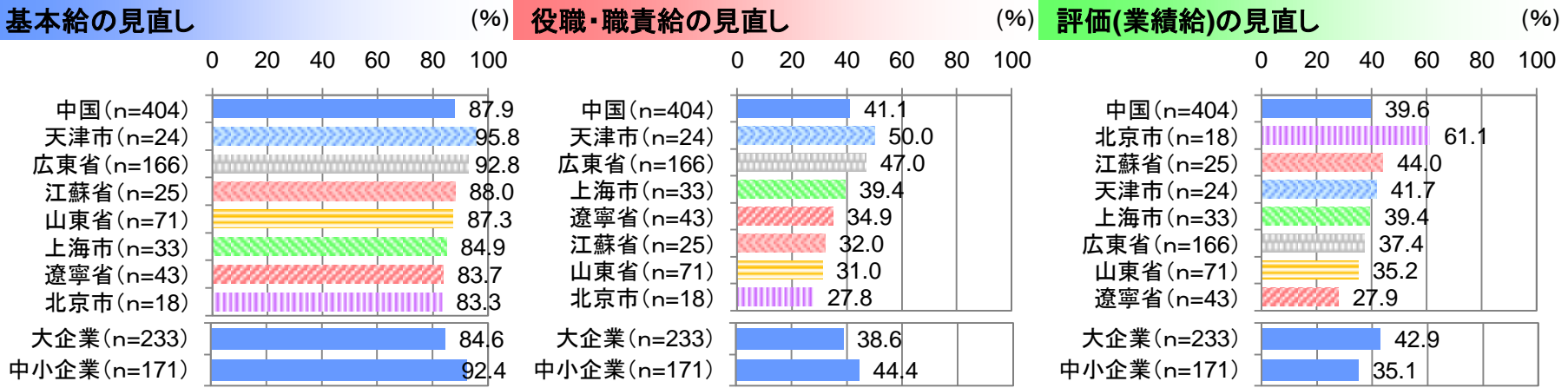
- この1年の給与体系見直しの有無については、製造業(82.8%)が非製造業(54.7%)を上回った。
- 省市別にみると、製造業では、広東省(90.7%)を筆頭に、天津市(88.9%)、山東省(80.0%)、遼寧省(79.6%)、江蘇省(75.8%)と8~9割の企業で給与見直しが行われた。
- 非製造業では、通信・ソフトウェア産業が比較的多い遼寧省(75.0%)で見直しを行った企業の割合が高い。



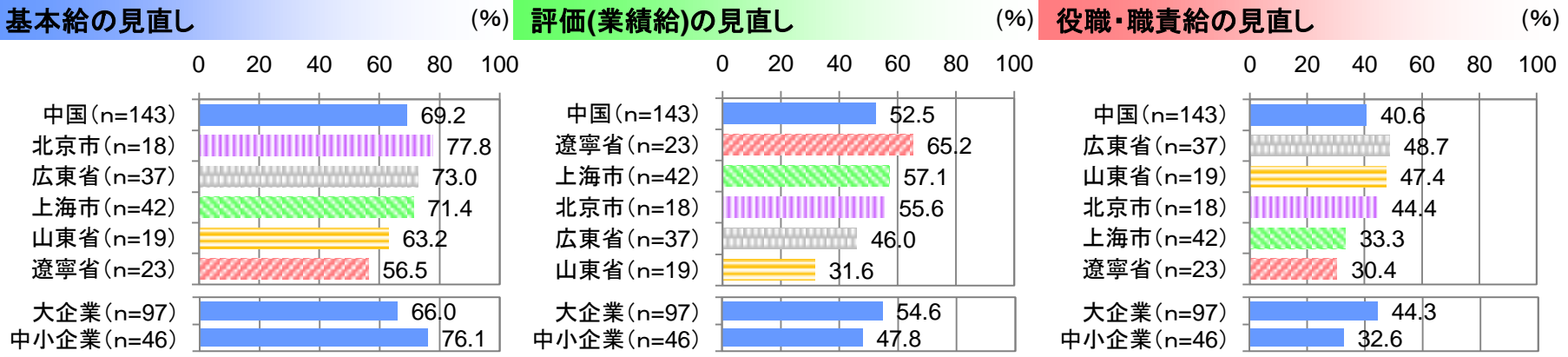
# 8. 中国 (1) 労務管理③

## 給与体系の見直し内容(複数回答)

### 製造業



### 非製造業



- 給与体系の見直しを行った企業に、内容を尋ねたところ、製造業では「基本給の見直し」(87.9%)が約9割と高く、次いで、「役職・職責給の見直し」(41.1%)、「評価(業績給)の見直し」(39.6%)となっている。
- 非製造業では、「評価(業績給)の見直し」を行った企業の割合が、製造業と比べて高かった。
- 企業規模別にみると、「基本給の見直し」については、中小企業の割合が大企業に比べて高い一方で、「評価(業績給)の見直し」は低い。

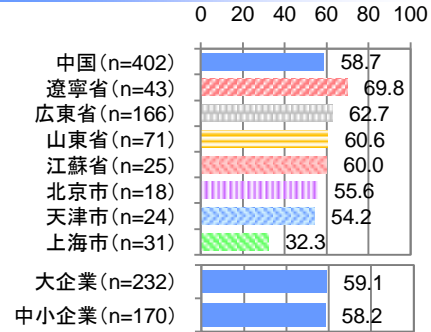


# 8. 中国 (1) 労務管理④

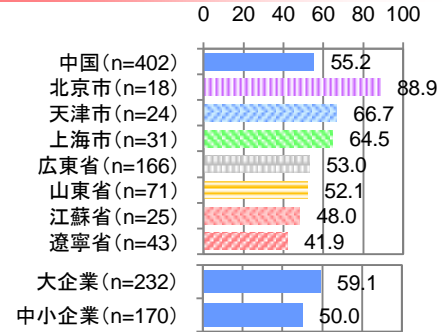
## 給与体系の見直しを行った理由(複数回答)

### 製造業

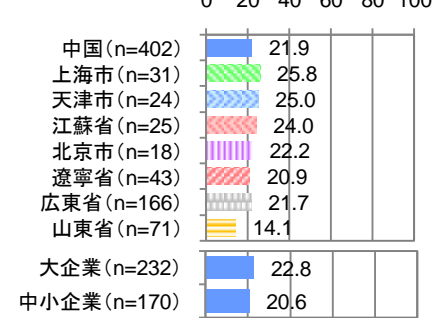
進出先の賃金上昇に伴う改定が必要だったため (%)



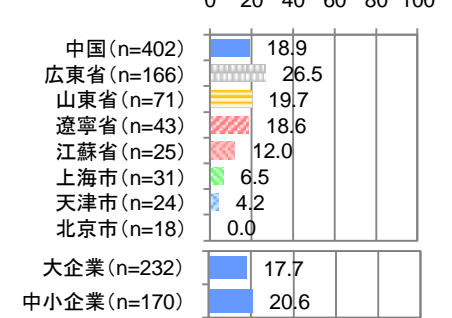
仕事に対する労働者のインセンティブの向上 (%)



業績評価による生産・サービスの効率化 (%)

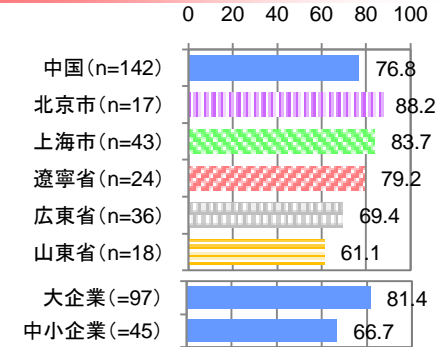


工会・行政機関からの要求があったため (%)

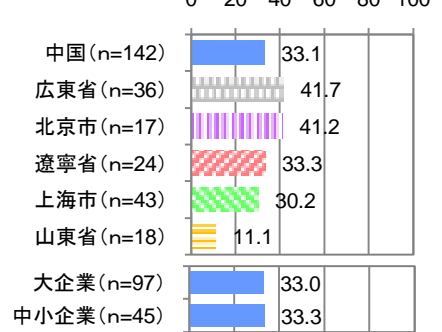


### 非製造業

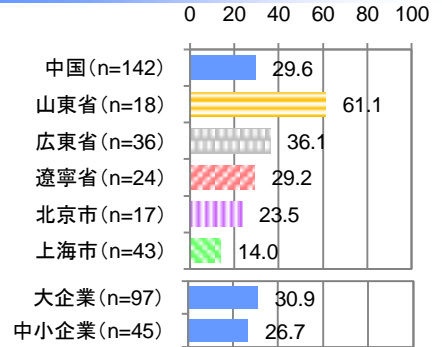
仕事に対する労働者のインセンティブの向上 (%)



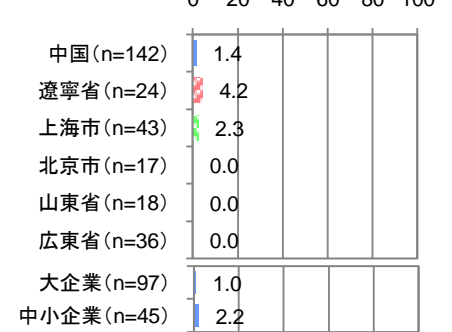
業績評価による生産・サービスの効率化 (%)



進出先の賃金上昇に伴う改定が必要だったため (%)



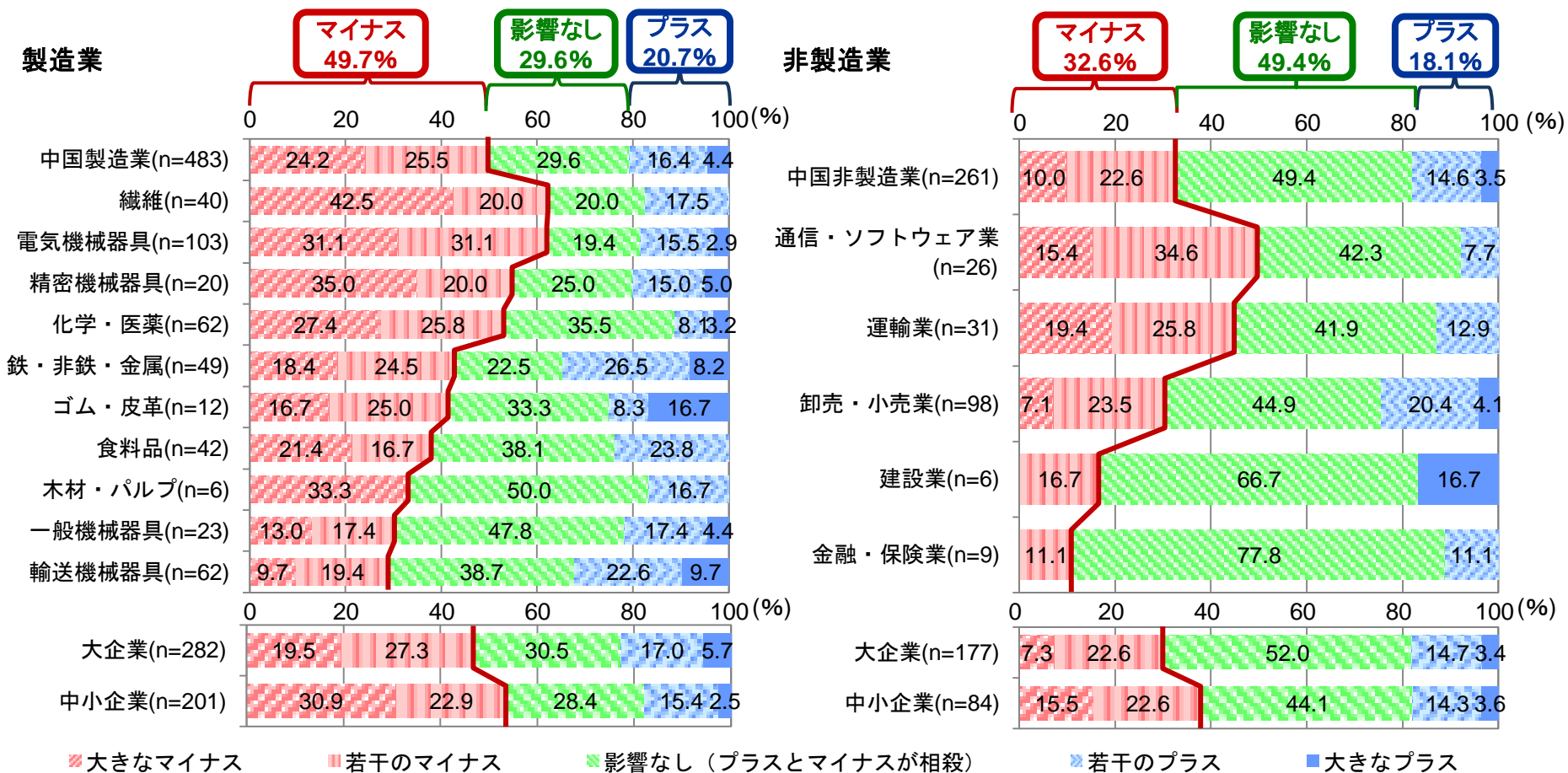
工会・行政機関からの要求があったため (%)



- 給与体系の見直しを行った理由について、製造業では、「進出先の賃金上昇に伴う改定」(58.7%)が最も高いが、非製造業では、「仕事に対する労働者のインセンティブの向上」(76.8%)が最も高く、特に、大企業では81.4%に上る。
- 「工会(労働組合)・行政機関からの要求があったため」については、非製造業では1.4%に過ぎないが、製造業では18.9%に上るなど、製造業と非製造業で、傾向に違いが見られた。

# 8. 中国 (2) 人民元①

## 人民元高の影響(業種別)



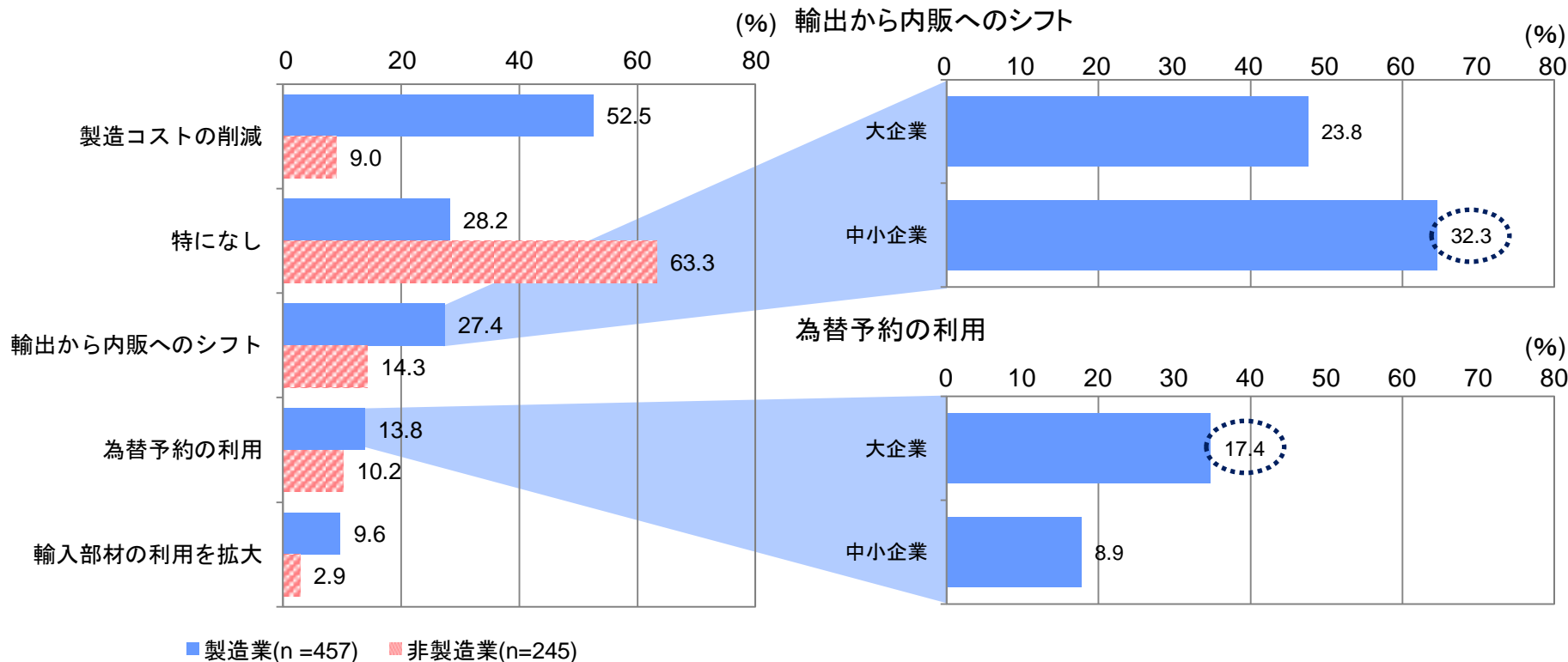
- 人民元レートの上昇による影響について、製造業では、「大きなマイナス」「若干のマイナス」と回答した企業の割合は49.7%と、約5割の企業がマイナスの影響があると回答している。特に、繊維、電気機械器具ではマイナスと回答した企業の割合が6割を上回る。
- 内需型産業が多い非製造業では、マイナスの影響があると回答した企業の割合は32.6%と、製造業と比べて低かった。
- 企業規模別にみると、マイナスの影響があると回答した企業の割合が、製造業、非製造業ともに中小企業が大企業より多い。

# 8. 中国 (2) 人民元②

人民元高への対応策  
(複数回答)

製造業の大企業、中小企業で傾向に差が見られた回答

大企業(n=265) 中小企業(n=192)



- 人民元高への対応策については、製造業では多い順に、「製造コストの削減」(52.5%)、「特になし」(28.2%)、「輸出から内販へのシフト」(27.4%)だった。
- 製造業で、企業規模により傾向に差が見られた回答をみると、中小企業では、「輸出から内販へのシフト」が相対的に高い一方で、大企業では、「為替の予約」が中小企業と比べて高い。



# 8. 中国 (3) 国内販売

今後3~5年の有望な内販事業展開地域 (複数回答)

中国(n=629)		
1位	広東省	44.2%
2位	上海市	38.6%
3位	山東省	25.3%
4位	江蘇省	25.0%
	四川省	25.0%
6位	北京市	24.6%
7位	天津市	24.0%
8位	重慶市	22.4%
9位	浙江省	21.8%
10位	遼寧省	19.7%

山東省(n=99)		
1位	山東省	64.7%
2位	上海市	51.5%
3位	北京市	39.4%
4位	広東省	32.3%
5位	遼寧省	25.3%

北京市(n=53)		
1位	天津市	43.4%
2位	上海市	41.5%
3位	北京市	39.6%
4位	重慶市	35.9%
5位	広東省	34.0%

遼寧省(n=68)		
1位	遼寧省	57.4%
2位	上海市	33.8%
3位	広東省	32.4%
4位	北京市	27.9%
5位	天津市	26.5%

江蘇省(n=29)		
1位	江蘇省	51.7%
2位	広東省	31.0%
3位	浙江省	27.6%
4位	山東省	24.1%
	四川省	24.1%

天津市(n=26)		
1位	広東省	53.9%
2位	天津市	46.2%
3位	上海市	34.6%
4位	河北省	30.8%
	江蘇省	30.8%

上海市(n=110)		
1位	上海市	47.3%
2位	江蘇省	44.6%
3位	四川省	38.2%
4位	広東省	36.4%
5位	浙江省	33.6%

広東省(n=208)		
1位	広東省	63.9%
2位	上海市	31.3%
3位	湖北省	26.9%
4位	四川省	24.0%
5位	重慶市	23.6%

- 今後有望な内販事業展開地域を複数回答で尋ねた結果、「広東省」(44.2%)を挙げる企業の割合が最も高く、特に、自動車関連産業が集積する広東省、天津市で過半数の企業が「広東省」を挙げている。
- 地域別にみると、各省市ともに、自分の省市が上位に挙げられ、進出先周辺でまず内販事業に取り組もうとする傾向が強いことがうかがえる。
- 中国全体で、上位10省市をみると、進出企業が多い、沿海部の省市に加え、新興地域として注目される内陸の四川省(4位)、重慶市(8位)が挙げられた。