

**2012 年度日本企業の海外事業展開
に関するアンケート調査**

～ジェトロ海外ビジネス調査～

2013 年 3 月

**日本貿易振興機構（ジェトロ）
海外調査部 国際経済研究課**

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

はじめに

日本経済が長引くデフレから脱却し、着実に成長していくためには、新興市場の開拓のための貿易・投資の一層の拡大と、諸外国との円滑な通商関係の維持・発展が求められています。

本調査ではこうした事情を踏まえ、日本企業の輸出への取り組みと課題、海外進出への取り組みと課題、自由貿易協定（FTA）の活用、新興国のビジネス環境、中国におけるビジネス展開について取り上げました。本報告書は、それらの調査項目のうち、主なポイントを記載しています。

本調査は2002年度に開始し、今年度で11回目になります。今年度は2013年1月に、国内企業6,531社（うちジェトロ・メンバーズ（ジェトロの会員制度への加入企業）3,481社、メンバーズ以外でジェトロのサービスを利用頂いたことのある企業3,050社）に調査票を送付し、計1,957社（有効回答率30.0%）から回答を得ました。

本調査にご協力頂いた企業の方々には、この場を借りて厚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、株式会社タイム・エージェントに作業の一部を委託しました。

2013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
I. 回答企業のプロフィール	2
II. 輸出への取り組みと課題	4
1. 輸出の有無	4
2. 輸出に関する今後（3年程度）の方針	7
3. 主要な輸出先とライバル企業	9
4. 輸出を展開する上での課題や不足していること	10
5. 過去1年間の円高の影響と対策	12
6. 今後の輸出拡大、新規輸出への取り組み意向の理由	13
7. 拡大する輸出先	14
8. 輸出を縮小、撤退する理由	15
III. 海外進出への取り組みと課題	16
1. 海外拠点の有無	16
2. 海外拠点の設置状況（所在と機能）	18
3. 主要な海外拠点立地先とライバル企業	21
4. 海外での今後の事業展開	23
5. 国内での今後の事業展開	25
6. 海外で拡大する機能とその国・地域	28
7. 国内で拡大する機能	32
8. 雇用と設備投資	34
9. 海外進出をする理由	35
10. 海外での事業展開の手法	36
11. 海外で事業拡大を図る上での課題や不足していること	37
12. 海外での事業展開を行わない理由	38
13. 海外ビジネス実施にあたっての考え方	39
IV. 自由貿易協定（FTA）の活用	40
1. FTA 発効済み国・地域との貿易ならびに優遇税率の利用状況	40
2. FTA の優遇税率を利用する際の問題点	44
3. 輸出時に FTA の優遇税率を利用していない理由	45
4. 輸入時に FTA の優遇税率を利用していない理由	46
5. 第三国間の貿易状況ならびに FTA の利用状況	47
V. 新興国のビジネス環境	48
1. 新興国でビジネスを行う上でのリスク・問題点	48
2. アジア新興国におけるビジネスリスク・問題点	50

VI. 中国におけるビジネス環境	51
1. 中国でのビジネスリスクに対する認識	51
2. 対中国ビジネスの種類	52
3. 売上高に占める中国ビジネス	53
4. 日中関係の情勢変化による中国ビジネスへの影響の有無	54
5. 日中関係の情勢変化による中国ビジネスへの影響（時期・内容）	55
6. 中国ビジネスの今年度の業績見通し	57
7. 中国に対する今後（3年程度）のビジネス展開	58
調査票	61

調査実施概要

1. 調査目的

本調査は、輸出への取り組みと課題、海外進出への取り組みと課題、自由貿易協定（FTA）の活用、新興国のビジネス環境、中国におけるビジネス展開について、日本企業の海外ビジネス動向を分析するものである。

2. 調査対象

(1) 調査対象企業

国内企業 6,531 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 2013 年 1 月 7 日
回収締切 2013 年 1 月 31 日

(4) 回収状況

発送総数	有効回収数	有効回答率
6,531 社	1,957 社	30.0%

*ジェトロ・メンバーズへの発送数、有効回収数はそれぞれ 3,481 社、1,139 社であった。

3. 調査項目

- (1) 回答企業のプロフィール
- (2) 輸出への取り組みと課題
- (3) 海外進出への取り組みと課題
- (4) 自由貿易協定（FTA）の活用
- (5) 新興国のビジネス環境
- (6) 中国におけるビジネス展開

[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] 時系列比較は、過去のジェトロ・メンバーズを対象とした調査結果と連続性を保つため、同メンバーズからの回答に限定した分析を行っている。

I. 回答企業のプロフィール

本調査の回答企業は1,957社で、そのうち「製造業」は55.2% (1,081社)、「非製造業」は44.8% (876社)となっている。業種別にみると、「商社・卸売」が24.4% (478社)で最も多く、以下「飲食料品」が9.1% (179社)、「鉄鋼／非鉄金属／金属製品」が6.5% (128社)、「一般機械」が6.2% (121社)、「その他製造業」が5.5% (107社)と続く。

資本金と従業員数をもとに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26.4% (516社)、「中小企業」は73.6% (1,441社)となっている。

図表 I-1 回答企業の業種別・規模別内訳

(単位: %)			
	社数	うち 中小企業	業種別 構成比
回答企業全体	1,957	1,441	100.0
製造業	1,081	820	55.2
飲食料品	179	148	9.1
繊維・織物／アパレル	54	48	2.8
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	35	28	1.8
化学	66	41	3.4
医療品・化粧品	49	40	2.5
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	75	59	3.8
窯業・土石	23	18	1.2
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	128	107	6.5
一般機械	121	96	6.2
電気機械	69	45	3.5
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	40	21	2.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	84	43	4.3
精密機器	51	36	2.6
その他の製造業	107	90	5.5
非製造業	876	621	44.8
商社・卸売	478	394	24.4
小売	44	30	2.2
建設	45	29	2.3
電気・ガス・水道	3	-	0.2
運輸	44	22	2.2
金融・保険	75	2	3.8
情報・ソフトウェア	39	33	2.0
専門サービス	50	46	2.6
その他の非製造業	98	65	5.0
大企業	516	-	26.4
中小企業	1,441	-	73.6

〔注〕中小企業の定義は中小企業基本法に基づく。中小企業とは、業種ごとに以下の従業員基準又は資本金基準のいずれかを満足する企業。大企業は中小企業以外の全企業。
(中小企業の定義 <http://www.chusho.meti.go.jp/soshiki/teigi.html>)

業 種	従業員基準 (常時使用する従業員数) 又は 資本金基準 (資本金の額又は出資の総額)
製造業・その他業種	300人以下又は3億円以下
卸売業	100人以下又は1億円以下
小売業	50人以下又は5,000万円以下
サービス業	100人以下又は5,000万円以下

回答企業を資本金、従業員規模別にみると、資本金では「1千万円超～5千万円以下」の企業が30.6% (598社)、従業員数では「101～300人」の企業が19.2% (376社)で最も多い。

図表 I-2 業種別、資本金・従業員規模分類

業種	総計	資本金						従業員規模							
		1千万円以下	1千万円超～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	5人以下	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301～1,000人	1,001～3,000人	3,001人以上
総計	1,957	18.8	30.6	14.3	7.3	7.9	21.1	10.7	16.0	13.9	12.2	19.2	13.4	8.4	6.1
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,603	18.7	32.8	15.2	7.5	8.0	17.7	10.2	16.7	15.1	13.6	20.0	13.3	6.2	4.9
製造業	1,081	14.3	30.7	16.6	7.6	8.3	22.5	3.1	12.9	15.6	14.8	22.6	16.7	8.0	6.5
飲食料品	179	21.6	26.3	14.9	6.1	8.4	12.8	1.1	19.6	19.6	15.6	19.6	15.1	5.6	3.9
繊維・織物/アパレル	54	29.6	31.5	22.2	-	7.4	9.3	7.4	24.1	25.9	13.0	16.7	11.1	-	1.9
木村:木製品/家具・建材/紙・パルプ	35	11.4	42.9	20.0	2.9	8.6	14.3	5.7	20.0	11.4	20.0	20.0	8.6	11.4	2.9
化学	66	1.5	16.7	16.7	12.1	9.1	43.9	-	4.5	7.6	15.2	28.8	22.7	10.6	10.6
医薬品・化粧品	49	14.3	36.7	18.4	8.2	6.1	16.3	8.2	8.2	10.2	18.4	24.5	16.3	8.2	6.1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	75	8.0	34.7	16.0	12.0	8.0	21.3	1.3	16.0	12.0	14.7	30.7	14.7	5.3	5.3
窯業・土石	23	4.3	17.4	17.4	13.0	21.7	26.1	-	8.7	4.3	21.7	39.1	13.0	8.7	4.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	128	21.1	35.2	16.4	5.5	7.0	14.8	1.6	13.3	21.1	20.3	18.0	13.3	8.6	3.9
一般機械	121	11.6	24.0	22.3	11.6	6.6	24.0	2.5	7.4	24.0	10.7	28.9	14.9	7.4	4.1
電気機械	69	13.0	27.5	11.6	4.3	5.8	37.7	7.2	8.7	10.1	8.7	17.4	20.3	13.0	14.5
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	40	10.0	30.0	2.5	2.5	10.0	45.0	2.5	10.0	7.5	20.0	12.5	17.5	17.5	12.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	84	10.7	14.3	15.5	7.1	11.9	40.5	1.2	3.6	8.3	8.3	22.6	23.8	13.1	19.0
精密機器	51	3.9	35.3	21.6	7.8	9.8	21.6	3.9	13.7	7.8	15.7	25.5	21.6	5.9	5.9
その他の製造業	107	15.0	38.3	15.9	10.3	7.5	13.1	5.6	15.9	17.8	14.0	21.5	18.7	4.7	1.9
商社・卸売・小売	522	27.6	37.2	12.5	7.5	7.5	7.9	24.9	24.7	14.0	11.1	14.6	6.5	2.5	1.7
商社・卸売	478	27.2	37.7	12.3	7.9	7.7	7.1	24.1	25.5	14.6	11.7	14.6	6.7	1.7	1.0
小売	44	31.8	31.8	13.6	2.3	4.5	15.9	34.1	15.9	6.8	4.5	13.6	4.5	11.4	9.1
非製造業(商社・卸・小売を除く)	354	19.5	20.3	10.2	6.2	7.3	36.4	13.0	12.7	8.5	5.9	15.8	13.8	18.6	11.6
建設	45	11.1	28.9	15.6	6.7	4.4	33.3	6.7	11.1	13.3	4.4	24.4	11.1	8.9	20.0
電気・ガス・水道	3	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	100.0
運輸	44	13.6	15.9	4.5	13.6	20.5	31.8	6.8	4.5	9.1	-	27.3	22.7	15.9	13.6
金融・保険	75	-	1.3	-	1.3	2.7	94.7	-	1.3	-	1.3	-	21.3	60.0	16.0
情報・ソフトウェア	39	12.8	38.5	20.5	7.7	10.3	10.3	5.1	25.6	15.4	20.5	15.4	5.1	2.6	10.3
専門サービス	50	58.0	22.0	10.0	2.0	6.0	2.0	48.0	18.0	10.0	6.0	16.0	2.0	-	-
その他の非製造業	98	24.5	25.5	14.3	8.2	6.1	21.4	14.3	18.4	9.2	7.1	19.4	15.3	9.2	7.1

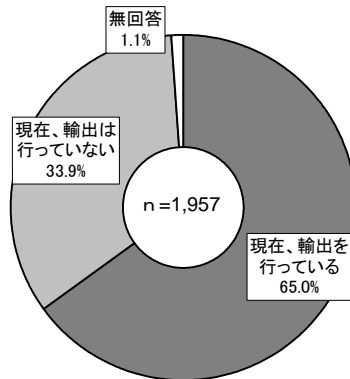
II. 輸出への取り組みと課題

1. 輸出の有無

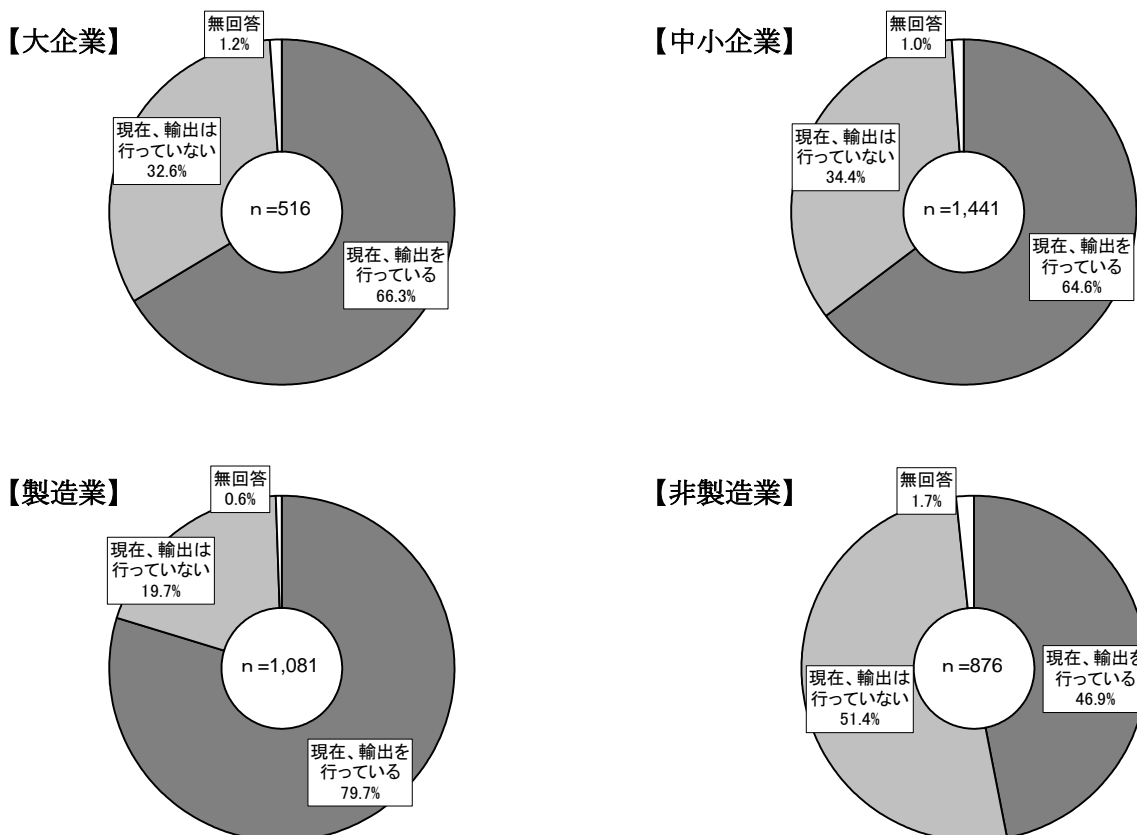
本アンケートの回答企業 1,957 社のうち、「日本から輸出を行っている」企業は 65.0% (1,273 社) となっている。

企業における輸出の有無を規模別にみると、「輸出を行っている」企業の割合は「大企業」で 66.3% (342 社)、「中小企業」で 64.6% (931 社)。業種別に「輸出を行っている」企業の割合をみると「製造業」で 79.7% (862 社)、「非製造業」で 46.9% (411 社) となっている。

図表 II-1 輸出の有無 (全体)



図表 II-2 輸出を行っている企業の内訳 (規模別・業種別)

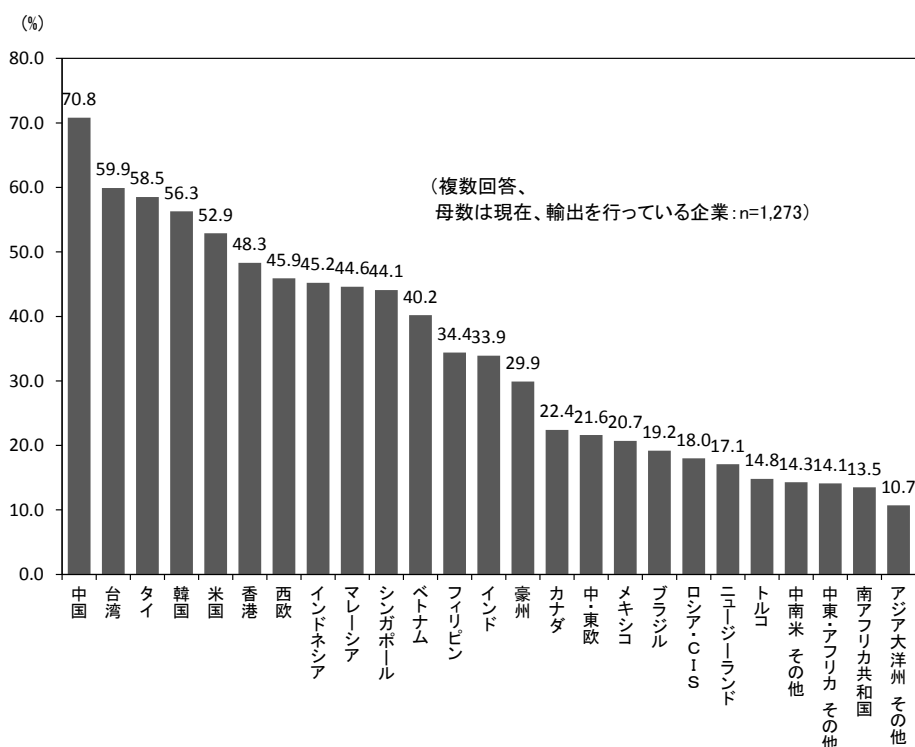


図表Ⅱ-3 輸出を行っている企業の内訳（規模別・業種別社数）

業種	(社数)		
	総計	大企業	中小企業
総計	1,273	342	931
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,203	322	881
製造業	862	241	621
飲食料品	139	25	114
繊維・織物/アパレル	38	5	33
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	23	7	16
化学	62	24	38
医薬品・化粧品	40	8	32
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	57	15	42
窯業・土石	21	5	16
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	87	21	66
一般機械	113	25	88
電気機械	59	22	37
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	35	18	17
自動車/自動車部品/その他輸送機器	62	35	27
精密機器	45	15	30
その他の製造業	81	16	65
商社・卸売・小売	341	81	260
商社・卸売	330	77	253
小売	11	4	7
非製造業(商社・卸・小売を除く)	70	20	50
建設	12	4	8
電気・ガス・水道	1	1	0
運輸	8	1	7
金融・保険	0	0	0
情報・ソフトウェア	11	4	7
専門サービス	4	0	4
その他の非製造業	34	10	24

輸出を行っている企業 1,273 社の輸出先をみると、「中国」が 70.8% (901 社) で最も高く、以下「台湾」59.9% (763 社)、「タイ」が 58.5% (745 社)、「韓国」が 56.3% (717 社)、「米国」が 52.9% (674 社) と続く。規模別にみると、中小企業では「中国」が 64.6% (601 社) と最も高くなっている。

図表Ⅱ-4 輸出先（全体）



図表 II-5 輸出先（国別、業種別）

(単位:社数、%)

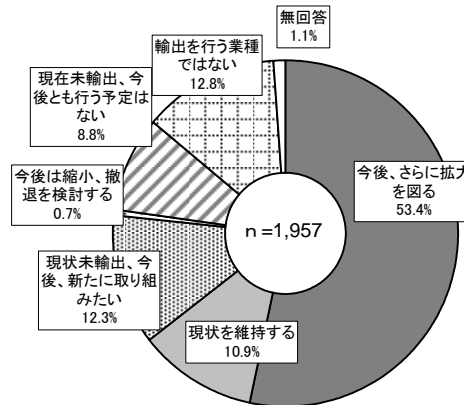
	飲食品	繊維・織物/パレル	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	化学	医薬品・化粧品	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	窯業・土石	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	一般機械	電気機械	情報通信機械/電子部品・デバイス	自動車/自動車部品/その他輸送機器	精密機器	その他製造業	商社・卸売	小売	建設	電気・ガス・水道	運輸	金融・保険	情報・ソフトウェア	専門サービス	その他の非製造業
全体	139	38	23	62	40	57	21	87	113	59	35	62	45	81	330	11	12	1	8	-	11	4	34
中国	51.8	63.2	65.2	93.5	55.0	86.0	71.4	74.7	85.8	83.1	80.0	82.3	82.2	84.0	61.2	36.4	58.3	100.0	87.5	-	81.8	25.0	58.8
香港	75.5	28.9	43.5	56.5	62.5	42.1	33.3	42.5	39.8	44.1	57.1	35.5	55.6	50.6	47.0	45.5	8.3	-	75.0	-	18.2	25.0	35.3
台湾	61.2	36.8	56.5	90.3	70.0	59.6	81.0	60.9	69.0	69.5	68.6	46.8	84.4	70.4	50.6	27.3	41.7	-	75.0	-	18.2	-	38.2
韓国	41.7	26.3	56.5	90.3	60.0	54.4	57.1	55.2	71.7	69.5	71.4	53.2	77.8	67.9	50.0	54.5	25.0	-	75.0	-	45.5	-	29.4
シンガポール	52.5	23.7	21.7	50.0	40.0	36.8	28.6	41.4	56.6	55.9	54.3	38.7	57.8	48.1	40.9	27.3	33.3	-	50.0	-	36.4	-	29.4
タイ	48.2	31.6	56.5	82.3	37.5	56.1	85.7	54.0	82.3	69.5	62.9	77.4	82.2	51.9	52.7	36.4	33.3	100.0	75.0	-	27.3	-	44.1
マレーシア	37.4	21.1	34.8	62.9	32.5	42.1	52.4	36.8	62.8	57.6	51.4	54.8	66.7	53.1	38.2	18.2	41.7	-	62.5	-	27.3	-	29.4
インドネシア	28.8	28.9	52.2	72.6	32.5	54.4	61.9	42.5	69.9	52.5	31.4	59.7	64.4	44.4	37.3	18.2	25.0	100.0	75.0	-	27.3	-	35.3
フィリピン	25.9	18.4	30.4	51.6	25.0	33.3	38.1	29.9	46.9	57.6	48.6	37.1	60.0	35.8	26.4	18.2	16.7	100.0	62.5	-	18.2	25.0	29.4
ベトナム	28.8	31.6	39.1	56.5	20.0	36.8	47.6	50.6	54.9	54.2	34.3	54.8	66.7	38.3	31.2	18.2	41.7	100.0	75.0	-	45.5	25.0	26.5
インド	13.7	21.1	30.4	66.1	27.5	36.8	52.4	34.5	53.1	49.2	37.1	54.8	57.8	29.6	24.2	9.1	33.3	-	62.5	-	18.2	25.0	11.8
豪州	36.0	15.8	17.4	40.3	17.5	28.1	42.9	33.3	38.1	45.8	31.4	37.1	44.4	30.9	22.1	-	-	-	75.0	-	18.2	-	11.8
ニュージーランド	20.9	10.5	17.4	14.5	10.0	15.8	14.3	17.2	26.5	25.4	17.1	24.2	31.1	17.3	12.1	18.2	-	-	37.5	-	9.1	-	2.9
アジア大洋州その他	5.0	10.5	4.3	9.7	15.0	10.5	9.5	8.0	14.2	15.3	8.6	16.1	20.0	4.9	10.9	9.1	16.7	-	37.5	-	9.1	-	8.8
米国	69.1	44.7	47.8	71.0	47.5	61.4	71.4	54.0	61.1	62.7	65.7	66.1	62.2	49.4	36.4	9.1	16.7	100.0	62.5	-	36.4	50.0	50.0
カナダ	27.3	13.2	13.0	19.4	20.0	22.8	19.0	29.9	31.9	37.3	28.6	22.6	35.6	23.5	14.5	-	8.3	-	50.0	-	9.1	-	14.7
メキシコ	8.6	21.1	21.7	35.5	12.5	26.3	28.6	18.4	37.2	40.7	22.9	33.9	44.4	22.2	10.6	9.1	8.3	-	37.5	-	-	-	5.9
ブラジル	14.4	13.2	8.7	35.5	15.0	22.8	19.0	21.8	30.1	33.9	31.4	29.0	40.0	18.5	8.8	-	16.7	-	50.0	-	18.2	-	2.9
北米・中南米その他	5.8	18.4	4.3	17.7	17.5	12.3	14.3	13.8	17.7	20.3	20.0	24.2	33.3	16.0	11.5	9.1	8.3	-	12.5	-	-	-	8.8
西欧	49.6	50.0	56.5	59.7	40.0	54.4	57.1	49.4	54.9	61.0	60.0	48.4	66.7	46.9	32.1	18.2	33.3	-	62.5	-	9.1	-	26.5
中・東欧	15.1	23.7	17.4	30.6	15.0	14.0	23.8	19.5	32.7	35.6	20.0	33.9	46.7	24.7	15.5	9.1	-	-	62.5	-	-	-	5.9
ロシア・CIS	15.8	13.2	13.0	19.4	20.0	15.8	14.3	16.1	23.9	33.9	8.6	25.8	46.7	13.6	13.9	-	-	-	62.5	-	-	25.0	8.8
トルコ	2.2	7.9	8.7	25.8	15.0	14.0	19.0	23.0	25.7	30.5	8.6	16.1	35.6	13.6	10.6	-	-	-	25.0	-	9.1	-	2.9
南アフリカ共和国	4.3	5.3	8.7	22.6	10.0	10.5	9.5	16.1	22.1	30.5	8.6	22.6	33.3	17.3	8.5	9.1	8.3	-	25.0	-	-	-	2.9
中東・アフリカその他	6.5	7.9	-	12.9	12.5	15.8	14.3	17.2	19.5	20.3	5.7	22.6	20.0	13.6	15.2	9.1	16.7	-	25.0	-	-	-	5.9

2. 輸出に関する今後（3年程度）の方針

輸出に関する今後（3年程度）の方針について尋ねたところ、「今後、さらに拡大を図る」が53.4%（1,046社）と最も高く、「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい」が12.3%（240社）となっている。また、「現状を維持する」と回答した企業は10.9%（213社）となっている。

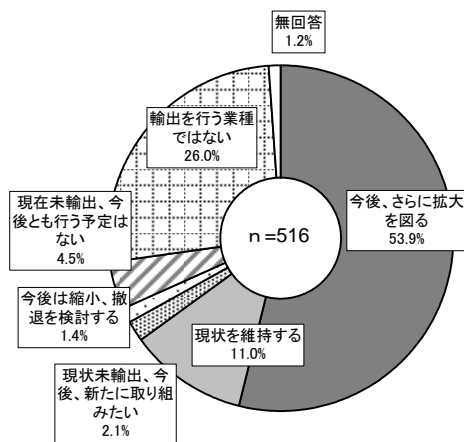
規模別にみると、「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい」との回答は中小企業により多くみられ15.9%（229社）となっている。

図表Ⅱ-6 輸出に関する今後（3年程度）の方針

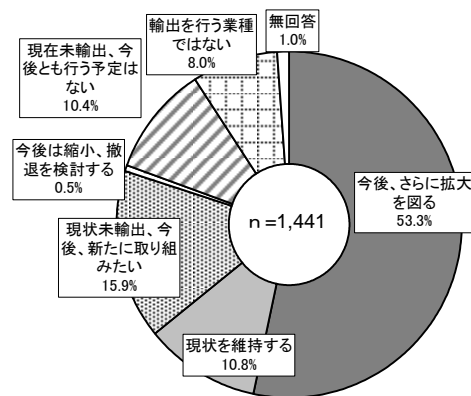


図表Ⅱ-7 輸出に関する今後（3年程度）の方針（規模別）

【大企業】



【中小企業】



図表Ⅱ-8 輸出に関する今後（3年程度）の方針（業種別）

（単位：社数、％）

	社数	現在に おいて 拡大を 図る	現在に おいて 輸出を 行つ つ	現在に おいて 輸出を 維持 する	現在に おいて 輸出を 縮小 する	現在に おいて 輸出を 行つ つ	現在に おいて 輸出を 行つ つ	現在に おいて 輸出を 行つ つ	現在に おいて 輸出を 行つ つ	無 回 答
総計	1,957	53.4	10.9	12.3	0.7	8.8	12.8	1.1		
大企業	516	53.9	11.0	2.1	1.4	4.5	26.0	1.2		
中小企業	1,441	53.3	10.8	15.9	0.5	10.4	8.0	1.0		
製造業	1,081	65.9	13.0	10.1	0.8	7.4	2.2	0.6		
非製造業	876	38.1	8.2	15.0	0.6	10.6	25.8	1.7		
飲食品	179	69.3	7.3	12.3	1.1	8.4	0.6	1.1		
繊維・織物／アパレル	54	46.3	24.1	13.0	-	11.1	5.6	-		
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	35	48.6	17.1	11.4	-	17.1	2.9	2.9		
化学	66	84.8	9.1	3.0	-	1.5	1.5	-		
医薬品・化粧品	49	73.5	8.2	8.2	-	6.1	2.0	2.0		
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	75	52.0	22.7	13.3	1.3	6.7	4.0	-		
窯業・土石	23	73.9	17.4	-	-	8.7	-	-		
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	128	54.7	12.5	16.4	0.8	10.9	4.7	-		
一般機械	121	82.6	9.9	5.8	0.8	0.8	-	-		
電気機械	69	69.6	15.9	10.1	-	2.9	-	1.4		
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	40	75.0	12.5	2.5	-	5.0	5.0	-		
自動車／自動車部品／その他輸送機器	84	45.2	25.0	9.5	3.6	14.3	2.4	-		
精密機器	51	78.4	9.8	7.8	-	2.0	2.0	-		
その他の製造業	107	67.3	7.5	11.2	0.9	9.3	2.8	0.9		
商社・卸売	478	56.5	11.7	14.0	0.8	11.9	3.8	1.3		
小売	44	15.9	9.1	34.1	-	18.2	20.5	2.3		
建設	45	24.4	-	17.8	2.2	8.9	44.4	2.2		
電気・ガス・水道	3	33.3	-	-	-	-	66.7	-		
運輸	44	13.6	4.5	6.8	-	2.3	65.9	6.8		
金融・保険	75	-	-	-	-	1.3	94.7	4.0		
情報・ソフトウェア	39	25.6	2.6	28.2	-	15.4	28.2	-		
専門サービス	50	8.0	-	16.0	-	16.0	58.0	2.0		
その他の非製造業	98	25.5	9.2	19.4	-	8.2	37.8	-		

3. 主要な輸出先とライバル企業

「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る」「現在、輸出を行っており、現状を維持する」「現在、輸出を行っているが、今後は縮小、撤退を検討する」と回答した企業を対象に、主要な輸出先国でのライバル国について聞いたところ、多くの国・地域でのライバル企業は日本企業と回答する企業が多いが、欧州、特に西欧市場では欧米企業がライバル企業となっている。東南アジア市場では、日本企業以外に中国企業をライバルとみなす企業も多い。

図表Ⅱ-9 現在の主要な輸出先と各市場のライバル企業（全体）

(単位:社数、%)

	回答数	日本企業	中国企業	韓国企業	欧米企業	輸出先の 地場企業	その他	競合なし
全体	4,341	56.5	37.5	24.7	37.5	13.2	4.2	6.2
中国	680	61.2	67.2	23.4	32.2	-	2.9	6.0
米国	465	57.8	26.9	21.9	63.4	-	3.7	3.9
韓国	394	57.9	23.1	63.2	29.9	-	3.0	4.3
台湾	390	62.1	33.8	20.5	27.7	39.2	1.0	5.1
タイ	381	63.0	29.7	18.4	28.6	27.0	6.0	6.3
香港	270	64.1	44.8	20.7	19.3	21.5	4.1	6.7
シンガポール	193	57.0	33.2	20.7	27.5	22.8	4.7	8.3
インドネシア	181	60.2	38.1	22.7	31.5	22.1	5.0	6.1
マレーシア	147	51.7	39.5	21.1	24.5	20.4	4.1	9.5
ベトナム	123	54.5	31.7	22.0	20.3	21.1	6.5	8.9
インド	93	50.5	29.0	23.7	44.1	35.5	3.2	4.3
ドイツ	91	38.5	33.0	22.0	68.1	-	2.2	5.5
フィリピン	74	60.8	29.7	17.6	18.9	16.2	4.1	12.2
豪州	72	45.8	33.3	20.8	40.3	22.2	4.2	8.3
ロシア・CIS	69	37.7	30.4	18.8	50.7	17.4	2.9	8.7
フランス	68	48.5	32.4	17.6	54.4	-	1.5	8.8
カナダ	59	55.9	33.9	10.2	59.3	-	5.1	3.4
西欧	52	57.7	32.7	30.8	80.8	-	9.6	1.9
イギリス	52	46.2	25.0	19.2	57.7	-	5.8	11.5
イタリア	41	29.3	31.7	9.8	63.4	-	7.3	9.8
ブラジル	34	32.4	11.8	11.8	58.8	32.4	2.9	8.8
メキシコ	32	62.5	21.9	15.6	43.8	12.5	-	12.5
サウジアラビア	32	53.1	50.0	34.4	53.1	3.1	3.1	3.1

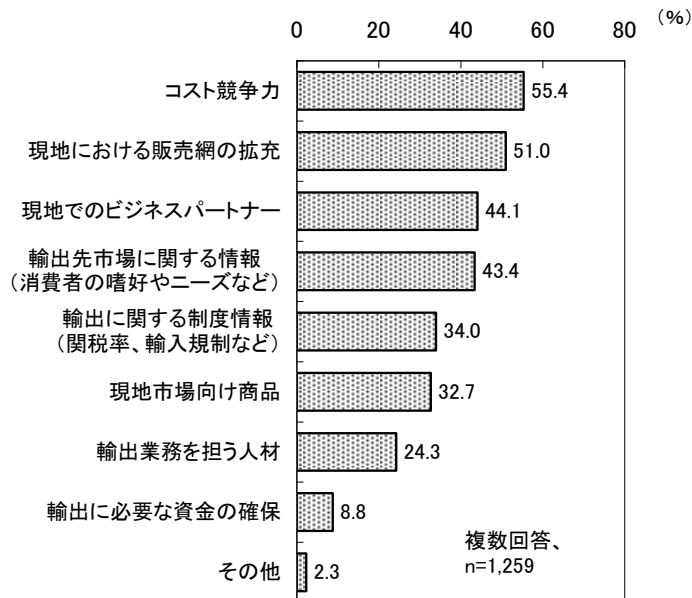
[注]①主要な輸出先の記載において、回答社数が30社以上の国・地域。②複数回答。③「全体」は調査数の合計。
④太枠は国・地域別で最も回答比率の高かったライバル企業。

4. 輸出を展開する上での課題や不足していること

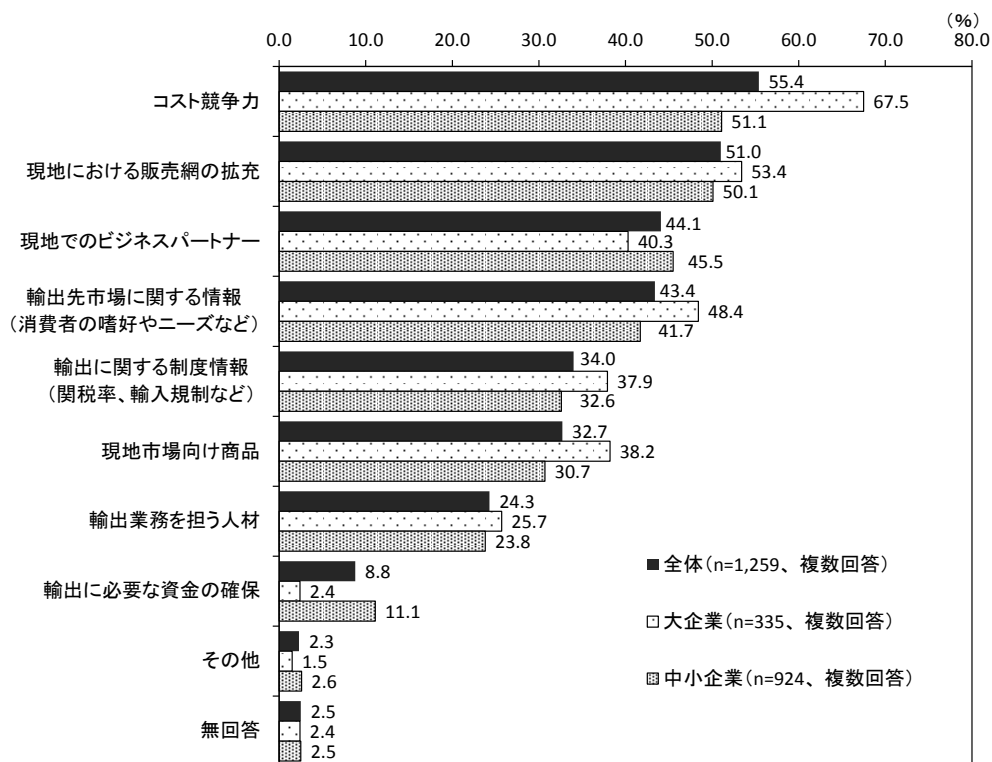
「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る」「現在、輸出を行っており、現状を維持する」と回答した企業を対象に、輸出展開上の課題や不足していることについて尋ねたところ、「コスト競争力」が55.4% (698社) で最も高く、「現地における販売網の拡充」が51.0% (642社)、「現地でのビジネスパートナー」が44.1% (555社)、「輸出先市場に関する情報(消費者の嗜好やニーズなど)」が43.4% (547社) と続く。

規模別では、大企業では中小企業に比べて「コスト競争力」が高く、67.5% (226社) で最も高い。中小企業では「現地でのビジネスパートナー」45.5% (420社)、「輸出に必要な資金の確保」11.1% (103社) が大企業に比べ割合が高い。

図表Ⅱ-10 輸出を展開する上での課題や不足していること (全体)



図表Ⅱ-11 輸出を展開する上での課題や不足していること (規模別)



図表Ⅱ-12 輸出を展開する上での課題や不足していること（業種別）

(単位:社数、%)

	社数	コスト競争力	の現 地 拡 充	バ 現 地 の ト ナ ー の ビ ジ ネ ス	情 報 輸 出 先 市 場 に 関 す る や ニ ー ズ な ど の 嗜 好	制 報 輸 出 に 関 す る 制 度 規 情	現 地 市 場 向 け 商 品	輸 出 業 務 を 担 う 人 材	確 保 輸 出 に 必 要 な 資 金 の	そ の 他
総計	1,259	55.4	51.0	44.1	43.4	34.0	32.7	24.3	8.8	2.3
大企業	335	67.5	53.4	40.3	48.4	37.9	38.2	25.7	2.4	1.5
中小企業	924	51.1	50.1	45.5	41.7	32.6	30.7	23.8	11.1	2.6
製造業	853	61.3	53.3	42.7	44.8	33.3	32.0	24.4	6.6	2.5
非製造業	406	43.1	46.1	47.0	40.6	35.5	34.2	24.1	13.5	2.0
飲食料品	137	43.8	56.9	52.6	49.6	38.7	37.2	33.6	10.9	3.6
繊維・織物／アパレル	38	47.4	44.7	34.2	36.8	23.7	15.8	18.4	7.9	7.9
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	23	43.5	30.4	30.4	52.2	47.8	39.1	17.4	4.3	-
化学	62	67.7	58.1	41.9	53.2	33.9	29.0	25.8	-	-
医薬品・化粧品	40	47.5	60.0	45.0	40.0	35.0	25.0	15.0	7.5	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	56	71.4	42.9	35.7	42.9	30.4	23.2	32.1	7.1	-
窯業・土石	21	76.2	47.6	47.6	42.9	28.6	19.0	19.0	4.8	4.8
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	86	60.5	47.7	45.3	45.3	27.9	26.7	26.7	4.7	2.3
一般機械	112	75.9	60.7	50.0	45.5	29.5	40.2	31.3	5.4	0.9
電気機械	59	71.2	61.0	50.8	42.4	37.3	44.1	20.3	6.8	-
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	35	74.3	62.9	40.0	37.1	42.9	34.3	22.9	11.4	5.7
自動車／自動車部品／その他輸送機器	59	72.9	32.2	15.3	28.8	44.1	22.0	15.3	-	1.7
精密機器	45	64.4	57.8	33.3	51.1	33.3	28.9	17.8	13.3	2.2
その他の製造業	80	51.3	58.8	43.8	47.5	22.5	37.5	15.0	6.3	6.3
商社・卸売	326	43.3	47.2	45.7	41.7	32.2	36.5	21.5	12.9	1.8
小売	11	36.4	45.5	54.5	45.5	72.7	27.3	18.2	9.1	-
建設	11	63.6	45.5	54.5	18.2	27.3	27.3	72.7	-	-
電気・ガス・水道	1	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
運輸	8	50.0	12.5	12.5	37.5	50.0	-	37.5	12.5	-
金融・保険	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
情報・ソフトウェア	11	36.4	63.6	63.6	18.2	36.4	18.2	18.2	-	-
専門サービス	4	25.0	25.0	75.0	-	25.0	-	50.0	50.0	-
その他の非製造業	34	41.2	41.2	52.9	50.0	55.9	35.3	32.4	26.5	5.9

5. 過去1年間の円高の影響と対策

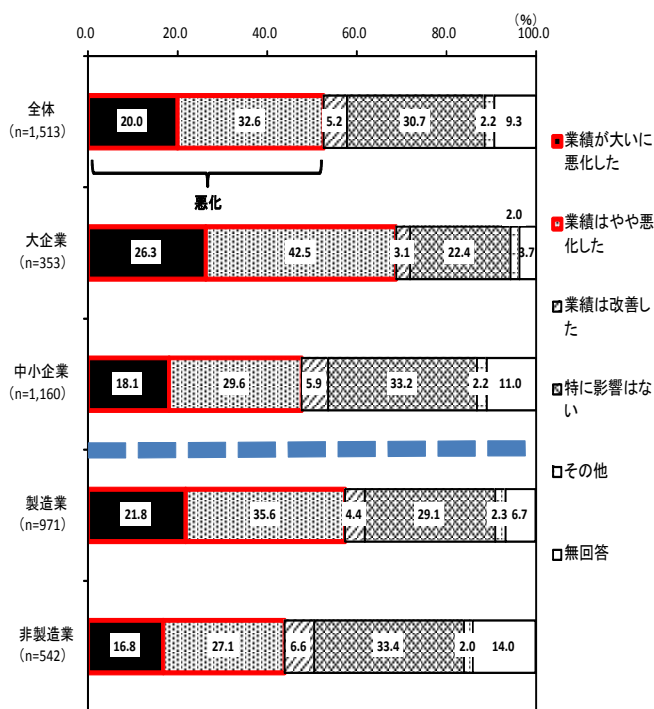
輸出を行っている企業に過去1年間の円高の影響を尋ねたところ、「業績がやや悪化した」が32.6%（493社）と最も高く、次いで「特に影響はない」が30.7%（464社）、以下、「業績が大いに悪化した」が20.0%（303社）、と続く。『悪化した』（「大いに悪化」+「やや悪化」）としたのは、52.6%（796社）となっている。

規模別にみると、『悪化した』は、大企業は68.8%（243社）、中小企業は47.7%（553社）となっている。

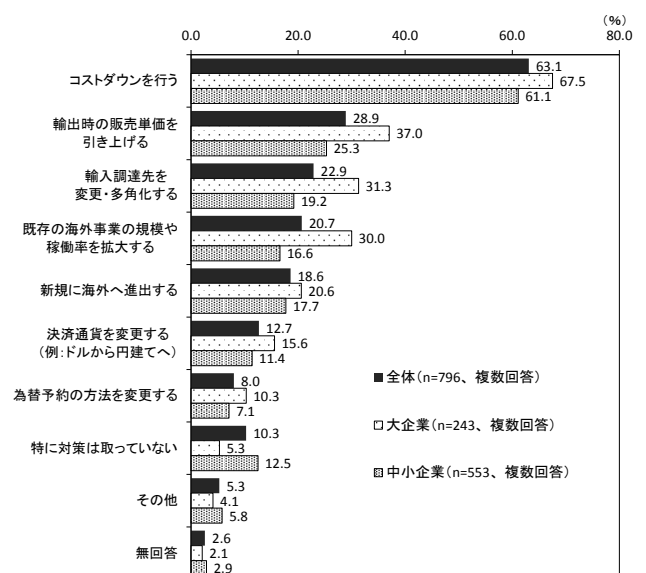
また、円高による影響として「業績が大いに悪化した」または「業績はやや悪化した」と回答した企業を対象に円高に対する対策を尋ねたところ、「コストダウンを行う」が63.1%（502社）と最も高く、次いで「輸出時の販売単価を引き上げる」（28.9%、230社）、「輸入調達先を変更・多角化する」（22.9%、182社）、「既存の海外事業の規模や稼働率を拡大する」（20.7%、165社）と続く。

規模別にみると、いずれの対策でも大企業が中小企業に比べ割合が高く、「コストダウンを行う」が67.5%（164社）、「輸出時の販売単価を引き上げる」（37.0%、90社）、「輸入調達先を変更・多角化する」31.3%、76社）、「既存の海外事業の規模や稼働率を拡大する」（30.0%、73社）となっている。

図表Ⅱ-13 過去1年間の円高の影響



図表Ⅱ-14 過去1年間の円高対策（規模別）

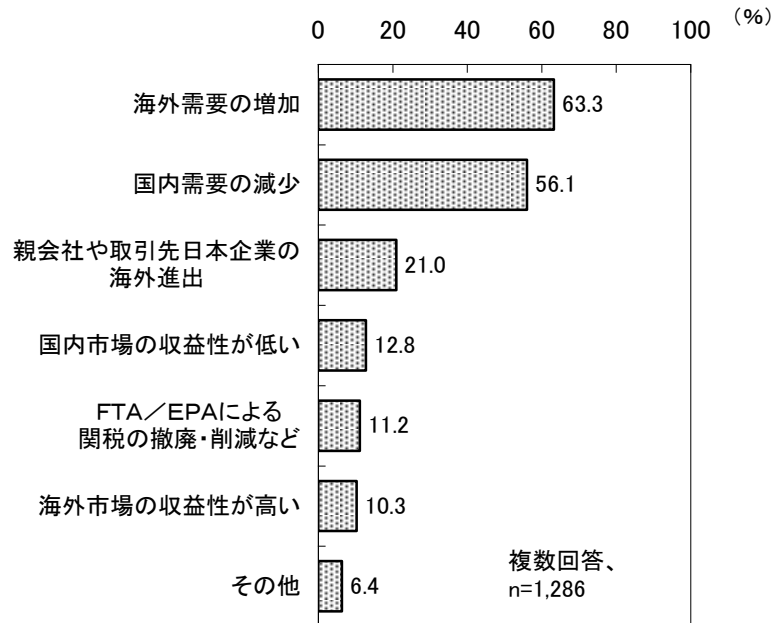


6. 今後の輸出拡大、新規輸出への取り組み意向の理由

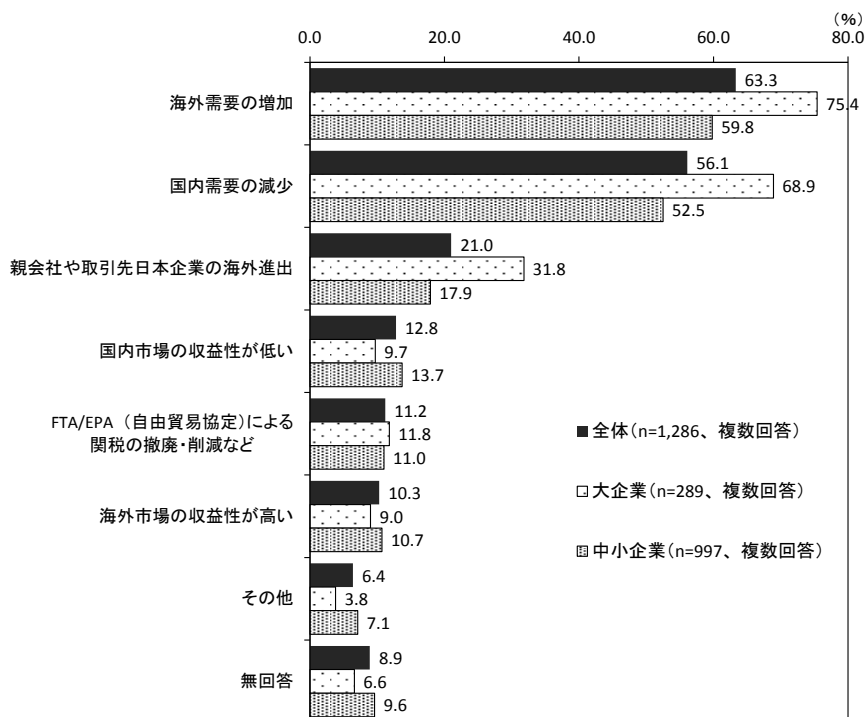
「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る」または「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい」と回答した企業にその理由を尋ねたところ、「海外需要の増加」が63.3%（814社）で最も高く、次いで「国内需要の減少」（56.1%、722社）、「親会社や取引先日本企業の海外進出」（21.0%、270社）と続く。

規模別にみると、上位3項目の理由はいずれも大企業が中小企業に比べて割合が高く、「海外需要の増加」（75.4%、218社）、「国内需要の減少」（68.9%、199社）、「親会社や取引先日本企業の海外進出」（31.8%、92社）となっている。

図表Ⅱ-15 今後の輸出の拡大、新規輸出への取り組み意向理由（全体）



図表Ⅱ-16 今後の輸出の拡大、新規輸出への取り組み意向理由（規模別）



7. 拡大する輸出先

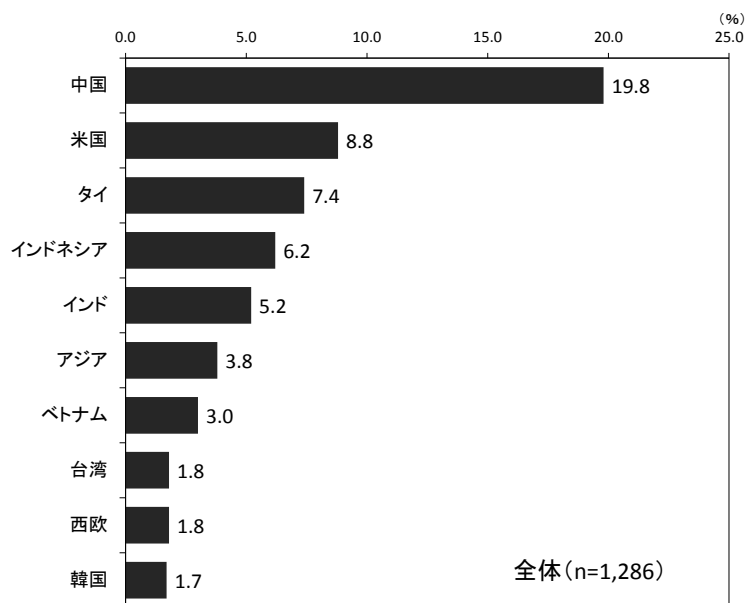
「今後、さらに拡大を図る」または「新たに取り組む」と回答した企業を対象に、輸出拡大を開始するときターゲットとする輸出先について尋ねたところ、「中国」が49.1% (632社) で最も高く、次いで「タイ」40.6% (522社)、「インドネシア」38.2% (491社)、「ベトナム」と「米国」がともに34.1% (438社) と続く。

また、拡大する輸出先として最も重要な国・地域は、「中国」が254社で最も多く、次いで「米国」113社、「タイ」95社、「インドネシア」80社、「インド」67社と続いている。

図表Ⅱ-17 拡大する輸出先

	(単位:%)		
	全体 (n=1,286)	大企業 (n=289)	中小企業 (n=997)
中国	49.1	65.1	44.5
タイ	40.6	52.2	37.2
インドネシア	38.2	55.7	33.1
ベトナム	34.1	43.9	31.2
米国	34.1	40.8	32.1
インド	29.7	43.6	25.7
台湾	24.8	26.6	24.3
西欧	23.2	23.5	23.1
韓国	22.2	25.3	21.3
マレーシア	21.7	24.2	21.0
シンガポール	20.1	18.7	20.6
香港	17.8	14.5	18.8
ブラジル	17.2	29.1	13.7
ロシア・CIS	15.2	23.2	12.8
フィリピン	12.6	15.2	11.8
メキシコ	10.7	23.9	6.9
中・東欧	10.5	12.1	10.0
トルコ	10.0	17.6	7.8
豪州	9.2	11.8	8.4
カナダ	8.1	8.3	8.0
中東・アフリカ その他	7.4	10.0	6.6
アジア大洋州 その他	7.2	6.9	7.2
南アフリカ共和国	4.7	6.9	4.1
ニュージーランド	3.3	2.8	3.5
中南米 その他	2.3	3.5	2.0

図表Ⅱ-18 拡大する輸出先の最重要国・地域

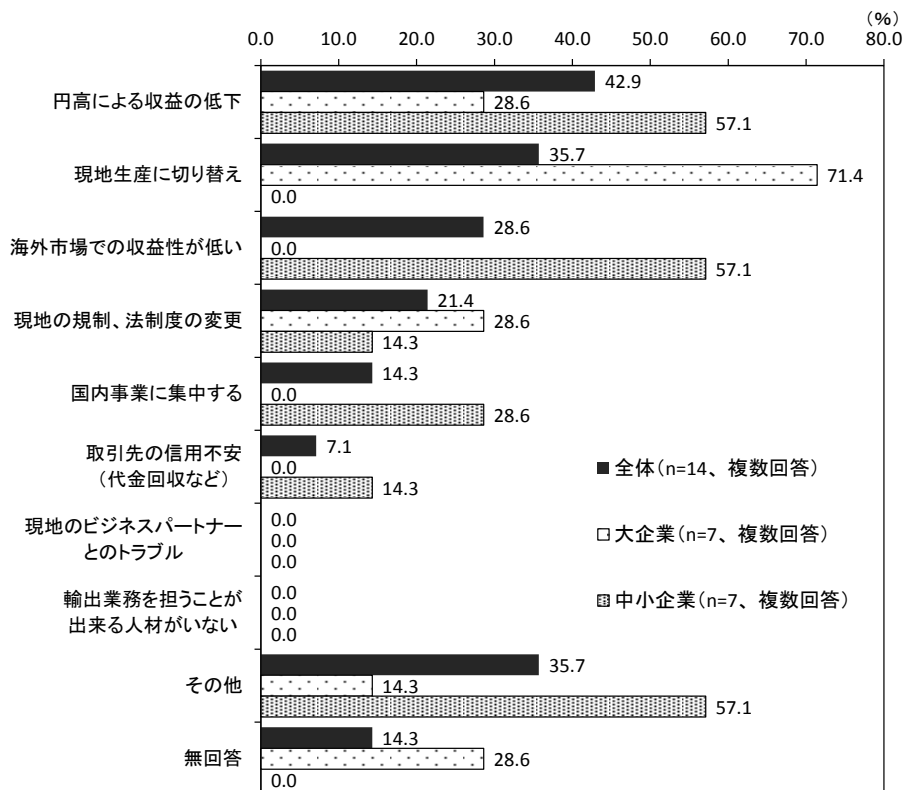


[注] 上位10カ国・地域を掲載した。

8. 輸出を縮小、撤退する理由

「現在、輸出を行っているが、今後は縮小、撤退を検討する」と回答した企業を対象に、その理由を尋ねたところ、「円高による収益の低下」が42.9%（6社）で最も高く、次いで「現地生産に切り替え」35.7%（5社）、「海外市場での収益性が低い」28.6%（4社）、「現地の規制・法制度の変更」21.4%（3社）と続く。

図表Ⅱ-19 輸出を縮小、撤退する理由（規模別）



Ⅲ. 海外進出への取り組みと課題

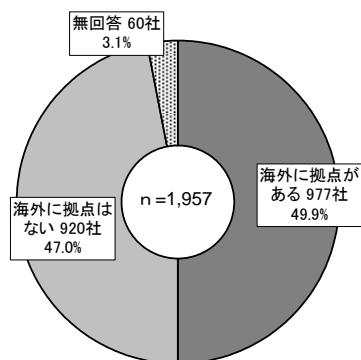
1. 海外拠点の有無

回答企業 1,957 社のうち、「海外に拠点がある」企業は 49.9% (977 社) となっている。

規模別にみると、海外に拠点を持つ企業は「大企業」では 79.1% (408 社)、「中小企業」では 39.5% (569 社) となっている。業種別にみると、海外に拠点を持つ企業は「製造業」で 55.8% (603 社)、「非製造業」で 42.7% (374 社) となっている。

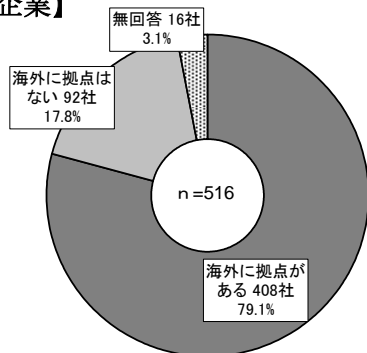
海外拠点の有無を業種別にみると、「窯業／土石」23 社のうち 82.6% (19 社) が海外に拠点を有している。以下海外に拠点を有している割合が高い業種は、「自動車／自動車部品／その他輸送機械」が 81.0% (68 社)、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」が 75.0% (30 社)、「化学」(48 社) と「運輸」(32 社) がともに 72.7% となっている。

図表Ⅲ-1 海外拠点の有無（全体）

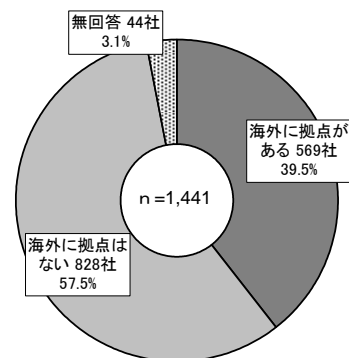


図表Ⅲ-2 海外拠点の有無（業種別・規模別）

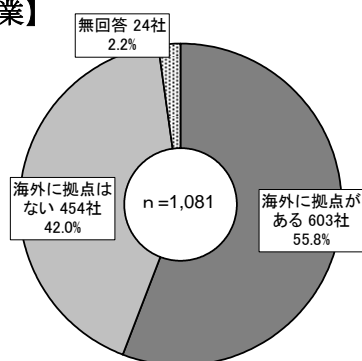
【大企業】



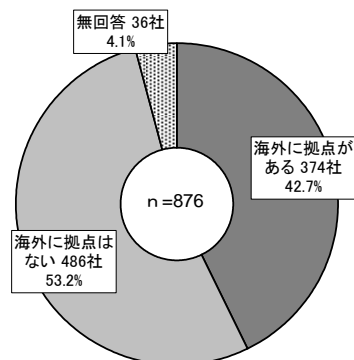
【中小企業】



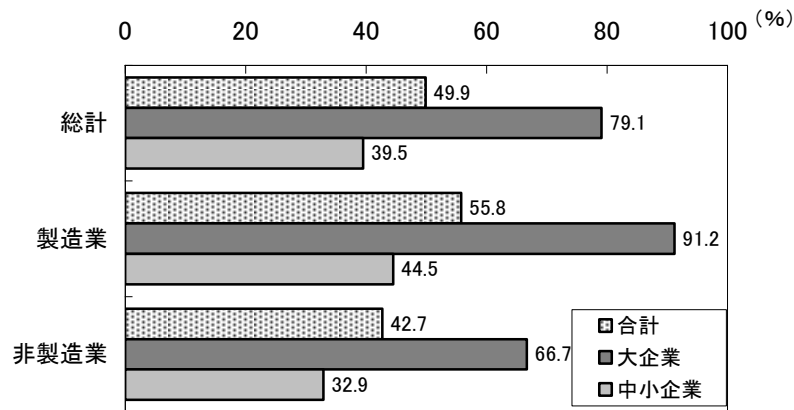
【製造業】



【非製造業】



図表Ⅲ-3 海外拠点の所有割合（形態別）



図表Ⅲ-4 海外拠点の有無（規模別、業種別社数）

	総数			大企業			中小企業		
	調査数	海外拠点あり	海外拠点なし	調査数	海外拠点あり	海外拠点なし	調査数	海外拠点あり	海外拠点なし
総計	1,957	977	920	516	408	92	1,441	569	828
(参考) 製造業／商社・卸・小売計	1,603	813	745	359	314	35	1,244	499	710
製造業	1,081	603	454	261	238	15	820	365	439
飲食料品	179	54	120	31	25	6	148	29	114
繊維・織物／アパレル	54	29	24	6	6	-	48	23	24
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	35	22	13	7	7	-	28	15	13
化学	66	48	15	25	24	-	41	24	15
医薬品・化粧品	49	15	31	9	5	3	40	10	28
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	75	47	28	16	15	1	59	32	27
窯業・土石	23	19	4	5	5	-	18	14	4
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	128	73	53	21	20	1	107	53	52
一般機械	121	73	45	25	22	1	96	51	44
電気機械	69	43	22	24	21	-	45	22	22
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	40	30	9	19	18	1	21	12	8
自動車／自動車部品／その他輸送機器	84	68	15	41	40	-	43	28	15
精密機器	51	29	22	15	15	-	36	14	22
その他の製造業	107	53	53	17	15	2	90	38	51
非製造業	876	374	466	255	170	77	621	204	389
商社・卸売	478	195	266	84	68	15	394	127	251
小売	44	15	25	14	8	5	30	7	20
建設	45	26	16	16	14	-	29	12	16
運輸	44	32	11	22	17	4	22	15	7
金融・保険	75	27	47	73	27	45	2	-	2
情報・ソフトウェア	39	14	24	6	5	1	33	9	23
専門サービス	50	20	27	4	3	1	46	17	26
その他の非製造業	98	43	50	33	26	6	65	17	44

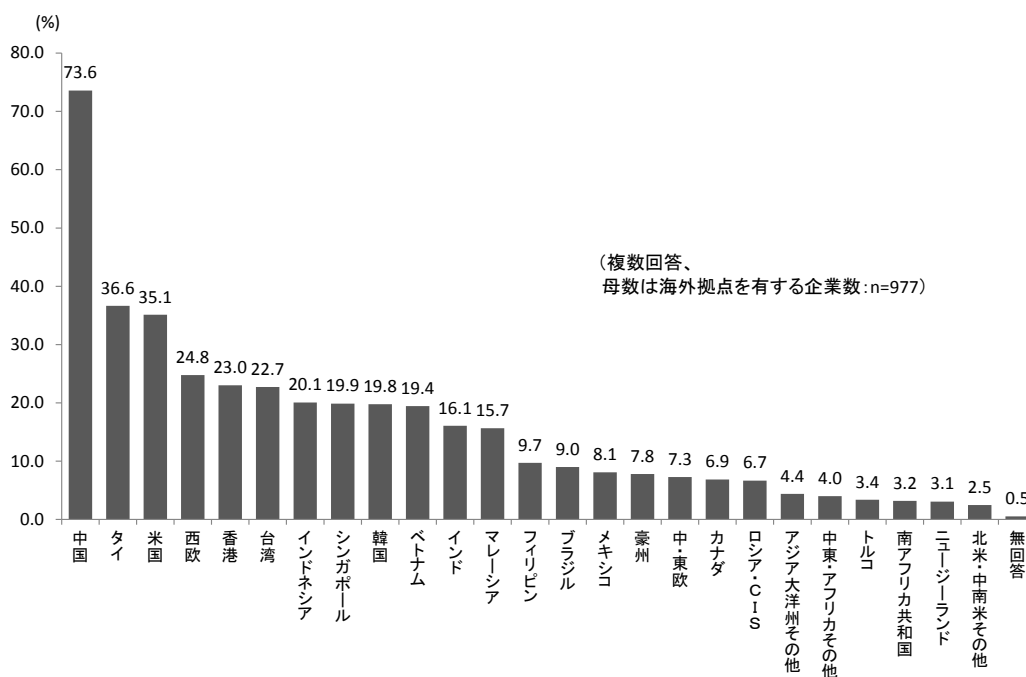
[注]①回答企業数が5社以上の業種のみ。②調査数には無回答の企業を含む。

2. 海外拠点の設置状況（所在と機能）

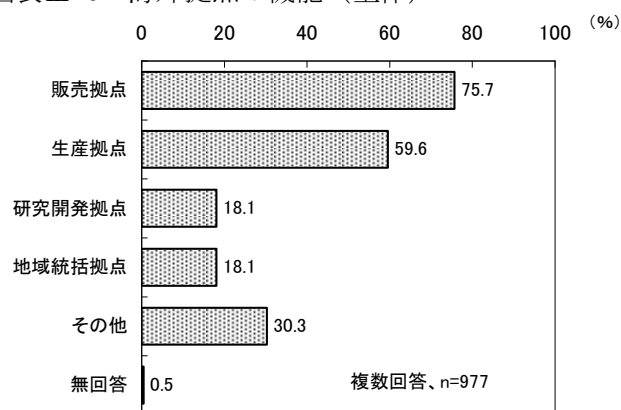
海外に拠点を有する企業 977 社の拠点を所在地をみると、「中国」が 73.6%（719 社）で最も高く、以下「タイ」36.6%（358 社）、「米国」35.1%（343 社）と続く。（同一国・地域内の拠点数を尋ねていないため、例えば同じ国に複数の販売拠点があっても拠点数は 1 つとカウントしている。）

また、海外にいずれかの拠点を所有している企業（977 社）の拠点を機能別にみると「販売拠点」が 75.7%（740 社）と最も割合が高い。次いで「生産拠点」は 59.6%（582 社）となっている。業種別に海外拠点の機能をみると、「製造業」では「販売拠点」が 84.2%（508 社）と最も高く、次いで「生産拠点」が 79.1%（477 社）となっている。

図表Ⅲ-5 海外拠点の所在（全体）



図表Ⅲ-6 海外拠点の機能（全体）



[注] 海外に拠点のある企業を母数とした構成比

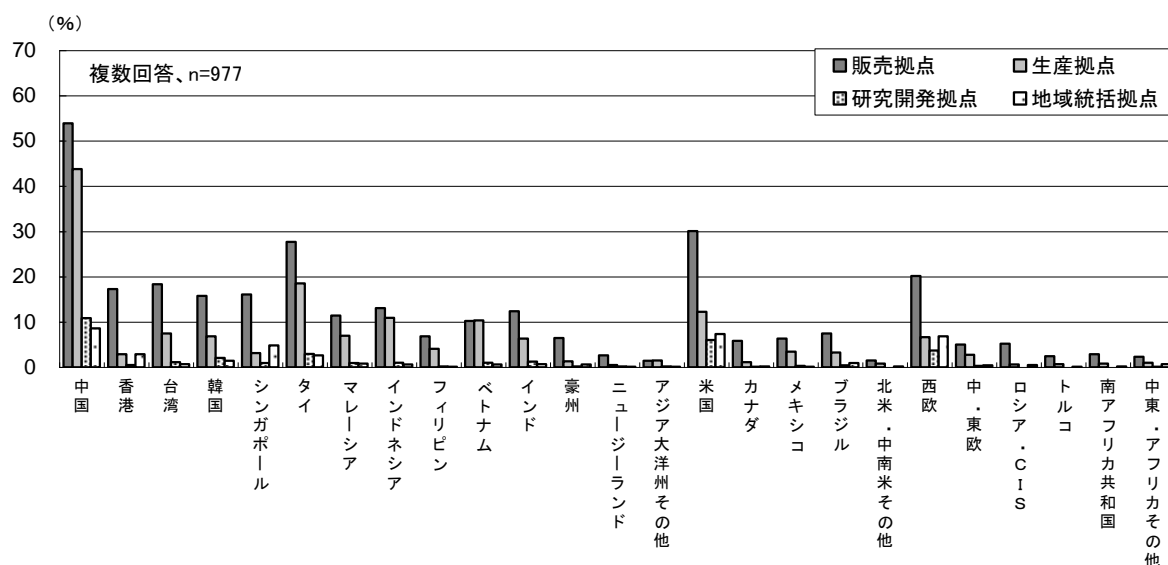
図表Ⅲ-7 海外拠点の所在と機能（業種別）

業種	社数	(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
総計	977	75.7	59.6	18.1	18.1	30.3
大企業	408	79.7	62.3	22.3	24.3	39.0
中小企業	569	72.9	57.6	15.1	13.7	24.1
製造業	603	84.2	79.1	24.7	18.6	21.1
非製造業	374	62.0	28.1	7.5	17.4	45.2
(参考) 製造業/商社・卸・小売計	813	82.7	67.8	20.8	18.5	24.0
飲食料品	54	85.2	83.3	33.3	14.8	24.1
繊維・織物/アパレル	29	72.4	79.3	13.8	10.3	13.8
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	22	72.7	86.4	22.7	18.2	22.7
化学	48	93.8	95.8	31.3	29.2	22.9
医療品・化粧品	15	86.7	53.3	40.0	33.3	33.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	47	85.1	80.9	17.0	12.8	8.5
窯業・土石	19	78.9	84.2	31.6	15.8	15.8
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	73	83.6	78.1	15.1	12.3	17.8
一般機械	73	86.3	72.6	17.8	24.7	28.8
電気機械	43	83.7	72.1	32.6	16.3	27.9
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	30	93.3	76.7	40.0	30.0	23.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	68	75.0	92.6	29.4	14.7	19.1
精密機器	29	86.2	48.3	20.7	20.7	31.0
その他の製造業	53	90.6	77.4	20.8	18.9	13.2
商社・卸売	195	79.0	35.4	8.7	17.9	32.3
小売	15	66.7	33.3	20.0	20.0	33.3
建設	26	65.4	38.5	3.8	15.4	38.5
運輸	32	18.8	3.1	3.1	12.5	84.4
金融・保険	27	14.8	-	-	18.5	96.3
情報・ソフトウェア	14	50.0	42.9	21.4	14.3	28.6
専門サービス	20	20.0	20.0	10.0	20.0	65.0
その他の非製造業	43	69.8	23.3	2.3	18.6	44.2

[注] 回答企業数が5社以上の業種のみ。

国・地域別では、中国には527社（海外に拠点を所有している企業977社の53.9%）が「販売拠点」、428社（同43.8%）が「生産拠点」を所有している。米国には294社（同30.1%）が「販売拠点」、120社（同12.3%）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、タイの順に高く、「生産拠点」の拠点所在国では、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が106社（同10.8%）と最も多く、米国が59社（同6.0%）、西欧が36社（同3.7%）と続く。「地域統括拠点」の拠点所在国は中国が84社（同8.6%）と最も多く、米国が72社（同7.4%）、西欧が67社（同6.9%）と続く。

図表Ⅲ-8 海外拠点の所在と機能（国・地域別）



図表Ⅲ-9 海外拠点の所在と機能（国・地域別、機能別）

（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	527	53.9	428	43.8	106	10.8	84	8.6	151	15.5	719	73.6
香港	169	17.3	28	2.9	5	0.5	28	2.9	56	5.7	225	23.0
台湾	179	18.3	73	7.5	11	1.1	7	0.7	37	3.8	222	22.7
韓国	154	15.8	67	6.9	20	2.0	14	1.4	39	4.0	193	19.8
シンガポール	157	16.1	31	3.2	9	0.9	47	4.8	43	4.4	194	19.9
タイ	271	27.7	181	18.5	29	3.0	26	2.7	75	7.7	358	36.6
マレーシア	112	11.5	68	7.0	9	0.9	8	0.8	29	3.0	153	15.7
インドネシア	128	13.1	107	11.0	10	1.0	6	0.6	48	4.9	196	20.1
フィリピン	67	6.9	40	4.1	2	0.2	1	0.1	20	2.0	95	9.7
ベトナム	100	10.2	101	10.3	10	1.0	6	0.6	52	5.3	190	19.4
インド	121	12.4	62	6.3	12	1.2	7	0.7	32	3.3	157	16.1
豪州	63	6.4	13	1.3	2	0.2	6	0.6	16	1.6	76	7.8
ニュージーランド	26	2.7	5	0.5	2	0.2	1	0.1	5	0.5	30	3.1
アジア大洋州その他	14	1.4	15	1.5	2	0.2	1	0.1	20	2.0	43	4.4
米国	294	30.1	120	12.3	59	6.0	72	7.4	55	5.6	343	35.1
カナダ	57	5.8	11	1.1	1	0.1	2	0.2	12	1.2	67	6.9
メキシコ	62	6.3	34	3.5	3	0.3	1	0.1	14	1.4	79	8.1
ブラジル	73	7.5	32	3.3	4	0.4	9	0.9	17	1.7	88	9.0
北米・中南米その他	15	1.5	8	0.8	-	0.0	2	0.2	6	0.6	24	2.5
西欧	197	20.2	65	6.7	36	3.7	67	6.9	51	5.2	242	24.8
中・東欧	49	5.0	27	2.8	3	0.3	4	0.4	17	1.7	71	7.3
ロシア・CIS	51	5.2	6	0.6	-	0.0	5	0.5	16	1.6	65	6.7
トルコ	24	2.5	7	0.7	-	0.0	1	0.1	10	1.0	33	3.4
南アフリカ共和国	28	2.9	8	0.8	-	0.0	2	0.2	4	0.4	31	3.2
中東・アフリカその他	23	2.4	10	1.0	1	0.1	7	0.7	18	1.8	39	4.0
拠点所有社数	740	75.7	582	59.6	177	18.1	177	18.1	296	30.3	977	100.0
拠点総数	2,961	-	1,547	-	336	-	414	-	843	-	3,933	-

図表Ⅲ-10 海外拠点の所在と機能（国・地域別、業種別）

（複数回答、社数）

	飲食料 品	繊維・ 織物/ アパレル	木材・ 木製品/ 家具・建 材・パ ルプ	化学	医療 品・化 粧品	石油・ 石炭製 品/ブ 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・テ レバイ 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	情報・ ソフト ウェア	専門 サービ ス	その他 の非製 造業
全体	54	29	22	48	15	47	19	73	73	43	30	68	29	53	195	15	26	32	27	14	20	43
中国	34	26	14	45	10	35	12	51	54	37	24	56	25	43	134	10	13	26	25	9	10	25
香港	9	7	2	13	4	15	1	11	9	14	18	10	7	8	48	2	2	15	17	2	0	11
台湾	15	1	3	21	3	11	6	12	20	13	16	17	8	11	34	2	5	8	5	2	1	8
韓国	7	0	3	21	5	5	2	15	16	10	11	15	10	9	33	1	1	10	6	3	4	6
シンガポール	11	1	2	12	1	7	1	14	15	14	11	10	7	7	35	1	9	12	8	4	4	7
タイ	16	6	3	25	5	20	6	19	35	19	10	43	7	14	68	4	11	20	7	1	5	14
マレーシア	4	1	7	11	1	5	4	12	8	9	10	11	6	8	23	2	8	11	5	0	1	6
インドネシア	9	5	5	9	4	11	2	13	16	5	3	31	3	9	29	3	8	14	5	1	1	10
フィリピン	2	1	1	4	2	6	1	5	7	2	6	10	3	2	14	1	6	9	5	1	1	6
ベトナム	6	4	5	10	0	5	3	13	18	7	4	22	3	8	29	4	11	14	6	3	3	12
インド	1	2	1	15	2	6	2	10	17	10	6	22	5	8	16	2	4	12	5	2	3	6
豪州	5	1	2	2	2	1	2	5	6	6	4	6	2	5	9	0	1	4	5	2	1	4
ニュージーランド	2	1	1	1	0	2	1	1	3	2	3	2	1	2	3	0	0	1	2	0	1	1
アジア大洋州その他	1	3	1	0	0	1	0	1	2	0	1	3	0	2	10	1	5	6	2	2	0	2
米国	30	6	4	23	8	18	7	20	30	20	16	37	12	18	36	2	9	15	10	4	3	14
カナダ	2	1	1	1	2	1	2	2	5	6	6	5	7	5	0	0	5	5	0	2	3	3
メキシコ	2	0	1	7	2	6	1	4	4	6	5	13	4	2	6	0	1	8	4	0	1	2
ブラジル	2	0	1	5	3	4	0	5	9	6	6	9	4	6	11	0	2	8	4	0	1	2
北米・中南米その他	0	1	0	0	1	2	0	2	2	1	0	3	1	2	3	0	1	2	2	0	0	1
西欧	12	5	2	15	7	11	4	14	24	16	13	18	10	20	29	1	2	13	8	4	5	8
中・東欧	2	0	0	6	1	5	1	1	6	6	5	10	3	3	6	0	1	9	4	0	1	1
ロシア・CIS	0	0	0	3	1	2	0	2	3	6	3	7	4	3	14	1	0	6	6	1	1	2
トルコ	0	0	0	2	2	2	1	1	4	0	2	3	1	2	4	0	1	2	3	0	2	1
南アフリカ共和国	0	0	0	2	2	1	0	1	3	2	2	5	1	2	5	0	0	1	1	0	1	2
中東・アフリカその他	0	0	0	1	0	2	1	2	5	2	0	3	1	3	8	1	3	2	2	0	3	0

〔注〕回答企業数が5社以上の業種のみ。

3. 主要な海外拠点立地先とライバル企業

「海外拠点あり」と回答した企業に、販売額ベースで主要な拠点立地国・地域について尋ねたところ、「中国」が553社で最も多く、「米国」260社、「タイ」240社、「香港」108社、「台湾」102社と続く。また、各市場のライバル企業をみると、「中国」については、「中国企業」が77.0%（426社）で最も高く、「米国」では、「欧米企業」が80.0%（208社）となっている。

全体としては、最大のライバル企業は日本企業であり、中国、韓国を除くアジアでその傾向が強い。欧米や豪州、メキシコ、ブラジルなどでは欧米企業が最大のライバルとなっている。

図表Ⅲ-11 主要な海外拠点立地国・地域と各市場のライバル企業（全体）

(複数回答、%)

順位	全体	社数	ライバル企業						無回答	
			日本企業	中国企業	韓国企業	欧米企業	輸出先の地場企業	その他		競合なし
	全体	2,074	62.5	40.1	22.2	43.1	17.4	3.7	3.2	2.6
1	中国	553	64.2	77.0	19.7	31.8	-	3.4	2.9	2.4
2	米国	260	62.3	24.2	20.8	80.0	-	3.5	1.2	1.9
3	タイ	240	74.2	20.0	17.5	30.4	41.7	4.2	2.1	2.1
4	香港	108	71.3	51.9	21.3	25.0	33.3	3.7	3.7	1.9
5	台湾	102	55.9	30.4	23.5	33.3	49.0	2.0	2.9	-
6	韓国	93	57.0	24.7	76.3	36.6	-	2.2	2.2	1.1
7	インドネシア	90	73.3	23.3	14.4	23.3	35.6	5.6	3.3	-
8	シンガポール	89	66.3	34.8	25.8	40.4	29.2	7.9	3.4	4.5
9	ベトナム	82	57.3	25.6	19.5	20.7	41.5	4.9	7.3	2.4
10	マレーシア	65	53.8	29.2	10.8	21.5	35.4	1.5	12.3	3.1
11	ドイツ	50	56.0	26.0	24.0	84.0	-	4.0	-	4.0
12	インド	44	59.1	15.9	20.5	54.5	47.7	6.8	4.5	-
13	西欧	35	60.0	28.6	22.9	85.7	-	2.9	-	-
14	イギリス	32	59.4	15.6	12.5	62.5	-	6.3	3.1	12.5
15	フィリピン	26	53.8	15.4	23.1	15.4	30.8	3.8	11.5	7.7
16	豪州	21	33.3	23.8	4.8	57.1	23.8	-	9.5	4.8
	ブラジル	21	57.1	14.3	14.3	71.4	52.4	4.8	-	-
	フランス	21	61.9	38.1	33.3	66.7	-	4.8	-	4.8
19	ロシア・CIS	17	41.2	23.5	29.4	47.1	11.8	-	11.8	-
20	オランダ	16	50.0	43.8	18.8	75.0	-	6.3	-	6.3

[注] ①主要な海外拠点立地国・地域（販売額を基準に各社5カ国・地域まで）の記載において、回答社数の上位20カ国・地域、②複数回答、③「全体」は国・地域別回答社数の合計。

図表Ⅲ-12 主要な海外拠点立地国・地域と各市場のライバル企業（規模別）

【大企業】

(複数回答、%)

順位	全 体	社 数	ライバル企業							無 回 答
			日 本 企 業	中 国 企 業	韓 国 企 業	欧 米 企 業	輸 出 先 の 地 場 企 業	そ の 他	競 合 な し	
	全 体	1,194	67.1	38.7	24.9	49.8	17.5	3.4	2.2	2.3
1	中国	269	69.5	77.3	24.2	36.8	-	1.5	1.5	3.0
2	米国	181	66.9	22.1	24.3	82.3	-	2.8	1.7	2.2
3	タイ	128	78.1	18.8	18.8	35.9	37.5	4.7	0.8	1.6
4	香港	67	73.1	52.2	25.4	34.3	29.9	3.0	3.0	1.5
5	台湾	61	57.4	29.5	21.3	37.7	50.8	3.3	3.3	-
6	シンガポール	58	65.5	37.9	31.0	44.8	27.6	10.3	3.4	3.4
7	インドネシア	54	75.9	29.6	14.8	24.1	33.3	5.6	3.7	-
8	韓国	50	64.0	30.0	78.0	42.0	-	4.0	2.0	2.0
9	ベトナム	39	69.2	33.3	20.5	20.5	48.7	5.1	-	2.6
10	ドイツ	38	63.2	28.9	26.3	81.6	-	5.3	-	5.3
11	マレーシア	37	59.5	29.7	13.5	27.0	35.1	-	8.1	2.7
12	インド	31	64.5	16.1	19.4	51.6	51.6	9.7	3.2	-
13	西欧	26	69.2	26.9	26.9	84.6	-	-	-	-
	イギリス	25	68.0	20.0	12.0	64.0	-	8.0	4.0	8.0
15	豪州	14	42.9	21.4	7.1	57.1	28.6	-	7.1	-
	フランス	14	57.1	28.6	42.9	71.4	-	-	-	7.1
17	ブラジル	12	50.0	8.3	8.3	83.3	66.7	-	-	-
18	メキシコ	9	88.9	11.1	22.2	88.9	22.2	11.1	-	-
19	フィリピン	8	75.0	-	12.5	25.0	50.0	-	-	-
	オランダ	8	62.5	50.0	25.0	100.0	-	-	-	-

【中小企業】

(複数回答、%)

順位	全 体	社 数	ライバル企業							無 回 答
			日 本 企 業	中 国 企 業	韓 国 企 業	欧 米 企 業	輸 出 先 の 地 場 企 業	そ の 他	競 合 な し	
	全 体	880	56.3	42.0	18.6	34.0	17.2	4.1	4.5	2.8
1	中国	284	59.2	76.8	15.5	27.1	-	5.3	4.2	1.8
2	タイ	112	69.6	21.4	16.1	24.1	46.4	3.6	3.6	2.7
3	米国	79	51.9	29.1	12.7	74.7	-	5.1	-	1.3
4	韓国	43	48.8	18.6	74.4	30.2	-	-	2.3	-
6	ベトナム	43	46.5	18.6	18.6	20.9	34.9	4.7	14.0	2.3
	香港	41	68.3	51.2	14.6	9.8	39.0	4.9	4.9	2.4
6	台湾	41	53.7	31.7	26.8	26.8	46.3	-	2.4	-
	インドネシア	36	69.4	13.9	13.9	22.2	38.9	5.6	2.8	-
9	シンガポール	31	67.7	29.0	16.1	32.3	32.3	3.2	3.2	6.5
10	マレーシア	28	46.4	28.6	7.1	14.3	35.7	3.6	17.9	3.6
11	フィリピン	18	44.4	22.2	27.8	11.1	22.2	5.6	16.7	11.1
12	インド	13	46.2	15.4	23.1	61.5	38.5	-	7.7	-
13	ドイツ	12	33.3	16.7	16.7	91.7	-	-	-	-
14	ロシア・CIS	11	45.5	18.2	27.3	45.5	9.1	-	-	-
15	ブラジル	9	66.7	22.2	22.2	55.6	33.3	11.1	-	-
17	西欧	9	33.3	33.3	11.1	88.9	-	11.1	-	-
17	オランダ	8	37.5	37.5	12.5	50.0	-	12.5	-	12.5
18	豪州	7	14.3	28.6	-	57.1	14.3	-	14.3	14.3
	カナダ	7	57.1	28.6	14.3	71.4	-	-	-	-
	イギリス	7	28.6	-	14.3	57.1	-	-	-	28.6
	フランス	7	71.4	57.1	14.3	57.1	-	14.3	-	-

[注] 図表Ⅲ-11 と同じ

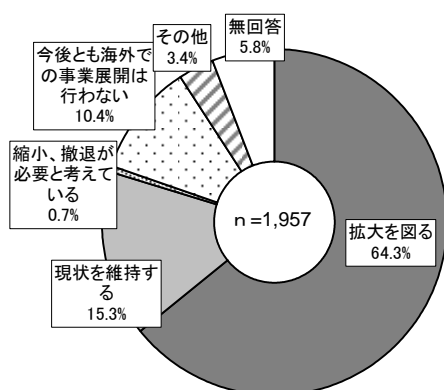
4. 海外での今後の事業展開

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）は、回答企業1,957社のうち64.3%（1,258社）が「拡大を図る」としている。

規模別にみると、「拡大を図る」と回答した企業は「大企業」が75.0%（387社）、中小企業が60.4%（871社）と「大企業」が14ポイント以上高くなっている。

業種別にみると、「化学」、「窯業／土石」、「自動車／自動車部品／その他輸送機器」では8割を超えるなど製造業が上位を占めるが、「運輸」、「情報・ソフトウェア」、「建設」など、非製造業も上位にあがっている。

図表Ⅲ-13 海外での今後（3年程度）の事業展開（全体）



図表Ⅲ-14 海外での今後（3年程度）の事業展開（業種別）

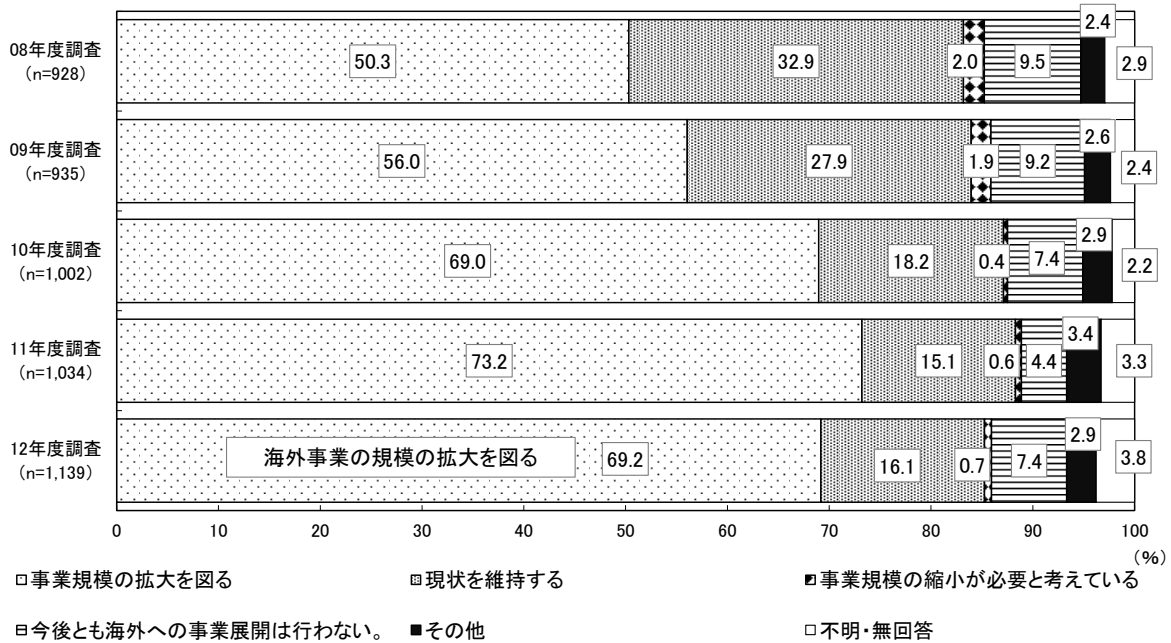
	社数	拡大を図る	現状を維持する	縮小、撤退が必要と考えている	今後とも海外での事業展開は行わない	その他	無回答
総計	1,957	64.3	15.3	0.7	10.4	3.4	5.8
大企業	516	75.0	12.6	0.2	6.0	4.3	1.9
中小企業	1,441	60.4	16.3	0.9	12.0	3.1	7.2
製造業	1,081	70.7	14.4	0.6	6.1	2.8	5.5
非製造業	876	56.4	16.4	0.9	15.8	4.2	6.3
(参考) 製造業／商社・卸・小売計	1,603	66.9	15.5	0.7	8.5	2.6	5.7
飲食料品	179	65.4	11.7	0.6	9.5	3.4	9.5
繊維・織物／アパレル	54	63.0	20.4	3.7	5.6	5.6	1.9
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	35	68.6	17.1	-	8.6	-	5.7
化学	66	86.4	7.6	-	1.5	-	4.5
医薬品・化粧品	49	67.3	10.2	-	10.2	6.1	6.1
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	75	69.3	14.7	-	6.7	2.7	6.7
窯業・土石	23	82.6	17.4	-	-	-	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	128	68.8	13.3	-	8.6	2.3	7.0
一般機械	121	71.9	18.2	-	3.3	3.3	3.3
電気機械	69	72.5	14.5	1.4	4.3	2.9	4.3
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	40	72.5	17.5	-	7.5	2.5	-
自動車／自動車部品／その他輸送機器	84	81.0	9.5	-	3.6	2.4	3.6
精密機器	51	76.5	13.7	-	2.0	3.9	3.9
その他の製造業	107	62.6	20.6	1.9	6.5	1.9	6.5
商社・卸売	478	60.3	18.0	1.3	12.8	2.1	5.6
小売	44	47.7	15.9	-	22.7	2.3	11.4
建設	45	64.4	6.7	4.4	15.6	2.2	6.7
運輸	44	75.0	9.1	-	9.1	4.5	2.3
金融・保険	75	20.0	24.0	-	30.7	18.7	6.7
情報・ソフトウェア	39	69.2	2.6	-	23.1	2.6	2.6
専門サービス	50	48.0	24.0	-	16.0	2.0	10.0
その他の非製造業	98	57.1	11.2	-	16.3	7.1	8.2

〔注〕回答企業数が5社以上の業種のみ。

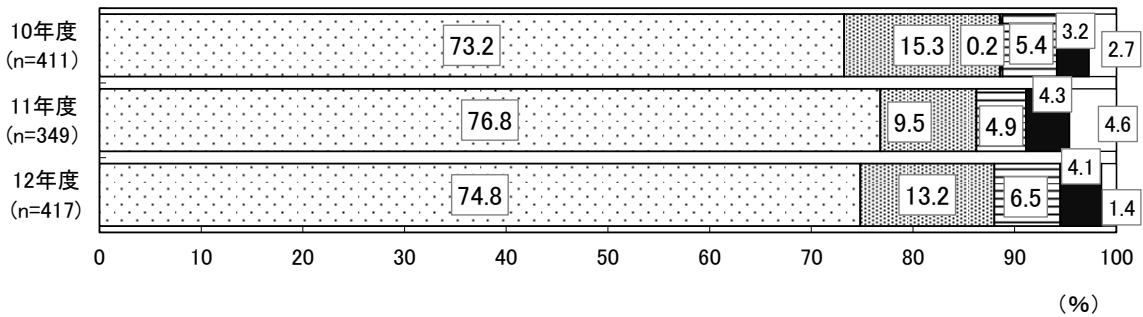
08年度からの推移をみると、「事業規模の拡大を図る」と回答した企業が69.2%を占め、前回調査(73.2%)から減少し、10年度調査並みの水準(69.0%)となった。企業規模別では、大企業は前回の76.8%から74.8%に、中小企業では71.4%から65.9%となった。

図表Ⅲ-15 海外での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)

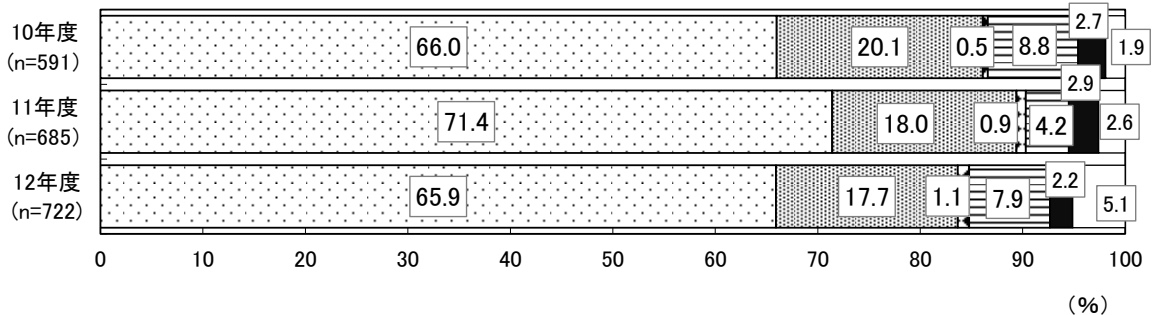
<全体>



<大企業>



<中小企業>



[注] 本表では、過去の調査結果と比較するため、ジェトロ・メンバーズ企業の回答に限定して集計。

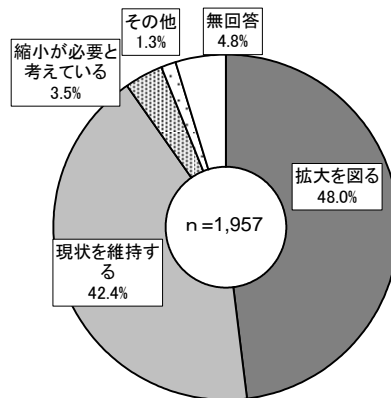
5. 国内での今後の事業展開

国内における今後（3年程度）の事業展開（新規投資、既存拠点の拡充）は、回答企業1,957社のうち48.0%（940社）が「拡大を図る」となっている。

業種別にみると、「情報・ソフトウェア」は74.4%（29社）が「拡大を図る」と高い割合である。これに対し、「現状を維持する」との回答は「窯業／土石」が65.2%（15社）、「一般機械」が60.3%（73社）、「自動車／自動車部品／その他輸送機器」が54.8%（46社）となっている。

また、「事業規模の拡大を図る」との回答が「現状を維持する」との回答を30ポイント以上、上回っている業種は「情報・ソフトウェア」（48.8ポイント差）、「医療品・化粧品」（42.9ポイント差）、「飲食料品」（38.0ポイント差）、「木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ」（34.2ポイント差）、「電気・ガス・水道」（33.4ポイント差）、「小売」（31.8ポイント差）の6業種であった。

図表Ⅲ-16 国内での今後（3年程度）の事業展開（全体）



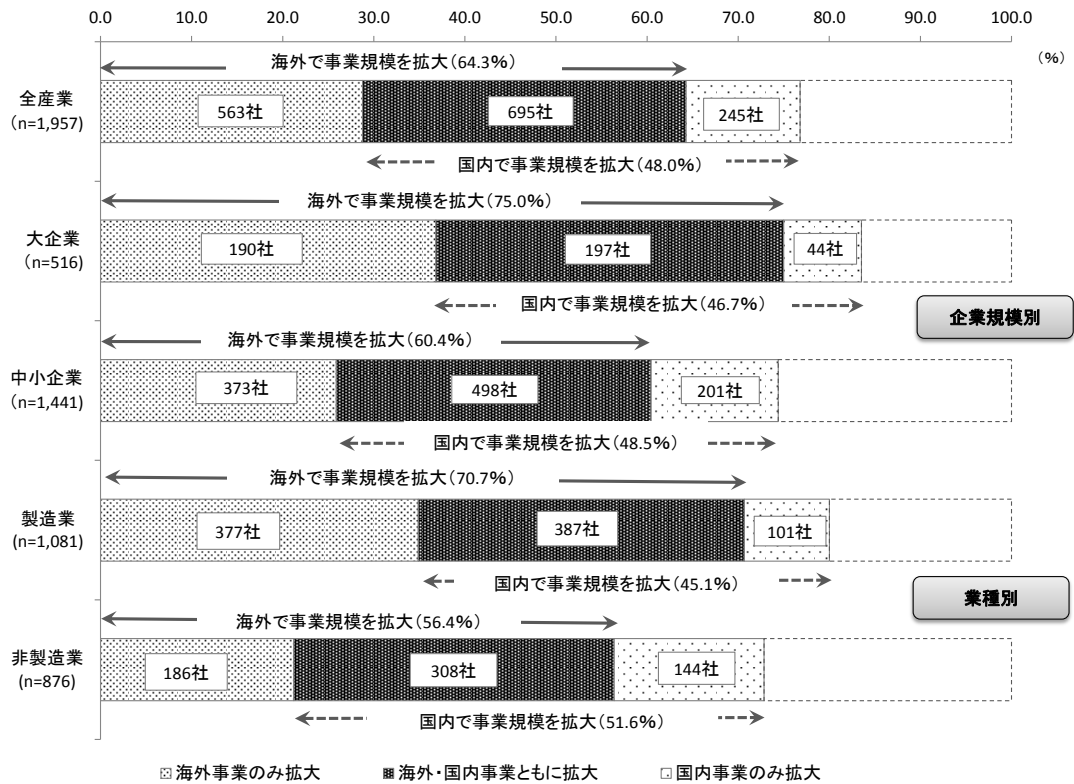
図表Ⅲ-17 国内での今後（3年程度）の事業展開（業種別）

	社数	拡大を図る	現状を維持する	縮小が必要と考えている	その他	無回答
総計	1,957	48.0	42.4	3.5	1.3	4.8
大企業	516	46.7	44.0	5.0	1.9	2.3
中小企業	1,441	48.5	41.8	2.9	1.1	5.7
製造業	1,081	45.1	44.9	4.7	1.1	4.2
非製造業	876	51.6	39.3	1.9	1.6	5.6
(参考)製造業／商社・卸・小売計	1,603	47.2	43.2	4.0	1.1	4.5
飲食料品	179	64.8	26.8	0.6	1.1	6.7
繊維・織物／アパレル	54	42.6	50.0	3.7	3.7	-
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	35	57.1	22.9	1.4	2.9	5.7
化学	66	40.9	50.0	6.1	-	3.0
医療品・化粧品	49	65.3	22.4	-	2.0	10.2
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	75	32.0	52.0	10.7	-	5.3
窯業・土石	23	26.1	65.2	8.7	-	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	128	44.5	46.9	3.1	1.6	3.9
一般機械	121	35.5	60.3	1.7	-	2.5
電気機械	69	46.4	44.9	2.9	1.4	4.3
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	40	35.0	52.5	10.0	2.5	-
自動車／自動車部品／その他輸送機器	84	23.8	54.8	16.7	1.2	3.6
精密機器	51	47.1	47.1	2.0	-	3.9
その他の製造業	107	46.7	45.8	2.8	0.9	3.7
商社・卸売	478	50.4	40.6	2.5	1.0	5.4
小売	44	63.6	31.8	2.3	-	2.3
建設	45	37.8	48.9	4.4	2.2	6.7
運輸	44	59.1	36.4	-	2.3	2.3
金融・保険	75	37.3	46.7	1.3	6.7	8.0
情報・ソフトウェア	39	74.4	25.6	-	-	-
専門サービス	50	44.0	40.0	2.0	2.0	12.0
その他の非製造業	98	60.2	32.7	-	1.0	6.1

〔注〕回答企業数が5社以上の業種のみ。

海外・国内での事業拡大方針を合わせてみると、海外、国内とも事業拡大を図ると回答した企業が695社と最多であった。企業規模別、業種別でも海外、国内ともに拡大するとの回答が最も多い。

図表Ⅲ-18 海外および国内で事業規模の拡大を図る企業（規模別、業種別）



図表Ⅲ-19 海外・国内で事業規模の拡大を図る上位10業種

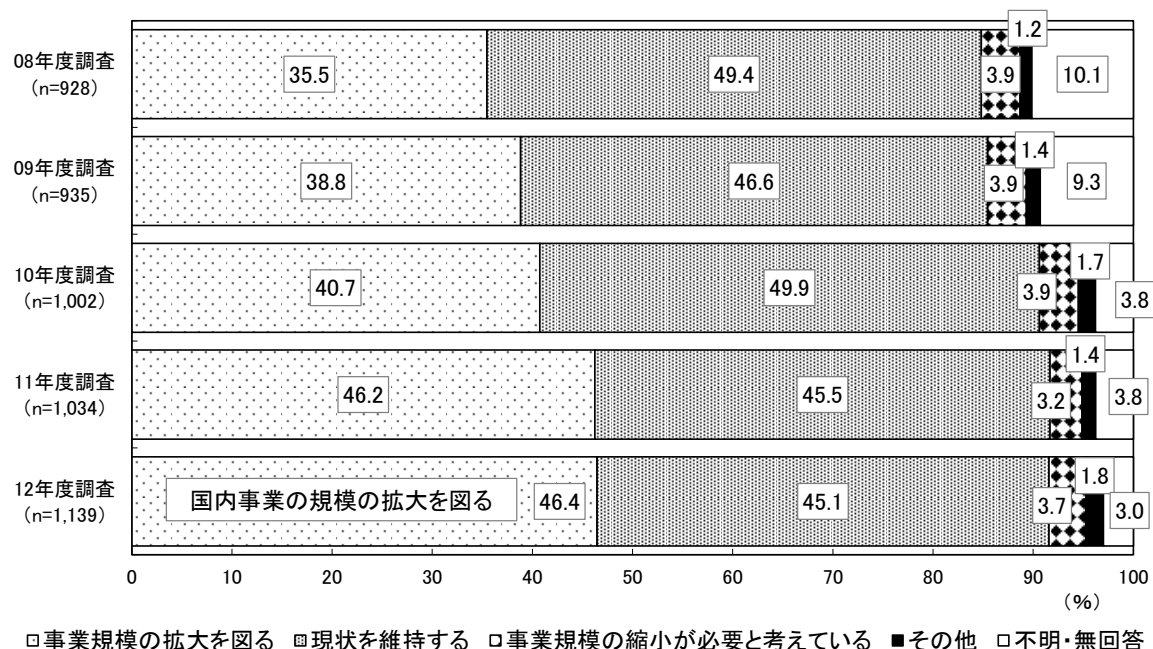
業種		回答数 (n)	拡大する企業数	比率 (%)
合計		1,957	1,258	64.3
海外事業拡大	1 化学	66	57	86.4
	2 窯業・土石	23	19	82.6
	3 自動車／自動車部品／その他輸送機器	84	68	81.0
	4 精密機器	51	39	76.5
	5 運輸	44	33	75.0
	6 電気機械	69	50	72.5
	7 情報通信機械器具／電子部品・デバイス	40	29	72.5
	8 一般機械	121	87	71.9
	9 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	75	52	69.3
	10 情報・ソフトウェア	39	27	69.2
合計		1,957	940	48.0
国内事業拡大	1 情報・ソフトウェア	39	29	74.4
	2 医療品・化粧品	49	32	65.3
	3 飲食品	179	116	64.8
	4 小売	44	28	63.6
	5 その他の非製造業	98	59	60.2
	6 運輸	44	26	59.1
	7 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	35	20	57.1
	8 商社・卸売	478	241	50.4
	9 精密機器	51	24	47.1
	10 その他の製造業	107	50	46.7

[注]回答企業数が5社以上の業種のみ。

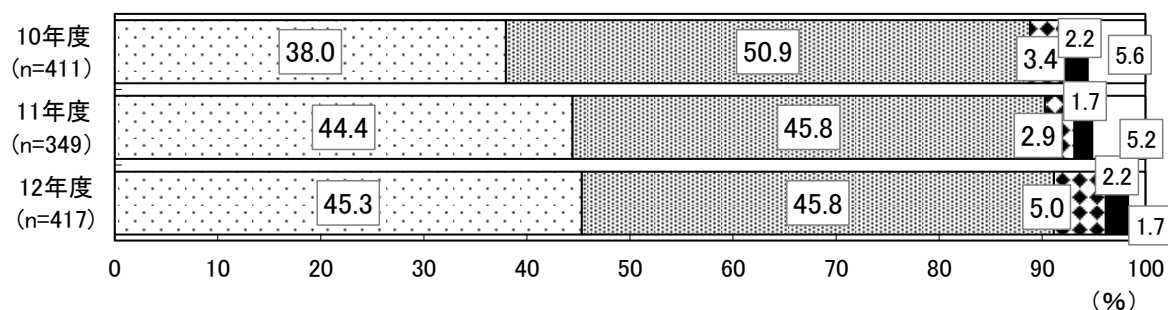
08年度からの推移をみると、国内で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業は46.4%と前回調査（46.2%）とほぼ同水準となった。企業規模別では、大企業は前回44.4%から45.3%に、中小企業は47.2%から47.1%と、大企業に比べて中小企業の回答比率が高かった

図表Ⅲ-20 国内での今後（3年程度）の事業展開（時系列比較）

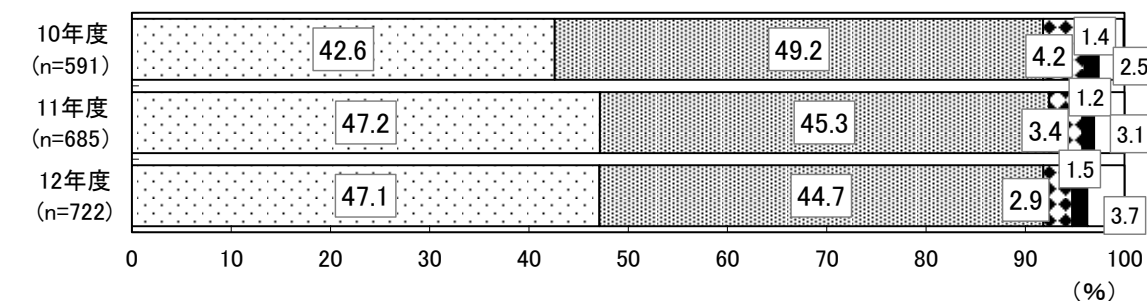
<全体>



<大企業>



<中小企業>

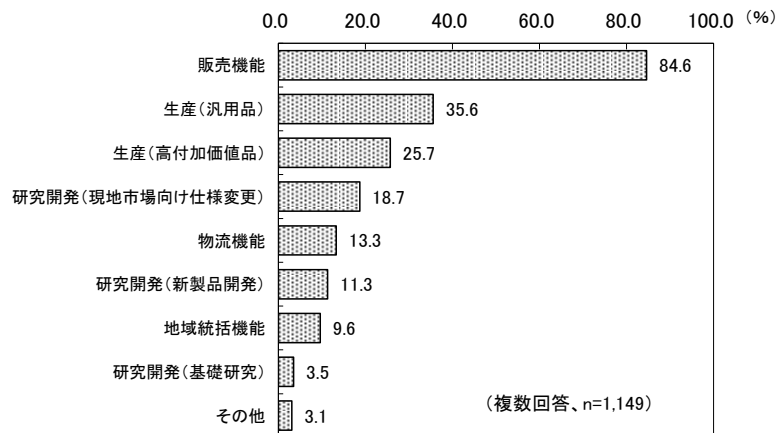


[注] 本表では、過去の調査結果と比較するため、ジェトロ・メンバーズ企業の回答に限定して集計。

6. 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84.6% (972社) で最も割合が高く、次いで「生産(汎用品)」が35.6% (409社) となっている。

図表Ⅲ-21 海外で拡大する機能(全体)



〔注〕母数は「事業規模の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。

「販売機能」は「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」が96.4% (28社中27社) で最も高く、次いで「小売」が95.0% (20社中19社)、「精密機器」94.3% (35社中33社)、「医薬品・化粧品」93.5% (31社中29社) と続く。「生産(汎用品)」では「自動車／自動車部品／その他輸送機器」が69.8% (63社中44社) と最も高く、次いで「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」67.9% (28社中19社)、「窯業・土石」64.7% (17社中11社) となっている。また、「研究開発(現地市場向け仕様変更)」は「化学」が40.7% (54社中22社) で最も高くなっている。

図表Ⅲ-22 海外で拡大する機能(業種別)

	社数	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)	(汎用品)	(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)	(基礎研究)	(新製品開発+現地市場向け仕様変更)				(新製品開発)	(現地市場向け仕様変更)
総計	1,149	84.6	47.7	35.6	25.7	24.9	3.5	24.3	11.3	18.7	9.6	13.3	3.1
大企業	366	83.6	57.1	45.9	30.3	26.2	3.3	25.7	12.6	21.6	14.5	17.8	4.4
中小企業	783	85.1	43.3	30.8	23.5	24.3	3.6	23.6	10.7	17.4	7.3	11.2	2.6
製造業	700	87.3	63.1	49.6	32.7	33.3	4.1	32.9	14.7	26.4	11.1	10.0	0.7
非製造業	449	80.4	23.6	13.8	14.7	11.8	2.4	10.9	6.0	6.7	7.1	18.5	6.9
(参考)製造業/商社・卸・小売計	984	88.8	53.0	40.1	28.2	27.1	3.6	26.7	12.5	20.6	9.7	11.9	0.8
飲食料品	106	90.6	44.3	34.9	24.5	36.8	4.7	35.8	22.8	28.3	10.4	9.4	-
繊維・織物/アパレル	29	75.9	72.4	48.3	37.9	34.5	-	34.5	20.7	17.2	3.4	10.3	-
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	21	90.5	61.9	47.6	47.6	38.1	14.3	38.1	23.8	23.8	14.3	19.0	-
化学	54	85.2	77.8	55.6	48.1	44.4	7.4	44.4	20.4	40.7	20.4	11.1	1.9
医薬品/化粧品	31	93.5	41.9	29.0	16.1	32.3	9.7	32.3	22.6	19.4	18.4	9.7	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	52	84.6	76.9	57.7	48.1	34.6	3.8	34.6	9.6	30.8	13.5	11.5	-
窯業・土石	17	88.2	76.5	64.7	41.2	17.6	5.9	17.6	11.8	17.6	11.8	11.8	5.9
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	80	82.5	72.5	56.3	41.3	22.5	2.5	22.5	10.0	16.3	8.8	12.5	1.3
一般機械	81	92.6	53.1	46.9	12.3	25.9	2.5	25.9	2.5	25.9	8.6	7.4	-
電気機械	46	91.3	63.0	50.0	30.4	37.0	4.3	34.8	17.4	26.1	13.0	8.7	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	28	96.4	75.0	67.9	32.1	32.1	3.6	32.1	10.7	25.0	7.1	-	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	63	71.4	85.7	69.8	42.9	36.5	1.6	36.5	12.7	31.7	9.5	9.5	1.6
精密機器	35	94.3	42.9	31.4	17.1	34.3	2.9	31.4	17.1	25.7	5.7	11.4	-
その他の製造業	57	91.2	57.9	45.6	35.1	36.8	3.5	36.8	14.0	28.1	12.3	10.5	1.8
商社・卸売	264	92.4	27.7	16.3	16.7	11.4	1.9	11.0	6.4	6.1	6.4	15.9	1.1
小売	20	95.0	35.0	25.0	20.0	20.0	5.0	20.0	15.0	10.0	-	25.0	-
建設	26	76.9	15.4	11.5	7.7	11.5	3.8	7.7	3.8	3.8	7.7	-	15.4
運輸	30	13.3	-	-	-	-	-	-	-	-	10.0	90.0	3.3
金融・保険	12	25.0	-	-	-	-	-	-	-	-	16.7	-	66.7
情報/ソフトウェア	27	81.5	25.9	7.4	22.2	18.5	3.7	18.5	7.4	14.8	3.7	-	7.4
専門サービス	20	45.0	5.0	-	5.0	15.0	5.0	10.0	10.0	-	15.0	10.0	45.0
その他の非製造業	49	81.6	28.6	18.4	18.4	16.3	4.1	14.3	4.1	14.3	8.2	14.3	6.1

〔注〕①母数は「事業規模の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。②回答企業社数が5社以上の業種のみ。

海外で事業展開を拡大する国・地域を機能別にみると、全ての機能で中国が最も高く、研究開発（基礎研究、新製品開発）、地域統括拠点を除いて、タイが2位となった。

中国以外に機能拡大を図る国・地域としては、大企業ではタイ、インドネシア、インド、米国が販売、生産を中心に他の国・地域よりも一段と比率が高かったのに対し、中小企業では販売機能において、タイ、インドネシア、米国、台湾で回答率が高くなっている。

図表Ⅲ-23 海外で拡大する機能・地域（国・地域別）－ 全産業

(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)	研究開発					地域統括 機能	物流 機能	その他
					(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	49.3	26.2	19.7	13.9	13.5	1.7	13.2	5.7	10.3	3.8	6.4	1.5
香港	13.5	1.5	0.7	1.0	1.5	0.2	1.3	0.5	1.0	1.2	1.8	0.3
台湾	18.7	4.6	2.5	3.4	3.7	0.6	3.6	1.7	2.4	0.9	1.3	0.1
韓国	15.8	4.4	2.8	2.5	3.3	0.2	3.2	1.3	2.3	0.4	1.0	0.2
シンガポール	14.2	2.4	1.3	1.8	2.1	0.3	1.9	1.0	1.6	2.4	2.0	0.6
タイ	33.2	14.6	10.8	7.0	6.6	0.3	6.6	2.1	5.7	1.9	3.7	1.3
マレーシア	13.1	3.7	2.4	2.2	2.4	0.3	2.3	0.8	1.9	0.3	0.8	0.3
インドネシア	26.7	9.1	7.3	3.3	4.2	0.5	4.2	1.5	3.6	0.7	2.6	1.0
フィリピン	5.6	2.0	1.3	0.9	1.0	-	1.0	0.3	0.7	0.2	0.4	0.3
ベトナム	18.5	10.1	7.9	3.7	2.6	0.3	2.5	0.8	2.0	1.1	2.3	1.3
インド	15.8	5.6	4.2	2.4	2.4	0.2	2.3	0.4	2.0	0.7	1.2	1.0
豪州	3.3	0.4	0.1	0.4	0.6	0.1	0.6	0.3	0.5	-	-	-
ニュージーランド	1.0	0.2	0.1	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-
アジア大洋州その他	3.4	2.3	2.0	0.4	0.3	0.1	0.3	0.3	0.1	0.3	0.3	0.2
米国	21.9	6.4	3.7	4.3	6.1	0.5	6.1	3.2	4.2	1.9	1.8	0.3
カナダ	2.4	0.3	-	0.3	0.6	-	0.6	0.3	0.3	0.1	-	-
メキシコ	4.4	2.3	1.7	1.1	0.5	-	0.5	0.3	0.4	0.2	0.3	-
ブラジル	7.3	1.7	1.4	0.9	0.7	-	0.7	0.2	0.6	0.6	0.6	0.3
その他中南米	1.6	0.3	0.3	0.2	0.1	-	0.1	0.1	-	0.1	0.1	-
西欧	12.8	2.3	1.0	1.7	3.0	0.2	3.0	1.4	1.7	1.5	0.4	0.1
中・東欧	3.6	0.7	0.4	0.5	0.6	-	0.6	0.3	0.3	0.3	0.3	-
ロシア・CIS	5.2	0.7	0.7	0.2	0.7	-	0.7	0.3	0.3	0.1	0.4	0.1
トルコ	1.6	0.3	0.3	0.1	0.2	-	0.2	0.1	0.2	0.3	0.1	0.1
その他中東	2.9	0.5	0.3	0.2	0.6	-	0.6	0.3	0.4	0.5	0.1	0.3
南アフリカ共和国	0.9	-	-	-	0.2	-	0.2	0.2	-	-	-	-
その他アフリカ	1.3	0.3	0.1	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-

[注] 母数は「事業規模の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。

図表Ⅲ-24 海外で拡大する機能・地域（国・地域別）－ 大企業

(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 (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
			(汎用品)	(高付加 価値品)								
中国	60.9	38.5	31.1	19.1	18.3	1.6	18.0	7.9	14.5	6.8	9.3	2.7
香港	9.3	1.6	0.8	1.1	0.3	-	0.3	-	0.3	1.4	2.7	0.8
台湾	12.3	4.6	3.3	2.5	2.5	0.8	2.2	1.1	1.4	0.5	1.1	-
韓国	11.7	5.2	3.3	2.7	1.6	0.5	1.4	0.5	1.1	0.5	1.1	0.3
シンガポール	11.7	2.5	1.4	1.6	1.1	0.3	1.1	0.3	1.1	5.2	2.7	1.1
タイ	37.2	20.8	15.0	10.7	6.3	0.3	6.3	2.2	6.0	2.5	6.3	2.7
マレーシア	10.9	4.6	3.3	2.5	1.6	0.3	1.4	0.5	0.8	-	0.8	0.5
インドネシア	35.0	17.5	15.0	5.2	3.8	0.5	3.8	1.6	3.8	0.5	4.6	1.9
フィリピン	4.9	2.7	1.9	1.1	0.3	-	0.3	-	0.3	-	1.4	0.8
ベトナム	19.1	13.7	11.2	3.8	0.8	0.3	0.8	0.3	0.5	0.5	4.1	3.0
インド	23.5	11.7	9.6	5.2	4.4	0.3	4.1	0.5	3.6	1.1	2.5	1.4
豪州	3.8	0.3	0.3	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-
ニュージーランド	0.5	0.3	0.3	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-
アジア大洋州その他	3.3	1.6	1.6	0.3	-	-	-	-	-	-	0.3	-
米国	21.9	10.9	7.4	6.8	7.1	0.3	7.1	3.0	5.2	3.6	2.5	0.5
カナダ	0.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
メキシコ	9.0	5.7	4.4	3.0	1.1	-	1.1	0.5	0.8	0.3	0.8	-
ブラジル	10.9	3.8	3.3	1.9	0.8	-	0.8	-	0.8	1.1	1.1	0.5
その他中南米	1.9	0.5	0.5	0.3	-	-	-	-	-	0.3	0.3	-
西欧	9.6	3.0	1.1	2.2	3.3	-	3.3	1.1	2.2	3.8	0.5	0.3
中・東欧	2.2	1.4	1.1	1.1	0.5	-	0.5	0.3	0.3	0.8	0.5	-
ロシア・CIS	6.0	1.9	1.9	0.5	0.5	-	0.5	-	0.5	-	1.1	-
トルコ	2.2	0.5	0.5	-	0.3	-	0.3	-	0.3	0.3	0.3	0.3
その他中東	3.6	1.1	0.8	0.3	0.3	-	0.3	-	0.3	1.1	-	0.5
その他アフリカ	1.6	0.5	0.3	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-

[注] 母数は「事業規模の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。

図表Ⅲ-25 海外で拡大する機能・地域（国・地域別）－ 中小企業

(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 (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
			(汎用品)	(高付加 価値品)								
中国	43.8	20.4	14.3	11.5	11.2	1.7	11.0	4.6	8.3	2.4	5.1	0.9
香港	15.5	1.4	0.6	1.0	2.0	0.3	1.8	0.8	1.4	1.1	1.4	-
台湾	21.7	4.6	2.2	3.8	4.2	0.5	4.2	1.9	2.9	1.0	1.4	0.1
韓国	17.6	4.1	2.6	2.4	4.1	-	4.1	1.7	2.9	0.4	1.0	0.1
シンガポール	15.3	2.4	1.3	1.9	2.6	0.4	2.3	1.3	1.8	1.1	1.7	0.4
タイ	31.3	11.7	8.8	5.4	6.8	0.4	6.8	2.0	5.6	1.7	2.4	0.6
マレーシア	14.0	3.3	2.0	2.0	2.8	0.3	2.8	0.9	2.4	0.4	0.8	0.1
インドネシア	22.9	5.2	3.7	2.4	4.3	0.5	4.3	1.4	3.4	0.8	1.7	0.5
フィリピン	5.9	1.7	1.0	0.8	1.3	-	1.3	0.4	0.9	0.3	-	0.1
ベトナム	18.3	8.4	6.4	3.6	3.4	0.4	3.3	1.0	2.7	1.4	1.4	0.5
インド	12.3	2.7	1.7	1.1	1.5	0.1	1.5	0.4	1.3	0.5	0.6	0.8
豪州	3.1	0.5	-	0.5	0.9	0.1	0.9	0.5	0.8	-	-	-
ニュージーランド	1.1	0.1	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-
アジア大洋州その他	3.4	2.7	2.2	0.5	0.5	0.1	0.5	0.4	0.1	0.5	0.4	0.3
米国	22.0	4.2	2.0	3.1	5.6	0.6	5.6	3.3	3.7	1.1	1.5	0.1
カナダ	3.2	0.4	-	0.4	0.9	-	0.9	0.4	0.5	0.1	-	-
メキシコ	2.3	0.6	0.4	0.3	0.3	-	0.3	0.1	0.3	0.1	-	-
ブラジル	5.6	0.8	0.5	0.4	0.6	-	0.6	0.3	0.5	0.4	0.4	0.1
その他中南米	1.4	0.3	0.1	0.1	0.1	-	0.1	0.1	-	-	-	-
西欧	14.3	2.0	0.9	1.4	2.9	0.3	2.8	1.5	1.5	0.4	0.4	-
中・東欧	4.2	0.4	0.1	0.3	0.6	-	0.6	0.4	0.4	0.1	0.1	-
ロシア・CIS	4.9	0.1	0.1	-	0.8	-	0.8	0.5	0.3	0.1	0.1	0.1
トルコ	1.3	0.3	0.1	0.1	0.1	-	0.1	0.1	0.1	0.3	-	-
その他中東	2.6	0.3	0.1	0.1	0.8	-	0.8	0.5	0.5	0.3	0.1	0.1
南アフリカ共和国	1.3	-	-	-	0.3	-	0.3	0.3	-	-	-	-
その他アフリカ	1.1	0.1	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-

[注] 母数は「事業規模の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。

図表Ⅲ-26 海外で拡大する機能と国・地域別順位表

(複数回答、%)

販売機能			生産 (汎用品+高付加価値品)								
順位	国・地域名	12年度実績	生産(汎用品)				生産(高付加価値品)				
			順位	国・地域名	12年度実績	順位	国・地域名	12年度実績	順位	国・地域名	12年度実績
1	中国	49.3	1	中国	26.2	1	中国	19.7	1	中国	13.9
2	タイ	33.2	2	タイ	14.6	2	タイ	10.8	2	タイ	7.0
3	インドネシア	26.7	3	ベトナム	10.1	3	ベトナム	7.9	3	米国	4.3
4	米国	21.9	4	インドネシア	9.1	4	インドネシア	7.3	4	ベトナム	3.7
5	台湾	18.7	5	米国	6.4	5	インド	4.2	5	台湾	3.4
6	ベトナム	18.5	6	インド	5.6	6	米国	3.7	6	インドネシア	3.3
7	インド	15.8	7	台湾	4.6	7	韓国	2.8	7	韓国	2.5
7	韓国	15.8	7	韓国	4.4	8	台湾	2.5	8	インド	2.4
9	シンガポール	14.2	9	マレーシア	3.7	9	マレーシア	2.4	9	マレーシア	2.2
10	香港	13.5	10	シンガポール	2.4	10	その他アジア大洋州	2.0	10	シンガポール	1.8
11	マレーシア	13.1	11	その他アジア大洋州	2.3	11	メキシコ	1.7	11	西欧	1.7
12	西欧	12.8	11	西欧	2.3	12	ブラジル	1.4	12	メキシコ	1.1
13	ブラジル	7.3	11	メキシコ	2.3	13	シンガポール	1.3	13	香港	1.0
14	フィリピン	5.6	14	フィリピン	2.0	13	フィリピン	1.3	14	フィリピン	0.9
15	ロシア・CIS	5.2	15	ブラジル	1.7	15	西欧	1.0	14	ブラジル	0.9

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)			研究開発(現地市場向け仕様変更)		
順位	国・地域名	12年度実績	順位	国・地域名	12年度実績	順位	国・地域名	12年度実績	順位	国・地域名	12年度実績
1	中国	13.5	1	中国	1.7	1	中国	5.7	1	中国	10.3
2	タイ	6.6	2	台湾	0.6	2	米国	3.2	2	タイ	5.7
3	米国	6.1	3	インドネシア	0.5	3	タイ	2.1	3	米国	4.2
4	インドネシア	4.2	3	米国	0.5	4	台湾	1.7	4	インドネシア	3.6
5	台湾	3.7	5	シンガポール	0.3	5	インドネシア	1.5	5	台湾	2.4
6	韓国	3.3	5	タイ	0.3	6	西欧	1.4	6	韓国	2.3
7	西欧	3.0	5	ベトナム	0.3	7	韓国	1.3	7	ベトナム	2.0
8	ベトナム	2.6	8	マレーシア	0.3	8	シンガポール	1.0	7	インド	2.0
9	インド	2.4	9	香港	0.2	9	マレーシア	0.8	9	マレーシア	1.9
9	マレーシア	2.4	9	韓国	0.2	9	ベトナム	0.8	10	西欧	1.7
11	シンガポール	2.1	9	インド	0.2	11	香港	0.5	11	シンガポール	1.6
12	香港	1.5	9	西欧	0.2	12	インド	0.4	12	香港	1.0
13	フィリピン	1.0	13	豪州	0.1	13	豪州	0.3	13	フィリピン	0.7
14	ブラジル	0.7	14	その他アジア大洋州	0.1	13	中・東欧	0.3	14	ブラジル	0.6
14	ロシア・CIS	0.7		-		13	ロシア・CIS	0.3	15	豪州	0.5

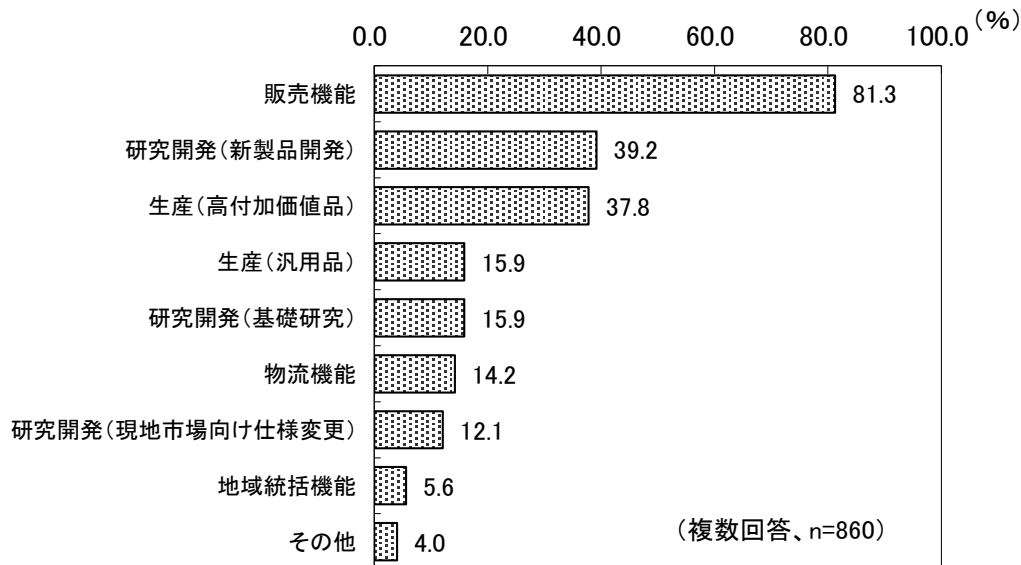
地域統括機能			物流機能		
順位	国・地域名	12年度実績	順位	国・地域名	12年度実績
1	中国	3.8	1	中国	6.4
2	シンガポール	2.4	2	タイ	3.7
3	タイ	1.9	3	インドネシア	2.6
3	米国	1.9	4	ベトナム	2.3
5	西欧	1.5	5	シンガポール	2.0
6	香港	1.2	6	香港	1.8
7	ベトナム	1.1	6	米国	1.8
8	台湾	0.9	8	台湾	1.3
9	インドネシア	0.7	9	インド	1.2
9	インド	0.7	10	韓国	1.0
11	ブラジル	0.6	11	マレーシア	0.8
12	その他中東	0.5	12	ブラジル	0.6
13	韓国	0.4	13	フィリピン	0.4
14	その他アジア大洋州	0.3	13	西欧	0.4
14	中・東欧	0.3	13	ロシア・CIS	0.4

[注] 母数は「事業規模の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。

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81.3% (699社) で最も高く、以下「研究開発 (新製品開発)」が39.2% (337社)、「生産 (高付加価値品)」が37.8% (325社) と続く。

図表Ⅲ-27 国内で拡大する機能 (全体)



[注] 母数は「事業規模の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。

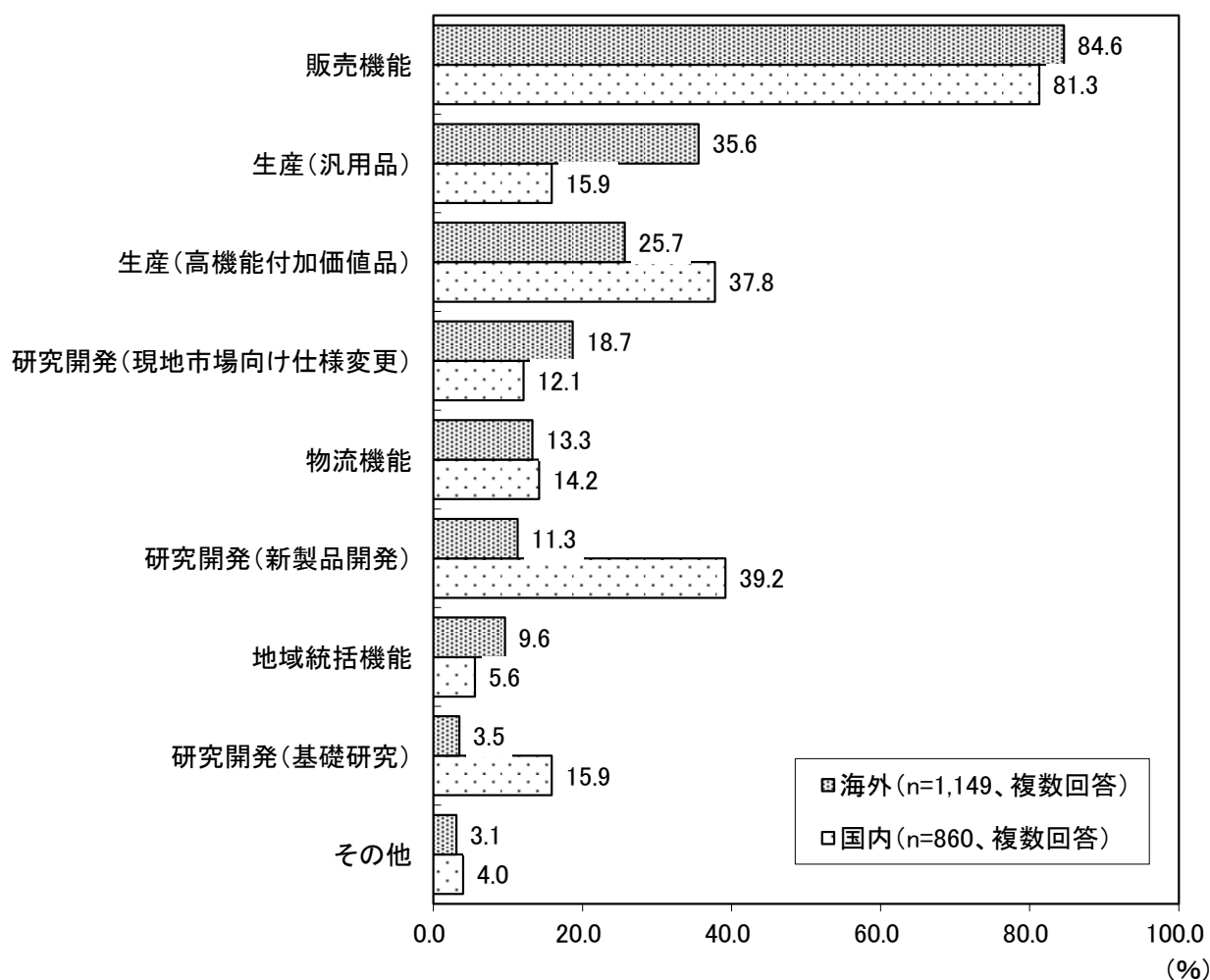
図表Ⅲ-28 国内で拡大する機能 (業種別)

	社数	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)	(汎用品)	(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)	(基礎研究)	(新製品開発+現地市場向け仕様変更)	(新製品開発)				(現地市場向け仕様変更)
総計	860	81.3	42.9	15.9	37.8	42.8	15.9	40.5	39.2	12.1	5.6	14.2	4.0
大企業	215	72.6	41.4	15.3	35.8	39.5	20.5	37.2	36.3	13.5	4.2	15.3	7.9
中小企業	645	84.2	43.4	16.1	38.4	43.9	14.4	41.6	40.2	11.6	6.0	13.8	2.6
製造業	461	83.1	60.3	23.2	54.2	60.3	23.9	57.5	56.0	18.7	7.8	11.5	0.7
非製造業	399	79.2	22.8	7.5	18.8	22.6	6.8	20.8	19.8	4.5	3.0	17.3	7.8
(参考)製造業/商社・卸・小売計	705	85.8	47.7	17.9	42.3	47.7	17.9	45.4	44.1	13.6	6.4	13.3	1.4
飲食料品	110	89.3	57.3	24.5	49.1	53.6	15.5	52.7	51.8	17.3	8.4	13.6	0.9
繊維・織物/アパレル	22	77.3	68.2	40.9	63.6	77.3	31.8	77.3	77.3	13.6	22.7	22.7	-
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	20	95.0	70.0	25.0	70.0	55.0	30.0	55.0	55.0	20.0	10.0	20.0	-
化学	25	88.0	80.0	16.0	80.0	72.0	36.0	68.0	68.0	32.0	12.0	12.0	-
医薬品/化粧品	31	84.5	64.5	25.6	61.3	71.0	19.4	71.0	61.3	19.4	6.5	22.6	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	24	87.5	79.2	37.5	70.8	58.3	29.2	58.3	58.3	20.8	-	4.2	-
産業・土石	6	100.0	83.3	66.7	66.7	83.3	33.3	66.7	66.7	33.3	-	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	53	77.4	69.8	18.9	64.2	54.7	24.5	50.9	50.9	11.3	5.7	5.7	-
一般機械	40	85.0	57.5	20.0	47.5	65.0	27.5	60.0	57.5	15.0	10.0	5.0	5.0
電気機械	29	82.8	48.3	24.1	44.8	65.5	27.6	65.5	65.5	31.0	13.8	10.3	-
情報通信機器/電子部品/デバイス	14	78.6	57.1	-	57.1	64.3	28.6	57.1	50.0	28.6	-	7.1	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	18	55.6	61.1	22.2	50.0	72.2	38.9	55.6	55.6	22.2	5.6	22.2	-
精密機器	23	78.3	43.5	8.7	43.5	52.2	21.7	43.5	39.1	21.7	13.0	17.4	-
その他の製造業	46	91.3	41.3	21.7	32.6	52.2	17.4	52.2	52.2	10.9	4.3	2.2	-
商社・卸売	219	90.4	22.8	7.3	18.3	23.3	5.9	21.9	21.0	3.7	3.7	16.4	2.7
小売	25	96.0	32.0	12.0	32.0	28.0	12.0	28.0	28.0	8.0	4.0	20.0	4.0
建設	15	86.7	40.0	13.3	26.7	33.3	20.0	26.7	26.7	-	6.7	-	6.7
運輸	25	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84.0	4.0
金融・保険	22	40.9	4.5	-	4.5	4.5	-	4.5	4.5	-	-	-	59.1
情報・ソフトウェア	25	76.0	20.0	4.0	20.0	52.0	12.0	52.0	48.0	20.0	-	-	4.0
専門サービス	17	52.9	11.8	5.8	11.8	23.5	11.8	11.8	11.8	-	-	-	35.3
その他の非製造業	50	78.0	38.0	14.0	30.0	18.0	6.0	16.0	14.0	6.0	4.0	14.0	2.0

[注] ①母数は「事業規模の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。②回答企業社数が5社以上の業種のみ。

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」、「生産（汎用品）」、「研究開発（現地市場向け仕様変更）」、「地域統括機能」は、国内より海外での拡大の割合が高くなっている。

図表Ⅲ-29 国内と海外で拡大する機能



[注] 母数は「事業規模の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。

8. 雇用と設備投資

海外で「雇用・設備投資を増加する」と回答した企業をみると、「雇用増加」は15.9%（200社）、「設備投資増加」は14.4%（181社）となっている。

業種別では、雇用・設備投資ともに、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」および「鉄鋼/非鉄金属/金属製品」でも割合が高い。また海外で増加する雇用・設備投資を国別に見ると、大企業・中小企業ともに中国を挙げる割合が高い。

図表Ⅲ-30 海外・国内で増加する雇用・設備投資（業種別）

【海外】				【国内】			
	社数	雇用増加	設備投資増加		社数	雇用増加	設備投資増加
総計	1,258	15.9	14.4	総計	940	16.9	15.6
大企業	387	23.3	23.0	大企業	241	10.4	13.3
中小企業	871	12.6	10.6	中小企業	699	19.2	16.5
製造業	764	17.9	18.5	製造業	488	16.0	20.5
非製造業	494	12.8	8.1	非製造業	452	17.9	10.4
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,073	16.2	14.8	(参考)製造業/商社・卸・小売計	757	16.0	16.4
飲食料品	117	12.8	13.7	飲食料品	116	12.9	21.6
繊維・織物/アパレル	34	14.7	17.6	繊維・織物/アパレル	23	13.0	21.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	24	16.7	12.5	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	20	25.0	15.0
化学	57	17.5	24.6	化学	27	29.6	29.6
医薬品・化粧品	33	18.2	12.1	医薬品・化粧品	32	21.9	28.1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	52	19.2	23.1	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	24	12.5	20.8
窯業・土石	19	21.1	15.8	窯業・土石	6	16.7	16.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	88	26.1	28.4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	57	17.5	33.3
一般機械	87	23.0	18.4	一般機械	43	16.3	14.0
電気機械	50	10.0	8.0	電気機械	32	9.4	6.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	29	6.9	10.3	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	14	28.6	21.4
自動車/自動車部品/その他輸送機器	68	29.4	32.4	自動車/自動車部品/その他輸送機器	20	10.0	15.0
精密機器	39	10.3	10.3	精密機器	24	8.3	8.3
その他の製造業	67	13.4	13.4	その他の製造業	50	16.0	18.0
商社・卸売	288	11.5	5.2	商社・卸売	241	14.9	7.9
小売	21	19.0	14.3	小売	28	25.0	17.9
建設	29	10.3	10.3	建設	17	23.5	11.8
運輸	33	12.1	12.1	運輸	26	15.4	15.4
金融・保険	15	20.0	6.7	金融・保険	28	14.3	10.7
情報・ソフトウェア	27	11.1	3.7	情報・ソフトウェア	29	31.0	6.9
専門サービス	24	8.3	8.3	専門サービス	22	18.2	9.1
その他の非製造業	56	19.6	17.9	その他の非製造業	59	22.0	15.3

〔注〕 回答企業社数が5社以上の業種のみ。

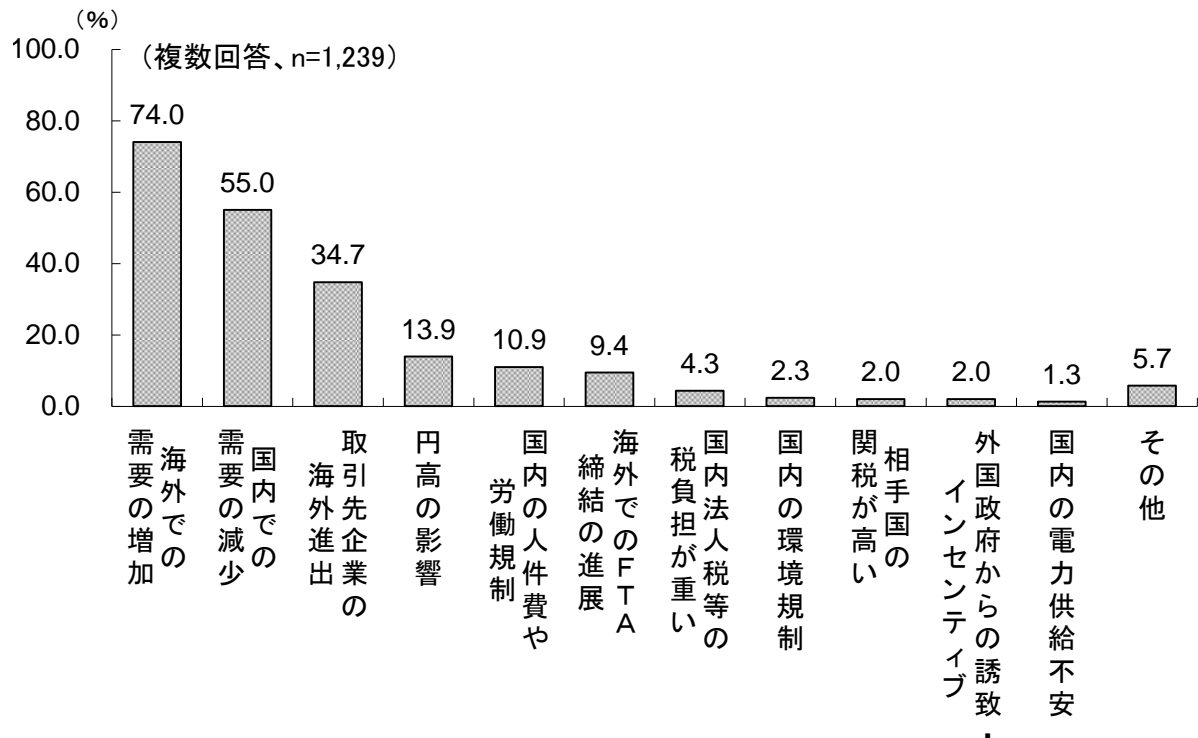
図表Ⅲ-31 海外で増加する雇用と設備投資・地域（国・地域別）

【全体】			【大企業】			【中小企業】		
	雇用増加	設備投資増加		雇用増加	設備投資増加		雇用増加	設備投資増加
中国	6.8	6.4	中国	11.4	11.6	中国	4.7	4.0
香港	0.6	0.2	香港	0.8	0.3	香港	0.6	0.2
台湾	0.8	0.8	台湾	0.8	0.8	台湾	0.8	0.8
韓国	0.7	0.5	韓国	1.0	0.8	韓国	0.6	0.3
シンガポール	1.3	0.6	シンガポール	3.4	1.3	シンガポール	0.3	0.3
タイ	4.3	4.9	タイ	7.8	8.5	タイ	2.8	3.3
マレーシア	0.7	0.7	マレーシア	1.8	2.1	マレーシア	0.2	0.1
インドネシア	3.0	3.0	インドネシア	7.5	6.5	インドネシア	1.0	1.5
フィリピン	0.7	0.9	フィリピン	1.6	1.3	フィリピン	0.3	0.7
ベトナム	2.5	2.7	ベトナム	4.4	4.9	ベトナム	1.7	1.7
インド	2.1	2.4	インド	5.9	6.5	インド	0.5	0.6
豪州	0.2	0.2	豪州	0.5	0.8	豪州	0.0	0.0
ニュージーランド	—	—	ニュージーランド	—	—	ニュージーランド	—	—
アジア大洋州その他	0.7	0.6	アジア大洋州その他	1.0	0.8	アジア大洋州その他	0.6	0.5
米国	2.0	1.7	米国	3.9	3.6	米国	1.1	0.8
カナダ	0.0	0.1	カナダ	0.0	0.3	カナダ	0.0	0.0
メキシコ	0.6	0.8	メキシコ	2.1	2.3	メキシコ	0.0	0.1
ブラジル	0.6	0.9	ブラジル	1.6	2.1	ブラジル	0.2	0.3
その他中南米	0.1	0.2	その他中南米	0.0	0.5	その他中南米	0.1	0.1
西欧	0.8	0.6	西欧	1.8	1.6	西欧	0.3	0.2
中・東欧	0.1	—	中・東欧	0.3	—	中・東欧	0.0	—
ロシア・CIS	0.2	0.2	ロシア・CIS	0.3	0.3	ロシア・CIS	0.1	0.1
トルコ	0.1	0.0	トルコ	0.3	0.0	トルコ	0.0	0.0
その他中東	0.3	0.0	その他中東	1.0	0.0	その他中東	0.0	0.0
南アフリカ共和国	—	—	南アフリカ共和国	—	—	南アフリカ共和国	—	—
その他アフリカ	—	0.1	その他アフリカ	—	0.3	その他アフリカ	—	0.0

9. 海外進出をする理由

海外で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業にその理由を尋ねたところ、「海外での需要の増加」が74.0% (917社) で最も高く、次いで「国内での需要の減少」が55.0% (681社)、「取引先企業の海外進出」が34.7% (430社) となっている。

図表Ⅲ-32 今後（3年程度）に海外で事業の拡大を図る理由（全体）



[注] 母数は「事業規模の拡大を図る」企業のうち、理由について無回答の企業数を除いた数。

図表Ⅲ-33 今後（3年程度）に海外で事業の拡大を図る理由（業種別）

	社数	(複数回答、%)											
		海外での需要の増加	国内での需要の減少	取引先企業の海外進出	円高の影響	国内の人的労働規制	海外でのFTA締結の進展	国内法人税等の税負担が重い	国内の環境規制	相手国の関税が高い	外国政府からの誘致・インセンティブ	国内の電力供給不安	その他
総計	1,239	74.0	55.0	34.7	13.9	10.9	9.4	4.3	2.3	2.0	2.0	1.3	5.7
大企業	386	81.9	60.4	48.7	18.7	10.4	8.8	2.1	0.5	3.1	2.8	2.1	4.1
中小企業	853	70.5	52.5	28.4	11.7	11.1	9.6	5.3	3.0	1.5	1.6	0.9	6.4
製造業	753	74.4	60.4	33.5	17.1	13.1	9.6	4.4	2.5	2.9	2.3	1.7	4.9
非製造業	486	73.5	46.5	36.6	8.8	7.4	9.1	4.1	1.9	0.6	1.6	0.6	7.0
(参考) 製造業/商社・卸・小売計	1,055	73.7	57.7	32.6	15.5	11.7	9.8	4.4	2.3	2.2	1.3	6.1	
飲食料品	115	75.7	60.9	12.2	1.7	4.3	9.6	4.3	2.6	3.5	1.7	0.9	7.0
繊維・織物/アパレル	34	52.9	64.7	8.8	5.9	20.6	8.8	11.8	-	-	-	2.9	11.8
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	24	70.8	58.3	12.5	12.5	25.0	20.8	-	4.2	-	4.2	-	-
化学	57	78.9	70.2	52.6	28.1	12.3	10.5	3.5	5.3	1.8	3.5	-	5.3
医薬品/化粧品	33	72.7	48.5	18.2	3.0	6.1	9.1	-	3.0	-	-	-	12.1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	52	78.8	65.4	46.2	26.9	11.5	3.8	3.8	-	5.8	1.9	-	1.9
窯業・土石	19	63.2	68.4	42.1	26.3	15.8	15.8	-	5.3	-	-	5.3	5.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	86	67.4	60.5	45.3	17.4	23.3	7.0	4.7	2.3	3.5	2.3	3.5	5.8
一般機械	86	75.6	68.6	36.0	20.9	14.0	10.5	2.3	3.5	3.5	4.7	1.2	2.3
電気機械	48	72.9	62.5	33.3	22.9	14.6	12.5	4.2	-	-	-	-	6.3
情報通信機器/電子部品/デバイス	29	75.9	69.0	44.8	31.0	20.7	6.9	10.3	3.4	13.8	3.4	6.9	10.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	67	83.6	49.3	62.7	28.4	13.4	9.0	7.5	3.0	4.5	4.5	6.0	1.5
精密機器	39	74.4	56.4	33.3	17.9	7.7	15.4	5.1	2.6	-	2.6	-	2.6
その他の製造業	64	79.7	46.9	15.6	10.9	9.4	6.3	3.1	1.6	1.6	-	-	1.6
商社・卸売	283	72.8	52.3	32.5	12.4	7.8	10.2	4.6	1.4	0.7	1.8	-	8.5
小売	19	63.2	31.6	-	-	10.5	10.5	-	5.3	-	5.3	5.3	15.8
建設	29	69.0	62.1	37.9	10.3	10.3	-	-	-	-	3.4	3.4	6.9
運輸	33	78.8	60.6	75.8	15.2	6.1	18.2	-	6.1	3.0	-	-	-
金融・保険	15	40.0	6.7	93.3	-	-	-	-	-	-	-	-	6.7
情報・ソフトウェア	27	81.5	29.6	22.2	-	11.1	-	14.8	-	-	3.7	-	-
専門サービス	24	83.3	25.0	54.2	-	8.3	20.8	8.3	4.2	-	-	4.2	-
その他の非製造業	55	81.8	34.5	30.9	-	3.6	3.6	1.8	1.8	-	-	-	5.5

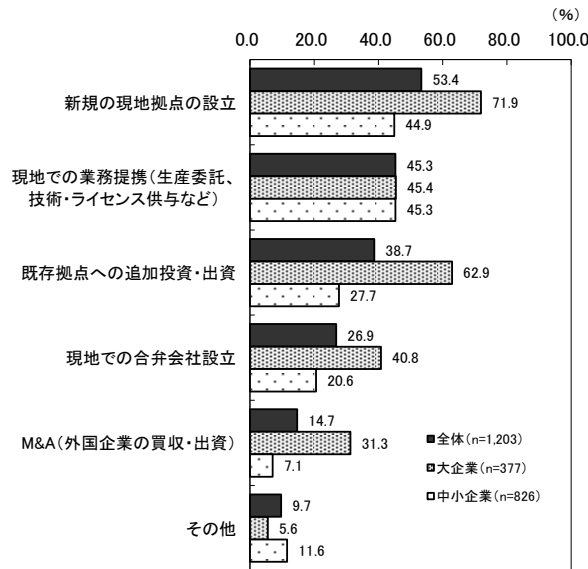
[注] 回答企業社数が5社以上の業種のみ。

10. 海外での事業展開の手法

海外で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業に海外での事業展開の手法を尋ねたところ、「新規の現地拠点の設立」が53.4%（642社）で最も高く、次いで「現地での業務提携（生産委託、技術・ライセンス供与など）」が45.3%（545社）、「既存拠点への追加投資・出資」が38.7%（466社）となっている。

また、大企業では、「現地での合弁会社設立」、「M&A（外国企業の買収・出資）」などの手法も多くあげられた。

図表Ⅲ-34 海外での事業展開の手法（全体）



図表Ⅲ-35 海外での事業展開の手法（業種別）

	社数	(複数回答、%)					
		新規の現地拠点の設立	現地での業務提携(生産委託、技術・ライセンス供与など)	既存拠点への追加投資・出資	現地での合弁会社設立	M&A(外国企業の買収・出資)	その他
総計	1,203	53.4	45.3	38.7	26.9	14.7	9.7
大企業	377	71.9	45.4	62.9	40.8	31.3	5.6
中小企業	826	44.9	45.3	27.7	20.6	7.1	11.6
製造業	730	52.9	45.1	42.1	25.6	15.1	9.5
非製造業	473	54.1	45.7	33.6	29.0	14.2	10.1
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,023	52.0	44.1	39.4	25.8	13.8	10.0
飲食品	102	45.1	44.1	21.6	26.5	16.7	18.6
繊維・織物/アパレル	33	42.4	48.5	30.3	24.2	3.0	9.1
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	24	45.8	41.7	49.8	29.2	12.5	4.2
化学	55	67.3	40.0	56.4	40.0	27.3	5.5
医薬品・化粧品	32	46.9	56.3	18.8	18.8	12.5	25.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	52	55.8	50.0	57.7	26.9	23.1	3.8
窯業・土石	19	52.6	36.8	42.1	21.1	10.5	10.5
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	83	49.4	33.7	49.4	26.5	18.1	8.4
一般機械	85	51.8	45.9	36.5	23.5	16.5	8.2
電気機械	48	62.5	56.3	45.8	20.8	18.8	6.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	29	58.6	44.8	51.7	20.7	17.2	13.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器	66	71.2	34.8	63.6	30.3	10.6	1.5
精密機器	37	48.6	51.4	29.7	16.2	2.7	8.1
その他の製造業	65	41.5	55.4	41.5	23.1	7.7	9.2
商社・卸売	272	50.0	40.8	32.7	26.5	9.6	11.8
小売	21	47.6	52.4	33.3	23.8	23.8	4.8
建設	28	60.7	57.1	39.3	25.0	14.3	3.6
運輸	33	72.7	33.3	54.5	42.4	24.2	6.1
金融・保険	15	73.3	66.7	26.7	20.0	33.3	20.0
情報・ソフトウェア	27	55.6	44.4	29.6	18.5	14.8	11.1
専門サービス	23	47.8	69.6	17.4	26.1	4.3	8.7
その他の非製造業	53	60.4	54.7	34.0	47.2	24.5	7.5

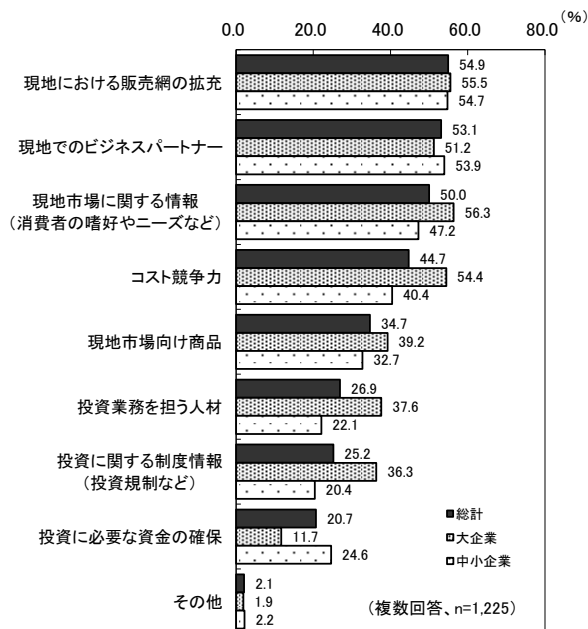
[注] 回答企業社数が5社以上の業種のみ。

11. 海外で事業拡大を図る上での課題や不足していること

海外で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業に海外で事業拡大を図る上での課題や不足していることについて尋ねたところ、「現地における販売網の拡充」が54.9%（673社）で最も高く、次いで「現地でのビジネスパートナー」が53.1%（650社）、「現地市場に関する情報（消費者の嗜好やニーズなど）」が50.0%（612社）となっている。

企業規模別では、大企業では「現地市場に関する情報」56.3%（211社）、中小企業では「現地における販売網の拡充」54.7%（465社）がそれぞれ最も高くなっている。

図表Ⅲ-36 海外で事業拡大を図る上での課題や不足していること（業種別）



図表Ⅲ-37 海外で事業拡大を図る上での課題や不足していること（業種別）

	社数	(複数回答、%)								
		現地における販売網の拡充	現地でのビジネスパートナー	現地市場に関する情報 (消費者の嗜好やニーズなど)	コスト競争力	現地市場向け商品	投資業務を担う人材	投資に関する制度情報 (投資規制など)	投資に必要な資金の確保	その他
総計	1,225	54.9	53.1	50.0	44.7	34.7	26.9	25.2	20.7	2.1
大企業	375	55.5	51.2	56.3	54.4	39.2	37.6	36.3	11.7	1.9
中小企業	850	54.7	53.9	47.2	40.4	32.7	22.1	20.4	24.6	2.2
製造業	742	58.9	51.1	49.9	52.6	37.3	26.0	24.0	19.3	1.8
非製造業	483	48.9	56.1	50.1	32.5	30.6	28.2	27.1	22.8	2.7
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,045	58.5	52.7	50.2	46.3	37.3	25.7	24.0	20.4	1.7
飲食品	114	64.0	54.4	56.1	36.8	42.1	27.2	26.3	16.7	2.6
繊維・織物/アパレル	34	50.0	47.1	55.9	38.2	26.5	23.5	35.3	32.4	2.9
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	23	73.9	43.5	56.5	60.9	56.5	13.0	39.1	34.8	-
化学	55	61.8	43.6	49.1	58.2	32.7	27.3	30.9	5.5	3.6
医薬品・化粧品	33	60.6	63.6	48.5	48.5	42.4	21.2	24.2	21.2	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	52	53.8	46.2	59.6	44.2	34.6	30.8	26.9	17.3	1.9
窯業・土石	19	57.9	36.8	36.8	57.9	21.1	31.6	21.1	21.1	5.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	85	49.4	50.6	44.7	47.1	24.7	31.8	21.2	30.6	2.4
一般機械	84	63.1	60.7	47.6	69.0	42.9	29.8	20.2	14.3	-
電気機械	46	68.8	66.7	62.5	72.9	39.6	14.6	18.8	6.3	-
情報通信機器/電子部品・デバイス	28	71.4	60.7	32.1	57.1	57.1	25.0	17.9	21.4	3.6
自動車/自動車部品/その他輸送機器	64	29.7	37.5	32.8	65.6	25.0	35.9	25.0	28.1	1.6
精密機器	39	66.7	46.2	51.3	56.4	35.9	20.5	25.6	17.9	-
その他の製造業	64	68.8	46.9	54.7	40.6	48.4	15.6	14.1	15.6	1.6
商社・卸売	282	58.2	56.4	49.6	31.9	37.2	26.6	24.1	22.0	1.8
小売	21	47.6	61.9	71.4	19.0	38.1	4.8	23.8	38.1	-
建設	29	24.1	65.5	44.8	55.2	6.9	31.0	20.7	20.7	10.3
運輸	33	15.2	42.4	42.4	48.5	21.2	36.4	39.4	9.1	-
金融・保険	14	7.1	7.1	50.0	14.3	14.3	42.9	50.0	7.1	14.3
情報/ソフトウェア	27	55.6	59.3	40.7	18.5	29.6	11.1	11.1	14.8	-
専門サービス	23	30.4	60.9	30.4	21.7	8.7	30.4	26.1	34.8	4.3
その他の非製造業	53	50.9	64.2	64.2	35.8	26.4	41.5	41.5	34.0	3.8

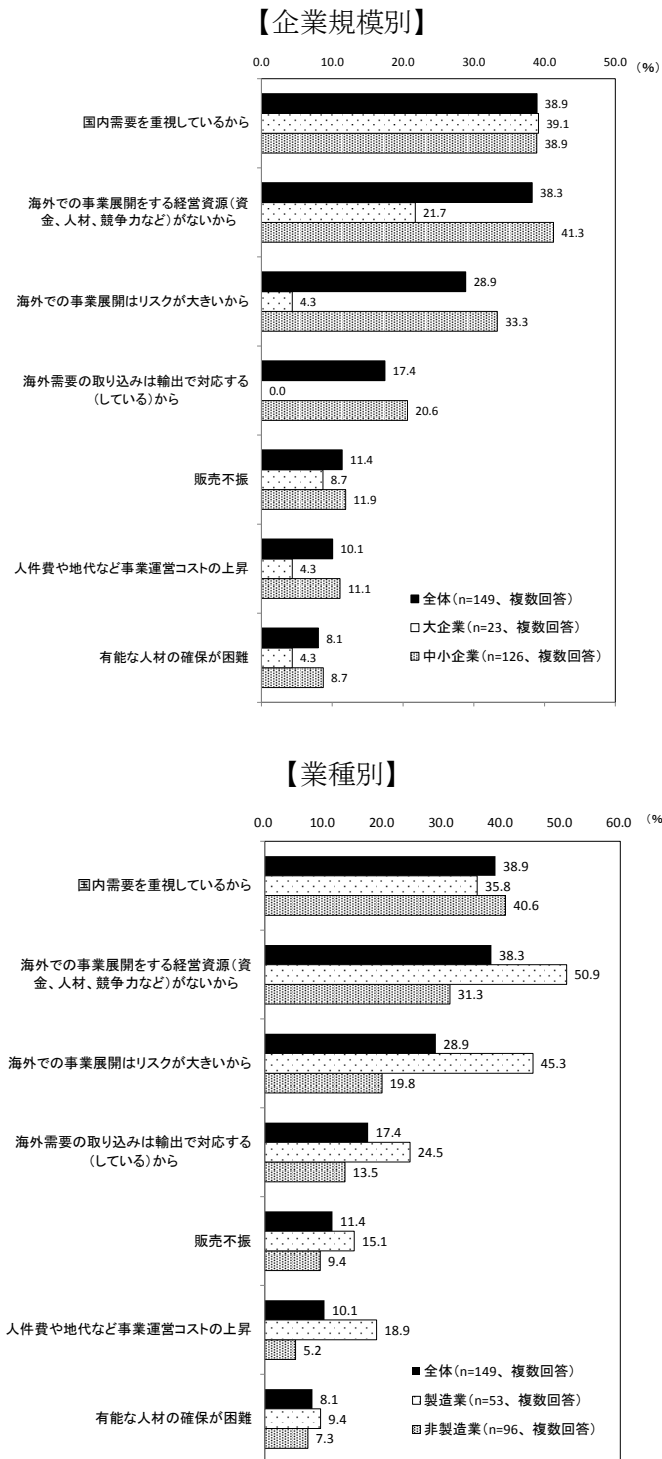
[注] 回答企業社数が5社以上の業種のみ。

12. 海外での事業展開を行わない理由

「今後、縮小、撤退を検討する」または「今後も海外での事業展開は行わない」と回答した企業にその理由を尋ねたところ、「国内需要を重視しているから」が38.9%（58社）で最も高く、次いで「海外での事業展開をする経営資源（資金、人材、競争力）がないから」38.3%（57社）、「海外での事業展開はリスクが大きいから」28.9%（43社）と続く。

企業規模別では、中小企業が「経営資源（資金、人材、競争力）がない（41.3%）」が最も多く、「国内需要の重視」、「リスクが大きい」と答えた企業も3割を超えた。製造業では、「経営資源がない」、「リスクが大きい」が多く、非製造業では「国内需要の重視」が最多である。

図表Ⅲ-38 海外事業の縮小・撤退/今後も海外事業を行わない主な理由



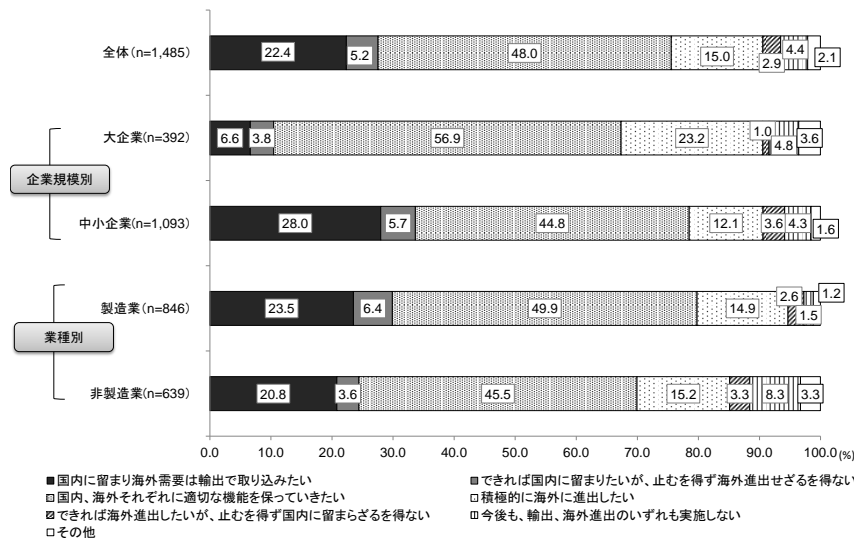
[注] 母数は、本質問に対する全体、企業規模別、業種別の回答企業数（無回答を除く）。

13. 海外ビジネス実施にあたっての考え方

海外ビジネス実施の際に輸出か海外進出(海外直接投資)を選択する際の考え方を尋ねたところ、「国内、海外それぞれに適切な機能を保っていきたい」が48.0%(713社)で最も高く、次いで「国内に留まり海外需要は輸出で取り込みたい」22.4%(332社)と続く。

企業規模別にみると、大企業では「積極的に海外に進出したい」が中小企業より約11ポイント、中小企業では「国内に留まり海外需要は輸出で取り込みたい」が大企業より約22ポイント、それぞれ上回っている。

図表Ⅲ-39 海外ビジネスに関する日本企業の考え方(企業規模別、業種別)



〔注〕母数は、本質問に対する全体、企業規模別、業種別の回答企業数(無回答を除く)。

図表Ⅲ-40 海外ビジネス展開時の考え方(業種別)

	社数	国内に留まり海外需要は輸出で取り込みたい	できれば国内に留まりたいが、止むを得ず海外進出せざるを得ない	国内、海外それぞれに適切な機能を保っていきたい	積極的に海外に進出したい	できれば海外に進出したいが、止むを得ず国内に留まらざるを得ない	今後、輸出、海外進出のいずれも実施しない	その他
総計	1,485	22.4	5.2	48.0	15.0	2.9	4.4	2.1
大企業	392	6.6	3.8	56.9	23.2	1.0	4.8	3.6
中小企業	1,093	28.0	5.7	44.8	12.1	3.6	4.3	1.6
製造業	846	23.5	6.4	49.9	14.9	2.6	1.5	1.2
非製造業	639	20.8	3.6	45.5	15.2	3.3	8.3	3.3
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,251	25.0	5.3	48.3	14.5	3.0	2.7	1.3
飲食品	144	38.2	3.5	36.8	15.3	2.1	2.8	1.4
繊維・織物/アパレル	39	33.3	7.7	48.7	7.7	2.6	-	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	26	15.4	-	69.2	11.5	-	3.8	-
化学	56	12.5	5.4	57.1	23.2	1.8	-	-
医薬品・化粧品	38	26.3	2.6	47.4	15.8	2.6	-	5.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	59	15.3	5.1	57.6	15.3	5.1	-	1.7
窯業・土石	19	15.8	10.5	68.4	5.3	-	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	93	22.6	9.7	51.6	8.6	2.2	4.3	1.1
一般機械	96	22.9	8.3	46.9	15.6	5.2	-	1.0
電気機械	55	18.2	1.8	60.0	16.4	1.8	1.8	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	35	20.0	8.6	60.0	11.4	-	-	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	66	10.6	12.1	54.5	19.7	1.5	-	1.5
精密機器	41	19.5	9.8	41.5	24.4	2.4	2.4	-
その他の製造業	79	29.1	5.1	44.3	12.7	3.8	2.5	2.5
商社・卸売	376	27.4	2.9	46.8	13.6	3.2	4.5	1.6
小売	29	37.9	3.4	20.7	13.8	10.3	13.8	-
建設	34	8.8	11.8	44.1	17.6	2.9	11.8	2.9
運輸	25	-	-	56.0	24.0	-	16.0	4.0
金融・保険	48	-	2.1	37.5	6.3	4.2	29.2	20.8
情報・ソフトウェア	32	12.5	6.3	50.0	15.6	3.1	9.4	3.1
専門サービス	28	7.1	3.6	50.0	28.6	-	10.7	-
その他の非製造業	65	15.4	4.6	47.7	20.0	3.1	6.2	3.1

〔注〕①母数は、本質問に対する全体、企業規模別、業種別の回答企業数(無回答を除く)。②回答企業社数が5社以上の業種のみ。

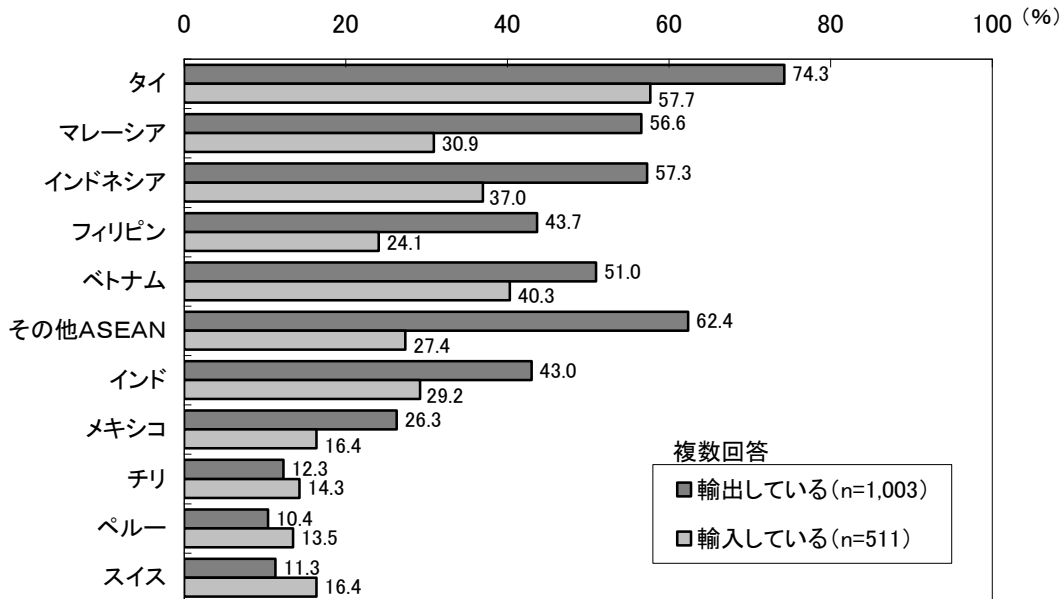
IV. 自由貿易協定（FTA）の活用

1. FTA 発効済み国・地域との貿易ならびに優遇税率の利用状況

2013年1月現在、日本との間でFTA（日本では一般的にEPAと呼ばれる）が発効している国・地域（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、メキシコ、チリ、スイス、ペルー、その他ASEAN。二国間FTAが発効しているシンガポール、ブルネイは「その他ASEAN」に含める）について、貿易の有無や優遇税率利用の有無を尋ねた。

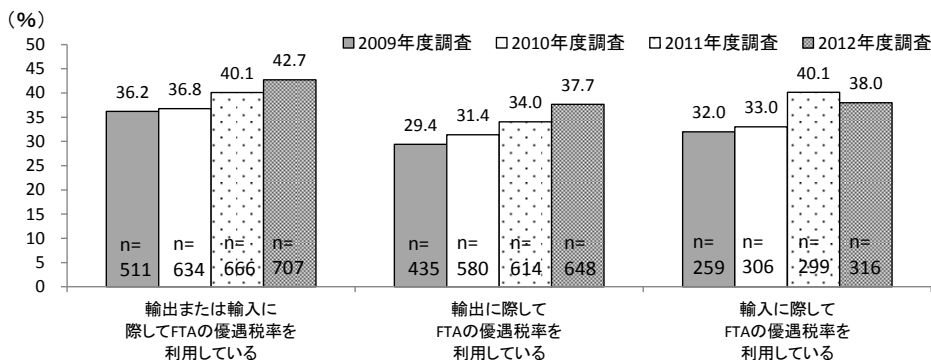
「輸出を行っている」と回答した企業が多い国は「タイ」が74.3%（745社）、次いで「その他ASEAN」62.4%（626社）、「インドネシア」57.3%（575社）、「マレーシア」56.6%（568社）と続いている。

図表IV-1 FTA 既発効国・地域との輸出入状況（全体）



日本の発効済みFTAの優遇税率の利用状況について、対象国・地域のいずれかに輸出または輸入を行っている企業のFTA利用率は42.7%であり、過去4年間で日本企業のFTA利用率は上昇傾向が続いている。（過去の調査結果と比較するためジェトロメンバーズの回答に限定して集計）

図表IV-2 業種別 FTA 優遇税率の利用状況



[注]nは、対象国（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、インド、ペルー。ただしインドは2011年度以降、ペルーは2012年度のみ）のいずれか一つ以上とそれぞれ輸出または輸入を行っている企業数。対象は比較の可能なジェトロメンバーズ企業かつ、製造業および商社・卸売・小売業種のみ。シンガポール、ブルネイとも二国間FTAがあるが、「ASEAN」に含めるものとする。

FTA 優遇税率の利用状況を業種別にみると、「窯業・土石」が輸出での利用が4割近くと、輸出または輸入のいずれかでの利用率でも43.5%と最も高く、また、輸入での利用率も26.1%と最も高くなっている。「自動車／自動車部品／その他輸送機器」は輸出または輸入での利用率が4割を超え、輸出での利用率も「窯業・土石」同様に4割近くとなっているが、輸入での利用率は7.1%にとどまっている。

図表IV-3 業種別 FTA 優遇税率の利用状況

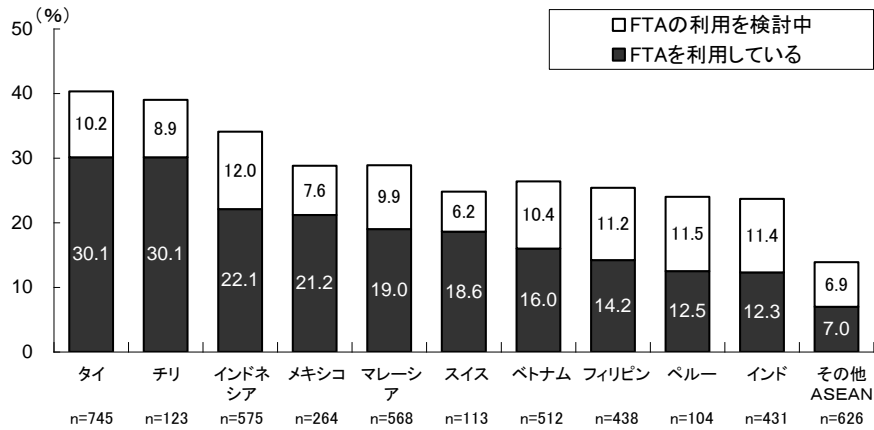
	回 答 数	(利 用 率 輸 出 ま た は 輸 入)	利 用 率 (輸 出)	利 用 率 (輸 入)
窯業・土石	23	43.5	39.1	26.1
自動車／自動車部品／その他輸送機器	84	40.5	39.3	7.1
化学	66	33.3	33.3	10.6
一般機械	121	33.1	33.1	1.7
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	75	32.0	26.7	13.3
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	35	31.4	17.1	20.0
商社・卸売	478	27.6	14.9	15.9
繊維・織物／アパレル	54	25.9	18.5	13.0
その他の製造業	107	23.4	16.8	15.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	128	21.9	18.8	7.8
小売	44	20.5	2.3	18.2
電気機械	69	20.3	20.3	4.3
精密機器	51	19.6	19.6	2.0
飲食品	179	16.8	11.2	8.4
医療品・化粧品	49	16.3	12.2	6.1
その他の非製造業	98	7.1	5.1	3.1
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	40	5.0	5.0	2.5
運輸	44	4.5	2.3	4.5
建設	45	2.2	0.0	2.2

[注] 対象は全回答企業。対象国と貿易のない企業も含む。

個別の FTA の利用状況を輸出、輸入別にみると、輸出企業における FTA の利用率が高いのは「日本-タイ」が 745 社中 224 社 (30.1%)、「日本-チリ」が 123 社中 37 社 (30.1%) であった。また、利用企業数の最多は「タイ」となっており、「利用検討中」を含めると、「日本-タイ」は 4 割を超え、「日本-チリ」は 4 割弱となっている。

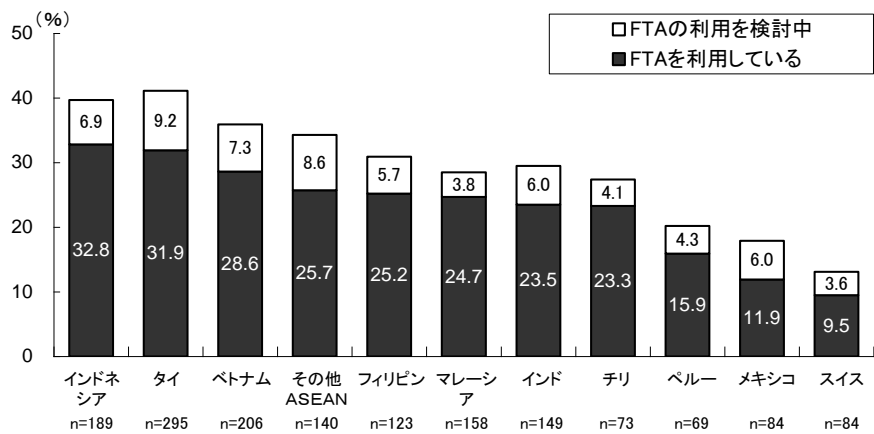
輸入企業の FTA 利用率は、「日本-インドネシア」が 189 社中 62 社 (32.8%)、「日本-タイ」が 295 社中 94 社 (31.9%)、次いで「日本-ベトナム」が 206 社中 59 社 (28.6%) となっている。「利用検討中」を含めると「日本-タイ」が 4 割を超え、「日本-インドネシア」が 4 割弱と高くなっている。

図表IV-4 日本から FTA 発効済み 12 カ国・1 地域への輸出に際しての利用状況



[注] n はそれぞれの国へ日本から輸出を行っている企業数

図表IV-5 FTA 発効済み 12 カ国・1 地域から日本への輸入に際しての利用状況



[注] n はそれぞれの国から日本へ輸入を行っている企業数

図表IV-6 輸出入における各 FTA 優遇税率の利用率の高い業種

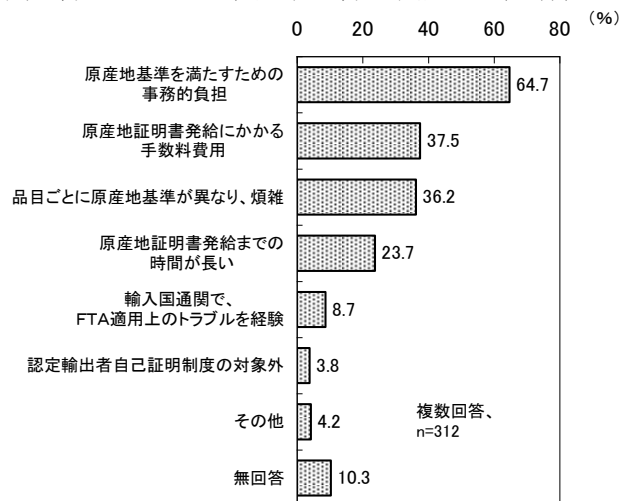
輸 出	順位	全FTA/EPA計(n=1,003)	%	順位	日本-タイ(n=745)	%	順位	日本-マレーシア(n=568)	%
	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(57)	57.9	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(48)	47.9	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(34)	44.1
	2	窯業・土石(18)	50.0	2	窯業・土石(18)	44.4	2	繊維・織物/アパレル(8)	37.5
	3	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(47)	42.6	3	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(47)	42.6	3	窯業・土石(11)	36.4
	4	繊維・織物/アパレル(24)	41.7	4	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(32)	40.6	4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(32)	34.4
	5	一般機械(103)	38.8	5	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(13)	38.5	5	医療品・化粧品(13)	30.8
	順位	日本-インドネシア(n=575)	%	順位	日本-フィリピン(n=438)	%	順位	日本-ベトナム(n=512)	%
	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(37)	45.9	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(23)	39.1	1	窯業・土石(10)	40.0
	2	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(37)	32.4	2	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(26)	30.8	2	自動車/自動車部品/その他輸送機器(34)	38.2
	3	窯業・土石(13)	30.8	3	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(7)	28.6	3	繊維・織物/アパレル(12)	33.3
	4	化学(45)	28.9	4	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(19)	21.1	4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(44)	22.7
	5	繊維・織物/アパレル(11)	27.3	5	その他の製造業(29)	17.2	5	その他の製造業(31)	19.4
	順位	日本-その他ASEAN(n=626)	%	順位	日本-インド(n=431)	%	順位	日本-メキシコ(n=264)	%
	1	繊維・織物/アパレル(14)	21.4	1	その他の製造業(24)	20.8	1	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(15)	40.0
	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(27)	18.5	2	自動車/自動車部品/その他輸送機器(34)	20.6	1	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(5)	40.0
	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器(25)	12.0	3	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(23)	16.7	3	その他の製造業(18)	38.9
	4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(36)	11.1	4	化学(41)	14.6	4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(16)	31.3
	5	医療品・化粧品(19)	10.5	5	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(21)	14.3	5	自動車/自動車部品/その他輸送機器(21)	28.6
	順位	日本-チリ(n=123)	%	順位	日本-ペルー(n=104)	%	順位	日本-スイス(n=113)	%
	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(9)	77.8	1	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(4)	50.0	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(6)	50.0
2	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(9)	55.6	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(6)	33.3	2	その他の製造業(7)	42.9	
3	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(6)	50.0	3	電気機械(11)	18.2	3	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(6)	33.3	
4	一般機械(13)	38.5	-	-	-	4	化学(7)	28.6	
5	その他の製造業(8)	37.5	-	-	-	5	一般機械(11)	27.3	
						5	電気機械(11)	27.3	
輸 入	順位	全FTA/EPA計(n=511)	%	順位	日本-タイ(n=295)	%	順位	日本-マレーシア(n=158)	%
	1	窯業・土石(11)	54.5	1	窯業・土石(8)	62.5	1	窯業・土石(3)	66.7
	2	小売(16)	50.0	2	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(11)	54.5	2	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(5)	60.0
	2	繊維・織物/アパレル(14)	50.0	3	飲食品(25)	52.0	3	その他の製造業(11)	54.5
	4	その他の製造業(34)	47.1	4	繊維・織物/アパレル(6)	50.0	4	化学(6)	33.3
	5	飲食品(33)	45.5	5	化学(12)	41.7	5	飲食品(13)	30.8
	順位	日本-インドネシア(n=189)	%	順位	日本-フィリピン(n=123)	%	順位	日本-ベトナム(n=206)	%
	1	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(6)	66.7	1	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(5)	60.0	1	その他の製造業(14)	57.1
	2	小売(7)	57.1	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(8)	50.0	2	小売(8)	50.0
	3	繊維・織物/アパレル(10)	50.0	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器(12)	33.3	2	農業・林業・水産(4)	50.0
	3	農業・林業・水産(4)	50.0	3	その他の製造業(6)	33.3	2	化学(4)	50.0
	5	商社・卸売(60)	40.0	5	商社・卸売(36)	30.6	5	繊維・織物/アパレル(11)	45.5
	5	化学(5)	40.0						
	順位	日本-その他ASEAN(n=140)	%	順位	日本-インド(n=149)	%	順位	日本-メキシコ(n=84)	%
	1	化学(4)	75.0	1	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(5)	40.0	1	飲食品(9)	33.3
	2	小売(6)	50.0	1	小売(5)	40.0	2	商社・卸売(24)	20.8
	2	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(4)	50.0	3	商社・卸売(56)	37.5	-	-	-
	4	繊維・織物/アパレル(7)	42.9	4	化学(6)	33.3	-	-	-
	5	飲食品(11)	36.4	5	飲食品(10)	30.0	-	-	-
	順位	日本-チリ(n=73)	%	順位	日本-ペルー(n=69)	%	順位	日本-スイス(n=84)	%
1	商社・卸売(26)	38.5	1	商社・卸売(22)	31.8	1	商社・卸売(30)	13.3	
2	飲食品(9)	33.3	2	飲食品(9)	22.2	-	-	-	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	

[注]カッコ内の数字は各業種別の対象企業数。各国・地域との貿易を行っている企業が3社以上かつ、FTA利用企業が2社以上の業種に限って集計。

2. FTAの優遇税率を利用する際の問題点

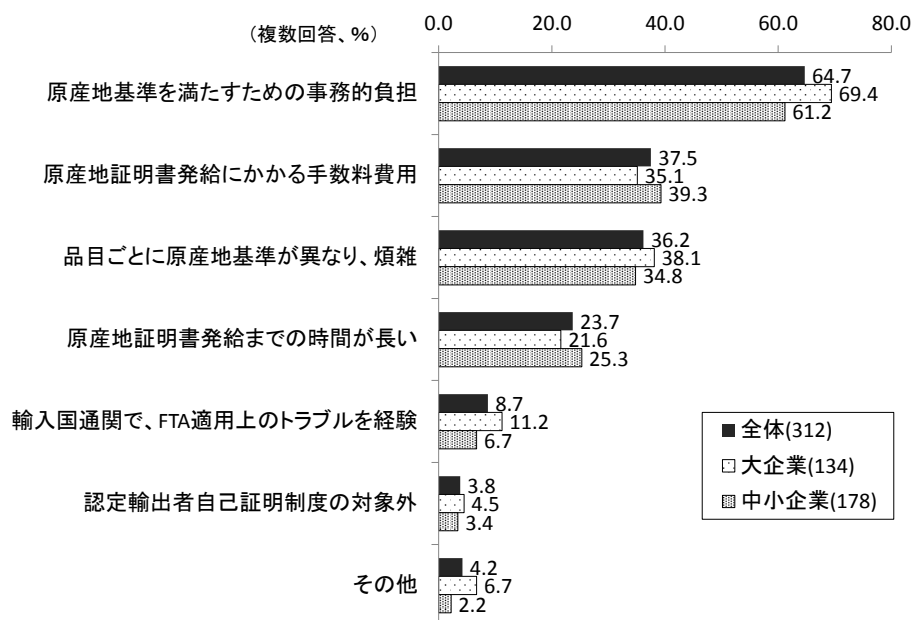
日本からの輸出に際してFTAの優遇税率を利用していると回答した企業(312社)に対して、FTA/EPA利用に際して、問題だと感じていることを尋ねた。最大の問題点は「原産地基準を満たすための事務的負担」が64.7%(202社)であり、次いで「原産地証明書発給にかかる手数料費用」が37.5%(117社)、「品目ごとに原産地基準が異なり、煩雑」が36.2%(113社)となっている。

図表IV-7 日本からの輸出に際してFTAを利用する際の問題点(全体)



企業規模別にみると、大企業では、「品目ごとに原産地基準が異なり、煩雑」、「輸入国通関で、FTA適用上のトラブルを経験」、中小企業では「原産地証明書発給にかかる手数料費用」、「原産地証明書発給までの時間が長い」との理由の割合が相対的に高く、それぞれ差がみられる。

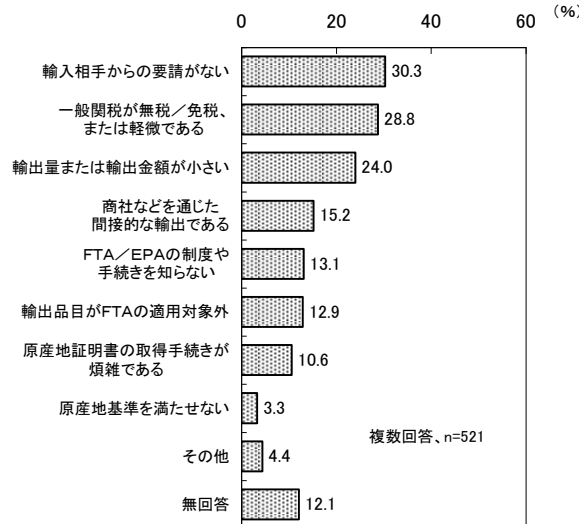
図表IV-8 日本からの輸出に際してFTAを利用する際の問題点(規模別)



3. 輸出時に FTA の優遇税率を利用していない理由

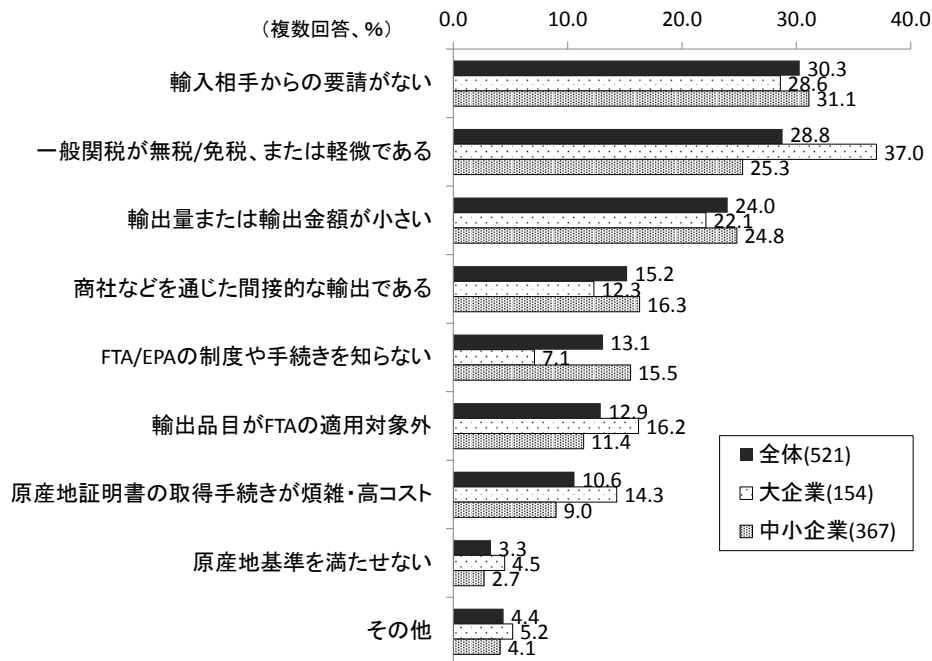
日本からの輸出に際して FTA の優遇税率を利用していないと回答した企業（521 社）に対して、その理由を尋ねた。その理由は「輸入相手からの要請がない」が 30.3%（158 社）であり、次いで「一般関税が無税/免税、または軽微である」が 28.8%（150 社）、「輸出量または輸出金額が小さい」が 24.0%（125 社）となっている。

図表IV-9 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（全体）



企業規模別にみると、大企業では「一般関税が無税/免税、または軽微である」が 37.0%（57 社）で、中小企業では「輸入相手からの要請がない」が 31.1%（114 社）で、それぞれ最も高くなっている。

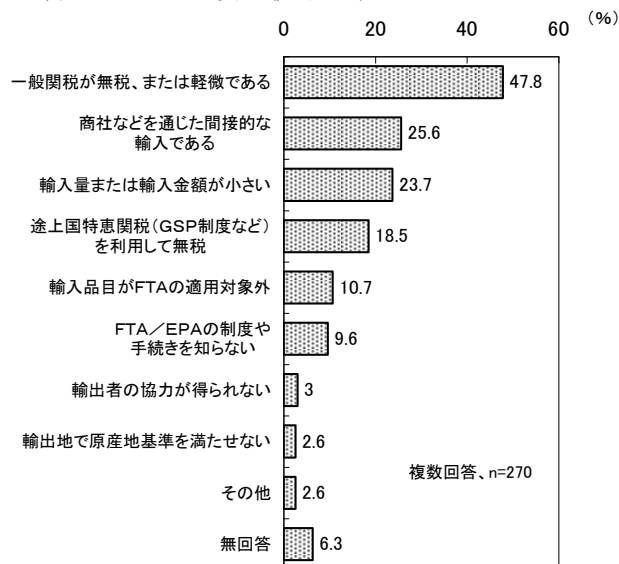
図表IV-10 日本からの輸出に際して FTA の優遇税率を利用していない理由（規模別）



4. 輸入時に FTA の優遇税率を利用していない理由

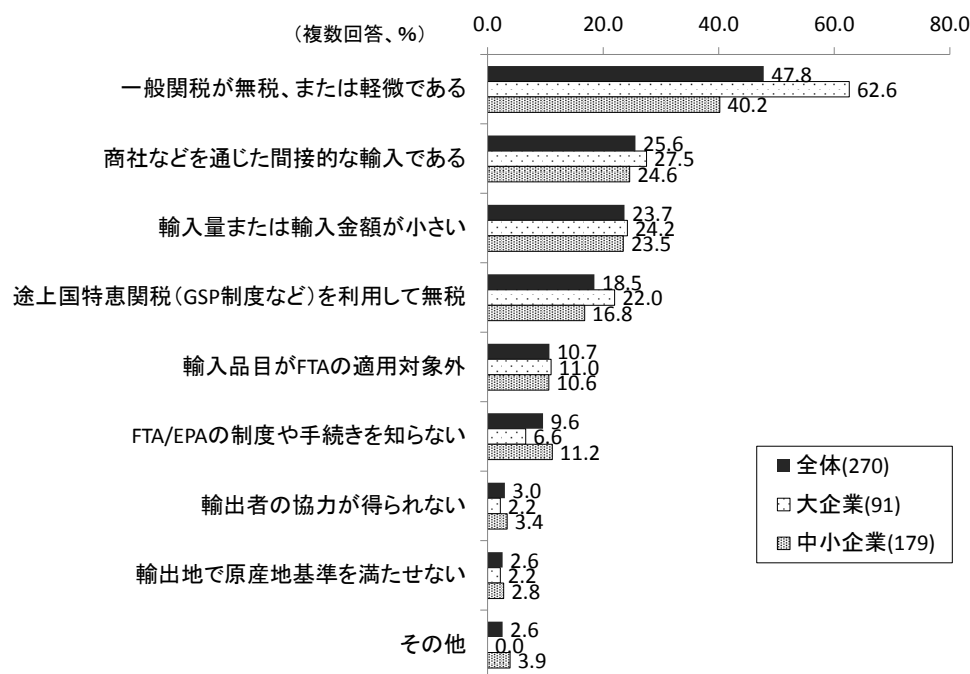
日本への輸入に際して FTA の優遇税率を利用していないと回答した企業（270 社）に対して、その理由を尋ねた。その理由は「一般関税が無税、または軽微である」が 47.8%（129 社）であり、次いで「商社などを通じた間接的な輸入である」が 25.6%（69 社）、「輸入量または輸入金額が小さい」が 23.7%（64 社）となっている。

図表IV-11 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（全体）



企業規模別にみると、「一般関税が無税／免税、または軽微である」が大企業では 62.6%（57 社）、中小企業が 40.2%（72 社）で、いずれも最も高くなっている。

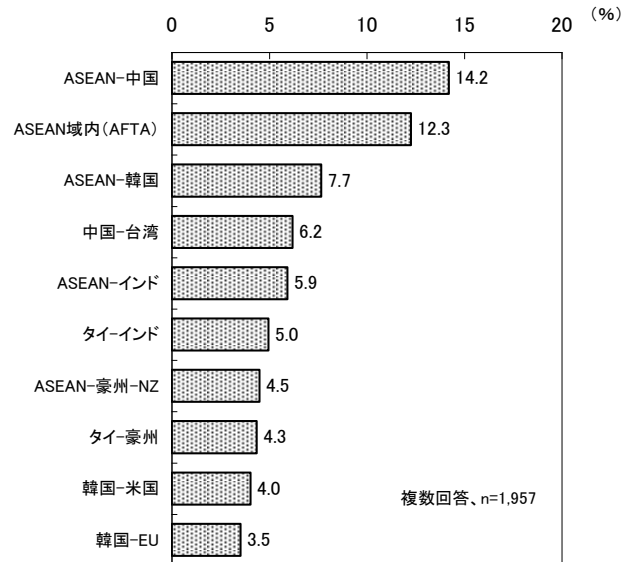
図表IV-12 日本への輸入に際して FTA の優遇税率を利用していない理由（規模別）



5. 第三国間の貿易状況ならびに FTA の利用状況

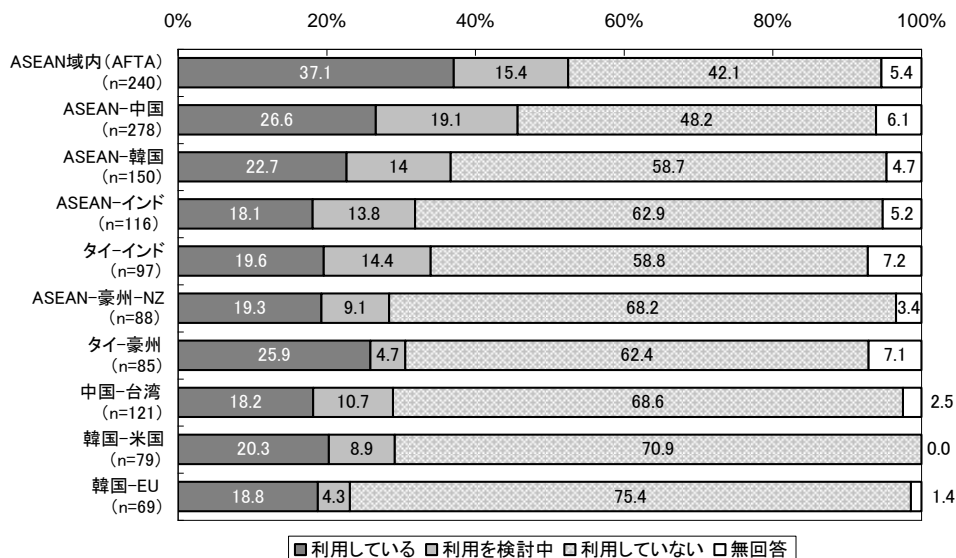
現在、FTA が発効している日本以外の以下の国・地域間での貿易の有無と、FTA に基づく優遇税率の利用状況を尋ねた。「ASEAN-中国」間の貿易を行っていると回答した企業の割合が最も高く 14.2% (278 社)、次いで「ASEAN 域内 (AFTA)」が 12.3% (240 社)、「ASEAN-韓国」が 7.7% (150 社) となっている。

図表IV-13 第三国間での貿易状況 (全体)



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、ASEAN 域内 (AFTA) が 37.1% (89 社) で最も利用されており、「利用を検討中」を合わせると過半数 (126 社) を超えている。次いで、ASEAN-中国が 26.6% (74 社)、タイ-豪州間での利用が 25.9% (22 社) となっている。

図表IV-14 第三国間での貿易を行っている国・地域間の FTA 利用状況 (全体)



V. 新興国のビジネス環境

1. 新興国でビジネスを行う上でのリスク・問題点

新興国（13カ国）でのビジネスリスクについて、中国は「政情リスク」「人件費」など7項目で、ミャンマーは「インフラが未整備」「法制度」など5項目で回答率が20%を超えた。

上記以外では、インフラ（インド、ベトナム、インドネシアなど）、法制度（ロシア）、人件費（タイ、インドネシア）、自然災害（タイ）などで高い回答率を示した。

図表V-1 新興国におけるビジネス上のリスク・問題点（回答率）

（単位：％）

	為替 リスク が高い	イン フラ が未 整備	法 制 度 が 未 整 備 、 運	展 開 し て い な い 業 が 集 積 ・ 発	問 題 あ り 財 産 権 の 保 護 に	知 的 財 産 権 の 保 護 に	し て い る 人 件 費 が 高 い 、 上 昇	税 務 上 の リ スク ・ 問	労 務 上 の 問 題 あ り	代 金 回 収 上 の リ ス	政 情 リ スク に 問 題 あ	自 然 災 害 リ スク に 問	そ の 他 （ 左 記 以 外 ）	特 段 の リ スク ・ 問 題
中国(n=1,304)	12.3	11.6	45.1	3.3	53.1	49.5	23.2	34.1	45.6	64.6	4.8	8.7	2.8	
タイ(n=750)	10.4	10.5	6.5	5.5	4.8	30.1	5.6	12.7	9.9	15.3	41.6	2.3	23.9	
マレーシア(n=472)	9.7	10.0	6.8	10.0	3.4	15.9	4.9	9.3	11.9	2.1	3.8	5.9	45.3	
インドネシア(n=615)	12.4	36.4	27.2	11.1	6.5	21.0	13.7	22.1	15.8	14.3	18.5	6.7	21.5	
フィリピン(n=409)	8.8	28.6	15.6	15.2	6.4	7.3	8.3	8.8	15.4	15.4	14.4	6.6	31.8	
ベトナム(n=612)	14.2	43.6	27.8	23.0	8.7	18.1	9.8	11.9	15.7	7.2	3.4	3.9	21.9	
インド(n=507)	13.8	56.8	29.6	18.5	6.9	7.9	15.0	23.7	23.1	8.9	5.3	7.5	17.4	
ミャンマー(n=366)	8.7	60.4	39.3	32.2	8.7	3.3	9.3	9.6	21.0	35.8	5.2	5.2	18.6	
メキシコ(n=250)	14.4	15.6	11.2	9.6	3.6	6.0	7.6	12.8	14.0	12.4	4.0	12.4	42.0	
ブラジル(n=297)	21.9	15.5	16.5	7.1	6.1	14.5	19.5	13.5	18.2	6.7	2.4	8.4	36.4	
ロシア(n=284)	13.7	18.7	32.7	12.0	7.4	10.2	16.9	9.2	25.0	22.2	3.2	6.7	31.0	
トルコ(n=225)	9.3	10.7	7.1	10.2	3.1	6.2	5.3	4.9	10.2	9.8	5.3	4.4	56.0	
南アフリカ共和国(n=209)	13.9	20.1	11.5	14.4	3.8	6.2	4.8	11.5	12.9	18.7	2.9	7.2	46.9	

〔注〕①母数(n)は、現在ビジネスがある、または新規ビジネスを検討している企業の国ごとの総数。②各欄の数字は、母数(n)に占めるリスク項目ごとの回答率(リスクごとの回答数/母数(n))。③網掛け部分は回答率20%が以上のリスク。

図表V-2 新興国におけるビジネス上のリスク・問題点（回答企業数）

	為替リスクが高い	インフラが未整備	法制度が未整備、運用問題あり	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	労務上の問題あり	代金回収上のリスク・問題あり	政情リスクに問題あり	自然災害リスクに問題あり	その他（左記以外）のリスク・問題	特段のリスク・問題を認識していない
中国(n=1,304)	161	151	588	43	693	646	302	445	595	843	62	114	37
タイ(n=750)	78	79	49	41	36	226	42	95	74	115	312	17	179
マレーシア(n=472)	46	47	32	47	16	75	23	44	56	10	18	28	214
インドネシア(n=615)	76	224	167	68	40	129	84	136	97	88	114	41	132
フィリピン(n=409)	36	117	64	62	26	30	34	36	63	63	59	27	130
ベトナム(n=612)	87	267	170	141	53	111	60	73	96	44	21	24	134
インド(n=507)	70	288	150	94	35	40	76	120	117	45	27	38	88
ミャンマー(n=366)	32	221	144	118	32	12	34	35	77	131	19	19	68
メキシコ(n=250)	36	39	28	24	9	15	19	32	35	31	10	31	105
ブラジル(n=297)	65	46	49	21	18	43	58	40	54	20	7	25	108
ロシア(n=284)	39	53	93	34	21	29	48	26	71	63	9	19	88
トルコ(n=225)	21	24	16	23	7	14	12	11	23	22	12	10	126
南アフリカ共和国(n=209)	29	42	24	30	8	13	10	24	27	39	6	15	98

「その他（左記以外のリスク・問題）」の回答例（参考）

対象国	リスク・問題の内容
中国	輸出におけるロジスティックの問題、従業員の定着問題、現地生産時の品質維持・管理、原産地証明
タイ	輸出におけるロジスティックの問題
マレーシア	イスラム関連の規制（ハラール認証等）、原産地証明
インドネシア	イスラム関連の規制（ハラール認証等）、輸出におけるロジスティックの問題、従業員の定着問題
フィリピン	安全・治安
インド	為替リスク
ミャンマー	物件不足（事務所・駐在員の住居）
メキシコ	安全・治安
ブラジル	安全・治安、輸入規制の強化
トルコ	イスラム関連の規制（ハラール認証等）、周辺国の政情リスク
南アフリカ共和国	安全・治安、現地生産時の品質維持・管理

2. アジア新興国におけるビジネスリスク・問題点

アジア新興国におけるビジネス上のリスク・問題点について、2年前（10年度の調査時点）からの回答率の変化をみると、人件費についてタイ（19.8%→30.1%）、インドネシア（4.5%→21.0%）が大幅に上昇。ベトナム（10.5%→18.1%）、中国（中国46.2→49.5%）でも10年度の回答率を上回った。

労務問題については、インド、インドネシアで10年度、12年度と連続で回答率が上昇した。

図表V-3 アジア新興国におけるビジネス上のリスク・問題点

為替リスクが高い			
	12年度	10年度	08年度
ベトナム	14.2	18.3	21.3
インド	13.8	15.7	18.5
インドネシア	12.4	21.0	32.6
中国	12.3	24.9	16.6
タイ	10.4	19.1	23.1
マレーシア	9.7	14.0	13.4
フィリピン	8.8	13.4	12.3

インフラが未整備			
	12年度	10年度	08年度
インド	56.8	64.3	58.7
ベトナム	43.6	54.2	55.7
インドネシア	36.4	34.0	29.9
フィリピン	28.6	29.7	28.0
中国	11.6	13.6	16.8
タイ	10.5	11.6	10.3
マレーシア	10.0	8.2	5.6

知的財産権の保護に問題あり			
	12年度	10年度	08年度
中国	53.1	60.0	55.7
ベトナム	8.7	11.3	10.8
インド	6.9	9.9	14.9
インドネシア	6.5	5.7	6.6
フィリピン	6.4	5.0	7.6
タイ	4.8	4.6	6.5
マレーシア	3.4	2.1	6.0

人件費が高い、上昇している			
	12年度	10年度	08年度
中国	49.5	46.2	42.4
タイ	30.1	19.8	18.8
インドネシア	21.0	4.5	8.6
ベトナム	18.1	10.5	17.2
マレーシア	15.9	11.9	14.1
インド	7.9	6.7	10.7
フィリピン	7.3	3.3	4.3

法制度が未整備、運用に問題あり			
	12年度	10年度	08年度
中国	45.1	56.1	55.7
インド	29.6	31.6	30.6
ベトナム	27.8	26.7	33.8
インドネシア	27.2	24.4	22.6
フィリピン	15.6	15.5	15.2
マレーシア	6.8	5.8	8.5
タイ	6.5	8.5	10.1

関連産業が集積・発展していない			
	12年度	10年度	08年度
ベトナム	23.0	28.6	24.3
インド	18.5	18.0	15.7
フィリピン	15.2	16.7	17.1
インドネシア	11.1	15.0	10.6
マレーシア	10.0	7.6	8.1
タイ	5.5	7.3	7.7
中国	3.3	5.9	4.0

税務上のリスク・問題あり			
	12年度	10年度	08年度
中国	23.2	29.3	30.6
インド	15.0	23.2	21.0
インドネシア	13.7	10.5	11.3
ベトナム	9.8	10.5	11.5
フィリピン	8.3	6.3	8.5
タイ	5.6	6.0	7.5
マレーシア	4.9	4.3	5.6

労務上の問題あり			
	12年度	10年度	08年度
中国	34.1	41.8	32.6
インド	23.7	19.7	19.2
インドネシア	22.1	14.7	12.0
タイ	12.7	15.2	7.9
ベトナム	11.9	12.7	15.9
マレーシア	9.3	5.8	8.1
フィリピン	8.8	10.5	7.6

[n(12年度)＝中国：1,304、タイ：750、インドネシア：615、マレーシア：472、フィリピン：409、ベトナム：612、インド：507]

[n(10年度)＝中国：792、タイ：481、インドネシア：353、マレーシア：329、フィリピン：239、ベトナム：371、インド：345]

[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、ベトナム：296、インド：281]

[注]母数(n)は、現在ビジネスがある、または新規ビジネスを検討している企業の国ごとの総数。

VI. 中国におけるビジネス展開

1. 中国でのビジネスリスクに対する認識

2012年9月中旬以降の日中関係の情勢を踏まえた中国でのビジネスリスクについて、「高まった」とする回答が68.5%（1,340社）で最も高く、「変わらない」17.8%（349社）、「低下した」は2.9%（56社）であった。

規模別にみると、「高まった」は大企業では73.6%に対し中小企業では66.6%と、大企業の方がリスクを感じている。業種別では製造業が70.2%、非製造業が66.3%と、製造業の方でよりリスクの高まりを感じている。

図表VI-1 日中関係の情勢を踏まえたビジネスリスク

	社数	高まった	変わらない	低下した	わからない	無回答
総計	1,957	68.5	17.8	2.9	5.4	5.4
大企業	516	73.6	16.7	2.3	4.1	3.3
中小企業	1,441	66.6	18.3	3.1	5.9	6.2
製造業	1,081	70.2	17.7	3.1	5.1	3.9
非製造業	876	66.3	18.0	2.5	5.8	7.3
商社・卸・小売	522	67.6	19.3	1.7	6.3	5.0
製造業(商社・卸・小売を除く)	354	64.4	16.1	3.7	5.1	10.7
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,603	69.4	18.2	2.7	5.5	4.2
飲食料品	179	68.7	12.8	3.9	7.8	6.7
繊維・織物/アパレル	54	77.8	14.8	3.7	1.9	1.9
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	35	65.7	17.1	2.9	5.7	8.6
化学	66	78.8	12.1	-	4.5	4.5
医療品・化粧品	49	55.1	38.8	4.1	-	2.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	75	74.7	17.3	2.7	4.0	1.3
窯業・土石	23	82.6	17.4	-	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	128	68.0	18.0	3.1	7.0	3.9
一般機械	121	71.1	19.8	5.0	3.3	0.8
電気機械	69	71.0	15.9	2.9	7.2	2.9
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	40	70.0	22.5	2.5	2.5	2.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	84	76.2	14.3	3.6	3.6	2.4
精密機器	51	72.5	15.7	2.0	3.9	5.9
その他の製造業	107	61.7	21.5	2.8	7.5	6.5
商社・卸売	478	69.0	19.5	1.3	6.3	4.0
小売	44	52.3	18.2	6.8	6.8	15.9
建設	45	51.1	22.2	6.7	6.7	13.3
電気・ガス・水道	3	-	33.3	-	66.7	-
運輸	44	75.0	20.5	-	-	4.5
金融・保険	75	65.3	21.3	-	4.0	9.3
情報・ソフトウェア	39	76.9	7.7	5.1	5.1	5.1
専門サービス	50	64.0	16.0	2.0	4.0	14.0
その他の非製造業	98	62.2	10.2	7.1	6.1	14.3

2. 対中国ビジネスの種類

中国と現在行っているビジネスの種類についてみると、「輸出を行っている」が43.2% (846社)と最多で、大企業では過半数が対中輸出を行っている。輸出以外では「輸入を行っている」が36.2% (708社)、「販売拠点を設けている」が23.2% (454社)、「現地生産を行っている」が22.2% (434社)となっている。「中国とのビジネスは行っていない」は27.2% (532社)であった。

図表VI-2 中国とのビジネス関係

	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	中国とのビジネスは行っていない	無回答
総計	1,957	43.2	36.2	10.9	6.2	23.2	22.2	27.2	7.0
大企業	516	53.7	41.5	15.7	9.7	46.7	42.2	15.7	7.6
中小企業	1,441	39.5	34.3	9.2	5.0	14.8	15.0	31.3	6.8
製造業	1,081	55.4	39.2	11.3	9.1	28.8	33.0	20.4	3.9
非製造業	876	28.2	32.4	10.4	2.7	16.3	8.8	35.5	10.8
商社・卸・小売	522	39.3	46.4	9.2	1.3	17.8	12.1	29.5	5.2
製造業(商社・卸・小売を除く)	354	11.9	11.9	12.1	4.8	14.1	4.0	44.4	19.2
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,603	50.2	41.5	10.6	6.6	25.2	26.2	23.4	4.3
飲食料品	179	38.5	20.7	6.1	5.6	10.6	14.5	35.8	6.7
繊維・織物/アパレル	54	44.4	63.0	9.3	5.6	29.6	40.7	22.2	1.9
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	35	42.9	42.9	2.9	2.9	17.1	28.6	25.7	8.6
化学	66	83.3	37.9	13.6	13.6	54.5	53.0	4.5	3.0
医薬品/化粧品	49	44.9	30.6	20.4	6.1	22.4	16.3	32.7	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	75	57.3	44.0	12.0	10.7	29.3	30.7	18.7	2.7
窯業・土石	23	56.5	65.2	-	4.3	34.8	30.4	8.7	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	128	50.0	39.1	10.9	8.6	24.2	29.7	26.6	3.1
一般機械	121	71.1	40.5	14.0	13.2	34.7	33.9	14.9	0.8
電気機械	69	62.3	53.6	27.5	11.6	40.6	47.8	10.1	4.3
情報通信機械器具/電子部品/デバイス	40	62.5	45.0	17.5	5.0	42.5	57.5	12.5	2.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	84	58.3	45.2	8.3	14.3	35.7	58.3	16.7	2.4
精密機器	51	68.6	27.5	7.8	2.0	23.5	25.5	13.7	5.9
その他の製造業	107	52.3	41.1	8.4	12.1	30.8	27.1	15.0	7.5
商社・卸売	478	42.1	47.5	9.8	1.5	18.2	12.8	28.2	4.8
小売	44	9.1	34.1	2.3	-	13.6	4.5	43.2	9.1
建設	45	13.3	8.9	13.3	11.1	11.1	6.7	44.4	22.2
電気・ガス・水道	3	-	-	-	-	33.3	66.7	33.3	-
運輸	44	18.2	18.2	22.7	2.3	22.7	2.3	22.7	29.5
金融・保険	75	-	-	4.0	-	8.0	-	66.7	24.0
情報・ソフトウェア	39	17.9	17.9	17.9	12.8	15.4	7.7	51.3	7.7
専門サービス	50	-	10.0	20.0	8.0	4.0	2.0	42.0	20.0
その他の非製造業	98	21.4	18.4	7.1	2.0	20.4	4.1	35.7	14.3

3. 売上高に占める中国ビジネス

現在行っている中国とのビジネスについて、連結ベースの売上高に占める割合を尋ねた。「10%未満」が65.1% (838社) で最も高い。次いで「10~20%」が14.2% (182社) と続き、「50%以上」は5.1% (66社) であった。

中国ビジネスの比重が特に高い業種（「50%以上」の企業が多い業種）として、製造業では繊維・織物/アパレル（「50%以上」が17.1%）、非製造業では商社・卸売（同10.6%）などがあつた。

図表VI-3 売上高に占める中国ビジネス

	社数	(%)						
		10%未満	10%~20%未満	20%~30%未満	30%~40%未満	40%~50%未満	50%以上	無回答
総計	1,288	65.1	14.1	6.5	3.0	1.5	5.1	4.7
大企業	396	67.4	16.2	6.3	1.8	0.5	1.5	6.3
中小企業	892	64.0	13.2	6.6	3.5	1.9	6.7	4.0
製造業	818	65.2	16.9	6.7	2.2	1.2	3.4	4.4
非製造業	470	64.9	9.4	6.2	4.3	1.9	8.1	5.3
商社・卸・小売	341	60.7	10.3	6.7	5.0	2.3	10.3	4.7
製造業(商社・卸・小売を除く)	129	76.0	7.0	4.7	2.3	0.8	2.3	7.0
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,159	63.8	14.9	6.7	3.0	1.6	5.4	4.5
飲食品	103	87.4	5.8	-	-	1.0	1.0	4.9
繊維・織物/アパレル	41	53.7	17.1	7.3	2.4	-	17.1	2.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	23	69.6	13.0	8.7	4.3	-	-	4.3
化学	61	49.2	31.1	8.2	4.9	-	1.6	4.9
医薬品・化粧品	33	72.7	6.1	6.1	3.0	3.0	-	9.1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	59	66.1	11.9	6.8	-	1.7	5.1	8.5
窯業・土石	21	71.4	23.8	4.8	-	-	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	90	65.6	14.4	8.9	2.2	2.2	2.2	4.4
一般機械	102	69.6	17.6	5.9	1.0	-	2.9	2.9
電気機械	59	61.0	16.9	8.5	5.1	-	5.1	3.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	34	52.9	20.6	17.6	2.9	-	2.9	2.9
自動車/自動車部品/その他輸送機器	68	54.4	23.5	10.3	2.9	1.5	1.5	5.9
精密機器	41	51.2	22.0	7.3	4.9	4.9	4.9	4.9
その他の製造業	83	66.3	19.3	3.6	1.2	2.4	4.8	2.4
商社・卸売	320	60.6	10.6	7.2	5.3	2.2	10.6	3.4
小売	21	61.9	4.8	-	-	4.8	4.8	23.8
建設	15	73.3	6.7	13.3	-	-	-	6.7
電気・ガス・水道	2	50.0	-	-	-	-	-	50.0
運輸	21	61.9	4.8	9.5	4.8	-	9.5	9.5
金融・保険	7	71.4	-	-	-	-	-	28.6
情報・ソフトウェア	16	93.8	-	-	6.3	-	-	-
専門サービス	19	57.9	15.8	5.3	-	5.3	5.3	10.5
その他の非製造業	49	85.7	8.2	2.0	2.0	-	-	2.0

4. 日中関係の情勢変化による中国ビジネスへの影響の有無

2012年9月中旬以降の日中関係の情勢に関して、現在行っている中国とのビジネスに対する影響を尋ねた。「影響があった、ある」としたのは46.3% (596社)、「影響はなかった、ない」としたのは29.7% (383社)、「経済状況や競争条件の悪化など他の要因も重なり、影響の有無ははっきりしない」としたのは22.6% (291社)であった。

図表VI-4 日中関係の情勢変化による中国ビジネスへの影響の有無

(%)

	社数	影響があった、ある	影響はなかった、ない	はな悪経 り化済 き、な り影況 し、他 ないの 有無争 はも条 重件 の	無回答
総計	1,288	46.3	29.7	22.6	1.4
大企業	396	55.1	20.5	23.5	1.0
中小企業	892	42.4	33.9	22.2	1.6
製造業	818	50.2	27.0	21.0	1.7
非製造業	470	39.4	34.5	25.3	0.9
商社・卸・小売	341	37.8	36.1	25.5	0.6
製造業(商社・卸・小売を除く)	129	43.4	30.2	24.8	1.6
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,159	46.6	29.7	22.3	1.4
飲食料品	103	58.3	21.4	17.5	2.9
繊維・織物/アパレル	41	46.3	26.8	26.8	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	23	39.1	34.8	26.1	-
化学	61	52.5	18.0	27.9	1.6
医療品・化粧品	33	48.5	21.2	24.2	6.1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	59	44.1	37.3	16.9	1.7
窯業・土石	21	47.6	42.9	9.5	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	90	43.3	28.9	26.7	1.1
一般機械	102	46.1	29.4	21.6	2.9
電気機械	59	50.8	25.4	20.3	3.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	34	32.4	38.2	26.5	2.9
自動車/自動車部品/その他輸送機器	68	79.4	11.8	8.8	-
精密機器	41	46.3	29.3	24.4	-
その他の製造業	83	47.0	32.5	20.5	-
商社・卸売	320	38.4	35.6	25.6	0.3
小売	21	28.6	42.9	23.8	4.8
建設	15	26.7	26.7	46.7	-
電気・ガス・水道	2	-	-	50.0	50.0
運輸	21	81.0	14.3	4.8	-
金融・保険	7	42.9	-	57.1	-
情報・ソフトウェア	16	50.0	43.8	6.3	-
専門サービス	19	42.1	26.3	26.3	5.3
その他の非製造業	49	32.7	40.8	26.5	-

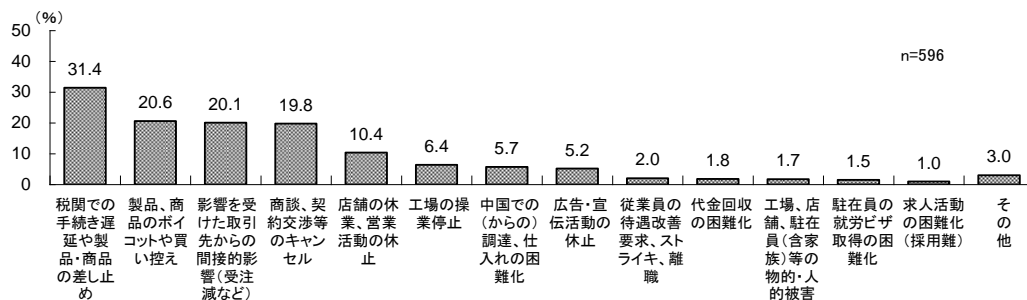
5. 日中関係の情勢変化による中国ビジネスへの影響（時期・内容）

現在行っている中国とのビジネスについて、2012年9月中旬以降の影響があったと回答した企業に対し、影響の具体的な内容を時期別に質問した。どの時期においても、「税関での手続き遅延や製品・商品の差し止め」「製品、商品のボイコットや買い控え」、「影響を受けた取引先からの間接的影響（受注減など）」、「商談、契約交渉のキャンセル」の4項目が上位にあげられている。

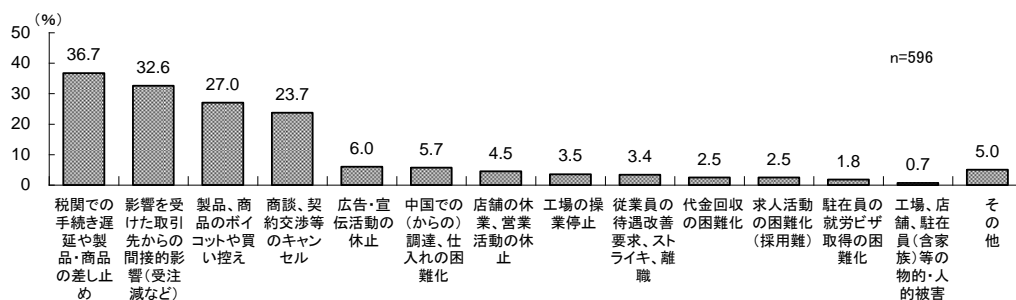
現在（2013年1月時点）及び今後の影響（懸念）については、「影響を受けた取引先からの間接的影響（受注減など）」が最も高くなっている。

図表VI-5 日中関係の情勢変化による中国ビジネスへの影響（時期・内容）

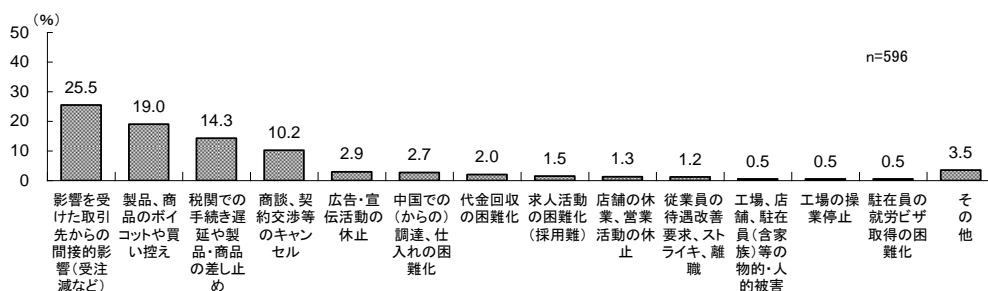
発生直後（2012年9月末まで）



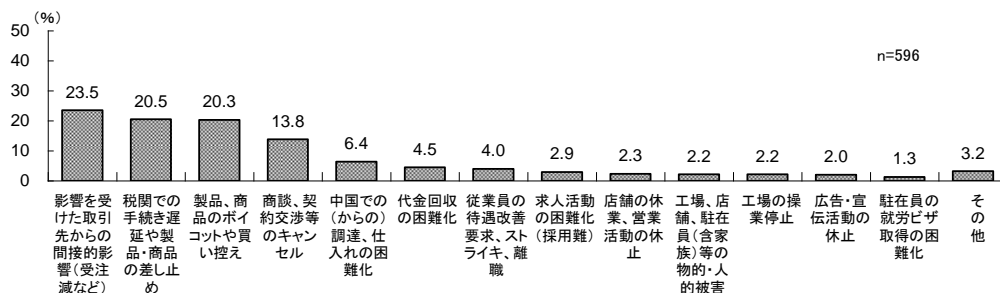
2012年10月～12月末



現在（2013年1月）



今後の影響（懸念）



<日中関係の情勢変化による影響が収まる時期>

現在行っている中国とのビジネスについて、2012年9月中旬以降の影響があったと回答した企業に収束（見込み）時期を尋ねた。2013年3月末までに中国ビジネスが以前の状態に回復する企業は38.8%（「発生後まもなく」「昨年末まで」「年度末まで」の合計）。一方、「回復の見通しは立たない」企業も20.6%（213社）もみられる（大企業（17.9%）より中小企業（22.2%）で割合が高い）。

図表VI-6 日中関係の情勢変化による影響が収まる時期

(%)

	社数	発生後まもなく	昨年末まで	年度末まで	1年以内	発生から1年超	回復の見通しは立たない	無回答
総計	596	3.7	20.5	14.6	23.8	8.6	20.6	8.2
大企業	218	4.1	16.1	16.5	29.8	9.6	17.9	6.0
中小企業	378	3.4	23.0	13.5	20.4	7.9	22.2	9.5
製造業	411	3.6	17.8	16.3	25.1	9.0	20.2	8.0
非製造業	185	3.8	26.5	10.8	21.1	7.6	21.6	8.6
商社・卸・小売	129	3.1	29.5	10.9	22.5	6.2	20.2	7.8
製造業(商社・卸・小売を除く)	56	5.4	19.6	10.7	17.9	10.7	25.0	10.7
(参考)製造業/商社・卸・小売計	540	3.5	20.6	15.0	24.4	8.3	20.2	8.0
飲食料品	60	5.0	18.3	18.3	16.7	10.0	26.7	5.0
繊維・織物/アパレル	19	10.5	31.6	-	10.5	-	21.1	26.3
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	9	-	22.2	22.2	33.3	11.1	-	11.1
化学	32	6.3	6.3	9.4	25.0	9.4	28.1	15.6
医療品・化粧品	16	-	6.3	-	31.3	18.8	25.0	18.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	26	-	30.8	7.7	34.6	11.5	11.5	3.8
窯業・土石	10	-	10.0	30.0	30.0	-	20.0	10.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	39	2.6	15.4	7.7	30.8	15.4	23.1	5.1
一般機械	47	-	19.1	14.9	23.4	19.1	21.3	2.1
電気機械	30	10.0	20.0	23.3	16.7	3.3	16.7	10.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	11	9.1	18.2	36.4	9.1	18.2	9.1	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	54	1.9	11.1	22.2	42.6	1.9	16.7	3.7
精密機器	19	10.5	10.5	15.8	26.3	-	15.8	21.1
その他の製造業	39	-	28.2	25.6	15.4	5.1	20.5	5.1
商社・卸売	123	3.3	28.5	9.8	23.6	6.5	21.1	7.3
小売	6	-	50.0	33.3	-	-	-	16.7
建設	4	50.0	25.0	-	-	-	25.0	-
電気・ガス・水道	-	-	-	-	-	-	-	-
運輸	17	-	17.6	17.6	17.6	17.6	23.5	5.9
金融・保険	3	-	-	-	-	33.3	-	66.7
情報・ソフトウェア	8	-	-	25.0	12.5	12.5	37.5	12.5
専門サービス	8	-	25.0	-	12.5	12.5	50.0	-
その他の非製造業	16	6.3	31.3	6.3	31.3	-	12.5	12.5

<日中関係の情勢変化による影響がなかった理由>

現在行っている中国とのビジネスについて、2012年9月中旬以降の影響がなかったと回答した企業にその理由を尋ねた。「一般消費者向けの事業を行っていないから(企業間取引が中心)」が52.7%(202社)で最も高く、次いで「取引先との関係が確固としているから」が32.9%(126社)、「地域的に影響が無いから」が21.9%(84社)となっている。

図表VI-7 日中関係の情勢変化による中国ビジネスへの影響がなかった理由

	社数	引い が 中 心 〜 企 業 間 取 引 の 上 で な る	一 般 消 費 者 向 け の 事 業 を 行 わ な い か ら	確 固 と し て い る 関 係 が 無 い か ら	地 域 的 に 影 響 が 無 い か ら	現 地 化 が 進 ん で い る か ら	中 国 側 と の 配 分 が 不 均 等 な か ら	中 国 側 の 代 替 品 が 無 い か ら	中 国 側 政 府 が 配 慮 し て く れ る か ら	そ の 他	無 回 答
総計	383	52.7	32.9	21.9	9.4	8.4	5.2	1.6	8.6	4.4	
大企業	81	54.3	22.2	12.3	16.0	11.1	4.9	1.2	8.6	4.9	
中小企業	302	52.3	35.8	24.5	7.6	7.6	5.3	1.7	8.6	4.3	
製造業	221	55.2	29.9	22.2	10.0	10.4	6.3	2.3	8.1	3.6	
非製造業	162	49.4	37.0	21.6	8.6	5.6	3.7	0.6	9.3	5.6	
商社・卸・小売	123	48.8	42.3	22.0	8.1	4.9	4.9	0.8	8.9	6.5	
製造業(商社・卸・小売を除く)	39	51.3	20.5	20.5	10.3	7.7	-	-	10.3	2.6	
(参考)製造業/商社・卸・小売計	344	52.9	34.3	22.1	9.3	8.4	5.8	1.7	8.4	4.7	
飲食料品	22	31.8	22.7	31.8	4.5	22.7	-	-	22.7	9.1	
繊維・織物/アパレル	11	63.6	27.3	9.1	18.2	9.1	9.1	-	-	-	
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	8	25.0	37.5	12.5	-	-	12.5	-	12.5	-	
化学	11	81.8	-	-	18.2	9.1	-	-	18.2	-	
医薬品/化粧品	7	42.9	57.1	28.6	-	-	14.3	-	-	-	
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	22	63.6	31.8	27.3	4.5	13.6	4.5	-	13.6	4.5	
窯業・土石	9	66.7	55.6	22.2	11.1	11.1	11.1	-	-	11.1	
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	26	61.5	38.5	26.9	7.7	11.5	3.8	7.7	11.5	-	
一般機械	30	36.7	33.3	30.0	10.0	3.3	10.0	3.3	6.7	6.7	
電気機械	15	66.7	13.3	20.0	20.0	26.7	6.7	-	-	6.7	
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	13	76.9	38.5	15.4	15.4	7.7	7.7	7.7	7.7	-	
自動車/自動車部品/その他輸送機器	8	50.0	25.0	12.5	12.5	-	-	-	12.5	-	
精密機器	12	75.0	16.7	8.3	16.7	8.3	-	-	-	-	
その他の製造業	27	51.9	29.6	25.9	7.4	7.4	11.1	3.7	-	3.7	
商社・卸売	114	49.1	44.7	22.8	7.9	5.3	5.3	0.9	8.8	6.1	
小売	9	44.4	11.1	11.1	11.1	-	-	-	11.1	11.1	
建設	4	50.0	25.0	25.0	-	-	-	-	-	-	
電気・ガス・水道	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
運輸	3	33.3	33.3	-	66.7	-	-	-	-	-	
金融・保険	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
情報・ソフトウェア	7	57.1	28.6	28.6	-	-	-	-	-	-	
専門サービス	5	20.0	20.0	20.0	40.0	40.0	-	-	20.0	-	
その他の非製造業	20	60.0	15.0	20.0	-	5.0	-	-	15.0	5.0	

6. 中国ビジネスの今年度の業績見通し

現在行っている中国とのビジネスについて、今年度の業績見通しを尋ねた。中国ビジネスを行っている企業の55.1%は12年の売上高が当初見込みに比べ減少。営業利益が減少すると答えた企業も計51.6%に上った。また、中小企業は大企業に比べ「5割以上減少」と回答した企業の割合が高い。

図表VI-8 中国ビジネスの今年度の業績見通し(全体)

【売上高(中国ビジネスに限る)】

【営業利益(中国ビジネスに限る)】

	調査数	少5割以上減	割3未満減上少5	割1未満減上少3	少1割未満減	増加	無回答	調査数	少5割以上減	割3未満減上少5	割1未満減上少3	少1割未満減	増加	無回答
全体	1288	94	100	239	275	311	269	1288	103	87	216	257	297	328
	100.0	7.3	7.8	18.6	21.4	24.1	20.9	100.0	8.0	6.8	16.8	20.0	23.1	25.5
大企業	396	15	37	93	85	96	70	396	25	31	74	77	94	95
	100.0	3.8	9.3	23.5	21.5	24.2	17.7	100.0	6.3	7.8	18.7	19.4	23.7	24.0
中小企業	892	79	63	146	190	214	198	892	78	56	142	180	202	232
	100.0	8.9	7.1	16.4	21.3	24.0	22.3	100.0	8.7	6.3	15.9	20.2	22.7	26.0
製造業	818	52	66	158	178	200	164	818	60	59	139	168	186	206
	100.0	6.4	8.1	19.3	21.8	24.4	20.0	100.0	7.3	7.2	17.0	20.5	22.7	25.2
非製造業	470	42	34	81	97	111	105	470	43	28	77	89	111	122
	100.0	8.9	7.2	17.2	20.6	23.6	22.3	100.0	9.1	6.0	16.4	18.9	23.6	26.0

7. 中国に対する今後（3年程度）のビジネス展開

今後（3年程度）の中国でのビジネス展開については、「従来どおり既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」が39.3%（506社）で最も高く、「既存のビジネス規模を維持する」が21.2%（273社）、「従来よりは規模やペースを落としながらも、既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」が16.6%（214社）と続いている。

図表VI-9 中国ビジネスの今年度の業績見通し

	社数	従来どおり ビジネスの 拡充、 既存 新規 ビ ジ ネ ス を 検 討 す る	従来より ペースを 落とし ながらも、 既存ビ ジネス が	既存の ビ ジ ネ ス 規 模 を 維 持 す る	中国 へは 移 管 を 検 討 す る	中国 ビ ジ ネ ス か ら の 展 開 を 検 討 す る	中 国 ビ ジ ネ ス か ら の 展 開 を 検 討 す る	ま だ、 分 か ら な い	無 回 答
総計	1,288	39.3	16.6	21.2	7.5	1.0	9.2	5.3	
大企業	396	46.5	23.2	15.2	3.8	1.0	6.3	4.0	
中小企業	892	36.1	13.7	23.9	9.1	1.0	10.4	5.8	
製造業	818	39.6	18.5	21.9	6.0	0.9	8.1	5.1	
非製造業	470	38.7	13.4	20.0	10.0	1.3	11.1	5.5	
商社・卸・小売	341	39.6	13.2	21.7	10.3	0.9	9.4	5.0	
製造業(商社・卸・小売を除く)	129	36.4	14.0	15.5	9.3	2.3	15.5	7.0	
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,159	39.6	16.9	21.8	7.2	0.9	8.5	5.1	
飲食品	103	44.7	16.5	18.4	5.8	1.9	7.8	4.9	
繊維・織物/アパレル	41	29.3	7.3	29.3	12.2	-	14.6	7.3	
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	23	52.2	4.3	26.1	4.3	-	13.0	-	
化学	61	42.6	24.6	18.0	-	-	13.1	1.6	
医薬品/化粧品	33	51.5	12.1	15.2	6.1	-	6.1	9.1	
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	59	30.5	27.1	23.7	10.2	-	8.5	-	
窯業・土石	21	28.6	28.6	23.8	9.5	-	4.8	4.8	
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	90	40.0	16.7	21.1	5.6	1.1	7.8	7.8	
一般機械	102	35.3	16.7	29.4	4.9	1.0	9.8	2.9	
電気機械	59	35.6	23.7	20.3	5.1	3.4	3.4	8.5	
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	34	47.1	11.8	11.8	8.8	-	11.8	8.8	
自動車/自動車部品/その他輸送機器	68	30.9	29.4	22.1	7.4	-	2.9	7.4	
精密機器	41	46.3	12.2	24.4	4.9	-	2.4	9.8	
その他の製造業	83	45.8	16.9	20.5	4.8	1.2	8.4	2.4	
商社・卸売	320	39.7	13.4	21.3	10.6	0.9	9.4	4.7	
小売	21	38.1	9.5	28.6	4.8	-	9.5	9.5	
建設	15	20.0	20.0	6.7	-	6.7	40.0	6.7	
電気・ガス・水道	2	50.0	-	50.0	-	-	-	-	
運輸	21	33.3	28.6	23.8	4.8	-	9.5	-	
金融・保険	7	57.1	14.3	-	-	-	-	28.6	
情報・ソフトウェア	16	62.5	-	12.5	12.5	-	12.5	-	
専門サービス	19	31.6	10.5	36.8	5.3	-	5.3	10.5	
その他の非製造業	49	32.7	12.2	8.2	16.3	4.1	18.4	8.2	

＜中国でビジネスを続ける（拡大、維持）理由＞

現在行っている中国ビジネスの今後（3年程度）の展開について、「従来どおり既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」、「従来よりは規模、ペースを落しながらも既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」、「既存のビジネス規模を維持する」（図表VI-9）と回答した企業にその理由を尋ねた。

「市場規模、成長性など販売面でビジネス拡大を期待できるから」が69.5%（690社）で最も高く、次いで「すでに事業が確立し軌道に乗っているから」が33.1%（329社）、「生産コストなど製造面で他国・地域より優位性があるから」が20.7%（206社）と続いている。コストでの優位性を理由に挙げる企業は中小企業（23.4%）が大企業（15.5%）より多い。

図表VI-10 今後の中国ビジネス展開について

	社数	性で生 が他 国・ 地 域 な ど り 優 位 性 な ら ば	販 売 面 で の 成 長 性 な ど	市 場 規 模 、 成 長 性 な ど	優 位 性 が あ る 他 国 ・ 地 域 な ど り	据 野 産 業 の 充 実 な ど	て フ ラ が 比 較 的 な 備 え さ れ	物 流 や 電 力 な ど の 整 備 さ れ	ら 為 替 リ ス ク が 小 さ い か	す い か ら 優 秀 な 人 材 を 採 用 し や	い 營 の 目 が 行 き 届 き や す	日 本 と の 距 離 が 近 く す	道 す で に 事 業 が 確 立 し 軌 道 に 乗 っ て い る か ら	し く 事 業 を 始 め て 間 を 回 収 し な い か ら	そ の 他	無 回 答
総計	993	20.7	69.5	11.4	7.4	1.4	3.2	14.0	33.1	8.5	2.6	4.5				
大企業	336	15.5	81.5	11.0	7.4	0.6	3.9	8.6	37.5	8.6	2.1	3.6				
中小企業	657	23.4	63.3	11.6	7.3	1.8	2.9	16.7	30.9	8.4	2.9	5.0				
製造業	654	20.6	74.9	10.2	7.0	1.5	2.9	13.6	30.4	8.7	2.1	4.1				
非製造業	339	20.9	59.0	13.6	8.0	1.2	3.8	14.7	38.3	8.0	3.5	5.3				
商社・卸・小売	254	26.4	57.1	15.7	8.3	1.6	3.1	16.9	35.4	5.5	3.1	5.5				
製造業（商社・卸・小売を除く）	85	4.7	64.7	7.1	7.1	-	5.9	8.2	47.1	15.3	4.7	4.7				
（参考）製造業／商社・卸・小売計	908	22.2	69.9	11.8	7.4	1.5	3.0	14.5	31.8	7.8	2.4	4.5				
飲食料品	82	18.3	74.4	8.5	9.8	3.7	2.4	17.1	22.0	8.5	1.2	4.9				
繊維・織物／アパレル	27	37.0	55.6	25.9	22.2	3.7	3.7	37.0	33.3	7.4	-	3.7				
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	19	10.5	68.4	-	5.3	5.3	-	26.3	47.4	-	-	5.3				
化学	52	13.5	82.7	13.5	1.9	-	7.7	17.3	36.5	7.7	3.8	3.8				
医薬品・化粧品	26	11.5	73.1	3.8	-	3.8	-	15.4	15.4	7.7	3.8	3.8				
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	48	25.0	66.7	10.4	2.1	2.1	4.2	18.8	22.9	6.3	4.2	6.3				
窯業・土石	17	23.5	41.2	5.9	5.9	-	-	17.6	47.1	23.5	5.9	-				
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	70	17.1	74.3	11.4	5.7	-	-	12.9	30.0	10.0	2.9	5.7				
一般機械	83	21.7	75.9	10.8	6.0	1.2	2.4	12.0	31.3	12.0	1.2	2.4				
電気機械	47	21.3	78.7	19.1	8.5	-	4.3	6.4	36.2	6.4	-	6.4				
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	24	20.8	83.3	4.2	25.0	4.2	8.3	16.7	37.5	4.2	4.2	-				
自動車／自動車部品／その他輸送機器	56	25.0	76.8	7.1	8.9	-	3.6	5.4	35.7	16.1	1.8	3.6				
精密機器	34	20.6	79.4	-	2.9	-	-	5.9	29.4	5.9	-	8.8				
その他の製造業	69	23.2	84.1	11.6	4.3	1.4	2.9	5.8	26.1	4.3	2.9	1.4				
商社・卸売	238	25.6	57.6	15.5	8.4	1.7	2.9	17.6	36.1	5.9	2.9	5.0				
小売	16	37.5	50.0	18.8	6.3	-	6.3	6.3	25.0	-	6.3	12.5				
建設	7	-	57.1	14.3	28.6	-	-	-	42.9	14.3	28.6	-				
電気・ガス・水道	2	-	50.0	-	-	-	-	-	50.0	50.0	-	-				
運輸	18	11.1	44.4	22.2	5.6	-	5.6	5.6	66.7	16.7	-	5.6				
金融・保険	5	-	100.0	-	20.0	-	-	20.0	60.0	-	-	-				
情報・ソフトウェア	12	-	66.7	-	-	-	-	8.3	33.3	25.0	-	8.3				
専門サービス	15	6.7	60.0	-	-	-	20.0	6.7	60.0	6.7	6.7	-				
その他の非製造業	26	3.8	76.9	3.8	7.7	-	3.8	11.5	30.8	15.4	3.8	7.7				

＜中国からの事業縮小・移管や撤退を検討する理由＞

現在行っている中国とのビジネスについて、今後（3年程度）の展開を、「縮小して他国へ移管を検討」、「撤退して、他国での展開を検討する」と回答した企業にその理由を尋ねた。「カントリーリスクが高いなど安定的な工場の操業や店舗の営業にリスクを伴うから」が55.0%（60社）で最も高く、次いで「生産コストなど製造面で他国・地域より劣るから」が38.5%（42社）、「法律や規制が整備されておらず、運用も不安定だから」が31.2%（34社）となっている。

図表VI-11 今後の中国ビジネス展開を縮小、撤退する理由

	調査数	国・地域より劣るから	生産コストなど製造面で他	他国・地域の充実など調達面で	裾野産業の充実など調達面で	物流や電力などのインフラが	整備された環境が無いか、安定的な	事業環境が無いか、安定的な	整備された環境が無いか、安定的な	物流や電力などのインフラが	整備された環境が無いか、安定的な	法律や規制が整備されておらず、運用も不安定だから	為替リスクが大きいから	専門サービスが未整備であるか	資金調達や法律や会計など専	優秀な人材を採用し難いから	知的財産権の保護や代金回収	などの問題があるから	営業にリスクを伴うから	カントリーリスクが高いなど	安定的な工場の操業や店舗の	その他	無回答
全 体	109 100.0	42 38.5	3 2.8	4 3.7	34 31.2	9 8.3	4 3.7	9 8.3	20 18.3	60 55.0	17 15.6	6 5.5											
大企業	19 100.0	8 42.1	1 5.3	1 5.3	7 36.8	2 10.5	2 10.5	3 15.8	4 21.1	15 78.9	4 21.1	-											
中小企業	90 100.0	34 37.8	2 2.2	3 3.3	27 30.0	7 7.8	2 2.2	6 6.7	16 17.8	45 50.0	13 14.4	6 6.7											
製造業	56 100.0	22 39.3	3 5.4	3 5.4	17 30.4	8 14.3	1 1.8	6 10.7	11 19.6	34 60.7	9 16.1	3 5.4											
非製造業	53 100.0	20 37.7	-	1 1.9	17 32.1	1 1.9	3 5.7	3 5.7	9 17.0	26 49.1	8 15.1	3 5.7											

日本企業の海外事業展開に関するアンケート
～ジェトロ海外ビジネス調査～

本調査は、日本企業を対象とした、海外ビジネスへの取り組みに関するアンケート調査です。本調査結果は、統計的に処理し、和文および英文で公表いたしますが、個別の回答を公表することはございません。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、省略頂いても結構です。可能な範囲でご回答下さい。

ご記入いただいた調査票は、お手数ではございますが、2013年1月31日(木)までに同封の返信用封筒によりご返送下さい。

本調査に関するお問い合わせ・ご質問は、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。

《お問い合わせ先》

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:山田^{やまだ}、鈴木^{すずき}
〒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

【ご回答者】

貴社名			
部 課 名		役職	
ご氏名			
電話番号			
ご住所	〒		

ご協力いただいた企業様には、上記にご記入の宛先に、本調査結果をまとめた報告書をお送りいたします。

■ 個人情報保護について

ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針(<http://www.jetro.go.jp/privacy/>)に基づき、適正に管理運用させていただきます。回答内容は、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タイム・エージェントが集計を行います。

I 貴社の概要

問1 貴社の業種に当てはまる項目を一つチェックして下さい。複数の業種にまたがる方は、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選択して下さい。

製造業	<input type="checkbox"/> ₁ 飲食品	<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 鉱業	<input type="checkbox"/> ₂₈ 建設
	<input type="checkbox"/> ₂₉ 電気・ガス・水道	<input type="checkbox"/> ₃₀ 運輸	<input type="checkbox"/> ₃₁ 金融・保険	<input type="checkbox"/> ₃₂ 農業・林業・水産
	<input type="checkbox"/> ₃₃ 印刷・同関連	<input type="checkbox"/> ₃₄ 電気通信	<input type="checkbox"/> ₃₅ 不動産	<input type="checkbox"/> ₃₆ 情報・ソフトウェア
	<input type="checkbox"/> ₃₇ 飲食店・宿泊	<input type="checkbox"/> ₃₈ 医療・福祉	<input type="checkbox"/> ₃₉ 専門サービス(コンサルティング・法務等)	
	<input type="checkbox"/> ₄₀ その他サービス(旅行、娯楽等)		<input type="checkbox"/> ₄₁ その他()	

問2 貴社の資本金に該当する項目を一つチェックして下さい。

- ₁ 1千万円以下 ₂ 1千万円超～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

問3 貴社の常時雇用従業員数に該当する項目を一つチェックして下さい。

- ₁ 5人以下 ₂ 6～20人 ₃ 21～50人 ₄ 51～100人
₅ 101～300人 ₆ 301～1,000人 ₇ 1,001～3,000人 ₈ 3,001人以上

II 輸出への取り組みと課題

問4 貴社の現在の輸出(商社などを通じた間接輸出も含む)への取り組みと、今後(2012年度も含め3か年度)の方針について該当する項目を一つチェックして下さい。

- ₁ 現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る。
₂ 現在、輸出を行っており、現状を維持する。
₃ 現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい。
₄ 現在、輸出を行っているが、今後は縮小、撤退を検討する。
₅ 現在、輸出は行っておらず、今後とも行う予定はない。⇒「III 海外進出への取り組みと課題」へ
₆ 輸出を行う業種ではない。⇒「III 海外進出への取り組みと課題」へ

【問4で₁(現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る)、₂(現在、輸出を行っており、現状を維持する)、₄(現在、輸出を行っているが、今後は縮小、撤退を検討する)のいずれかに回答された方へ】

問5 現在、輸出を行っている国・地域を全てチェックして下さい。

アジア大洋州	<input type="checkbox"/> ₁ 中国	<input type="checkbox"/> ₂ 香港	<input type="checkbox"/> ₃ 台湾	<input type="checkbox"/> ₄ 韓国
	<input type="checkbox"/> ₅ シンガポール	<input type="checkbox"/> ₆ タイ	<input type="checkbox"/> ₇ マレーシア	<input type="checkbox"/> ₈ インドネシア
	<input type="checkbox"/> ₉ フィリピン	<input type="checkbox"/> ₁₀ ベトナム	<input type="checkbox"/> ₁₁ インド	<input type="checkbox"/> ₁₂ 豪州
	<input type="checkbox"/> ₁₃ ニュージーランド	<input type="checkbox"/> ₁₄ その他新興・途上国()		
北米・中南米	<input type="checkbox"/> ₁₅ 米国	<input type="checkbox"/> ₁₆ カナダ	<input type="checkbox"/> ₁₇ メキシコ	<input type="checkbox"/> ₁₈ ブラジル
	<input type="checkbox"/> ₁₉ その他新興・途上国()			
欧州・ロシア	<input type="checkbox"/> ₂₀ 西欧	<input type="checkbox"/> ₂₁ 中・東欧	<input type="checkbox"/> ₂₂ ロシア・CIS	
中東・アフリカ	<input type="checkbox"/> ₂₃ トルコ	<input type="checkbox"/> ₂₄ 南アフリカ共和国	<input type="checkbox"/> ₂₅ その他新興・途上国()	

付問5-1 主要な輸出先国名(輸出額上位5カ国)を記入し、各市場におけるライバル企業について、該当する項目を全てチェックしてください。

輸出先国 (上位5つ)	日本 企業	中国 企業	韓国 企業	欧米 企業	輸出先の 地場企業	その他 (具体的な国・地域名で)	競合 なし
	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆ ()企業	<input type="checkbox"/> ₇
	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆ ()企業	<input type="checkbox"/> ₇
	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆ ()企業	<input type="checkbox"/> ₇
	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆ ()企業	<input type="checkbox"/> ₇
	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆ ()企業	<input type="checkbox"/> ₇

【問4で□₁(現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る)、□₂(現在、輸出を行っており、現状を維持する)、のいずれかに回答された方へ】

問6 輸出を行う上での貴社の課題や不足していることについて、該当する項目を全てチェックして下さい。

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ₁ 輸出先市場に関する情報(消費者の嗜好やニーズなど) | <input type="checkbox"/> ₂ 現地市場向け商品 |
| <input type="checkbox"/> ₃ 輸出に関する制度情報(関税率、輸入規制など) | <input type="checkbox"/> ₄ 輸出に必要な資金の確保 |
| <input type="checkbox"/> ₅ 現地でのビジネスパートナー | <input type="checkbox"/> ₆ 現地における販売網の拡充 |
| <input type="checkbox"/> ₇ 輸出業務を担う人材 | <input type="checkbox"/> ₈ コスト競争力 |
| <input type="checkbox"/> ₉ その他() | |

問7 過去1年間の円高傾向は貴社の業績にどのような影響を与えましたか。該当する項目を一つチェックして下さい。

- ₁ 業績が大いに悪化した。
₂ 業績はやや悪化した。
₃ 業績は改善した。
₄ 特に影響はない。
₅ その他()

【問7で□₁(業績が大いに悪化した)、□₂(業績はやや悪化した)と回答された方へ】

付問7-1 円高に対して、貴社がこれまでにとられた、または今後検討している対策を全てチェックして下さい。

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ₁ コストダウンを行う。 | <input type="checkbox"/> ₂ 輸出時の販売単価を引き上げる。 |
| <input type="checkbox"/> ₃ 既存の海外事業の規模や稼働率を拡大する。 | <input type="checkbox"/> ₄ 輸入調達先を変更・多角化する。 |
| <input type="checkbox"/> ₅ 為替予約の方法を変更する。 | <input type="checkbox"/> ₆ 新規に海外へ進出する。 |
| <input type="checkbox"/> ₇ 決済通貨を変更する(例:ドルから円建てへ)。 | <input type="checkbox"/> ₈ 特に対策は取っていない。 |
| <input type="checkbox"/> ₉ その他() | |

【問4で□₁(現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る)、□₃(現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい)のいずれかに回答された方へ】

問8 その理由に該当する項目を全てチェックして下さい。

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ₁ 海外需要の増加。 | <input type="checkbox"/> ₂ 海外市場の収益性が高い。 |
| <input type="checkbox"/> ₃ 国内需要の減少。 | <input type="checkbox"/> ₄ 国内市場の収益性が低い。 |
| <input type="checkbox"/> ₅ 親会社や取引先日本企業の海外進出。 | |
| <input type="checkbox"/> ₆ FTA/EPA(自由貿易協定)による関税の撤廃・削減など。 | |
| <input type="checkbox"/> ₇ その他() | |

付問8-1 今後「さらに拡大を図る」「新たに取り組む」場合、ターゲットとする国・地域はどこですか。重視する輸出先を全てチェックするとともに、その中から最重要国・地域名を一つ記入して下さい。

アジア大洋州	<input type="checkbox"/> ₁ 中国	<input type="checkbox"/> ₂ 香港	<input type="checkbox"/> ₃ 台湾	<input type="checkbox"/> ₄ 韓国
	<input type="checkbox"/> ₅ シンガポール	<input type="checkbox"/> ₆ タイ	<input type="checkbox"/> ₇ マレーシア	<input type="checkbox"/> ₈ インドネシア
	<input type="checkbox"/> ₉ フィリピン	<input type="checkbox"/> ₁₀ ベトナム	<input type="checkbox"/> ₁₁ インド	<input type="checkbox"/> ₁₂ 豪州
	<input type="checkbox"/> ₁₃ ニュージーランド	<input type="checkbox"/> ₁₄ その他新興・途上国()		
北米・中南米	<input type="checkbox"/> ₁₅ 米国	<input type="checkbox"/> ₁₆ カナダ	<input type="checkbox"/> ₁₇ メキシコ	<input type="checkbox"/> ₁₈ ブラジル
	<input type="checkbox"/> ₁₉ その他新興・途上国()			
欧州・ロシア	<input type="checkbox"/> ₂₀ 西欧	<input type="checkbox"/> ₂₁ 中・東欧	<input type="checkbox"/> ₂₂ ロシア・CIS	
中東・アフリカ	<input type="checkbox"/> ₂₃ トルコ	<input type="checkbox"/> ₂₄ 南アフリカ共和国	<input type="checkbox"/> ₂₅ その他新興・途上国()	
上記のうち最重要国・地域(1つ)				

【問4で□₄(現在、輸出を行っているが、今後は縮小、撤退を検討する)と回答された方へ】

問9 その理由に該当する項目を全てチェックして下さい。

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ₁ 海外市場での収益性が低い。 | <input type="checkbox"/> ₂ 国内事業に集中する。 |
| <input type="checkbox"/> ₃ 現地生産に切り替え。 | <input type="checkbox"/> ₄ 取引先の信用不安(代金回収など)。 |
| <input type="checkbox"/> ₅ 円高による収益の低下。 | <input type="checkbox"/> ₆ 現地のビジネスパートナーとのトラブル。 |
| <input type="checkbox"/> ₇ 現地の規制・法制度の変更。 | <input type="checkbox"/> ₈ 輸出業務を担うことが出来る人材がいない。 |
| <input type="checkbox"/> ₉ その他() | |

Ⅲ 海外進出への取り組みと課題

問 10 貴社の海外拠点について該当する項目を一つチェックして下さい。

- ₁ 自社の海外拠点がある(駐在員事務所、合弁会社なども含む。代理店は除く)。
- ₂ 自社の海外拠点は無い。

【問 10 で₁(自社の海外拠点がある)と回答された方へ】

問 11 海外拠点の所在国・地域とその主な機能について、該当する項目を全てチェックして下さい。なお「その他」には、物流拠点や駐在員事務所などを含みます。

		販売	生産	研究開発	地域統括	その他
アジア 大洋州	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
	インド	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	豪州	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	ニュージーランド	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	その他新興・途上国 ()	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
北米・ 中南米	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
	ブラジル	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	その他新興・途上国 ()	<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・ アフリカ	トルコ	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	南アフリカ共和国	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
	その他新興・途上国 ()	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅

付問 11-1 主要な海外拠点立地国名(販売額上位5カ国)を記入し、各市場におけるライバル企業について
該当する項目を全てチェックしてください。

拠点立地国 (上位5つ)	日本 企業	中国 企業	韓国 企業	欧米 企業	進出先の 地場企業	その他 (具体的な国・地域名で)	競合 なし
	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆ ()企業	<input type="checkbox"/> ₇
	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆ ()企業	<input type="checkbox"/> ₇
	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆ ()企業	<input type="checkbox"/> ₇
	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆ ()企業	<input type="checkbox"/> ₇
	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆ ()企業	<input type="checkbox"/> ₇

問12 貴社は今後(2012年度も含め3カ年度程度)の海外での事業(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。該当する項目を一つチェックして下さい。

- ₁ 拡大を図る(新規投資または既存事業の拡充)。
- ₂ 現状を維持する。
- ₃ 縮小、撤退が必要と考えている。
- ₄ 現在、海外事業は行っておらず、今後とも海外での事業展開は行わない。
- ₅ その他()

問13 貴社は今後(2012年度も含め3カ年度程度)の日本国内での事業(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。該当する項目を一つチェックして下さい。

- ₁ 拡大を図る。
- ₂ 現状を維持する。
- ₃ 縮小が必要と考えている。
- ₄ その他()

【問12または問13で海外での事業または日本国内での事業について、₁(拡大を図る)と回答された方へ】

問14 海外または日本国内で事業の拡大を図る際、どのような機能を拡大しますか。また、雇用と設備投資を増加しますか。日本と海外で拡大する機能、雇用・設備投資の増加について、該当する項目を全てチェックして下さい。海外については各機能、雇用・設備投資の増加につき、対象国・地域を選択肢から全て選び、国・地域の番号を記入して下さい。また、その中から最重要国・地域の番号を右枠に記入して下さい。

拡大する機能、雇用・設備投資の増加		日本	海外	対象国・地域(選択肢から選び、国・地域名の横の番号をご記入下さい)						左記のうち最重要国・地域
機能	販売	<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	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₇							
	物流	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₈							
	その他()	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₉							
	雇用増加		<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₀						
設備投資増加		<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₁							

<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. 豪州
13. ニューージーランド	14. その他アジア大洋州	15. 米国	16. カナダ	17. メキシコ	18. ブラジル
19. その他中南米	20. 西欧	21. 中・東欧	22. ロシア・CIS	23. トルコ	24. その他中東
25. 南アフリカ共和国	26. その他アフリカ				

【問12で海外での事業について、₁(拡大を図る)と回答された方へ】

問15 海外で事業の拡大を図る理由は何ですか。該当する項目を全てチェックして下さい。

- ₁ 海外での需要の増加。
- ₂ 国内での需要の減少。
- ₃ 取引先企業の海外進出。
- ₄ 円高の影響。
- ₅ 相手国の関税が高い。
- ₆ 国内法人税等の税負担が重い。
- ₇ 国内の環境規制。
- ₈ 国内の人件費や労働規制。
- ₉ 国内の電力供給不安。
- ₁₀ 海外でのFTA締結の進展。
- ₁₁ 外国政府からの誘致・インセンティブ。
- ₁₂ その他()

付問15-1 海外で事業の拡大を図る際、どのような手法をとりますか。該当する項目を全てチェックして下さい。

- ₁ 新規の現地拠点の設立
- ₂ 既存拠点への追加投資・出資
- ₃ M&A(外国企業の買収・出資)
- ₄ 現地での合弁会社設立
- ₅ 現地での業務提携(生産委託、技術・ライセンス供与など)
- ₆ その他()

付問15-2 海外で事業拡大を図る上での課題や不足していることについて、該当する項目を全てチェックして下さい。

- ₁ 現地市場に関する情報(消費者の嗜好やニーズなど)
- ₂ 現地市場向け商品
- ₃ 投資に関する制度情報(投資規制など)
- ₄ 投資に必要な資金の確保
- ₅ 現地でのビジネスパートナー
- ₆ 現地における販売網の拡充
- ₇ 投資業務を担う人材
- ₈ コスト競争力
- ₉ その他()

【問12で海外での事業について、□₃(縮小、撤退が必要と考えている)または□₄(現在、海外事業は行っておらず、今後とも海外での事業展開は行わない)と回答された方へ】

問16 その理由に該当する項目を全てチェックして下さい。

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ₁ 本社の経営悪化。 | <input type="checkbox"/> ₂ 人件費や地代など事業運営コストの上昇。 |
| <input type="checkbox"/> ₃ 販売不振。 | <input type="checkbox"/> ₄ 原材料・部品調達が困難。 |
| <input type="checkbox"/> ₅ 主要取引先の撤退・縮小。 | <input type="checkbox"/> ₆ 現地パートナーとの関係悪化。 |
| <input type="checkbox"/> ₇ 有能な人材の確保が困難。 | <input type="checkbox"/> ₈ 投資優遇措置の縮小・撤廃。 |
| <input type="checkbox"/> ₉ 投資先国の規制強化。 | <input type="checkbox"/> ₁₀ 政情不安。 |
| <input type="checkbox"/> ₁₁ 国内需要を重視しているから。 | <input type="checkbox"/> ₁₂ 海外需要の取り込みは輸出で対応する(している)から。 |
| <input type="checkbox"/> ₁₃ 海外での事業展開はリスクが大きいから。 | |
| <input type="checkbox"/> ₁₄ 海外での事業展開をする経営資源(資金、人材、競争力など)がないから。 | |
| <input type="checkbox"/> ₁₅ その他() | |

問17 海外ビジネス実施にあたって輸出か、海外進出(海外直接投資)を選択する場合、貴社のお考えに一番近いのは次のうちどれですか。該当する項目を一つチェックして下さい(事業対象国によって異なる場合には最も重視する国についてお答えください)。

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> ₁ 国内に留まり海外需要は輸出で取り込みたい。 |
| <input type="checkbox"/> ₂ できれば国内に留まりたいが、止むを得ず海外進出せざるを得ない。 |
| <input type="checkbox"/> ₃ 国内、海外それぞれに適切な機能を保っていききたい。 |
| <input type="checkbox"/> ₄ 積極的に海外に進出したい。 |
| <input type="checkbox"/> ₅ できれば海外進出したいが、止むを得ず国内に留まらざるを得ない。 |
| <input type="checkbox"/> ₆ 今後も、輸出、海外進出のいずれも実施しない。 |
| <input type="checkbox"/> ₇ その他() |

IV 自由貿易協定(FTA)の活用

問 18 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 13 カ国・地域のいずれかと、貿易(商品の輸出または輸入)を行っている企業の方に、貿易を行っている国・地域について、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(該当する項目を全てチェックして下さい)。

	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下さい。		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、お答え下さい。	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
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
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
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
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
その他 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
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
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
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
ペルー	<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

[注 1] 日本はシンガポール、ブルネイとも FTA/EPA を締結していますが、両国は「その他 ASEAN」に含めました。

つまり「その他 ASEAN」は、カンボジア、ラオス、ミャンマー、ブルネイ、シンガポールの 5 カ国をさします。

[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(05 年 4 月)、日本-マレーシア(06 年 7 月)、日本-チリ(07 年 9 月)、日本-タイ(07 年 11 月)、日本-インドネシア(08 年 7 月)、日本-フィリピン(08 年 12 月)、日本-ASEAN(08 年 12 月)、日本-スイス(09 年 9 月)、日本-ベトナム(09 年 10 月)、日本-インド(11 年 8 月)、日本-ペルー(12 年 3 月)。

【問18で日本からの輸出に際して、FTAの優遇税率を利用していると一カ国以上で回答された方へ】

付問 18-1 FTA/EPA 利用に際して、問題だと感じている点を全てチェックして下さい。

- ₁ 原産地基準を満たすための事務的負担。 ₂ 原産地証明書発給にかかる手数料費用。
₃ 原産地証明書発給までの時間が長い。 ₄ 品目ごとに原産地基準が異なり、煩雑。
₅ 輸入国通関で、FTA 適用上のトラブルを経験。 ₆ 認定輸出者自己証明制度[注]の対象外。
₇ その他()

[注] 国による認定を受けた輸出者自らが原産地証明書を作成することができる制度。現在、スイス、ペルー、メキシコのみ対象。

【問18で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と回答された方へ】

付問 18-2 FTA/EPA の優遇税率を利用していない理由に該当する項目を全てチェックして下さい。

- ₁ 一般関税が無税/免税、または軽微である。 ₂ 輸血量または輸出金額が小さい。
₃ 輸出品目が FTA の適用対象外。 ₄ 商社などを通じた間接的な輸出である。
₅ 輸入相手からの要請がない。 ₆ 原産地証明書の取得手続きが煩雑・高コスト。
₇ 原産地基準を満たせない。 ₈ FTA/EPA の制度や手続きを知らない。
₉ その他()

【問18で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方へ】

付問 18-3 FTA/EPA の優遇税率を利用していない理由に該当する項目を全てチェックして下さい。

- ₁ 一般関税が無税、または軽微である。 ₂ 途上国特惠関税(GSP 制度など)を利用して無税。
₃ 輸入量または輸入金額が小さい。 ₄ 輸入品目が FTA の適用対象外。
₅ 商社などを通じた間接的な輸入である。 ₆ 輸出者の協力が得られない。
₇ 輸出地で原産地基準を満たせない。 ₈ FTA/EPA の制度や手続きを知らない。
₉ その他()

問 19 日本以外の国・地域間での貿易におけるFTAの利用状況をお伺いします。現在、FTAが発効している以下の国と国との間において、貴社及び貴社の子会社も含め、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ますか(該当する項目を全てチェックして下さい)。

	現在、以下の国・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・地域について、お答え下さい。	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		利用している	利用を検討中	利用していない
ASEAN 域内 (AFTA)	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
ASEAN－中国	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
ASEAN－韓国	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
ASEAN－インド	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
タイ－インド	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
ASEAN－豪州－NZ	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
タイ－豪州	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
中国－台湾	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
韓国－米国	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
韓国－EU	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄

V 新興国のビジネス環境

問 20 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新興国について、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。該当する国・地域全てについて、リスク・問題があると思われる項目を全てチェックして下さい。特段のリスク・問題がない場合は右枠をチェックして下さい。

	為替リスクが高い	インフラが未整備	運用に問題あり	法制度が未整備、	発展していない	関連産業が集積・	知的財産権の保護	昇している	人件費が高い、上	題あり	税務上のリスク・問	労務上の問題あり	代金回収上のリス	ク・問題あり	あり	政情リスクに問題	問題あり	自然災害リスクに	その他(左記以外)	のリスク・問題	を認識していない	特段のリスク・問題
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	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
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	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
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	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
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	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
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	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
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	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
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	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
ミャンマー	<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	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
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	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
ブラジル	<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	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
ロシア	<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	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
トルコ	<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	<input type="checkbox"/> ₉	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂
南アフリカ共和国	<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	<input type="checkbox"/> ₁₀	<input type="checkbox"/> ₁₁	<input type="checkbox"/> ₁₂	<input type="checkbox"/> ₁₃	<input type="checkbox"/> ₁₄	<input type="checkbox"/> ₁₅	<input type="checkbox"/> ₁₆	<input type="checkbox"/> ₁₇	<input type="checkbox"/> ₁₈	<input type="checkbox"/> ₁₉	<input type="checkbox"/> ₂₀	<input type="checkbox"/> ₂₁	<input type="checkbox"/> ₂₂

その他(左記以外)のリスク・問題にチェックをされた場合は、どの国でどのようなリスク・問題があるかをご記入ください。

VI 中国におけるビジネス展開

問21 2012年9月中旬以降の日中関係の情勢を踏まえ、中国におけるビジネス・リスクは高まったと考えますか。該当する項目を一つチェックして下さい。

- ₁ 高まった。
- ₂ 変わらない。
- ₃ 低下した。
- ₄ わからない。

問22 現在の貴社の対中国ビジネスの種類(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)に該当する項目を全てチェックして下さい。

- 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 中国とのビジネスは行っていない。⇒

アンケート終了です。ご協力有難うございました。

問23 現在の貴社全体(連結ベース)の売上高に占める中国ビジネス(対中輸出、現地売上高など)の比率に該当する項目を一つチェックして下さい。

- ₁ 10%未満
- ₂ 10~20%未満
- ₃ 20~30%未満
- ₄ 30~40%未満
- ₅ 40~50%未満
- ₆ 50%以上

問24 2012年9月中旬以降の日中関係の情勢に関して、貴社の中国ビジネスへの影響について該当する項目を一つチェックして下さい。

- ₁ 影響があった、ある。
- ₂ 影響はなかった、ない。
- ₃ 経済状況や競争条件の悪化など他の要因も重なり、影響の有無ははっきりしない。

【問24で₁(影響があった、ある)と回答された方へ】

問25 具体的には、いつ、どのような影響ですか。それぞれの時期の欄に、以下の選択肢から該当する全ての項目番号を○で囲んで下さい。

発生直後(2012年9月末まで)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
2012年10月~12月末	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
現在(2013年1月)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
今後の影響(懸念)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

< 選択肢 >

- 1. 工場、店舗、駐在員(含家族)等の物的・人的被害
- 2. 工場の操業停止
- 3. 店舗の休業、営業活動の休止
- 4. 広告・宣伝活動の休止
- 5. 製品、商品のボイコットや買い控え
- 6. 中国での(からの)調達、仕入れの困難化
- 7. 商談、契約交渉等のキャンセル
- 8. 代金回収の困難化
- 9. 税関での手続き遅延や製品・商品の差し止め
- 10. 従業員の待遇改善要求、ストライキ、離職
- 11. 求人活動の困難化(採用難)
- 12. 駐在員の就労ビザ取得の困難化
- 13. 影響を受けた取引先からの間接的影響(受注減など)
- 14. その他

「その他」を回答された場合は、いつ頃、どのような影響があったのかをご記入ください。

問 25-1 貴社にとって影響が収まり、中国での生産、販売等事業環境全般が以前の状態に回復したのはいつ頃でしたか、または回復するのはいつ頃と思われますか。該当する項目を一つチェックして下さい。

- ₁ 発生後間もなく(2012年9月末)。 ₂ 昨年末まで(2012年10月～12月末)。
₃ 年度末まで(2013年1月～3月末)。 ₄ 1年以内(2013年4月～9月末)。
₅ 発生から1年超(2013年10月以降)。 ₆ 回復の見通しは立たない。

【問 24 で□₂(影響はなかった、ない)と回答された方へ】

問 26 その理由について、該当する項目を全てチェックして下さい。

- ₁ 地域的に影響が無いから。
₂ 一般消費者向けの事業を行っていないから(企業間取引が中心)。
₃ 現地化が進んでいるから。
₄ 中国側合弁相手が配慮してくれるから。
₅ 中国側政府が配慮してくれるから。
₆ 当社製品の代替品が無いから。
₇ 取引先との関係が確固としているから。
₈ その他()。

問 27 貴社の中国ビジネスの今年度の業績見通し(当初見込みとの差)についてお答えください。売上高、営業利益それぞれについて該当する項目を一つチェックして下さい。

【売上高(中国ビジネスに限る)】

【営業利益(中国ビジネスに限る)】

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ₁ 5割以上減少 | <input type="checkbox"/> ₁ 5割以上減少 |
| <input type="checkbox"/> ₂ 3割以上5割未満減少 | <input type="checkbox"/> ₂ 3割以上5割未満減少 |
| <input type="checkbox"/> ₃ 1割以上3割未満減少 | <input type="checkbox"/> ₃ 1割以上3割未満減少 |
| <input type="checkbox"/> ₄ 1割未満減少 | <input type="checkbox"/> ₄ 1割未満減少 |
| <input type="checkbox"/> ₅ 増加 | <input type="checkbox"/> ₅ 増加 |

問 28 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。該当する項目を一つチェックして下さい。「代替の有力候補国」については国・地域名をご記入下さい。

- ₁ 従来どおり既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する。
₂ 従来よりは規模やペースを落としながらも、既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する。
₃ 既存のビジネス規模を維持する。
₄ 中国ビジネスは縮小して、他国への移管を検討する。
⇒代替の有力候補国・地域名(含む日本国内)をご記入下さい ()
₅ 中国ビジネスからは撤退して、他国での展開を検討する。
⇒代替の有力候補国・地域名(含む日本国内)をご記入下さい ()
₆ まだ、分からない。

【問 28 で□₁(従来どおり既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する)、□₂(従来よりは規模やペースを落としながらも、既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する)、□₃(既存のビジネス規模を維持する)と回答された方へ】

問 29 その理由について、該当する項目を全てチェックして下さい。

- ₁ 生産コストなど製造面で他国・地域より優位性があるから。
₂ 市場規模、成長性など販売面でビジネス拡大を期待できるから。
₃ 裾野産業の充実など調達面で他国・地域より優位性があるから。
₄ 物流や電力などのインフラが比較的整備されているから。
₅ 為替リスクが小さいから。
₆ 優秀な人材を採用しやすいから。
₇ 日本との距離が近く経営の目が行き届きやすいから。
₈ すでに事業が確立し軌道に乗っているから。
₉ 事業を始めて間もなく、投資コストを回収していないから。
₁₀ その他()

【問28 で□₄ (中国ビジネスは縮小して、他国への移管を検討する)、□₅ (中国ビジネスからは撤退して、他国での展開を検討する)と回答された方へ】

問30 その理由について、該当する項目を全てチェックして下さい。

- ₁ 生産コストなど製造面で他国・地域より劣るから。
- ₂ 裾野産業の充実など調達面で他国・地域より劣るから。
- ₃ 物流や電力などのインフラが整備されておらず、安定的な事業環境が無いから。
- ₄ 法律や規制が整備されておらず、運用も不安定だから。
- ₅ 為替リスクが大きいから。
- ₆ 資金調達や法律や会計など専門サービスが未整備であるから。
- ₇ 優秀な人材を採用し難いから。
- ₈ 知的財産権の保護や代金回収などに問題があるから。
- ₉ カントリーリスクが高いなど安定的な工場の操業や店舗の営業にリスクを伴うから。
- ₁₀ その他()

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。

2012 年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査
～ジェトロ海外ビジネス調査～
2013 年 3 月作成

作成者 日本貿易振興機構（ジェトロ） 海外調査部 国際経済研究課
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32
TEL:03-3582-5177
FAX:03-3582-5309

● ジェトロアンケート ●

調査タイトル : 2012 年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

今般、ジェトロでは、標記調査を実施いたしました。報告書をお読みになった感想について、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

■質問 1 : 今回、本報告書での内容について、どのように思われましたでしょうか？ (○をひとつ)

4 : 役に立った 3 : まあ役に立った 2 : あまり役に立たなかった 1 : 役に立たなかった

■質問 2 : ①使用用途、②上記のように判断された理由、③その他、本報告書に関するご感想をご記入下さい。

■質問 3 : 今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。

■お客様の会社名等をご記入ください。(任意記入)

ご所属	<input type="checkbox"/> 企業・団体	会社・団体名
	<input type="checkbox"/> 個人	部署名

※ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針(<http://www.jetro.go.jp/privacy/>)に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。

～ご協力有難うございました～