

**2013 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～

2014 年 3 月

独立行政法人 日本貿易振興機構
海外調査部 国際経済研究課

【禁無断転載】

本レポートに関する問い合わせ先：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
海外調査部国際経済研究課
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32
TEL： 03-3582-5177
E-mail：ORI@jetro.go.jp

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

近年、日本企業にとって海外市場の重要性は一段と高まりつつあります。本調査ではこうした事情に鑑み、貿易への取り組み、海外進出への取り組み、自由貿易協定(F T A)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、今後の有望市場と課題といった日本企業の海外事業展開に関する動向について分析しました。

本調査はジェトロ・メンバーズ（ジェトロの会員制度への加入企業）を対象に 2002 年度に開始し、今年度で 12 回目となります。2011 年度からジェトロのサービスをこれまでご利用いただいたことがある、会員以外の企業の皆様にもご協力をお願いしています。今年度は 2013 年 11 月～12 月にかけて、日本企業 9,800 社（うち、ジェトロ・メンバーズ 3,397 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 6,403 社）に調査票を送付し、計 3,471 社(有効回答率 35.4%)から回答を頂きました。

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事業展開に関する戦略立案の参考となれば幸いです。

なお本調査は、Transbird 株式会社にて作業の一部を委託しました。

2014 年 3 月

独立行政法人 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.....	3
1. 事業内容.....	3
2. 輸出の有無.....	5
3. 海外拠点の有無.....	8
4. 海外拠点の設置状況（所在と機能）.....	10
II. 貿易への取り組み.....	13
1. 今後の輸出事業方針.....	13
2. 為替変動の影響.....	16
3. 輸出ビジネスを拡大する理由.....	17
III. 海外進出への取り組み.....	19
1. 今後の海外進出方針.....	19
2. 今後の国内事業展開.....	21
3. 海外で拡大を図る機能.....	24
4. 国内で拡大を図る機能.....	30
5. 海外および国内での雇用・設備投資見通し.....	33
6. 海外進出を拡大する理由.....	35
7. 現地化に向けた取り組み.....	37
8. 現地化を進める上での課題.....	38
9. 海外/国内の拠点・機能の再編.....	39
IV. 自由貿易協定（F T A）の活用.....	51
1. 日本のF T A（E P A）の利用状況.....	51
2. F T A利用上の問題点.....	54
3. 日本以外のF T Aの利用状況.....	55
V. 新興国のビジネス環境.....	56
1. 新興国の魅力・長所.....	56
2. 新興国のビジネスリスク.....	58
VI. 中国におけるビジネス展開.....	60
1. 中国におけるビジネスリスク.....	60
2. 中国ビジネスへの影響.....	62

3. 今後の中国でのビジネス展開	64
4. 中国ビジネスを拡大・維持する理由	66
5. 中国ビジネスの縮小・撤退を検討する理由	67
VII. 今後の有望市場と課題	68
1. 今後の有望市場	68
2. 輸出・海外進出の課題	73
3. 海外ビジネスに必要な情報の入手	74
4. 海外ビジネスパートナーの開拓	75
5. 海外販路開拓のための工夫	76
調査票	77

調査実施概要

1. 調査目的

本調査は、日本企業の貿易への取り組み、海外進出への取り組み、自由貿易協定(F T A)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、今後の有望市場と課題について、その動向を分析するものである。

2. 調査対象

(1) 調査対象企業

海外ビジネスに関心が高い日本企業 9,800 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。

(3) 調査期間

調査票発送 2013 年 11 月 30 日

回収 締切 2013 年 12 月 27 日

(4) 回収状況

発送総数	有効回収数	有効回答率
9,800 社	3,471 社	35.4%

* ジェトロ・メンバーズへの発送数、有効回収数はそれぞれ 3,397 社、1,315 社であった。

3. 調査項目

- (1) 回答企業のプロフィール
- (2) 貿易への取り組み
- (3) 海外進出への取り組み
- (4) 自由貿易協定(F T A)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
- (7) 今後の有望市場と課題

[注1]本報告書における図表等の比率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。

[注3] 本報告書内の「先進国」、「新興国」に含まれる国・地域は以下の通り。

- ・先進国：香港、台湾、韓国、シンガポール、オーストラリア、米国、カナダ、西欧（ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、スロベニア、クロアチア、ルーマニア、バルト3国を除く欧州各国）
- ・新興国：それ以外の国・地域

I. 回答企業のプロフィール

1. 事業内容

調査の回答企業は3,471社で、そのうち「製造業」は60.5% (2,101社)、「非製造業」は39.5% (1,370社)となっている。業種別にみると、「商社・卸売」が22.2% (769社)で最も多く、次いで「飲食料品」が12.4% (432件)、「鉄鋼／非鉄金属／金属製品」が6.9% (238社)、「その他の製造業」が6.5% (224社)と続く。

資本金と従業員数より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19.6% (680社)、「中小企業」は80.4% (2,791社)であった。

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	属性別 構成比
回答企業全体	3,471	2,791	100.0
製造業	2,101	1,742	60.5
飲食料品	432	397	12.4
繊維・織物／アパレル	118	110	3.4
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	76	63	2.2
化学	113	77	3.3
医療品・化粧品	60	46	1.7
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	112	93	3.2
窯業・土石	60	51	1.7
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	238	207	6.9
一般機械	222	179	6.4
電気機械	119	90	3.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	82	48	2.4
自動車／自動車部品／その他輸送機器	154	105	4.4
精密機器	91	76	2.6
その他の製造業	224	200	6.5
非製造業	1,370	1,049	39.5
商社・卸売	769	641	22.2
小売	110	80	3.2
建設	93	64	2.7
電気・ガス・水道	4	1	0.1
運輸	98	69	2.8
金融・保険	65	6	1.9
情報・ソフトウェア	31	24	0.9
専門サービス	50	41	1.4
その他の非製造業	150	123	4.3
大企業	680	—	19.6
中小企業	2,791	—	80.4

〔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または資本金基準のいずれかを満たす企業。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（常時雇用する従業員数）又は 資本金基準（資本金の額又は出資の総額）
製造業・その他の業種	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、従業員規模別に見ると、資本金では「1千万円超～5千万円以下」の企業が33.2%（1,152社）、従業員数では「6～20人」の企業が19.2%（667社）で最も多い。

図表 I-2 業種別、資本金・従業員規模分類

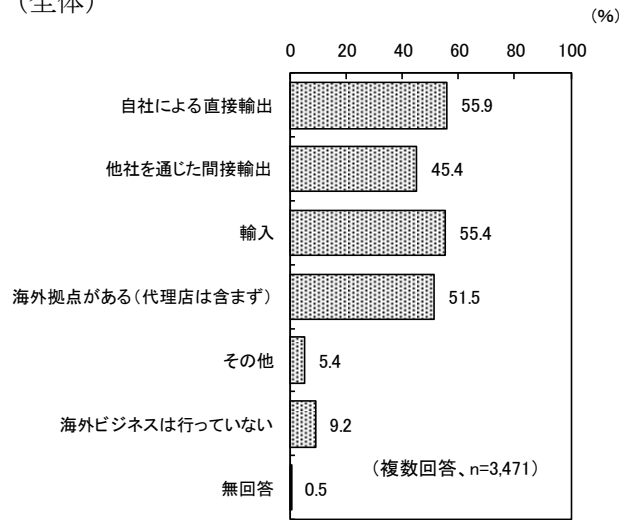
業種	総計	資本金							従業員規模								
		1千万円以下	1千万円超～5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超～10億円以下	10億円超	無回答	5人以下	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301～1,000人	1,001～3,000人	3,001人以上	無回答
総計	3,471	217	332	163	61	69	158	0.0	9.2	19.2	18.2	13.8	17.7	11.5	5.8	4.5	0.0
(参考)製造業/商社・卸・小売計	2,990	221	343	167	61	69	138	-	9.1	20.3	19.0	14.2	17.8	11.5	4.2	3.9	0.0
製造業	2,101	190	343	175	67	66	159	-	4.4	17.8	20.1	15.0	19.8	13.2	5.0	4.7	-
飲食料品	432	26.4	42.4	19.0	6.0	3.9	6.3	-	5.6	27.3	23.6	12.4	13.9	9.5	3.8	1.6	-
繊維・織物/アパレル	118	35.6	42.4	9.3	3.4	2.5	6.8	-	12.7	31.4	27.1	14.4	6.8	3.4	1.7	2.5	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	76	21.1	38.2	18.4	2.6	6.6	13.2	-	3.9	26.3	21.1	13.2	15.8	10.5	6.6	2.6	-
化学	113	7.1	23.9	14.2	10.6	9.7	34.5	-	1.8	10.6	11.5	10.6	28.3	20.4	11.5	5.3	-
医薬品・化粧品	80	18.3	25.0	20.0	8.3	8.3	20.0	-	3.3	20.0	10.0	11.7	25.0	15.0	6.7	8.3	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	112	12.5	39.3	18.8	4.5	8.0	17.0	-	1.8	14.3	17.9	17.0	25.9	17.9	0.9	4.5	-
窯業・土石	80	18.3	25.0	23.3	5.0	10.0	18.3	-	3.3	18.3	20.0	15.0	21.7	16.7	1.7	3.3	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	238	22.7	34.9	18.5	5.0	4.6	14.3	-	2.5	13.4	24.4	21.4	18.9	11.3	4.2	3.8	-
一般機械	222	11.3	31.5	21.6	8.6	8.6	18.5	-	2.3	10.8	21.6	15.3	25.7	15.8	4.1	4.5	-
電気機械	119	11.8	29.4	21.8	8.4	4.2	24.4	-	3.4	9.2	17.6	18.5	21.0	15.1	5.0	10.1	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	82	12.2	14.6	15.9	7.3	15.9	34.1	-	6.1	11.0	12.2	13.4	12.2	22.0	11.0	12.2	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	154	15.6	25.3	13.0	9.7	9.7	26.6	-	2.6	6.5	13.6	11.7	22.1	18.2	11.0	14.3	-
精密機器	91	13.2	34.1	22.0	8.8	6.8	15.4	-	5.5	22.0	18.5	7.7	23.1	16.5	7.7	1.1	-
その他の製造業	224	20.1	39.3	19.2	6.3	5.8	9.4	-	6.3	18.3	21.9	14.7	24.6	9.4	3.1	1.8	-
商社・卸売・小売	879	29.6	34.2	14.9	4.8	7.8	8.6	-	20.1	26.3	16.4	12.3	13.1	7.6	2.2	1.9	0.1
商社・卸売	769	28.2	34.9	15.6	5.3	7.8	8.1	-	19.9	26.3	17.4	12.7	13.3	7.4	1.8	1.2	-
小売	110	39.1	30.0	10.0	0.9	7.3	12.7	-	21.8	26.4	9.1	9.1	11.8	9.1	4.5	7.3	0.9
非製造業(商社・卸・小売を除く)	491	18.9	26.5	13.8	5.7	6.9	27.9	0.2	10.2	12.8	13.2	11.6	17.3	11.4	15.3	8.1	-
建設	93	10.8	33.3	14.0	5.4	7.5	29.0	-	6.5	15.1	14.0	9.7	19.4	14.0	15.1	6.5	-
電気・ガス・水道	4	25.0	-	-	-	-	75.0	-	25.0	-	-	-	-	-	-	75.0	-
運輸	98	14.3	20.4	21.4	11.2	11.2	21.4	-	1.0	9.2	12.2	11.2	31.6	14.3	14.3	6.1	-
金融・保険	65	-	-	1.5	1.5	1.5	95.4	-	1.5	-	-	3.1	3.1	13.8	53.8	24.6	-
情報・ソフトウェア	31	12.9	41.9	12.9	3.2	12.9	16.1	-	3.2	9.7	22.6	25.8	9.7	12.9	3.2	12.9	-
専門サービス	50	30.0	36.0	20.0	2.0	6.0	4.0	2.0	22.0	20.0	10.0	14.0	20.0	10.0	4.0	-	-
その他の非製造業	150	32.7	32.0	12.7	6.0	5.3	11.3	-	19.3	18.0	18.7	13.3	14.0	7.3	6.0	3.3	-

2. 輸出の有無

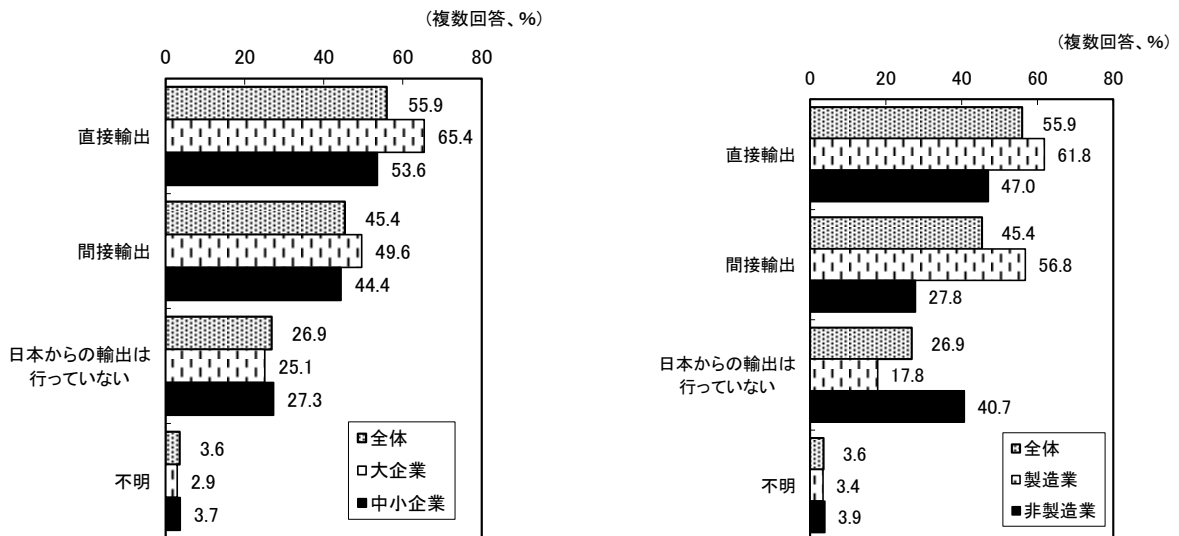
回答企業 3,471 社のうち、「日本から輸出を行っている」企業は 73.1% (2,539 社) となっている。そのうち自社から「直接輸出」をしている企業は 55.9% (1,942 社)、「間接輸出」の企業は 45.4% (1,575 社) となっている。

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 74.9% (509 社)、「中小企業」で 72.7% (2,030 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 82.2% (1,726 社)、「非製造業」で 59.3% (813 社) となっている。

図表 I-3 輸出の有無 (全体)



図表 I-4 輸出を行っている企業の内訳 (規模別・業種別)



[注1] 図表 I-4 における「不明」は輸出を行っている企業のうち、「直接輸出」「間接輸出」について無回答の企業数を示す。

図表 I-5 輸出を行っている企業の内訳（規模別・業種別社数）

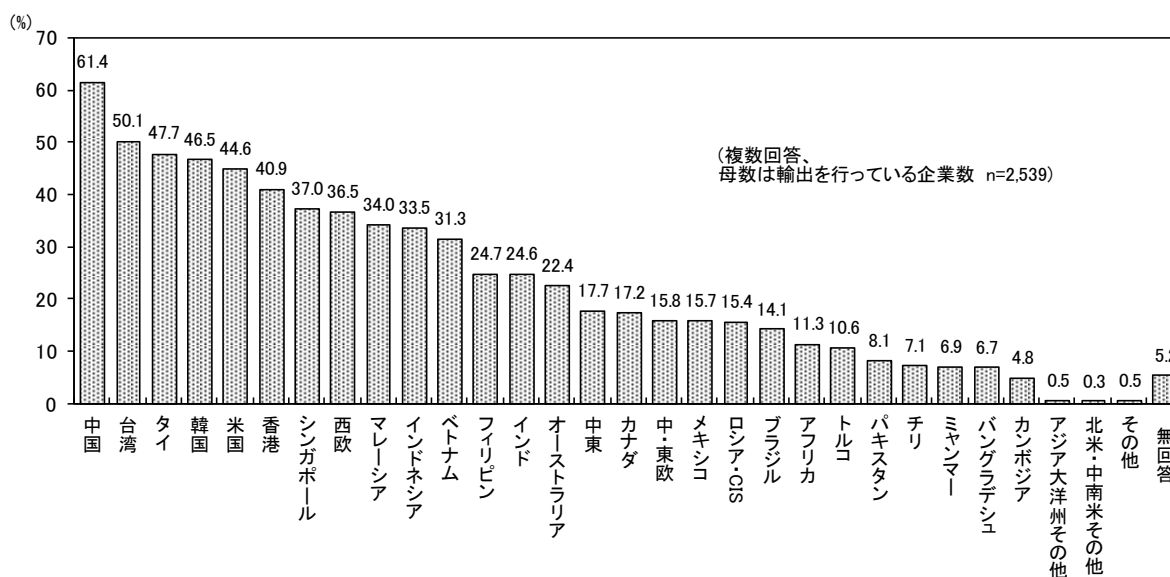
(件数)

	総数				大企業				中小企業			
	計	直接輸出	間接輸出	無回答	計	直接輸出	間接輸出	無回答	計	直接輸出	間接輸出	無回答
総計	2,539	1,942	1,575	124	509	445	337	20	2,030	1,497	1,238	104
製造業／商社・卸・小売計	2,382	1,850	1,489	104	478	424	319	15	1,904	1,426	1,170	89
製造業	1,726	1,298	1,194	71	343	305	242	10	1,383	993	952	61
飲食料品	341	177	291	6	29	19	20	-	312	158	271	8
繊維・織物／アパレル	84	67	37	7	8	8	5	-	76	59	32	7
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	48	38	25	3	18	12	8	-	35	26	17	3
化学	103	84	84	2	35	33	31	-	68	51	53	2
医療品・化粧品	51	42	32	2	13	11	10	1	38	31	22	1
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	88	66	63	6	19	17	17	1	69	49	46	5
窯業・土石	45	31	35	2	9	8	7	-	36	23	28	2
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	176	143	127	7	29	28	24	-	147	115	103	7
一般機械	204	174	156	6	43	40	30	1	161	134	126	5
電気機械	104	82	66	4	27	24	18	1	77	58	48	3
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	74	62	42	4	33	31	19	1	41	31	23	3
自動車／自動車部品／その他輸送機器	135	95	77	17	48	40	31	4	87	55	46	13
精密機器	87	74	52	2	19	19	7	-	72	59	45	2
その他の製造業	186	163	107	3	22	19	15	1	164	144	92	2
商社・卸・小売	656	552	295	33	135	119	77	5	521	433	218	28
商社・卸売	603	516	273	27	119	110	70	3	484	406	203	24
小売	53	36	22	6	16	9	7	2	37	27	15	4
非製造業(商社・卸・小売を除く)	157	92	86	20	31	21	18	5	126	71	68	15
建設	28	17	18	3	7	6	4	1	21	11	14	2
電気・ガス・水道	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
運輸	28	16	15	4	7	6	4	1	21	10	11	3
金融・保険	1	-	-	1	1	-	-	1	-	-	-	-
情報・ソフトウェア	16	11	8	1	2	1	2	-	14	10	6	1
専門サービス	13	5	3	6	2	-	-	2	11	5	3	4
その他の非製造業	71	43	42	5	12	8	8	-	59	35	34	5

輸出を行っている企業 2,539 社の輸出先の所在地をみると、「中国」が 61.4% (1,558 社) で最も高く、以下「台湾」が 50.1% (1,272 社)、「タイ」が 47.7% (1,210 社)、「韓国」が 46.5% (1,180 社) と続く。

業種別にみると、「商社・卸売」業では「中国」への輸出が 57.7% (348 社) と最も多く、次いで「タイ」が 44.3% (267 社)、「台湾」が 42.6% (257 社) と続く。

図表 I-6 輸出先の所在（全体）



図表 I-7 輸出先の所在 (国別、業種別)

	(複数回答、%)																						
	食料品	繊維・ 織物/ アパレル	木材・ 木製品/ 家具・ 建材/ 紙・パ ルプ	化学	医療 品・化 粧品	石油・ 石炭製 品/プ ラス チック 製品/ ゴム製 品	窯業・ 土石	鉄鋼/ 非鉄金 属製品	一般機 械	電気機 械	情報通 信機械 器具/ 電子部 品・デ バイス	自動車 /自動 車部品 /その 他輸送 機器	精密機 器	その他 の製造 業	商社・ 卸売	小売	建設	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	341	84	48	103	51	88	45	176	204	104	74	135	87	186	603	53	28	-	28	1	16	13	71
先進国	87.7	59.5	75.0	93.2	94.1	77.3	88.9	79.0	82.4	80.8	78.4	63.7	86.2	86.6	75.6	69.8	53.6	-	67.9	100.0	62.5	38.5	67.6
新興国	65.4	79.8	70.8	94.2	88.2	84.1	84.4	89.2	95.6	94.2	91.9	87.4	86.2	86.0	82.8	58.5	82.1	-	85.7	100.0	81.3	69.2	64.8
■アジア大洋州	89.1	83.3	87.5	98.1	96.1	92.0	91.1	92.6	97.5	97.1	93.2	88.1	92.0	92.5	90.0	79.2	82.1	-	89.3	100.0	87.5	69.2	77.5
中国	38.1	58.3	60.4	87.4	62.7	71.6	77.8	67.6	78.4	82.7	74.3	58.5	69.0	69.9	57.7	22.6	39.3	-	75.0	100.0	56.3	46.2	46.5
香港	57.2	25.0	41.7	47.6	64.7	44.3	42.2	38.1	30.9	45.2	60.8	16.3	35.6	46.2	41.5	24.5	3.6	-	46.4	100.0	12.5	15.4	28.2
台湾	52.5	26.2	41.7	80.6	78.4	42.0	68.9	46.6	66.7	63.5	60.8	32.6	59.8	59.7	42.6	34.0	17.9	-	53.8	-	12.5	15.4	35.2
韓国	33.1	21.4	39.6	80.6	68.6	46.6	68.9	44.9	68.1	59.6	60.8	28.9	63.2	57.5	41.8	22.6	21.4	-	50.0	100.0	37.5	-	32.4
シンガポール	46.6	10.7	35.4	46.6	49.0	30.7	35.6	33.0	43.6	47.1	44.6	16.3	44.8	42.5	35.5	30.2	7.1	-	39.3	100.0	12.5	7.7	31.0
タイ	35.2	21.4	37.5	73.8	43.1	51.1	53.3	53.4	70.6	64.4	52.7	61.5	57.5	48.9	44.3	26.4	17.9	-	39.3	-	18.8	15.4	23.9
マレーシア	20.8	13.1	29.2	54.4	29.4	35.2	42.2	35.2	56.9	49.0	43.2	28.9	50.6	40.9	31.2	13.2	14.3	-	39.3	-	6.3	-	21.1
インドネシア	13.8	20.2	39.6	62.1	29.4	36.4	44.4	34.7	64.7	45.2	33.8	40.0	43.7	38.2	28.5	5.7	28.6	-	35.7	100.0	12.5	7.7	16.9
フィリピン	12.3	4.8	20.8	42.7	15.7	25.0	31.1	21.0	43.6	44.2	41.9	20.0	39.1	28.0	23.1	13.2	3.6	-	35.7	-	-	7.7	11.3
ベトナム	19.1	25.0	27.1	54.4	29.4	22.7	31.1	31.8	48.5	50.0	35.1	31.9	41.4	34.9	28.5	9.4	35.7	-	39.3	100.0	6.3	23.1	15.5
カンボジア	4.1	1.2	2.1	2.9	3.9	2.2	2.2	5.1	8.8	12.5	6.8	5.2	8.0	6.5	3.6	-	-	-	7.1	-	-	-	2.8
ミャンマー	3.5	2.4	4.2	5.8	15.7	1.1	8.9	6.3	11.3	12.5	8.1	5.2	10.3	9.7	5.3	13.2	3.6	-	25.0	-	-	7.7	7.0
インド	6.7	6.0	18.8	47.6	21.6	20.5	26.7	28.4	44.1	41.3	36.5	35.6	43.7	30.6	18.2	9.4	10.7	-	46.4	100.0	18.8	-	12.7
パキスタン	0.6	-	2.1	14.6	9.8	8.0	8.9	8.0	17.6	13.5	6.8	8.1	13.8	8.6	8.5	5.7	3.6	-	17.9	-	-	-	4.2
バングラデシュ	0.9	2.4	-	12.6	7.8	5.7	8.9	5.1	12.7	9.6	6.8	6.7	14.9	9.1	7.3	3.8	-	-	7.1	-	-	-	4.2
オーストラリア	29.0	15.5	18.8	26.2	15.7	25.0	24.4	24.4	29.9	33.7	23.0	11.9	18.4	33.9	17.2	11.3	-	-	35.7	-	-	-	14.1
アジア大洋州その他	0.3	-	-	1.0	-	-	-	-	-	1.0	-	0.7	-	0.5	0.5	3.8	3.6	-	3.6	-	-	-	1.4
■北米・中南米	52.5	35.7	52.1	68.0	52.9	51.1	51.1	51.7	55.9	59.6	59.5	53.3	64.4	53.2	40.6	35.8	17.9	-	42.9	100.0	31.3	15.4	28.2
米国	50.1	27.4	47.9	63.1	41.2	47.7	51.1	47.7	51.0	57.7	55.4	49.6	55.2	48.4	35.2	30.2	14.3	-	42.9	100.0	31.3	15.4	26.8
カナダ	18.5	13.1	16.7	18.4	17.6	17.0	17.8	16.5	26.0	21.2	24.3	11.9	18.4	28.5	12.3	17.0	-	-	25.0	-	-	-	8.5
メキシコ	6.2	7.1	8.3	31.1	21.6	15.9	13.3	11.9	31.4	27.9	28.4	25.2	24.1	18.8	11.3	5.7	-	-	10.7	100.0	-	-	7.0
ブラジル	10.0	7.1	4.2	26.2	15.7	11.4	22.2	13.6	27.9	25.0	28.4	15.6	14.9	16.7	8.8	1.9	7.1	-	21.4	100.0	-	-	5.6
チリ	1.8	2.4	2.1	10.7	5.9	3.4	11.1	6.3	12.7	17.3	9.5	5.9	16.1	10.8	5.8	9.4	-	-	3.6	100.0	-	-	2.8
北米・中南米その他	0.3	-	-	2.0	-	-	-	-	-	1.0	-	1.5	-	-	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-
■欧州・ロシア	40.5	42.9	39.6	64.1	51.0	43.2	53.3	47.2	53.9	55.8	48.6	34.1	56.3	56.5	33.7	30.2	7.1	-	39.3	100.0	12.5	-	29.6
西欧	36.1	40.5	37.5	58.3	35.3	42.0	48.9	40.9	40.7	44.2	47.3	29.6	51.7	47.3	26.5	30.2	7.1	-	32.1	100.0	12.5	-	21.1
中・東欧	7.3	7.1	4.2	28.2	19.6	14.8	22.2	15.3	27.0	27.9	21.6	16.3	25.3	24.2	11.8	13.2	-	-	10.7	-	6.3	-	9.9
トルコ	0.9	4.8	4.2	14.6	19.6	4.5	11.1	12.5	26.5	19.2	18.9	11.1	18.4	15.6	7.3	5.7	-	-	17.9	-	-	-	4.2
ロシア・CIS	10.3	9.5	6.3	18.4	27.5	14.8	17.8	11.9	28.4	27.9	14.9	10.4	25.3	27.4	10.8	11.3	-	-	21.4	-	-	-	11.3
■中東・アフリカ	10.6	11.9	10.4	26.2	25.5	17.0	22.2	21.6	31.4	30.8	17.6	12.6	28.7	28.0	19.1	22.6	25.0	-	35.7	100.0	-	-	16.9
中東	9.4	9.5	10.4	22.3	25.5	17.0	20.0	20.5	27.5	29.8	17.6	10.4	26.4	24.7	15.1	13.2	25.0	-	25.0	100.0	-	-	16.9
アフリカ	2.3	6.0	2.1	14.6	11.8	8.0	13.3	11.9	21.1	21.2	10.8	10.4	17.2	15.1	11.1	15.1	7.1	-	21.4	-	-	-	5.6
その他	0.3	-	2.1	-	-	1.1	-	0.6	-	-	-	0.7	1.1	0.5	0.7	-	-	-	3.6	-	-	-	-
無回答	5.3	7.1	4.2	1.0	2.0	4.5	4.4	4.0	1.5	2.9	5.4	5.2	3.4	3.8	6.3	13.2	10.7	-	7.1	-	6.3	23.1	15.5

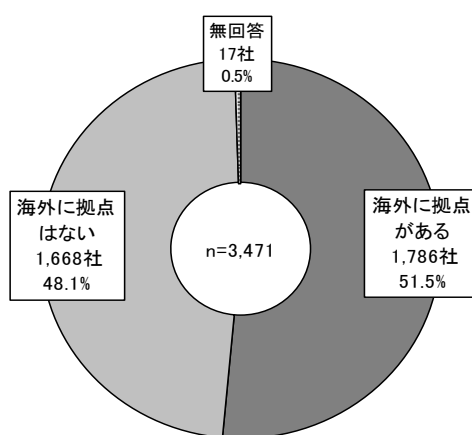
3. 海外拠点の有無

回答企業 3,471 社のうち、海外に拠点がある企業は 51.5% (1,786 社) となっている。

規模別にみると、海外に拠点を有する企業は「大企業」では 85.7% (583 社)、「中小企業」では 43.1% (1,203 社) となっている。業種別にみると、海外に拠点を有する企業は「製造業」で 54.1% (1,137 社)、「非製造業」で 47.4% (649 社) となっている。

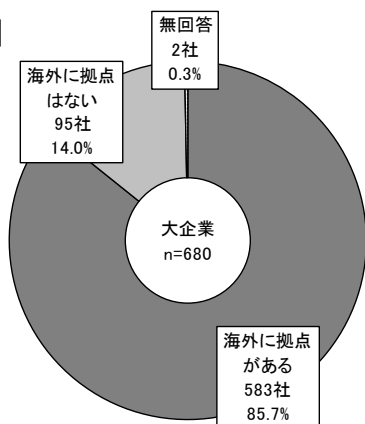
海外拠点の有無を業種別にみると、「自動車／自動車部品／その他輸送機器」154 社の内 78.6% (121 社) が海外に拠点を有している。以下、海外に拠点を有している割合が高い業種は、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」が 76.8% (63 社)、「化学」が 65.5% (74 社) となっている。

図表 I-8 海外拠点の有無（全体）

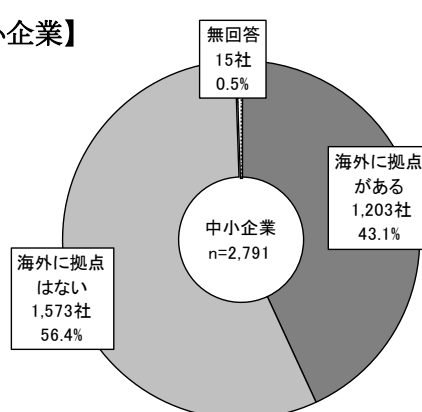


図表 I-9 海外拠点の有無（業種別・規模別）

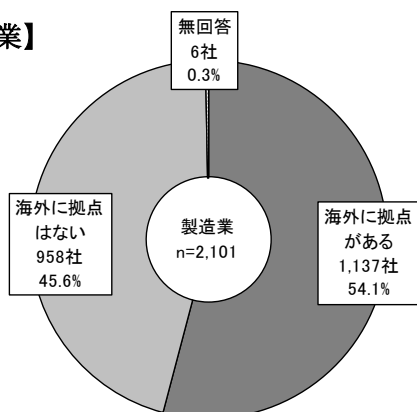
【大企業】



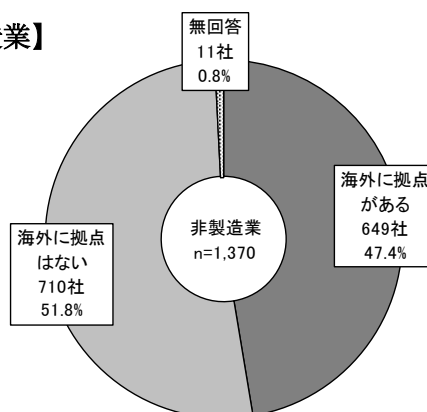
【中小企業】



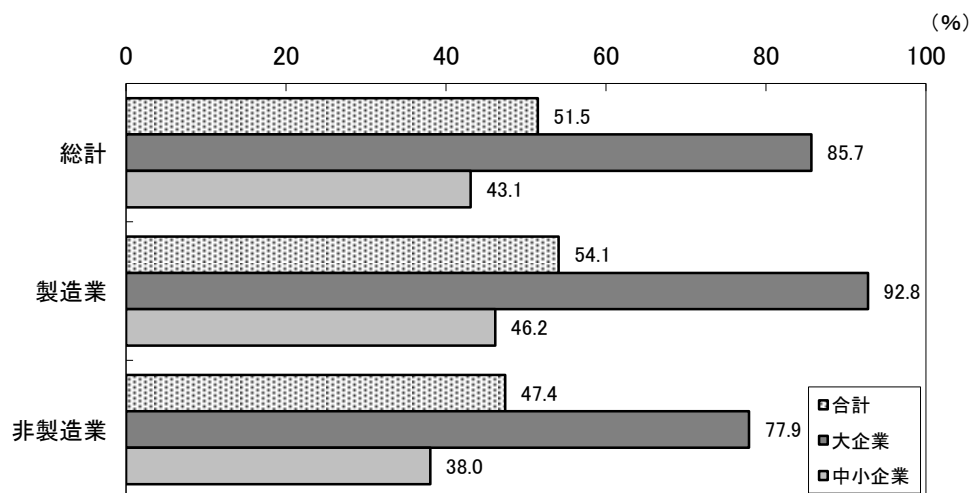
【製造業】



【非製造業】



図表 I-10 海外拠点の所有割合（形態別）



〔注〕各形態の母数(n)は、図表 I-11 を参照

図表 I-11 海外拠点の有無（規模別、業種別）

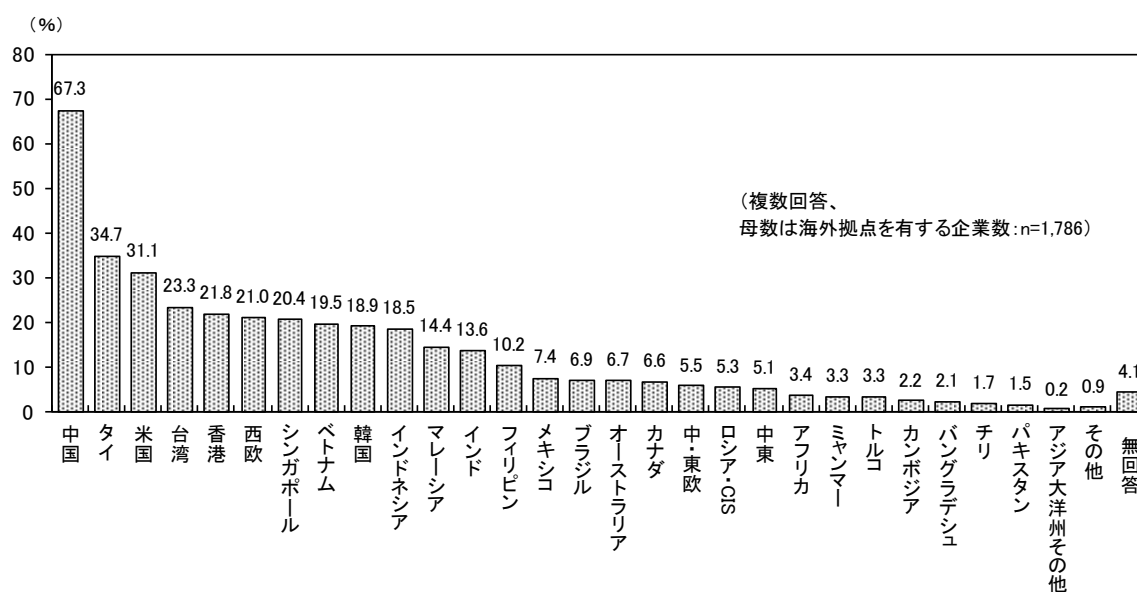
	総数				大企業				中小企業			
	計	海外拠点あり	海外拠点なし	無回答	計	海外拠点あり	海外拠点なし	無回答	計	海外拠点あり	海外拠点なし	無回答
	総計	3,471	1,786	1,668	17	680	583	95	2	2,791	1,203	1,573
(参考) 製造業/ 商社・卸・小売計	2,980	1,551	1,420	9	517	462	53	2	2,463	1,089	1,367	7
製造業	2,101	1,137	958	6	359	333	25	1	1,742	804	933	5
飲食料品	432	138	293	1	35	25	10	-	397	113	283	1
繊維・織物/アパレル	118	65	53	-	8	8	-	-	110	57	53	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	76	35	41	-	13	12	1	-	63	23	40	-
化学	113	74	38	1	36	35	1	-	77	39	37	1
医薬品・化粧品	60	26	33	1	14	12	2	-	46	14	31	1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	112	70	42	-	19	19	-	-	93	51	42	-
窯業・土石	60	31	29	-	9	7	2	-	51	24	27	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	238	131	105	2	31	28	3	-	207	103	102	2
一般機械	222	137	85	-	43	42	1	-	179	95	84	-
電気機械	119	75	43	1	29	26	2	1	90	49	41	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	82	63	19	-	34	33	1	-	48	30	18	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	154	121	33	-	49	49	-	-	105	72	33	-
精密機器	91	54	37	-	15	15	-	-	76	39	37	-
その他の製造業	224	117	107	-	24	22	2	-	200	95	105	-
商社・卸売・小売	879	414	462	3	158	129	28	1	721	285	434	2
商社・卸売	769	379	388	2	128	113	14	1	641	266	374	1
小売	110	35	74	1	30	16	14	-	80	19	60	1
非製造業(商社・卸・小売を除く)	491	235	248	8	163	121	42	-	328	114	206	8
建設	93	45	47	1	29	26	3	-	64	19	44	1
電気・ガス・水道	4	3	1	-	3	3	-	-	1	-	1	-
運輸	98	55	42	1	29	28	1	-	69	27	41	1
金融・保険	65	34	31	-	59	51	28	-	6	3	3	-
情報・ソフトウェア	31	18	12	1	7	5	2	-	24	13	10	1
専門サービス	50	26	23	1	9	7	2	-	41	19	21	1
その他の非製造業	150	54	92	4	27	21	6	-	123	33	86	4

4. 海外拠点の設置状況（所在と機能）

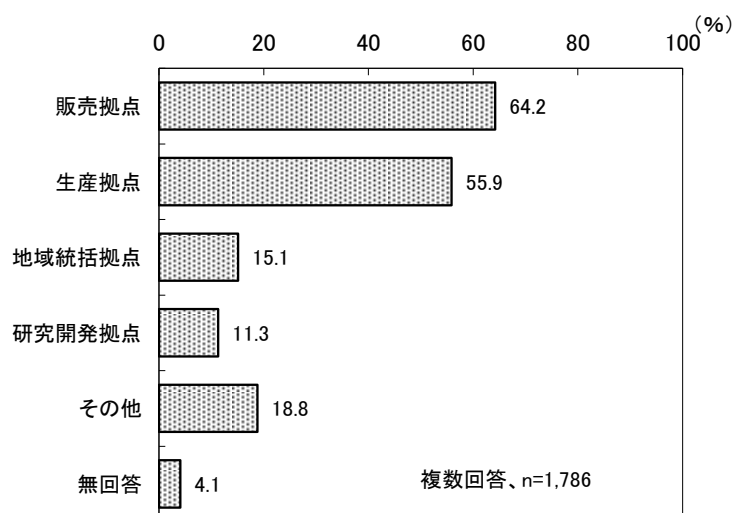
海外に拠点を持つ企業 1,786 社の拠点の所在地をみると、中国が 67.3%（1,202 社）で最も高く、以下タイ 34.7%（619 社）、米国 31.1%（555 社）と続く。（同一国に複数の販売拠点があつたとしても拠点数は 1 つとカウント。）

また、海外にいずれかの拠点を所有している企業（1,786 社）の拠点を機能別にみると「販売拠点」が 64.2%（1,146 社）と最も割合が高い。次いで「生産拠点」は 55.9%（999 社）となっている。

図表 I-12 海外拠点の所在（全体）



図表 I-13 海外拠点の機能（全体）



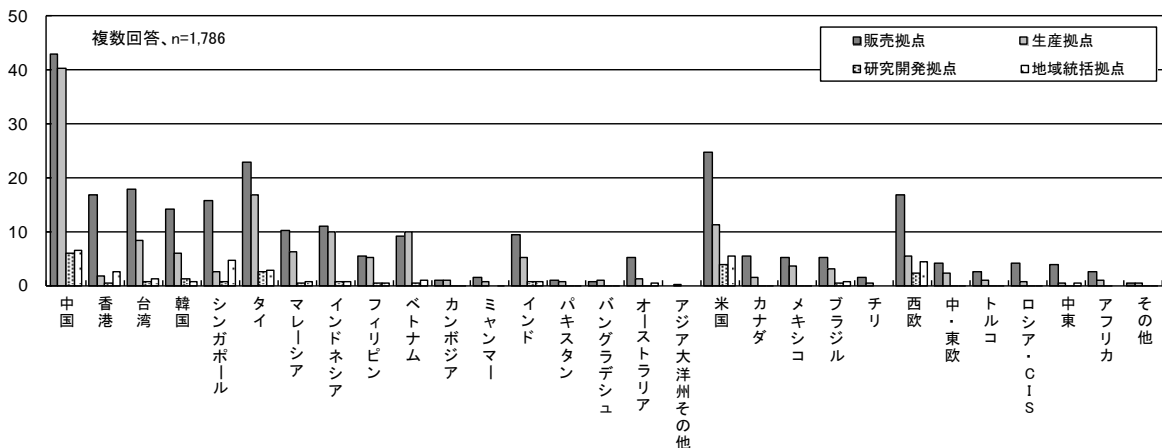
〔注〕 海外に拠点のある企業を母数とした比率

図表 I-14 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	無回答
総計	1,786	64.2	55.9	11.3	15.1	18.8	4.1
大企業	583	75.5	59.9	19.7	27.3	28.5	2.1
中小企業	1,203	58.7	54.0	7.2	9.1	14.0	5.1
製造業	1,137	68.3	72.2	14.9	14.8	13.1	3.3
非製造業	649	56.9	27.4	5.1	15.6	28.7	5.4
商社・卸・小売	414	69.6	34.1	3.9	12.8	16.4	5.8
非製造業(商社・卸・小売を除く)	235	34.5	15.7	7.2	20.4	50.2	4.7
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,551	68.7	62.0	11.9	14.2	14.0	4.0
飲料食品	138	75.4	47.1	14.5	10.9	11.6	5.1
繊維・織物/アパレル	65	43.1	78.5	7.7	4.6	6.2	10.8
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	35	54.3	74.3	2.9	2.9	17.1	8.6
化学	74	81.1	71.6	27.0	16.2	12.2	2.7
医薬品・化粧品	26	80.8	53.8	42.3	30.8	11.5	3.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	70	74.3	78.6	12.9	15.7	11.4	2.9
窯業・土石	31	61.3	77.4	12.9	12.9	16.1	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	131	61.8	75.6	4.6	9.9	7.6	4.6
一般機械	137	75.2	70.1	11.7	14.6	14.6	3.6
電気機械	75	77.3	73.3	21.3	22.7	26.7	1.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	63	74.6	79.4	28.6	22.2	12.7	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	121	56.2	92.6	19.0	16.5	11.6	-
精密機器	54	75.9	61.1	16.7	16.7	14.8	3.7
その他の製造業	117	65.0	75.2	9.4	17.9	15.4	1.7
商社・卸売	379	69.1	34.6	4.2	13.5	16.4	5.5
小売	35	74.3	28.6	-	5.7	17.1	8.6
建設	45	40.0	26.7	-	33.3	40.0	4.4
電気・ガス・水道	3	-	-	-	-	100.0	-
運輸	55	29.1	9.1	1.8	18.2	67.3	1.8
金融・保険	34	11.8	-	2.9	8.8	82.4	5.9
情報・ソフトウェア	18	55.6	33.3	27.8	22.2	16.7	5.6
専門サービス	26	26.9	-	23.1	30.8	42.3	7.7
その他の非製造業	54	48.1	25.9	7.4	14.8	33.3	5.6

国・地域別では、中国には766社（海外に拠点を所有している企業1,786社の42.9%）が「販売拠点」を所有し、719社（同40.3%）が「生産拠点」を所有している。米国には441社（同24.7%）が「販売拠点」を所有し、202社（同11.3%）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105社（同5.9%）と最も多い。「地域統括拠点」の拠点所在国は中国が116社（同6.5%）と最も多い。

図表 I-15 海外拠点の所在と機能（国・地域別）



図表 I-16 海外拠点の所在（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	766	42.9	719	40.3	105	5.9	116	6.5	157	8.8	1,202	67.3
香港	301	16.9	301	17.7	7	0.4	44	2.5	65	3.6	390	21.8
台湾	317	17.7	147	8.2	12	0.7	21	1.2	44	2.5	416	23.3
韓国	254	14.2	107	6.0	19	1.1	14	0.8	45	2.5	338	18.9
シンガポール	279	15.6	46	2.6	10	0.6	82	4.6	65	3.6	364	20.4
タイ	411	23.0	301	16.9	44	2.5	51	2.9	87	4.9	619	34.7
マレーシア	180	10.1	112	6.3	7	0.4	10	0.6	33	1.8	257	14.4
インドネシア	198	11.0	175	9.8	12	0.7	13	0.7	57	3.2	330	18.5
フィリピン	95	5.3	90	5.0	7	0.4	6	0.3	35	2.0	183	10.2
ベトナム	161	9.0	177	9.9	8	0.4	15	0.8	72	4.0	349	19.5
カンボジア	16	0.9	17	1.0	1	0.1	2	0.1	11	0.6	40	2.2
ミャンマー	25	1.4	12	0.7	0	0.0	3	0.2	21	1.2	59	3.3
インド	170	9.5	92	5.2	10	0.6	13	0.7	47	2.6	243	13.6
パキスタン	15	0.8	10	0.6	1	0.1	1	0.1	7	0.4	26	1.5
バングラデシュ	13	0.7	15	0.8	1	0.1	1	0.1	14	0.8	37	2.1
オーストラリア	91	5.1	23	1.3	3	0.2	5	0.3	19	1.1	120	6.7
アジア大洋州その他	0	0.0	1	0.1	0	0.0	0	0.0	3	0.2	4	0.2
米国	441	24.7	202	11.3	69	3.9	95	5.3	75	4.2	555	31.1
カナダ	96	5.4	27	1.5	1	0.1	4	0.2	12	0.7	117	6.6
メキシコ	92	5.2	64	3.6	2	0.1	1	0.1	18	1.0	132	7.4
ブラジル	92	5.2	54	3.0	9	0.5	12	0.7	20	1.1	124	6.9
チリ	25	1.4	5	0.3	0	0.0	0	0.0	6	0.3	31	1.7
西欧	301	16.9	99	5.5	40	2.2	80	4.5	62	3.5	375	21.0
中・東欧	74	4.1	41	2.3	2	0.1	3	0.2	12	0.7	99	5.5
トルコ	47	2.6	15	0.8	1	0.1	2	0.1	8	0.4	59	3.3
ロシア・CIS	74	4.1	10	0.6	1	0.1	2	0.1	18	1.0	95	5.3
中東	68	3.8	8	0.4	1	0.1	9	0.5	24	1.3	91	5.1
アフリカ	44	2.5	15	0.8	1	0.1	0	0.0	11	0.6	61	3.4
その他	7	0.4	5	0.3	1	0.1	2	0.1	4	0.2	16	0.9
拠点所有社数	1,146	64.2	999	55.9	202	11.3	269	15.1	335	18.8	1,786	100.0
拠点総数	4,651	-	2,619	-	375	-	607	-	1,052	-	9,304	-

[注] 拠点総数は当該国に拠点があると回答した企業数の合計。

図表 I-17 海外拠点の所在（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・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	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	138	65	35	74	26	70	31	131	137	75	63	121	54	117	379	35	45	3	55	34	18	26	54
先進国	95	18	9	52	20	37	19	51	66	52	47	69	36	64	207	22	26	3	38	21	11	13	26
新興国	88	57	31	70	22	61	28	117	125	69	59	120	45	104	318	21	42	3	54	32	14	21	45
アジア大洋州	117	56	32	70	23	64	28	118	132	73	61	120	49	112	343	25	40	3	54	32	15	23	48
中国	62	49	24	61	17	47	21	83	101	57	49	84	38	86	249	19	21	1	46	31	13	10	36
香港	34	9	4	16	8	22	4	12	14	24	30	14	10	14	104	4	7	-	27	17	1	4	11
台湾	41	6	2	32	11	18	13	17	35	26	28	21	14	22	75	6	11	1	20	2	2	3	10
韓国	19	4	-	27	7	10	7	13	34	21	25	19	17	29	66	3	3	-	20	4	2	3	5
シンガポール	29	2	3	16	5	10	4	19	29	21	20	13	13	19	82	6	13	3	22	14	5	4	12
タイ	31	10	6	32	10	25	10	47	55	36	19	74	18	32	120	8	18	2	31	11	3	5	16
マレーシア	8	1	6	16	4	13	5	14	25	17	20	17	8	12	44	3	11	-	20	2	2	2	7
インドネシア	13	13	4	20	4	17	6	13	32	19	10	51	5	10	52	4	11	-	26	5	2	6	7
フィリピン	6	1	1	6	3	5	2	7	16	11	18	19	4	7	36	1	8	1	16	3	2	5	5
ベトナム	17	17	5	16	3	10	3	20	26	22	8	27	7	30	58	3	21	1	29	5	3	8	10
カンボジア	2	3	-	1	-	1	-	2	1	2	-	5	1	1	7	-	3	-	6	1	-	3	1
ミャンマー	2	2	-	-	-	-	1	-	3	3	1	3	3	-	11	3	7	-	10	2	2	3	3
インド	4	5	-	15	3	11	4	8	25	15	12	39	9	8	38	1	6	1	25	2	1	3	8
パキスタン	-	1	-	3	-	-	1	1	-	2	1	3	2	-	6	-	1	-	4	-	-	1	-
バングラデシュ	2	4	-	1	-	-	-	-	-	1	1	4	2	2	10	-	1	-	5	-	-	3	1
オーストラリア	7	1	1	3	1	2	3	7	13	12	5	9	1	14	19	1	3	3	9	2	-	-	4
アジア大洋州その他	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1
北米・中南米	50	14	8	36	13	27	10	31	39	37	29	59	22	37	87	12	13	3	26	11	8	2	14
米国	48	9	8	31	12	24	9	28	39	36	29	57	22	36	83	12	12	2	25	11	8	1	13
カナダ	4	1	2	-	1	4	3	4	13	15	6	12	3	11	18	-	1	-	15	2	-	-	2
メキシコ	2	4	-	9	3	8	2	9	10	11	7	25	2	6	13	-	2	1	14	1	-	-	2
ブラジル	6	3	-	8	4	5	2	4	13	12	9	15	3	8	11	-	4	-	13	2	-	-	2
チリ	1	-	-	1	-	1	1	1	2	6	2	2	1	2	6	-	-	-	3	1	-	-	1
欧州・ロシア	30	9	3	26	12	13	9	22	32	28	25	37	16	31	64	7	6	3	25	7	2	7	9
西欧	25	8	3	25	10	12	8	19	30	26	25	33	16	29	50	6	6	3	22	6	2	3	8
中・東欧	2	1	-	4	1	3	3	4	9	10	6	13	3	9	14	1	3	-	11	1	-	-	1
トルコ	2	-	-	3	1	2	1	2	6	5	3	8	1	6	7	-	2	-	6	2	-	-	2
ロシア・CIS	6	-	-	1	2	2	-	4	12	9	4	9	5	7	14	1	2	-	10	2	-	-	3
中東・アフリカ	3	1	-	3	2	5	-	2	13	11	3	8	3	7	28	-	6	1	11	2	-	3	2
中東	-	1	-	2	1	4	-	2	12	11	3	5	1	5	22	-	6	1	10	2	-	-	2
アフリカ	3	-	-	1	2	2	-	-	5	6	2	7	3	5	15	-	1	-	5	1	-	-	2
その他	2	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	2	-	1	5	-	1	-	2	1	-	-	-
無回答	7	7	3	2	1	2	-	6	5	1	-	-	2	2	21	3	2	-	1	2	1	2	3

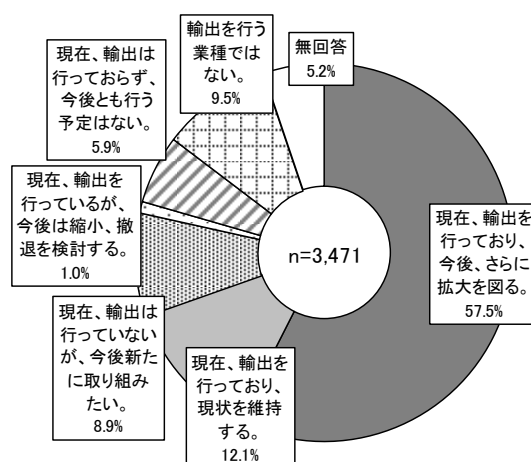
II. 貿易への取り組み

1. 今後の輸出事業方針

今後（2013年度も含め3カ年度）の輸出事業方針について尋ねたところ、「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る」が57.5%（1,995社）と最も高く、「現在、輸出を行っており、現状を維持する」が12.1%（421社）となっている。「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい」と回答した企業は8.9%（308社）となっている。

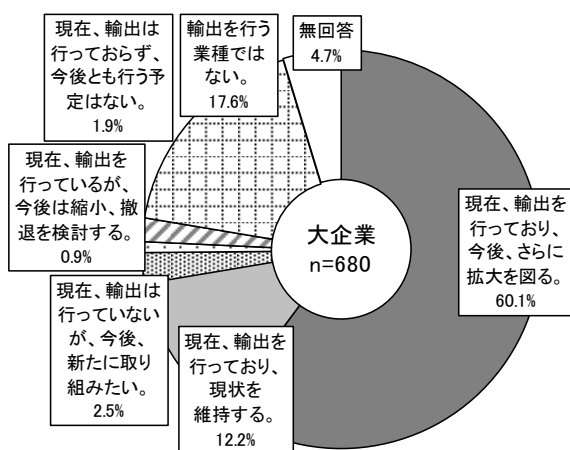
規模別に見ると、「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい」は中小企業に多く見られ10.4%（291社）となっている。

図表II-1 輸出に関する今後（2013年度も含め3カ年度）の方針

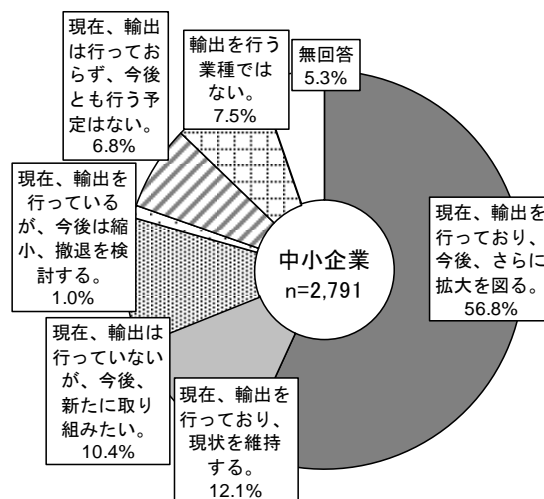


図表II-2 輸出に関する今後（2013年度も含め3カ年度）の方針（規模別）

【大企業】



【中小企業】



図表Ⅱ-3 輸出に関する今後（2013年度も含め3ヵ年度）の方針（業種別）

									(%)
	社数	現在におおる、輸出を今後、行なう	現在におおる、輸出を今後、行なう	現在におおる、輸出を今後、行なう	現在におおる、輸出を今後、行なう	現在におおる、輸出を今後、行なう	現在におおる、輸出を今後、行なう	現在におおる、輸出を今後、行なう	無回答
総計	3,471	57.5	12.1	8.9	1.0	5.9	9.5	5.2	
大企業	680	60.1	12.2	2.5	0.9	1.9	17.6	4.7	
中小企業	2,791	56.8	12.1	10.4	1.0	6.8	7.5	5.3	
製造業	2,101	65.1	13.9	8.4	1.0	5.6	2.3	3.8	
非製造業	1,370	45.8	9.4	9.6	0.9	6.3	20.5	7.4	
飲食料品	432	67.1	9.5	12.0	0.2	6.5	1.6	3.0	
繊維・織物／アパレル	118	49.2	18.6	11.0	-	8.5	4.2	8.5	
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	76	48.7	9.2	17.1	1.3	11.8	5.3	6.6	
化学	113	74.3	15.9	4.4	-	1.8	0.9	2.7	
医薬品・化粧品	60	71.7	13.3	10.0	-	3.3	-	1.7	
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	112	54.5	19.6	12.5	0.9	6.3	0.9	5.4	
窯業・土石	60	63.3	5.0	1.7	3.3	13.3	6.7	6.7	
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	238	58.4	13.0	10.5	0.4	9.2	3.8	4.6	
一般機械	222	75.2	13.5	4.5	1.8	1.8	0.9	2.3	
電気機械	119	70.6	16.0	5.9	-	4.2	-	3.4	
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	82	68.3	18.3	4.9	1.2	1.2	2.4	3.7	
自動車／自動車部品／その他輸送機器	154	54.5	24.7	3.2	5.8	7.1	1.3	3.2	
精密機器	91	82.4	11.0	3.3	-	1.1	-	2.2	
その他の製造業	224	67.4	12.5	8.0	0.4	3.6	4.9	3.1	
商社・卸売	769	62.3	13.0	7.7	1.3	6.6	4.6	4.6	
小売	110	37.3	4.5	20.9	-	10.9	10.9	15.5	
建設	93	21.5	2.2	14.0	2.2	6.5	44.1	9.7	
電気・ガス・水道	4	-	-	25.0	-	-	75.0	-	
運輸	98	16.3	7.1	5.1	-	2.0	59.2	10.2	
金融・保険	65	-	-	1.5	-	1.5	86.2	10.8	
情報・ソフトウェア	31	41.9	9.7	12.9	-	9.7	19.4	6.5	
専門サービス	50	16.0	4.0	8.0	-	6.0	52.0	14.0	
その他の非製造業	150	34.0	6.7	14.7	0.7	5.3	29.3	9.3	

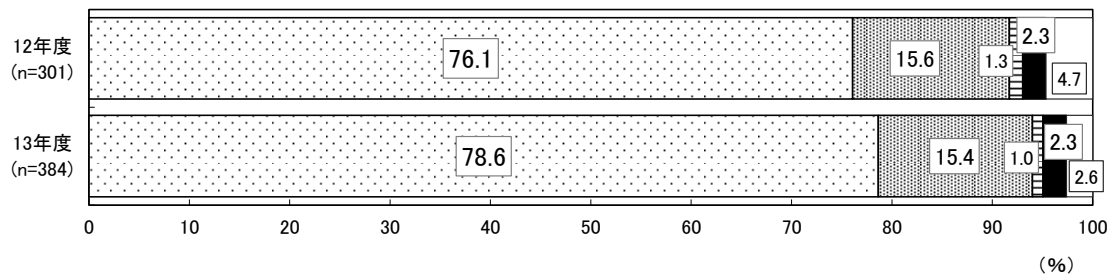
10年度からの推移をみると、「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る」と解答した企業が77.2%と前回調査（70.1%）から拡大した。企業規模別では、大企業は76.1%から78.6%に、中小企業では67.3%から76.4%に拡大した。

図表Ⅱ-4 輸出に関する今後（2013年度も含め3カ年度）の方針（時系列比較）

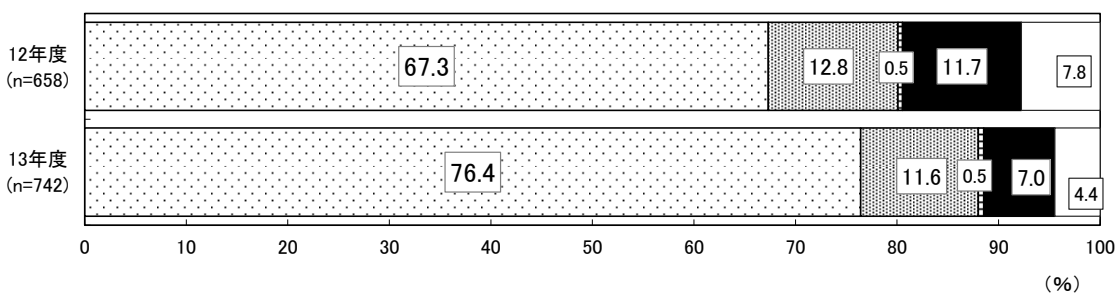


<企業規模別>

① 大企業



② 中小企業



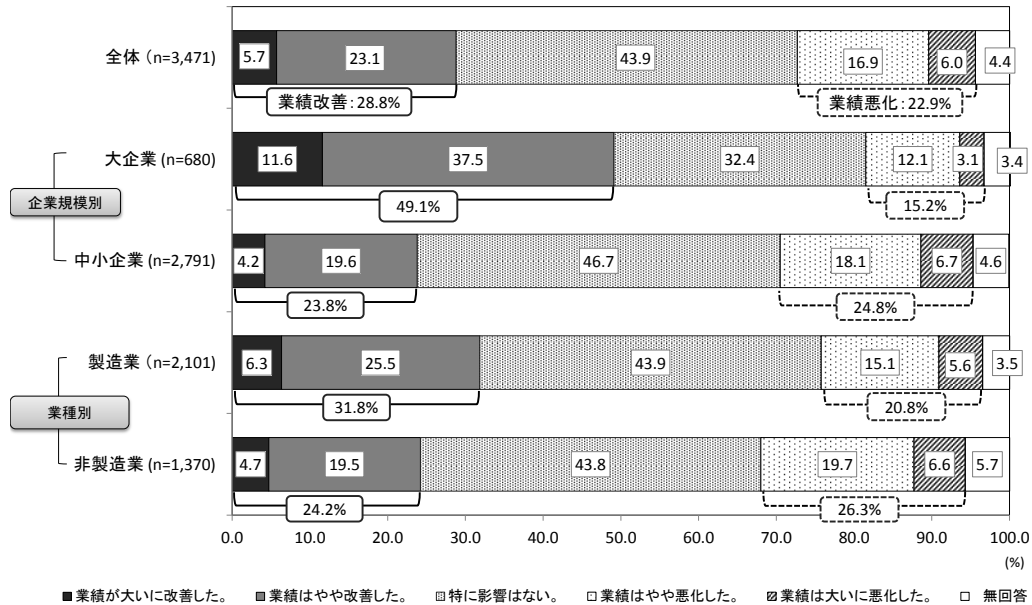
[注] 本図表では、過去の調査結果と比較するため、ジェトロ・メンバーズ企業の回答に限定して集計。

2. 為替変動の影響

2012年末からの円安傾向の影響を尋ねたところ、“業績が改善した”（「業績は大いに改善した」＋「業績はやや改善した」）との回答は全体で28.8%（1,000社）となっている。

規模別に見ると、“業績が改善した”は大企業が49.1%（334社）、中小企業が23.8%（666社）である。

図表Ⅱ-5 円安傾向の影響（規模・業種別）



図表Ⅱ-6 円安傾向の影響（業種別）

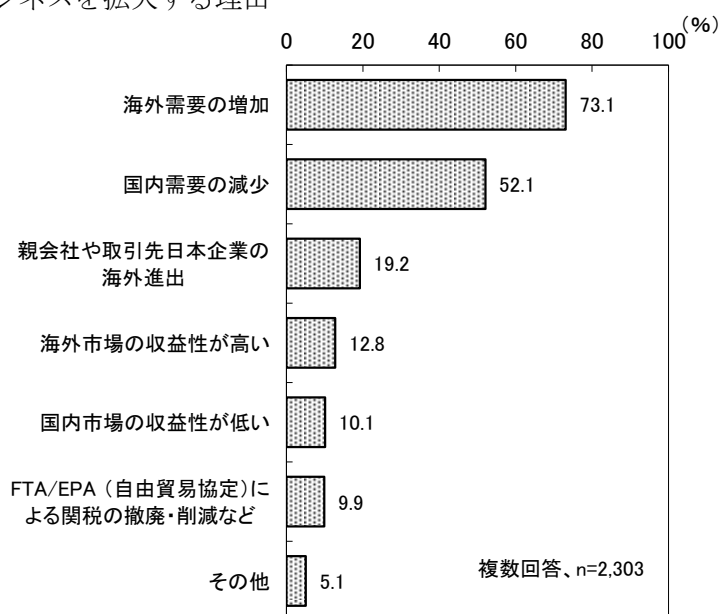
	社数	業績が大いに改善した (%)	業績はやや改善した (%)	特に影響はない (%)	業績はやや悪化した (%)	業績が大いに悪化した (%)	無回答 (%)
総計	3,471	5.7	23.1	43.9	16.9	6.0	4.4
大企業	680	11.6	37.5	32.4	12.1	3.1	3.4
中小企業	2,791	4.2	19.6	46.7	18.1	6.7	4.6
製造業	2,101	6.3	25.5	43.9	15.1	5.6	3.5
非製造業	1,370	4.7	19.5	43.8	19.7	6.6	5.7
飲食料品	432	2.5	15.7	53.0	18.3	5.3	5.1
繊維・織物/アパレル	118	4.2	11.9	34.7	23.7	17.8	7.6
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	76	3.9	11.3	31.6	40.8	9.2	2.6
化学	113	9.7	31.0	44.2	7.1	3.5	4.4
医療品/化粧品	60	10.0	21.7	50.0	11.7	5.9	1.7
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	112	5.4	28.6	35.7	18.8	9.8	1.8
窯業・土石	60	5.0	30.0	30.0	16.7	11.7	6.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	238	4.6	30.3	41.2	15.1	5.9	2.9
一般機械	222	9.9	31.5	49.5	6.3	0.5	2.3
電気機械	119	5.9	32.8	46.2	7.6	5.0	2.5
情報通信機械器具/電子部品/デバイス	82	14.6	36.6	28.0	15.9	3.7	1.2
自動車/自動車部品/その他輸送機器	154	11.7	35.1	39.6	9.7	2.6	1.3
精密機器	91	4.4	36.3	47.3	8.8	1.1	2.2
その他の製造業	224	6.3	21.9	45.1	17.4	5.8	3.6
商社・卸売	769	5.6	24.1	35.5	23.3	9.0	2.6
小売	110	1.8	11.8	48.2	20.9	6.4	10.9
建設	93	4.3	16.1	51.6	19.4	2.2	6.5
電気・ガス・水道	4	-	-	25.0	50.0	25.0	-
運輸	98	4.1	27.6	37.8	18.4	5.1	7.1
金融・保険	65	4.6	6.2	70.8	4.6	-	13.8
情報・ソフトウェア	31	-	3.2	77.4	6.5	3.2	9.7
専門サービス	50	4.0	4.0	68.0	14.0	2.0	8.0
その他の非製造業	150	4.0	13.3	56.0	12.0	3.3	11.3

3. 輸出ビジネスを拡大する理由

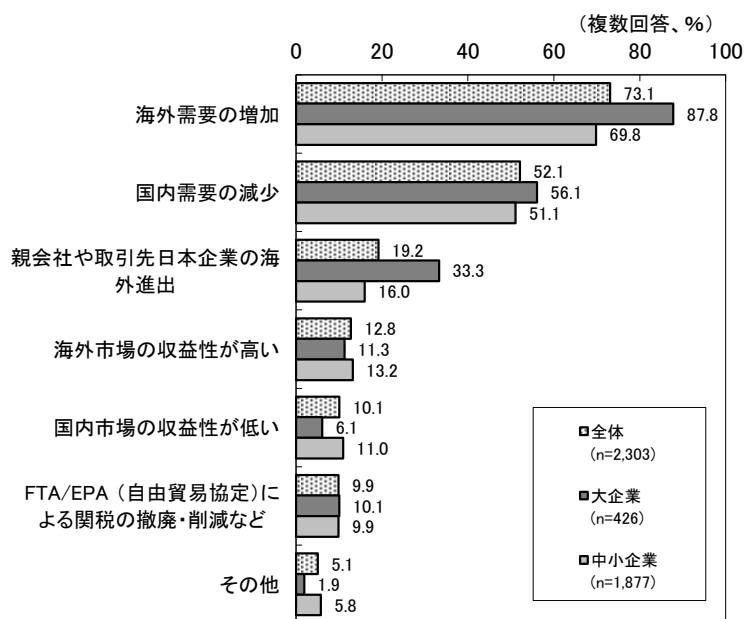
「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る」または「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい」と回答した企業にその理由を尋ねたところ、「海外需要の増加」が73.1%（1,684社）で最も高く、次いで「国内需要の減少」（52.1%、1,199社）、「親会社や取引先日本企業の海外進出」（19.2%、442社）と続く。

規模別に見ると、「海外需要の増加」は大企業が87.8%（374社）、中小企業が69.8%（1,310社）と大企業の方が18ポイント高い。また「親会社や取引先日本企業の海外進出」も大企業が33.3%（142社）、中小企業が16.0%（300社）と大企業の方が17.3ポイント高い結果となった。

図表Ⅱ-7 輸出ビジネスを拡大する理由



図表Ⅱ-8 輸出ビジネスを拡大する理由（規模別）



図表Ⅱ-9 輸出ビジネスを拡大する理由（業種別）

(複数回答、%)

	社数	海外需要の増加	高い海外市場の収益性が	国内需要の減少	低い国内市場の収益性が	親会社や取引先日本企業の海外進出	減るなど（自由貿易協定・撤廃・削に）	F T A / E P A	その他	無回答
総計	2,303	73.1	12.8	52.1	10.1	19.2	9.9	5.1	2.7	
大企業	426	87.8	11.3	56.1	6.1	33.3	10.1	1.9	1.6	
中小企業	1,877	69.8	13.2	51.1	11.0	16.0	9.9	5.8	2.9	
製造業	1,543	73.6	11.2	55.4	9.7	18.5	9.9	4.9	2.5	
非製造業	760	72.1	16.1	45.3	11.1	20.5	10.0	5.4	3.2	
飲食料品	342	72.2	14.6	55.3	10.2	3.5	11.4	6.4	3.5	
繊維・織物／アパレル	71	54.9	11.3	52.1	15.5	2.8	11.3	15.5	1.4	
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	50	76.0	4.0	48.0	10.0	8.0	6.0	4.0	4.0	
化学	89	80.9	5.6	59.6	2.2	33.7	7.9	3.4	1.1	
医薬品・化粧品	49	81.6	14.3	38.8	8.2	6.1	2.0	4.1	2.0	
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	75	73.3	16.0	61.3	16.0	28.0	14.7	6.7	1.3	
窯業・土石	39	64.1	10.3	53.8	10.3	12.8	5.1	2.6	5.1	
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	164	70.7	7.3	68.3	7.9	23.2	13.4	3.7	1.8	
一般機械	177	77.4	6.8	63.8	6.8	26.6	6.2	0.6	2.3	
電気機械	91	78.0	6.6	51.6	7.7	20.9	11.0	1.1	3.3	
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	60	70.0	11.7	50.0	6.7	30.0	8.3	8.3	-	
自動車／自動車部品／その他輸送機器	89	80.9	11.2	48.3	14.6	49.4	10.1	2.2	-	
精密機器	78	73.1	14.1	50.0	6.4	26.9	9.0	6.4	5.1	
その他の製造業	169	74.0	16.0	48.5	13.0	13.0	10.1	5.9	2.4	
商社・卸売	538	74.0	16.0	49.3	11.3	23.0	11.5	5.8	2.4	
小売	64	67.2	15.6	43.8	9.4	3.1	4.7	3.1	3.1	
建設	33	84.8	9.1	48.5	6.1	18.2	6.1	3.0	3.0	
電気・ガス・水道	1	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-	
運輸	21	61.9	23.8	23.8	19.0	47.6	14.3	4.8	4.8	
金融・保険	1	100.0	100.0	-	-	100.0	-	-	-	
情報・ソフトウェア	17	88.2	17.6	23.5	5.9	23.5	5.9	-	-	
専門サービス	12	58.3	16.7	33.3	8.3	16.7	-	8.3	-	
その他の非製造業	73	57.5	16.4	28.8	12.3	9.6	6.8	6.8	9.6	

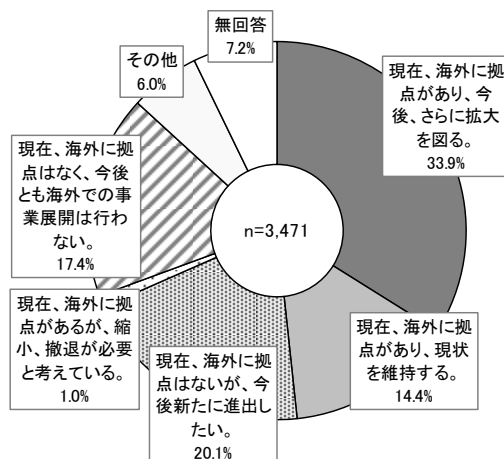
〔注〕図表Ⅱ-7～9とも、母数(n)は「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る」または「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい」と回答した企業。

III. 海外進出への取り組み

1. 今後の海外進出方針

今後（2013年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（新規投資、既存拠点の拡充）は、回答企業3,471社のうち54.0%（1,877社）が「拡大を図る」（「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」＋「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」）と回答している。

図表III-1 今後（2013年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（全体）



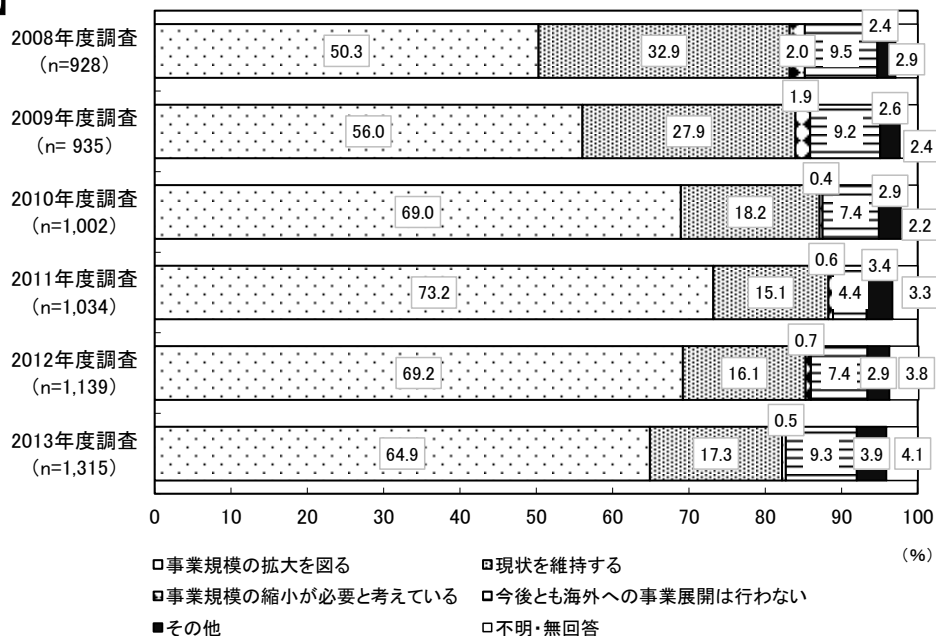
図表III-2 今後（2013年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（業種別）

	社数	現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る (%)	現在、海外に拠点があり、現状を維持する (%)	現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい (%)	現在、海外に拠点があるが、縮小、撤退が必要と考えている (%)	現在、海外に拠点はなく、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	3,471	33.9	14.4	20.1	1.0	17.4	6.0	7.2
大企業	680	65.1	18.4	5.0	0.6	5.1	3.1	2.6
中小企業	2,791	26.3	13.5	23.8	1.0	20.4	6.7	8.3
製造業	2,101	35.2	15.8	19.9	0.9	14.9	6.3	7.1
非製造業	1,370	32.0	12.4	20.4	1.0	21.2	5.5	7.3
商社・卸・小売	879	31.5	13.2	21.6	0.7	20.6	4.7	7.7
非製造業(商社・卸・小売を除く)	491	33.0	11.0	18.3	1.6	22.4	7.1	6.5
(参考)製造業/商社・卸・小売計	2,980	34.1	15.0	20.4	0.8	16.5	5.8	7.3
飲食物品	432	20.1	8.6	23.2	0.2	23.1	9.5	10.2
繊維・織物/アパレル	118	33.1	16.1	16.9	0.8	13.6	9.3	10.2
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	76	25.0	17.1	21.1	1.3	19.7	5.3	10.5
化学	113	49.6	13.3	17.7	0.9	10.6	4.4	3.5
医薬品/化粧品	60	31.7	10.0	31.7	1.7	18.3	3.3	3.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	112	47.3	14.3	17.0	0.9	10.7	5.4	4.5
窯業・土石	60	31.7	16.7	18.3	-	16.7	6.7	10.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	238	32.4	18.5	18.9	2.9	14.7	5.0	7.6
一般機械	222	39.6	18.9	18.5	0.9	9.9	5.0	7.2
電気機械	119	47.9	11.8	16.8	0.8	12.6	5.0	5.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	82	40.2	30.5	8.5	1.2	8.5	7.3	3.7
自動車/自動車部品/その他輸送機器	154	55.8	20.8	10.4	-	7.1	2.6	3.2
精密機器	91	36.3	22.0	20.9	-	14.3	3.3	3.3
その他の製造業	224	32.6	17.0	19.6	0.9	14.7	7.6	7.6
商社・卸売	769	33.2	13.7	20.4	0.7	20.3	4.6	7.3
小売	110	20.0	10.0	30.0	0.9	22.7	5.5	10.9
建設	93	30.1	17.2	19.3	1.1	25.8	3.2	4.3
電気・ガス・水道	4	50.0	-	25.0	-	-	25.0	-
運輸	98	42.9	8.2	14.4	1.0	21.4	4.1	4.1
金融・保険	65	27.7	23.1	7.7	-	26.2	10.8	4.6
情報・ソフトウェア	31	32.3	6.5	19.4	18.1	12.9	3.2	9.7
専門サービス	50	38.0	10.0	16.0	-	12.0	12.0	12.0
その他の非製造業	190	38.7	5.1	23.3	0.7	25.3	8.7	8.0

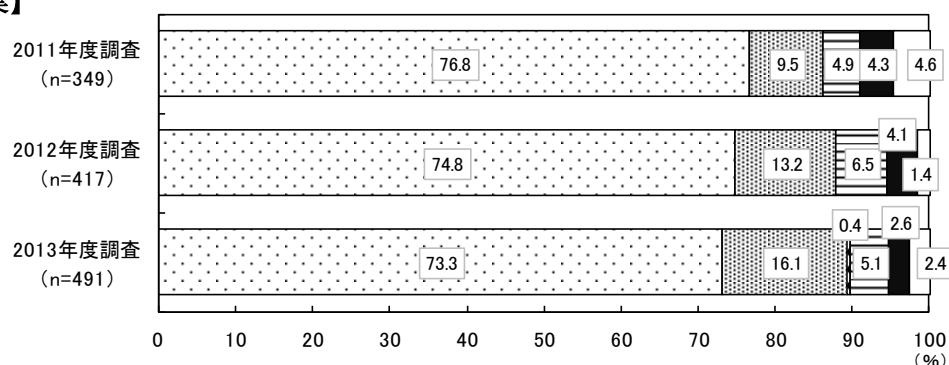
08年度からの推移をみると、「海外進出の拡大を図る」と回答した企業が64.9%であり、前回調査(69.2%)から4.3ポイント減少した。企業規模別では、大企業が前回の74.8%から73.3%、中小企業は65.9%から59.9%に減少した。

図表Ⅲ-3 今後(2013年度も含め3カ年度程度)の海外進出方針(時系列比較)

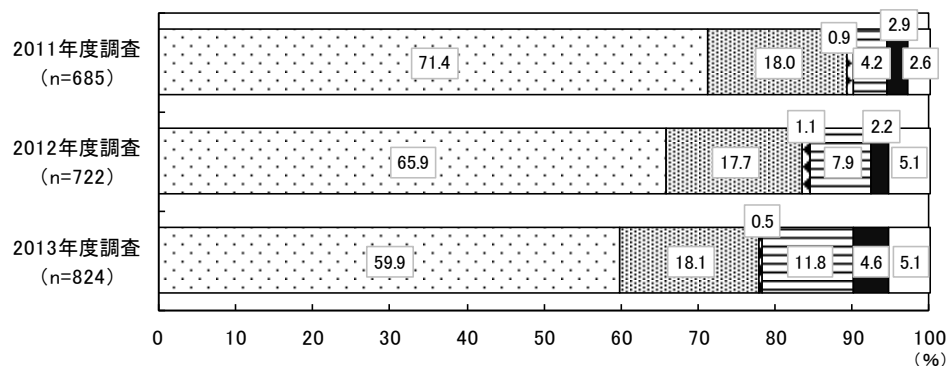
【全体】



【大企業】



【中小企業】



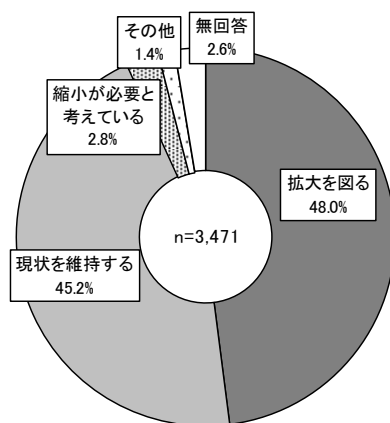
〔注1〕本表では、過去の調査結果と比較するため、ジェトロ・メンバーズ企業の回答に限定して集計。

〔注2〕2013年度は「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」および「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計を「海外進出の拡大を図る」として集計。

2. 今後の国内事業展開

日本国内における今後（2013年度も含め3カ年度程度）の事業展開（新規投資や既存拠点の拡充）について尋ねたところ、回答企業3,471社のうち48.0%（1,665社）が「事業規模の拡大を図る」と回答し、45.2%（1,570社）が「現状を維持する」と回答した。

図表Ⅲ-4 国内での今後（2013年度も含め3カ年度程度）の事業展開（全体）

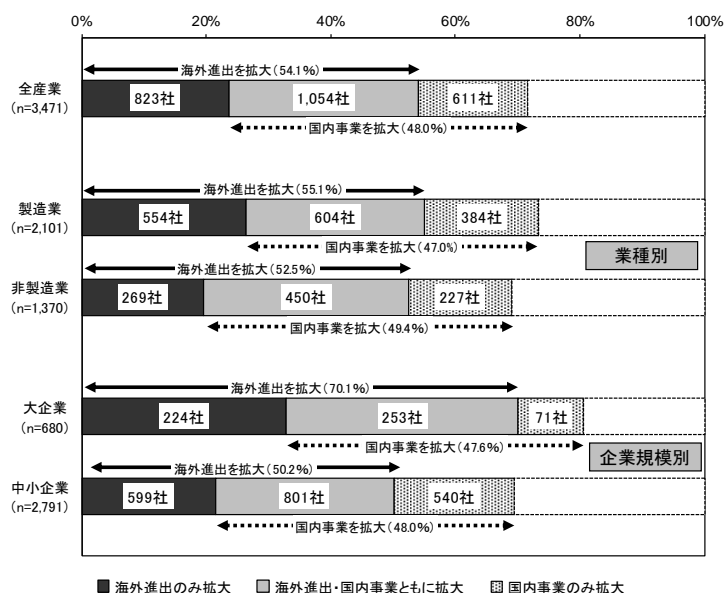


図表Ⅲ-5 国内での今後（2013年度も含め3カ年度程度）の事業展開（業種別）

	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	3,471	48.0	45.2	2.8	1.4	2.6
大企業	680	47.6	45.7	2.8	1.5	2.4
中小企業	2,791	48.0	45.1	2.8	1.4	2.7
製造業	2,101	47.0	46.6	3.6	0.8	2.0
非製造業	1,370	49.4	43.1	1.6	2.3	3.5
商社・卸・小売	879	49.4	43.0	1.9	2.5	3.2
非製造業(商社・卸・小売を除く)	491	49.5	43.4	1.0	2.0	4.1
(参考)製造業/商社・卸・小売計	2,980	47.7	45.5	3.1	1.3	2.4
飲食料品	432	59.5	33.8	2.5	0.7	3.5
繊維・織物/アパレル	118	38.1	50.8	6.8	2.5	1.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	76	48.7	46.1	3.9	-	1.3
化学	113	44.2	50.4	1.8	0.9	2.7
医薬品・化粧品	60	61.7	33.3	1.7	-	3.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	112	44.6	48.2	6.3	0.9	-
窯業・土石	60	41.7	48.3	6.7	1.7	1.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	238	44.1	50.0	3.8	-	2.1
一般機械	222	40.5	56.3	1.8	0.5	0.9
電気機械	119	45.4	49.6	0.8	1.7	2.5
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	82	42.7	45.1	9.8	1.2	1.2
自動車/自動車部品/その他輸送機器	154	26.0	65.6	7.8	0.6	-
精密機器	91	53.8	40.7	1.1	1.1	3.3
その他の製造業	224	50.9	44.6	1.8	0.4	2.2
商社・卸売	769	49.5	43.6	1.8	2.7	2.3
小売	110	48.2	39.1	2.7	0.9	9.1
建設	93	50.5	47.3	-	1.1	1.1
電気・ガス・水道	4	50.0	50.0	-	-	-
運輸	98	38.8	55.1	1.0	2.0	3.1
金融・保険	65	50.8	41.5	-	3.1	4.6
情報・ソフトウェア	31	64.5	29.0	3.2	-	3.2
専門サービス	50	44.0	44.0	-	2.0	10.0
その他の非製造業	150	54.0	36.7	2.0	2.7	4.7

海外進出・国内での事業拡大方針を合わせてみると、「海外進出、国内事業ともに拡大」と回答した企業が1,054社と最多であった。企業規模別、業種別でも「海外進出、国内事業ともに拡大」との回答が最も多い。

図表Ⅲ-6 海外進出・国内事業の拡大を図る企業（業種別、企業規模別）



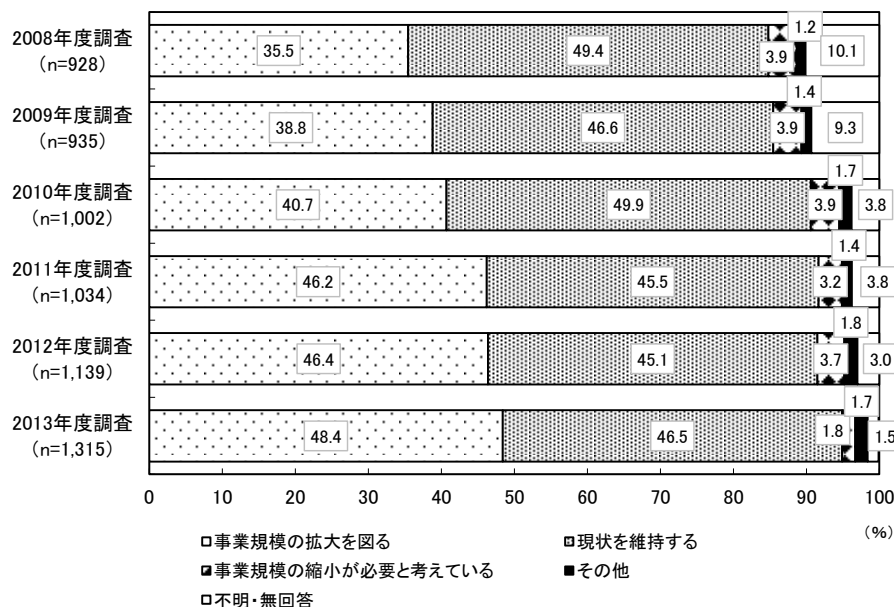
図表Ⅲ-7 海外進出・国内事業の拡大を図る上位10業種

業種		回答数	拡大する企業数	比率(%)
海外進出拡大	合計	3,471	1,877	54.0
	1 化学	113	76	67.3
	2 自動車/自動車部品/その他輸送機器	154	102	66.2
	3 電気機械	119	77	64.7
	4 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	112	72	64.3
	5 医療品・化粧品	60	38	63.4
	6 運輸	98	60	61.3
	7 一般機械	222	129	58.1
	8 精密機器	91	52	57.2
	9 専門サービス	50	27	54.0
	10 商社・卸売	769	412	53.6
国内事業拡大	合計	3,471	1,665	48.0
	1 情報・ソフトウェア	31	20	64.5
	2 医療品・化粧品	60	37	61.7
	3 飲食料品	432	257	59.5
	4 その他の非製造業	150	81	54.0
	5 精密機器	91	49	53.8
	6 その他の製造業	224	114	50.9
	7 金融・保険	65	33	50.8
	8 建設	93	47	50.5
	9 商社・卸売	769	381	49.5
	10 木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	76	37	48.7

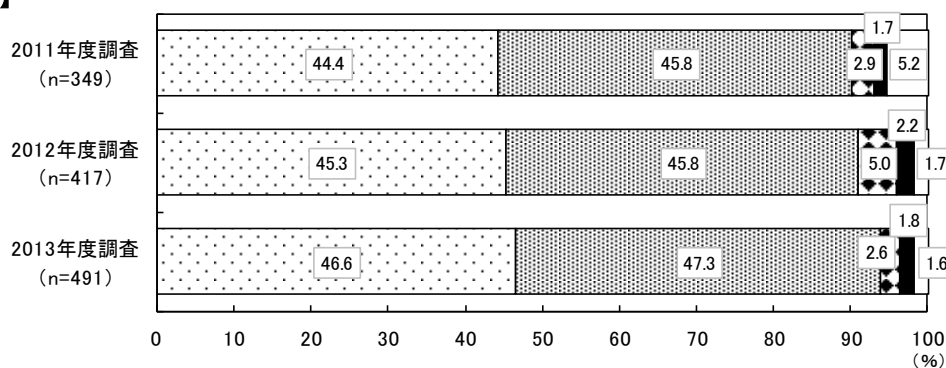
08年度調査からの推移をみると、今年度調査で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業は48.4% (637社) となり、08年度から増加傾向を維持している。

図表Ⅲ-8 国内での今後（2013年度も含め3カ年度程度）の事業展開（時系列比較）

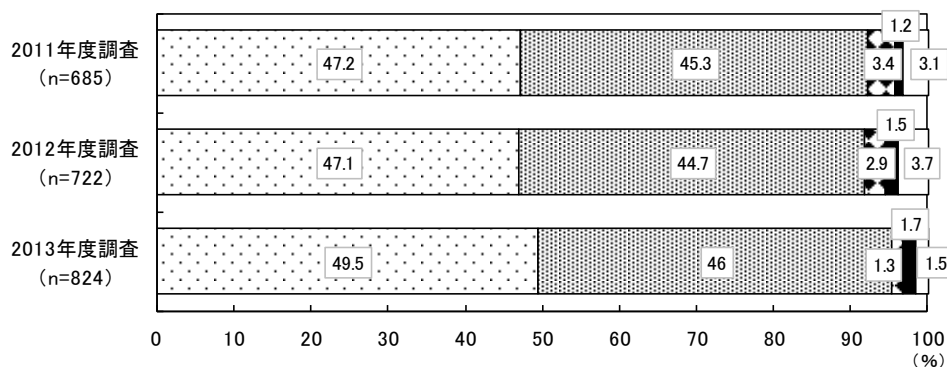
【全体】



【大企業】



【中小企業】

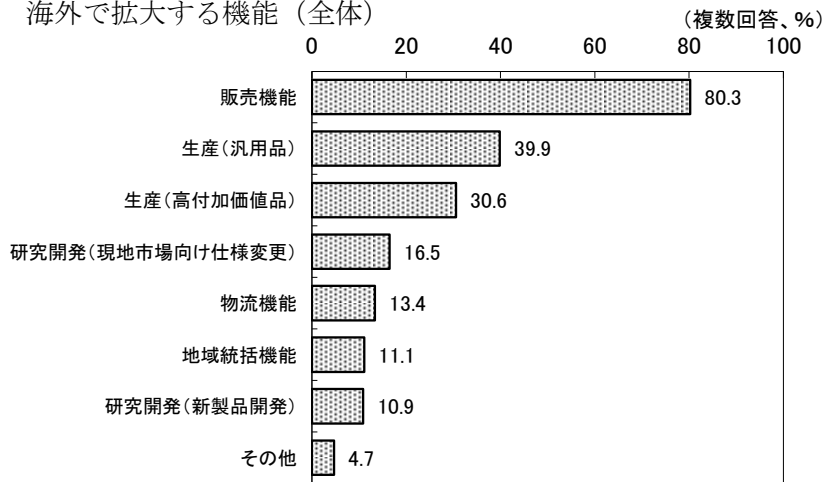


〔注〕 本表では、過去の調査結果と比較するため、ジェトロ・メンバーズ企業の回答に限定して集計。

3. 海外で拡大を図る機能

海外で「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」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80.3% (899社) で最も割合が高く、次いで「生産(汎用品)」が39.9% (447社) となっている。

図表III-9 海外で拡大する機能(全体)



[注] 母数は「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」企業(1,178社)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(1,119社)。

図表III-10 海外で拡大する機能(業種別)

(複数回答、%)

	社数	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(新製品開発+現地市場向け)	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	物流機能	その他
総計	1,119	80.3	53.9	39.9	30.6	20.5	10.9	16.5	11.1	13.4	4.7
大企業	420	80.2	55.7	44.5	31.4	22.9	11.4	20.0	19.5	20.0	8.3
中小企業	699	80.4	52.8	37.2	30.0	19.0	10.6	14.4	6.0	9.4	2.6
製造業	705	84.1	70.1	54.5	38.6	25.5	12.5	22.1	11.6	9.6	1.6
非製造業	414	73.9	26.3	15.2	16.9	11.8	8.2	7.0	10.1	19.8	10.1
商社・卸・小売	265	90.9	32.5	20.0	20.0	10.9	8.3	5.7	6.8	14.7	2.3
非製造業(商社・卸・小売を除く)	149	43.6	15.4	6.7	11.4	13.4	8.1	9.4	16.1	28.9	24.2
(参考)製造業/商社・卸・小売計	970	86.0	59.8	45.1	33.5	21.5	11.3	17.6	10.3	11.0	1.8
飲食品	85	95.3	50.6	43.5	24.7	25.9	17.6	21.2	10.6	7.1	-
繊維・織物/アパレル	34	79.4	79.4	58.8	61.8	32.4	17.6	32.4	-	2.9	-
木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ	19	84.2	78.9	57.9	36.8	31.6	10.5	21.3	-	10.5	-
化学	54	87.0	74.1	55.6	44.4	42.6	18.5	40.7	20.4	13.0	1.9
医薬品・化粧品	19	94.7	83.2	52.6	26.3	21.1	21.1	10.5	5.3	10.5	5.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	51	76.5	80.4	64.7	45.1	15.7	5.9	15.7	7.8	5.9	2.0
窯業・土石	18	83.3	72.2	38.9	55.6	50.0	33.3	33.3	16.7	11.1	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	73	78.1	74.0	58.9	42.5	17.8	8.2	12.3	8.2	2.7	-
一般機械	84	90.5	63.1	50.0	27.4	23.8	3.6	22.6	6.0	4.8	2.4
電気機械	57	91.2	59.6	54.4	28.1	26.3	15.8	26.3	22.8	17.5	5.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	32	87.5	75.0	65.6	34.4	25.0	12.5	18.8	18.8	18.8	3.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	77	67.5	88.3	64.9	55.8	22.1	7.8	19.5	11.7	11.7	2.6
精密機器	31	87.1	64.5	48.4	29.0	35.5	19.4	25.8	16.1	12.9	-
その他の製造業	71	81.7	70.4	47.9	39.4	18.3	11.3	18.3	14.1	14.1	-
商社・卸売	244	90.6	33.2	20.9	20.1	10.7	9.0	4.9	6.6	13.9	2.5
小売	21	95.2	23.8	9.5	19.0	14.3	-	14.3	9.5	23.8	-
建設	26	46.2	23.1	19.2	11.5	11.5	3.8	11.5	19.2	7.7	26.9
電気・ガス・水道	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
運輸	36	22.2	2.8	-	2.8	5.6	2.8	5.6	19.4	88.9	-
金融・保険	18	22.2	-	-	-	-	-	-	11.1	-	72.2
情報・ソフトウェア	10	80.0	40.0	-	40.0	60.0	40.0	40.0	20.0	-	10.0
専門サービス	19	42.1	5.3	-	5.3	31.6	26.3	10.5	21.1	5.3	42.1
その他の非製造業	36	65.8	28.9	13.2	21.1	7.9	2.6	7.9	10.5	21.1	13.2

[注] 母数は「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」企業(1,178社)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(1,119社)。

図表Ⅲ-11 海外で拡大する機能・地域（国別）－ 全産業

(複数回答、%)

	販売機能	生産(汎用品+高付加価値品)	生産		研究開発(新製品開発+現地市場向け)	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	物流機能	その他
			生産(汎用品)	生産(高付加価値品)						
全体	80.3	53.9	39.9	30.6	20.5	10.9	16.5	11.1	13.4	4.7
先進国	46.6	13.9	9.4	8.8	9.3	5.3	6.8	7.1	4.9	1.6
新興国	73.4	48.1	35.4	26.7	15.8	7.7	13.0	6.3	9.8	3.7
アジア大洋州	73.4	49.0	36.2	27.3	17.2	8.6	13.9	9.1	10.7	3.8
中国	45.7	26.0	18.3	14.8	11.8	5.3	9.7	3.3	4.9	1.0
香港	12.2	0.9	0.6	0.8	1.2	0.7	0.8	1.7	1.4	0.4
台湾	17.0	4.8	2.9	3.1	2.6	1.4	1.9	0.4	0.8	0.4
韓国	14.7	3.6	2.5	2.1	2.5	1.3	1.9	0.1	0.8	0.2
シンガポール	12.9	2.6	1.3	2.0	2.6	1.3	2.1	4.1	2.0	0.4
タイ	33.9	19.8	13.9	11.1	5.6	2.1	4.8	2.5	3.6	2.1
マレーシア	11.7	4.2	2.9	2.2	1.8	0.8	1.6	0.6	1.3	0.4
インドネシア	26.5	12.0	9.2	5.3	3.2	1.4	2.7	0.6	2.9	2.1
フィリピン	7.1	3.2	2.1	1.3	0.9	0.4	0.7	0.3	0.9	0.8
ベトナム	18.9	12.3	8.7	5.5	2.2	1.3	1.4	0.9	2.7	2.0
カンボジア	2.2	2.0	1.5	0.4	0.4	0.3	0.2	0.2	0.4	0.4
ミャンマー	5.1	3.0	2.2	1.1	1.1	0.4	0.9	0.3	1.1	1.4
インド	14.2	6.7	5.2	2.4	2.1	0.4	1.9	0.4	2.1	0.8
パキスタン	1.3	0.4	0.3	0.1	0.1	-	0.1	0.1	-	0.2
バングラデシュ	1.3	1.3	1.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
オーストラリア	3.0	0.4	0.4	0.4	0.3	0.1	0.3	-	-	0.2
アジア大洋州その他	0.5	0.5	0.1	0.4	0.2	-	0.2	-	0.1	0.1
北米・中南米	28.5	10.5	7.0	6.0	4.6	2.1	3.8	2.9	2.2	1.2
米国	20.6	6.3	4.1	4.3	4.1	2.1	3.1	2.6	1.2	0.5
カナダ	2.3	0.3	0.3	0.1	0.2	-	0.2	0.2	0.1	0.1
メキシコ	5.5	2.9	2.2	1.0	0.2	-	0.2	0.1	0.7	0.4
ブラジル	6.9	2.2	1.3	1.0	1.0	0.2	1.0	0.2	0.3	0.3
チリ	0.3	0.2	0.1	0.2	-	-	-	0.1	-	-
北米・中南米その他	-	0.4	0.3	0.1	-	-	-	-	-	-
欧州・ロシア	19.6	3.5	2.1	2.3	2.6	1.3	1.8	2.6	1.3	0.6
西欧	13.1	2.1	1.2	1.5	2.3	1.3	1.5	2.2	0.4	0.3
中・東欧	2.9	0.6	0.5	0.4	0.4	0.1	0.4	0.1	0.3	0.1
トルコ	2.1	0.4	0.2	0.3	-	-	-	0.3	0.1	0.1
ロシア・CIS	5.9	0.8	0.5	0.4	0.1	-	0.1	-	0.4	0.2
欧州・ロシアその他	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
中東・アフリカ	6.7	1.1	0.7	0.6	0.4	0.1	0.3	0.2	0.8	0.4
中東	4.6	0.3	0.2	0.2	0.3	0.1	0.2	0.2	0.5	0.4
アフリカ	3.8	0.9	0.6	0.4	0.1	-	0.1	0.1	0.4	0.1
その他	0.4	0.4	0.3	0.3	0.1	0.1	0.1	0.1	-	-

[注] 母数は「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」企業（1,178社）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（1,119社）。

図表Ⅲ-12 海外で拡大する機能・地域（国別）－ 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(新製品開発+現地市場向け)	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	物流機能	その他
			生産(汎用品)	生産(高付加価値品)						
全体	80.2	55.7	44.5	31.4	22.9	11.4	20.0	19.5	20.0	8.3
先進国	45.0	17.9	12.4	11.7	10.0	5.7	7.4	13.6	7.4	2.9
新興国	74.8	50.0	39.0	27.9	17.9	7.9	16.2	11.4	15.2	6.4
アジア大洋州	74.0	50.5	39.8	28.1	18.8	8.6	16.9	16.2	16.7	6.4
中国	50.0	30.5	21.4	18.8	14.3	4.8	13.6	6.9	8.3	1.7
香港	9.0	0.7	0.7	0.7	1.0	0.7	0.5	3.1	2.1	0.7
台湾	12.6	5.5	3.3	3.8	2.4	1.2	1.9	1.0	1.2	0.7
韓国	12.9	3.8	2.9	2.4	1.7	1.0	1.2	0.2	0.7	0.2
シンガポール	11.7	3.6	2.1	2.4	3.6	1.7	2.9	9.0	3.6	0.7
タイ	38.1	24.3	17.4	13.8	8.1	2.6	7.6	4.8	6.7	4.5
マレーシア	10.7	5.7	4.8	2.1	2.1	1.0	2.1	0.7	1.7	0.7
インドネシア	33.3	17.6	14.0	6.9	3.8	1.4	3.8	1.0	5.7	3.8
フィリピン	8.1	4.3	2.9	1.7	0.7	0.5	0.5	0.2	1.9	1.4
ベトナム	23.3	12.6	9.8	4.5	1.7	1.0	1.4	1.0	4.8	3.6
カンボジア	3.1	1.7	1.4	0.2	0.2	0.2	-	0.5	0.7	0.5
ミャンマー	6.0	3.3	3.1	0.5	0.5	0.2	0.5	0.5	1.7	2.9
インド	21.9	11.0	8.8	3.8	3.3	0.7	2.9	0.7	4.3	1.2
パキスタン	1.4	0.5	0.2	0.2	-	-	-	-	-	0.2
バングラデシュ	0.7	1.2	1.2	-	-	-	-	0.2	-	0.2
オーストラリア	3.3	0.7	0.7	0.5	0.5	0.2	0.5	-	-	0.5
アジア大洋州その他	0.7	-	-	-	-	-	-	-	0.2	0.2
北米・中南米	35.2	16.0	10.7	8.3	6.4	2.9	5.5	5.5	4.0	2.1
米国	21.4	9.3	6.0	6.2	6.0	2.9	4.5	5.2	1.7	0.7
カナダ	2.4	0.7	0.7	0.2	-	-	-	-	-	0.2
メキシコ	8.6	4.5	3.8	1.0	0.2	-	0.2	0.2	1.7	0.7
ブラジル	11.7	4.5	2.6	2.1	1.7	0.5	1.7	0.5	0.7	0.7
チリ	0.5	0.2	-	0.2	-	-	-	-	-	-
北米・中南米その他	-	0.2	0.2	-	-	-	-	-	-	-
欧州・ロシア	22.6	5.7	2.9	3.8	3.1	1.7	1.9	5.5	2.4	1.0
西欧	12.9	2.9	1.2	2.1	2.9	1.7	1.7	5.0	0.7	0.2
中・東欧	2.6	0.7	0.7	0.2	0.5	-	0.5	0.2	0.7	0.2
トルコ	3.6	0.7	0.2	0.7	-	-	-	0.2	0.2	0.2
ロシア・CIS	8.1	2.1	1.4	1.0	0.2	-	0.2	-	0.7	0.2
欧州・ロシアその他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
中東・アフリカ	8.1	1.7	1.2	0.7	0.2	-	0.2	0.2	1.2	0.5
中東	4.3	0.5	0.2	0.2	0.2	-	0.2	0.2	1.0	0.5
アフリカ	5.7	1.4	1.2	0.5	-	-	-	0.2	0.7	-
その他	0.2	0.5	0.5	0.5	0.2	0.2	0.2	0.2	-	-

〔注〕母数は「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」企業（443社）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（420社）。

図表Ⅲ-13 海外で拡大する機能・地域（国別）－ 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(新製品開発+現地市場向け)	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	物流機能	その他
			生産(汎用品)	生産(高付加価値品)						
全体	80.4	52.8	37.2	30.0	19.0	10.6	14.4	6.0	9.4	2.6
先進国	47.5	11.4	7.6	7.2	8.9	5.0	6.4	3.1	3.4	0.9
新興国	72.5	46.9	33.2	26.0	14.6	7.6	11.0	3.3	6.6	2.0
アジア大洋州	73.0	48.1	34.0	26.8	16.3	8.6	12.0	4.9	7.2	2.1
中国	43.1	23.3	16.5	12.4	10.3	5.6	7.3	1.1	2.9	0.6
香港	14.2	1.0	0.6	0.9	1.3	0.7	1.0	0.9	1.0	0.3
台湾	19.6	4.4	2.7	2.7	2.7	1.6	1.9	-	0.6	0.1
韓国	15.7	3.4	2.3	1.9	3.0	1.6	2.3	-	0.9	0.1
シンガポール	13.6	2.0	0.9	1.7	2.0	1.1	1.6	1.1	1.0	0.3
タイ	31.3	17.2	11.7	9.4	4.1	1.9	3.1	1.1	1.7	0.6
マレーシア	12.3	3.3	1.7	2.3	1.6	0.7	1.3	0.6	1.1	0.3
インドネシア	22.5	8.6	6.3	4.3	2.9	1.4	2.0	0.4	1.3	1.0
フィリピン	6.4	2.6	1.7	1.1	1.0	0.3	0.9	0.3	0.3	0.4
ベトナム	16.3	12.2	8.0	6.0	2.6	1.4	1.4	0.9	1.4	1.0
カンボジア	1.7	2.1	1.6	0.6	0.4	0.3	0.3	-	0.3	0.4
ミャンマー	4.6	2.9	1.7	1.4	1.4	0.6	1.1	0.1	0.7	0.6
インド	9.6	4.1	3.0	1.6	1.3	0.1	1.3	0.3	0.7	0.6
パキスタン	1.3	0.3	0.3	-	0.1	-	0.1	0.1	-	0.1
バングラデシュ	1.7	1.3	1.1	0.3	0.3	0.1	0.1	-	0.1	0.1
オーストラリア	2.9	0.3	0.1	0.3	0.1	-	0.1	-	-	-
アジア大洋州その他	0.4	0.9	0.1	0.7	0.3	-	0.3	-	-	-
北米・中南米	24.5	7.2	4.7	4.6	3.6	1.6	2.9	1.4	1.1	0.6
米国	20.2	4.4	3.0	3.1	3.0	1.6	2.3	1.0	0.9	0.4
カナダ	2.3	-	-	-	0.3	-	0.3	0.3	0.1	-
メキシコ	3.7	2.0	1.3	1.0	0.1	-	0.1	-	0.1	0.1
ブラジル	4.0	0.9	0.6	0.3	0.6	-	0.6	-	-	-
チリ	0.1	0.1	0.1	0.1	-	-	-	0.1	-	-
北米・中南米その他	-	0.4	0.3	0.1	-	-	-	-	-	-
欧州・ロシア	17.7	2.1	1.6	1.4	2.3	1.1	1.7	0.9	0.6	0.4
西欧	13.3	1.6	1.1	1.1	2.0	1.1	1.4	0.6	0.3	0.3
中・東欧	3.0	0.6	0.4	0.4	0.4	0.1	0.4	-	-	-
トルコ	1.1	0.1	0.1	-	-	-	-	0.3	-	-
ロシア・CIS	4.6	-	-	-	-	-	-	-	0.3	0.1
欧州・ロシアその他	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
中東・アフリカ	5.9	0.7	0.4	0.6	0.4	0.1	0.3	0.1	0.6	0.4
中東	4.9	0.1	0.1	0.1	0.3	0.1	0.1	0.1	0.3	0.3
アフリカ	2.6	0.6	0.3	0.4	0.1	-	0.1	-	0.3	0.1
その他	0.4	0.3	0.1	0.1	-	-	-	-	-	-

〔注〕母数は「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」企業（735社）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（699社）。

図表Ⅲ-14 今後（2013年も含め今後3カ年度）に海外で拡大する機能と国・地域

(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	13年度実績	生産(汎用品)			生産(高付加価値品)			順位	国・地域名	13年度実績
			順位	国・地域名	13年度実績	順位	国・地域名	13年度実績			
1	中国	45.7	1	中国	26.0	1	中国	18.3	1	中国	14.8
2	タイ	33.9	2	タイ	19.8	2	タイ	13.9	2	タイ	11.1
3	インドネシア	26.5	3	ベトナム	12.3	3	インドネシア	9.2	3	ベトナム	5.5
4	米国	20.6	4	インドネシア	12.0	4	ベトナム	8.7	4	インドネシア	5.3
5	ベトナム	18.9	5	インド	6.7	5	インド	5.2	5	米国	4.3
6	台湾	17.0	6	米国	6.3	6	米国	4.1	6	台湾	3.1
7	韓国	14.7	7	台湾	4.8	7	台湾	2.9	7	インド	2.4
8	インド	14.2	8	マレーシア	4.2	8	マレーシア	2.9	8	マレーシア	2.2
9	西欧	13.1	9	韓国	3.6	9	韓国	2.5	9	韓国	2.1
10	シンガポール	12.9	10	フィリピン	3.2	10	ミャンマー	2.2	10	シンガポール	2.0
11	香港	12.2	11	ミャンマー	3.0	10	メキシコ	2.2	11	西欧	1.5
12	マレーシア	11.7	12	メキシコ	2.9	12	フィリピン	2.1	12	フィリピン	1.3
13	フィリピン	7.1	13	シンガポール	2.6	13	カンボジア	1.5	13	ミャンマー	1.1
14	ブラジル	6.9	14	ブラジル	2.2	14	シンガポール	1.3	14	メキシコ	1.0
15	ロシア・CIS	5.9	15	西欧	2.1	14	ブラジル	1.3	14	ブラジル	1.0

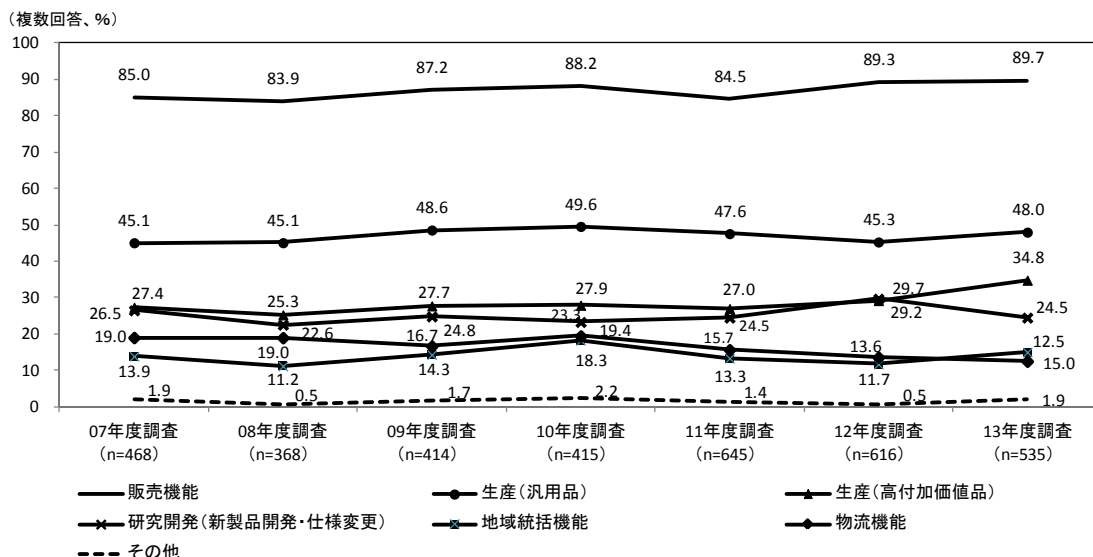
研究開発(新製品開発+現地市場向け仕様変更)									地域統括機能		
順位	国・地域名	13年度実績	研究開発(新製品開発)			研究開発(現地市場向け仕様変更)			順位	国・地域名	13年度実績
			順位	国・地域名	13年度実績	順位	国・地域名	13年度実績			
1	中国	11.8	1	中国	5.3	1	中国	9.7	1	シンガポール	4.1
2	タイ	5.6	2	タイ	2.1	2	タイ	4.8	2	中国	3.3
3	米国	4.1	3	米国	2.1	3	米国	3.1	3	米国	2.6
4	インドネシア	3.2	4	台湾	1.4	4	インドネシア	2.7	4	タイ	2.5
5	台湾	2.6	4	インドネシア	1.4	5	シンガポール	2.1	5	西欧	2.2
6	シンガポール	2.6	6	韓国	1.3	6	台湾	1.9	6	香港	1.7
7	韓国	2.5	6	シンガポール	1.3	6	韓国	1.9	7	ベトナム	0.9
8	西欧	2.3	6	西欧	1.3	6	インド	1.9	8	マレーシア	0.6
9	ベトナム	2.2	9	ベトナム	1.3	9	マレーシア	1.6	9	インドネシア	0.6
10	インド	2.1	10	マレーシア	0.8	10	西欧	1.5	10	インド	0.4
11	マレーシア	1.8	11	香港	0.7	11	ベトナム	1.4	11	台湾	0.4
12	香港	1.2	12	ミャンマー	0.4	12	ブラジル	1.0	12	フィリピン	0.3
13	ミャンマー	1.1	13	フィリピン	0.4	13	ミャンマー	0.9	12	ミャンマー	0.3
14	ブラジル	1.0	13	インド	0.4	14	香港	0.8	12	トルコ	0.3
15	フィリピン	0.9	15	カンボジア	0.3	15	フィリピン	0.7	15	カンボジア、カナダ	0.2

物流機能			全体		
順位	国・地域名	13年度実績	順位	国・地域名	13年度実績
1	中国	4.9	1	中国	57.0
2	タイ	3.6	2	タイ	47.1
3	インドネシア	2.9	3	インドネシア	35.1
4	ベトナム	2.7	4	ベトナム	29.6
5	インド	2.1	5	米国	25.4
6	シンガポール	2.0	6	台湾	20.1
7	香港	1.4	7	インド	19.3
8	マレーシア	1.3	8	シンガポール	18.3
9	米国	1.2	9	韓国	17.2
10	ミャンマー	1.1	10	西欧	15.7
11	フィリピン	0.9	11	香港	15.4
12	台湾	0.8	11	マレーシア	15.4
12	韓国	0.8	13	フィリピン	10.9
14	メキシコ	0.7	13	ミャンマー	10.9
15	中東	0.5	15	ブラジル	8.0

〔注1〕母数は「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」企業（1,178社）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（1,119社）。

〔注2〕「全体」は、各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数。一つの国・地域で複数の機能を拡大する場合でも、1社としてカウント。

図表Ⅲ-15 海外で拡大する機能（時系列比較）



〔注1〕「研究開発（新製品開発・仕様変更）」の値は、「研究開発（新製品開発）」または「研究開発（現地市場向け仕様変更）」の合計。

〔注2〕時系列比較は連続性を保つため、08～09年度調査は「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」から、10年度は「製造業」、「商社」、「卸・小売業」から、11～13年度調査はジェトロ・メンバーズの「製造業」、「商社」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計。

〔注3〕母数は08～12年度調査は「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。13年度調査は「現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」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-16 海外で拡大する機能（12年度からの増減）

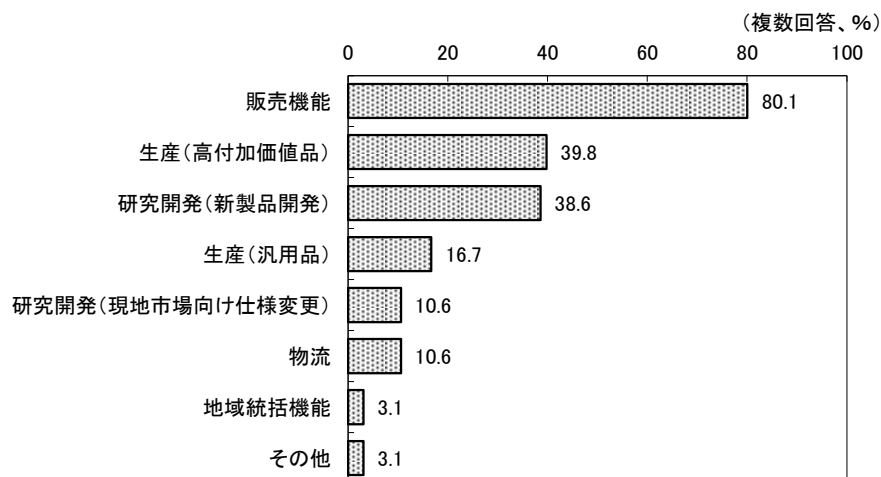
地域	（複数回答、%ポイント）									
	販売機能	生産(汎用品、高付加価値品)	生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)	地域統括機能	物流機能	その他
中国	△ 2.6	△ 0.2	△ 1.3	△ 0.9	△ 1.4	△ 0.4	△ 0.6	△ 0.5	△ 1.5	△ 0.5
香港	△ 1.2	△ 0.6	△ 0.1	△ 0.2	△ 0.1	0.2	△ 0.2	0.5	△ 0.4	0.2
台湾	△ 1.7	0.2	0.4	△ 0.3	△ 1.0	△ 0.2	△ 0.6	△ 0.5	△ 0.5	0.3
韓国	△ 1.1	△ 0.9	△ 0.3	△ 0.5	△ 0.7	0.0	△ 0.5	△ 0.3	△ 0.2	0.0
シンガポール	△ 1.3	0.2	0.0	0.1	0.7	0.4	0.5	1.7	△ 0.0	△ 0.2
タイ	0.7	5.2	3.1	4.0	△ 1.0	0.1	△ 0.9	0.6	△ 0.1	0.7
マレーシア	△ 1.3	0.5	0.4	0.1	△ 0.6	0.0	△ 0.3	0.4	0.6	0.2
インドネシア	△ 0.2	2.8	1.9	2.0	△ 1.0	△ 0.0	△ 0.9	△ 0.1	0.3	1.1
フィリピン	1.3	1.2	0.8	0.5	△ 0.1	0.1	0.0	0.1	0.5	0.5
ベトナム	0.4	2.2	0.7	1.8	△ 0.3	0.5	△ 0.6	△ 0.2	0.4	0.7
インド	△ 1.6	1.1	1.0	△ 0.0	△ 0.3	△ 0.1	△ 0.1	△ 0.2	0.8	△ 0.2
オーストラリア	△ 0.3	0.0	0.3	△ 0.1	△ 0.3	△ 0.3	△ 0.3	0.0	0.0	0.2
米国	△ 1.3	△ 0.1	0.4	0.0	△ 2.0	△ 1.2	△ 1.0	0.7	△ 0.7	0.3
カナダ	△ 0.1	0.0	0.3	△ 0.2	△ 0.4	△ 0.3	△ 0.2	0.1	0.1	0.1
メキシコ	1.1	0.2	0.6	△ 0.1	△ 0.3	△ 0.3	△ 0.3	△ 0.1	0.5	0.4
ブラジル	△ 0.4	0.5	△ 0.1	0.1	0.3	0.0	0.4	△ 0.4	△ 0.3	0.0
西欧	0.3	△ 0.3	0.2	△ 0.1	△ 0.6	△ 0.1	△ 0.2	0.0	0.0	0.2
中・東欧	△ 0.7	△ 0.1	0.1	△ 0.2	△ 0.2	△ 0.3	0.1	△ 0.3	0.0	0.1
トルコ	0.5	0.0	△ 0.1	0.2	△ 0.2	△ 0.1	△ 0.2	0.0	0.0	0.0
ロシア・CIS	0.7	0.1	△ 0.2	0.2	△ 0.6	△ 0.3	△ 0.3	△ 0.1	0.0	0.1

〔注〕母数は08～12年度調査は「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。13年度調査は「現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」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。

4. 国内で拡大を図る機能

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80.1%（1,255社）で最も高く、以下「生産（高付加価値品）」が39.8%（624社）、「研究開発（新製品開発）」が38.6%（604社）と続く。

図表Ⅲ-17 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（1,665社）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（1,566社）。

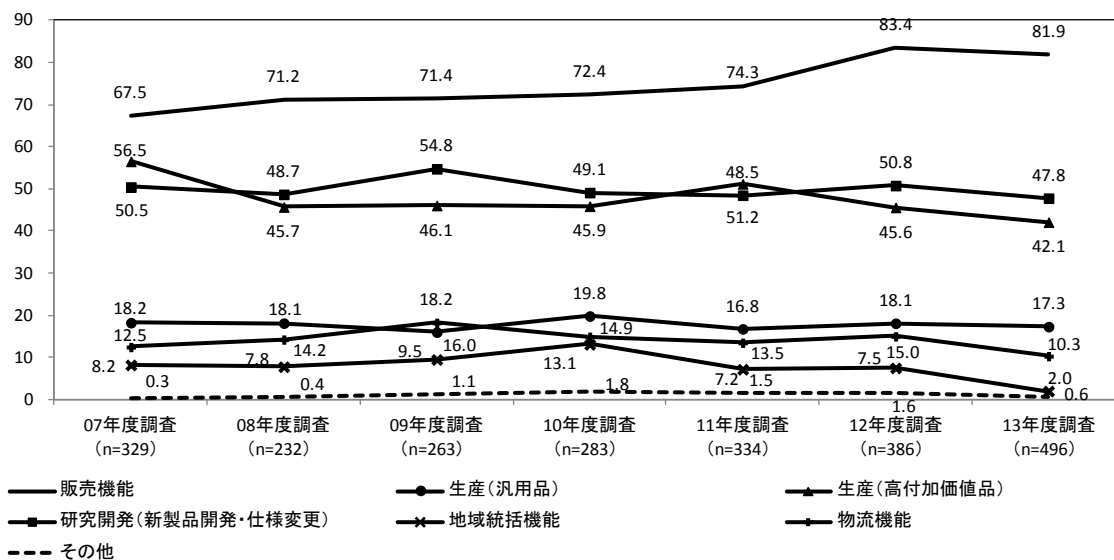
図表Ⅲ-18 国内で拡大する機能（業種別）

	社数	(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(新製品開発+現地市場向け)	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	物流機能	その他
総計	1,566	80.1	45.1	16.7	39.8	39.4	38.6	10.6	3.1	10.6	3.1
大企業	296	71.3	37.8	13.2	33.8	36.5	35.8	10.1	3.4	14.9	8.8
中小企業	1,270	82.2	46.8	17.5	41.3	40.1	39.2	10.7	3.0	9.6	1.7
製造業	949	80.5	60.2	22.0	54.0	52.4	51.5	14.8	3.9	7.5	-
非製造業	617	79.6	21.9	8.4	18.2	19.4	18.6	4.2	1.8	15.4	7.8
商社・卸・小売	402	91.5	21.6	8.5	17.7	18.2	17.7	4.2	0.7	14.4	1.5
非製造業(商社・卸・小売を除く)	215	57.2	22.3	8.4	19.1	21.9	20.5	4.2	3.7	17.2	19.5
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,351	83.8	48.7	18.0	43.2	42.2	41.5	11.6	3.0	9.5	0.4
飲食料品	250	89.2	58.0	23.6	32.8	45.6	44.8	12.0	4.0	9.6	-
繊維・織物/アパレル	42	92.9	64.3	14.3	61.9	40.5	40.5	9.5	2.4	11.9	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	35	85.7	71.4	31.4	37.1	51.4	51.4	17.1	2.9	14.3	-
化学	48	85.4	72.9	8.3	70.8	70.8	70.8	31.3	-	4.2	-
医薬品/化粧品	38	88.1	50.0	30.6	41.7	58.3	58.3	19.4	11.1	5.6	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	50	76.0	66.0	28.0	52.0	58.0	56.0	14.0	8.0	6.0	-
窯業・土石	24	95.8	58.3	12.5	58.3	50.0	50.0	16.7	4.2	20.8	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	100	69.0	66.0	21.0	59.0	54.0	54.0	8.0	4.0	4.0	-
一般機械	87	72.4	55.2	26.4	49.4	56.3	52.9	18.4	3.4	3.4	-
電気機械	49	81.6	49.0	18.4	42.9	53.1	53.1	16.3	4.1	6.1	-
情報通信機器/電子部品・デバイス	34	73.5	55.9	17.6	50.0	32.4	32.4	14.7	2.9	2.9	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	37	51.4	78.4	24.3	64.9	40.5	40.5	10.8	2.7	8.1	-
精密機器	48	77.1	60.4	20.8	58.3	77.1	77.1	20.8	4.2	8.3	-
その他の製造業	109	78.9	54.1	21.1	48.6	55.0	53.2	14.7	2.8	6.4	-
商社・卸売	350	90.9	21.1	8.9	16.6	18.0	17.4	3.4	0.9	14.0	1.4
小売	52	96.2	25.0	5.8	25.0	19.2	19.2	9.6	-	17.3	1.9
建設	44	72.7	29.5	13.6	25.0	27.3	27.3	-	2.3	2.3	13.6
電気・ガス・水道	2	100.0	-	-	-	50.0	-	50.0	-	-	-
運輸	38	28.8	2.8	-	2.9	2.9	2.9	-	8.6	74.3	5.7
金融・保険	26	38.5	-	-	-	-	-	-	7.7	-	57.7
情報/ソフトウェア	19	78.9	36.8	-	36.8	47.4	47.4	15.8	-	-	5.3
専門サービス	20	40.0	10.0	-	10.0	20.0	20.0	5.0	5.0	-	50.0
その他の非製造業	69	66.7	36.2	17.4	29.0	29.0	26.1	3.8	3.4	14.5	11.6

[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-19 国内で拡大する機能（時系列比較）

（複数回答、％）



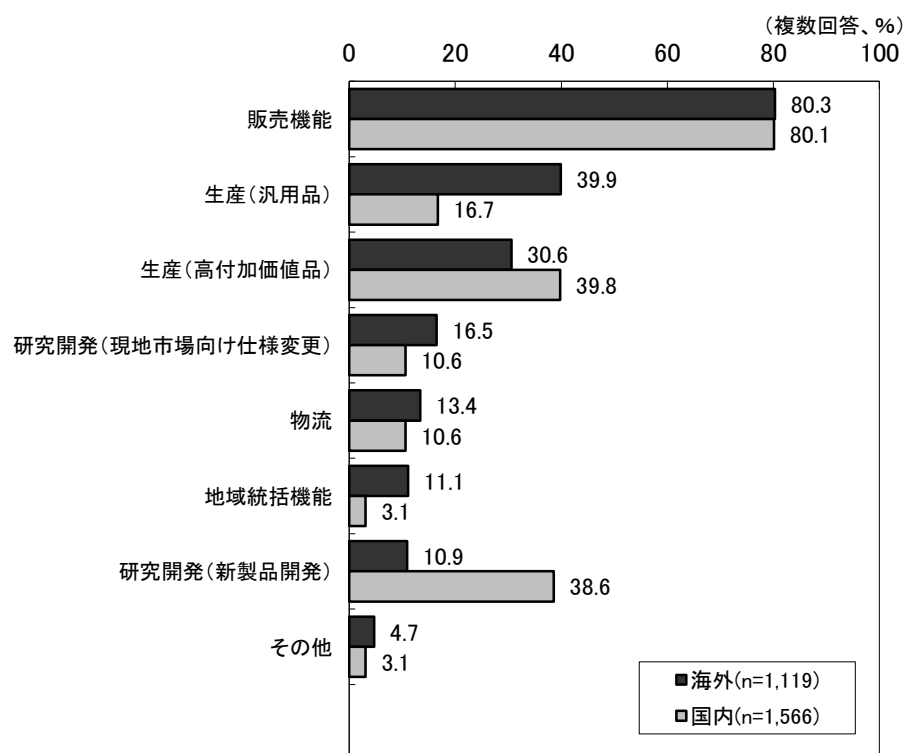
〔注1〕「研究開発（新製品開発・仕様変更）」の値は、「研究開発（新製品開発）」または「研究開発（現地市場向け仕様変更）」の合計。

〔注2〕時系列比較は連続性を保つため、08～09年度調査は「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答、10年度調査は「製造業」、「商社」、「卸・小売業」から、11～13年度調査はジェトロ・メンバーズの「製造業」、「商社」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計。

〔注3〕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。

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「生産（汎用品）」は海外で、「生産（高付加価値品）」、「研究開発（新製品開発）」は国内で拡大するとの傾向がみられる。

図表Ⅲ-20 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。

5. 海外および国内での雇用・設備投資見通し

海外および国内での雇用について今後（13年度も含め3ヵ年程度）の見通しに関する考えを尋ねたところ、海外では「現状維持」と「拡大」とする回答の割合がほぼ同じ割合となり、「現状維持」が49.0%（1,095社）、「拡大」が48.9%（1,094社）であった。国内では「現状維持」が68.6%（2,241社）と最も多い。

規模別にみると、海外において「現状維持」との回答は大企業で38.5%、中小企業で52.7%と中小企業の方が多く見られた。

図表Ⅲ-21 海外および国内での雇用見通し

【海外】

	(%)			
	社数	拡大	現状維持	縮小
総計	2,235	48.9	49.0	2.1
大企業	587	60.8	38.5	0.7
中小企業	1,648	44.7	52.7	2.5
製造業	1,378	49.9	48.1	2.0
非製造業	857	47.4	50.4	2.2
商社・卸・小売	544	45.2	52.9	1.8
非製造業(商社・卸・小売を除く)	313	51.1	46.0	2.9
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,922	48.6	49.5	1.9
飲食品	217	37.8	60.4	1.8
繊維・織物/アパレル	70	47.1	51.4	1.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	38	36.8	60.5	2.6
化学	85	61.2	36.5	2.4
医薬品・化粧品	43	39.5	58.1	2.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	74	58.1	41.9	-
窯業・土石	40	30.0	67.5	2.5
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	160	48.8	47.5	3.8
一般機械	163	50.9	47.9	1.2
電気機械	88	54.5	43.2	2.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	65	41.5	55.4	3.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	124	76.6	22.6	0.8
精密機器	64	51.6	46.9	1.6
その他の製造業	147	48.3	49.7	2.0
商社・卸売	485	45.8	52.2	2.1
小売	59	40.7	59.3	-
建設	62	51.6	45.2	3.2
電気・ガス・水道	3	66.7	33.3	-
運輸	63	63.5	31.7	4.8
金融・保険	42	35.7	64.3	-
情報・ソフトウェア	20	55.0	35.0	10.0
専門サービス	37	45.9	54.1	-
その他の非製造業	86	50.0	47.7	2.3

【国内】

	(%)			
	社数	拡大	現状維持	縮小
総計	3,268	26.4	68.6	5.0
大企業	640	19.2	76.3	4.5
中小企業	2,628	28.2	66.7	5.1
製造業	1,996	23.1	70.7	6.2
非製造業	1,272	31.6	65.3	3.1
商社・卸・小売	816	30.3	66.2	3.6
非製造業(商社・卸・小売を除く)	456	34.0	63.6	2.4
(参考)製造業/商社・卸・小売計	2,812	25.2	69.4	5.4
飲食品	404	28.5	66.1	5.4
繊維・織物/アパレル	109	22.9	70.6	6.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	73	27.4	64.4	8.2
化学	105	21.0	72.4	6.7
医薬品・化粧品	58	29.3	63.8	6.9
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	110	14.5	75.5	10.0
窯業・土石	57	21.1	70.2	8.8
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	227	21.1	73.6	5.3
一般機械	213	24.9	71.4	3.8
電気機械	114	28.1	67.5	4.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	80	12.5	75.0	12.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	149	9.4	80.5	10.1
精密機器	88	25.0	71.6	3.4
その他の製造業	209	26.3	69.4	4.3
商社・卸売	721	29.7	67.0	3.3
小売	95	34.7	60.0	5.3
建設	91	41.8	58.2	-
電気・ガス・水道	4	-	100.0	-
運輸	92	22.8	72.8	4.3
金融・保険	56	21.4	78.6	-
情報・ソフトウェア	30	53.3	43.3	3.3
専門サービス	42	38.1	57.1	4.8
その他の非製造業	141	36.9	60.3	2.8

海外および国内での設備投資について今後（13年度も含め3ヵ年程度）の見通しに関する考えを尋ねたところ、海外では「現状維持」との回答が最も多く51.3%（1,055社）、次いで「拡大」が46.9%（964社）であった。

規模別にみると、海外において「現状維持」との回答は大企業で38.1%、中小企業で56.0%と中小企業の方が多く見られた。

図表Ⅲ-22 海外および国内での設備投資見通し

【海外】

	(%)			
	社数	拡大	現状維持	縮小
総計	2,057	46.9	51.3	1.8
大企業	541	61.2	38.1	0.7
中小企業	1,516	41.8	56.0	2.2
製造業	1,302	50.0	48.4	1.6
非製造業	755	41.5	56.3	2.3
商社・卸・小売	466	38.8	59.2	1.9
非製造業(商社・卸・小売を除く)	289	45.7	51.6	2.8
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,768	47.1	51.2	1.7
飲食料品	204	32.8	65.7	1.5
繊維・織物/アパレル	63	39.7	58.7	1.6
木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ	36	47.2	50.0	2.8
化学	78	61.5	37.2	1.3
医薬品/化粧品	43	37.2	62.8	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	69	62.3	36.2	1.4
窯業・土石	39	33.3	61.5	5.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	152	56.6	42.1	1.3
一般機械	157	45.2	53.5	1.3
電気機械	76	53.9	43.4	2.6
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	63	47.6	49.2	3.2
自動車/自動車部品/その他輸送機器	120	81.7	17.5	0.8
精密機器	61	45.9	52.5	1.6
その他の製造業	141	48.2	50.4	1.4
商社・卸売	411	38.4	59.4	2.2
小売	55	41.8	58.2	-
建設	54	37.0	57.4	5.6
電気・ガス・水道	2	50.0	50.0	-
運輸	61	62.3	38.1	1.6
金融・保険	41	31.7	68.3	-
情報・ソフトウェア	20	50.0	40.0	10.0
専門サービス	36	36.1	61.1	2.8
その他の非製造業	75	49.3	49.3	1.3

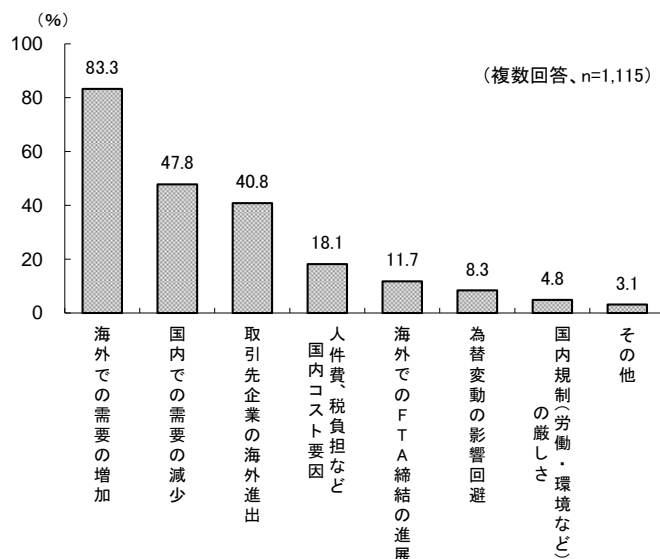
【国内】

	(%)			
	社数	拡大	現状維持	縮小
総計	3,007	29.1	67.1	3.7
大企業	593	25.8	69.5	4.7
中小企業	2,414	30.0	66.6	3.5
製造業	1,900	30.6	64.8	4.5
非製造業	1,107	26.6	71.1	2.3
商社・卸・小売	687	25.2	72.2	2.6
非製造業(商社・卸・小売を除く)	420	28.8	69.3	1.9
(参考)製造業/商社・卸・小売計	2,587	29.2	66.8	4.0
飲食料品	381	39.9	58.5	1.6
繊維・織物/アパレル	101	17.8	77.2	5.0
木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ	68	35.3	58.8	5.9
化学	101	35.6	60.4	4.0
医薬品/化粧品	56	50.0	44.6	5.4
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	101	27.7	65.3	6.9
窯業・土石	57	28.1	64.9	7.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	218	29.8	67.4	2.8
一般機械	204	31.9	64.7	3.4
電気機械	102	19.6	73.5	6.9
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	78	25.6	66.7	7.7
自動車/自動車部品/その他輸送機器	144	18.8	70.1	11.1
精密機器	86	27.9	67.4	4.7
その他の製造業	203	29.1	67.5	3.4
商社・卸売	601	23.8	73.7	2.5
小売	86	34.9	61.6	3.5
建設	81	29.6	67.9	2.5
電気・ガス・水道	4	25.0	50.0	25.0
運輸	85	30.6	68.2	1.2
金融・保険	54	18.5	81.5	-
情報・ソフトウェア	30	40.0	60.0	-
専門サービス	40	17.5	80.0	2.5
その他の非製造業	126	32.5	65.1	2.4

6. 海外進出を拡大する理由

「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」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83.3%（929社）で最も多く、次いで「国内での需要の減少」が47.8%（533社）、「取引先企業の海外進出」が40.8%（455社）となっている。

図表Ⅲ-23 海外進出を拡大する理由（全体）

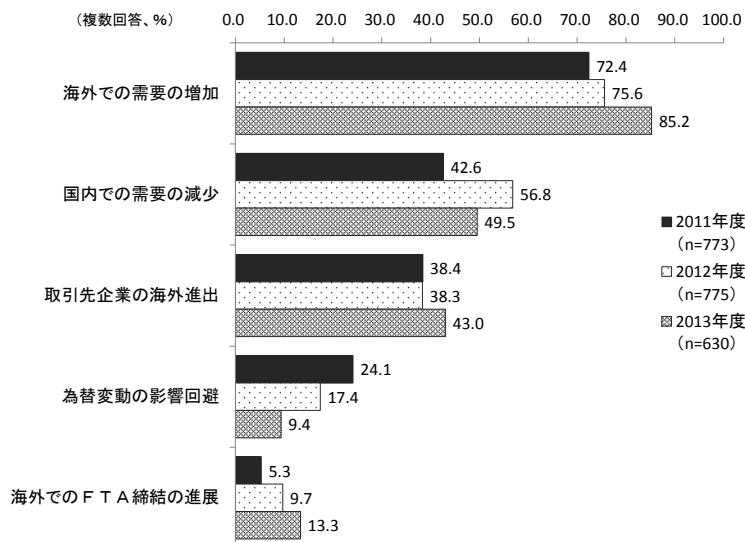


図表Ⅲ-24 海外進出を拡大する理由（業種別）

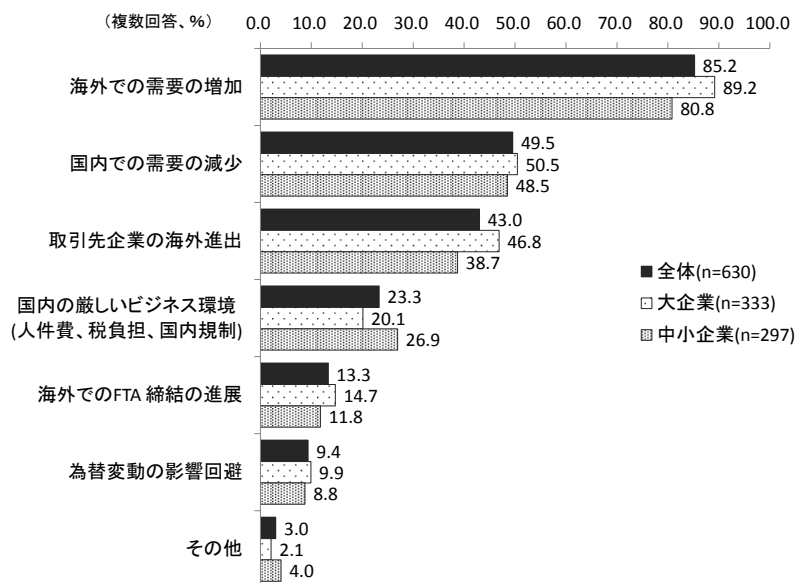
	社数	海外での需要の増加	国内での需要の減少	取引先企業の海外進出	為替変動の影響回避	人件費、税負担など国内コスト要因	国内規制(労働・環境など)の厳しさ	海外でのFTA締結	その他
総計	1,115	83.3	47.8	40.8	8.3	18.1	4.8	11.7	3.1
大企業	433	90.1	49.4	48.3	9.7	15.0	3.0	12.9	2.1
中小企業	682	79.0	46.8	36.1	7.3	20.1	6.0	10.9	3.8
製造業	705	85.4	50.5	37.2	10.4	23.1	4.8	10.9	3.1
非製造業	410	79.8	43.2	47.1	4.6	9.5	4.9	12.9	3.2
商社・卸・小売	255	82.0	48.2	43.5	7.1	10.6	2.7	15.3	2.7
非製造業(商社・卸・小売を除く)	155	76.1	34.8	52.9	0.6	7.7	8.4	9.0	3.9
(参考)製造業/商社・卸・小売計	960	84.5	49.9	38.9	9.5	19.8	4.3	12.1	3.0
飲食料品	78	89.7	51.3	9.0	3.8	10.3	2.6	15.4	3.8
繊維・織物/アパレル	36	69.4	55.6	22.2	16.7	27.8	5.6	19.4	2.8
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	17	76.5	52.9	23.5	5.9	29.4	5.9	11.8	5.9
化学	53	90.6	64.2	49.1	9.4	17.0	1.9	11.3	-
医薬品/化粧品	19	89.5	26.3	5.3	5.3	10.5	5.3	5.3	10.5
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	49	81.6	57.1	44.9	14.3	22.4	2.0	10.2	4.1
窯業・土石	18	77.8	38.9	38.9	5.6	11.1	16.7	11.1	5.6
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	72	80.6	51.4	47.2	12.5	29.2	6.9	12.5	2.8
一般機械	86	93.0	59.3	39.5	4.7	20.9	2.3	5.8	-
電気機械	55	85.5	41.8	32.7	12.7	23.6	3.6	10.9	5.5
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	32	84.4	46.9	40.6	15.6	37.5	9.4	-	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	85	90.6	34.1	67.1	12.9	18.8	4.7	8.2	1.2
精密機器	33	93.9	48.5	39.4	18.2	33.3	6.1	18.2	-
その他の製造業	72	76.4	58.3	25.0	9.7	34.7	6.9	12.5	8.3
商社・卸売	234	80.8	49.6	47.0	6.8	10.7	3.0	16.7	3.0
小売	21	95.2	33.3	4.8	9.5	9.5	-	-	-
建設	26	69.2	38.5	57.7	-	11.5	15.4	-	-
電気・ガス・水道	2	50.0	100.0	-	-	-	-	-	-
運輸	41	85.4	41.5	73.2	-	4.9	7.3	22.0	4.9
金融・保険	18	38.9	27.8	77.8	-	-	11.1	11.1	5.6
情報/ソフトウェア	10	100.0	30.0	40.0	-	20.0	-	-	-
専門サービス	18	88.9	16.7	44.4	-	5.6	-	11.1	5.6
その他の非製造業	40	77.5	35.0	27.5	2.5	10.0	10.0	2.5	5.0

時系比較可能なジェトロ・メンバーズで見ると、「海外での需要の増加」を挙げる割合は増加傾向にある（72.4%→75.6→85.2%）。一方「為替変動の影響回避」を挙げる割合は減少傾向（24.1%→17.4%→9.4%）。また「国内の厳しいビジネス環境（人件費、税負担、国内規制）」を理由に挙げる割合は、中小企業（26.9%）が大企業（20.1%）よりも多い。

図表Ⅲ-25 海外進出を拡大する理由（時系列比較）



図表Ⅲ-26 海外進出を拡大する理由（企業規模別）



[注1]平成23年度、2012年度の母数は「新規進出と今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。2013年度の母数は「今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。

[注2]ジェトロ・メンバーズからの回答に限定した集計結果。

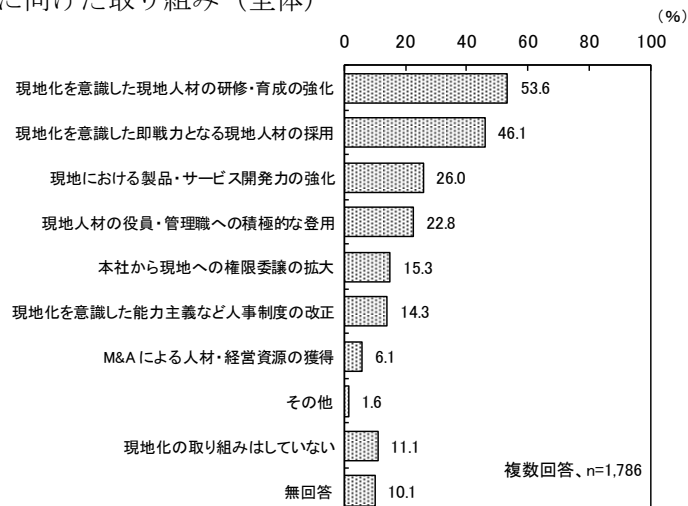
[注3]経年比較するために、平成23年度、2012年度調査における「円高の影響」の回答結果を「為替変動の影響回避」として記載。

[注4]「国内の厳しいビジネス環境」は「人件費、税負担など国内コスト要因」と「国内規制（労働・環境など）の厳しさ」の回答の合計。

7. 現地化に向けた取り組み

海外に拠点がある企業に対し、経営の現地化を進めるにあたってどのような取り組みをしているか尋ねたところ、「現地化を意識した現地人材の研修・育成の強化」が53.6%（958社）で最も多く、次いで「現地化を意識した即戦力となる現地人材の採用」が46.1%（823社）となっている。

図表Ⅲ-27 現地化に向けた取り組み（全体）



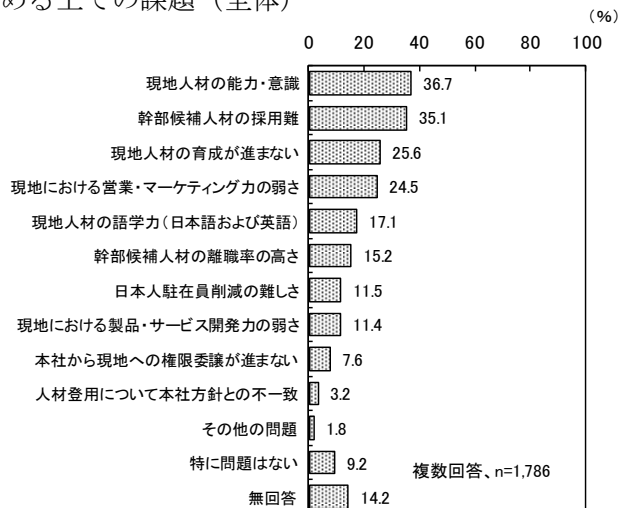
図表Ⅲ-28 現地化に向けた取り組み（業種別）

	社数	現地化の研修・育成したの現地	現地化を意図した人材の即戦力	現地化を意図した人事制度の改正	現地人材の積極的な登用・管理	現地における製品・サービスの強化	本社から現地への権限委譲の拡大	M&Aによる人材・経営資源の獲得	現地化の取り組みはしていない	その他	無回答
総計	1,786	53.6	46.1	14.3	22.8	26.0	15.3	6.1	11.1	1.6	10.1
大企業	583	65.9	57.1	20.1	30.7	31.4	20.2	12.7	9.8	1.2	3.8
中小企業	1,203	47.7	40.7	11.5	19.0	23.4	13.0	2.9	11.7	1.8	13.2
製造業	1,137	56.6	47.1	14.3	25.0	28.1	15.7	6.1	9.3	1.5	9.8
非製造業	649	48.5	44.4	14.2	19.0	22.3	14.6	6.2	14.2	1.8	10.8
商社・卸・小売	414	46.9	46.1	15.0	18.4	23.2	15.7	4.1	12.1	1.7	11.8
非製造業(商社・卸・小売を除く)	235	51.5	41.3	12.8	20.0	20.9	12.8	9.8	17.9	2.1	8.9
(参考) 製造業/商社・卸・小売計	1,551	54.0	46.8	14.5	23.2	26.8	15.7	5.5	10.1	1.5	10.3
飲食品	138	34.8	33.3	10.1	13.8	26.1	17.4	7.2	9.4	2.9	24.6
繊維・織物/アパレル	65	58.5	41.5	13.8	27.7	20.0	12.3	3.1	4.6	1.5	13.8
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	35	42.9	31.4	11.4	11.4	25.7	11.4	2.9	14.3	5.7	11.4
化学	74	56.8	44.6	17.6	27.0	40.5	21.6	12.2	9.5	-	10.8
医薬品/化粧品	26	50.0	50.0	19.2	30.8	30.8	11.5	11.5	11.5	3.8	7.7
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	70	57.1	55.7	17.1	30.0	24.3	10.0	5.7	8.6	-	8.6
窯業・土石	31	61.3	41.9	16.1	22.6	29.0	16.1	-	3.2	3.2	16.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	131	54.2	45.0	9.9	23.7	16.8	16.8	3.8	13.7	3.1	9.2
一般機械	137	61.3	48.9	10.9	19.7	32.1	14.6	8.0	9.5	1.5	6.6
電気機械	75	61.3	48.0	21.3	36.0	32.0	18.7	6.7	8.0	-	5.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	63	61.9	54.0	19.0	28.6	31.7	15.9	7.9	3.2	-	6.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	121	79.3	61.2	16.5	34.7	28.9	17.4	5.0	3.3	1.7	2.5
精密機器	54	59.3	57.4	22.2	31.5	35.2	11.1	9.3	7.4	-	3.7
その他の製造業	117	51.3	44.4	11.1	21.4	28.2	16.2	2.6	17.9	-	7.7
商社・卸売	379	45.9	45.6	14.5	18.7	22.4	15.8	3.4	11.9	1.6	12.4
小売	35	57.1	51.4	20.0	14.3	31.4	14.3	11.4	14.3	2.9	5.7
建設	45	68.9	62.2	13.3	26.7	11.1	13.3	8.9	4.4	-	8.9
電気・ガス・水道	3	66.7	33.3	-	-	-	33.3	-	-	-	-
運輸	55	58.2	41.8	14.5	27.3	23.6	12.7	12.7	12.7	1.8	9.1
金融・保険	34	35.3	17.6	5.9	8.8	8.8	8.8	2.9	50.0	5.9	5.9
情報/ソフトウェア	18	38.9	33.3	27.8	22.2	38.9	16.7	11.1	16.7	-	16.7
専門サービス	26	42.3	46.2	7.7	19.2	26.9	11.5	26.9	19.2	-	7.7
その他の非製造業	54	48.1	38.9	13.0	14.8	25.9	13.0	3.7	14.8	3.7	8.3

8. 現地化を進める上での課題

海外に拠点がある企業に対し、経営の現地化を進めるにあたっての問題点を尋ねたところ、「現地人材の能力・意識」が36.7%（655社）で最も多く、次いで「幹部候補人材の採用難」が35.1%（626社）、「現地人材の育成が進まない」が25.6%（457社）となっている。

図表Ⅲ-29 現地化を進める上での課題（全体）



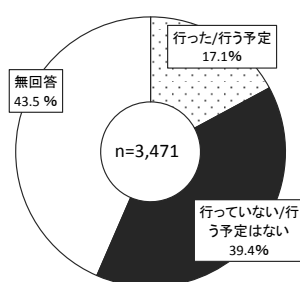
図表Ⅲ-30 現地化を進める上での課題（業種別）

	社数	(複数回答、%)													
		幹部候補人材の採用難	の幹部候補人材の離職率	方人材登用について本社	本語および英語の語学力(日)	現地人材の能力・意識	し日本人駐在員削減の難	な現地人材の育成が進ま	委譲社から進まない地への権	サービス開発力の弱さ	さマーケティング力の弱	その他の問題	特に問題はない	無回答	
総計	1,786	35.1	15.2	3.2	17.1	36.7	11.5	25.6	7.6	11.4	24.5	1.8	9.2	14.2	
大企業	583	47.0	21.8	3.6	17.3	36.9	19.2	33.6	13.7	12.0	26.2	2.4	6.7	7.7	
中小企業	1,203	29.3	12.1	3.0	17.0	36.6	7.8	21.7	4.6	11.1	23.6	1.6	10.5	17.4	
製造業	1,137	37.5	16.9	3.6	19.0	37.0	12.8	28.5	8.5	13.6	25.3	1.8	8.4	13.2	
非製造業	649	30.8	12.3	2.5	13.9	36.1	9.4	20.5	5.9	7.4	23.0	2.0	10.8	16.0	
商社・卸・小売	414	31.6	10.9	2.7	12.8	37.0	7.2	22.2	5.1	8.0	24.2	1.2	10.4	16.2	
非製造業(商社・卸・小売を除く)	235	29.4	14.9	2.1	15.7	34.5	13.2	17.4	7.2	6.4	20.9	3.4	11.5	15.7	
(参考)製造業/商社・卸・小売計	1,551	35.9	15.3	3.4	17.3	37.0	11.3	26.8	7.6	12.1	25.0	1.6	8.9	14.0	
飲食料品	138	29.0	12.3	3.6	13.8	26.8	10.9	20.3	6.5	15.8	23.2	0.7	11.6	29.7	
繊維・織物/アパレル	65	32.3	20.0	1.5	16.9	47.7	7.7	23.1	-	6.2	13.8	-	7.7	16.9	
木材/木製品/家具/建材/紙/パルプ	35	28.6	2.9	5.7	14.3	37.1	2.9	22.9	17.1	11.4	34.3	-	8.6	17.1	
化学	74	40.5	10.8	1.4	25.7	28.4	14.9	14.9	9.5	13.5	27.0	1.4	10.8	17.6	
医薬品/化粧品	26	34.6	19.2	-	11.5	30.8	-	19.2	3.8	11.5	38.5	-	19.2	11.5	
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	70	34.3	12.9	4.3	17.1	41.4	11.4	28.6	8.6	14.3	34.3	5.7	8.6	7.1	
窯業・土石	31	38.7	19.4	6.5	16.1	41.9	3.2	32.3	6.5	9.7	9.7	3.2	3.2	16.1	
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	131	42.0	11.5	2.3	23.7	40.5	14.5	24.4	6.1	9.9	24.4	3.1	9.2	13.0	
一般機械	137	46.7	19.7	2.9	17.5	40.9	13.9	35.8	8.8	13.9	27.0	0.7	5.1	10.2	
電気機械	75	32.0	22.7	1.3	20.0	36.0	20.0	25.3	17.3	17.3	33.3	1.3	5.3	6.7	
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	63	34.9	22.2	11.1	15.9	30.2	17.5	39.7	14.3	11.1	19.0	1.6	7.9	11.1	
自動車/自動車部品/その他輸送機器	121	46.3	31.4	4.1	24.8	47.9	20.7	45.5	11.6	18.2	23.1	3.3	2.5	3.3	
精密機器	54	46.3	11.1	3.7	20.4	29.6	11.1	24.1	5.6	13.0	24.1	1.9	13.0	7.4	
その他の製造業	117	29.1	13.7	4.3	17.9	34.2	7.7	29.1	6.0	15.4	26.5	0.9	11.1	12.8	
商社・卸売	379	31.4	10.8	2.6	13.7	37.7	7.1	22.7	5.3	7.4	24.5	1.3	9.2	16.4	
小売	35	34.3	11.4	2.9	2.9	28.6	8.6	17.1	2.9	14.3	20.0	-	22.9	14.3	
建設	45	40.0	26.7	2.2	17.8	44.4	17.8	17.8	15.6	-	11.1	2.2	6.7	11.1	
電気・ガス・水道	3	33.3	-	-	33.3	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	
運輸	55	30.9	12.7	5.5	10.9	40.0	16.4	23.6	5.5	10.9	20.0	-	7.3	14.5	
金融・保険	34	26.5	8.8	-	8.8	14.7	11.8	8.8	2.9	-	5.9	5.9	26.5	20.6	
情報・ソフトウェア	18	33.3	22.2	-	5.6	33.3	5.6	27.8	5.6	27.8	38.9	5.6	11.1	16.7	
専門サービス	26	15.4	3.8	-	19.2	46.2	3.8	15.4	-	3.8	23.1	3.8	19.2	19.2	
その他の非製造業	54	25.9	14.8	1.9	24.1	27.8	14.8	14.8	9.3	5.6	33.3	5.6	7.4	16.7	

9. 海外/国内の拠点・機能の再編

海外拠点間での再編（海外→海外）、日本国内から海外への生産機能などの移管（日本→海外）、もしくは海外事業からの撤退（海外→日本）のいずれかを過去2～3年の間に行ったか、または今後2～3年の間に行う予定かどうかについて尋ねたところ、回答企業の17.1%（595社）（内訳は中小企業382社、大企業213社）が「行った/行う予定」と回答している。業種別で見ると、「情報通信機械器具/電子部品・デバイス」（45.1%）、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」（38.3%）などで再編を「行った/行う予定」と回答する割合が高い。

図表Ⅲ-31 海外/国内の拠点・機能の再編（全体）



図表Ⅲ-32 海外/国内の拠点・機能の再編（業種別）

	(%)		
	社数	行った/行う予定	行っていない/行う予定はない
総計	3,471	17.1	39.4
大企業	680	31.3	44.1
中小企業	2,791	13.7	38.2
製造業	2,101	21.5	38.6
非製造業	1,370	10.5	40.7
商社・卸・小売	879	9.9	41.0
非製造業(商社・卸・小売を除く)	491	11.6	40.1
(参考)製造業/商社・卸・小売計	2,980	18.1	39.3
飲食料品	432	6.9	36.8
繊維・織物/アパレル	118	26.3	33.9
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	76	18.4	34.2
化学	113	29.2	36.3
医薬品・化粧品	60	21.7	38.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	112	22.3	42.0
窯業・土石	60	15.0	43.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	238	21.0	41.2
一般機械	222	21.2	42.8
電気機械	119	29.4	38.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	82	45.1	29.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	154	38.3	37.7
精密機器	91	20.9	42.8
その他の製造業	224	18.8	39.3
商社・卸売	769	10.7	41.2
小売	110	4.5	39.1
建設	83	16.1	33.3
電気・ガス・水道	4	25.0	50.0
運輸	98	14.3	45.9
金融・保険	65	4.6	50.8
情報・ソフトウェア	31	22.6	32.3
専門サービス	50	12.0	50.0
その他の非製造業	150	7.3	34.0

「海外拠点・機能の再編を、過去2～3年の間で行った」と回答した企業(375社)に再編内容を探ねた。全再編件数416件(複数回答)のうち、移管元は「日本」が最も多く53.4%(222件)、移管先は「中国」が最も多く28.4%(118件)であった。

図表Ⅲ-33 移管元【過去2～3年】(業種別)

	回答数	アジア														北米										欧州						その他			日本	無回答
		先進国	新興国	アジア大洋州	中国	香港	台湾	韓国	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	カンボジア	ミャンマー	インド	パキスタン	オーストラリア	米中南米	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	チリ	ロシア	トルコ	ロシア	中東	アフリカ						
総計	416	106	329	334	219	12	07	10	12	34	14	12	02	10	02	-	-	-	-	31	22	-	05	05	-	60	43	10	02	05	05	02	02	05	534	31
大企業	178	146	337	326	191	17	06	06	17	39	28	17	06	-	-	-	-	-	-	34	28	-	06	-	-	107	73	17	06	11	11	06	06	06	489	28
中小企業	238	76	324	340	239	08	08	13	08	29	04	08	-	17	04	-	-	-	-	29	17	-	04	08	-	25	21	04	-	-	-	-	-	04	567	34
製造業	313	105	291	294	198	06	06	10	06	35	16	03	03	10	-	-	-	-	32	22	-	06	03	-	-	67	54	13	-	-	-	-	-	03	572	32
非製造業	103	107	447	456	282	29	10	10	29	29	10	39	-	10	10	-	-	-	29	19	-	-	-	-	39	10	-	-	10	19	19	10	10	10	417	29
商社・卸・小売	59	102	475	475	305	34	-	-	51	17	17	17	-	17	17	-	-	-	34	17	-	-	-	-	17	17	34	17	17	17	34	17	17	17	380	34
非製造業/商社・卸・小売を除く	44	114	409	432	250	23	23	23	-	45	-	68	-	-	-	-	-	-	23	23	-	-	-	-	68	23	-	-	23	23	-	-	-	-	455	23
(参考)製造業/商社・卸・小売計	372	105	320	323	215	11	05	08	13	32	16	05	03	11	03	-	-	-	32	22	-	05	05	-	59	46	11	-	03	05	03	03	05	543	32	
飲食業	19	105	368	421	316	-	-	105	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	526	-
繊維/物/アパレル	22	91	636	636	636	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	125	125	-	-	-	-	-	91	91	-	-	-	-	-	-	-	227	45
木材/木製品/家具/建材/紙/パルプ	3	250	125	250	125	-	-	125	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	125	125	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	625	-
化学	24	250	250	208	-	-	-	-	-	42	-	-	-	-	-	-	-	-	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	750	-
医薬品/化粧品	10	400	100	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500	45
石油/石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	22	45	409	409	273	-	-	-	45	45	45	-	-	-	-	-	-	-	45	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500	-
窯業/土石	8	125	375	250	-	-	-	-	-	125	-	-	-	125	-	-	-	-	125	125	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	750	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	25	80	120	80	40	-	-	-	-	71	-	-	-	40	-	-	-	-	80	80	-	-	-	-	-	120	80	40	-	-	-	-	-	800	-	
一般機械	27	37	286	259	185	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	667	-
電気機械	27	37	286	259	185	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	667	-
情報通信機器/電子部品/電子デバイス	26	192	269	231	192	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	192	192	-	-	-	-	-	192	192	38	-	-	-	-	-	38	423	115
自動車/自動車部品/その他輸送機器	53	113	264	264	113	-	-	-	-	94	19	19	-	-	-	-	-	-	57	57	-	-	-	-	-	57	57	-	-	-	-	-	-	585	38	
精密機器	11	364	182	364	91	91	-	-	91	-	91	-	-	-	-	-	-	-	91	91	-	-	-	-	-	91	91	-	-	-	-	-	-	384	91	
その他の製造業	30	100	300	333	200	-	-	-	-	33	33	-	-	33	-	-	-	-	33	33	-	-	-	-	-	67	67	-	-	-	-	-	-	533	67	
商社・卸売	57	105	474	474	298	35	-	-	53	18	18	18	-	18	18	-	-	-	35	18	-	-	-	-	-	18	18	-	-	-	-	-	-	386	35	
小売	2	500	500	500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500	-	
建設	15	-	487	467	200	-	-	-	67	200	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	533	-	
電気/ガス/水道	2	500	500	500	-	-	-	-	-	80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500	-
運輸	13	77	462	388	308	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	77	-	-	-	-	-	154	-	-	-	-	-	-	-	388	77	
金融/保険	1	1000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1000	-
情報/ソフトウェア	3	333	333	333	333	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	333	333	-	-	-	-	-	-	333	-	
専門サービス	4	250	250	250	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	250	-	
その他の非製造業	6	333	333	667	333	167	-	-	167	-	-	-	-	-	-	-	-	-	167	167	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	333	167	

移管元と移管先の組み合わせでは「日本から中国」が21.2%（88件）と最も多く、次いで「日本からタイ」が11.1%（46件）となっている。

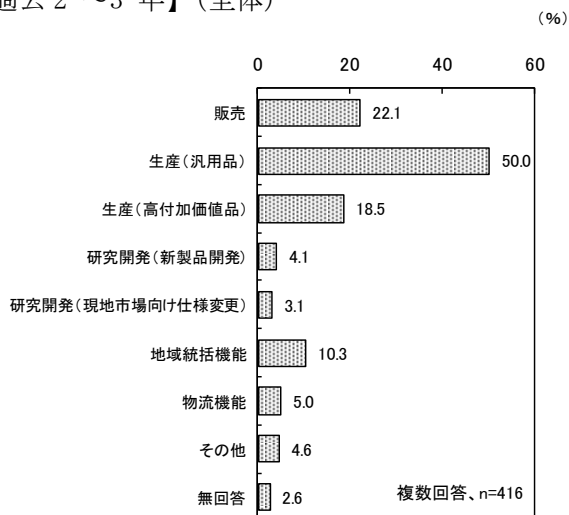
図表Ⅲ-35 移管元×移管先【過去2～3年】

	回答数	移管先																			無回答											
		中国	香港	台湾	韓国	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	カンボジア	ミャンマー	インド	パキスタン	バングラデシュ	オーストラリア	米国	カナダ	メキシコ		ブラジル	チリ	西欧	中・東欧	トルコ	ロシア・CIS	中東	アフリカ	その他	日本	
回答数	416	118	7	10	9	16	59	7	24	11	32	3	4	5	1	4	-	14	-	2	3	-	14	-	2	1	3	-	3	49	15	
中国	91	5.3	0.7	0.5	0.5	-	0.7	-	1.4	1.0	3.8	0.7	0.7	-	0.2	0.7	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.5	4.3	0.5	
香港	5	0.7	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-
台湾	3	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.5	-
韓国	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.7	-
シンガポール	5	-	-	-	-	0.5	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-
タイ	14	-	-	-	-	-	1.2	0.5	0.7	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.7	-
マレーシア	6	-	-	-	-	-	0.2	-	0.2	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.5	-
インドネシア	5	-	-	-	-	-	0.2	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.7	-
フィリピン	1	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ベトナム	4	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.5	0.2
カンボジア	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ミャンマー	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
インド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
パキスタン	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
バングラデシュ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
オーストラリア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
米国	9	0.2	-	-	-	-	0.2	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.7	0.5
カナダ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
メキシコ	2	0.2	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ブラジル	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.5
チリ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
西欧	18	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	1.4	-	0.2	-	-	-	-	1.7	-
中・東欧	4	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	0.5	-
トルコ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ロシア・CIS	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-
中東	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-
アフリカ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	2	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-
日本	222	21.2	1.0	1.9	1.4	2.4	11.1	0.5	2.4	1.7	3.8	-	-	1.0	-	0.2	-	2.4	-	0.5	0.7	-	0.5	-	0.2	0.2	0.5	-	-	-	-	-
無回答	13	0.5	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.4

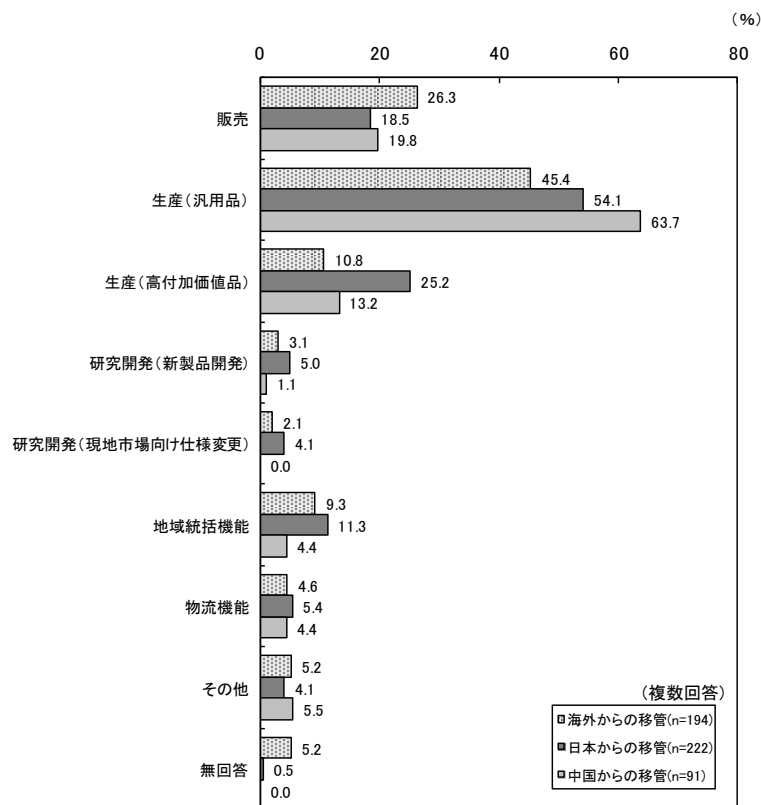
〔注〕 は、比率が高い上位5パターンを示す。

再編する機能は「生産（汎用品）」が50.0%（208件）で最も多く、次いで「販売」が22.1%（92件）、「生産（高付加価値品）」が18.5%（77件）となっている。海外・日本・中国からの移管別にみると、「生産（汎用品）」は中国からの移管が63.7%と高い割合となっている。また「生産（高付加価値品）」は日本からの移管が25.2%と高い割合となっている。

図表Ⅲ-36 再編する機能【過去2～3年】（全体）

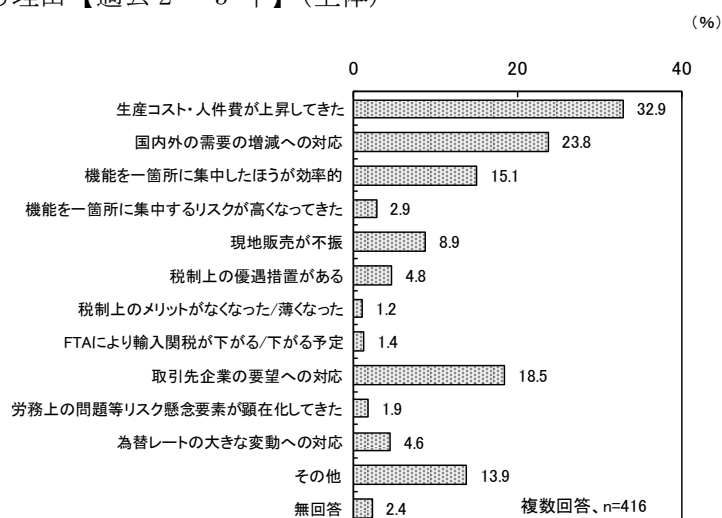


図表Ⅲ-37 再編する機能【過去2～3年】（海外・日本・中国からの移管別）

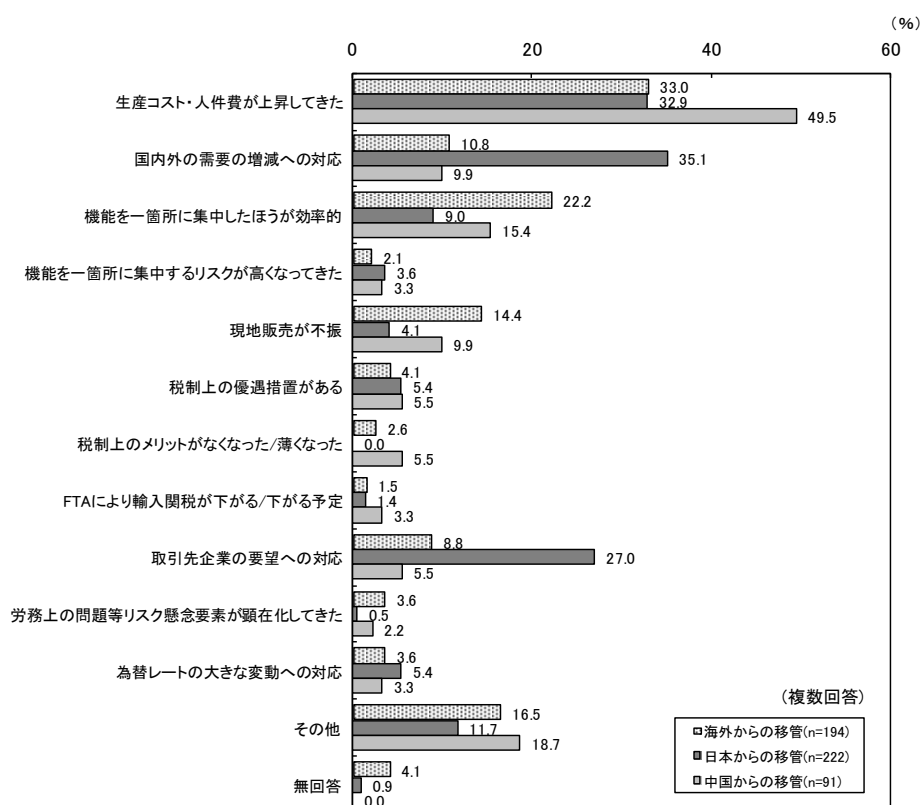


再編する理由は「生産コスト・人件費が上昇してきた」が32.9%（137件）で最も多く、次いで「国内外の需要の増減への対応」が23.8%（99件）、「取引先企業の要望への対応」が18.5%（77件）となっている。海外・日本・中国からの移管別にみると、「生産コスト・人件費が上昇してきた」との理由は中国からの移管において49.5%と高い割合となっている。また「国内外の需要の増減への対応」と「取引先企業の要望への対応」との理由は日本からの移管においてそれぞれ35.1%、27.0%と高い割合となっている。

図表Ⅲ-38 再編する理由【過去2～3年】（全体）



図表Ⅲ-39 再編する理由【過去2～3年】（海外・日本・中国からの移管別）



「海外拠点・機能の再編を、今後2～3年以内に行う予定である」と回答した企業(301社)に再編内容を探ねた。全再編件数364件(複数回答)のうち、移管元は「日本」が最も多く47.0%(171件)、移管先は「タイ」が最も多く19.2%(70件)、次いで「ベトナム」が16.5%(60件)であった。

図表Ⅲ-40 移管元【今後2～3年】(業種別)

	回答数	先進国	新興国	アジア太平洋	中国	香港	台湾	韓国	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	カンボジア	ミャンマー	インド	パキスタン	ハンガリー	オーストラリア	北米・中南米										欧州・ロシア					中東・アフリカ		その他	日本	無回答
																					米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	チリ	ロシア	トルコ	ロシア	中東	アフリカ	西欧	中欧	東欧	ロシア	中東	アフリカ				
総計	364	82	38.5	43.4	31.3	0.5	1.6	0.5	2.5	1.1	1.1	0.8	0.5	1.9	0.3	0.5	0.3	-	-	-	0.3	2.2	1.9	0.3	-	-	0.5	0.5	-	-	0.3	-	0.3	0.3	47.0	6.3				
大企業	118	13.6	33.9	41.5	22.9	1.7	-	0.8	5.9	1.7	1.7	0.8	0.8	2.5	0.8	0.8	0.8	-	-	-	-	4.2	3.4	0.8	-	-	0.8	0.8	-	-	0.8	-	0.8	0.8	42.4	10.2				
中小企業	246	57	40.7	44.3	35.4	-	2.4	0.4	0.8	0.8	0.8	0.4	0.4	1.6	-	-	0.4	-	-	-	0.4	1.2	1.2	-	-	-	0.4	0.4	-	-	-	-	-	0.4	49.2	4.5				
製造業	267	7.5	34.8	38.6	28.8	0.4	1.9	-	0.7	1.5	0.7	0.7	0.4	1.9	-	-	-	-	-	-	2.2	1.9	0.4	-	-	-	0.7	0.7	-	-	0.4	-	0.4	51.3	6.4					
非製造業	97	103	48.5	56.7	38.1	1.0	1.0	2.1	3.1	2.1	1.0	1.0	1.0	2.1	1.0	2.1	1.0	-	-	1.0	2.1	2.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35.1	6.2						
商社・卸・小売	52	13.5	59.6	69.2	51.9	1.9	1.9	1.9	3.8	-	1.9	-	-	1.9	-	1.9	1.9	-	-	-	2.2	2.2	2.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26.9	-					
非製造業(商社・卸・小売を除く)	45	67	35.6	42.2	22.2	-	-	2.2	2.2	-	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	-	-	2.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44.4	13.3					
(参考)製造業/商社・卸・小売計	319	85	38.9	43.6	32.6	0.6	1.9	0.3	2.5	1.3	0.9	0.6	0.3	1.9	-	-	0.3	0.3	-	-	2.5	2.2	0.3	-	-	0.6	0.6	-	-	0.3	0.3	0.3	47.3	5.3						
飲食・飲料	14	3.1	38.7	35.7	21.4	-	-	-	-	-	-	-	-	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0	14.3					
繊維・服飾/アパレル	15	67	80.0	80.0	80.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.7	6.7	-	-	-	-	-	13.3	-					
木材・家具品/家具・建材/紙/パルプ	9	5.6	55.6	55.6	55.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	11.1						
化学	18	5.6	16.7	11.1	11.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66.7	11.1						
医薬品/化粧品	7	28.6	28.6	14.3	-	-	-	-	-	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	71.4	14.3					
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	20	45.0	45.0	30.0	-	-	-	-	-	-	10.0	-	-	5.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55.0	-					
金属/非金属/金属製品	41	4.9	41.5	41.5	36.6	-	-	-	-	2.4	-	-	-	2.4	-	-	-	-	-	-	-	2.4	2.4	-	-	-	2.4	2.4	-	-	-	-	-	53.7	-					
一般機械	30	20.0	18.7	36.7	18.7	10.0	-	-	10.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60.0	3.3						
電気機械	22	9.1	31.8	40.9	31.8	4.5	-	-	4.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45.5	13.6					
情報通信機器/電子部品、半導体	19	-	47.4	47.4	42.1	-	-	-	-	-	-	-	5.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	47.4	5.3					
自動車/自動車部品、その他輸送機器	26	11.5	15.4	11.5	7.7	-	-	-	-	3.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11.5	11.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.8	57.7	15.4				
精密機器	14	21.4	14.3	35.7	7.1	-	-	-	14.3	7.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64.3	-					
その他の製造業	30	6.7	43.3	46.7	33.3	3.3	-	-	-	3.3	-	-	-	3.3	-	-	-	-	-	-	-	3.3	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43.3	6.7					
商社・卸売	47	12.8	58.6	70.2	51.1	2.1	2.1	2.1	4.3	-	2.1	-	-	2.1	-	2.1	2.1	-	-	-	-	2.1	2.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27.7	-					
小売	5	20.0	60.0	60.0	60.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.0	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.0	-					
建設	15	13.3	53.3	66.7	13.3	-	-	-	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7	-	-	-	6.7	6.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.0	13.3					
電気・ガス・水道	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
運輸	2	-	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0	-				
金融/保険	13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-				
情報/ソフトウェア	4	25.0	25.0	50.0	25.0	-	-	-	25.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0	25.0	25.0				
専門サービス	3	-	33.3	33.3	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	33.3					
その他の非製造業	3	62.5	62.5	62.5	62.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	62.5	62.5					

図表Ⅲ-41 移管先【今後2～3年】(業種別)

	回 答 数	先 進 国	新 興 国	ア ジ ア 大 洋 州	欧 州										北 米			中 東				日 本	回 答											
					中 国	香 港	台 湾	韓 国	シン ガ ポ ール	タイ	マ レ シ ア	インド ネ シ ア	フィ リ ピ ン	ベ ト ナ ム	カン ボ ジ ア	ミ ヤ マ ー	インド	パ キ ス タ ン	バ ン グ ラ デ シ ユ	オ ー ス ト ラ リ ア	米 国			カ ナ ダ	メ キ シ コ	ア ラ ブ シ ェ ル	チ リ	西 欧	中 ・ 東 欧	トル コ	ロ シ ア ・ C I S	中 東 ・ ア フ リ カ	ア フ リ カ	そ の 他
総 計	364	121	750	772	129	0.8	2.5	1.6	1.9	19.2	3.3	6.9	3.6	16.5	2.2	2.5	3.0	-	1.6	0.5	-	2.7	2.2	-	0.5	0.8	0.3	0.5	1.1	7.1	5.8			
大企業	118	153	712	720	144	1.7	0.8	1.7	4.2	21.2	4.2	3.4	4.2	9.3	-	2.5	4.2	-	3.4	1.7	-	2.5	1.7	-	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	2.5	11.0			
中小企業	246	106	768	797	122	0.4	3.3	1.6	0.8	18.3	2.8	8.5	3.3	19.9	3.3	2.4	2.4	-	0.4	0.8	0.8	-	2.8	2.4	-	0.4	0.8	0.4	0.4	1.2	8.3	3.3		
製造業	267	116	760	772	131	0.7	2.6	1.9	1.1	19.1	3.4	7.9	3.7	16.9	1.9	1.5	3.0	-	0.4	0.7	0.7	-	3.4	2.6	-	0.7	0.7	0.7	0.7	6.7	5.6			
非製造業	97	134	722	773	124	1.0	2.1	1.0	4.1	19.6	3.1	4.1	3.1	15.5	3.1	5.2	3.1	-	-	-	-	-	1.0	1.0	-	1.0	1.0	-	2.1	8.2	6.2			
商社・卸・小売	52	115	769	808	115	1.9	1.9	1.9	1.9	17.3	3.8	5.8	1.9	21.2	3.8	3.8	3.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.9	1.9	-	1.9	7.7	3.8		
非製造業(商社・卸・小売を除く)	45	15.6	66.7	73.3	13.3	-	2.2	-	6.7	22.2	2.2	2.2	4.4	9.9	2.2	6.7	2.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4.4	4.4	8.9		
(参考)製造業(商社・卸・小売計)	319	11.6	762	777	129	0.9	2.5	1.9	1.3	18.8	3.4	7.5	3.4	17.6	2.2	1.9	3.1	-	0.3	0.3	0.3	-	2.8	2.2	-	0.6	0.6	0.6	0.9	6.9	5.3			
飲食料品	14	14.3	78.6	77.4	14.9	-	7.1	-	7.1	-	21.4	-	14.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7.1	7.1	7.1		
繊維・雑物/アパレル	15	6.7	80.0	80.0	13.3	-	-	-	-	-	28.7	-	33.3	6.7	-	-	-	-	-	-	-	-	6.7	6.7	-	-	-	-	-	13.3	-	-		
木材・木製品/家具・建具/紙/印刷	9	-	88.9	88.9	16.1	-	-	-	22.2	31.1	-	44.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31.1	-	
化学	18	27.8	61.1	66.7	27.8	5.6	5.6	-	5.6	5.6	5.6	-	11.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.6	-	11.1	-	
医薬品/化粧品	7	14.3	71.4	57.1	-	-	-	-	14.3	28.6	-	14.3	28.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14.3	14.3	-	-	-	-	-	14.3	-	14.3	-	14.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	20	-	95.0	90.0	100	-	-	-	30.0	100	-	50	300	-	50	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-	50	-	50
窯業・土石	2	-	100.0	100.0	-	-	-	-	50.0	-	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	41	9.8	75.6	78.0	122	-	2.4	4.8	26.8	2.4	2.4	2.4	14.6	2.4	4.9	2.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4.9	-	2.4	2.4	-	14.6
一般機械	30	20.0	73.3	78.7	133	-	10.0	3.3	23.3	3.3	16.7	-	6.7	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.3	-	3.3	-	6.7	6.7
電気機械	22	9.1	72.7	72.7	4.5	-	-	-	38.4	4.5	13.6	-	4.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4.5	4.5	-	4.5	13.6	
情報通信機器/電子部品・デバイス	19	10.5	78.9	84.2	21.1	-	5.3	5.3	15.8	5.3	5.3	-	5.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.3	-	5.3	5.3	5.3	5.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	28	-	83.8	73.1	15.2	-	-	-	15.4	-	-	-	7.7	3.8	15.2	3.8	3.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15.4
精密機器	14	21.4	78.6	89.7	71	-	-	-	21.4	-	-	-	14.3	14.3	7.1	-	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14.3
その他の製造業	30	16.7	63.3	73.3	100	3.3	-	-	6.7	10.0	3.3	10.0	3.3	23.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.3	-	6.7	6.7	-	13.3
商社・卸売	47	12.8	76.6	80.9	12.8	2.1	2.1	2.1	17.0	2.1	4.3	2.1	22.4	4.3	2.1	4.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.1	2.1	2.1	2.1	8.5	2.1
小売	5	-	80.0	80.0	-	-	-	-	20.0	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.0
建設	15	6.7	66.7	66.7	-	-	-	-	53.3	-	-	-	6.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13.3
電気・ガス・水道	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
運輸	2	100.0	-	100.0	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
金融・保険	13	30.8	69.2	84.6	15.4	-	-	-	15.4	7.7	7.7	7.7	7.7	7.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7.7	7.7	-	-	-	-
情報/ソフトウェア	4	-	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0
専門サービス	3	-	66.7	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3
その他の非製造業	8	-	87.5	87.5	25.0	-	-	-	12.5	-	-	-	12.5	12.5	12.5	12.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12.5

移管元と移管先の組み合わせでは「日本からタイ」が10.7%（39件）と最も多く、次いで「中国からベトナム」が9.3%（34件）となっている。

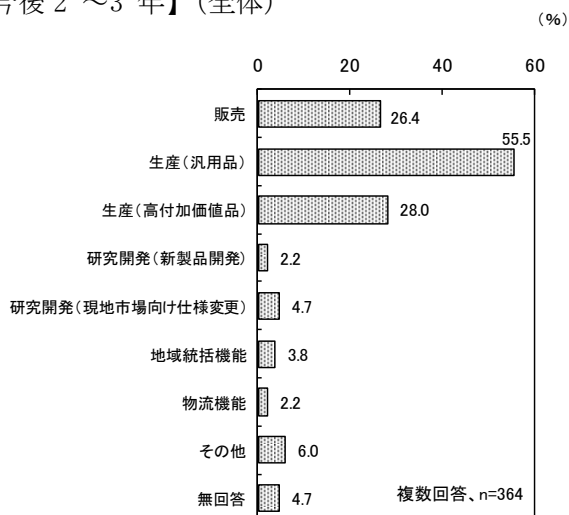
図表Ⅲ-42 移管元×移管先【今後2～3年】

	回答数	移管先																			無回答																	
		中国	香港	台湾	韓国	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	カンボジア	ミャンマー	インド	パキスタン	バングラデシュ	オーストラリア	米国	カナダ	メキシコ		ブラジル	チリ	西欧	中・東欧	トルコ	ロシア・CIS	中東	アフリカ	その他	日本							
回答数	364	47	3	9	6	7	70	12	25	13	60	8	9	11	1	11	11	6	2	9	2	9	2	1	2	4	26	21										
中国	114	30	0.3	0.5	0.3	--	4.4	1.1	2.5	0.8	9.3	1.1	0.5	0.5	--	0.3	--	--	0.3	--	--	--	--	--	0.3	--	--	0.5	5.2	0.3								
香港	2	0.3	--	--	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--								
台湾	6	--	--	0.3	--	--	0.3	--	0.3	--	0.5	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--							
韓国	2	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--							
シンガポール	9	--	--	--	--	0.3	1.1	--	0.5	0.3	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--							
タイ	4	--	--	--	--	--	--	--	--	0.5	0.3	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--						
マレーシア	4	0.3	--	--	--	--	0.5	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--	--						
インドネシア	3	--	--	--	--	--	0.3	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--	--						
フィリピン	2	--	--	--	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--	--	--					
ベトナム	7	--	--	--	--	--	0.5	--	0.3	--	0.5	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--	--	--					
カンボジア	1	--	--	--	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--				
ミャンマー	2	0.3	--	--	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--			
インド	1	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--		
パキスタン	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
バングラデシュ	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
オーストラリア	1	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--	--	--	--	--		
米国	7	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	0.3	--	0.5	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	0.3	--	--	--		
カナダ	1	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
メキシコ	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
ブラジル	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
チリ	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
西欧	2	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.5	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
中・東欧	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
トルコ	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
ロシア・CIS	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
中東	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
アフリカ	1	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
その他	1	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
日本	171	8.5	0.5	1.6	1.4	1.6	10.7	2.2	3.3	1.6	5.5	0.8	1.4	1.9	--	--	2.5	--	0.5	0.3	--	--	1.6	--	--	0.3	0.3	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
無回答	23	--	--	--	--	--	0.3	--	--	0.3	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	0.3	--	--	--	--	--	--	--	5.2

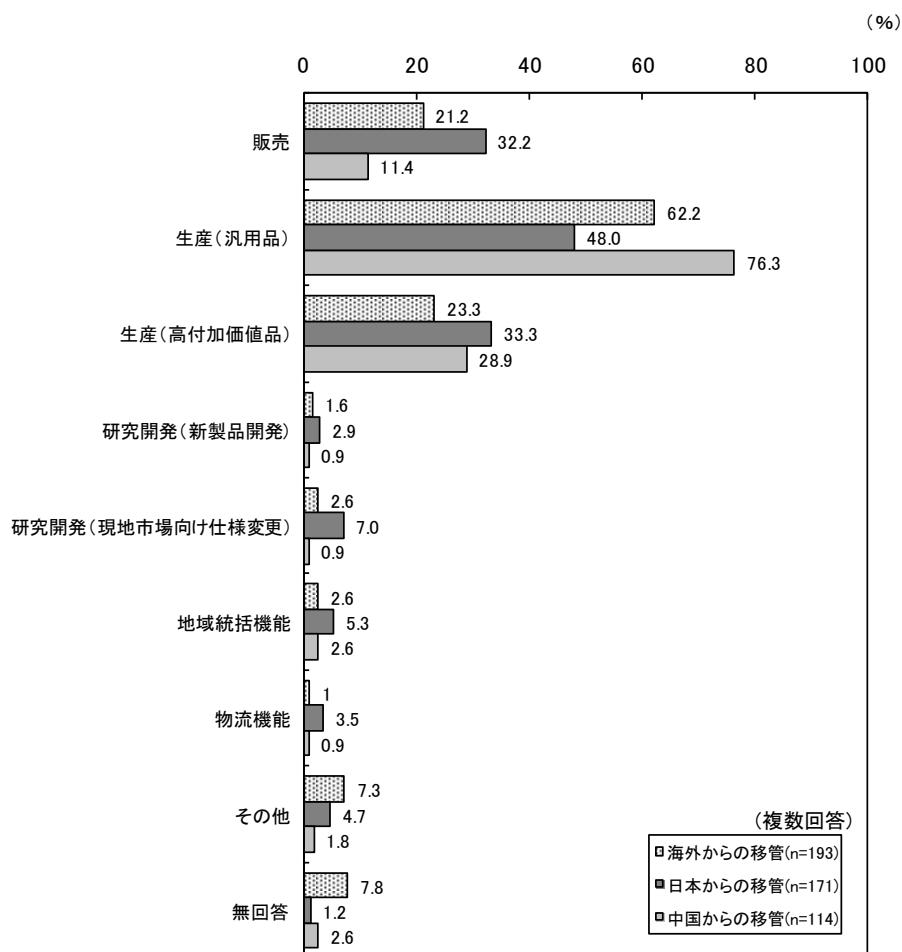
〔注〕 は、比率が高い上位5パターンを示す。

再編する機能は「生産（汎用品）」が55.5%（202件）で最も多く、次いで「生産（高付加価値品）」が28.0%（102件）、「販売」が26.4%（96件）となっている。海外・日本・中国からの移管別にみると、「生産（汎用品）」は中国からの移管が76.3%と高い割合となっている。また「販売」は日本からの移管が32.2%と高い割合となっている。

図表Ⅲ-43 再編する機能【今後2～3年】（全体）



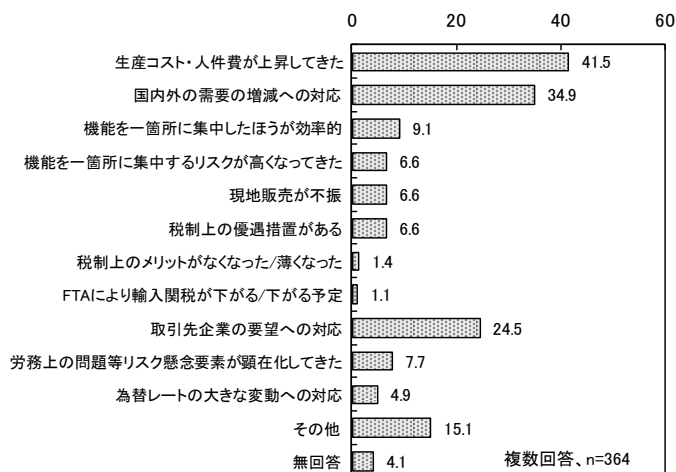
図表Ⅲ-44 再編する機能【今後2～3年】（海外・日本・中国からの移管別）



再編する理由は「生産コスト・人件費が上昇してきた」が41.5%（151件）で最も多く、次いで「国内外の需要の増減への対応」が34.9%（127件）、「取引先企業の要望への対応」が24.5%（89件）となっている。海外・日本・中国からの移管別にみると、「生産コスト・人件費が上昇してきた」との理由は中国からの移管において65.8%と高い割合となっている。また「国内外の需要の増減への対応」と「取引先企業の要望への対応」との理由は日本からの移管においてそれぞれ52.6%、35.7%と高い割合となっている。

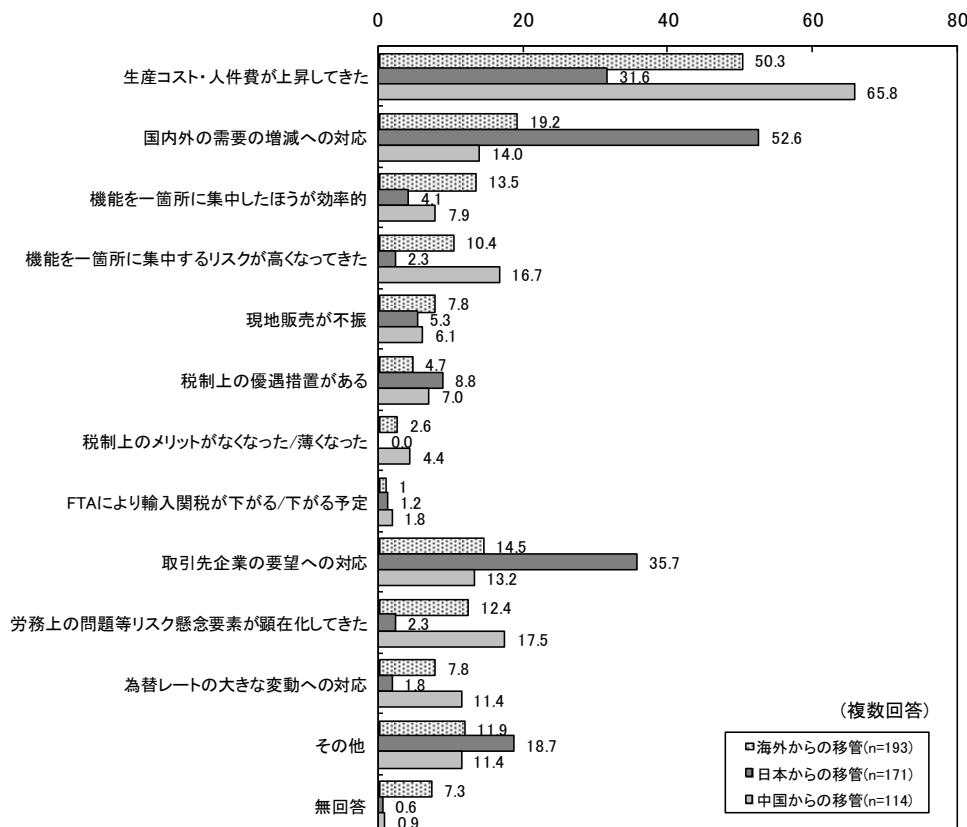
図表Ⅲ-45 再編する理由【今後2～3年】（全体）

(%)



図表Ⅲ-46 再編する理由【今後2～3年】（海外・日本・中国からの移管別）

(%)



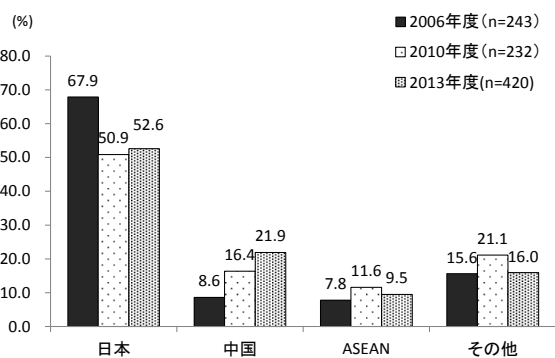
全再編件数 780 件（複数回答）のうち、ASEAN 諸国への移管の合計が 46.2%（360 件）を占める。国・地域の組み合わせでは、「日本から ASEAN」が 24.2%（189 件）で最多。拠点・機能の再編状況を過去の調査結果と比較してみると、中国からの移管比率が増加傾向。また中国への移管比率は減少傾向にある一方で、ASEAN 諸国への移管比率は増加傾向。

図表Ⅲ-47 移管元×移管先【過去/今後 2～3 年】

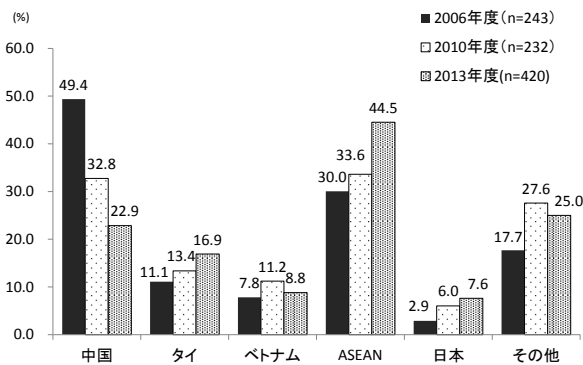
移管元	回答数	移管先 (%)																																	
		中国	香港	台湾	韓国	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	カンボジア	ミャンマー	ASEAN合計	インド	パキスタン	バングラデシュ	オーストラリア	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	チリ	西欧	中・東欧	トルコ	ロシア・CIS	中東	アフリカ	その他	日本	無回答			
回答数	780	165	10	19	15	23	129	19	49	24	92	11	13	360	16	1	5	-	25	-	8	5	-	22	-	2	3	4	2	7	75	36			
中国	205	4.2	0.5	0.5	0.4	-	2.4	0.5	1.9	0.9	6.4	0.9	0.6	13.7	0.3	0.1	0.5	-	0.1	-	0.1	-	-	-	-	-	0.1	-	-	0.5	4.7	0.4			
香港	7	0.5	-	-	-	-	0.1	0.1	-	-	-	-	-	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-		
台湾	9	-	-	0.1	-	-	0.3	-	0.1	-	0.3	-	-	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-		
韓国	6	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.5	-		
シンガポール	14	-	-	-	-	0.4	0.6	-	0.3	0.1	-	-	-	1.5	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-		
タイ	18	-	-	-	-	0.6	0.3	0.4	-	0.4	0.1	-	-	1.8	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-		
マレーシア	10	0.1	-	-	-	0.1	0.3	0.1	0.3	-	-	-	-	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-		
インドネシア	8	-	-	-	-	0.1	0.1	-	0.1	0.1	-	-	-	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.5	-		
フィリピン	3	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-		
ベトナム	11	-	-	-	-	0.3	0.1	0.1	-	0.3	-	-	-	0.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	0.1		
カンボジア	2	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ミャンマー	2	0.1	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ASEAN合計	68	0.3	-	-	-	0.6	2.4	0.5	1.3	0.3	0.6	0.1	0.3	6.2	0.1	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	1.8	0.1	
インド	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
パキスタン	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
バングラデシュ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
オーストラリア	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-
米国	16	0.1	-	-	-	0.1	-	0.1	0.1	-	-	-	-	0.4	-	-	-	-	0.3	-	0.3	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.5	0.4	
カナダ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
メキシコ	2	0.1	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ブラジル	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.3	-
チリ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
西欧	20	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	0.1	0.1	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	1.0	-	0.1	-	-	-	-	0.9	-	-
中・東欧	4	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	
トルコ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ロシア・CIS	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
中東	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
アフリカ	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-
その他	3	0.1	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-	-
日本	393	15.3	0.8	1.8	1.4	2.1	10.9	1.3	2.8	1.7	4.5	0.4	0.6	24.2	1.4	-	-	0.1	-	2.4	-	0.5	0.5	-	1.0	-	0.1	0.3	0.4	0.1	-	-	-	-	
無回答	36	0.3	-	-	-	0.1	-	0.1	-	-	-	-	-	0.1	0.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1	-	3.7

〔注〕 濃いグレーは、比率が高い上位 5 パターンを示す。

図表Ⅲ-48 拠点・機能の移管元



図表Ⅲ-49 拠点・機能の移管先



〔注 1〕 過去の調査結果と比較するため、ジェトロ・メンバーズからの回答に限定した集計結果。

〔注 2〕 移管元、移管先とも「その他」には、国名の記載がないものも含む。

IV. 自由貿易協定(FTA)の活用

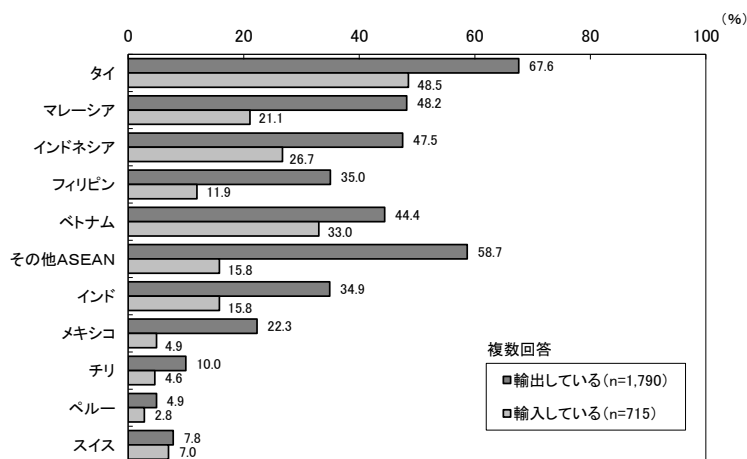
1. 日本のFTA(EPA)の利用状況

日本との間でFTA（日本では一般にEPAと呼ばれる）が発効している主要国・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、ペルー、スイス、ASEAN）について、貿易の有無や優遇税率利用の有無を尋ねた。

FTA 既発効国・地域へ輸出を行っている企業のうち、「輸出を行っている」と回答した企業が多い国は「タイ」が 67.6%（1,210 社）、次いで「その他 ASEAN」が 58.7%（1,050 社）、「マレーシア」が 48.2%（863 社）と続いている。

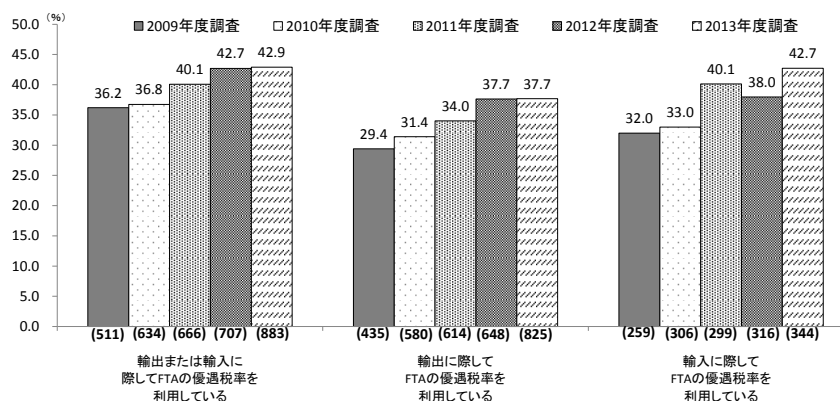
また、FTA 既発効国・地域から輸入を行っている企業のうち「輸入を行っている」と回答した企業が多い国は「タイ」が 48.5%（347 社）、次いで「ベトナム」が 33.0%（236 社）、「インドネシア」が 26.7%（191 社）と続いている。

図表IV-1 主要 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利用率は 42.9%であり、僅かに増加した（過去の調査結果と比較するためジェトロ・メンバーズかつ、製造業および商社・卸売・小売業の回答に限定して集計）。

図表IV-2 日本の発効済みFTAの利用状況

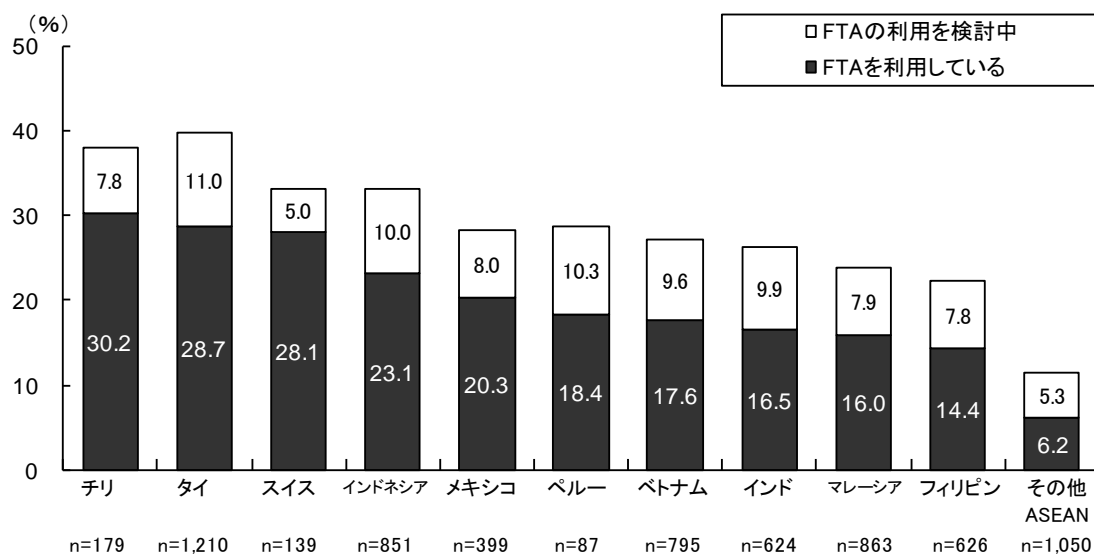


〔注〕()は、対象国・地域(メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア、フィリピン、その他ASEAN、スイス、ベトナム、インド、ペルー。ただしインドは2011年度以降、ペルーは2012年度以降)のいずれか一つ以上とそれぞれ輸出または輸入を行っている企業数。対象は比較の可能なジェトロ・メンバーズ企業かつ、製造業および商社・卸売・小売業種のみ。シンガポール、ブルネイとも二国間FTAがあるが、「その他ASEAN」に含めるものとする。

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-チリ」が 179 社中 54 社 (30.2%)、次いで「日本-タイ」が 1,210 社中 347 社 (28.7%) であった。利用企業数の最多は「タイ」となっており、「FTA の利用を検討中」を含めると 39.7% と「チリ」を上回る。

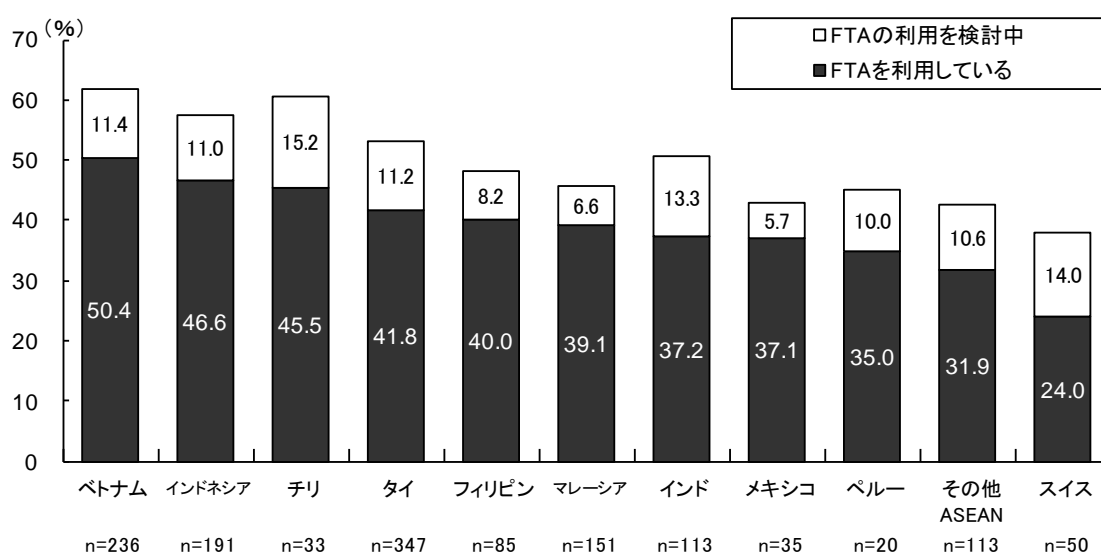
輸入企業における FTA の利用率が高いのは「日本-ベトナム」であり、236 社中 119 社 (50.4%) であった。利用企業数の最多は「タイ」となっており 145 社が利用している。

図表IV-3 主要 FTA 既発効国・地域との輸出に際しての FTA 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-4 主要 FTA 既発効国・地域との輸入に際しての FTA 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-5 輸出入における各 FTA の利用率（業種別）

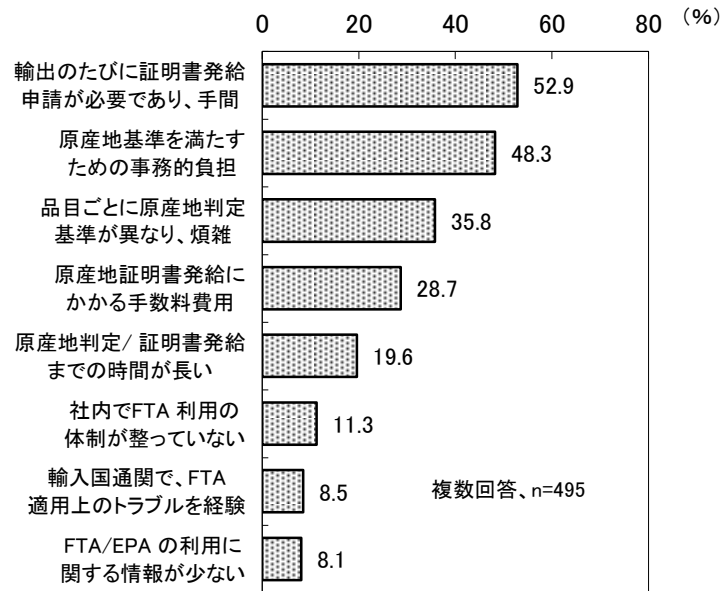
	全FTA/EPA計(n=1,790)		日本-タイ(n=1,210)		日本-マレーシア(n=863)				
	順位	%	順位	%	順位	%			
輸	1	化学(87)	48.3	1	医療品・化粧品(22)	50.0	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(39)	41.0
	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(59)	44.1	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(45)	48.9	2	窯業・土石(19)	31.6
	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器(112)	42.9	3	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(18)	38.9	3	化学(56)	28.6
	4	繊維・織物/アパレル(39)	41.0	4	化学(76)	36.8	4	繊維・織物/アパレル(11)	27.3
	5	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(30)	40.0	5	自動車/自動車部品/その他輸送機器(83)	34.9	5	医療品・化粧品(15)	26.7
出	日本-インドネシア(n=851)		日本-フィリピン(n=626)		日本-ベトナム(n=795)				
	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(54)	51.9	1	繊維・織物/アパレル(4)	50.0	1	繊維・織物/アパレル(21)	47.6
	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(32)	37.5	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(22)	31.8	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(20)	40.0
	3	医療品・化粧品(15)	33.3	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器(27)	29.6	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器(43)	39.5
	4	窯業・土石(20)	30.0	4	医療品・化粧品(8)	25.0	4	医療品・化粧品(15)	33.3
	5	化学(64)	29.7	5	化学(44)	20.5	5	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(13)	30.8
	日本-その他ASEAN(n=1,050)		日本-インド(n=624)		日本-メキシコ(n=399)				
	1	化学(53)	17.0	1	窯業・土石(12)	33.3	1	繊維・織物/アパレル(6)	50.0
	2	繊維・織物/アパレル(13)	15.4	2	自動車/自動車部品/その他輸送機器(48)	31.3	2	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(4)	50.0
	3	医療品・化粧品(29)	13.8	3	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(18)	27.8	3	医療品・化粧品(11)	36.4
	4	小売(26)	11.5	4	化学(49)	22.4	4	自動車/自動車部品/その他輸送機器(34)	35.3
	5	窯業・土石(18)	11.1	5	商社・卸売(110)	20.0	5	窯業・土石(6)	33.3
	日本-チリ(n=179)		日本-ペルー(n=87)		日本-スイス(n=139)				
	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(8)	100.0	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(5)	60.0	1	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(4)	50.0
	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(3)	66.7	2	商社・卸売(15)	33.3	2	医療品・化粧品(4)	50.0
3	化学(11)	45.5	3	電気機械(10)	20.0	3	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(13)	38.5	
4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(11)	45.5	4	一般機械(12)	16.7	4	化学(8)	37.5	
5	窯業・土石(5)	40.0	-	-	-	5	商社・卸売(23)	34.8	
入	全FTA/EPA計(n=715)		日本-タイ(n=347)		日本-マレーシア(n=151)				
	1	繊維・織物/アパレル(34)	73.5	1	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(9)	77.8	1	化学(5)	80.0
	2	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(25)	60.0	2	繊維・織物/アパレル(8)	75.0	2	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(7)	57.1
	3	その他の製造業(51)	58.8	3	窯業・土石(6)	66.7	3	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(8)	50.0
	4	化学(25)	52.0	4	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(13)	53.8	4	自動車/自動車部品/その他輸送機器(4)	50.0
	5	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(31)	51.6	5	商社・卸売(109)	52.3	5	運輸(4)	50.0
	日本-インドネシア(n=191)		日本-フィリピン(n=85)		日本-ベトナム(n=236)				
	1	繊維・織物/アパレル(13)	92.3	1	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(6)	66.7	1	繊維・織物/アパレル(28)	82.1
	2	小売(8)	75.0	2	商社・卸売(27)	59.3	2	化学(6)	66.7
	3	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(9)	66.7	3	飲食料品(7)	42.9	3	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(8)	62.5
	4	化学(8)	62.5	4	自動車/自動車部品/その他輸送機器(10)	40.0	4	飲食料品(10)	60.0
	5	商社・卸売(69)	52.2	-	-	-	5	商社・卸売(83)	57.8
	日本-その他ASEAN(n=113)		日本-インド(n=113)		日本-メキシコ(n=35)				
	1	繊維・織物/アパレル(5)	100.0	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器(5)	60.0	1	飲食料品(5)	60.0
	2	化学(3)	66.7	2	飲食料品(7)	57.1	2	商社・卸売(16)	50.0
3	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(7)	57.1	3	商社・卸売(56)	44.6	-	-	-	
4	その他の製造業(4)	50.0	4	小売(5)	40.0	-	-	-	
5	商社・卸売(48)	33.3	5	化学(9)	22.2	-	-	-	
日本-チリ(n=33)		日本-ペルー(n=20)		日本-スイス(n=50)					
1	飲食料品(6)	66.7	1	商社・卸売(9)	66.7	1	商社・卸売(16)	37.5	
2	商社・卸売(19)	52.6	-	-	-	2	鉄鋼/非鉄金属/金属製品(6)	33.3	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	

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

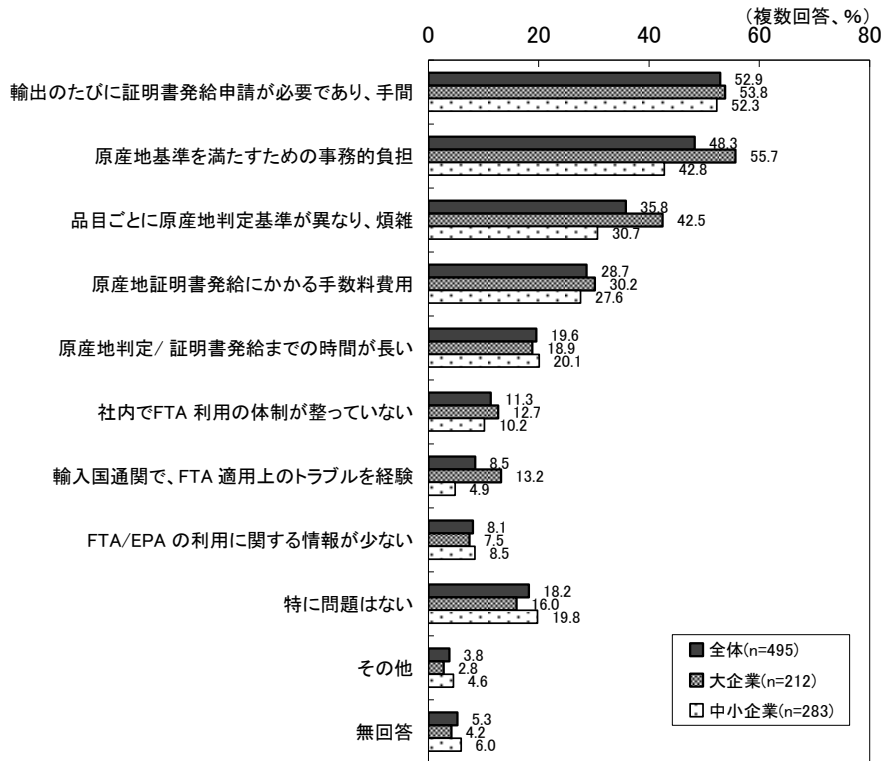
2. FTA 利用上の問題点

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（495 社）に対して、問題だと感じている事を尋ねた。最大の問題点は「輸出のたびに証明書発給申請が必要であり、手間」で 52.9%（262 社）、次いで「原産地基準を満たすための事務的負担」が 48.3%（239 社）、「品目ごとに原産地判定基準が異なり、煩雑」が 35.8%（177 社）と続く。

図表IV-6 FTA 利用上の問題点



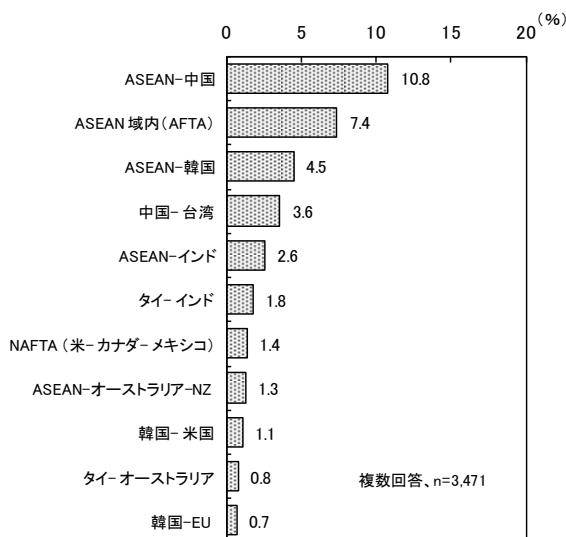
図表IV-7 FTA 利用上の問題点（規模別）



3. 日本以外の FTA の利用状況

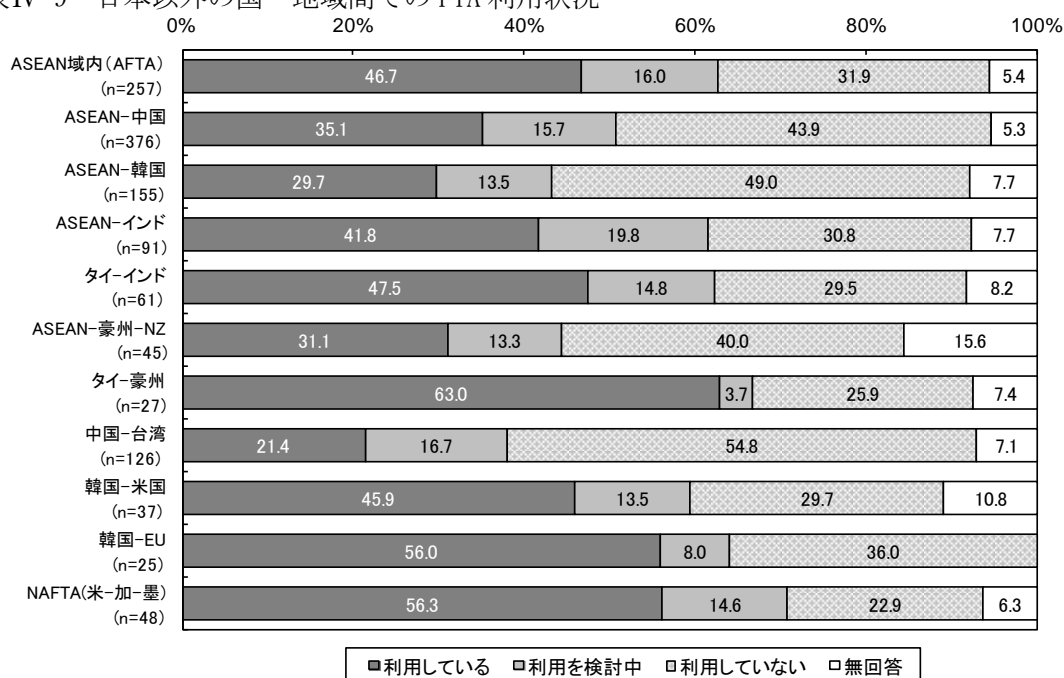
FTA が発効している日本以外の以下の国・地域間での貿易の有無と、FTA の利用状況を尋ねた。「ASEAN-中国」間の貿易を行っているという回答した企業の割合が最も高く 10.8% (376 社)、次いで「ASEAN 域内 (AFTA)」が 7.4% (257 社)、「ASEAN-韓国」が 4.5% (155 社) となっている。

図表IV-8 日本以外の国・地域間での貿易状況



これらの国・地域間で発効している FTA についての利用状況をみると、最も多く活用されているのが、「タイ-豪州」が 63.0% (17 社)、次いで「NAFTA (米-カナダ-メキシコ)」が 56.3% (27 社)、「韓国-EU」が 56.0% (14 社) と続く。利用企業数が最も多いのは「ASEAN-中国」で 132 社であった。

図表IV-9 日本以外の国・地域間での FTA 利用状況



[注] カッコ内の数値 (n) は、当該国・地域間で貿易を行っている企業数

V. 新興国のビジネス環境

1. 新興国の魅力・長所

海外ビジネスを行っている、または新規に海外ビジネスを検討している新興国（13カ国）の魅力・長所についてどのように評価しているか尋ねたところ、中国は「市場規模・成長性」「取引先（納入先）企業の集積」の2項目で、タイは「市場規模・成長性」「取引先（納入先）企業の集積」「インフラの充実」等の5項目で、ベトナムは「市場規模・成長性」「人件費の安さ、豊富な労働力」の2項目で回答率が2割を超えた。

いずれの国においても「市場規模・成長性」の評価が高く、6割を超えていた。

図表V-1 新興国の魅力・長所（回答率）

(単位:%)

	市場規模・成長性	インフラの充実	各種手続き等が迅速	関連産業の集積	取引先（納入先）企業の集積	人件費の安さ、豊富な労働力	従業員の定着率の高さ	従業員の質の高さ	土地・事務所スペースが豊富、地価・賃料の安さ	税制面でのインセンティブ	投資奨励制度の充実	安定した政治・社会情勢	言語・コミュニケーションの少なさ	駐在員の生活環境が優れている	その他
中国(n=1,841)	85.8	13.6	0.8	19.1	27.3	16.9	1.2	5.4	2.9	1.0	0.6	0.8	7.5	4.5	1.0
タイ(n=1,372)	73.5	23.9	3.9	20.4	39.1	18.6	4.4	13.7	4.7	7.8	7.6	7.3	4.9	21.4	1.7
マレーシア(n=710)	63.9	20.1	4.2	8.5	18.7	10.7	3.1	9.4	4.5	3.7	1.7	22.0	14.1	15.1	2.7
インドネシア(n=1,015)	87.5	4.2	1.0	8.5	26.0	26.0	2.0	3.8	4.4	2.1	1.4	6.5	3.1	3.4	2.0
フィリピン(n=499)	63.7	4.8	2.4	4.6	16.8	30.5	3.0	8.8	6.8	5.4	2.6	6.4	26.1	3.6	3.2
ベトナム(n=1,047)	75.0	5.3	0.9	5.1	14.7	44.0	5.3	19.7	8.3	3.0	1.7	15.3	3.5	4.0	1.4
インド(n=682)	92.4	2.5	0.1	5.0	16.9	21.7	1.2	4.5	3.4	1.3	0.4	4.0	10.3	0.3	0.6
ミャンマー(n=427)	77.5	1.4	-	0.9	3.7	43.6	3.3	10.3	8.7	2.1	0.5	2.3	2.8	0.5	1.6
メキシコ(n=274)	85.0	6.2	1.5	9.9	35.4	17.2	1.8	3.3	2.9	3.3	2.6	7.7	1.5	0.4	1.1
ブラジル(n=342)	92.1	6.1	-	4.7	15.8	8.5	1.5	1.8	1.2	0.9	0.3	2.0	3.2	1.2	2.0
ロシア(n=321)	92.8	7.5	1.2	2.2	8.4	4.0	1.2	3.7	1.9	0.3	0.6	8.7	2.8	1.9	0.9
トルコ(n=218)	81.2	11.0	-	6.4	13.8	6.0	3.7	9.2	2.3	1.8	0.9	8.3	4.6	3.7	4.1
南アフリカ共和国(n=133)	85.0	10.5	3.0	1.5	8.3	9.8	2.3	1.5	4.5	0.8	-	5.3	11.3	3.8	2.3

[注] 図表V-1、V-3ともに、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)に占める項目ごとの回答率(回答数/母数(n))。③網掛け部分は回答率20.0%以上の項目。

図表V-2 新興国の魅力・長所（回答企業数）

	市場規模・成長性	インフラの充実	各種手続き等が迅速	関連産業の集積	取引先（納入先）企業の集積	人件費の安さ、豊富な労働力	従業員の定着率の高さ	従業員の質の高さ	土地・事務所スペースが豊富、地価・賃料の安さ	税制面でのインセンティブ	投資奨励制度の充実	安定した政治・社会情勢	言語・コミュニケーション上の障害の少なさ	駐在員の生活環境が優れている	その他
中国(n=1,841)	1,580	251	14	351	502	312	23	100	54	18	11	15	138	83	19
タイ(n=1,372)	1,008	328	54	280	536	255	60	188	65	107	104	100	67	293	24
マレーシア(n=710)	454	143	30	60	133	76	22	67	32	26	12	156	100	107	19
インドネシア(n=1,015)	888	43	10	86	264	264	20	39	45	21	14	66	31	35	20
フィリピン(n=499)	318	24	12	23	84	152	15	44	34	27	13	32	130	18	16
ベトナム(n=1,047)	785	55	9	53	154	461	55	206	87	31	18	160	37	42	15
インド(n=682)	630	17	1	34	115	148	8	31	23	9	3	27	70	2	4
ミャンマー(n=427)	331	6	-	4	16	186	14	44	37	9	2	10	12	2	7
メキシコ(n=274)	233	17	4	27	97	47	5	9	8	9	7	21	4	1	3
ブラジル(n=342)	315	21	-	16	54	29	5	6	4	3	1	7	11	4	7
ロシア(n=321)	298	24	4	7	27	13	4	12	6	1	2	28	9	6	3
トルコ(n=218)	177	24	-	14	30	13	8	20	5	4	2	18	10	8	9
南アフリカ共和国(n=133)	113	14	4	2	11	13	3	2	6	1	-	7	15	5	3

「その他（左記以外の魅力・長所）」の回答例（参考）

対象国	魅力・長所の内容
中国	商品のコストパフォーマンス、IT エンジニアの技術レベル、取引先企業の海外進出、同業が多い、日本からの距離、原材料、富裕層への訴求、引合率、合弁パートナーとの関係
タイ	親日的、進出企業の多さ、取引先企業の海外進出、サービスのカバー、品質志向
マレーシア	親日的、取引先企業の海外進出、顧客投資計画プロジェクト、サービスのカバー、食文化、資源（鉱物）
インドネシア	親日的、商品のコストパフォーマンス、進出企業の多さ、取引先企業の海外進出、顧客投資計画プロジェクト、サービスのカバー、食文化、品質志向
フィリピン	親日的、IT エンジニアの技術レベル、取引先企業の海外進出、顧客投資計画プロジェクト、サービスのカバー、引合率
ベトナム	親日的、進出企業の多さ、取引先企業の海外進出、顧客投資計画プロジェクト、サービスのカバー、食文化、勤勉さ
インド	取引先企業の海外進出、親日的
ミャンマー	親日的、顧客投資計画プロジェクト
ブラジル	親日度、物流、文化レベルの高さ、資源（鉱物）
ロシア	親日、顧客投資計画プロジェクト
トルコ	親日的、文化レベルの高さ
南アフリカ共和国	リサイクルを進めている

2. 新興国のビジネスリスク

海外ビジネスを行っている、または新規に海外ビジネスを検討している新興国（13カ国）のビジネスリスクについて尋ねたところ、中国は「政情リスクや社会情勢・治安に問題あり」「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」等9項目で、タイは「政情リスクや社会情勢・治安に問題あり」「人件費が高い、上昇している」等3項目で回答率が2割を超えた。

図表V-3 新興国のビジネスリスク（回答率）

(単位:%)

	為替リスクが高い	インフラが未整備	問題あり 法制度が未整備、運用に	て 関連産業が集積・発展し	あり 知的財産権の保護に問題	いる 人件費が高い、上昇して	難 労働力の不足・人材採用	労務上の問題あり	不足・地価・賃料の上昇	土地・事務所スペースの	り 税務上のリスク・問題あり	題 代金回収上のリスク・問	治安に問題あり	政情リスクや社会情勢・	(不買運動等)	消費者運動・排斥運動	境汚染に問題あり	自然災害リスクまたは環	識 特段のリスク・問題を認
中国(n=2,018)	20.5	9.9	44.5	1.9	51.3	50.8	14.3	22.3	9.5	18.9	40.3	59.8	34.8	27.2	1.6				
タイ(n=1,217)	13.1	9.1	7.1	2.1	4.5	29.3	19.6	5.4	5.4	4.4	7.1	46.4	1.0	28.8	14.1				
マレーシア(n=566)	11.8	11.7	7.1	7.1	4.9	17.8	9.5	5.3	2.1	2.5	9.9	5.7	0.9	3.4	40.5				
インドネシア(n=886)	21.8	41.5	24.5	9.4	6.4	19.9	6.2	13.9	6.3	11.1	12.9	22.6	0.8	12.8	15.7				
フィリピン(n=500)	11.6	31.4	12.2	11.6	5.2	5.2	3.2	3.8	1.6	4.4	11.4	23.2	0.6	23.6	21.4				
ベトナム(n=878)	15.7	48.7	31.9	17.9	8.0	12.6	6.3	6.5	4.3	7.9	14.2	8.2	0.1	4.3	17.3				
インド(n=648)	21.5	55.7	28.7	11.4	8.3	7.7	3.9	13.4	3.4	13.9	23.5	17.9	0.5	9.3	11.0				
ミャンマー(n=468)	12.0	70.5	42.5	28.0	8.1	2.6	3.8	3.6	9.0	5.8	14.5	32.7	0.9	4.7	9.0				
メキシコ(n=276)	17.0	14.9	7.2	7.6	4.0	5.8	6.5	7.2	1.8	6.5	14.1	32.2	0.4	1.4	30.8				
ブラジル(n=324)	31.2	14.2	16.0	5.6	4.6	16.4	5.2	9.9	3.7	19.4	17.3	27.5	-	1.2	18.8				
ロシア(n=313)	17.6	11.8	30.7	10.9	5.8	8.3	3.2	6.1	2.6	12.8	27.5	27.5	-	2.6	22.0				
トルコ(n=220)	15.9	7.3	6.8	9.1	3.6	6.4	2.7	1.8	0.5	3.6	14.1	20.5	-	2.3	39.1				
南アフリカ共和国(n=210)	15.7	18.6	11.9	12.4	4.3	5.7	4.3	6.7	1.0	2.9	17.1	34.8	0.5	2.4	31.0				

図表V-4 新興国のビジネスリスク（回答企業数）

	為替リスクが高い	インフラが未整備	問題あり 法制度が未整備、運用に	て 関連産業が集積・発展し	あり 知的財産権の保護に問題	いる 人件費が高い、上昇して	難 労働力の不足・人材採用	労務上の問題あり	不足・地価・賃料の上昇	土地・事務所スペースの	り 税務上のリスク・問題あり	題 代金回収上のリスク・問	治安に問題あり	政情リスクや社会情勢・	(不買運動等)	消費者運動・排斥運動	境汚染に問題あり	自然災害リスクまたは環	識 特段のリスク・問題を認
中国(n=2,018)	413	199	898	38	1,036	1,025	288	450	192	382	814	1,206	703	549	32				
タイ(n=1,217)	160	111	87	25	55	356	238	66	66	53	86	565	12	350	172				
マレーシア(n=566)	67	66	40	40	28	101	54	30	12	14	56	32	5	19	229				
インドネシア(n=886)	193	368	217	83	57	176	55	123	56	98	114	200	7	113	139				
フィリピン(n=500)	58	157	61	58	26	26	16	19	8	22	57	116	3	118	107				
ベトナム(n=878)	138	428	280	157	70	111	55	57	38	69	125	72	1	38	152				
インド(n=648)	139	361	186	74	54	50	25	87	22	90	152	116	3	60	71				
ミャンマー(n=468)	56	330	199	131	38	12	18	17	42	27	68	153	4	22	42				
メキシコ(n=276)	47	41	20	21	11	16	18	20	5	18	39	89	1	4	85				
ブラジル(n=324)	101	46	52	18	15	53	17	32	12	63	56	89	-	4	61				
ロシア(n=313)	55	37	96	34	18	26	10	19	8	40	86	86	-	8	69				
トルコ(n=220)	35	16	15	20	8	14	6	4	1	8	31	45	-	5	86				
南アフリカ共和国(n=210)	33	39	25	26	9	12	9	14	2	6	36	73	1	5	65				

図表V-5 新興国のビジネスリスク（経年比較）

為替リスクが高い	13年度	12年度
ブラジル	31.2	21.9
インドネシア	21.8	21.4
インド	21.5	13.8
中国	20.5	12.3
ロシア	17.6	13.7
メキシコ	17.0	14.4
トルコ	15.9	9.3
ベトナム	15.7	14.2
南アフリカ共和国	15.7	13.9
タイ	13.1	10.4

インフラが未整備	13年度	12年度
ミャンマー	70.5	60.4
インド	55.7	56.8
ベトナム	48.7	43.6
インドネシア	41.5	36.4
フィリピン	31.4	28.6
南アフリカ共和国	18.6	20.1
メキシコ	14.9	15.6
ブラジル	14.2	15.5
ロシア	11.8	18.7
マレーシア	11.7	10.0

法制度が未整備、運用に問題あり	13年度	12年度
中国	44.5	45.1
ミャンマー	42.5	39.3
ベトナム	31.9	27.8
ロシア	30.7	32.7
インド	28.7	29.6
インドネシア	24.5	27.2
ブラジル	16.0	16.5
フィリピン	12.2	15.6
南アフリカ共和国	11.9	11.5
メキシコ	7.2	11.2

関連産業が集積・発展していない	13年度	12年度
ミャンマー	28.0	32.2
ベトナム	17.9	23.0
南アフリカ共和国	12.4	14.4
フィリピン	11.6	15.2
インド	11.4	18.5
ロシア	10.9	12.0
インドネシア	9.4	11.1
トルコ	9.1	10.2
メキシコ	7.6	9.6
マレーシア	7.1	10.0

知的財産権の保護に問題あり	13年度	12年度
中国	51.3	53.1
インド	8.3	6.9
ミャンマー	8.1	8.7
ベトナム	8.0	8.7
インドネシア	6.4	6.5
ロシア	5.8	7.4
フィリピン	5.2	6.4
マレーシア	4.9	3.4
ブラジル	4.6	6.1
タイ	4.5	4.8

人件費が高い、上昇している	13年度	12年度
中国	50.8	49.5
タイ	29.3	30.1
インドネシア	19.9	21.0
マレーシア	17.8	15.9
ブラジル	16.4	14.5
ベトナム	12.6	18.1
ロシア	8.3	10.2
インド	7.7	7.9
トルコ	6.4	6.2
メキシコ	5.8	6.0

労務上の問題あり	13年度	12年度
中国	22.3	34.1
インドネシア	13.9	22.1
インド	13.4	23.7
ブラジル	9.9	13.5
メキシコ	7.2	12.8
南アフリカ共和国	6.7	11.5
ベトナム	6.5	11.9
ロシア	6.1	9.2
タイ	5.4	12.7
マレーシア	5.3	9.3

税務上のリスク・問題あり	13年度	12年度
ブラジル	19.4	19.5
中国	18.9	23.2
インド	13.9	15.0
ロシア	12.8	16.9
インドネシア	11.1	13.7
ベトナム	7.9	9.8
メキシコ	6.5	7.6
ミャンマー	5.8	9.3
タイ	4.4	5.6
フィリピン	4.4	8.3

代金回収上のリスク・問題あり	13年度	12年度
中国	40.3	45.6
ロシア	27.5	25.0
インド	23.5	23.1
ブラジル	17.3	18.2
南アフリカ共和国	17.1	12.9
ミャンマー	14.5	21.0
ベトナム	14.2	15.7
メキシコ	14.1	14.0
トルコ	14.1	10.2
インドネシア	12.9	15.8

政情リスクに問題あり	13年度	12年度
中国	59.8	64.6
タイ	46.4	15.3
南アフリカ共和国	34.8	19.7
ミャンマー	32.7	35.8
メキシコ	32.2	12.4
ブラジル	27.5	6.7
ロシア	27.5	22.2
フィリピン	23.2	15.4
インドネシア	22.6	14.3
トルコ	20.5	9.8

自然災害リスクに問題あり	13年度	12年度
タイ	28.8	41.6
中国	27.2	4.8
フィリピン	23.6	14.4
インドネシア	12.8	18.5
インド	9.3	5.3
ミャンマー	4.7	5.2
ベトナム	4.3	3.4
マレーシア	3.4	3.8
ロシア	2.6	3.2
南アフリカ共和国	2.4	2.9

特段のリスク・問題を認識していない	13年度	12年度
マレーシア	40.5	45.3
トルコ	39.1	56.0
南アフリカ共和国	31.0	46.9
メキシコ	30.8	42.0
ロシア	22.0	31.0
フィリピン	21.4	31.8
ブラジル	18.8	36.4
ベトナム	17.3	21.9
インドネシア	15.7	21.5
タイ	14.1	23.9

〔注〕「政情リスクに問題あり」の項目は、13年度は「政情リスクや社会情勢・治安に問題あり」。「自然災害リスクに問題あり」の項目は、13年度は「自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり」。

VI. 中国におけるビジネス展開

1. 中国におけるビジネスリスク

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57.6%（2,000社）で最も高く、「変わらない」は24.9%（866社）、「低下した」は3.1%（107社）であった。

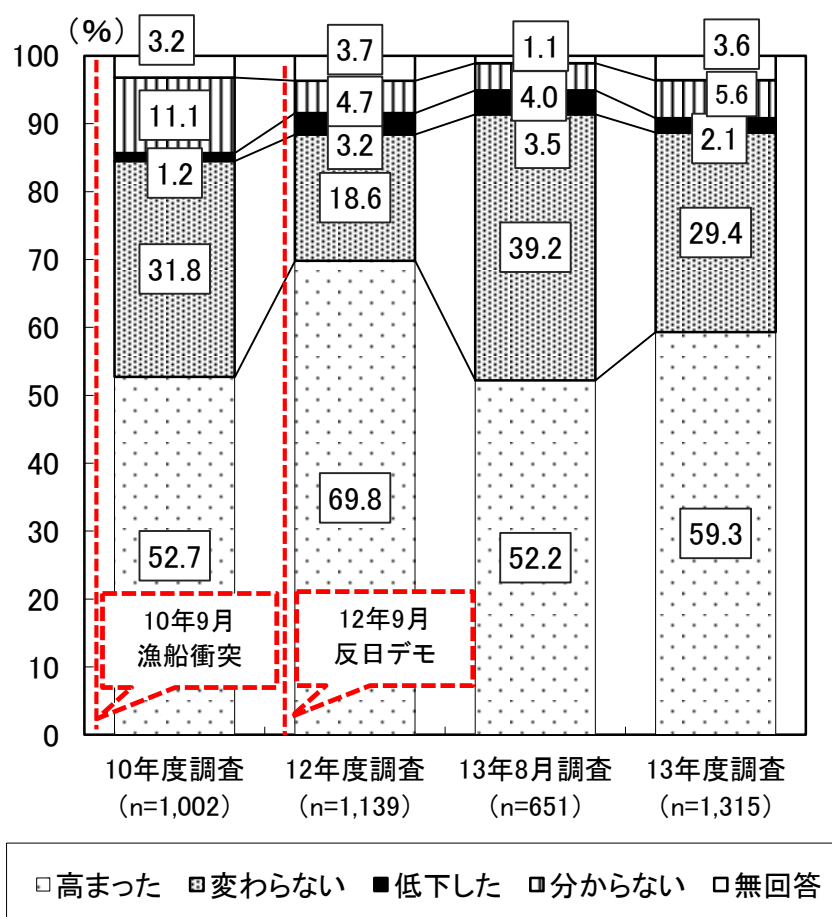
規模別で見ると、「高まった」は大企業で61.2%、中小企業で56.8%と大企業の方がリスクを感じている。業種別に見ると、「高まった」とする回答は「金融・保険」業で最も多く67.7%となっている。

図表VI-1 中国におけるビジネスリスク

	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	3,471	57.6	24.9	3.1	6.7	7.7
大企業	680	61.2	29.1	2.2	4.9	2.6
中小企業	2,791	56.8	23.9	3.3	7.1	8.9
製造業	2,101	58.8	25.0	3.1	6.3	6.8
非製造業	1,370	55.8	24.8	3.1	7.2	9.1
飲食料品	432	59.5	16.0	4.4	9.3	10.9
繊維・織物／アパレル	118	61.0	20.3	2.5	7.6	8.5
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	76	59.2	23.7	2.6	5.3	9.2
化学	113	54.0	31.0	1.8	6.2	7.1
医療品・化粧品	60	55.0	26.7	1.7	13.3	3.3
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	112	58.9	29.5	4.5	2.7	4.5
窯業・土石	60	51.7	35.0	-	8.3	5.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	238	59.7	28.6	3.8	3.8	4.2
一般機械	222	62.6	28.8	0.9	5.0	2.7
電気機械	119	60.5	30.3	2.5	3.4	3.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	82	62.2	28.0	1.2	3.7	4.9
自動車／自動車部品／その他輸送機器	154	59.7	20.8	3.9	5.2	10.4
精密機器	91	61.5	24.2	2.2	6.6	5.5
その他の製造業	224	52.7	29.0	4.5	7.1	6.7
商社・卸売	769	58.9	28.2	2.2	6.0	4.7
小売	110	50.9	20.0	5.5	6.4	17.3
建設	93	53.8	19.4	3.2	8.6	15.1
電気・ガス・水道	4	25.0	50.0	-	25.0	-
運輸	98	50.0	20.4	5.1	14.3	10.2
金融・保険	65	67.7	18.5	1.5	7.7	4.6
情報・ソフトウェア	31	51.6	29.0	-	6.5	12.9
専門サービス	50	56.0	18.0	4.0	8.0	14.0
その他の非製造業	150	45.3	20.7	5.3	7.3	21.3

時系列比較が可能なジェトロ・メンバーズ（1,315社）に限定して傾向をみると、中国でのビジネスリスクが「高まった」とする回答は、13年8月調査時点より上昇したものの、反日デモ直後の12年度調査時点よりも低下した（69.8%→52.2%→59.3%）。

図表VI-2 中国におけるビジネスリスク（ジェトロ・メンバーズ）



〔注1〕 本図表では、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。

〔注2〕 13年8月調査は、ジェトロ海外調査部中国北アジア課が実施した「日本企業の中国での事業展開に関するアンケート調査」（集計期間：2013年8月9日～23日）。

〔注3〕 11年度は、中国におけるビジネスリスクに関する設問を設けていない。

2. 中国ビジネスへの影響

2012年9月中旬以降の日中関係の情勢に関して、現在の中国ビジネスへの影響について尋ねたところ、「影響はない」とする回答が33.8% (1,172社)、「影響がある」は27.0% (938社)であった。

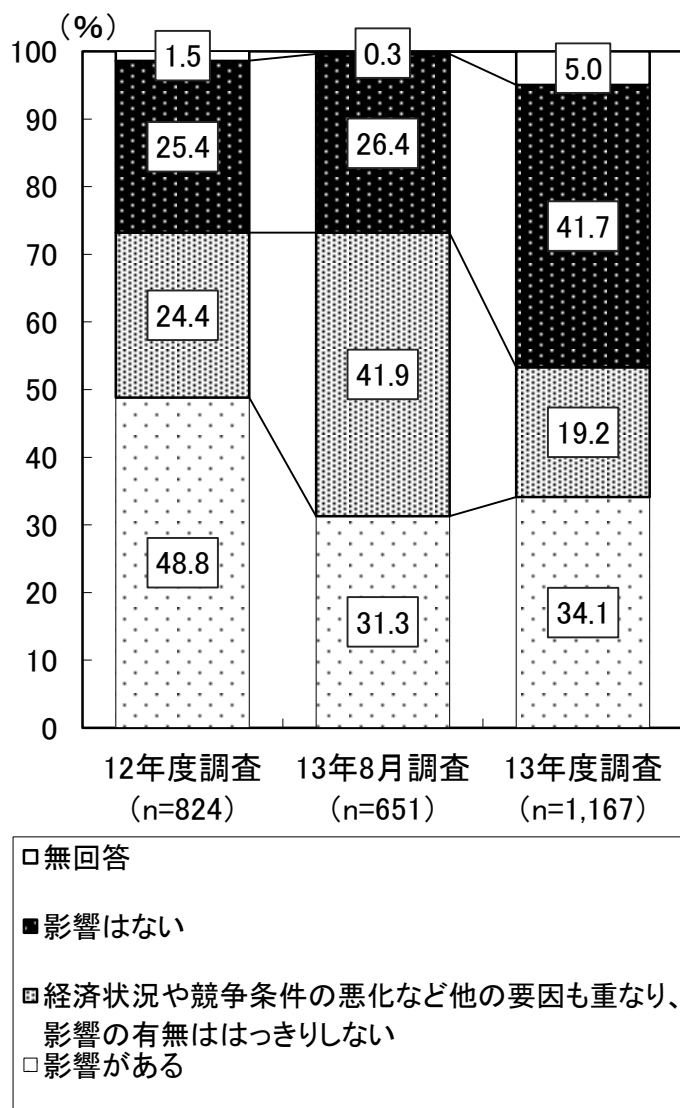
規模別で見ると、「影響がある」は大企業で34.0%、中小企業で25.3%と大企業の方が影響を感じている。業種別に見ると、「影響がある」とする回答は「専門サービス」(36.0%)、「運輸」(34.7%)、「電気機械」(32.8%)、「飲食料品」(31.7%)が上位となりそれぞれ3割を超えている。

図表VI-3 中国ビジネスへの影響

	社数	影響がある	影響はない	中国とビジネスをしていない	無回答	(%)
総計	3,471	27.0	33.8	17.5	13.0	8.8
大企業	680	34.0	35.6	7.4	19.9	3.2
中小企業	2,791	25.3	33.3	20.0	11.3	10.1
製造業	2,101	28.2	35.2	16.5	12.8	7.4
非製造業	1,370	25.3	31.6	19.0	13.3	10.9
飲食料品	432	31.7	24.5	26.4	5.8	11.6
繊維・織物／アパレル	118	19.5	42.4	13.6	16.1	8.5
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	76	19.7	28.9	17.1	23.7	10.5
化学	113	28.3	42.5	6.2	15.9	7.1
医療品・化粧品	60	21.7	41.7	23.3	10.0	3.3
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	112	28.6	42.0	12.5	11.6	5.4
窯業・土石	60	30.0	40.0	6.7	18.3	5.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	238	28.2	38.7	16.0	12.6	4.6
一般機械	222	25.2	41.9	15.8	14.0	3.2
電気機械	119	32.8	36.1	13.4	14.3	3.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	82	25.6	46.3	7.3	14.6	6.1
自動車／自動車部品／その他輸送機器	154	29.9	29.2	14.3	14.3	12.3
精密機器	91	25.3	31.9	18.7	17.6	6.6
その他の製造業	224	31.3	34.4	13.8	13.4	7.1
商社・卸売	769	25.2	38.1	15.6	15.3	5.7
小売	110	20.9	21.8	30.0	6.4	20.9
建設	93	14.0	22.6	36.6	10.8	16.1
電気・ガス・水道	4	-	25.0	50.0	25.0	-
運輸	98	34.7	21.4	13.3	18.4	12.2
金融・保険	65	29.2	29.2	20.0	15.4	6.2
情報・ソフトウェア	31	29.0	32.3	12.9	6.5	19.4
専門サービス	50	36.0	18.0	22.0	6.0	18.0
その他の非製造業	150	24.0	23.3	20.0	8.7	24.0

時系列比較が可能なジェトロ・メンバーズ（1,167社）に限定して傾向をみると、2012年9月中旬以降の中国関係の情勢がビジネスに与える影響については、「影響はない」との見方が拡大した（25.4%→26.4%→41.7%）。

図表VI-4 中国ビジネスへの影響（ジェトロ・メンバーズ）



[注1] 本図表では、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。
 [注2] 13年8月調査は、ジェトロ海外調査部中国北アジア課が実施した「日本企業の中国での事業展開に関するアンケート調査」（集計期間：2013年8月9日～23日）。
 [注3] 12年度調査および13年度調査については、中国とビジネスを行っていない企業を母数から除いた。
 [注4] 11年度以前は、中国ビジネスへの影響に関する設問を設けていない。

3. 今後の中国でのビジネス展開

中国に対する今後（3年程度）のビジネス展開（貿易、業務委託、技術提携、直接投資）について尋ねたところ、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」が24.8%（861社）と最も多く、次いで「既存のビジネス規模を維持する」が19.0%（661社）、「まだ、分からない」が18.5%（642社）であった。

規模別で見ると、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」との回答は大企業で39.4%、中小企業で21.2%と大企業の方が高い割合となっている。業種別に見ると、「化学」が42.5%、「医薬品・化粧品」が38.3%と割合が高い。

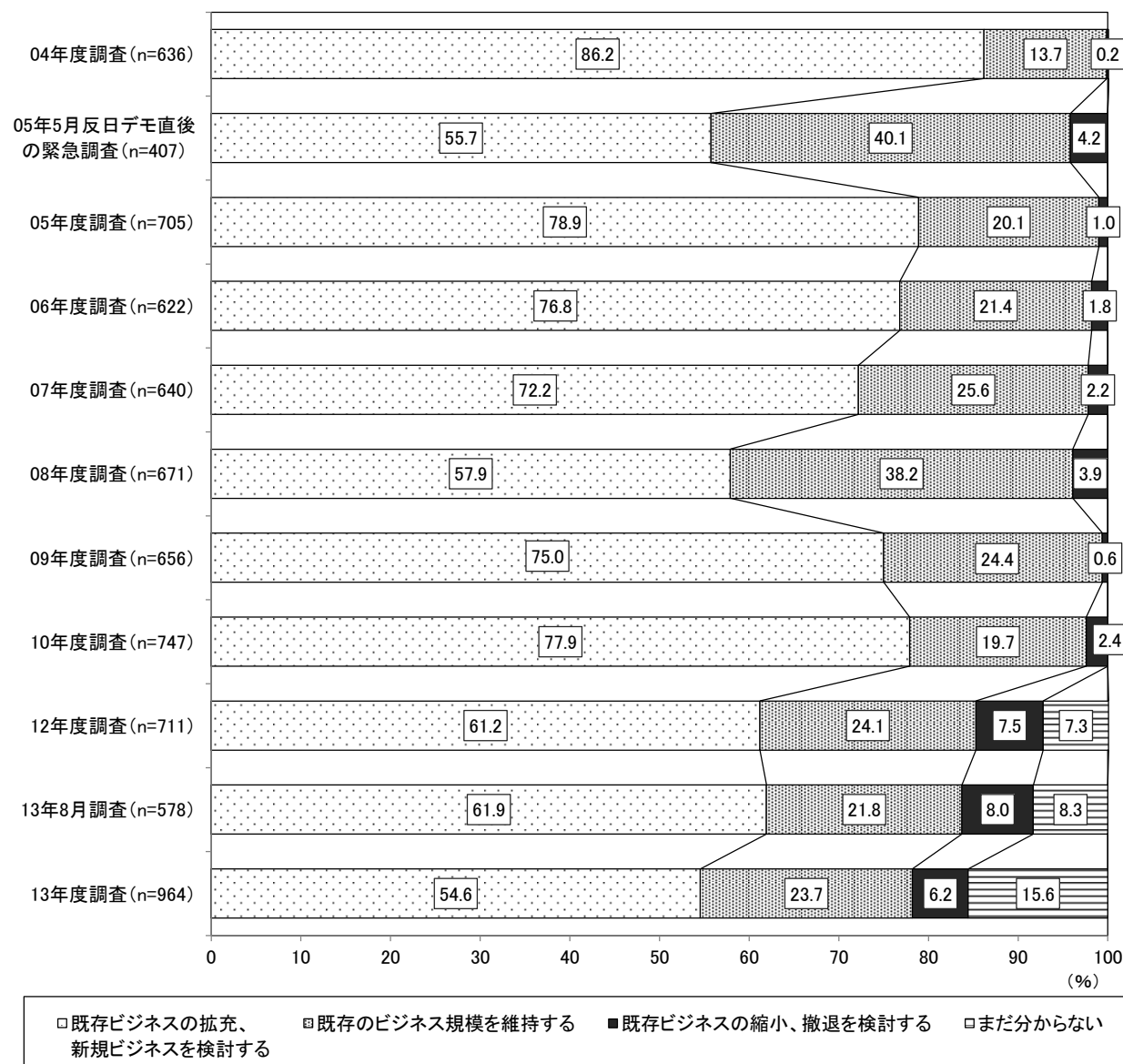
図表VI-5 今後の中国でのビジネス展開

	社数	充 既 存 ビ ジ ネ ス の 拡 充 、 新 規 ビ ジ ネ ス の 検 討 す る	規 模 や ベ ー ス を 落 と し な が ら も 、 既 存 ビ ジ ネ ス を 検 討 す る	既 存 の ビ ジ ネ ス 規 模 を 維 持 す る	移 管 を 検 討 す る	中 国 ビ ジ ネ ス は 縮 小 し て 、 他 国 へ の 移 管 を 検 討 す る	中 国 の 撤 退 し て 、 他 国 へ の 展 開 を 検 討 す る	ま だ 、 分 か ら な い	今 後 と も ビ ジ ネ ス 展 開 は 行 わ な い	無 回 答
総計	3,471	24.8	8.5	19.0	5.2	1.1	18.5	13.9	9.0	
大企業	680	39.4	13.4	21.0	2.9	0.6	13.1	5.7	3.8	
中小企業	2,791	21.2	7.3	18.6	5.7	1.2	19.8	15.9	10.2	
製造業	2,101	27.3	9.1	19.4	5.2	0.9	18.1	12.1	7.8	
非製造業	1,370	21.0	7.7	18.5	5.0	1.3	19.1	16.6	10.8	
飲食料品	432	20.8	6.9	11.3	3.9	0.9	26.9	16.7	12.5	
繊維・織物／アパレル	118	22.9	11.0	22.0	11.0	3.4	12.7	9.3	7.6	
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	76	28.9	3.9	13.2	11.8	1.3	14.5	15.8	10.5	
化学	113	42.5	8.8	18.6	4.4	-	13.3	4.4	8.0	
医薬品・化粧品	60	38.3	8.3	10.0	-	1.7	26.7	10.0	5.0	
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	112	24.1	14.3	24.1	8.0	0.9	13.4	10.7	4.5	
窯業・土石	60	31.7	11.7	26.7	3.3	1.7	11.7	6.7	6.7	
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	238	22.7	5.0	26.1	8.0	0.4	17.2	14.7	5.9	
一般機械	222	27.5	10.4	24.3	3.6	0.5	16.7	12.6	4.5	
電気機械	119	30.3	13.4	26.9	3.4	0.8	12.6	8.4	4.2	
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	82	26.8	9.8	28.0	7.3	-	17.1	3.7	7.3	
自動車／自動車部品／その他輸送機器	154	29.2	14.3	16.2	1.3	0.6	10.4	18.2	9.7	
精密機器	91	34.1	9.9	14.3	4.4	1.1	20.9	8.8	6.6	
その他の製造業	224	30.4	7.6	19.6	5.4	0.9	19.6	9.4	7.1	
商社・卸売	769	25.9	8.7	20.7	6.8	1.3	17.6	12.5	6.6	
小売	110	10.9	9.1	10.0	0.9	1.8	23.6	26.4	17.3	
建設	93	5.4	1.1	22.6	3.2	2.2	15.1	35.5	15.1	
電気・ガス・水道	4	25.0	-	25.0	-	-	25.0	25.0	-	
運輸	98	21.4	8.2	18.4	5.1	-	19.4	17.3	10.2	
金融・保険	65	12.3	7.7	23.1	-	-	30.8	15.4	10.8	
情報・ソフトウェア	31	29.0	12.9	6.5	3.2	-	19.4	16.1	12.9	
専門サービス	50	20.0	4.0	10.0	2.0	4.0	14.0	26.0	20.0	
その他の非製造業	150	15.3	5.3	14.0	4.0	1.3	22.0	16.0	22.0	

時系列比較が可能なジェットロ・メンバーズ（964社）に限定して傾向をみると、13年度調査では、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」と回答した割合が、過去最低の水準（54.6%）に低下した。

また、「既存のビジネス規模を維持する」、「既存ビジネスの縮小、撤退を検討する」と回答した割合が12年度調査や13年8月調査やからほぼ横ばいであった一方、「まだ分からない」と、方針を検討中の企業の割合が過去最大の15.6%に拡大した。

図表VI-6 今後の中国でのビジネス展開（ジェトロ・メンバーズ）



[注1] 本図表では、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。

[注2] 13年8月調査は、ジェトロ海外調査部中国北アジア課が実施した「日本企業の中国での事業展開に関するアンケート調査」（集計期間：2013年8月9日～23日）。

[注3] 04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年度以降は「製造業」、「商社・卸売」、「小売業」に絞り込んで集計

[注4] 年により異なる設問項目を一部調整の上集計。

[注5] 11年度は、今後の中国でのビジネス展開に関する設問を設けていない。

4. 中国ビジネスを拡大・維持する理由

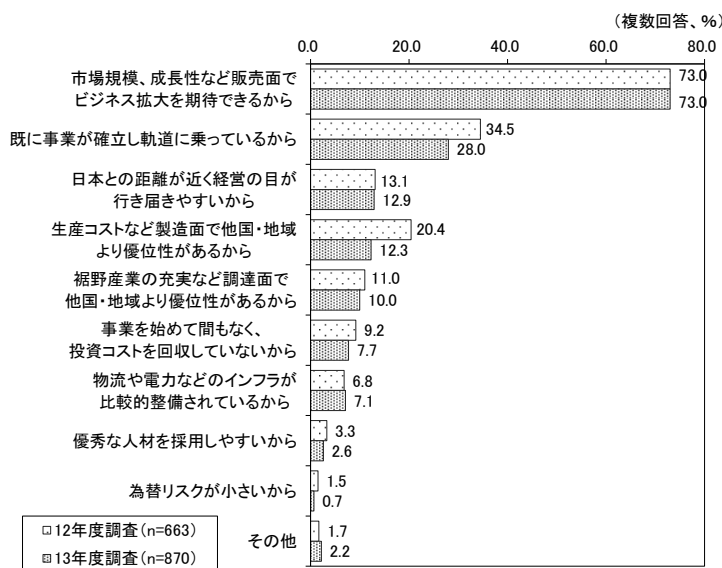
今後も中国ビジネスを拡大・維持すると回答した企業（1,825社）に対し、その理由を尋ねたところ、「市場規模、成長性など販売面でビジネス拡大を期待できるから」との回答が66.8%（1,220件）と最も多く、次に「すでに事業が確立し軌道に乗っているから」が27.5%（501件）であった。

時系列比較が可能なジェットロ・メンバーズ（870社）に限定しても、「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」との回答が、前回調査と変わらず最多である（前回ともに73.0%）。

図表VI-7 中国ビジネスを拡大・維持する理由

	社数	(複数回答、%)										
		から優位性が域面より他な	生産コストが域面より他な	生産コストが域面より他な	生産コストが域面より他な	生産コストが域面より他な	生産コストが域面より他な	生産コストが域面より他な	生産コストが域面より他な	生産コストが域面より他な	生産コストが域面より他な	生産コストが域面より他な
総計	1,825	14.7	66.8	10.5	7.9	0.8	1.7	13.0	27.5	6.6	2.5	11.3
大企業	504	10.3	79.8	10.9	7.1	0.4	2.8	9.5	32.3	8.5	2.2	6.3
中小企業	1,321	16.4	61.9	10.4	8.3	1.0	1.3	14.4	25.6	5.9	2.6	13.2
製造業	1,174	14.8	70.5	10.0	8.3	0.9	1.6	12.7	25.6	6.6	1.9	10.6
非製造業	651	14.6	60.2	11.5	7.2	0.8	1.8	13.7	30.9	6.6	3.7	12.6
飲食料品	169	7.7	75.1	5.9	4.1	2.4	1.2	10.7	12.4	4.1	1.8	9.5
繊維・織物/アパレル	66	19.7	53.0	21.2	25.8	1.5	3.0	30.3	37.9	1.5	3.0	12.1
木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ	36	16.7	63.9	5.6	5.6	-	-	22.2	22.2	5.6	2.8	8.3
化学	79	13.9	83.5	6.3	5.1	-	-	6.3	26.6	10.1	1.3	3.8
医薬品/化粧品	34	20.6	82.4	5.9	5.9	-	-	5.9	17.6	5.9	-	8.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	70	12.9	64.3	8.6	14.3	-	-	15.7	35.7	2.9	2.9	7.1
窯業・土石	42	19.0	52.4	9.5	2.4	-	2.4	11.9	26.2	4.8	2.4	16.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	129	16.3	68.2	9.3	9.3	1.6	0.8	12.4	26.4	7.0	1.6	10.9
一般機械	138	13.8	71.0	9.4	8.7	0.7	1.4	11.6	27.5	8.7	2.9	15.9
電気機械	84	17.9	70.2	10.7	7.1	-	3.6	8.3	29.8	8.3	-	11.9
情報通信機械器具/電子部品/デバイス	53	11.3	66.0	17.0	13.2	-	-	5.7	26.4	1.9	1.9	15.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	92	18.5	79.3	12.0	5.4	-	3.3	8.7	35.9	15.2	1.1	5.4
精密機器	53	17.0	75.5	7.5	9.4	3.8	3.8	15.1	20.8	5.7	1.9	11.3
その他の製造業	129	15.5	69.0	12.4	6.2	-	1.6	17.1	21.7	6.2	2.3	10.9
商社・卸売	429	17.5	60.6	13.5	7.7	0.9	0.9	12.8	29.6	6.3	2.8	13.1
小売	34	17.6	58.8	11.8	14.7	-	2.9	11.8	26.5	5.9	-	8.8
建設	27	7.4	33.3	7.4	-	-	-	18.5	44.4	-	7.4	14.8
電気・ガス・水道	2	-	-	-	-	-	-	-	100.0	50.0	-	-
運輸	47	4.3	66.0	2.1	6.4	-	-	17.0	34.0	4.3	4.3	19.1
金融・保険	28	-	67.9	17.9	-	-	-	21.4	35.7	-	7.1	7.1
情報・ソフトウェア	15	13.3	80.0	-	6.7	-	-	6.7	13.3	40.0	-	-
専門サービス	17	5.9	76.5	11.8	11.8	-	11.8	23.5	17.6	11.8	17.6	11.8
その他の非製造業	52	13.5	53.8	5.8	5.8	1.9	7.7	11.5	38.5	5.8	5.8	11.5

図表VI-8 中国ビジネスを拡大・維持する理由（ジェットロ・メンバーズ）



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

5. 中国ビジネスの縮小・撤退を検討する理由

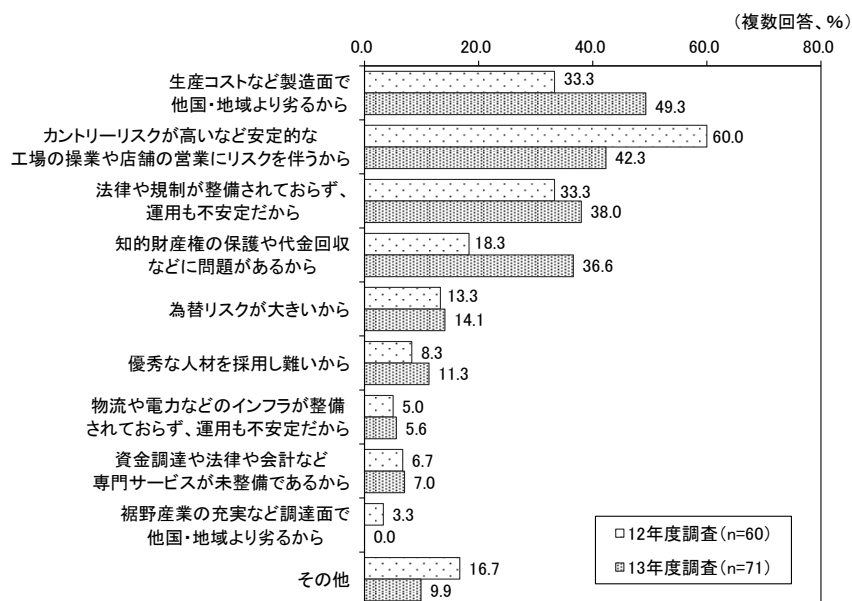
現在行っている中国ビジネスの今後（3年程度）の展開について、「中国ビジネスは縮小して他国への移管を検討する」、または「中国ビジネスからは撤退して、他国での展開を検討すると」回答した企業（226社）に対し、その理由を尋ねたところ、「生産コストなど製造面で他国・地域より劣るから」が46.5%（105社）と最も多く、次いで「カントリーリスクが高いなど安定的な工場の操業や店舗の営業にリスクを伴うから」が38.9%（88社）、「法律や規制が整備されておらず、運用も不安定だから」が32.7%（74社）と続く。

図表VI-9 中国ビジネスの縮小・撤退を検討する理由

社数	(複数回答、%)											
	生産コストなど製造面で他国・地域より劣るから	裾野産業の充実など調達面で他国・地域より劣るから	物流や電力などのインフラが整備されておらず、運用も不安定だから	法律や規制が整備されておらず、運用も不安定だから	カントリーリスクが高いから	為替リスクが大きいから	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	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に問題があるから	操業や店舗の営業にリスクを伴うから	カントリーリスクが高いから	その他
総計	226	46.5	0.9	4.0	32.7	15.9	3.5	9.3	23.0	38.9	15.0	4.4
大企業	25	48.0	-	4.0	32.0	4.0	4.0	8.0	28.0	44.0	16.0	4.0
中小企業	201	46.3	1.0	4.0	32.8	17.4	3.5	9.5	22.4	38.3	14.9	4.5
製造業	136	47.8	1.5	2.9	33.1	18.4	2.9	9.6	22.1	36.0	11.0	5.1
非製造業	90	44.4	-	5.6	32.2	12.2	4.4	8.9	24.4	43.3	21.1	3.3

時系列比較が可能なジェトロ・メンバーズ（71社）に限定すると、「生産コストなど製造面で他国・地域より劣るから」が首位に浮上（49.3%）し、「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」とする回答は低下した（60.0%→42.3%）。

図表VI-10 中国ビジネスの縮小・撤退を検討する理由（ジェトロ・メンバーズ）



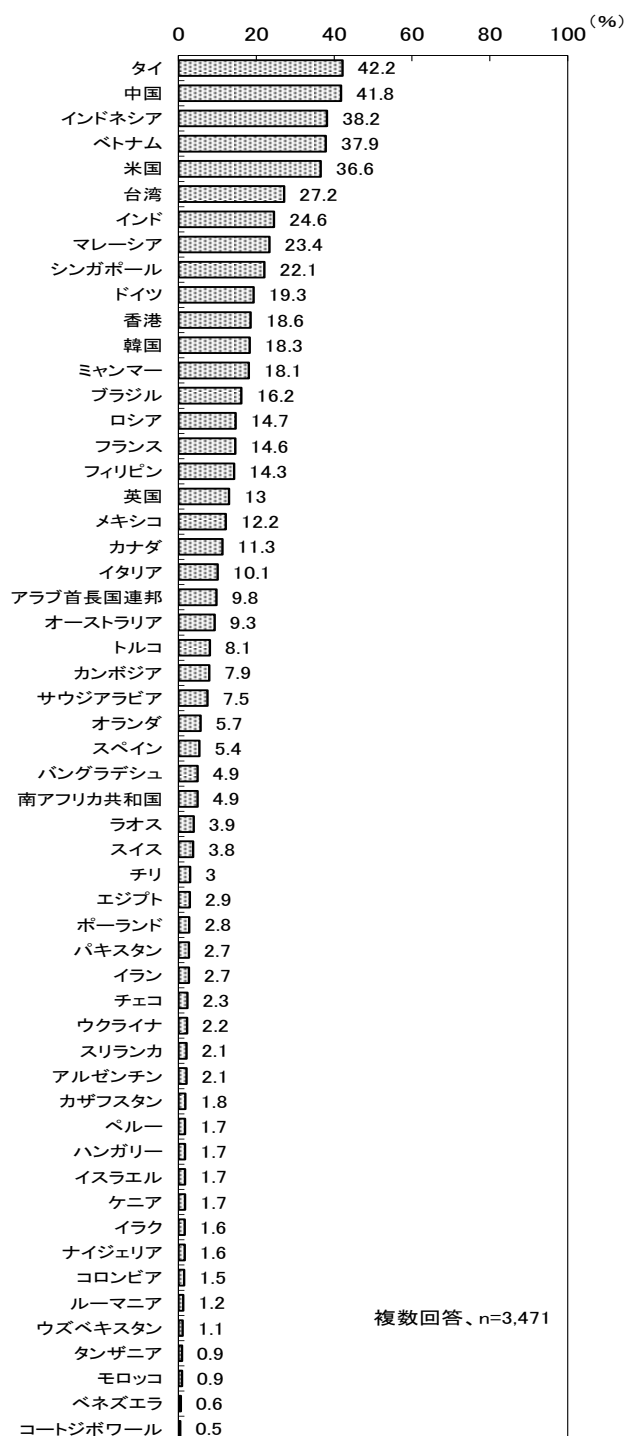
[注] 本図表では、過去の調査結果と比較するため、ジェトロ・メンバーズ企業の回答に限定して集計。

VII. 今後の有望市場と課題

1. 今後の有望市場

今後（2013年度も含め3カ年度程度、以下同じ）の重点国・地域について尋ねたところ、「タイ」が42.2%（1,464社）と最も多く、次いで「中国」が41.8%（1,450社）、「インドネシア」が38.2%（1,327社）、「ベトナム」が37.9%（1,314社）と続く。

図表VII-1 今後の有望市場（全回答企業対象）



図表VII-2 今後の有望市場（上位10ヶ国・地域の詳細、全回答企業対象）

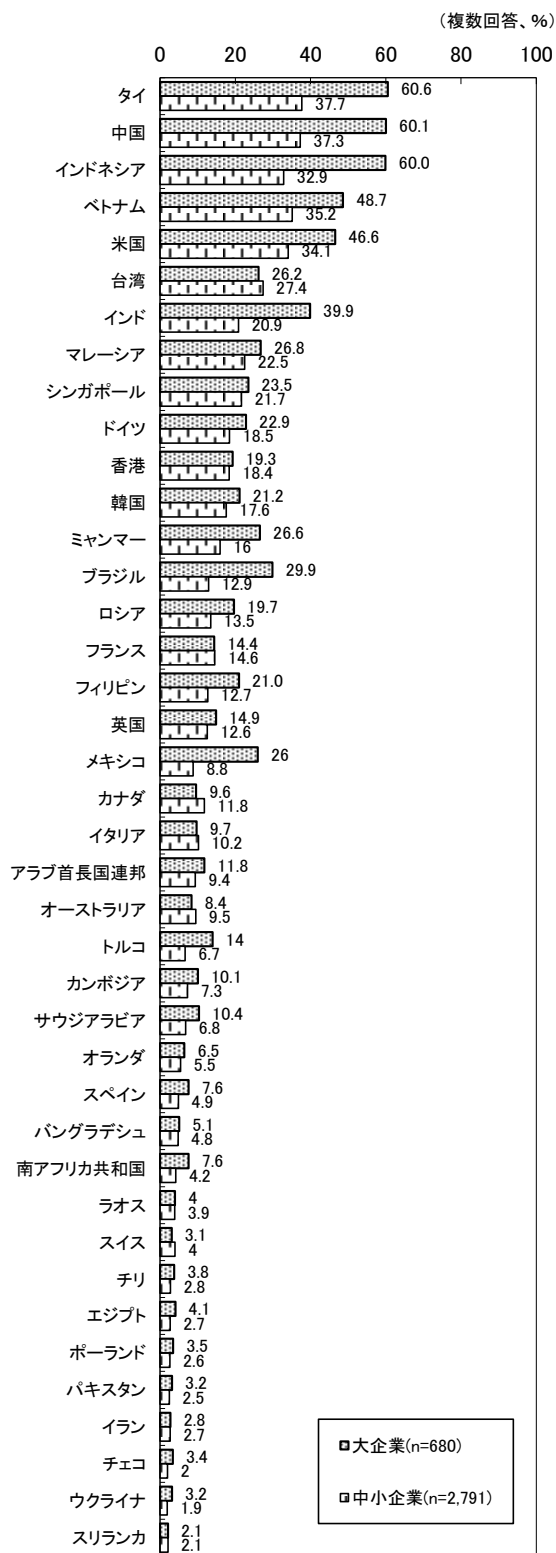
（複数回答、%）

	社数	タイ	中国	インドネシア	ベトナム	米国	台湾	インド	マレーシア	シンガポール	ドイツ
総計	3,471	42.2	41.8	38.2	37.9	36.6	27.2	24.6	23.4	22.1	19.3
大企業	680	60.6	60.1	60.0	48.7	46.6	26.2	39.9	26.8	23.5	22.9
中小企業	2,791	37.7	37.3	32.9	35.2	34.1	27.4	20.9	22.5	21.7	18.5
製造業	2,101	44.2	46.0	40.7	37.4	43.1	29.7	26.7	23.8	22.6	23.1
非製造業	1,370	39.1	35.3	34.4	38.6	26.6	23.4	21.4	22.7	21.3	13.5
商社・卸・小売	879	39.9	37.9	32.3	37.5	28.6	25.9	21.0	23.3	22.0	14.8
非製造業（商社・卸・小売を除く）	491	37.7	30.5	38.1	40.5	23.0	18.7	22.0	21.6	20.2	11.2
飲食料品	432	41.4	35.4	28.0	32.6	50.9	45.4	16.0	26.2	46.3	22.9
繊維・織物／アパレル	118	16.9	44.1	32.2	24.6	42.4	14.4	5.9	9.3	14.4	22.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	76	22.4	46.1	35.5	38.2	38.2	22.4	11.8	22.4	10.5	19.7
化学	113	58.4	59.3	48.7	43.4	42.5	38.1	38.1	23.0	17.7	27.4
医薬品・化粧品	60	45.0	58.3	40.0	33.3	41.7	43.3	18.3	13.3	28.3	33.3
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	112	48.2	41.1	42.0	36.6	41.1	17.9	21.4	25.0	9.8	25.9
窯業・土石	60	30.0	48.3	35.0	36.7	41.7	45.0	31.7	30.0	26.7	18.3
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	238	45.8	39.9	39.9	38.2	39.9	23.9	28.2	20.6	16.4	26.5
一般機械	222	55.0	42.3	58.6	49.5	32.4	25.7	38.7	27.0	14.4	15.8
電気機械	119	47.9	51.3	47.1	49.6	38.7	24.4	36.1	26.9	18.5	18.5
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	82	46.3	61.0	39.0	34.1	46.3	30.5	35.4	28.0	12.2	29.3
自動車／自動車部品／その他輸送機器	154	54.5	52.6	50.6	26.6	46.1	9.1	36.4	16.9	7.1	13.0
精密機器	91	41.8	54.9	42.9	42.9	48.4	31.9	35.2	35.2	26.4	34.1
その他の製造業	224	44.2	53.1	41.5	38.4	42.9	29.9	29.0	25.4	21.4	26.8
商社・卸売	769	40.6	39.8	33.2	38.8	28.3	26.5	21.6	23.4	20.4	14.7
小売	110	35.5	24.5	26.4	29.1	30.0	21.8	17.3	22.7	32.7	15.5
建設	93	31.2	12.9	25.8	43.0	17.2	11.8	14.0	18.3	14.0	8.6
電気・ガス・水道	4	50.0	25.0	75.0	50.0	50.0	50.0	25.0	50.0	50.0	-
運輸	98	42.9	31.6	42.9	41.8	27.6	16.3	28.6	18.4	12.2	11.2
金融・保険	65	63.1	49.2	52.3	64.6	20.0	15.4	20.0	18.5	30.8	10.8
情報・ソフトウェア	31	32.3	51.6	35.5	32.3	25.8	35.5	32.3	25.8	35.5	22.6
専門サービス	50	38.0	24.0	54.0	54.0	18.0	18.0	24.0	32.0	14.0	12.0
その他の非製造業	150	28.0	30.7	30.7	24.7	25.3	22.0	20.7	22.0	22.7	10.7

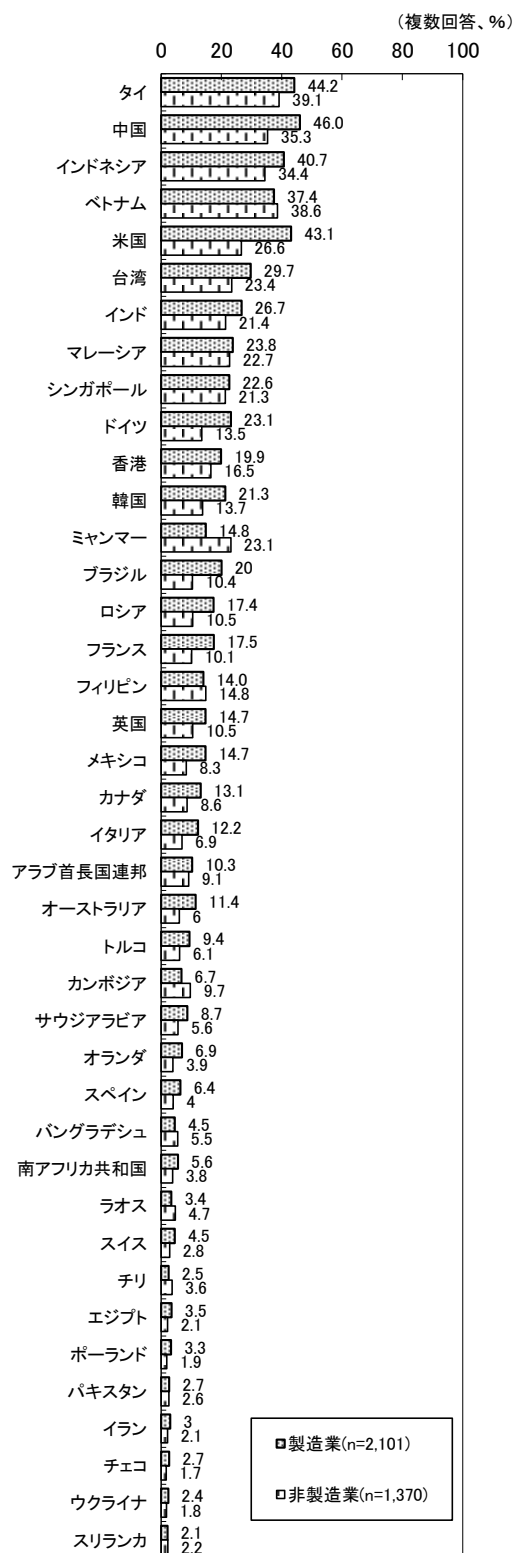
企業規模別に見ると、大企業において「タイ」「中国」「インドネシア」はいずれも6割を超えている。中小企業では「インドネシア」よりも「ベトナム」「米国」の方が多く選択された。

業種別に見ると、製造業においては「中国」「タイ」「インドネシア」、非製造業においては「タイ」「ベトナム」「中国」「インドネシア」が上位にランクされた。

図表VII-3 今後の有望市場（企業規模別）

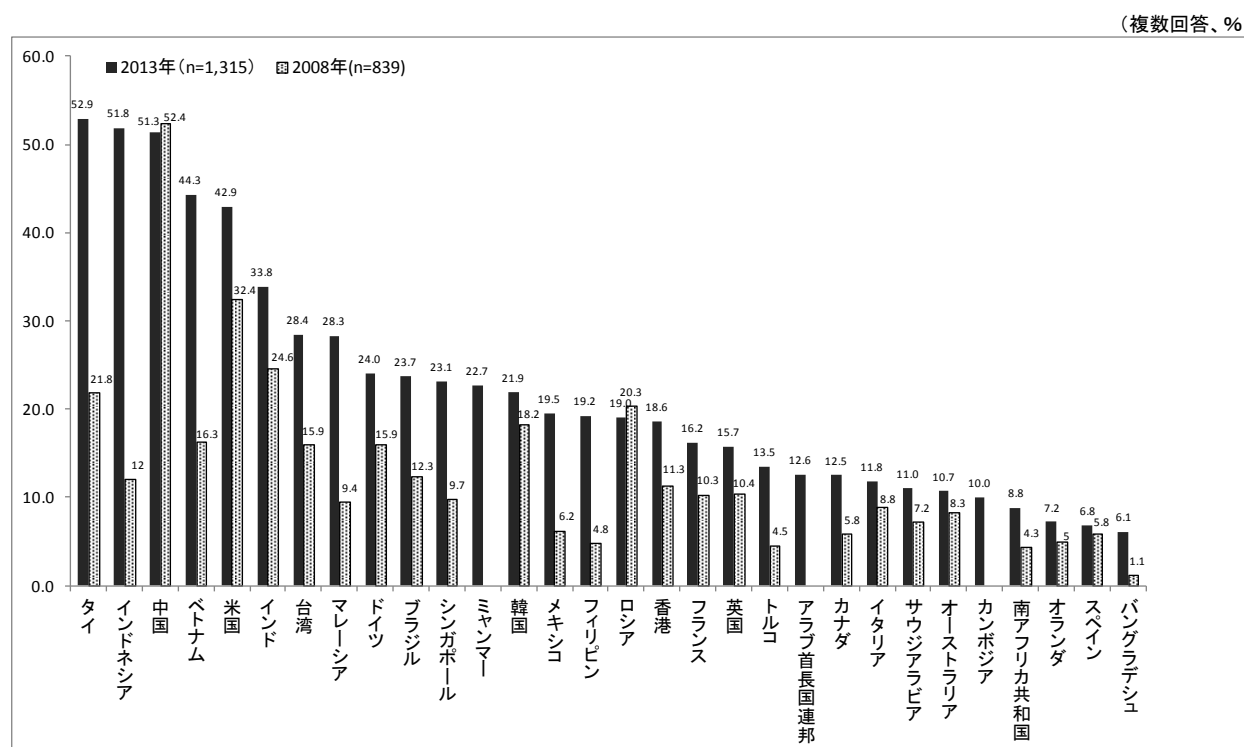


図表VII-4 今後の有望市場（業種別）



今後の有望市場を5年前と比べると、「タイ」「インドネシア」「ベトナム」などASEAN諸国を挙げる回答比率の上昇が顕著である。「中国」を有望視する割合は1.1ポイント減の51.3%へと低下。半数を超えて依然高いが、ASEANシフトが鮮明となった。

図表VII-5 日本企業にとっての有望市場の推移（2008年→2013年、ジェトロ・メンバーズ限定）



[注]①値は、母数(n)に占める国・地域ごとの回答率(国・地域ごとの回答数/母数(n))。②2008年は今後3年の販売最重点国に関する回答率。③08年度調査と比較するため、13年度調査は全回答企業のうち、ジェトロ・メンバーズ1,315社に限定して集計を行った。④ミャンマー、アラブ首長国連邦、カンボジアについては08年度調査で選択肢の設定無し。

図表VII-6 2008年からの回答率上昇が顕著な上位10ヶ国・地域（ジェトロ・メンバーズ限定）

(%)

	国・地域	2013年	2008年	前回差
1	インドネシア	51.8	12.0	39.8
2	タイ	52.9	21.8	31.1
3	ベトナム	44.3	16.3	28.0
4	マレーシア	28.3	9.4	18.9
5	フィリピン	19.2	4.8	14.4
6	シンガポール	23.1	9.7	13.4
7	メキシコ	19.5	6.2	13.3
8	台湾	28.4	15.9	12.5
9	ブラジル	23.7	12.3	11.4
10	米国	42.9	32.4	10.5
参考	中国	51.3	52.4	-1.1

図表VII-7 今後の有望市場（上位10ヶ国・地域の詳細、ジェトロ・メンバーズ限定）

（複数回答、%）

	n	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
		タイ	インドネシア	中国	ベトナム	米国	インド	台湾	マレーシア	ドイツ	ブラジル
合計	1,315	52.9	51.8	51.3	44.3	42.9	33.8	28.4	28.3	24.0	23.7
大企業	491	64.0	63.5	62.9	49.9	48.1	42.6	25.9	28.9	24.0	32.6
中小企業	824	46.2	44.8	44.4	41.0	39.8	28.5	29.9	27.9	23.9	18.4
製造業	785	54.9	54.8	56.8	43.3	51.0	37.5	31.5	28.3	29.3	31.2
飲食料品	90	54.4	45.6	47.8	44.4	56.7	13.3	47.8	31.1	21.1	18.9
繊維・織物／アパレル	30	23.3	46.7	53.3	20.0	60.0	16.7	6.7	13.3	30.0	16.7
木材・木製品／家具・建材 ／紙・パルプ	26	38.5	53.8	61.5	42.3	57.7	19.2	23.1	30.8	26.9	19.2
化学	64	71.9	59.4	65.6	48.4	45.3	50.0	35.9	26.6	34.4	40.6
医療品・化粧品	26	46.2	50.0	69.2	42.3	53.8	26.9	38.5	19.2	53.8	34.6
石油・石炭製品／プラス チック製品／ゴム製品	47	59.6	57.4	53.2	42.6	51.1	36.2	27.7	27.7	27.7	23.4
窯業・土石	27	40.7	51.9	44.4	33.3	51.9	37.0	51.9	37.0	25.9	33.3
鉄鋼／非鉄金属／金属製 品	93	54.8	47.3	46.2	38.7	46.2	38.7	29.0	24.7	31.2	23.7
一般機械	107	61.7	65.4	54.2	52.3	39.3	42.1	28.0	30.8	23.4	36.4
電気機械	54	50.0	64.8	61.1	59.3	50.0	50.0	31.5	33.3	22.2	46.3
情報通信機械器具／電子 部品・デバイス	34	52.9	50.0	73.5	38.2	61.8	52.9	32.4	23.5	41.2	38.2
自動車／自動車部品／そ の他輸送機器	58	69.0	67.2	67.2	27.6	65.5	50.0	13.8	22.4	24.1	36.2
精密機器	43	51.2	55.8	58.1	55.8	58.1	51.2	34.9	41.9	48.8	37.2
その他の製造業	86	51.2	46.5	59.3	40.7	45.3	33.7	32.6	27.9	27.9	31.4
非製造業	530	49.8	47.4	43.2	45.8	30.9	28.3	23.8	28.3	16.0	12.6
商社・卸売	265	49.1	43.8	46.4	42.3	34.0	30.2	28.7	27.5	18.5	14.7
小売	27	48.1	37.0	29.6	40.7	37.0	25.9	29.6	37.0	22.2	-
建設	27	59.3	44.4	25.9	59.3	25.9	29.6	18.5	25.9	11.1	11.1
電気・ガス・水道	3	66.7	100.0	-	33.3	66.7	33.3	33.3	33.3	-	-
運輸	36	44.4	52.8	44.4	50.0	36.1	36.1	11.1	22.2	22.2	27.8
金融・保険	65	63.1	52.3	49.2	64.6	20.0	20.0	15.4	18.5	10.8	6.2
情報通信サービス	16	50.0	43.8	62.5	37.5	18.8	25.0	18.8	37.5	12.5	12.5
専門サービス	36	47.2	63.9	27.8	58.3	16.7	30.6	19.4	33.3	16.7	11.1
その他の非製造業	55	38.2	49.1	41.8	29.1	36.4	23.6	21.8	38.2	7.3	9.1

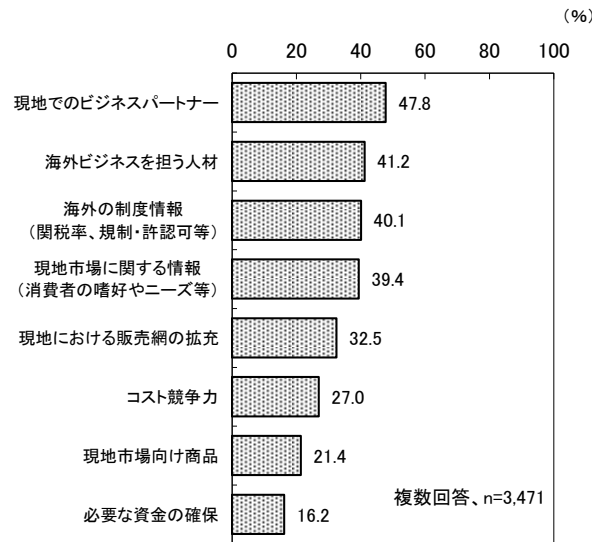
〔注〕①ジェトロ・メンバーズからの回答に限定して集計。②各欄の値は、母数(n)に占める項目ごとの回答率(企業規模、業種ごとの回答数/母数(n))。③色つきセルは回答率が50%以上の業種。

2. 輸出・海外進出の課題

輸出ビジネスまたは海外進出を行う上での課題・不足している点について尋ねたところ、「現地でのビジネスパートナー」との回答が47.8%（1,658社）と最も多く、次いで「海外ビジネスを担う人材」が41.2%（1,429社）、「海外の制度情報」が40.1%（1,392社）と続く。

企業規模別に差が見られたのは「海外ビジネスを担う人材」で大企業が中小企業より14.2ポイント高い。一方、中小企業は「必要な資金の確保」について大企業より10.1ポイント高い。

図表VII-8 輸出・海外進出の課題



図表VII-9 輸出・海外進出の課題（業種別）

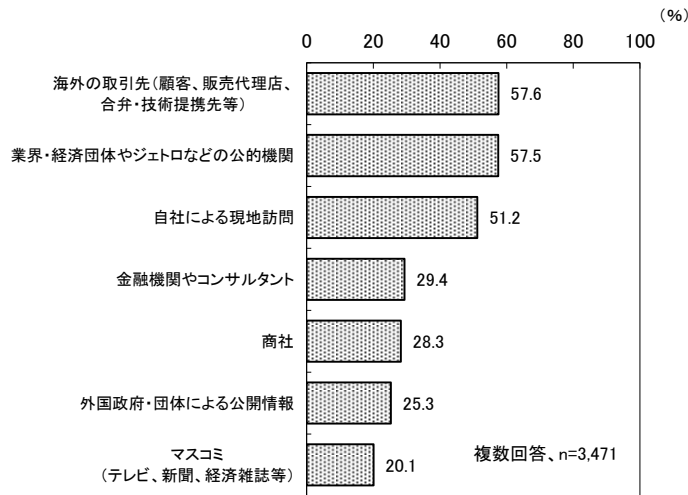
	社数	(複数回答、%)										
		現地市場に関する情報	現地市場向け商品	海外の制度情報	必要な資金の確保	現地でのビジネスパートナー	現地における販売網の拡充	海外ビジネスを担う人材	コスト競争力	その他	特になし	無回答
総計	3,471	39.4	21.4	40.1	16.2	47.8	32.5	41.2	27.0	1.1	3.5	9.7
大企業	680	42.1	26.3	48.7	8.1	46.3	33.8	52.6	36.0	1.6	2.6	5.7
中小企業	2,791	38.8	20.2	38.0	18.2	48.1	32.2	38.4	24.8	1.0	3.7	10.7
製造業	2,101	42.5	24.3	42.5	18.0	50.7	37.4	43.4	32.9	1.1	2.3	6.5
非製造業	1,370	34.7	17.1	36.4	13.5	43.3	25.1	37.7	17.9	1.0	5.2	14.6
商社・卸・小売	879	37.1	20.5	37.2	14.7	45.2	30.3	35.5	19.7	1.3	3.9	13.2
非製造業(商社・卸・小売を除く)	491	30.5	11.0	35.0	11.4	39.9	15.9	41.8	14.7	0.6	7.5	17.1
(参考)製造業/商社・卸・小売計	2,980	40.9	23.2	40.9	17.0	49.1	35.3	41.1	29.0	1.2	2.8	8.5
飲食料品	432	53.7	27.1	43.5	22.7	56.3	38.4	38.8	22.0	1.2	1.9	6.7
繊維・織物/アパレル	118	43.2	17.8	36.4	15.3	50.8	28.0	35.6	17.8	0.8	5.1	12.7
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	76	44.7	22.4	39.5	17.1	53.9	34.2	35.5	35.5	2.6	8.9	13.2
化学	113	34.5	21.2	42.5	10.6	47.8	39.8	47.8	31.9	-	5.3	6.2
医薬品/化粧品	60	48.3	36.7	61.7	15.0	50.0	38.3	26.7	38.3	1.7	1.7	5.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	112	40.2	25.9	42.9	23.2	54.5	41.1	47.3	34.8	0.9	1.8	3.6
窯業・土石	60	43.3	21.7	40.0	18.3	43.3	26.7	46.7	33.3	-	1.7	11.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	238	40.3	17.2	34.9	19.3	47.1	35.3	47.9	29.4	1.3	4.2	8.8
一般機械	222	35.1	23.0	39.6	14.0	52.3	41.4	55.0	41.4	1.8	0.9	3.6
電気機械	119	42.9	38.7	42.9	21.0	56.3	49.6	41.2	43.7	0.8	1.7	5.9
情報通信機械器具/電子部品/デバイス	82	34.1	28.0	45.1	7.3	42.7	32.9	34.1	40.2	-	2.4	7.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	154	26.6	14.3	47.4	22.1	37.7	27.3	51.3	44.8	0.6	0.6	4.5
精密機器	91	35.2	28.6	32.7	15.4	45.1	44.0	47.3	44.0	1.1	2.2	1.1
その他の製造業	224	49.6	25.9	42.4	15.6	54.0	38.4	39.7	33.5	1.8	1.3	5.4
商社・卸売	769	35.8	20.8	36.3	14.7	45.4	30.6	38.2	20.7	1.3	3.8	12.2
小売	110	46.4	18.2	43.6	14.5	43.6	28.2	30.9	12.7	0.9	4.5	20.0
建設	93	22.6	12.9	35.5	10.8	46.2	18.3	47.3	22.6	-	5.4	15.1
電気・ガス・水道	4	50.0	-	75.0	25.0	50.0	-	50.0	-	-	-	-
運輸	98	32.7	6.1	38.8	12.2	38.8	13.3	46.8	19.4	2.0	7.1	15.3
金融・保険	65	24.6	7.7	35.4	1.5	26.2	7.7	36.9	3.1	-	6.2	23.1
情報・ソフトウェア	31	41.9	25.8	22.6	12.9	58.1	35.5	35.5	16.1	-	3.2	19.4
専門サービス	50	28.0	6.0	26.0	12.0	36.0	12.0	38.0	14.0	2.0	8.0	14.0
その他の非製造業	150	34.7	13.3	36.7	14.7	40.0	17.3	39.3	12.0	-	10.7	18.0

3. 海外ビジネスに必要な情報の入手

海外情報の主な入手先や入手方法について尋ねたところ、「海外の取引先」が57.6% (2,000社)、次いで「業界・経済団体やジェトロなどの公的機関」が57.5% (1,995社)、「自社による現地訪問」が51.2% (1,777社)と続く。

企業規模別に見ると、大企業では「業界・経済団体やジェトロなどの公的機関」が70.1%と最も多く、中小企業では「海外の取引先」が55.1%と最も多い。

図表VII-10 海外ビジネスに必要な情報の入手



図表VII-11 海外ビジネスに必要な情報の入手 (業種別)

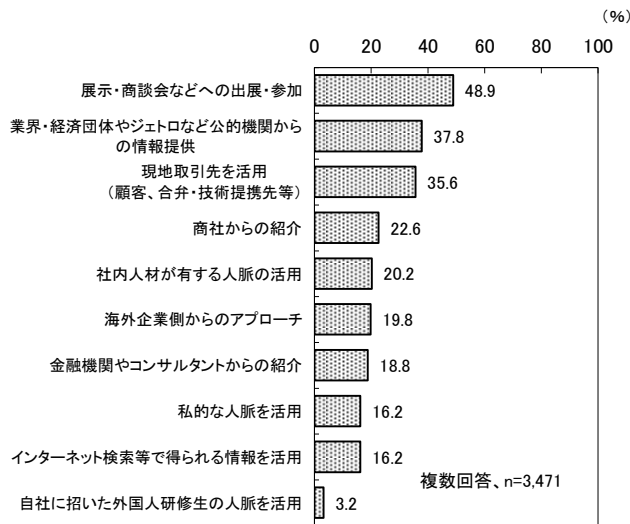
	社数	公開情報 外国政府・団体による	業界・経済団体やジェトロなどの公的機関	海外の取引先	金融機関やコンサルタント	商社	マスコミ	自社による現地訪問	その他	ない	特段の対応をとっていない	無回答
総計	3,471	25.3	57.5	57.6	29.4	28.3	20.1	51.2	2.4	3.3	6.5	
大企業	680	42.1	70.1	67.9	55.1	33.5	25.6	63.4	2.2	0.4	3.4	
中小企業	2,791	21.2	54.4	55.1	23.2	27.1	18.8	48.2	2.5	4.0	7.2	
製造業	2,101	23.8	60.2	59.0	30.9	36.2	20.0	52.6	2.1	3.0	5.2	
非製造業	1,370	27.7	53.3	55.5	27.2	16.4	20.2	49.1	2.9	3.7	8.4	
商社・卸・小売	879	25.7	52.0	61.8	23.5	17.3	19.6	52.1	3.1	3.2	6.3	
非製造業 (商社・卸・小売を除く)	491	31.2	55.6	44.2	33.6	14.7	21.4	43.6	2.6	4.7	12.2	
(参考) 製造業/商社・卸・小売計	2,980	24.3	57.8	59.8	28.8	30.6	19.9	52.4	2.4	3.1	5.5	
飲料食品	432	20.6	58.1	47.0	21.8	42.4	19.2	41.9	1.9	3.7	7.4	
繊維・織物/アパレル	118	11.9	57.6	48.3	22.0	32.2	21.2	56.8	1.7	4.2	5.9	
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	76	15.8	53.9	47.4	19.7	23.7	17.1	59.2	1.3	5.3	7.9	
化学	113	31.0	68.1	65.5	40.7	56.6	23.0	52.2	0.9	1.8	6.2	
医薬品/化粧品	60	40.0	68.3	73.3	36.7	20.0	25.0	60.0	-	1.7	1.7	
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	112	21.4	58.9	53.6	43.8	38.4	19.6	51.8	3.6	2.7	5.4	
窯業・土石	60	25.0	56.7	60.0	33.3	38.3	20.0	60.0	1.7	1.7	8.3	
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	238	27.3	58.8	62.2	28.6	32.4	23.1	52.5	2.9	2.9	6.3	
一般機械	222	23.4	61.7	68.5	33.8	43.2	16.2	59.5	2.3	2.7	1.8	
電気機械	119	24.4	63.0	60.5	34.5	38.7	22.7	50.4	0.8	3.4	4.2	
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	82	29.3	61.0	70.7	39.0	25.6	17.1	48.8	-	1.2	3.7	
自動車/自動車部品/その他輸送機器	154	26.6	68.8	64.3	54.5	32.5	18.8	58.4	1.3	2.6	3.2	
精密機器	91	28.6	58.2	68.1	18.7	30.8	19.8	57.1	3.3	3.3	3.3	
その他の製造業	224	21.9	56.3	62.1	27.2	27.2	20.5	55.4	4.0	3.1	4.9	
商社・卸売	769	25.1	51.8	64.5	24.3	17.2	18.7	53.7	2.9	3.1	5.3	
小売	110	30.0	53.6	42.7	18.2	18.2	25.5	40.9	4.5	3.6	12.7	
建設	93	33.3	63.4	46.2	26.9	25.8	18.3	48.4	1.1	3.2	10.8	
電気・ガス・水道	4	75.0	75.0	50.0	75.0	50.0	50.0	75.0	-	-	-	
運輸	98	26.5	56.1	55.1	44.9	14.3	18.4	38.8	2.0	7.1	12.2	
金融・保険	65	33.8	69.2	33.8	58.5	3.1	21.5	33.8	-	1.5	12.3	
情報・ソフトウェア	31	38.7	61.3	51.6	16.1	3.2	12.9	41.9	9.7	-	12.9	
専門サービス	50	48.0	54.0	42.0	26.0	16.0	30.0	58.0	2.0	2.0	6.0	
その他の非製造業	150	23.3	43.3	49.3	24.7	14.0	23.3	42.7	4.0	7.3	15.3	

4. 海外ビジネスパートナーの開拓

海外ビジネスパートナーを見つけるための方策について尋ねたところ、「展示・商談会などへの出展・参加」が48.9%（1,697社）と最も多く、次いで「業界・経済団体やジェトロなど公的機関からの情報提供」が37.8%（1,311社）、「現地取引先を活用」が35.6%（1,234社）と続く。

企業規模別に見ると、大企業では「現地取引先を活用」が52.1%と最も多く、中小企業では「展示・商談会などへの出展・参加」が50.9%と最も多い。

図表VII-12 海外ビジネスパートナーの開拓



図表VII-13 海外ビジネスパートナーの開拓 (業種別)

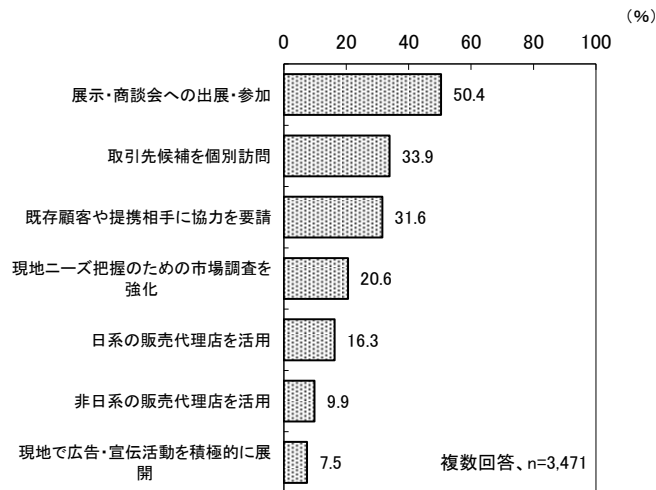
業種	社数	(複数回答、%)												
		展示・商談会などへの出展・参加	業界・経済団体やジェトロなど公的機関からの情報提供	社内人材が有する人脈の活用	現地取引先を活用	修生の人脈を活用	自社に招いた外国人研修生の人脈を活用	金融機関やコンサルタントからの紹介	商社からの紹介	私的な人脈を活用	インターネット検索等で得られる情報を活用	海外企業側からのアプローチ	その他	特段の対応をとっていない
総計	3,471	48.9	37.8	20.2	35.6	3.2	18.8	22.6	16.2	16.2	19.8	1.0	7.6	6.9
大企業	680	40.7	35.0	30.6	52.1	2.2	37.1	26.9	10.0	12.9	20.9	0.9	6.3	5.3
中小企業	2,791	50.9	38.4	17.7	31.5	3.5	14.3	21.6	17.8	16.9	19.6	1.0	7.9	7.3
製造業	2,101	54.1	39.1	18.1	35.4	3.3	19.4	27.7	14.8	14.9	21.2	1.1	6.9	5.5
非製造業	1,370	40.9	35.7	23.4	35.8	3.1	17.9	14.7	18.5	18.1	17.7	0.9	8.5	9.1
商社・卸・小売	879	49.1	35.4	20.9	39.0	1.8	15.6	16.0	18.5	22.0	20.6	0.8	7.2	6.4
非製造業(商社・卸・小売を除く)	491	26.3	36.3	27.7	29.9	5.3	22.0	12.4	18.3	11.2	12.6	1.0	11.0	14.1
(参考)製造業/商社・卸・小売計	2,980	52.6	38.0	19.0	36.5	2.9	18.3	24.3	15.9	17.0	21.0	1.0	7.0	5.8
飲食料品	432	63.9	49.3	13.9	22.2	3.0	19.9	35.4	17.1	8.8	19.0	1.2	5.8	6.7
繊維・織物/アパレル	118	57.6	34.7	17.8	29.7	3.4	11.0	21.2	26.3	12.7	16.9	1.7	9.3	6.8
木材/木製品/家具/建材/紙/パルプ	78	51.3	40.8	18.4	31.6	7.9	19.7	21.1	11.8	14.5	25.0	1.3	7.9	7.8
化学	113	34.5	31.0	29.2	42.5	2.7	24.8	39.8	3.5	13.3	25.7	-	4.4	6.2
医薬品/化粧品	60	48.3	40.0	28.3	30.0	1.7	16.7	26.7	23.3	31.7	36.7	-	6.7	3.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	112	55.4	36.6	18.8	40.2	-	25.9	33.0	16.1	19.6	17.9	-	5.4	3.6
窯業・土石	60	46.7	33.3	15.0	40.0	1.7	15.0	28.3	11.7	15.0	25.0	1.7	8.3	10.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	238	58.8	39.9	16.8	32.4	5.5	18.9	23.5	14.3	15.1	18.1	1.3	5.9	6.3
一般機械	222	51.8	33.3	17.6	45.0	1.8	12.6	28.4	9.5	14.4	26.1	0.9	8.1	3.6
電気機械	119	57.1	37.0	23.5	40.3	3.4	25.2	25.2	10.1	21.8	26.1	0.8	2.5	6.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	82	45.1	34.1	19.5	47.6	3.7	22.0	29.3	13.4	19.5	12.2	1.2	12.2	2.4
自動車/自動車部品/その他輸送機器	154	30.5	40.3	21.4	51.3	3.2	31.8	24.0	12.3	7.8	18.8	2.6	9.1	5.8
精密機器	91	65.9	33.0	19.8	41.8	2.2	13.2	19.8	15.4	17.6	26.4	1.1	6.6	3.3
その他の製造業	224	57.1	37.5	14.3	32.6	4.9	15.6	20.5	19.2	20.5	19.2	0.9	8.5	4.0
商社・卸売	769	49.7	35.4	21.7	41.2	1.6	16.0	15.7	18.1	22.4	20.3	0.8	7.2	5.7
小売	110	45.5	35.5	15.5	23.6	3.6	12.7	18.2	21.8	19.1	22.7	0.9	7.3	10.9
建設	93	29.0	38.7	31.2	31.2	11.8	20.4	21.5	20.4	9.7	11.8	1.1	6.5	9.7
電気・ガス・水道	4	25.0	50.0	75.0	100.0	-	50.0	50.0	25.0	25.0	25.0	-	-	-
運輸	98	9.2	37.8	28.6	38.8	5.1	21.4	10.2	15.3	11.2	14.3	1.0	13.3	13.3
金融・保険	65	18.5	38.5	16.9	24.6	-	38.5	3.1	4.6	4.6	1.5	3.1	12.3	20.0
情報/ソフトウェア	31	48.4	45.2	35.5	41.9	6.5	19.4	6.5	22.6	9.7	16.1	3.2	6.5	16.1
専門サービス	50	34.0	30.0	40.0	32.0	4.0	12.0	10.0	32.0	20.0	12.0	-	12.0	12.0
その他の非製造業	150	32.0	32.7	22.7	20.7	4.0	19.3	13.3	19.3	12.0	16.0	-	12.7	15.3

5. 海外販路開拓のための工夫

海外販路開拓のために行っている工夫について尋ねたところ、「展示・商談会への出展・参加」が50.4%（1,750社）と最も多く、次いで「取引先候補を個別訪問」が33.9%（1,177社）、「既存顧客や提携相手に協力を要請」が31.6%（1,097社）と続く。

企業規模別に比較すると、大企業と中小企業で大きく差が見られたのは「現地ニーズ把握のための市場調査を強化」と「取引先候補を個別訪問」で大企業が中小企業より10ポイント以上高い。

図表VII-14 海外販路開拓のための工夫



図表VII-15 海外販路開拓のための工夫（業種別）

業種	社数	複数回答、%									
		展 示 ・ 参 加 商 談 会 へ の 出	を 現 地 で 廣 告 ・ 宣 伝 活 動 を 積 極 的 に 展 開	取 引 先 候 補 を 個 別 訪 問	の 現 地 ニ ー ズ 把 握 の た め の 市 場 調 査 を 強 化	日 系 の 販 売 代 理 店 を 活 用	活 用 日 系 の 販 売 代 理 店 を 活 用	協 力 を 要 請 既 存 顧 客 や 提 携 相 手 に	そ の 他	な い 特 段 の 対 応 を と っ て い ない	無 回 答
総計	3,471	50.4	7.5	33.9	20.6	16.3	9.9	31.6	2.7	12.9	10.0
大企業	680	50.0	12.4	45.7	35.3	18.1	17.2	39.3	1.5	7.1	9.4
中小企業	2,791	50.5	6.3	31.0	17.0	15.9	8.1	29.7	3.0	14.4	10.1
製造業	2,101	58.1	8.3	37.3	22.9	21.3	11.8	31.4	2.2	10.5	7.1
非製造業	1,370	38.6	6.4	28.7	17.0	8.7	7.0	31.9	3.4	16.6	14.5
商社・卸・小売	879	45.8	7.1	31.6	16.8	8.9	7.6	33.8	3.5	14.6	11.5
非製造業(商社・卸・小売を除く)	491	25.7	5.1	23.4	17.3	8.4	5.9	28.5	3.1	20.4	19.8
(参考)製造業/商社・卸・小売計	2,980	54.5	7.9	35.6	21.1	17.7	10.5	32.1	2.6	11.7	8.4
飲食料品	432	66.2	6.5	27.3	20.4	23.1	8.1	25.2	2.1	12.5	7.2
繊維・織物/アパレル	118	53.4	5.1	27.1	13.6	13.6	3.4	20.3	1.7	17.8	12.7
木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ	76	50.0	3.9	27.6	19.7	17.1	7.9	22.4	1.3	13.2	17.1
化学	113	44.2	4.4	42.5	30.1	37.2	19.5	38.9	1.8	5.3	7.1
医薬品/化粧品	60	56.7	16.7	38.3	30.0	10.0	13.3	40.0	-	10.0	3.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	112	58.9	9.8	41.1	29.5	25.9	8.0	40.2	2.7	5.4	7.1
窯業・土石	60	43.3	1.7	35.0	20.0	21.7	18.3	26.7	1.7	10.0	15.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	238	61.8	8.0	39.5	21.4	18.5	9.2	30.3	2.5	10.1	6.3
一般機械	222	58.6	9.5	48.6	23.4	29.7	18.5	34.7	1.8	7.7	3.2
電気機械	119	61.3	16.0	45.4	31.1	22.7	17.6	37.0	0.8	7.6	6.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	82	61.0	15.9	42.7	18.3	31.7	18.3	35.4	-	7.3	3.7
自動車/自動車部品/その他輸送機器	154	39.0	6.5	44.8	24.7	8.4	5.8	43.5	4.5	14.9	6.5
精密機器	91	71.4	12.1	47.3	20.9	25.3	24.2	28.6	3.3	7.7	-
その他の製造業	224	59.4	7.6	32.1	23.7	13.4	9.8	29.5	3.6	11.6	8.9
商社・卸売	769	47.3	6.8	33.9	17.4	8.8	8.2	36.0	3.8	14.3	9.8
小売	110	35.5	9.1	15.5	12.7	9.1	3.6	18.2	1.8	16.4	23.6
建設	93	24.7	4.3	16.1	14.0	7.5	7.5	28.0	-	22.6	17.2
電気・ガス・水道	4	25.0	-	25.0	-	-	-	50.0	-	25.0	25.0
運輸	98	11.2	8.2	25.5	25.5	4.1	2.0	34.7	-	25.5	19.4
金融・保険	65	27.7	3.1	16.9	13.8	4.6	3.1	18.5	6.2	21.5	32.3
情報・ソフトウェア	31	41.9	6.5	41.9	16.1	25.8	29.0	35.5	6.5	3.2	19.4
専門サービス	50	24.0	4.0	26.0	18.0	4.0	-	42.0	-	18.0	18.0
その他の非製造業	150	32.0	4.7	24.7	16.0	11.3	6.0	22.7	6.0	19.3	16.7

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。
ご多忙の折とは存じますが、可能な範囲でのご協力を何卒宜しくお願い申し上げます。
貴社のご事情により回答が困難なもの、または不明なものがございましたら、省略いただいても結構です。

【ご回答者】

会社名			
部 課 名		役 職	
氏 名		会 社 電話番号	
会社住所	〒		

ご協力いただいた企業様には、上記にご記入の住所に、本調査結果をまとめた報告書をお送りいたします。
お手数ではございますが、**2013年12月20日(金)**までに同封の返信用封筒によりご返送ください。

《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:石橋、安田
〒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

■ 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 Transbird 株式会社が集計を行います。

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ください。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ください。

製造業	<input type="checkbox"/> ₁ 飲食料品	<input type="checkbox"/> ₂ 繊維・織物	<input type="checkbox"/> ₃ アパレル	<input type="checkbox"/> ₄ 木材・木製品(家具を除く)
	<input type="checkbox"/> ₅ 家具・建材	<input type="checkbox"/> ₆ 紙・パルプ	<input type="checkbox"/> ₇ 化学	<input type="checkbox"/> ₈ 医療品・化粧品
	<input type="checkbox"/> ₉ 石油・石炭製品	<input type="checkbox"/> ₁₀ プラスチック製品	<input type="checkbox"/> ₁₁ ゴム製品	<input type="checkbox"/> ₁₂ 窯業・土石
	<input type="checkbox"/> ₁₃ 鉄鋼	<input type="checkbox"/> ₁₄ 非鉄金属	<input type="checkbox"/> ₁₅ 金属製品	<input type="checkbox"/> ₁₆ 一般機械
	<input type="checkbox"/> ₁₇ 電気機械	<input type="checkbox"/> ₁₈ 情報通信機械器具	<input type="checkbox"/> ₁₉ 電子部品・デバイス	<input type="checkbox"/> ₂₀ 自動車
	<input type="checkbox"/> ₂₁ 自動車部品	<input type="checkbox"/> ₂₂ その他輸送機器	<input type="checkbox"/> ₂₃ 精密機器	<input type="checkbox"/> ₂₄ その他()
非製造業	<input type="checkbox"/> ₂₅ 商社・卸売	<input type="checkbox"/> ₂₆ 小売	<input type="checkbox"/> ₂₇ 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・水産業
	<input type="checkbox"/> ₃₃ 印刷・同関連	<input type="checkbox"/> ₃₄ 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・宿泊施設	<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ください。

- 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～10億円未満 ₆ 10億円以上

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ください。

- 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

問4 貴社が行っている海外ビジネスを全てチェックしてください。(「海外拠点」には販売・生産・研究開発・地域統括・物流の各拠点や駐在員事務所などを含みますが、代理店は含めません。「その他」にはライセンス契約などを含みます。)

- ₁ 自社による直接輸出 ₂ 他社を通じた間接輸出 ₃ 輸入
₄ 海外拠点がある(代理店は含まず) ₅ その他() ₆ 海外ビジネスは行っていない

問5 現在の海外ビジネス状況(輸出・海外進出)

輸出先の国・地域、および海外拠点の主な機能について、該当箇所全てに印を付けてください。「海外拠点」の「その他」は、物流拠点や駐在員事務所などが該当しますが、代理店は含めません。

	輸出先	海外拠点					
		販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	地域統括拠点	その他()	
アジア 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	<input type="checkbox"/> 6
	香港	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
	台湾	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
	韓国	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
	シンガポール	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
	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
	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
	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
	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
	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
	カンボジア	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
	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
	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
	パキスタン	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
	バングラデシュ	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
オーストラリア	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	
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	<input type="checkbox"/> 6
	カナダ	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
	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
	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
	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
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	<input type="checkbox"/> 6
	中・東欧	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
	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
	ロシア・CIS	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
中東	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	
アフリカ	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	
その他()	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	

*中・東欧：ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、スロベニア、クロアチア、ルーマニア、ブルガリア、バルト3国。

*中東：アラブ首長国連邦、サウジアラビア、イスラエル、イラン、イラク、バーレーン、ヨルダン、クウェート、レバノン、オマーン、カタール、シリア、イエメン、パレスチナ。

II 貿易への取り組み

問6 今後の輸出事業方針

貴社の現在の輸出(商社などを通じた間接輸出を含む)への取り組みと、今後(2013年度も含め3ヵ年度)の方針について該当する項目を一つチェックしてください。

- 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、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。
- 6 輸出を行う業種ではない。

問7 為替変動の影響

昨年末からの円安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ください。

- 1 業績が大いに改善した。
- 2 業績はやや改善した。
- 3 特に影響はない。
- 4 業績はやや悪化した。
- 5 業績は大いに悪化した。

問8 輸出ビジネスを拡大する理由【問6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】

その理由に該当する項目を全てチェックしてください。

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

Ⅲ 海外進出への取り組み

問9 今後の海外進出方針

貴社は今後(2013年度も含め3カ年度程度)の海外進出(新規または既存拠点の拡充)方針について、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ください。

- ₁ 現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る。
- ₂ 現在、海外に拠点があり、現状を維持する。
- ₃ 現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい。
- ₄ 現在、海外に拠点があるが、縮小、撤退が必要と考えている。
- ₅ 現在、海外に拠点はなく、今後とも海外での事業展開は行わない。
- ₆ その他()

問10 今後の国内事業展開

貴社は今後(2013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ください。

- 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11 国内および海外で拡大を図る機能【問9または問10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】

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。日本と海外で拡大する機能について、該当する項目を全てチェックしてください。海外については、対象となる国・地域を選択肢から選び、国・地域の番号を記入してください。

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、国・地域名の横の番号をご記入ください)			
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(新製品開発)	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₄				
	研究開発(現地市場向け仕様変更)	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₅				
	地域統括	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₆				
	物流	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₇				
	その他()	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₈				
<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. カンボジア 12. ミャンマー							
13. インド 14. パキスタン 15. バングラデシュ 16. オーストラリア 17. 米国 18. カナダ							
19. メキシコ 20. ブラジル 21. チリ 22. 西欧 23. 中・東欧 24. トルコ							
25. ロシア・CIS 26. 中東 27. アフリカ 28. その他()							

問12 国内および海外での雇用・設備投資見通し

国内および海外での雇用と設備投資の今後(2013年度も含め3カ年度程度)の見通しについてどのようにお考えですか。該当する項目をそれぞれ一つずつチェックしてください。

	雇用			設備投資		
日本国内	<input type="checkbox"/> ₁ 拡大	<input type="checkbox"/> ₂ 現状維持	<input type="checkbox"/> ₃ 縮小	<input type="checkbox"/> ₄ 拡大	<input type="checkbox"/> ₅ 現状維持	<input type="checkbox"/> ₆ 縮小
海外	<input type="checkbox"/> ₁ 拡大	<input type="checkbox"/> ₂ 現状維持	<input type="checkbox"/> ₃ 縮小	<input type="checkbox"/> ₄ 拡大	<input type="checkbox"/> ₅ 現状維持	<input type="checkbox"/> ₆ 縮小

問13 海外進出を拡大する理由【問9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】

海外進出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ください。

- 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 為替変動の影響回避 ₅ 人件費、税負担など国内コスト要因 ₆ 国内規制(労働・環境など)の厳しさ
- ₇ 海外での FTA 締結の進展 ₈ その他()

問 14 現地化に向けた取り組み【現在、海外に拠点がある企業の方へ】

経営の現地化を進めるにあたり、どのような取り組みをしていますか。該当する項目を全てチェックしてください。

- ₁ 現地化を意識した現地人材の研修・育成の強化 ₂ 現地化を意識した即戦力となる現地人材の採用
₃ 現地化を意識した能力主義など人事制度の改正 ₄ 現地人材の役員・管理職への積極的な登用
₅ 現地における製品・サービス開発力の強化 ₆ 本社から現地への権限委譲の拡大
₇ M&A による人材・経営資源の獲得 ₈ 現地化の取り組みはしていない
₉ その他()

問 15 現地化を進める上での課題【現在、海外に拠点がある企業の方へ】

経営の現地化を進めるに当たっての問題点は何ですか。該当する項目を全てチェックしてください。

- ₁ 幹部候補人材の採用難 ₂ 幹部候補人材の離職率の高さ
₃ 人材登用について本社方針との不一致 ₄ 現地人材の語学力(日本語および英語)
₅ 現地人材の能力・意識 ₆ 日本人駐在員削減の難しさ
₇ 現地人材の育成が進まない ₈ 本社から現地への権限委譲が進まない
₉ 現地における製品・サービス開発力の弱さ ₁₀ 現地における営業・マーケティング力の弱さ
₁₁ その他の問題() ₁₂ 特に問題はない

問 16 海外/国内の拠点・機能の再編

貴社は、①海外拠点間での再編*(海外→海外)、②日本国内から海外への生産機能などの移管(日本→海外)、もしくは③海外事業からの撤退(海外→日本)のいずれかを過去 2～3 年の間に行いましたか、また今後 2～3 年の間に行う予定ですか。再編もしくはその計画の有無について、該当する項目にチェックしてください。

再編がある場合は、移管元/先の国(日本を含む)の番号を一つずつ記入し、またその機能と理由を全て選択して番号を記入してください。複数の再編・計画がある場合は、それぞれ最も重要度の高いものについてお答えください。

	移管元		移管先	機能	理由
<input type="checkbox"/> ₁ 海外拠点・機能の再編を、過去2～3年の間で行った。		→			
<input type="checkbox"/> ₂ 海外拠点・機能の再編を、今後2～3年以内に行う予定である。		→			
例: 中国から日本に生産機能を移管の場合 →	1		29	2, 3	1, 2, 9
<input type="checkbox"/> ₃ 海外拠点・機能の再編を、過去2～3年間で行っていない/今後2～3年の間に行う予定はない。					
<選択肢:国名(移管元・移管先)>					
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. カンボジア 12. ミャンマー 13. インド 14. パキスタン 15. バングラデシュ 16. オーストラリア 17. 米国 18. カナダ 19. メキシコ 20. ブラジル 21. チリ 22. 西欧 23. 中・東欧 24. トルコ 25. ロシア・CIS 26. 中東 27. アフリカ 28. その他 29. 日本					
<選択肢:機能>					
1. 販売 2. 生産(汎用品) 3. 生産(高付加価値品) 4. 研究開発(新製品開発) 5. 研究開発(現地市場向け仕様変更) 6. 地域統括機能 7. 物流機能 8. その他()					
<選択肢:理由>					
1. 生産コスト・人件費が上昇してきたため。 2. 国内外の需要の増減に対応するため。 3. 機能を一箇所に集中したほうが、効率的であるため。 4. 機能を一箇所に集中するリスクが高くなってきたため。 5. 現地販売が不振であるため。 6. 税制上の優遇措置があるため。 7. 税制上のメリットがなくなった/薄くなったため。 8. FTAにより輸入関税やその他輸入障壁が下がり/下がる予定で、現地で生産するメリットが薄れたため。 9. 取引先企業の要望に対応するため。 10. 労務上の問題等リスク懸念要素が顕在化してきたため。 11. 為替レートの大変動に対応するため。 12. その他()					

* 本設問で「再編」とは、国内または海外の拠点が有する生産等の機能の完全移管のほか、一部の取扱品目や機能の部分的な移管を含みます。

IV 自由貿易協定(FTA)の活用

問 17 日本の FTA(EPA)の利用状況

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、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ください)。

	現在、次の国との間で輸出または輸入を行っている場合はチェックしてください。		現在、輸出または輸入を行っている国について、日本との間で発効している FTA を利用しているか、お答えください。	日本からの輸出に際して、FTA の優遇税率を利用している/利用を検討していますか。			日本への輸入に際して、FTA の優遇税率を利用している/利用を検討していますか。		
	輸出している	輸入している		利用している	利用を検討中	利用していない	利用している	利用を検討中	利用していない
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 FTA 利用上の問題点【問 17 で日本からの輸出で、FTA を利用していると 1 カ国以上で回答された方へ】

輸出での FTA/EPA 利用に際して、問題だと感じている点があれば、該当する項目を全てチェックしてください。特に問題がない場合は、□₉ のみにチェックしてください。

- 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 原産地判定/証明書発給までの時間が長い。
- ₄ 品目ごとに原産地判定基準が異なり、煩雑。
- ₅ 輸出のたびに証明書発給申請が必要であり、手間。
- ₆ 輸入国通関で、FTA 適用上のトラブルを経験。
- ₇ 社内で FTA 利用の体制が整っていない。
- ₈ FTA/EPA の利用に関する情報が少ない。
- ₉ 特に問題はない。
- ₁₀ その他()

問 19 日本以外の FTA の利用状況

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。そして、それらの国・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ください)。

	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、お答えください。	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-オーストラリア-NZ	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
タイ-オーストラリア	<input type="checkbox"/> ₁	→	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
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
NAFTA(米-カナダ-メキシコ)	<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 新興国の魅力・長所

貴社が海外ビジネスを行っている、または貴社が新規に海外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魅力・長所をどのように評価していますか。該当する全ての国について、魅力・長所であると思われる項目を全てチェックしてください。

	市場規模・成長性	インフラ（電力、運輸、通信等）の充実	各種手続き等が迅速	関連産業の集積 （現地調達が可能）	取引先（納入先）企業の集積	人件費の安さ、豊富な労働力	従業員の定着率の高さ	従業員の質の高さ	豊富、地価・賃料の安さ	土地・事務所スペースが豊富、地価・賃料の安さ	税制面でのインセンティブ（法人税、関税など）	投資奨励制度の充実	安定した政治・社会情勢	言語・コミュニケーション上の障害の少なさ	優れている 駐在員の生活環境が	その他（ ）
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	

問 21 新興国のビジネスリスク

貴社が海外ビジネスを行っている、または貴社が新規に海外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。該当する全ての国について、リスク・問題があると思われる項目を全てチェックしてください。特段のリスク・問題がない場合は15 をチェックしてください。

	為替リスクが高い	インフラが未整備	法律制度が未整備、運用に問題あり	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	労働力の不足・人材採用難	労務上の問題あり	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	税務上のリスク・問題あり	代金回収上のリスク・問題あり	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	消費者運動・排斥運動（不買運動等）	環境汚染に問題あり	自然災害リスクまたは認識していない	特段のリスク・問題を認識していない
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	
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	

VI 中国におけるビジネス展開

問 22 中国におけるビジネスリスク

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 23 中国ビジネスへの影響

2012年9月中旬以降の日中関係の情勢に関して、貴社の現在(2013年11月)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 影響がある。
- ₂ 影響はない。
- ₃ 中国とビジネスをしていない。
- ₄ 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 今後の中国でのビジネス展開

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。

- ₁ 既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する。
- ₂ 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。
- 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。
- ₆ まだ、分からない。
- ₇ 今後ともビジネス展開は行わない。

問 25 今後も中国ビジネスを拡大・維持する理由【問 24 で□₁(既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する)、□₂(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】

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 26 中国ビジネスの縮小・撤退を検討する理由【問 24 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】

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()

VII 今後の有望市場と課題

問 27 今後の有望市場

貴社にとっての今後(2013年度も含め3カ年度程度)の重点国・地域を全てチェックしてください。

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 カンボジア	<input type="checkbox"/> ₁₂ ラオス
	<input type="checkbox"/> ₁₃ ミャンマー	<input type="checkbox"/> ₁₄ インド	<input type="checkbox"/> ₁₅ パキスタン	<input type="checkbox"/> ₁₆ バングラデシュ
	<input type="checkbox"/> ₁₇ オーストラリア	<input type="checkbox"/> ₁₈ スリランカ		
北米・中南米	<input type="checkbox"/> ₁₉ 米国	<input type="checkbox"/> ₂₀ カナダ	<input type="checkbox"/> ₂₁ メキシコ	<input type="checkbox"/> ₂₂ ブラジル
	<input type="checkbox"/> ₂₃ アルゼンチン	<input type="checkbox"/> ₂₄ チリ	<input type="checkbox"/> ₂₅ ベネズエラ	<input type="checkbox"/> ₂₆ ペルー
	<input type="checkbox"/> ₂₇ コロンビア			
欧州・ロシア	<input type="checkbox"/> ₂₈ 英国	<input type="checkbox"/> ₂₉ ドイツ	<input type="checkbox"/> ₃₀ フランス	<input type="checkbox"/> ₃₁ イタリア
	<input type="checkbox"/> ₃₂ スペイン	<input type="checkbox"/> ₃₃ オランダ	<input type="checkbox"/> ₃₄ スイス	<input type="checkbox"/> ₃₅ ポーランド
	<input type="checkbox"/> ₃₆ チェコ	<input type="checkbox"/> ₃₇ ハンガリー	<input type="checkbox"/> ₃₈ ルーマニア	<input type="checkbox"/> ₃₉ トルコ
	<input type="checkbox"/> ₄₀ ロシア	<input type="checkbox"/> ₄₁ カザフスタン	<input type="checkbox"/> ₄₂ ウクライナ	<input type="checkbox"/> ₄₃ ウズベキスタン
中東・アフリカ	<input type="checkbox"/> ₄₄ イラン	<input type="checkbox"/> ₄₅ サウジアラビア	<input type="checkbox"/> ₄₆ アラブ首長国連邦	<input type="checkbox"/> ₄₇ エジプト
	<input type="checkbox"/> ₄₈ イラク	<input type="checkbox"/> ₄₉ イスラエル	<input type="checkbox"/> ₅₀ 南アフリカ共和国	<input type="checkbox"/> ₅₁ ナイジェリア
	<input type="checkbox"/> ₅₂ コートジボワール	<input type="checkbox"/> ₅₃ ケニア	<input type="checkbox"/> ₅₄ タンザニア	<input type="checkbox"/> ₅₅ モロッコ
その他	<input type="checkbox"/> ₅₆ その他()			

問 28 輸出・海外進出の課題

輸出ビジネスまたは海外進出を行う上での課題・不足している点について、該当する項目を全てチェックしてください。

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ₁ 現地市場に関する情報(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 海外の制度情報(関税率、規制・許認可など) | <input type="checkbox"/> ₄ 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 海外ビジネスを担う人材 | <input type="checkbox"/> ₈ コスト競争力 |
| <input type="checkbox"/> ₉ その他() | <input type="checkbox"/> ₁₀ 特にない。 |

問 29 海外ビジネスに必要な情報の入手

貴社の海外情報の主な入手先、入手方法について、該当する項目を全てチェックしてください。

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ₁ 外国政府・団体による公開情報 | <input type="checkbox"/> ₂ 業界・経済団体やジェトロなどの公的機関 |
| <input type="checkbox"/> ₃ 海外の取引先(顧客、販売代理店、合弁・技術提携先等) | <input type="checkbox"/> ₄ 金融機関やコンサルタント |
| <input type="checkbox"/> ₅ 商社 | <input type="checkbox"/> ₆ マスコミ(テレビ、新聞、経済雑誌等) |
| <input type="checkbox"/> ₇ 自社による現地訪問 | <input type="checkbox"/> ₈ その他() |
| <input type="checkbox"/> ₉ 特段の対応をとっていない。 | |

問 30 海外ビジネスパートナーの開拓

海外ビジネスパートナーを見つけるための方策について、該当項目を全てチェックしてください。

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ₁ 展示・商談会などへの出展・参加 | <input type="checkbox"/> ₂ 業界・経済団体やジェトロなど公的機関からの情報提供 |
| <input type="checkbox"/> ₃ 社内人材が有する人脈の活用 | <input type="checkbox"/> ₄ 現地取引先(顧客、合弁・技術提携先等)を活用 |
| <input type="checkbox"/> ₅ 自社に招いた外国人研修生の人脈を活用 | <input type="checkbox"/> ₆ 金融機関やコンサルタントからの紹介 |
| <input type="checkbox"/> ₇ 商社からの紹介 | <input type="checkbox"/> ₈ プライベートの人脈を活用 |
| <input type="checkbox"/> ₉ インターネット検索等で得られる情報を活用 | <input type="checkbox"/> ₁₀ 海外企業側からアプローチがあった。 |
| <input type="checkbox"/> ₁₁ その他() | <input type="checkbox"/> ₁₂ 特段の対応をとっていない。 |

問 31 海外販路開拓のための工夫

海外販路開拓のためにどのような工夫をしていますか。該当項目を全てチェックしてください。

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ₁ 展示・商談会への出展・参加 | <input type="checkbox"/> ₂ 現地で広告・宣伝活動を積極的に展開 |
| <input type="checkbox"/> ₃ 取引先候補を個別訪問 | <input type="checkbox"/> ₄ 現地ニーズ把握のための市場調査を強化 |
| <input type="checkbox"/> ₅ 日系の販売代理店を活用 | <input type="checkbox"/> ₆ 非日系の販売代理店を活用 |
| <input type="checkbox"/> ₇ 既存顧客や提携相手に協力を要請 | <input type="checkbox"/> ₈ その他() |
| <input type="checkbox"/> ₉ 特段の対応をとっていない。 | |

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。

2013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～
2014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

Copyright© 2014 JETRO. All rights reserved.

アンケート返送先 FAX : 03-3582-5309

e-mail : ORI @jetro. go. jp

日本貿易振興機構 海外調査部 国際経済研究課宛

● ジェトロアンケート ●

調査タイトル : 2013 年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

ジェトロでは、日本企業が海外展開する際の参考情報を提供することを目的に本調査を実施いたしました。お手数ですが、アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査の参考にさせていただきます。

■ 質問 1 :送付させて頂きました「2013 年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」について、感想をお聞かせ下さい (○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
		部署名
	<input type="checkbox"/> 個人	お名前

※ご提供頂いたお客様の個人情報については、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。

～ご協力有難うございました～