

JETRO

2023年度

海外進出日系企業実態調査 | 北米編

-賃金上昇や人手不足など雇用面に根強い課題感-

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部

2023年12月5日



目次

| | <米国編> | <カナダ編> |
|------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| I. 調査結果のポイント | <u>p.2</u> | <u>p.2</u> |
| II. 調査概要 | <u>p.4-7</u> | <u>p.43-45</u> |
| III. 営業利益見通し | <u>p.8-12</u> | <u>p.46-50</u> |
| IV. 経営上の課題と対応策 | <u>p.13-14</u> | <u>p.51-52</u> |
| V. 雇用環境と賃金実態 | <u>p.15-19</u> | <u>p.53-57</u> |
| 1. 雇用環境 | <u>p.15-16</u> | <u>p.53-54</u> |
| 2. 賃金実態 | <u>p.17-19</u> | <u>p.55-57</u> |
| VI. サプライチェーンの見直し | <u>p.20-27</u> | <u>p.58-63</u> |
| 1. 調達 | <u>p.20-22</u> | <u>p.58-60</u> |
| 2. 生産 | <u>p.23-24</u> | <u>p.61</u> |
| 3. 販売 | <u>p.25-27</u> | <u>p.62-63</u> |
| VII. 事業展開の方向性 | <u>p.28-31</u> | <u>p.64-66</u> |
| VIII. ESGへの対応 | <u>p.32-39</u> | <u>p.67-72</u> |
| 1. ビジネスと人権 | <u>p.32-35</u> | <u>p.67-69</u> |
| 2. 脱炭素化への対応 | <u>p.36-39</u> | <u>p.70-72</u> |
| IX. 米国連邦政府の政策影響（米国のみ） | <u>p.40-41</u> | |

調査結果のポイント

- 黒字見込みは6割台半ば、新型コロナ禍前に及ばず -

- ❖ 2023年に黒字を見込む企業は、在米国日系企業で64.8%、在カナダ日系企業で65.4%。2019年の新型コロナ禍前の水準には未だ及ばず。景況感を示すDI値は、米国、カナダとも、前年を大きく下回った。
- ❖ 他方、今後1~2年の事業展開の方向性は、現地市場ニーズの拡大を見込み、**拡大を予定する企業**の割合が米国、カナダともに**5割前後**。米国では経済規模の大きいカリフォルニア州、テキサス州などでの拡大を見込む。

-賃金上昇や人手不足など雇用面に根強い課題感 -

- ❖ 経営課題は、(1) 従業員の賃金水準の上昇、(2) 人手不足による採用難や定着難、(3) 高止まりするインフレによる調達コスト増など。
- ❖ 人材不足の課題に直面していると回答した企業は米国で7割、カナダで6割。職種別には、特に**工場作業員やエンジニアなど専門職種**で人材不足の深刻度が高かった。

- 調達先をASEANへシフトする動きが顕著に -

- ❖ サプライチェーン再編の動きは継続。調達先を見直す企業は米国製造業で4割を超える。変更後の調達先は、米国内(72件)での現地調達が最多。これにASEAN(24件)が前年(14件)から増加し続いた。中でも、**中国からASEAN(15件)**へのシフトが目立った。

- 人権尊重や脱炭素化の課題認識が高まる -

- ❖ **人権を重要な経営課題**と認識する企業は**米国、カナダともに8割前後**。前年比で20ポイント以上増加。他方、人権デューディリジェンスを実施する企業は米国で3割に至らず。また、人権尊重や脱炭素化の取り組みにおいて、**大企業と中小企業の差が浮き彫り**に。

JETRO

米国編（第42回調査）



1 | 本年度調査の概要

調査目的

米国に進出する日系企業の経営状況、現地でのビジネス環境の変化などについて把握し、日本企業の海外事業戦略立案や関係機関の施策立案に資することを目的とする。

実施時期

2023年9月6～26日

有効回答率

42.7%

(回答企業数 724社 / 1,694社)

調査対象

在米日系企業（製造業・非製造業）のうち、直接出資および間接出資を含めて、日本の親会社の出資比率が10%以上の企業、日本企業の支店が対象。

備考

本調査は1981年より実施しており、今回は42回目となる（2004年度は実施せず。）

回答企業業種別・州別内訳

(単位：社、%)

| | | 企業数 | 構成比 | | |
|------------|-----|------|----------|-----|------|
| 全業種 | | 724 | 100 | | |
| 業種別 | | | | | |
| 製造業 | 企業数 | 構成比 | 非製造業 | 企業数 | 構成比 |
| | 402 | 55.5 | | 322 | 44.5 |
| 自動車等部品 | 59 | 8.1 | 販売会社 | 96 | 13.3 |
| 一般機械 | 54 | 7.5 | 商社・卸売業 | 63 | 8.7 |
| 化学・医薬 | 53 | 7.3 | 情報通信業 | 30 | 4.1 |
| 鉄・非鉄・金属 | 41 | 5.7 | 運輸業 | 29 | 4.0 |
| 食料品 | 35 | 4.8 | 旅行・娯楽業 | 18 | 2.5 |
| 電気・電子機器 | 31 | 4.3 | 事業関連サービス | 17 | 2.3 |
| 電気・電子機器部品 | 27 | 3.7 | 建設業 | 13 | 1.8 |
| プラスチック製品 | 25 | 3.5 | 金融・保険業 | 12 | 1.7 |
| 精密・医療機器 | 15 | 2.1 | 不動産・賃貸業 | 12 | 1.7 |
| ゴム・窯業・土石 | 14 | 1.9 | 鉱業・エネルギー | 9 | 1.2 |
| 自動車等 | 8 | 1.1 | 小売業 | 7 | 1.0 |
| 紙・木製品・印刷 | 5 | 0.7 | 教育・医療 | 2 | 0.3 |
| 繊維・衣服 | 5 | 0.7 | 飲食業 | 1 | 0.1 |
| 鉄道・運搬車両等 | 5 | 0.7 | その他非製造業 | 13 | 1.8 |
| 鉄道・運搬車両等部品 | 3 | 0.4 | | | |
| その他製造業 | 22 | 3.0 | | | |

(注1) 調査結果の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100とはならない。

(注2) アンケートに回答した企業が、各設問全てに回答したわけではない。回答率は、各設問の回答者数を基数として算出した。

(注3) 次ページ以降の図表中、特に記載のない場合、括弧内数値は回答企業数を示す。

(注4) 各選択肢の回答企業数の分母が一定数に満たない業種や選択肢は対象から外した。

2 | 回答企業の所在州

回答企業および主要工場の所在州内訳

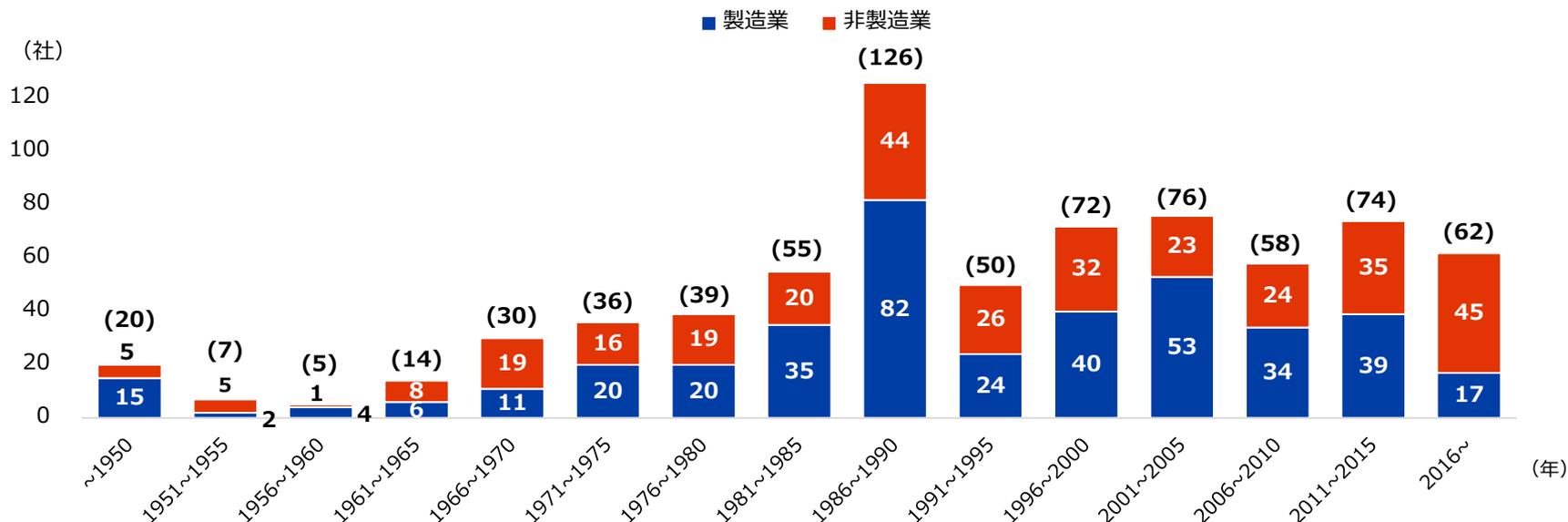
(単位：社)

| 回答企業数 | 回答企業の所在州 | | | 主要工場の 所在州 |
|--------------|----------|------|-----|--------------|
| | 製造業 | 非製造業 | 全業種 | 全業種 |
| | 724 | | | 458 |
| 北東部 | 39 | 76 | 115 | 34 |
| CT コネチカット | 2 | 3 | 5 | 3 |
| ME メーン | 0 | 0 | 0 | 0 |
| MA マサチューセッツ | 5 | 3 | 8 | 5 |
| NH ニューハンプシャー | 2 | 0 | 2 | 2 |
| NJ ニュージャージー | 10 | 12 | 22 | 4 |
| NY ニューヨーク | 10 | 55 | 65 | 6 |
| PA ペンシルベニア | 8 | 3 | 11 | 12 |
| RI ロードアイランド | 2 | 0 | 2 | 2 |
| VT バーモント | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 中西部 | 139 | 70 | 209 | 155 |
| IL イリノイ | 45 | 44 | 89 | 27 |
| IN インディアナ | 21 | 2 | 23 | 32 |
| IA アイオワ | 1 | 0 | 1 | 2 |
| KS カンザス | 4 | 1 | 5 | 7 |
| MI ミシガン | 21 | 20 | 41 | 25 |
| MN ミネソタ | 5 | 0 | 5 | 3 |
| MO ミズーリ | 2 | 0 | 2 | 7 |
| NE ネブラスカ | 1 | 0 | 1 | 3 |
| ND ノースダコタ | 0 | 0 | 0 | 0 |
| OH オハイオ | 35 | 3 | 38 | 42 |
| SD サウスダコタ | 0 | 0 | 0 | 1 |
| WI ウィスコンシン | 4 | 0 | 4 | 6 |

| | 回答企業の所在州 | | | 主要工場の 所在州 |
|--------------|----------|------|-----|--------------|
| | 製造業 | 非製造業 | 全業種 | 全業種 |
| 南部 | 140 | 56 | 196 | 196 |
| AL アラバマ | 7 | 0 | 7 | 8 |
| AR アーカンソー | 1 | 0 | 1 | 1 |
| DE デラウェア | 0 | 1 | 1 | 0 |
| FL フロリダ | 3 | 1 | 4 | 5 |
| GA ジョージア | 36 | 7 | 43 | 32 |
| KY ケンタッキー | 25 | 5 | 30 | 42 |
| LA ルイジアナ | 1 | 0 | 1 | 4 |
| MD メリーランド | 1 | 2 | 3 | 1 |
| MS ミシシッピ | 4 | 0 | 4 | 8 |
| NC ノースカロライナ | 4 | 5 | 9 | 15 |
| OK オクラホマ | 0 | 0 | 0 | 1 |
| SC サウスカロライナ | 4 | 0 | 4 | 6 |
| TN テネシー | 21 | 1 | 22 | 25 |
| TX テキサス | 27 | 31 | 58 | 31 |
| VA バージニア | 3 | 2 | 5 | 11 |
| WV ウェストバージニア | 3 | 0 | 3 | 6 |
| DC ワシントンDC | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 西部 | 84 | 120 | 204 | 73 |
| AK アラスカ | 0 | 0 | 0 | 0 |
| AZ アリゾナ | 5 | 0 | 5 | 5 |
| CA カリフォルニア | 67 | 109 | 176 | 44 |
| CO コロラド | 1 | 2 | 3 | 2 |
| HI ハワイ | 2 | 3 | 5 | 3 |
| ID アイダホ | 0 | 0 | 0 | 0 |
| MT モンタナ | 0 | 0 | 0 | 0 |
| NV ネバダ | 2 | 1 | 3 | 2 |
| NM ニューメキシコ | 0 | 0 | 0 | 1 |
| OR オレゴン | 4 | 2 | 6 | 10 |
| UT ユタ | 1 | 0 | 1 | 0 |
| WA ワシントン | 2 | 3 | 5 | 5 |
| WY ワイオミング | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 計 | 402 | 322 | 724 | 458 |

3 | 回答企業の設立年、拠点数、工場数

回答企業の設立年



回答企業の拠点数の内訳

| 回答企業数 | 633 | | | 拠点数 総計 |
|-------|---------|------|-----|-----------|
| | 企業数 (社) | | | |
| 拠点数 | 製造業 | 非製造業 | 全業種 | |
| 拠点なし | 2 | 7 | 9 | 0 |
| 1~5 | 325 | 224 | 549 | 945 |
| 6~10 | 27 | 22 | 49 | 364 |
| 11~15 | 8 | 4 | 12 | 155 |
| 16~20 | 2 | 1 | 3 | 55 |
| 21~25 | 0 | 5 | 5 | 108 |
| 26~30 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 30以上 | 2 | 4 | 6 | 613 |
| 計 | 366 | 267 | 633 | 2,240 |

回答企業の工場数の内訳

| 回答企業数 | 521 | | | 工場数 総計 |
|-------|---------|------|-----|-----------|
| | 企業数 (社) | | | |
| 工場数 | 製造業 | 非製造業 | 全業種 | |
| 工場なし | 70 | 173 | 243 | 0 |
| 1~5 | 251 | 10 | 261 | 374 |
| 6~10 | 14 | 0 | 14 | 94 |
| 11以上 | 2 | 1 | 3 | 41 |
| 計 | 337 | 184 | 521 | 509 |

4 従業員数・日本からの派遣者数： 1社あたりの中央値はそれぞれ45人、3人

- 回答企業の総従業員数は27万9,802人で、1社あたりの従業員数平均値は386人、中央値は45人。産業別で見ると、製造業の中央値は92人、非製造業の中央値は16人。
- 回答企業の日本からの総派遣者（駐在員）数は5,767人で、1社あたり派遣者数平均値は8人、中央値は3人。産業別で見ると、製造業の中央値は4人、非製造業の中央値は3人。

従業員数の平均値と中央値

(単位：人)

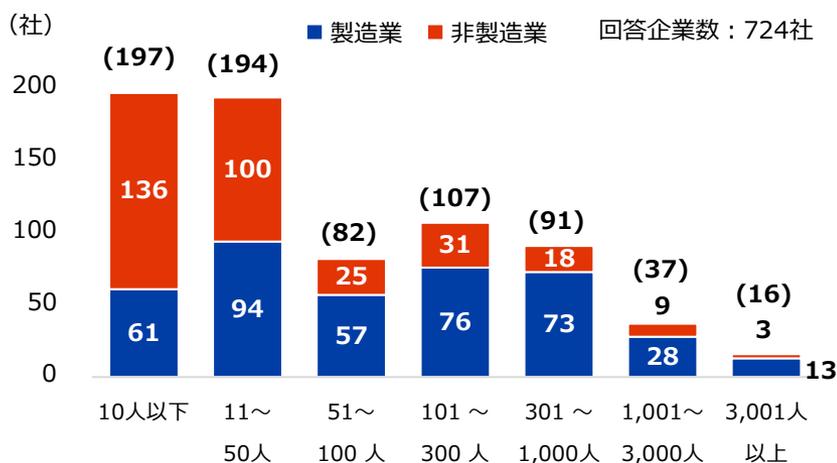
| | 総従業員数 | 平均値 | 中央値 |
|------------|---------|-----|-----|
| 全業種 (851) | 279,802 | 386 | 45 |
| 製造業 (488) | 206,567 | 514 | 92 |
| 非製造業 (363) | 73,235 | 227 | 16 |

日本からの派遣者数の平均値と中央値

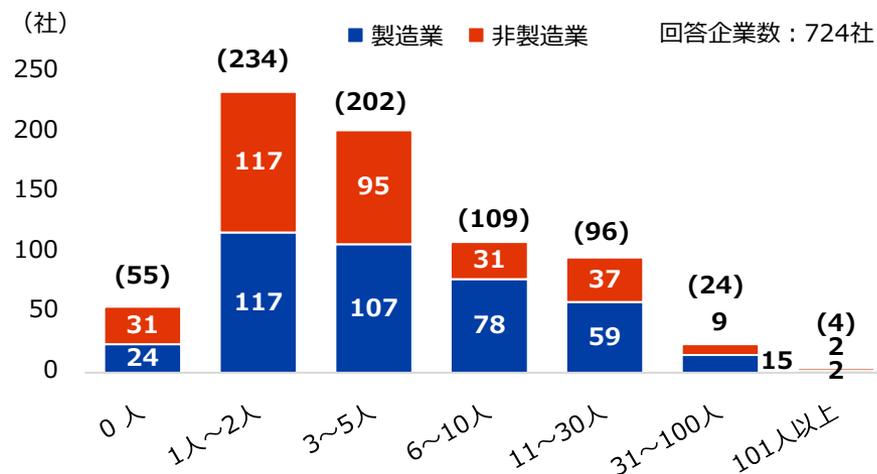
(単位：人)

| | 総派遣者数 | 平均値 | 中央値 |
|------------|-------|-----|-----|
| 全業種 (848) | 5,767 | 8 | 3 |
| 製造業 (485) | 3,660 | 9 | 4 |
| 非製造業 (363) | 2,107 | 7 | 3 |

産業別の従業員数内訳



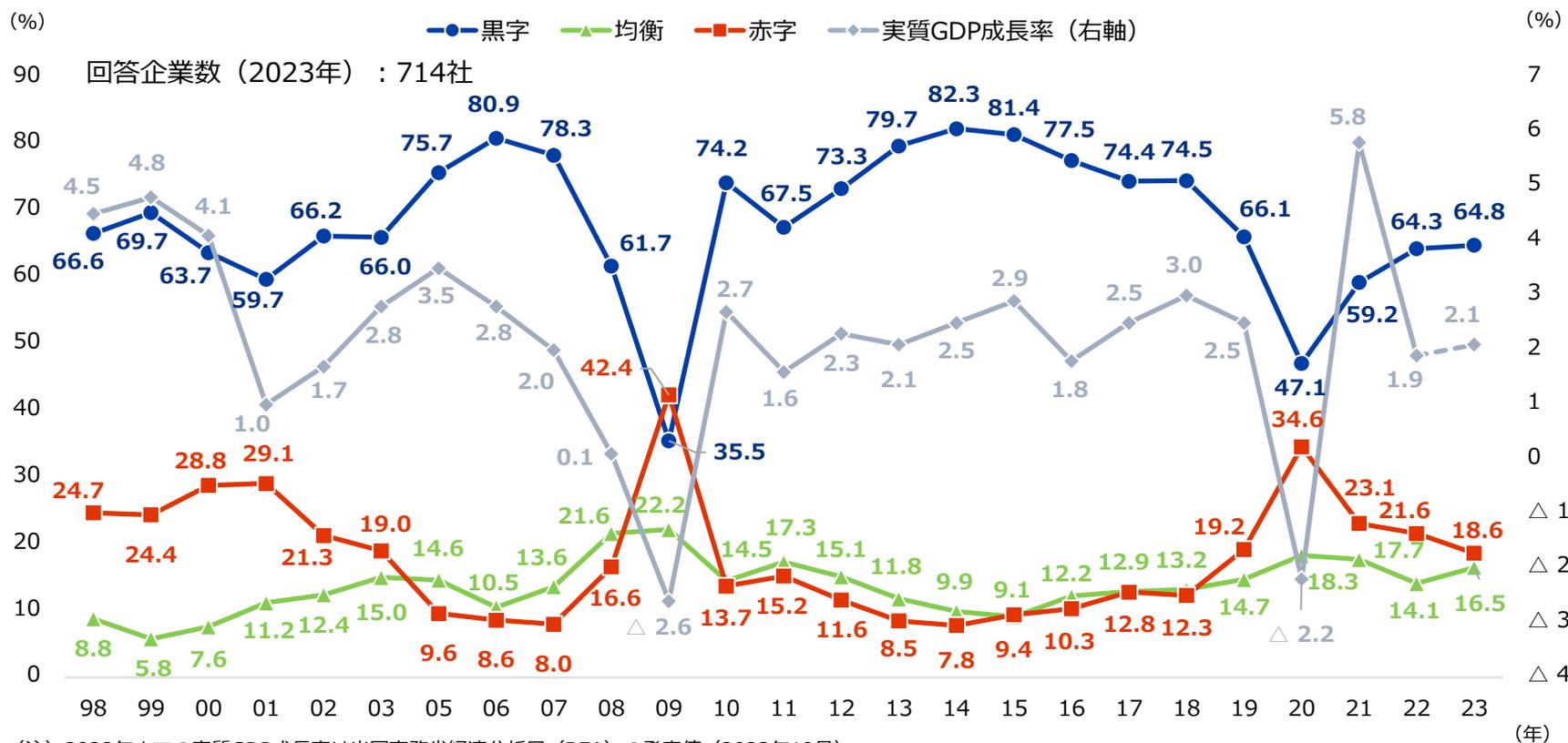
産業別の日本からの派遣者数内訳



1 | 2023年営業利益見込み： 黒字見込みは微増の6割台半ば、2019年水準に届かず

- 2023年に「黒字」を見込む企業は64.8%で、前年（64.3%）から0.5ポイント微増も、新型コロナ禍前の2019年（66.1%）の水準には及ばなかった。一方、「赤字」を見込む企業は18.6%で、前年（21.6%）から3.0ポイント減少し、2019年（19.2%）の水準をわずかに下回った。

営業利益見込みと米国の実質GDP成長率

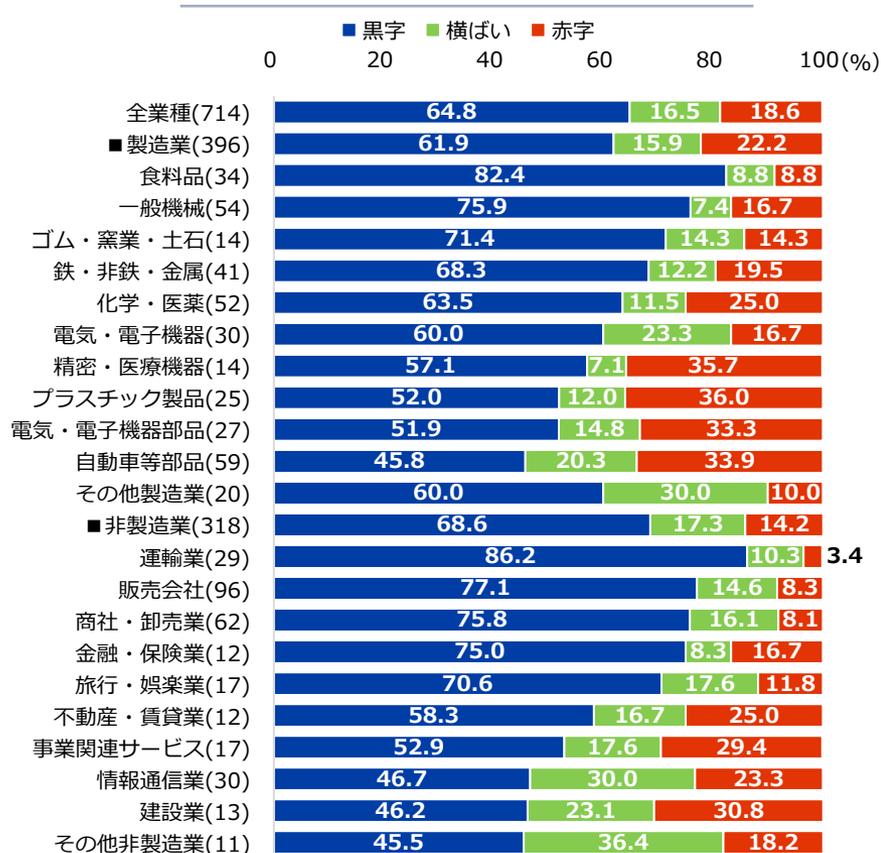


(注) 2022年までの実質GDP成長率は米国商務省経済分析局 (BEA) の発表値 (2023年10月)。
 2023年の実質GDP成長率は連邦公開市場委員会 (FOMC) 参加者による予測中央値 (2023年9月)。
 2004年度は調査を実施せず。

2 | 2023年営業利益見込み（業種別）： 自動車等部品は前年比大幅改善も5割未達

- 業種別黒字見込みは、新規・既存顧客との取引が順調な運輸業で86.2%と最大。
- 自動車等部品は半導体不足解消による自動車生産台数回復などで、黒字見込みが前年（17.1%）を大きく上回るも5割に届かず。人件費等の増加から赤字を見込む割合（33.9%）も大きい。
- 赤字見込みは、人員不足の影響などを受けたプラスチック製品で36.0%と最大。

2023年の営業利益見込み（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

営業利益黒字見込みに影響した要因（自由記述）

- 運輸業
 - ・ 新規ビジネスなどによる顧客の獲得、倉庫・設備移設需要の増加
- 自動車等部品
 - ・ 半導体不足解消による自動車生産台数の回復
- 食料品
 - ・ 値上げ効果、原料価格の安定、物流費の低下、外食需要の回復などによる売上げの増加
- 販売会社、商社・卸売業
 - ・ 自動車産業の活況、販売機会の増加、円安、納期・輸送費の正常化

営業利益赤字見込みに影響した要因（自由記述）

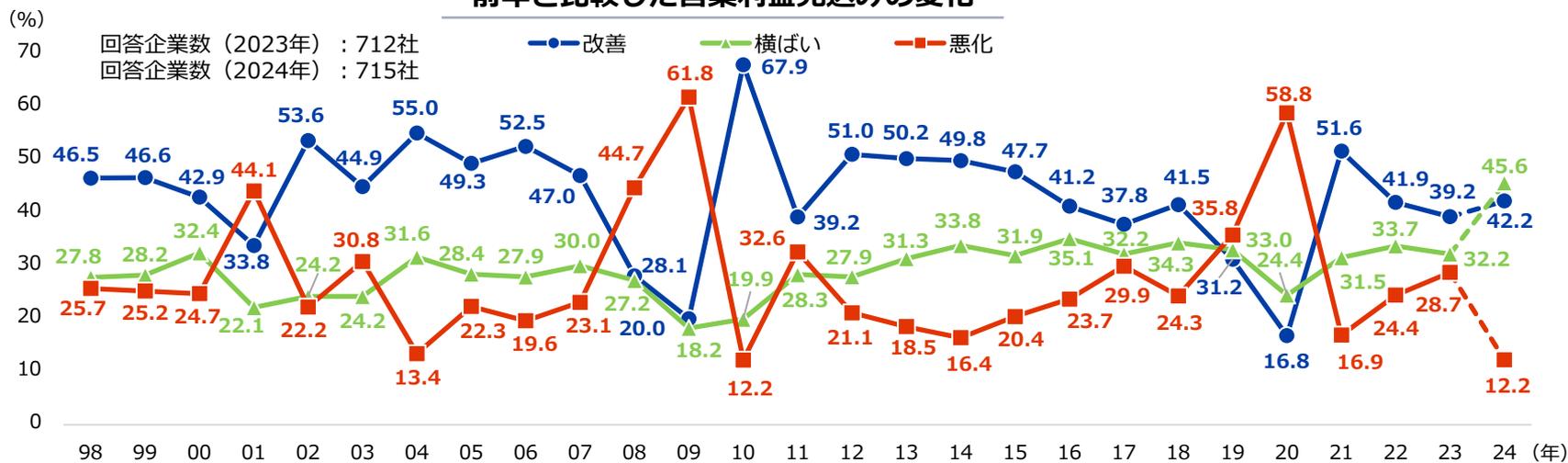
- プラスチック製品
 - ・ 工場の直接作業員やオペレーターなどの現場の人手不足、製造設備の移設・製品の変更
- 精密・医療機器
 - ・ 金利上昇による顧客投資の冷え込み、新型コロナ禍からの回復遅れ
- 自動車等部品
 - ・ 部材費・人件費・労務費の増加、人材不足

(注) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

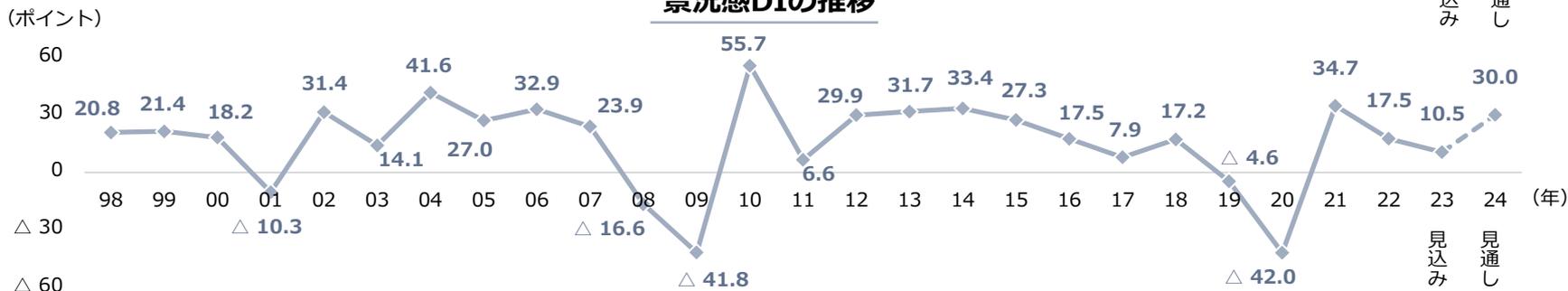
3 | 景況感DI： 2023年景況感は10.5と低下、2024年は改善の見通し

- 2023年の営業利益見込みについて、前年から「改善」が39.2%、「横ばい」は32.2%、「悪化」は28.7%。2024年に「改善」を見通す企業は42.2%。
- 2023年の景況感を示すDI（改善－悪化）は10.5で、プラスを維持したが、前年（17.5）から7.0ポイント低下。2024年は30.0と改善の見通し。

前年と比較した営業利益見込みの変化



景況感DIの推移

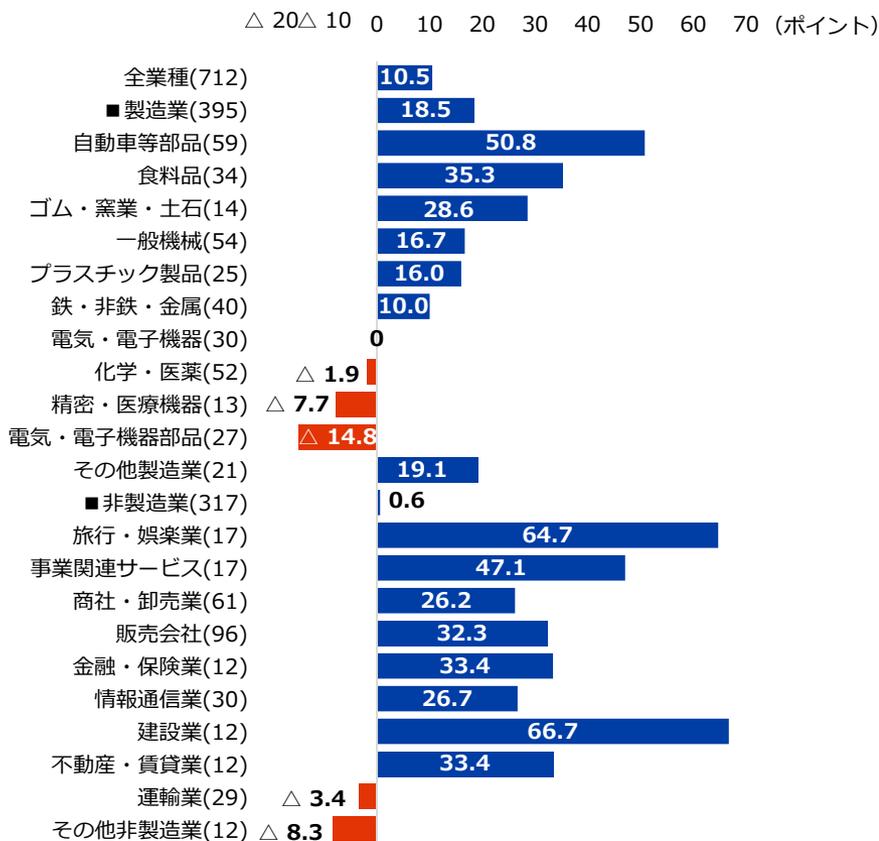


(注) 2004年度は調査を実施しなかったため、2003年度調査時点の見通しの数値。

4 | 景況感DI（業種別）： 2023年は自動車等部品や食料品で大幅改善

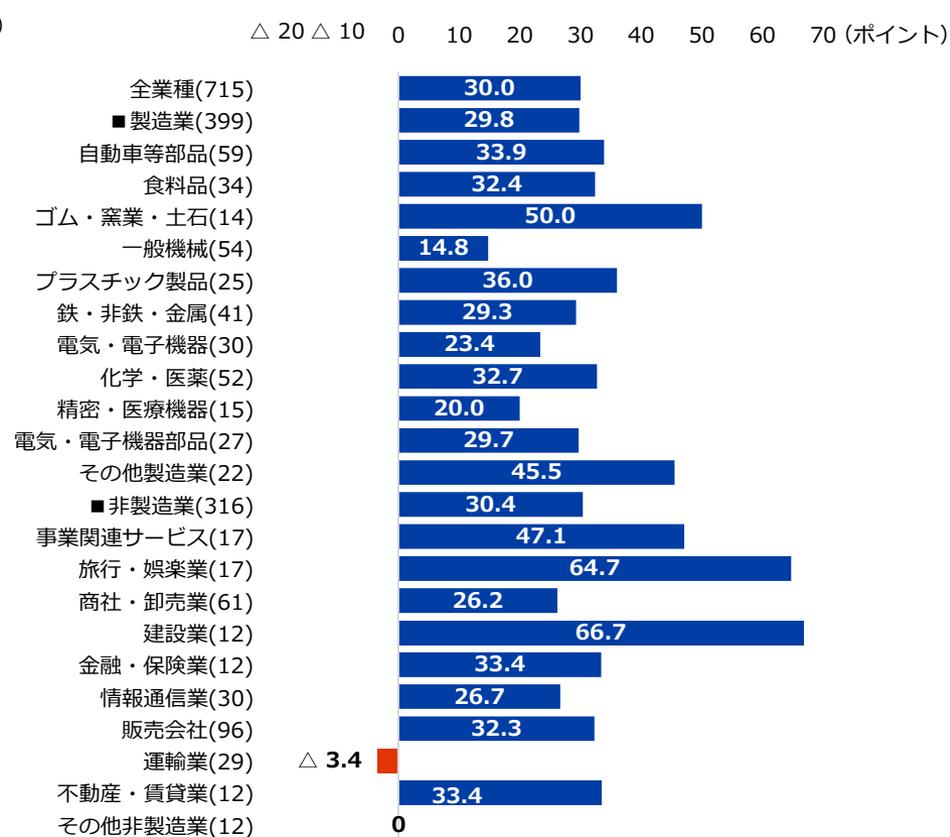
- 2023年の業種別DIは、自動車販売台数増加などにより自動車等部品（前年比76.9ポイント増）で大幅に改善したが、物流費の落ち着きなどの影響を受けた運輸業（46.9ポイント減）や、在庫圧縮などで需要が落ち込んだ電気・電子機器部品（46.8ポイント減）などで悪化した。
- 2024年は、電気・電子機器部品（44.5ポイント増）や化学・医薬（34.6ポイント増）で改善を見込む。

2023年の主な業種別の景況感DI（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2024年の主な業種別の景況感DI（業種別）

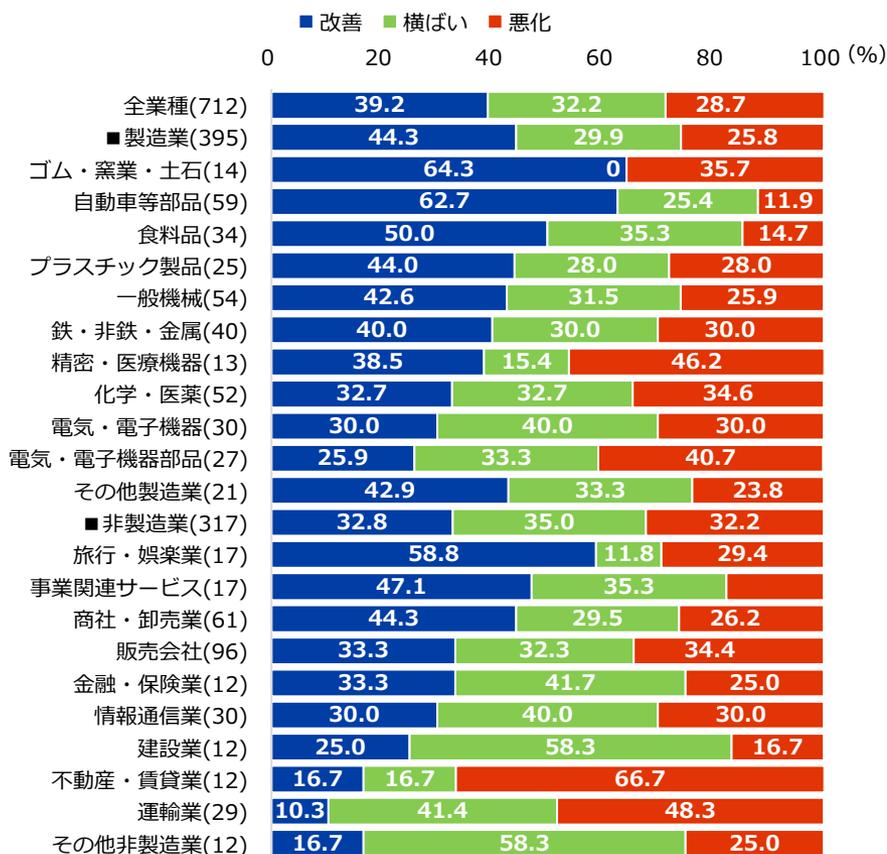


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

5 対前年比営業利益見込み（業種別）： 製造業で改善大、現地市場での需要増減要因が顕著

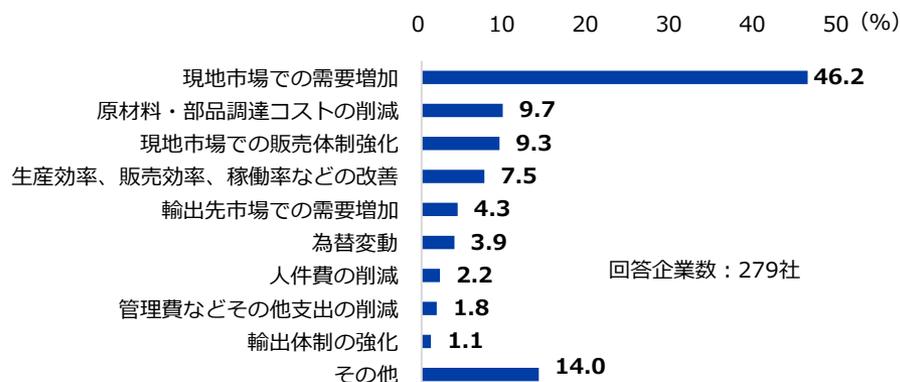
- 営業利益見込みが前年から改善したと回答した割合は製造業で大きく、業種別ではゴム・窯業・土石（64.3%）、自動車等部品（62.7%）のほか、非製造業で旅行・娯楽業（58.8%）で過半数に。
- 営業利益の改善、悪化の主因は現地市場での需要増減（改善：46.2%、悪化：44.6%）が最大。

2022年と比較した営業利益見込みの変化（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2023年の営業利益見込みが改善する理由（主因）



2023年の営業利益見込みが悪化する理由（主因）



1 経営上の課題： 賃金上昇や人手不足など雇用面の課題が引き続き顕著

- インフレや労働市場逼迫の影響を受け、賃金上昇や人手不足（採用・定着難、質の確保）など雇用面の課題が上位に。他方で、賃金上昇を選択した割合は前年（67.5%）から56.9%へとやや低下。
- 雇用面以外では、調達コストの上昇（前年50.7%→43.8%）や物流コストの上昇（前年56.9%→33.5%）は、引き続き課題意識が高く残るも、いずれも前年から低下。

経営上の課題（複数選択）

| 課題となっている事項 | 分類 | 割合 (%) |
|--------------|-----|--------|
| 従業員の賃金上昇 | 雇用面 | 56.9 |
| 従業員の採用 | 雇用面 | 51.4 |
| 新規顧客の開拓 | 販売面 | 47.7 |
| 従業員の質 | 雇用面 | 45.0 |
| 調達コストの上昇 | 調達面 | 43.8 |
| 従業員の定着率 | 雇用面 | 37.4 |
| 物流コストの上昇 | 調達面 | 33.5 |
| 駐在員の生活コスト上昇 | 雇用面 | 31.5 |
| 競合企業との競争激化 | 販売面 | 29.9 |
| 取引先・消費者の需要減退 | 販売面 | 27.7 |
| 品質管理 | 生産面 | 20.2 |

回答企業数：698社

（注）上位項目のみ抜粋、40%以上は太字。

具体的な課題（自由回答）

- **賃金上昇**
 - ・ インフレに合わせた賃金水準の上昇が利益を圧迫している【プラスチック製品、ゴム・窯業・土石、旅行・娯楽業など】
 - ・ 周辺企業と人材の獲得競争状態となっており、賃金の上昇が激しい【化学・医薬】
- **従業員の採用**
 - ・ 賃金水準の上昇に伴い、求める人材が目標コストで採用できない【食料品】
 - ・ ある程度の給与を提示しないと採用できない一方、既存の従業員の賃金水準とバランスを取るのが難しい【販売会社】
- **新規顧客の開拓**
 - ・ ハイブリッドワークの定着により、対面でのアポイントメント取得が困難に【電気・電子機器部品】
 - ・ 顧客が現地調達化を進める中、現地生産を行っていないことによる新規案件受注の難しさ【電気・電子機器部品】
 - ・ コロナ禍後、消費者の需要減退が著しい【情報通信業】
- **従業員の質**
 - ・ 従業員の高年齢化が進んでいる【商社・卸売業、販売会社】
 - ・ 従業員の労働意欲、仕事の正確さが期待するレベルにない【自動車等部品、一般機械】
 - ・ 定着率が低いため、技術継承ができず、品質に与える影響が大きい【電気・電子機器、ゴム・窯業・土石、一般機械】

（注）自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

2 | 経営上の課題への対応策： 対応策としても「賃金の引き上げ」が筆頭に

- 賃金上昇は経営課題の筆頭でありながら、採用・定着難や質の確保などを要因に、対応策としても既存社員賃金の引き上げ（44.1%）が筆頭。そのほか、教育・訓練強化（39.0%）、人員体制の強化（32.5%）、採用条件の改善（30.1%）などが上位に。
- 人件費以外での経費削減や、販売・調達価格の調整などの対応策も目立った。

経営上の課題への対応策（複数選択）

| 対応策 | 割合（%） |
|---------------|-------|
| 既存社員の賃金の引き上げ | 44.1 |
| 教育・訓練強化 | 39.0 |
| 販売価格の引き上げ | 36.4 |
| 人件費以外の経費削減 | 36.1 |
| 人員体制の強化 | 32.5 |
| 採用条件の改善 | 30.1 |
| 調達先との価格交渉 | 28.5 |
| リモートワークの維持 | 27.7 |
| 自動化・省力化の推進 | 26.4 |
| 販売チャネルの見直し・強化 | 26.2 |
| 新製品・サービスの開発 | 26.2 |
| 本社との意思疎通強化 | 25.4 |
| 現地人材の登用 | 20.6 |
| ブランド力の向上 | 20.6 |

回答企業数：621社

（注）上位項目のみ抜粋、30%以上は太字。

具体的な対応策（自由回答）

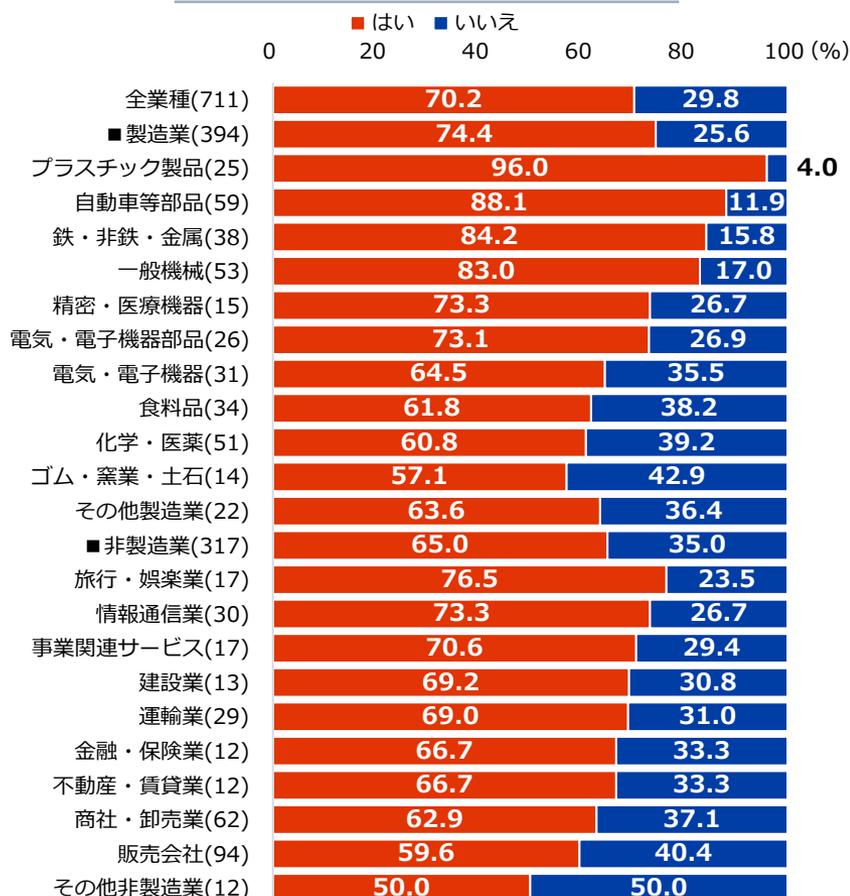
- **賃金の引き上げ・採用条件の改善**
 - ・ リモートワークの整備・承認、賃金引き上げにより離職率を抑えられている【化学・医薬、金融・保険業など】
 - ・ 賃金・福利厚生の見直しにより、採用・定着率を上げる【鉄・非鉄・金属、ゴム・窯業・土石など】
 - ・ 業界と同レベルの賃金を採用時に提示する【情報通信業】
- **教育・訓練強化**
 - ・ OJTやE-Learningなど新人トレーニングの見直し【自動車等部品、食料品、商社・卸売業など】
 - ・ 日本本社での研修を定着化【販売会社】
- **販売価格の引き上げ**
 - ・ 物価上昇や賃金上昇分の販売価格への転嫁【プラスチック製品】
 - ・ 業界慣習に捉われずに、コスト上昇に対して必要とされる値上げを段階的に実施【ゴム・窯業・土石】
- **人件費以外での経費削減**
 - ・ 調達の見直しや絞り込み、在庫削減や積み増し【一般機械、鉄・非鉄・金属など】
 - ・ デジタル化、DX推進による業務効率化【建設業、販売会社など】

（注）自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

1 人材不足への直面 約7割が課題と認識、前年からは改善

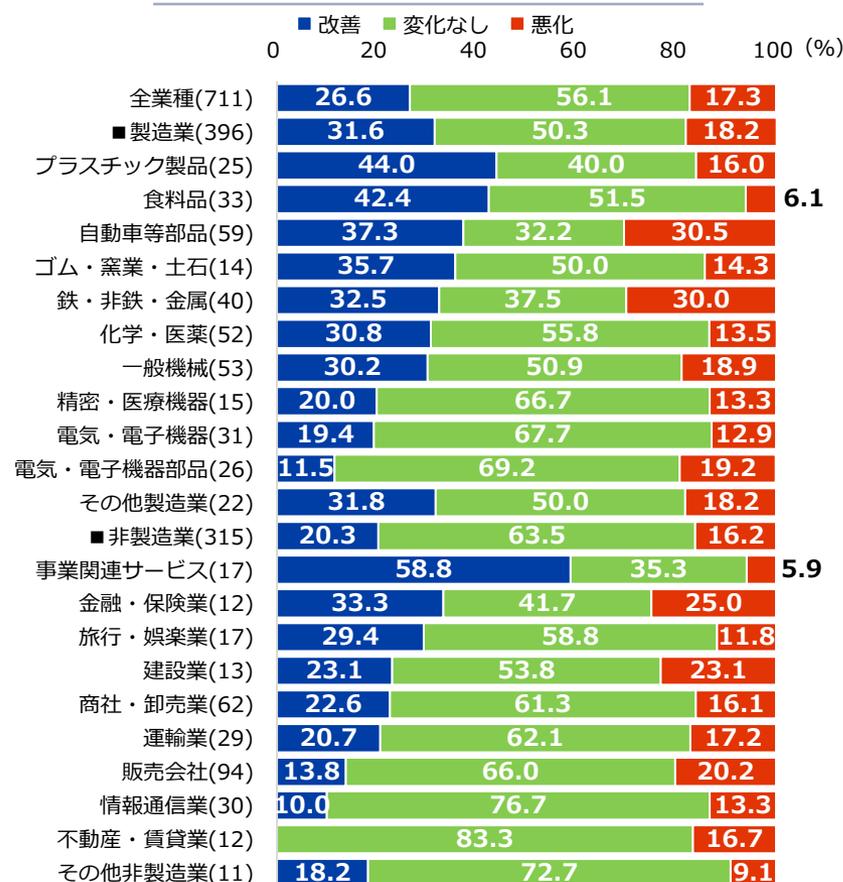
- 回答企業の約7割が人材不足の課題に直面、ほとんどの業種で半数超え。
- 2022年8～9月から「改善」したと回答した企業の割合は26.6%と、「悪化」（17.3%）を上回った。ただし、電気・電子機器部品、販売会社、情報通信業、不動産・賃貸業では悪化が上回る。

人材不足の課題の有無（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2022年8～9月からの変化（業種別）

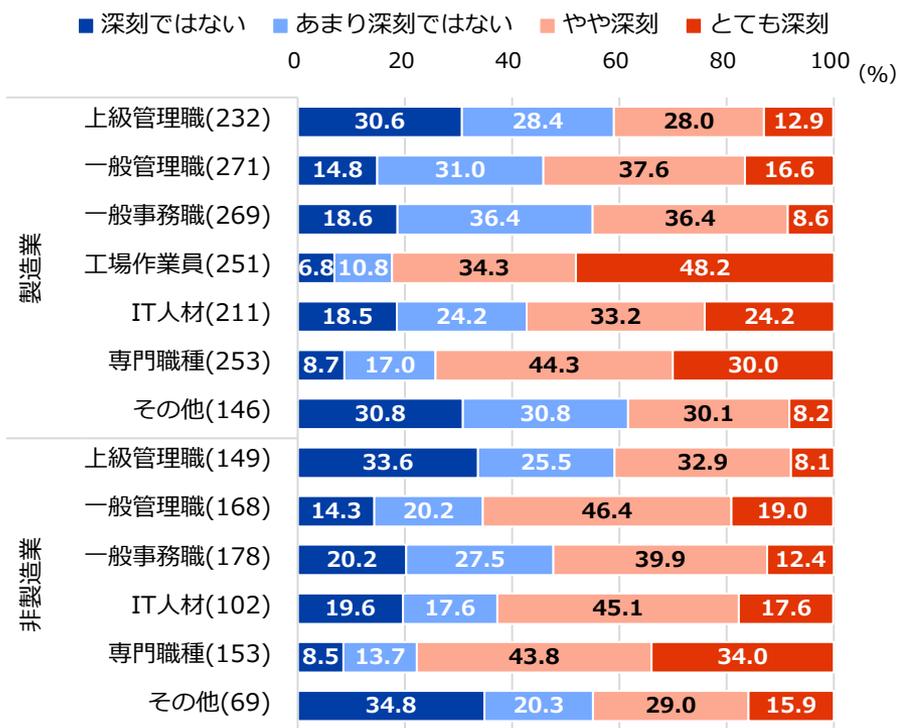


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2 人材不足の深刻度と人材採用・定着に向けた具体策 工場作業員や専門職種の深刻な人材不足が露わに

- 人材不足が深刻とする割合は製造業では工場作業員（48.2%）で、非製造業では法務・エンジニアなどの専門職種（34.0%）で高い。
- 人材採用・定着のための具体策は、給与引き上げやボーナス支給などの金銭面での対応策が多い。非金銭面では、福利厚生の充実や勤務体制の柔軟化に取り組む企業も。

人材不足の深刻度合い（職種・産業別）



(注1) 人材不足の課題の有無（前スライド参照）に関する設問で「はい（課題に直面している）」と回答した企業が対象。工場作業員については、製造業についてのみ掲載。

(注2) 上級管理職：ディレクターなど。一般管理職：マネージャーなど。IT人材：プログラマーなど。専門職種：法務、経理、エンジニアなど専門技能を必要とする職種。その他：委託も含む/運転手、建設関係、宅配関連など。

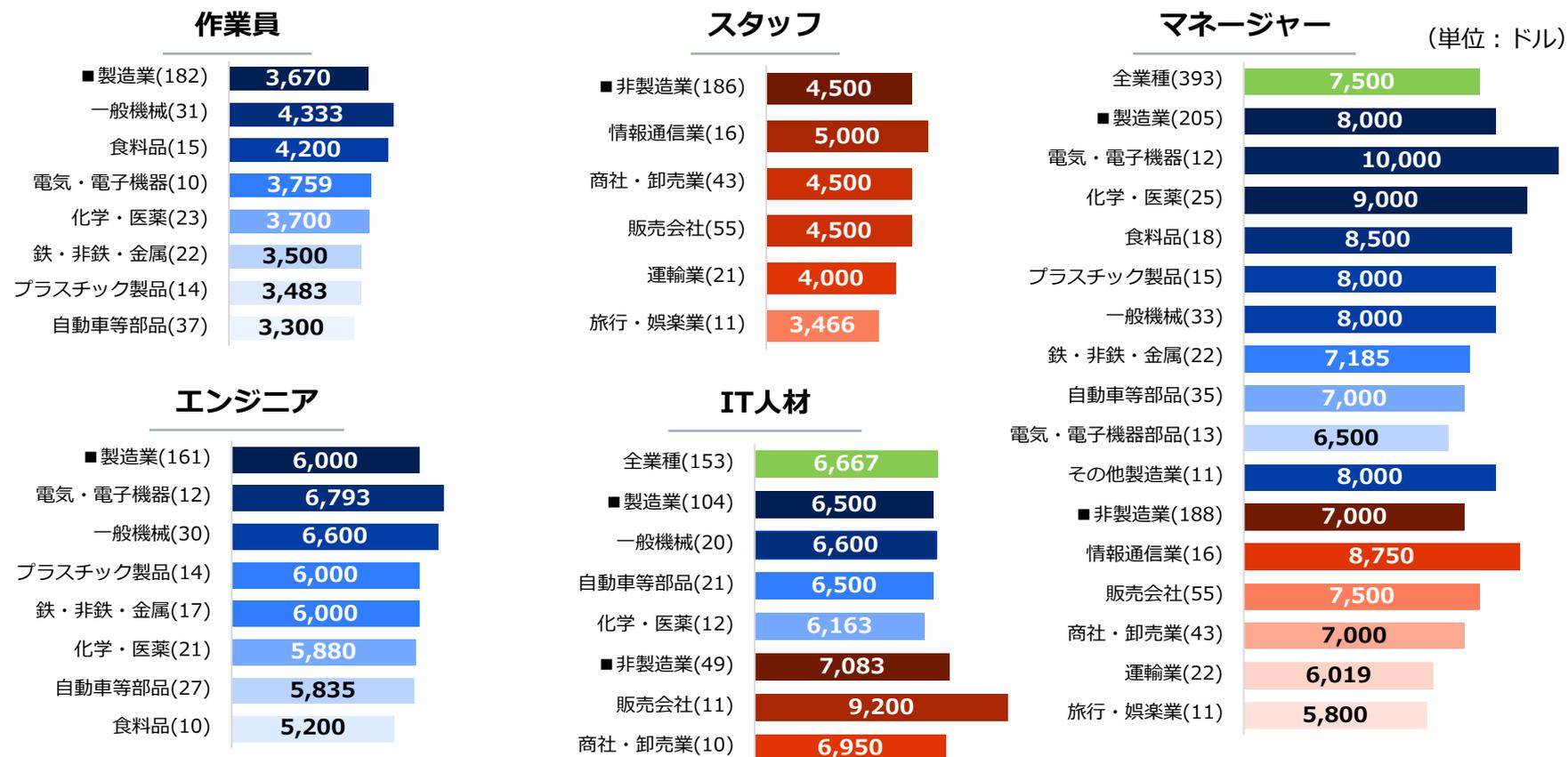
人材の採用・定着に関する具体策

- **給与引き上げ**
 - ・ 昇給
 - 【自動車等部品、化学・医薬、事業関連サービスなど】
- **ボーナス支給**
 - ・ 目標生産数を達成した場合に特別ボーナスを支給
 - 【自動車等部品】
 - ・ 特別なボーナス支給【鉄道車両等】
- **インセンティブ提供**
 - ・ 一定の期間休まずに出勤するとインセンティブを受けられることができるように【プラスチック製品】
 - ・ 雇用から3カ月経過後のインセンティブ供与
 - 【プラスチック製品】
- **福利厚生の充実**
 - ・ 有給休暇の導入【販売会社】
 - ・ 401kの導入（検討）
 - 【販売会社、一般機械、電気・電子部品など】
- **勤務体制の柔軟化**
 - ・ フレックス制・リモート勤務などの導入
 - 【化学・医薬、電気・電子機器部品、販売会社など】
- **教育の提供**
- **人事（HR）部門の専門人材雇用**

(注) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

3 | 賃金（基本給月額、中央値）： 名目ベースアップ率の中央値は4.0%

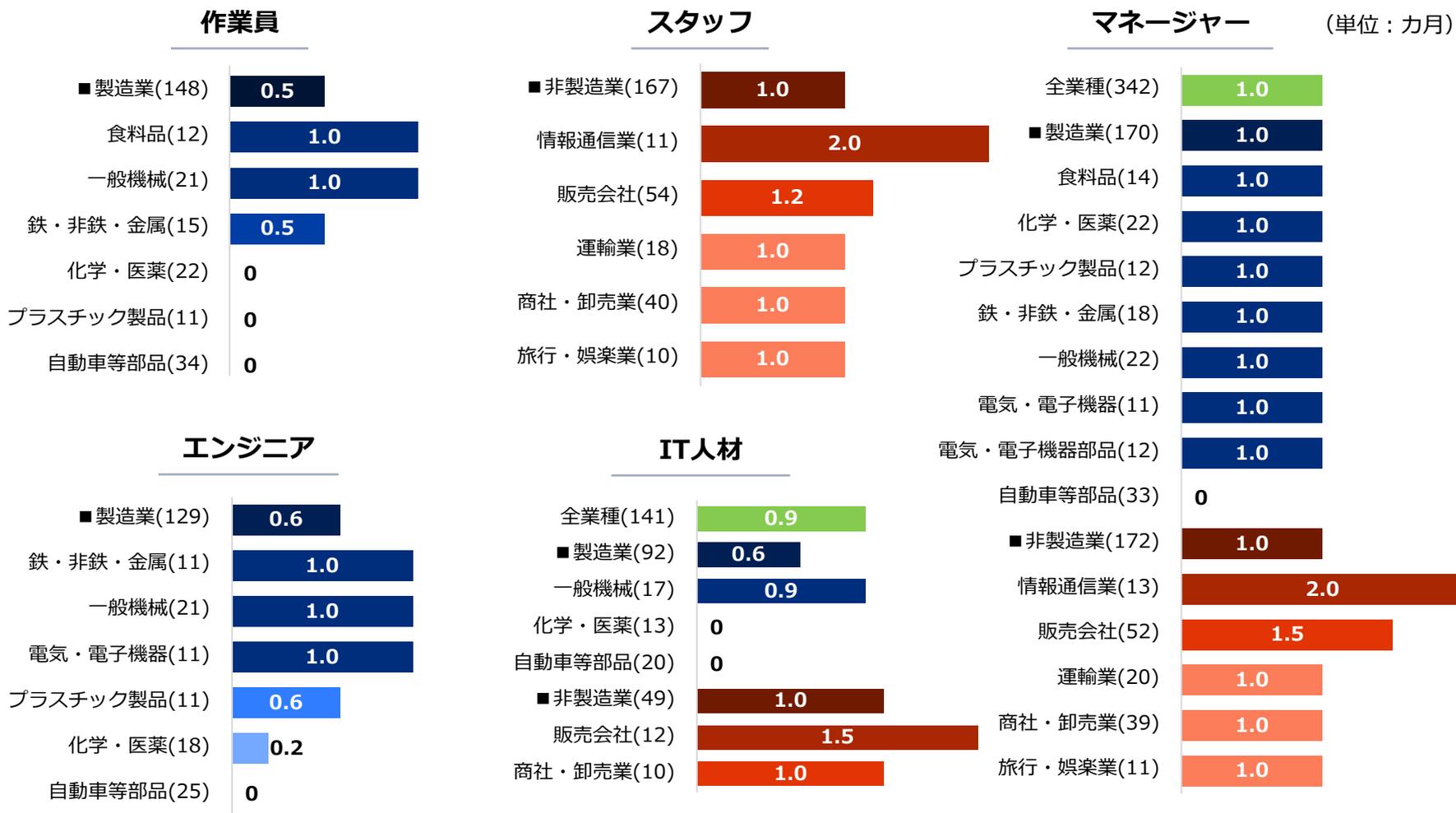
- 今期（2022年度→2023年度）の名目ベースアップ率（ベア率）の中央値は製造業・非製造業ともに4.0%。いずれも前年調査時点の名目ベア率（見込み）の中央値（ともに3.5%）を上回る。
- 来期（2023年度→2024年度）の名目ベア率（見込み）の中央値は製造業で3.0%、非製造業で3.5%。



(注1) 製造業企業は、作業員（正規雇用の一般工職で実務経験3年程度、ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く）、エンジニア（正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）、マネージャー（正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合）、IT人材（正規雇用のシステムエンジニアで専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）について、非製造業企業は、スタッフ（正規雇用の一般職で実務経験3年程度、ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く）、マネージャー、IT人材について回答。

(注2) 有効回答企業数が10社以上の企業のみ掲載。

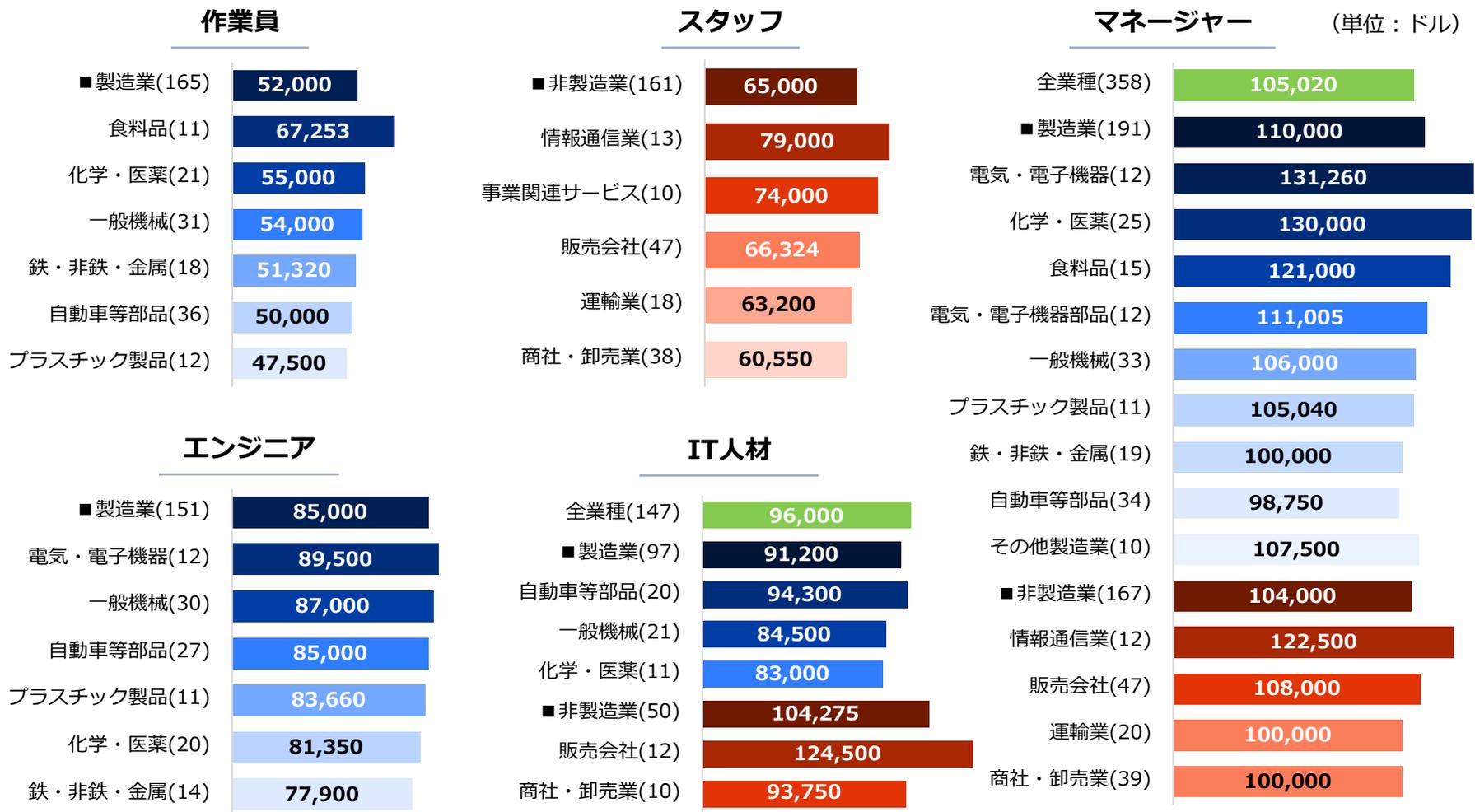
4 | 賃金（年間賞与、中央値）： 職種別中央値は0.5～1.0カ月



(注1) 製造業企業は、作業員（正規雇用の一般工職で実務経験3年程度、ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く）、エンジニア（正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）、マネージャー（正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合）、IT人材（正規雇用のシステムエンジニアで専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）について、非製造業企業は、スタッフ（正規雇用の一般職で実務経験3年程度、ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く）、マネージャー、IT人材について回答。

(注2) 有効回答企業数が10社以上の企業のみ掲載。

5 | 賃金（年間実負担額、中央値）： 職種別中央値は5万2,000～10万5,020ドル



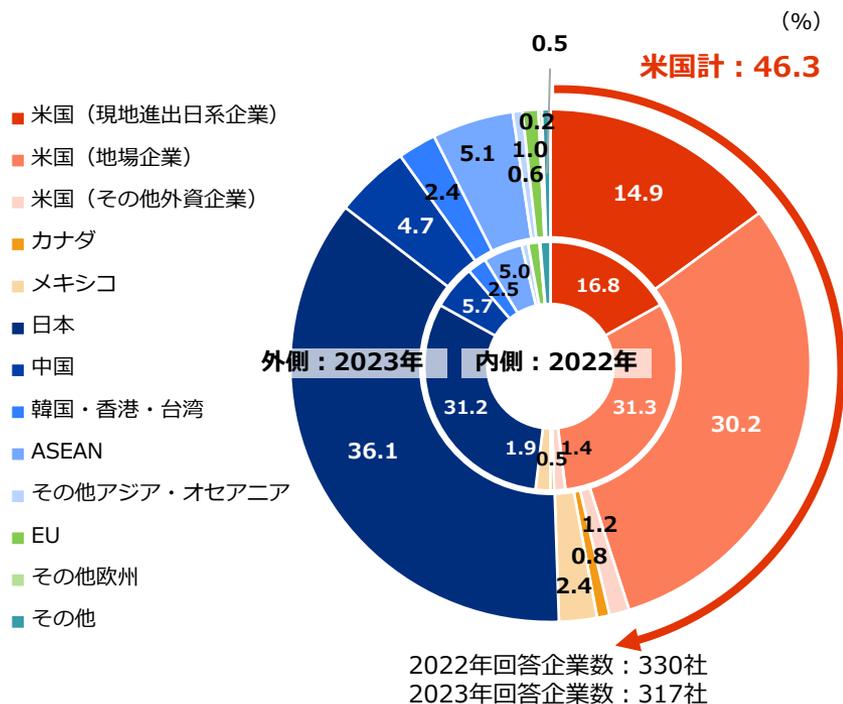
(注1) 製造業企業は、作業員（正規雇用の一般工職で実務経験3年程度、ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く）、エンジニア（正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）、マネージャー（正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合）、IT人材（正規雇用のシステムエンジニアで専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）について、非製造業企業は、スタッフ（正規雇用の一般職で実務経験3年程度、ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く）、マネージャー、IT人材について回答。

(注2) 有効回答企業数が10社以上の企業のみ掲載。

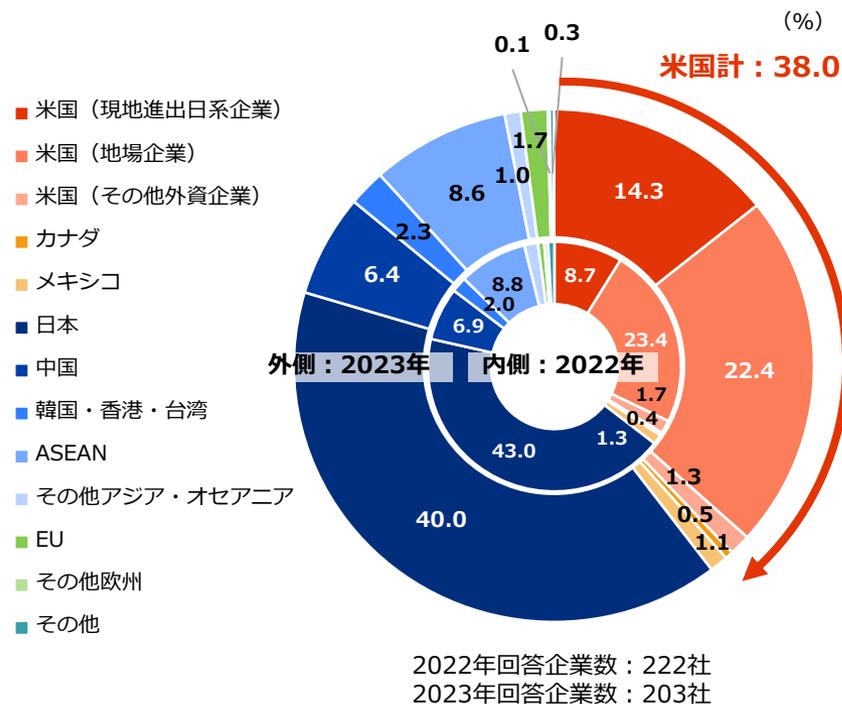
1 調達先： 製造業では米国内が最大、非製造業では日本が最大

- 原材料・部品の調達先は、製造業では米国内からの調達比率が46.3%（前年:49.5%）、次いで日本が36.1%（前年:31.2%）。
- 一方、非製造業では日本からの調達比率が40.0%（前年:43.0%）、次いで米国内が38.0%（前年:33.8%）。

原材料・部品の調達先（国・地域別、製造業）



物品・サービスの調達先（国・地域別、非製造業）

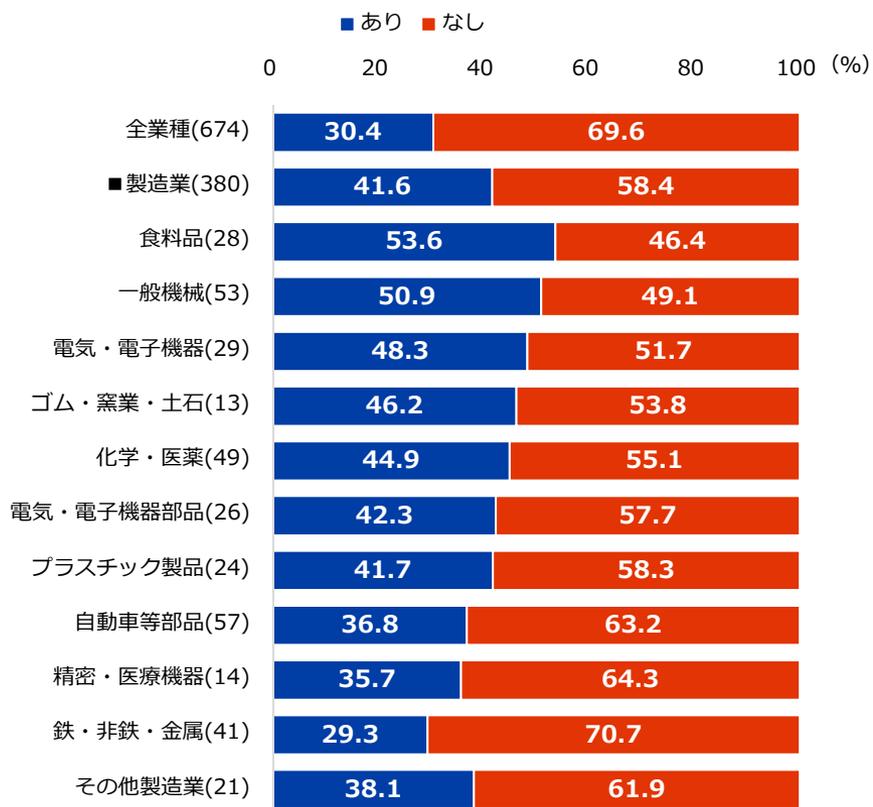


(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

2 調達の見直し予定： 調達先の見直し割合、製造業では4割超える

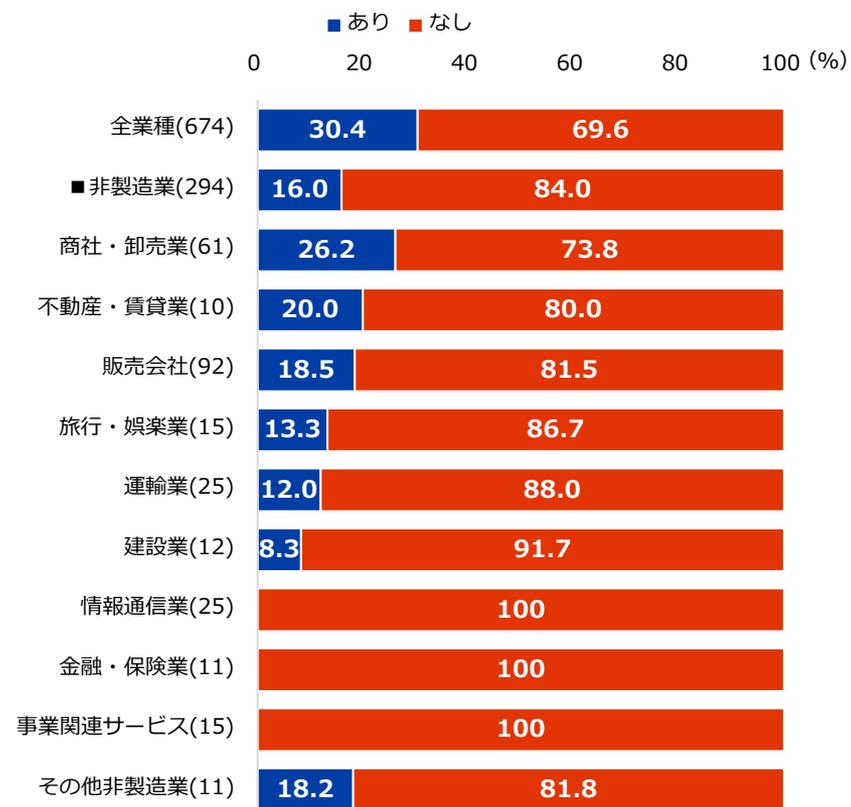
- 調達を見直す予定があると回答した割合は30.4%と前年の49.2%から低下。ただし、製造業では、41.6%と4割を超える。食料品（53.6%）や一般機械（50.9%）など、5割を超える業種も。
- 非製造業では16.0%と低い割合にとどまった。

調達の見直し予定の有無（製造業）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

調達の見直し予定の有無（非製造業）

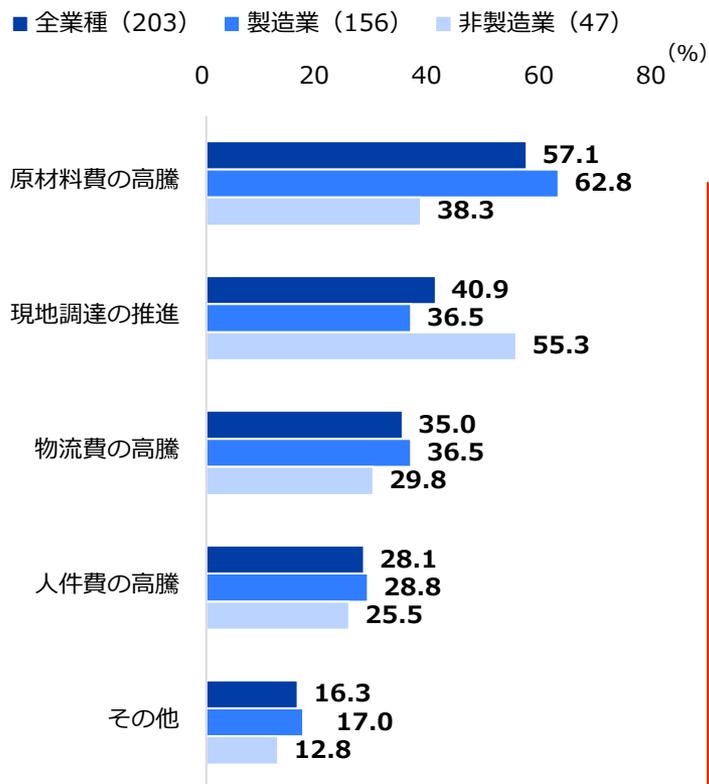


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

3 今後の調達の見直し理由・内容： 調達先をASEANへシフトする動きが顕著に

- 調達の見直し理由は、製造業で「原材料費の高騰」（62.8%）、非製造業で「現地調達の推進」（55.3%）が最多だった。
- 変更後の調達先は、米国内（72件）での現地調達が最多。これにASEAN（24件）が前年（14件）から増加し続いた。中でも、中国からASEAN（15件）へのシフトが目立った。

今後の調達の見直し理由（複数回答、産業別）



(注) 上位項目のみ抜粋。

調達先の変更内容（複数回答）

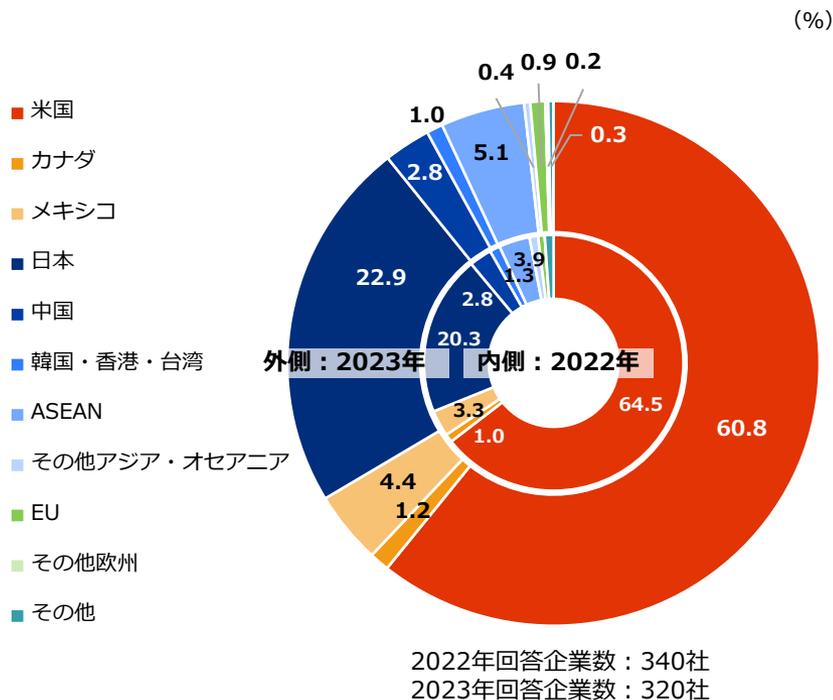
| | 変更後の調達先 | | | | | | | | | | (件) |
|----------|---------|-------|------|----|--------------|----|----|----|----|-----|-----|
| | 米国 | ASEAN | メキシコ | 日本 | その他アジア・オセアニア | 中国 | 韓国 | 欧州 | 台湾 | その他 | |
| 変更前の調達先 | | | | | | | | | | | |
| 米国 | 31 | 4 | 9 | 13 | 2 | 2 | 2 | | | 2 | 65 |
| 中国 | 9 | 15 | 2 | 6 | 7 | 1 | 2 | 1 | 2 | | 45 |
| 日本 | 25 | 4 | 6 | 1 | 2 | | | | 1 | 1 | 40 |
| ASEAN | 2 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 2 | 7 |
| 台湾 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | | 4 |
| メキシコ | | 1 | 2 | | | | | | | | 3 |
| 欧州 | 2 | | | | | | | | | 1 | 3 |
| その他 | 1 | | | | 2 | 1 | | 1 | | 1 | 6 |
| 新たに調達を開始 | 1 | | | | | | | | | | 1 |
| 総計 | 72 | 24 | 21 | 20 | 14 | 5 | 4 | 4 | 3 | 7 | 174 |

(注) それぞれの変更内容について、5件以上は太字。

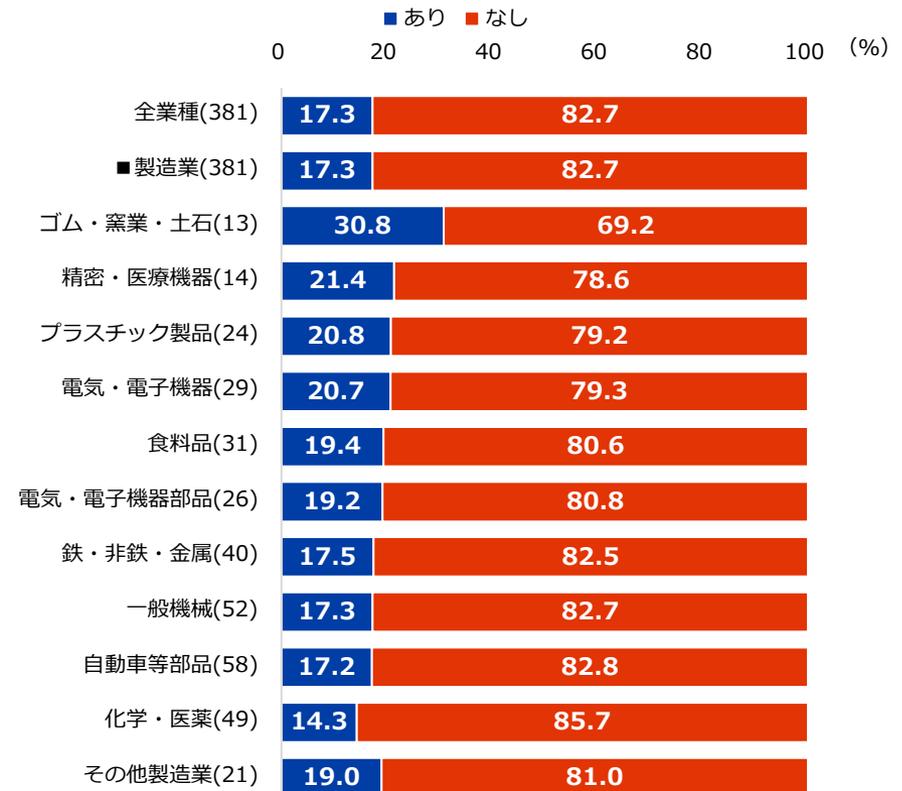
4 | 米国市場向け生産地、生産地の見直し予定： 米国での現地生産が約6割、8割強が見直し予定なし

- 米国市場向け製品の生産地は、米国内が60.8%で最大（前年：64.5%）。次いで、日本が22.9%と、前年（20.3%）より若干増加。
- 生産を見直す予定があると回答した割合は17.3%にとどまり、8割強が見直す予定なし。一方、ゴム・窯業・土石では30.8%が見直す予定があると回答。

米国市場向け製品の生産地（国・地域別、製造業）



生産見直し予定の有無（製造業）



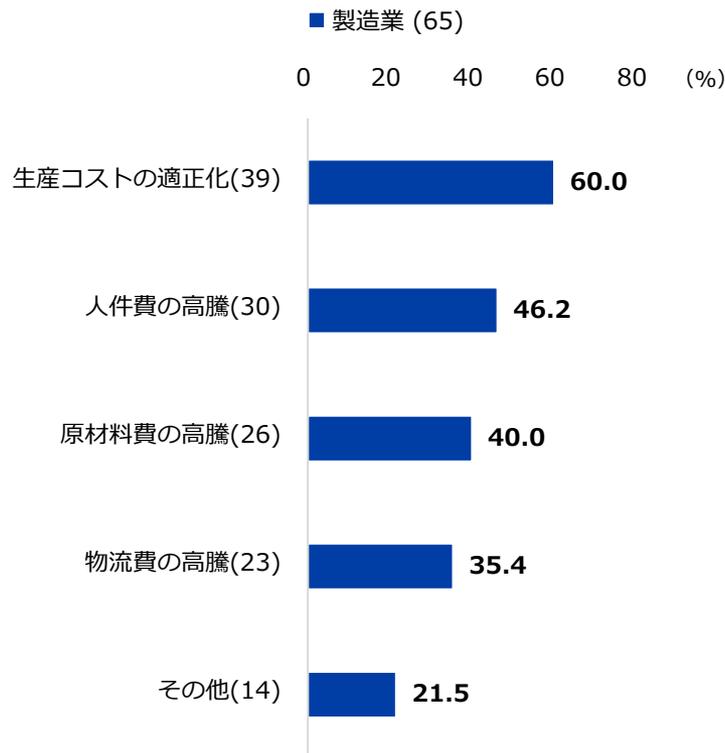
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

(注) 有効回答10社以上の業種のみ。

5 今後の生産の見直し理由： 要因は生産コストの適正化、日本への変更件数増加

- 生産の見直し理由は、「生産コストの適正化」（60.0%）を筆頭に、人件費の高騰（46.2%）、原材料費の高騰（40.0%）、物流費の高騰（35.4%）が続いた。
- 生産地の変更は、米国から日本（10件）、米国からASEAN（7件）、米国からメキシコ（5件）が多かった。日本へ変更するとした企業は、前年（6件）から11件に増加。

今後の生産見直し理由（複数回答、製造業）



(注) 上位項目のみ掲載。

生産地の変更内容（複数回答）

(件)

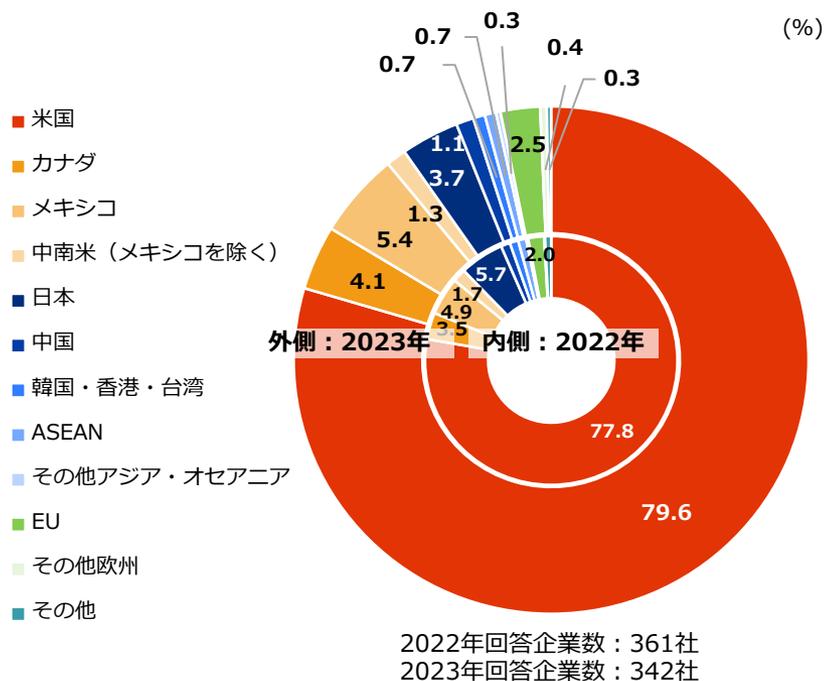
| | 変更後の生産地 | | | | | | | | | |
|---------|---------|----|------|-------|--------------|----|----|------------|----|----|
| | 米国 | 日本 | メキシコ | ASEAN | その他アジア・オセアニア | 中国 | 台湾 | メキシコを除く中南米 | 欧州 | 総計 |
| 変更前の生産地 | 米国 | 3 | 10 | 5 | 7 | 2 | 1 | | | 28 |
| | 日本 | 6 | | | 1 | 1 | 1 | | | 9 |
| | 中国 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | | | 1 | 8 |
| | メキシコ | | | 3 | | | | | | 3 |
| | ASEAN | 1 | | | | 1 | | 1 | | 3 |
| | カナダ | 1 | | | | | | | | 1 |
| | 総計 | 12 | 11 | 10 | 9 | 4 | 2 | 2 | 1 | 52 |

(注) それぞれの変更内容について、5件以上は太字。

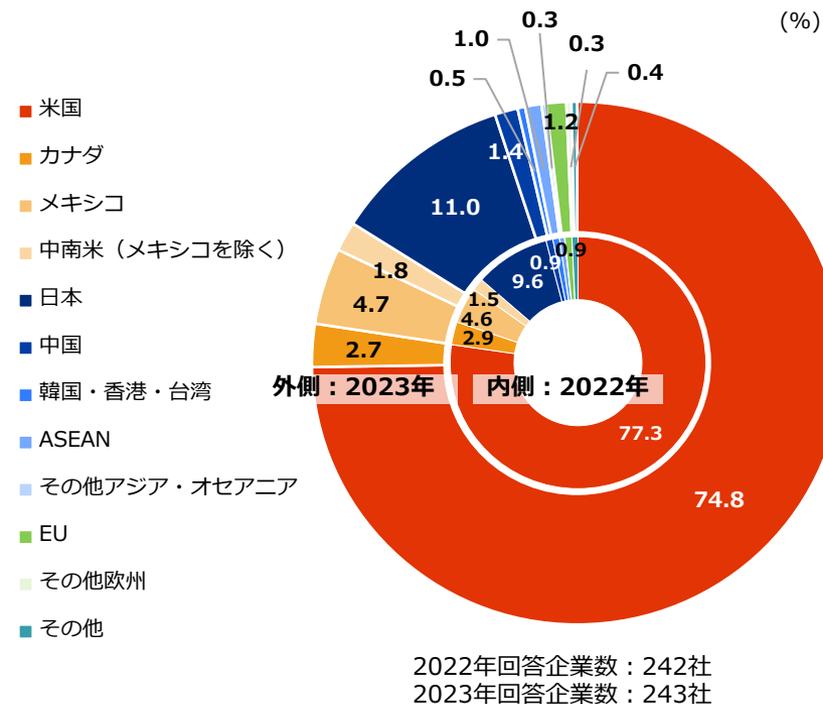
6 販売先： 製造業・非製造業ともに米国内向けが7割以上

- 製造業の販売先は、米国内が79.6%、メキシコとカナダを加えたUSMCA市場向けは89.1%。日本は前年の5.7%から3.7%に縮小。
- 非製造業の販売先は、米国内が74.8%、メキシコとカナダを加えたUSMCA市場向けは82.2%。

製品の販売先（国・地域別、製造業）



サービスの販売先（国・地域別、非製造業）

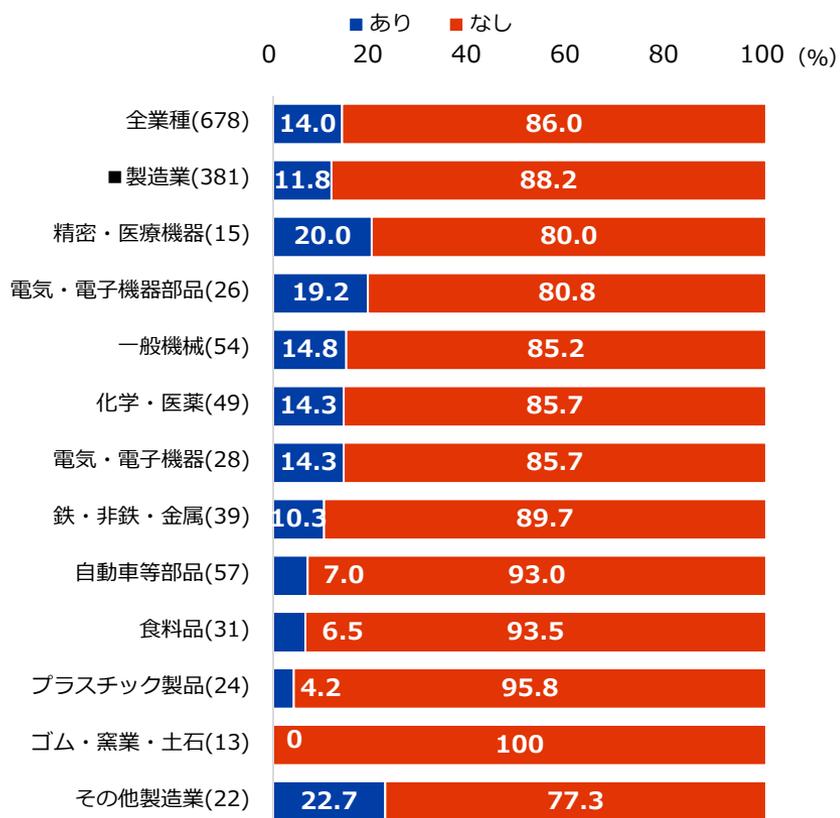


(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

7 | 販売先の見直し予定： 9割近くが見直し予定なし

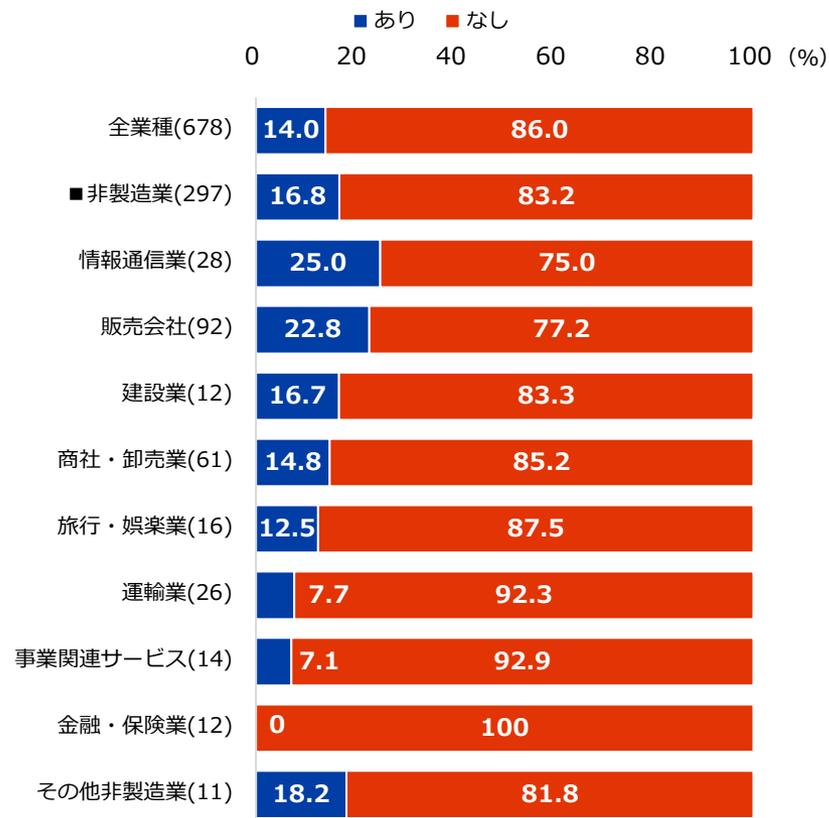
- 販売先を見直す予定があると回答した割合は14.0%にとどまり、9割近くが見直す予定はないと回答。
- 一方、情報通信業では25.0%、販売会社では22.8%が見直す予定があると回答。

販売先の見直し予定の有無（製造業）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

販売先の見直し予定の有無（非製造業）

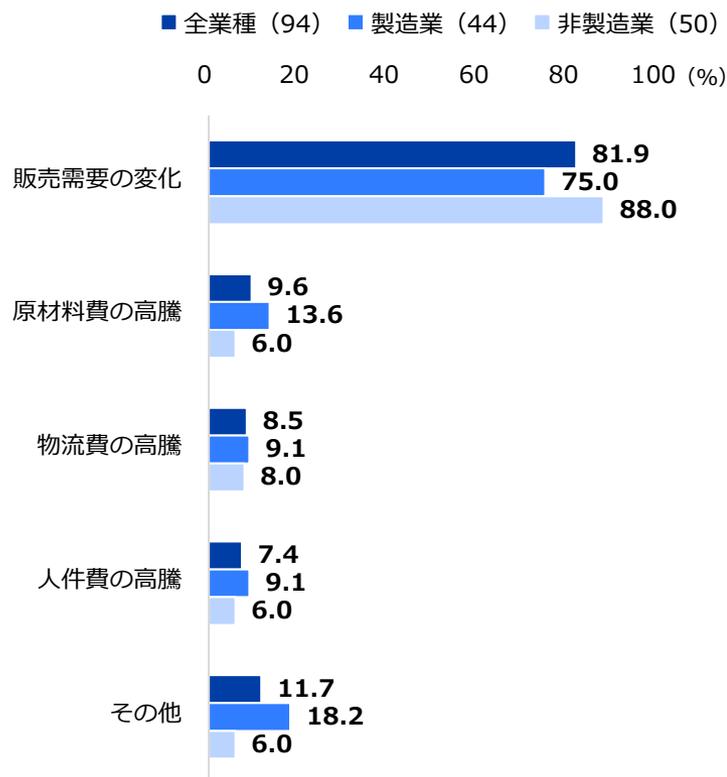


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

8 今後の販売の見直し理由： 米国内での販売先変更が3分の1強

- 販売の見直し理由は、「販売需要の変化」が81.9%。
- 米国内での変更（15件）が最も多かったほか、変更後の販売先では、メキシコ除く中南米（7件）、メキシコ（5件）が多かった。

今後の販売の見直し理由（複数回答、産業別）



(注) 上位項目のみ抜粋。

販売先の変更内容（複数回答）

(件)

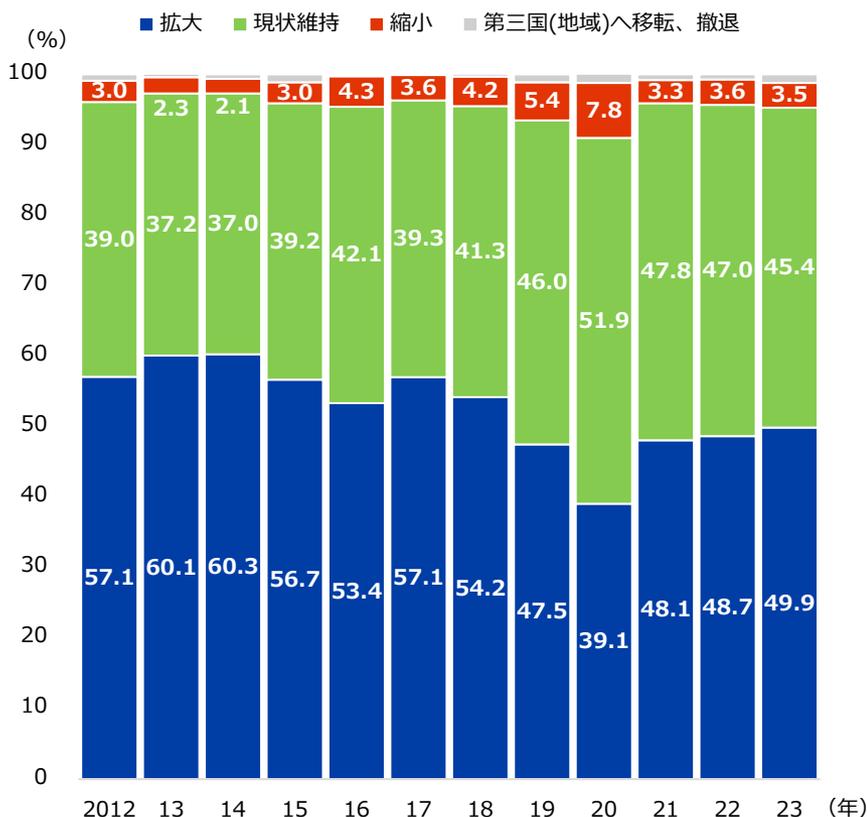
| | 変更後の販売先 | | | | | | | | | 総計 |
|---------|----------------|----------------|------|----|-----|----|----|-----|-------------|----|
| | 米国 | メキシコを除く 中南米 | メキシコ | 欧州 | カナダ | 日本 | 中国 | その他 | 打ち切り 販売を | |
| 変更前の販売先 | 米国 | 15 | 3 | 4 | 2 | | | | | 24 |
| | メキシコ | | 1 | 1 | | | | | 1 | 3 |
| | メキシコを除く 中南米 | | 3 | | | | | | | 3 |
| | 中国 | 1 | | | 1 | | 1 | | | 3 |
| | 日本 | 1 | | | | | 1 | | | 2 |
| | 欧州 | 1 | | | | | | | 1 | 2 |
| | カナダ | | | | | 1 | | | | 1 |
| | その他 | | | | | | | 2 | 1 | 3 |
| | 新たに 販売を開始 | | | | 1 | | | | | |
| 総計 | 18 | 7 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 43 |

(注) それぞれの変更内容について、5件以上は太字。

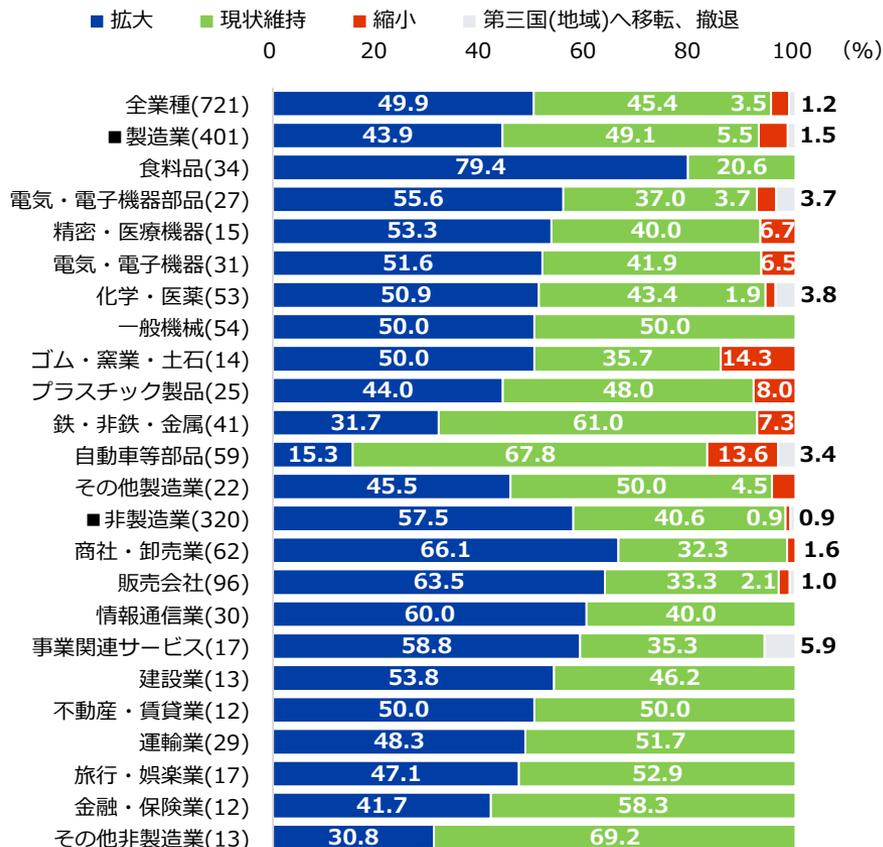
1 事業展開の方向性： 半数弱が引き続き米国での事業を拡大

- 今後1～2年で米国での事業を拡大する企業の割合は半数弱（49.9%）と前年（48.7%）を上回る。
- 業種別にみると、製造業では食料品（79.4%）や電気・電子機器部品（55.6%）で、非製造業では商社・卸売業（66.1%）や販売会社（63.5%）で「拡大」の割合が高かった。一方で、自動車等部品では現状維持が7割近くを占めた。

今後1～2年の事業展開の方向性（業種別）



今後1～2年の事業展開の方向性（業種別）

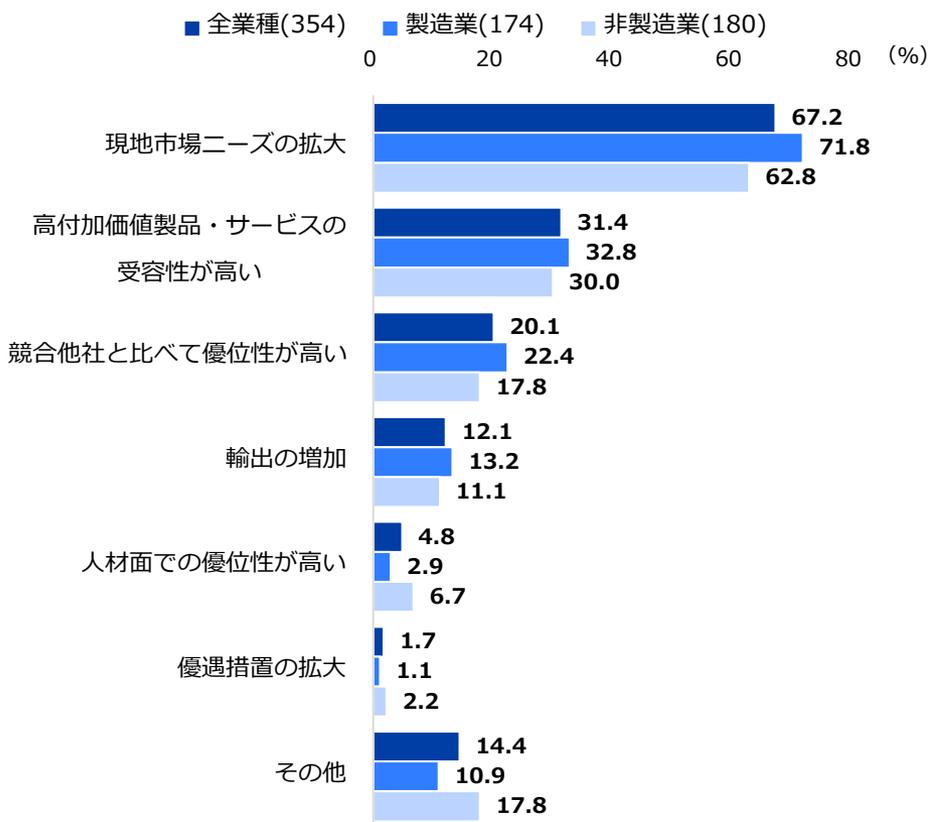


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2 | 事業展開の理由（1）： 現地市場ニーズの拡大が7割弱

- 今後1～2年の事業拡大の理由は「現地市場ニーズの拡大」が筆頭（67.2%）。半導体、クリーンエネルギー、電気自動車（EV）などでニーズが拡大したとする声が多い。
- 「高付加価値製品・サービスの受容性が高い」（31.4%）や、「競合他社と比べて優位性が高い」（20.1%）が続いた。

事業拡大の理由（複数回答）



(注) 上位項目のみ掲載。

事業拡大の具体的理由（自由記述）

● 現地市場のニーズ拡大

- CHIPSプラス法などによる米国の半導体関連市場の活況【精密・医療機器、プラスチック製品、化学・医薬など】
- 米国のクリーンエネルギー分野の市場拡大【一般機械、電気・電子機器など】
- EV化進展に伴う部品や設備需要拡大【鉄・非鉄・金属、一般機械、商社・卸売業など】
- 米国での日本食やアニメなどの人気拡大【食品、事業関連サービス、商社・卸売業など】
- 人件費増加に伴うシステムや省人・自動化設備投資需要の増加【販売会社、情報通信業など】
- 各社在庫調整の一巡による市場在庫の適正化【電気・電子機器部品、一般機械、商社・卸売業】

● 競合他社と比べて優位性が高い

- 納期、品質、サービスの評価が高い【鉄・非鉄・金属、一般機械など】
- 自社ブランドや独自製品、他社が扱わない製品での差別化【ゴム・窯業・土石、商社・卸売業、販売会社など】

● 輸出の増加

- カナダ、メキシコ、中南米への販路拡大のため【精密・医療機器、一般機械、販売会社など】

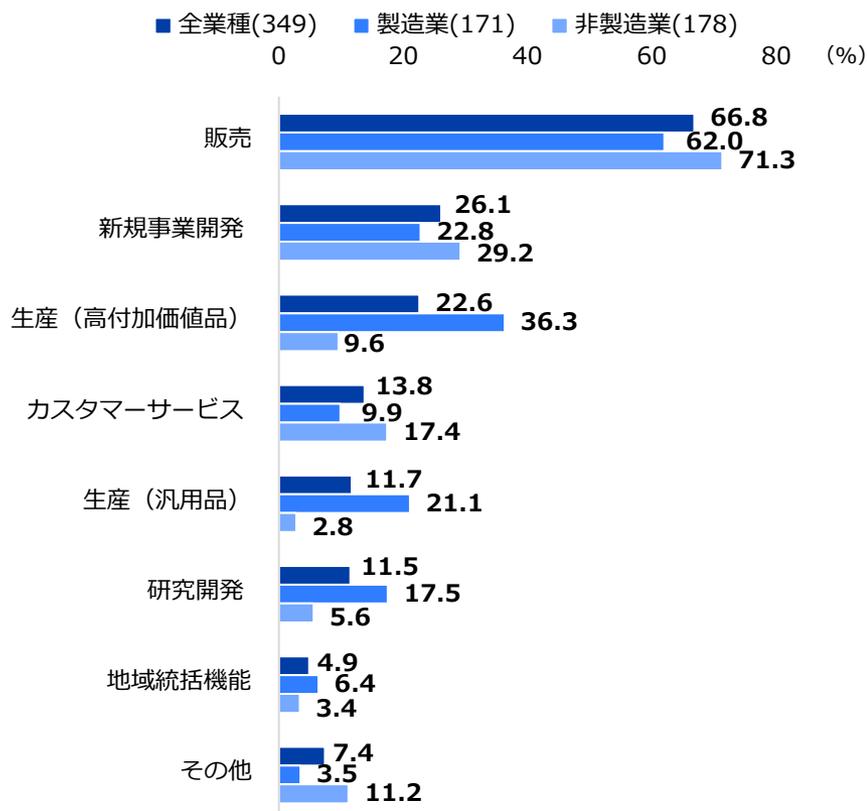
(注1) 「高付加価値製品・サービスの受容性が高い」の選択肢は、具体的理由の自由記述欄を設けていない。

(注2) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

3 事業展開の理由 (2) : 拡大先はカリフォルニア州・テキサス州が筆頭

- 今後1~2年の事業で拡大する機能は、「販売」が66.8%で最も多く、「新規事業開発」(26.1%)、「生産(高付加価値品)」(22.6%)が続いた。
- 上記機能を拡大する州は、経済規模の大きいカリフォルニア州、テキサス州、ニューヨーク州等の他、中西部(イリノイ州、オハイオ州、ミシガン州)、南東部(ジョージア州、フロリダ州)も。

具体的にどのような機能を拡大するのか(複数回答)



(注) 上位項目のみ掲載。

主要な米国内の拡大先

| | 製造業 | | 非製造業 | |
|----|---------|-----|---------|-----|
| | 州 | 企業数 | 州 | 企業数 |
| 販売 | カリフォルニア | 12 | カリフォルニア | 15 |
| | テキサス | 8 | テキサス | 11 |
| | ニューヨーク | 6 | イリノイ | 6 |
| | フロリダ | 5 | ミシガン | 5 |
| | ミシガン | 4 | ニューヨーク | 4 |

| | 製造業 | | 非製造業 | |
|---------|---------|-----|---------|-----|
| | 州 | 企業数 | 州 | 企業数 |
| 新規事業開発 | カリフォルニア | 4 | カリフォルニア | 10 |
| | テキサス | | ニューヨーク | 3 |
| | インディアナ | 2 | テキサス | 2 |
| | ミシガン | | | |
| ペンシルベニア | | | | |

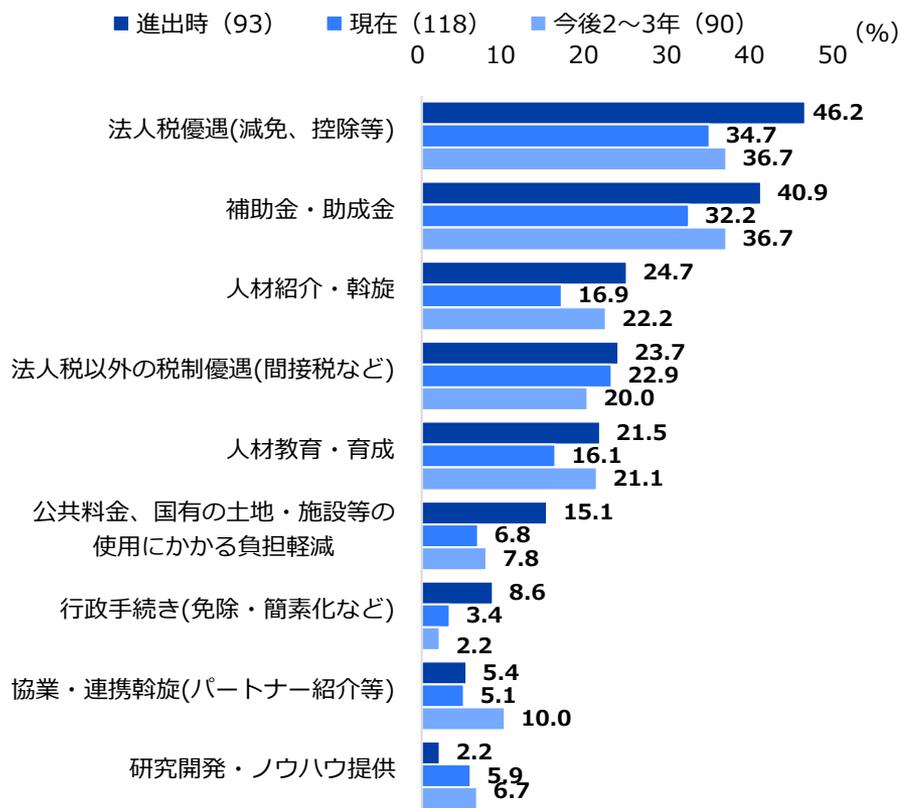
| (高付加価値品)生産 | 製造業 | | 非製造業 | |
|------------|---------|-----|---------|-----|
| | 州 | 企業数 | 州 | 企業数 |
| | カリフォルニア | 8 | カリフォルニア | 3 |
| | ジョージア | 4 | テキサス | |
| | オハイオ | | | |

(注) 「拡大」回答の多かった機能について、上位州のみ掲載。

4 政府・自治体などから受けたインセンティブ： 税制優遇や補助金・助成金、人材支援を活用

- 政府・自治体などから受けたインセンティブは、税制優遇措置、補助金・助成金、人材紹介・斡旋や人材教育・育成などが多かった。
- 法人税優遇措置を受けた、または、これから受ける企業の所在州は、ジョージア州（11社）やテキサス州（9社）、カリフォルニア州・インディアナ州・オハイオ州（いずれも7社）が多かった。

政府・自治体などから受けたインセンティブ（複数回答）



(注1) 上位項目のみ掲載。

(注2) 凡例に併記された括弧内の数値は 各時点で何らかの具体的なインセンティブを受けた、あるいは受ける予定であると企業数。

具体的なインセンティブ・支援の例（自由回答）

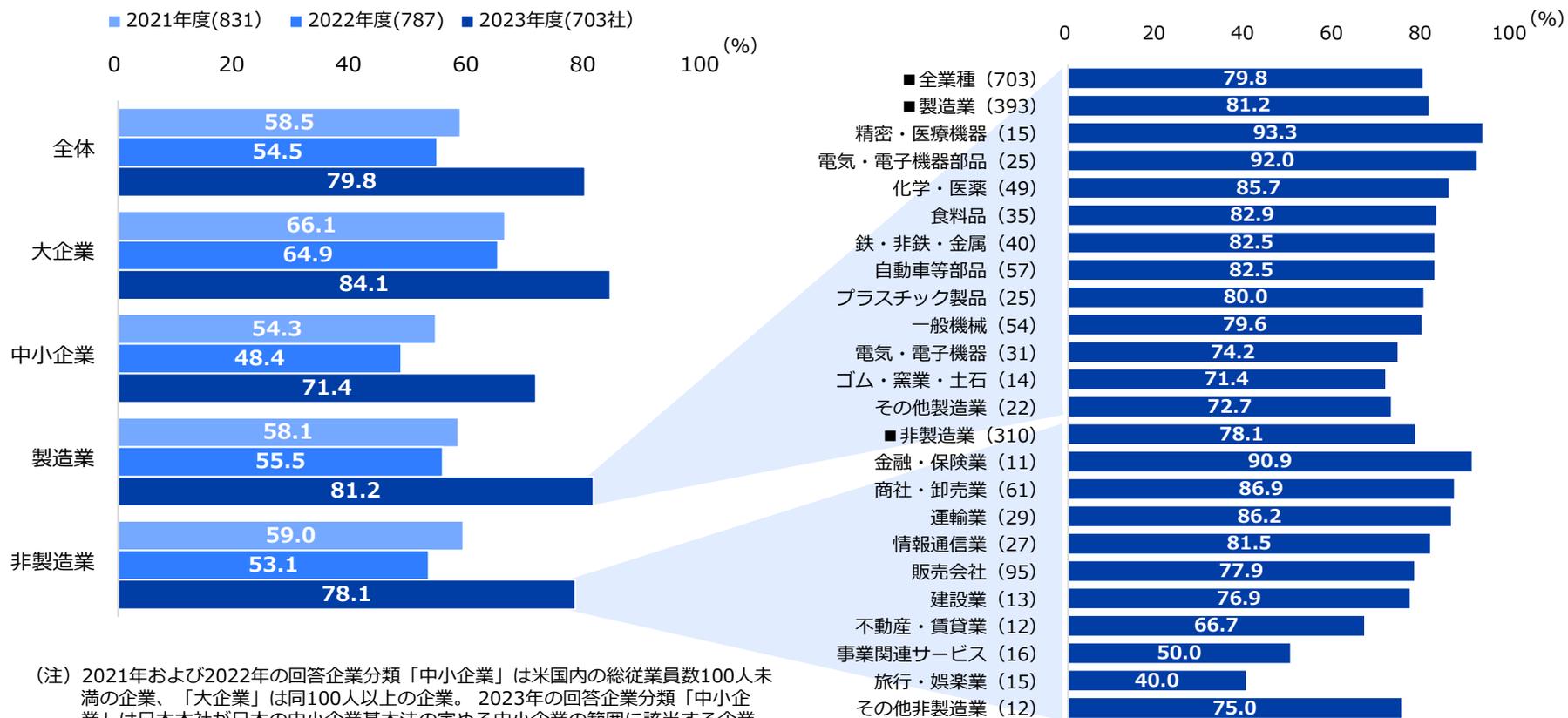
- **法人税優遇措置**
 - ・ 州政府・州政府機関による税制優遇【一般機械】
- **補助金・助成金**
 - ・ 雇用助成金や設備投資助成金の給付【鉄道車両等】
 - ・ 製造拠点の建設に対する投資補助【食料品】
 - ・ 半導体振興策に伴う連邦政府や州政府からの補助金の給付【電気・電子機器部品】
- **人材紹介・斡旋、教育・育成**
 - ・ 教育費の還元【自動車等部品】
 - ・ 労働者教育に対する州政府による助成金【電気・電子機器】
 - ・ 地域の就職説明会などの場の紹介【プラスチック製品】
 - ・ コミュニティカレッジが提供する教育プログラムの無料での受講【販売会社】
 - ・ 自治体の人材育成プログラム活用【電気・電子機器部品】
- **法人税以外の税制優遇措置**
 - ・ 工場新設時の固定資産減免【ゴム・窯業・土石】
 - ・ 従業員の雇用者数に応じた固定資産税などの一部免除【自動車等部品、プラスチック製品】
 - ・ 給与保護プログラム (PPP) ローンの免除【自動車等部品、化学・医薬】
 - ・ 太陽光発電設備建設時の税制優遇【鉱業・エネルギー】
 - ・ 研究費や人件費に関する間接税減免処置【電気・電子機器】
- **その他**
 - ・ 土地の造成や道路整備、電力・ガスなどのインフラ整備【ゴム・窯業・土石】

(注) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

1 | ビジネスと人権： 8割弱が重要な経営課題と認識

- ビジネスと人権の問題が大きく指摘されるようになってから数年経ち、重要な経営課題として認識する企業の割合は79.8%と、前年（54.5%）から急増。
- 企業規模別では、大企業が中小企業より12.7ポイント高く、業種別では、ほぼ全てで70%を上回った。

人権の問題を重要な経営課題として認識している割合（全体、企業規模、業種別）



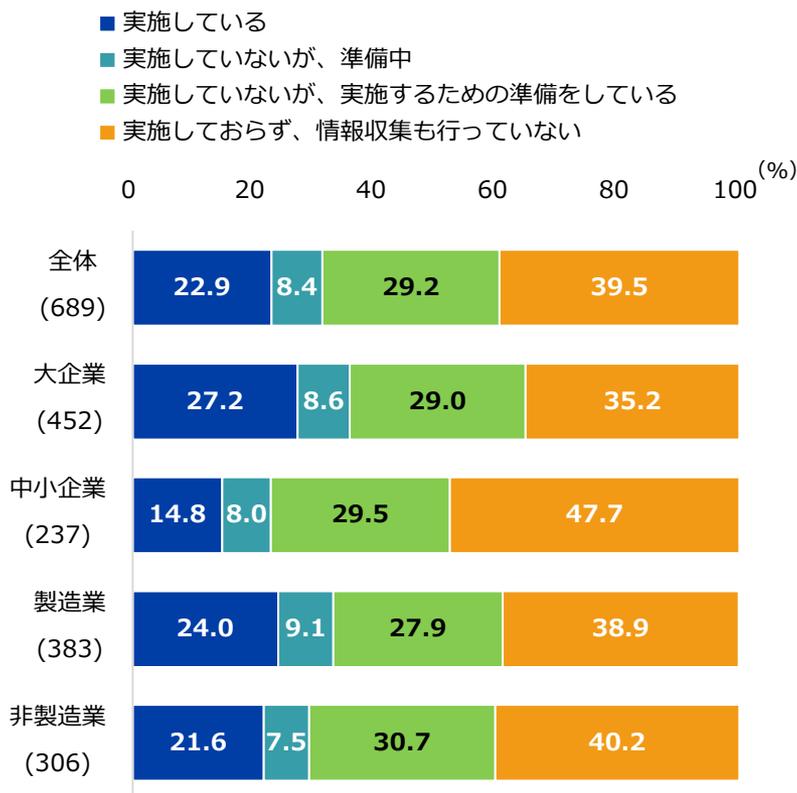
(注) 2021年および2022年の回答企業分類「中小企業」は米国内の総従業員数100人未満の企業、「大企業」は同100人以上の企業。2023年の回答企業分類「中小企業」は日本本社が日本の中小企業基本法の定める中小企業の範囲に該当する企業、「大企業」は同範囲を上回る企業。

(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2 | ビジネスと人権： 人権デューディリジェンス（DD）実施は道半ば

- 課題認識が高まる反面、人権DD実施企業は22.9%と、前年（25.1%）から低下。大企業の27.2%に対し、中小企業が14.8%と、企業規模により10ポイント以上の差。
- 人手、時間、コストなどのリソース不足などが、実施に向けた課題に。

人権DDを実施しているか（企業規模、業種別）



(注) 企業規模・業種名に併記された括弧内の数値は有効回答企業数。

人権DDを実施している／していない理由（自由記述）

実施している主な理由（自由記述）

- 取引先からの要望の増加、今後必要性が高まると予想されるため
【電気・電子機器部品、自動車等部品、販売会社など】
- 米国のウイグル強制労働防止法（UFLPA）など法令順守
【一般機械、電気・電子機器部品、商社・卸売業など】
- 本社やグループ会社の方針・指示を受けて実施
【精密・医療機器、販売会社、商社・卸売業など】
- 社会的責任、企業価値の向上、レピュテーションリスクの回避を図るため
【一般機械、電気・電子機器部品、その他製造業など】

実施していない主な理由（自由記述）

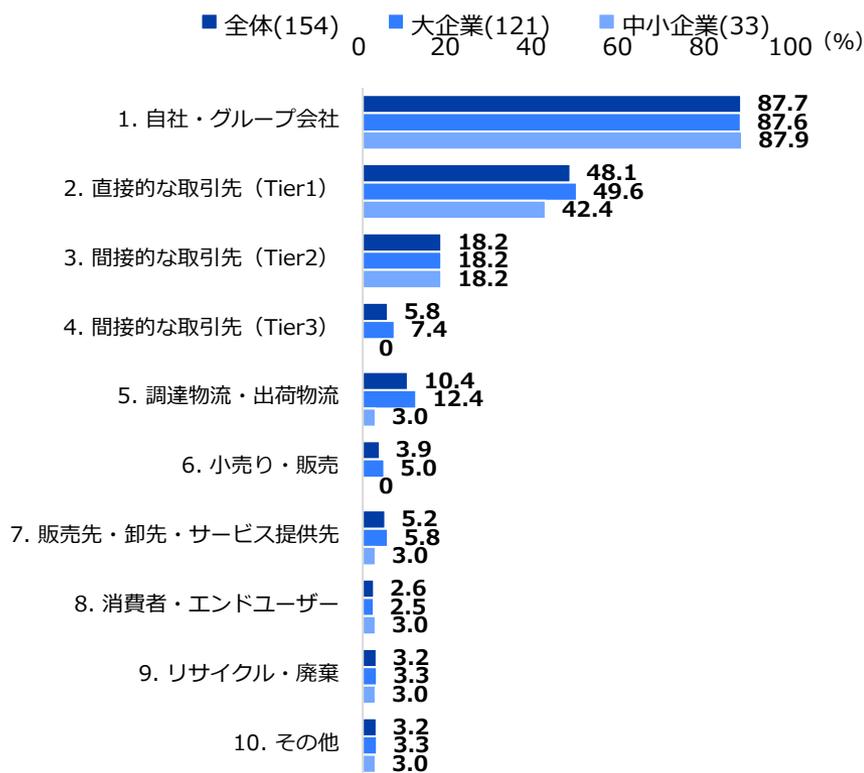
- 人手、時間、コストなどのリソースが不足しており、実施する余裕がない
【化学・医薬、販売会社、その他製造業など】
- 企業規模や事業性質上、必要ないと考えるため
【鉄・非鉄・金属、販売会社など】
- 企業や業界で人権問題に関する認識がない、顧客や本社からの要望がない
【商社・卸売業、その他非製造業など】
- 何から始めればよいかわからない、具体的な手法が分からない
【プラスチック製品、一般機械など】

(注) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

3 | ビジネスと人権： 人権DD実施企業の課題は、間接的な取引先への遡及

- 人権DDの実施範囲は「自社・グループ会社」が87.7%、直接的な取引先（Tier1）が48.1%。間接的な取引先（Tier2）以降まで人権DDを実施する企業は限定的。
- 人権DD実施にあたり、アンケート、現地訪問、契約書による報告義務など、工夫する例も。

人権DDをサプライチェーン等の
どの範囲まで実施できているか（複数選択）



(注) 「人権DDを実施している」と回答した企業のみが対象。

人権DDの取り組み上の課題（自由記述）

- 他社との関係から業界的な人権リスクに対する共通認識がないと難しい、一社では対応できない【販売会社など】
- 確認に対して一部好意的に返答されない場合もある【電気・電子機器】
- 下請けはともかく、孫請けになると情報が限られる【自動車等部品】

取引先からの具体的な情報入手の方策（自由記述）

- 取引先アンケート調査の実施【電気・電子機器部品、化学・医薬など】
- ヒアリング調査、ミーティングの実施【電気・電子機器部品、自動車等部品】
- 定期的に現地に赴き確認する【化学・医薬】
- 通報システムの設計【自動車等部品、電気・電子機器】
- 取引先を登録するプロセスを設ける【化学・医薬】
- 契約書に人権要件を明記、署名を通じてサプライヤー側の遵守を示す【電気・電子機器部品】
- 契約書に原材料の調達先について報告することを盛り込む【建設業、化学・医薬】
- 顧客と同様にサプライヤーとも適切なコミュニケーションを図る【自動車等部品】
- 「テロ防止のための税関・産業界パートナーシップ（CTPAT、注）」プログラムに基づくリスクアセスメント【その他製造業】

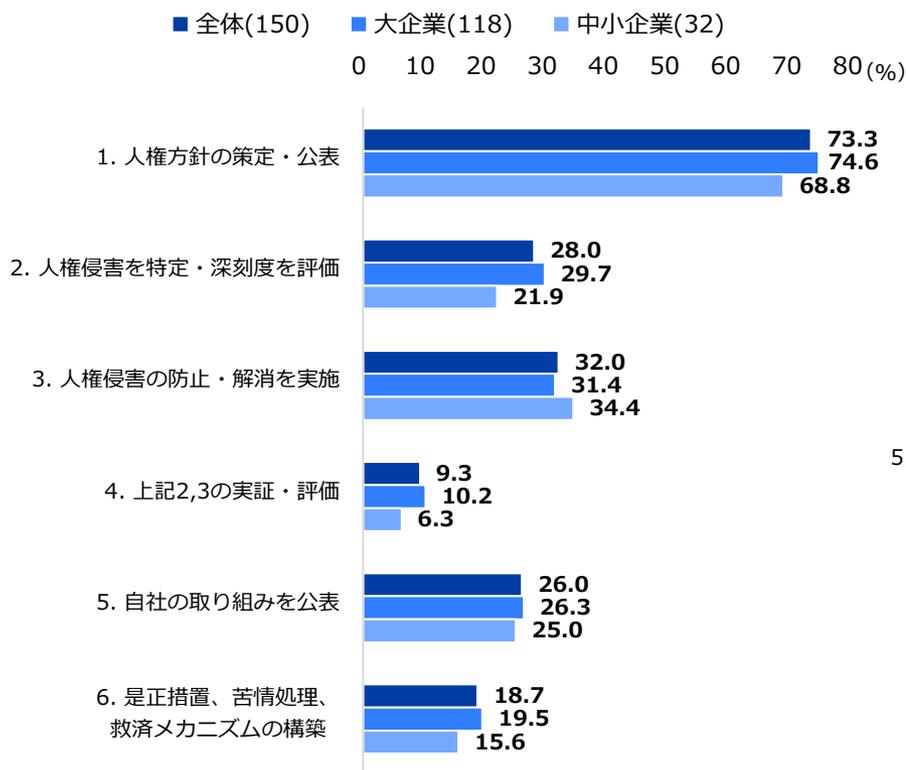
(注1) CTPATは、2001年の同時多発テロを受けて設立された官民共同のプログラム。米国向け貨物のサプライチェーンのセキュリティー強化および貿易円滑化を目的とする。

(注2) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

4 | ビジネスと人権： PDCAに基づき持続的に人権DDを実行する企業は1割弱

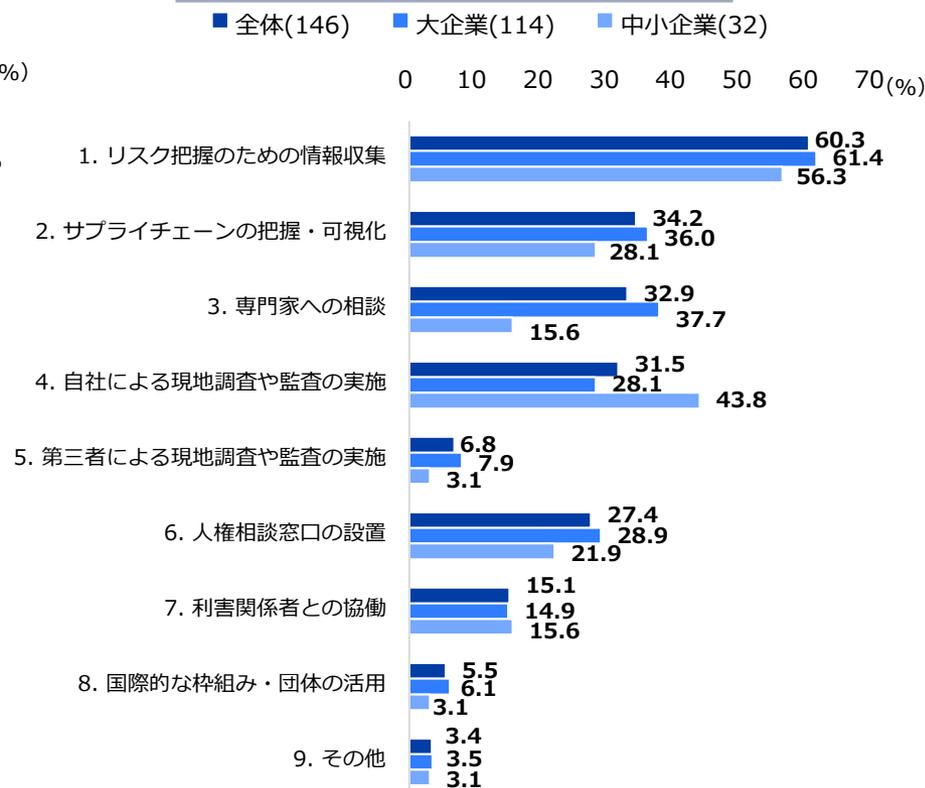
- 「人権方針の策定・公表」をする企業の割合は73.3%だが、方針に基づくPDCAサイクルの持続的な実行（特定、評価、防止、解消の実証・評価）は1割を下回る。
- 人権リスク特定・評価の取り組みは「情報収集」（60.3%）が最多。

人権DDの具体的な取り組み内容（複数選択）



(注) 「人権DDを実施している」と回答した企業のみが対象。

人権リスクを特定・評価するための
取り組み内容（複数選択）

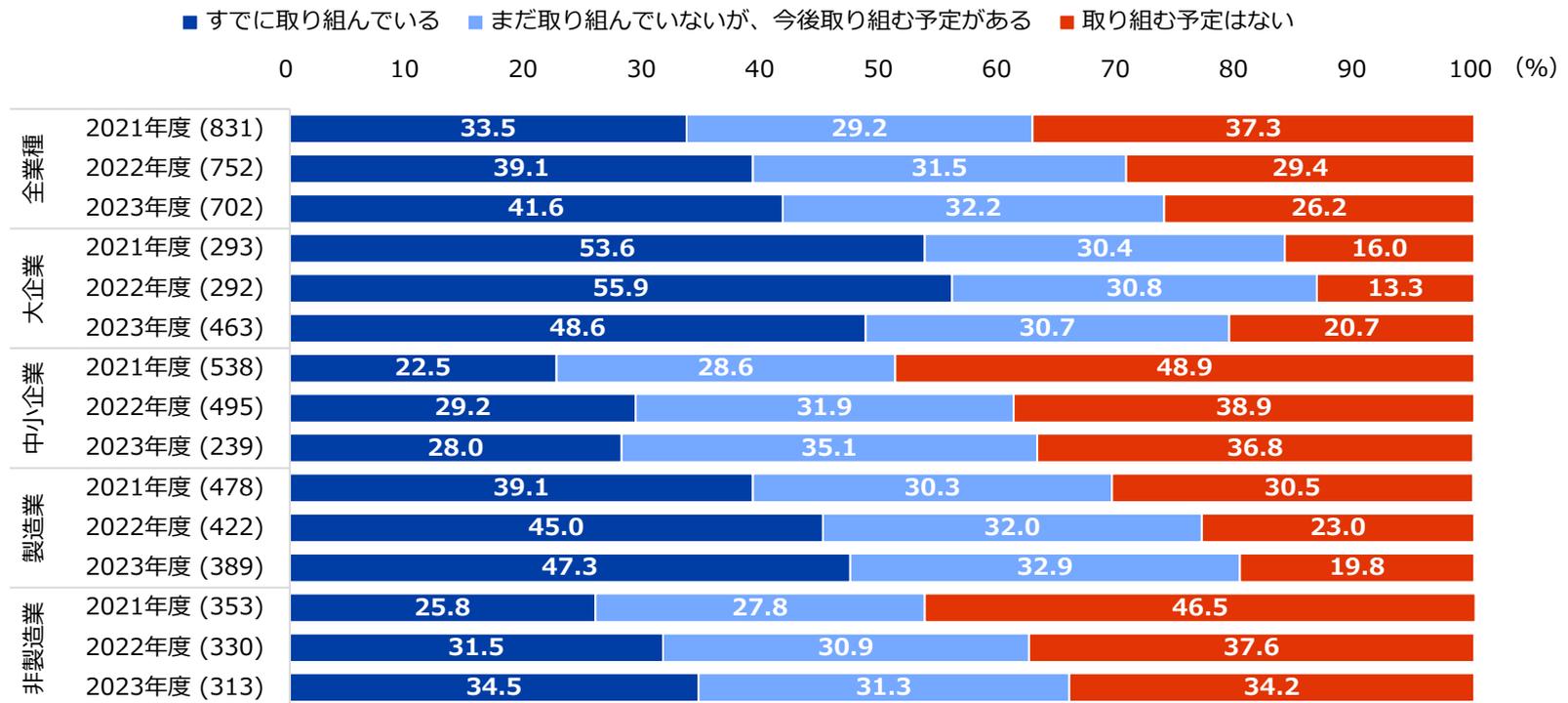


(注) 人権DDをサプライチェーン等のいずれかの範囲まで実施している企業のみが対象。

5 脱炭素化への対応： 温室効果ガスの排出削減に取り組む企業は7割強

- 脱炭素化に「対応中」「対応予定あり」の企業は73.8%で、前年（70.6%）から3.2ポイント増加。
- 企業規模別では、大企業の79.3%に対し、中小企業が63.1%と、企業規模により16.2ポイントの差。

脱炭素化（温室効果ガスの排出削減）への取り組み状況



(注1) 調査結果の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100とはならない。

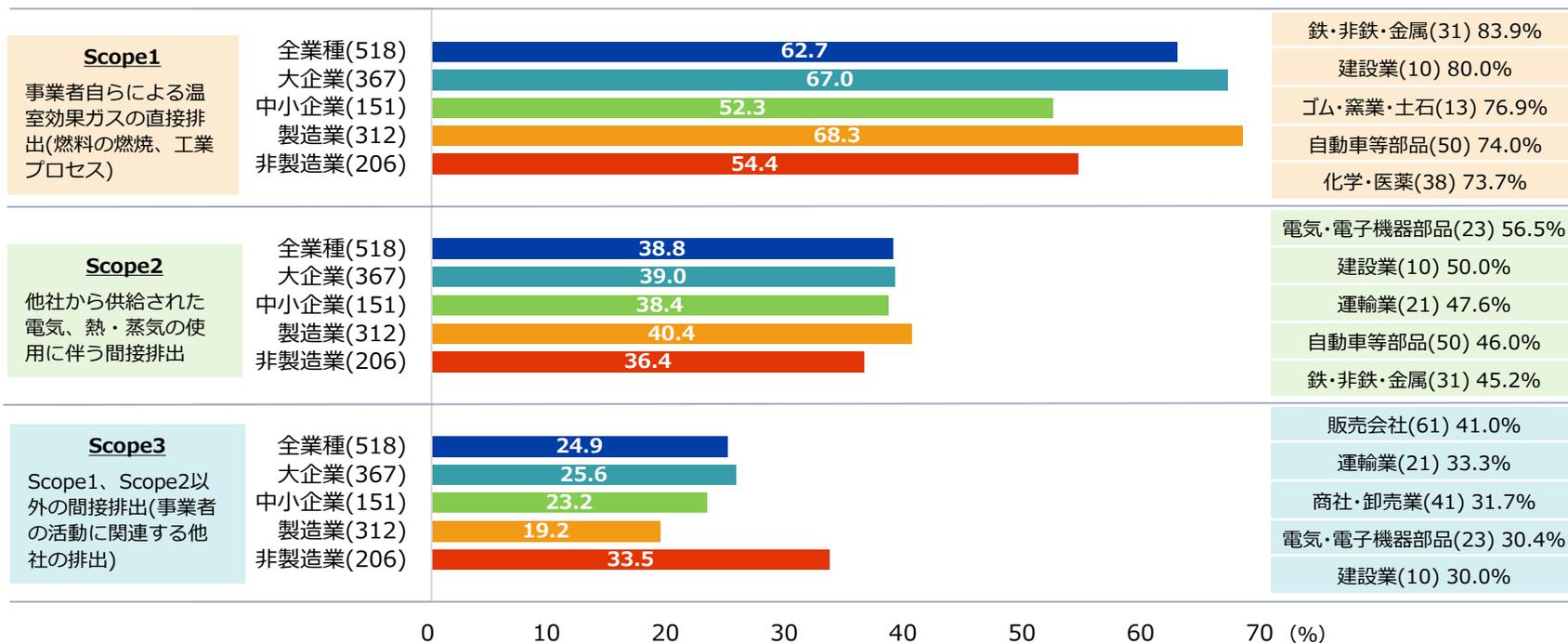
(注2) 2021年および2022年の回答企業分類「中小企業」は米国内の総従業員数100人未満の企業、「大企業」は同100人以上の企業。2023年の回答企業分類「中小企業」は日本本社が日本の中小企業基本法の定める中小企業の範囲に該当する企業、「大企業」は同範囲を上回る企業。

6 脱炭素化への対応： 取り組みの中心は直接排出の削減、6割強が対応

- 「対応中」または「対応予定」の企業の取り組み内容をScope別に見ると、Scope1が全業種で62.7%と最多。業種別でも最多となり、鉄・非鉄・金属が牽引した製造業で68.3%、建設業が牽引した非製造業で54.4%となった。また、Scope3では、自社排出がない・少ない非製造業（33.5%）が製造業（19.2%）を14.3ポイント上回った。

脱炭素化に対応中または今後対応予定の企業

各取り組み上位業種（割合）



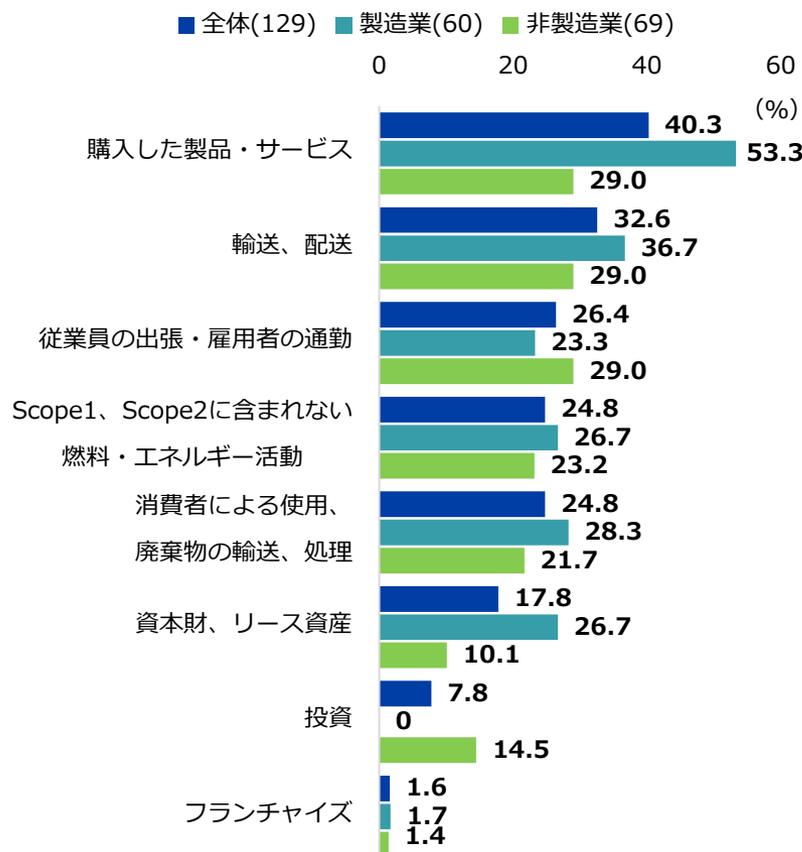
(注1) Scope1~3の削減に「対応中」または「対応予定」と回答した企業、各取り組み上位業種（割合）は有効回答10社以上の業種のみ掲載

(注2) 「中小企業」は日本本社が日本の中小企業基本法の定める中小企業の範囲に該当する企業、「大企業」は同範囲を上回る企業

7 | 脱炭素化への対応： 自社の排出以外では製品購入を通じた取り組みが約4割

- Scope3の取り組みの対象は、「購入した製品・サービス」が40.3%と最多で、特に製造業では過半数の53.3%で原料の見直しなどの取り組みが見られる。また、自社産業での排出がない、あるいは少ない非製造業でも、「輸送・配送」や「従業員の出張・雇用者の通勤」などでの取り組みが見られる。

Scope3の取り組みの対象



(注) Scope3の削減に「対応中」または「対応予定」と回答した企業。

Scope3の取り組みの内容（自由記述）

購入した製品・サービス

- ・ 調達する原料の見直し【鉄・非鉄・金属、ゴム・窯業・土石など】

輸送・配送

- ・ 梱包の簡素化【食料品、ゴム・窯業・土石】
- ・ 貨物輸送効率の測定、ベンチマーク、改善（環境保護庁のSmartWayプログラムへの参画）【電気・電子機器】

従業員の出張・雇用者の通勤

- ・ 出張回数の制限【自動車等部品】
- ・ テレワークやオンライン面談の活用【販売会社、商社・卸売業など】

消費者による使用、廃棄物の輸送、処理

- ・ リサイクル、リマニュファクチャリング【販売会社、その他製造業】
- ・ 顧客の脱炭素化を実現する製品やサービスの開発・販促【電気・電子機器】

資本財・リース資産

- ・ リース車をEVやハイブリッド車に変更【一般機械、ゴム・窯業・土石】
- ・ オフィス駐車場に太陽光発電付きカーポートの設置【一般機械】

(注1) 「Scope1、Scope2に含まれない燃料・エネルギー活動」、「投資」、「フランチャイズ」では具体的な自由記述がなかった。

(注2) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

8 脱炭素化への対応：コスト増に関する企業と市場間の意識のギャップに課題

- 政府の要請のもとコストをかけて脱炭素化に取り組むも、価格転嫁を許容するほど現地市場に脱炭素化への意識が定着していないことを懸念する声が多く挙がった。
- また、社内・日米拠点間の意識のばらつき、排出量の算出基準策定や助成金といった政府の取り組みの遅れ、カリフォルニア州のZEV化推進政策への対応にかかる混乱なども課題に挙がった。

脱炭素の取り組みへの課題（自由記述）

コスト増・費用対効果

- ・ 脱炭素化に対応した設備導入コスト【自動車等部品など】
- ・ 再生可能エネルギーなどの燃料コスト【自動車等部品など】
- ・ 脱炭素化に資する原材料・部品コスト【化学・医薬など】
- ・ 排出量算出や補助金申請などの実務コスト【鉄・非鉄・金属など】
- ・ 取り組みの数値化、費用対効果、収益性の確保【建設業など】

現地の脱炭素化への意識の低さ

- ・ 現地取引先やユーザーの脱炭素化への意識が低い【一般機械など】
- ・ 企業努力の価格転嫁が困難【化学・医薬、販売会社など】
- ・ 再生材などの使用が少ない【プラスチック製品】

社内の脱炭素化への意識のばらつき、体制不足

- ・ 現地従業員との温度差【プラスチック製品、運輸業など】
- ・ 現地従業員への意識浸透が困難【運輸業】
- ・ 日本の親会社との動きのずれ【商社・卸売業】
- ・ 日本の親会社からの許可取得が困難【電気・電子機器】
- ・ 脱炭素分野に明るい人材の不足【電気・電子機器部品など】

（注）自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

政策・制度の整備不足、補助金などの支援不足

- ・ 排出量算出の国際基準がない【電気・電子機器、鉱業・エネルギー】
- ・ 気候変動関連の情報開示要件が定まっていない【一般機械など】
- ・ 州政府による対応の遅れ、助成金・支援の不足【食料品など】

カリフォルニア州のゼロエミッション車（ZEV）関連規制

- ・ トラックのZEV化が義務となり、多大な設備投資が必要【ゴム・窯業・土石】
- ・ 南カリフォルニアでWAIRE制度が導入されたが、ZEVの冷蔵・冷凍トラックが現時点で存在しないため対応できない【商社・卸売業】

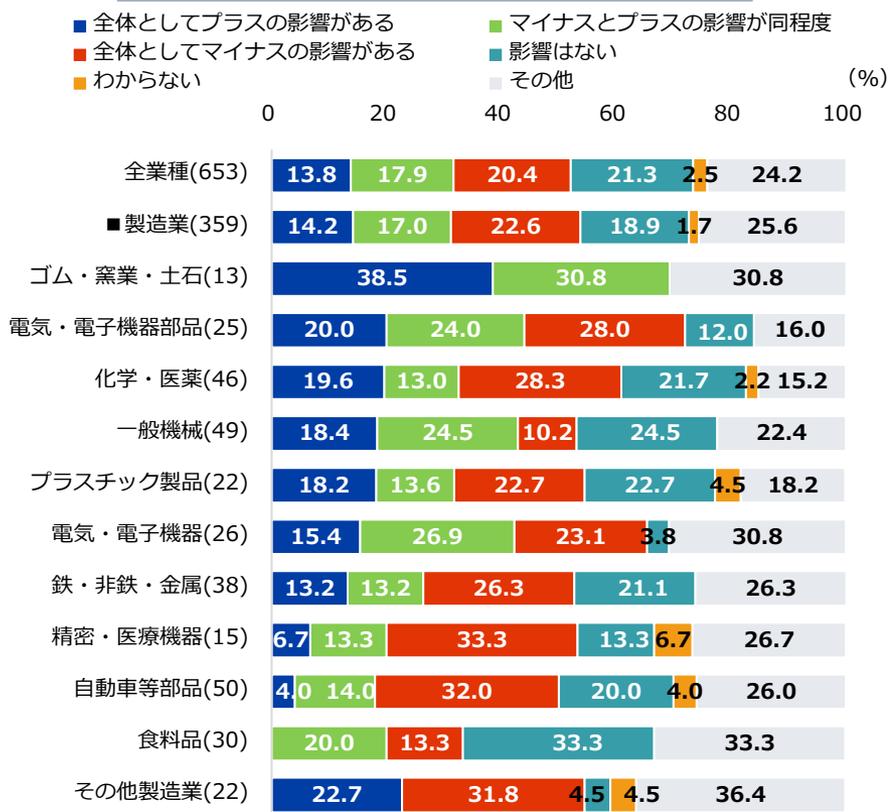
（注1）カリフォルニア州は、商用車、トラック、バスなどすべての中型・大型車両について、2045年までにZEVとする目標を掲げている。ドレージ車両、ラストマイル用の配送車両、地方自治体や連邦政府機関の車両は2035年まで、ごみ収集車両やバスは2039年まで、同規制の対象となるそのほかすべての商用車は2042年までにZEV化する必要がある。

（注2）WAIRE制度は、サウスコースト大気汚染管理区域の倉庫から排出される窒素酸化物やディーゼル車の排出量削減を目的として導入されたポイント制度。倉庫運営者は、毎年特定のポイントを獲得する必要がある。ポイントは、毎年倉庫を往復するトラック（ZEVは加点）の台数に基づいて算出され、影響緩和費用を支払うことでも獲得可能。

1 | 米国連邦政府の政策の影響（1）： プラスの影響は建設業で4割強

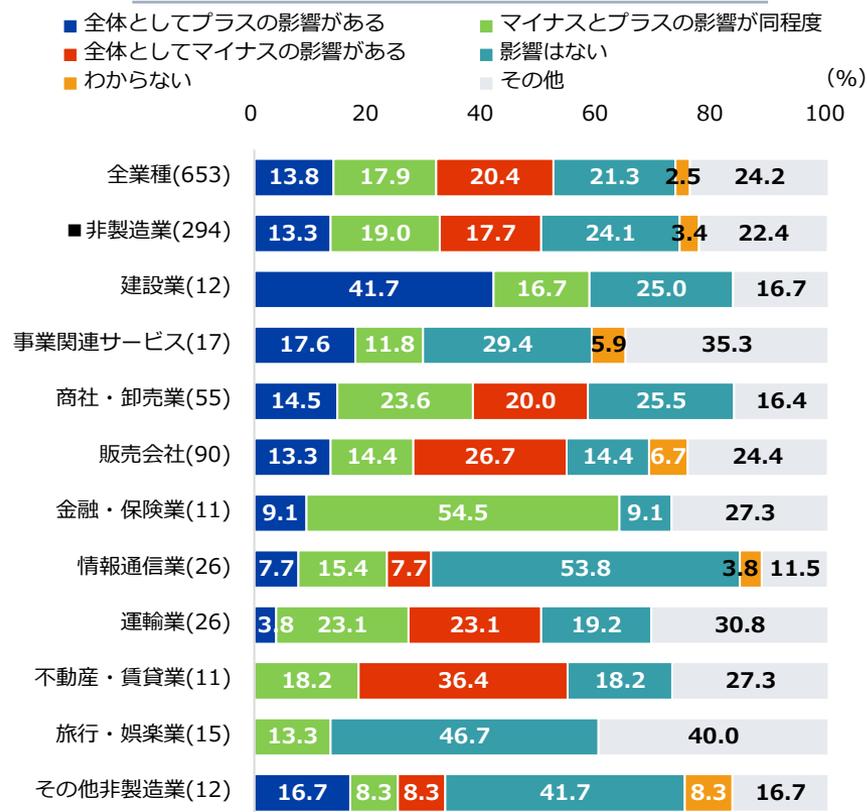
- プラスの影響は建設業（41.7%）やゴム・窯業・土石（38.5%）で高かった。インフラ投資雇用法（IIJA）などによる建設や建設資材への需要増が要因。
- マイナスの影響は金利上昇の影響を受けた不動産・賃貸業（36.4%）で高かった。製造業は22.6%と、対中関税による調達コスト増が引き続き影響した。

連邦政府の政策の影響（業種別、製造業）



(注) 有効回答数10社以上の業種のみ掲載。

連邦政府の政策の影響（業種別、非製造業）

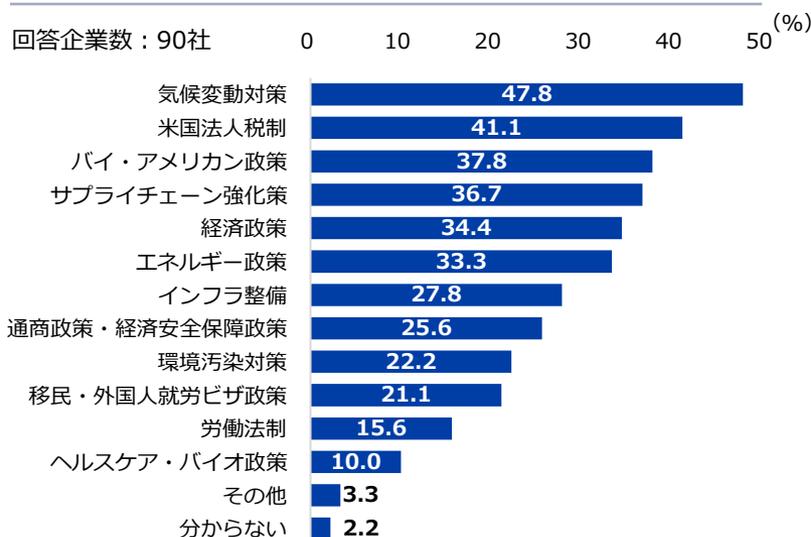


(注) 有効回答数10社以上の業種のみ掲載。

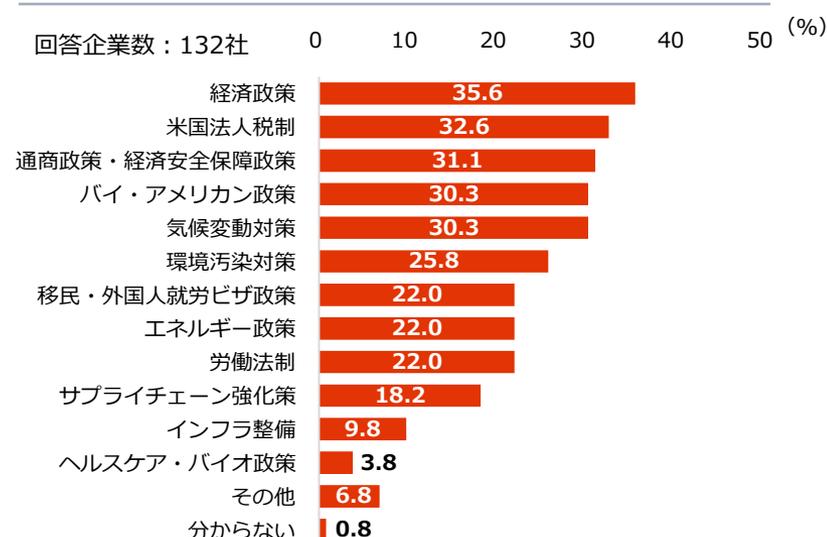
2 | 米国連邦政府の政策の影響 (2) : プラスの影響要因に気候変動対策

- プラス要因は、クリーンエネルギーやEV関連の市場拡大に影響を与えた気候変動対策 (47.8%) が筆頭。半導体などの国内生産回帰に向けたサプライチェーン強化策 (36.7%) も上位に。
- マイナス要因は、インフレ高止まりなどへの課題感から経済政策 (35.6%) が筆頭。対中追加関税や半導体輸出規制強化など、米中対立に関連する通商政策・経済安保政策 (31.1%) も上位に。

プラスの影響がある連邦政府の政策 (複数選択)



マイナスの影響がある連邦政府の政策 (複数選択)



● プラスの影響 (自由記述)

- ・ インフレ削減法 (IRA) やCHIPSプラス法による資金援助、半導体や医薬品などの米国内生産回帰による需要増【プラスチック製品、化学・医薬など】
- ・ インフラ投資雇用法 (IIJA) による建設資材需要増【ゴム・窯業・土石など】
- ・ グリーンやEVへの投資による市場拡大【一般機械、販売会社など】
- ・ 対中追加関税など中国製品のコスト増による需要増加【販売会社、自動車等部品など】

● マイナスの影響 (自由記述)

- ・ 対中追加関税 (301条関税)、鉄・アルミ関税 (232条関税) などによる調達コスト増【自動車等部品、化学・医薬、精密・医療機器など】
- ・ EV化推進による既存製品の需要減【鉄・非鉄・金属、自動車等部品など】
- ・ 環境規制強化による対応コスト増【自動車等、鉄・非鉄・金属など】
- ・ 中国への半導体輸出規制強化【販売会社、電気・電子機器など】

(注) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

JETRO

カナダ編（第34回調査）



1 | 本年度調査の概要

調査目的

カナダに進出する日系企業の経営状況、現地でのビジネス環境の変化などについて把握し、日本企業の海外事業戦略立案や関係機関の施策立案に資することを目的とする。

実施時期

2023年9月6～26日

有効回答率

58.3%

(回答企業数 105社/180社)

調査対象

在カナダ日系企業（製造業・非製造業）のうち、直接出資および間接出資を含めて、日本の親会社の出資比率が10%以上の企業、日本企業の支店が対象。

備考

本調査は1989年より実施しており、今回は34回目となる（2004年度は実施せず）。

(注1) 調査結果の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100とはならない。

(注2) アンケートに回答した企業が、各設問全てに回答したわけではない。回答率は、各設問の回答者数を基数として算出した。

(注3) 次ページ以降の図表中、特に記載のない場合、括弧内数値は回答企業数を示す。

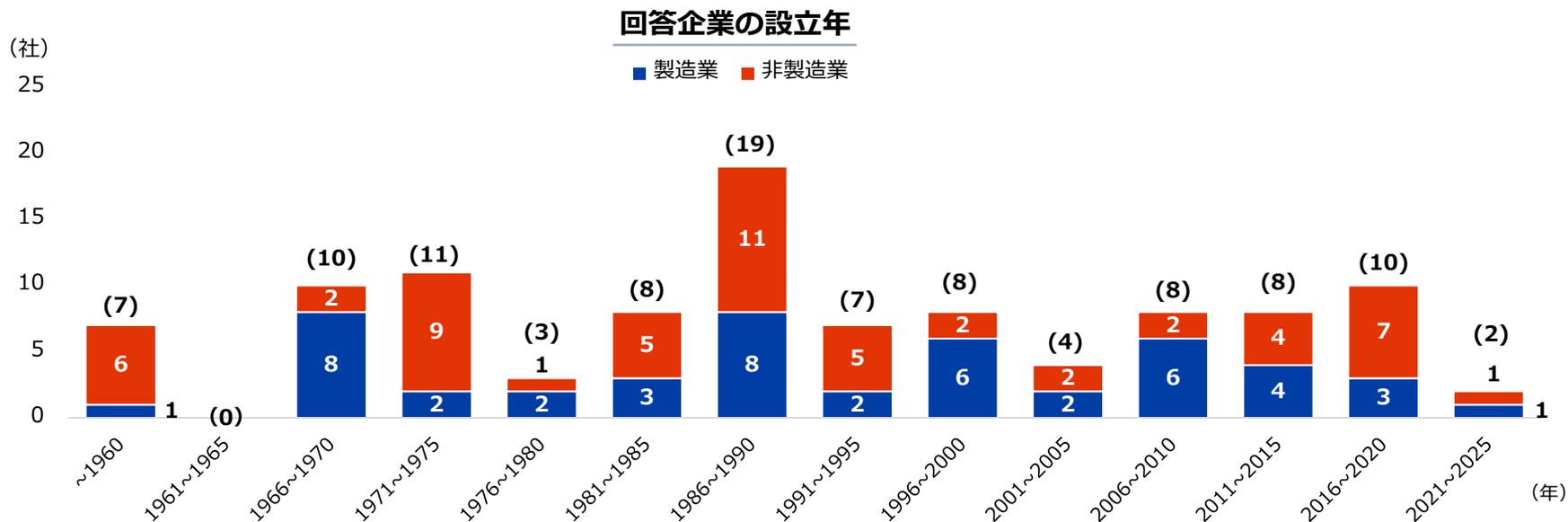
(注4) 各選択肢の回答企業数の分母が一定数に満たない業種や選択肢は対象から外した。

回答企業業種別・州別内訳

(単位：社、%)

| | | 企業数 | 構成比 | | |
|---------------|-----|------|---------------|-----|------|
| 全業種 | | 105 | 100 | | |
| 業種別 | | | | | |
| 製造業 | 企業数 | 構成比 | 非製造業 | 企業数 | 構成比 |
| 自動車等部品 | 10 | 9.5 | 商社・卸売業 | 13 | 12.4 |
| 鉄・非鉄・金属 | 7 | 6.7 | 販売会社 | 13 | 12.4 |
| 食料品 | 5 | 4.8 | 旅行・娯楽業 | 6 | 5.7 |
| プラスチック製品 | 5 | 4.8 | 運輸業 | 5 | 4.8 |
| 一般機械 | 3 | 2.9 | 情報通信業 | 5 | 4.8 |
| 電気・電子機器 | 3 | 2.9 | 鉱業・エネルギー | 3 | 2.9 |
| 自動車等 | 3 | 2.9 | 小売業 | 3 | 2.9 |
| 鉄道車両等 | 3 | 2.9 | 金融・保険業 | 3 | 2.9 |
| 鉄道・運搬車両等部品 | 2 | 1.9 | 事業関連サービス | 2 | 1.9 |
| 化学・医薬 | 1 | 1.0 | 教育・医療 | 2 | 1.9 |
| ゴム・窯業・土石 | 1 | 1.0 | 不動産・賃貸業 | 1 | 1.0 |
| 精密・医療機器 | 1 | 1.0 | その他非製造業 | 1 | 1.0 |
| その他製造業 | 4 | 3.8 | | | |
| 州別（製造業） | | | 州別（非製造業） | | |
| オンタリオ | 39 | 37.1 | オンタリオ | 34 | 32.4 |
| ブリティッシュ・コロンビア | 4 | 3.8 | ブリティッシュ・コロンビア | 18 | 17.1 |
| ケベック | 3 | 2.9 | ケベック | 2 | 1.9 |
| アルバータ | 1 | 1.0 | アルバータ | 3 | 2.9 |
| マニトバ | 1 | 1.0 | | | |

2 | 回答企業の設立年、拠点数、工場数



回答企業の拠点数の内訳

| 回答企業数 | 76 | | | |
|-------|---------|------|-----|-----------|
| | 企業数 (社) | | | 拠点数 総計 |
| | 製造業 | 非製造業 | 全業種 | |
| 拠点なし | 0 | 3 | 3 | 0 |
| 1 | 25 | 18 | 43 | 43 |
| 2 | 9 | 7 | 16 | 32 |
| 3 | 1 | 4 | 5 | 15 |
| 4 | 2 | 1 | 3 | 12 |
| 5 | 1 | 0 | 1 | 5 |
| 6~10 | 1 | 2 | 3 | 23 |
| 11以上 | 0 | 2 | 2 | 57 |
| 計 | 39 | 37 | 76 | 187 |

回答企業の工場数の内訳

| 回答企業数 | 58 | | | |
|-------|---------|------|-----|-----------|
| | 企業数 (社) | | | 工場数 総計 |
| | 製造業 | 非製造業 | 全業種 | |
| 工場なし | 6 | 21 | 27 | 0 |
| 1 | 27 | 1 | 28 | 28 |
| 2 | 1 | 0 | 1 | 2 |
| 3以上 | 1 | 1 | 2 | 9 |
| 計 | 35 | 23 | 58 | 39 |

3 従業員数・日本からの派遣者数： 1社あたりの中央値はそれぞれ70人、2人

- 回答企業の総従業員数は2万8,910人で、1社あたり従業員数平均値は275人、中央値は70人。産業別で見ると、製造業の中央値は120人、非製造業の中央値は30人。
- 回答企業の日本からの総派遣者（駐在員）数は283人で、1社あたり派遣者数平均値は3人、中央値は2人。産業別で見ると、製造業の中央値は2人、非製造業の中央値は1人。

従業員数の平均値と中央値

(単位：人)

| | 総従業員数 | 平均値 | 中央値 |
|-----------|--------|-----|-----|
| 全業種 (105) | 28,910 | 275 | 70 |
| 製造業 (48) | 15,390 | 321 | 120 |
| 非製造業 (57) | 13,520 | 237 | 30 |

日本からの派遣者数の平均値と中央値

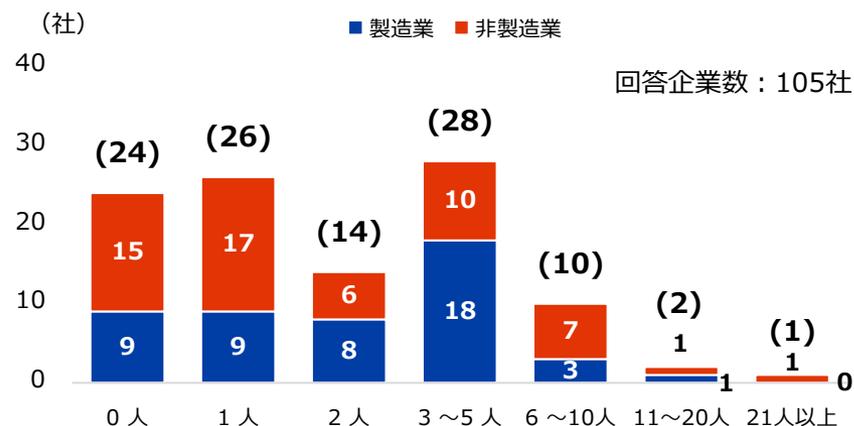
(単位：人)

| | 総派遣者数 | 平均値 | 中央値 |
|-----------|-------|-----|-----|
| 全業種 (105) | 283 | 3 | 2 |
| 製造業 (48) | 131 | 3 | 2 |
| 非製造業 (57) | 152 | 3 | 1 |

産業別の従業員数内訳



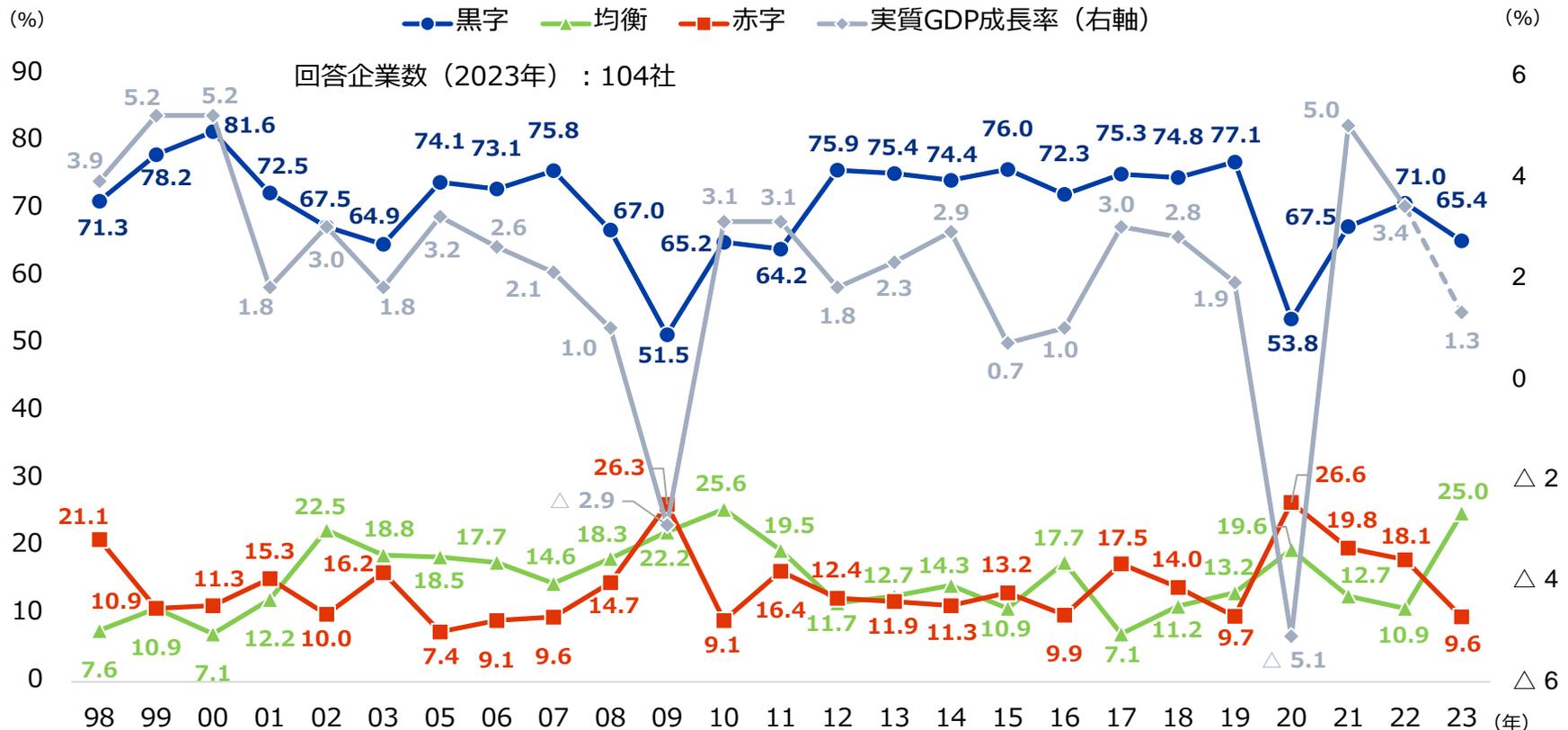
産業別の日本からの派遣者数内訳



1 | 2023年営業利益見込み： 黒字は6割半ばに減少も、赤字は2019年水準下回る

- 2023年に「黒字」を見込む企業は65.4%で、前年（71.0%）から5.6ポイント減少し、新型コロナ禍前の2019年（77.1%）の水準には依然及ばず。一方、「赤字」を見込む企業は9.6%で、前年（18.1%）から8.5ポイント減少し、2019年（9.7%）の水準をわずかに下回った。

営業利益見込みとカナダの実質GDP成長率

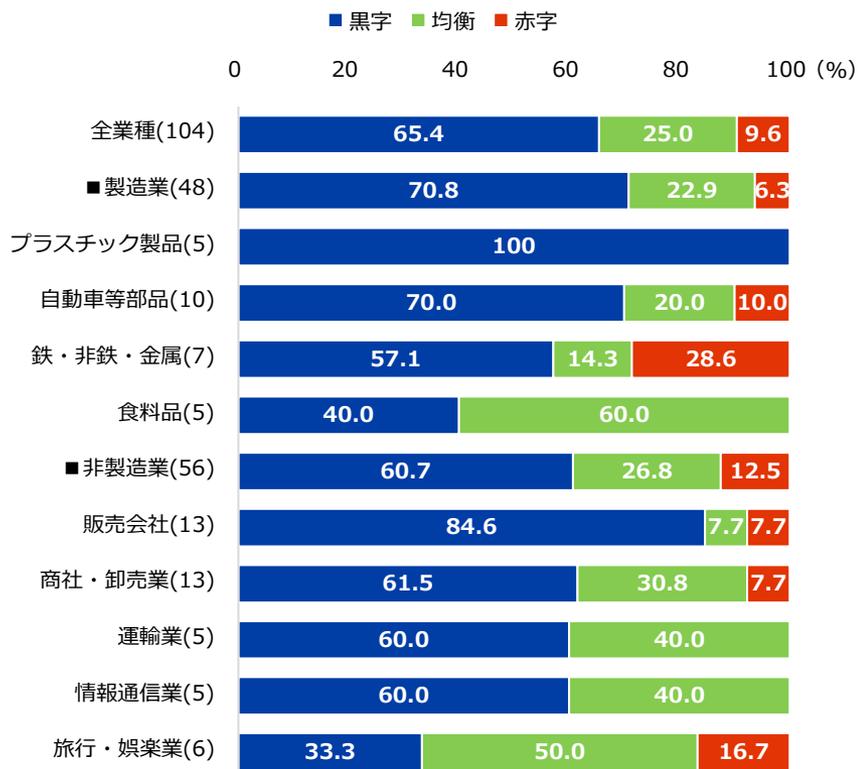


(注) 2022年までの実質GDP成長率はカナダ統計局 (Statistics Canada) の発表値 (2023年11月)。
 2023年の実質GDP成長率はIMFによる予測値 (2023年11月)。
 2004年度は調査を実施せず。

2 | 2023年営業利益見込み（業種別）： 自動車関連産業で黒字7割超、各業種で赤字幅縮小

- 業種別黒字見込みは、生産が安定したプラスチック製品で100.0%と最も高かった。自動車産業などの活況を背景に販売会社（84.6%）、自動車等部品（70.0%）が続いた。
- 赤字見込みは、原材料や燃料が高騰した鉄・非鉄・金属が28.6%と最高も、各業種で前年から減少。全業種でも9.6%と前年（18.1%）から8.5ポイント減少した。

2023年の営業利益見込み（業種別）



営業利益黒字見込みに影響した要因（自由記述）

- プラスチック製品
 - ・ 客先を含めた生産の安定化
- 販売会社
 - ・ 値上げ、自動車・建設・鉱業の活況
- 自動車等部品
 - ・ 自動車生産台数の回復、為替、材料費の価格低減
- 商社・卸売業
 - ・ カナダ国内販売の好況
- 運輸
 - ・ 自動車関連の輸送の回復

営業利益赤字見込みに影響した要因（自由記述）

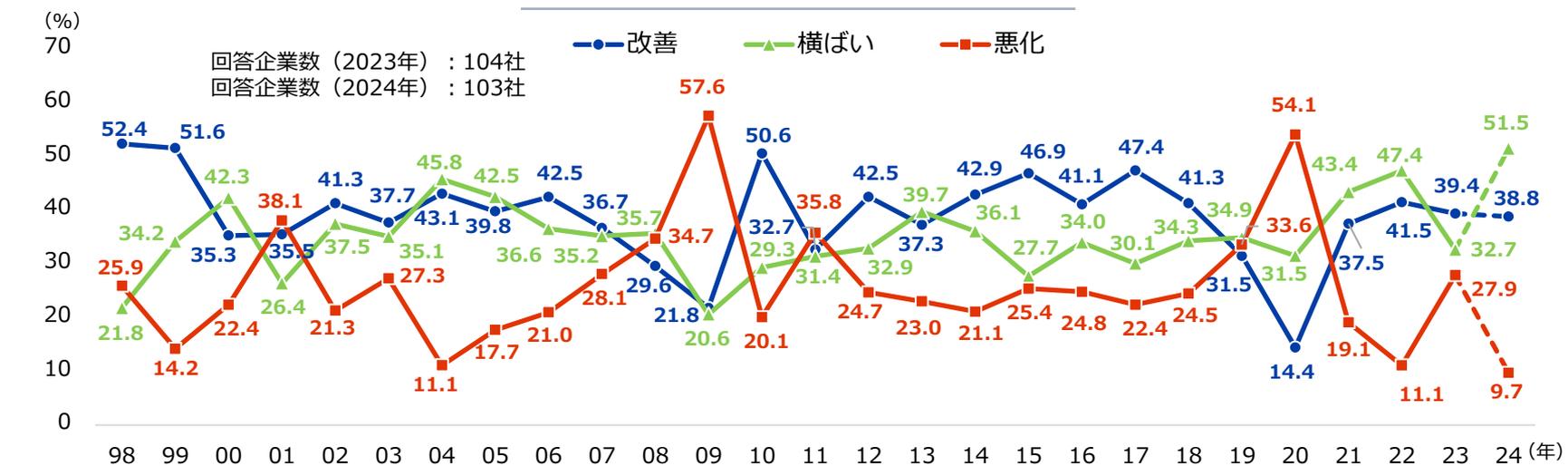
- 鉄・非鉄・金属
 - ・ 原材料の高騰
- 旅行・娯楽業
 - ・ 円安、燃油高
- 自動車等部品
 - ・ 先行投資

(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

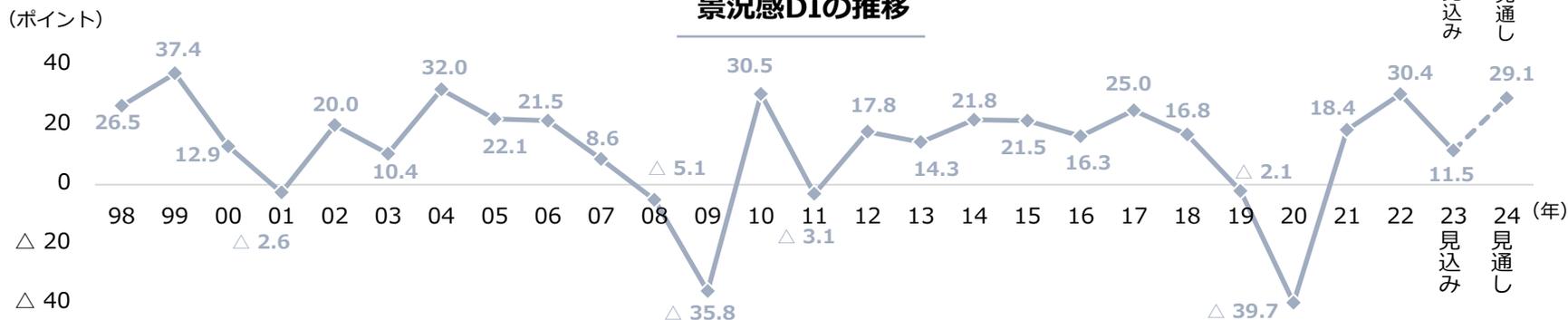
3 | 景況感DI： 23年景況感は11.5と低下、24年は上昇の見通し

- 2023年の営業利益見込みについて、前年から「改善」が39.4%、「横ばい」は32.7%、「悪化」は27.9%。2024年に「改善」を見通す企業は38.8%。
- 2023年の景況感を示すDI（改善－悪化）は11.5でプラスを維持したが、前年（30.4）から18.9ポイント低下。2024年は29.1と改善の見通し。

前年と比較した営業利益見込みの変化



景況感DIの推移

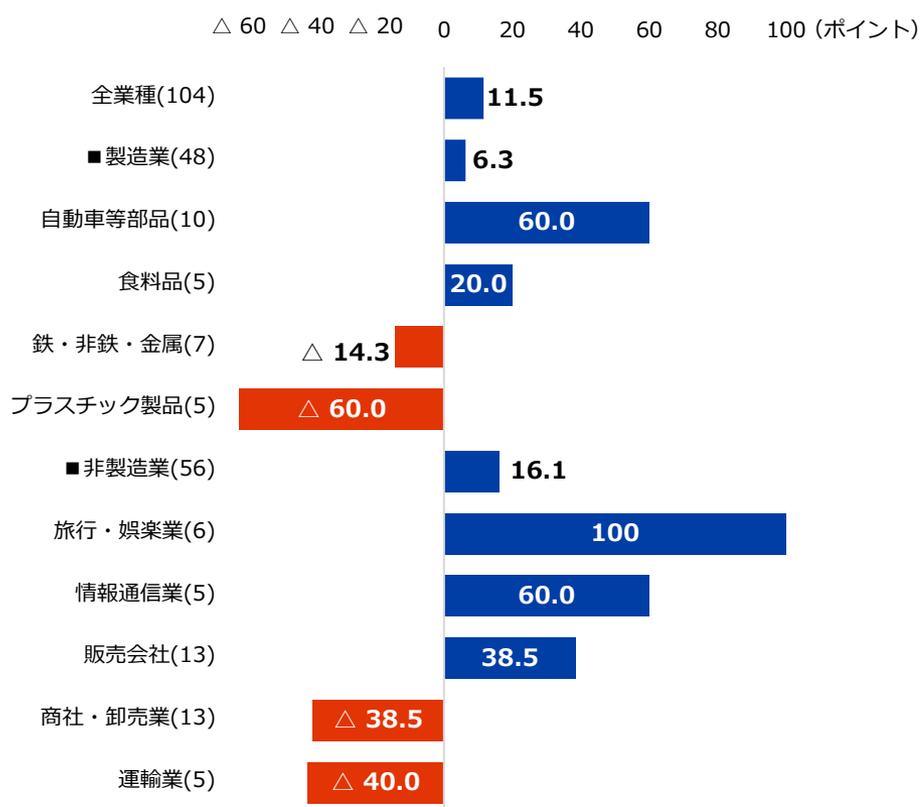


(注) 2004年度は調査を実施しなかったため、2003年度調査時点の見通しの数値。

4 | 景況感DI（業種別）： 23年は旅行・娯楽業、自動車等部品などで大幅改善

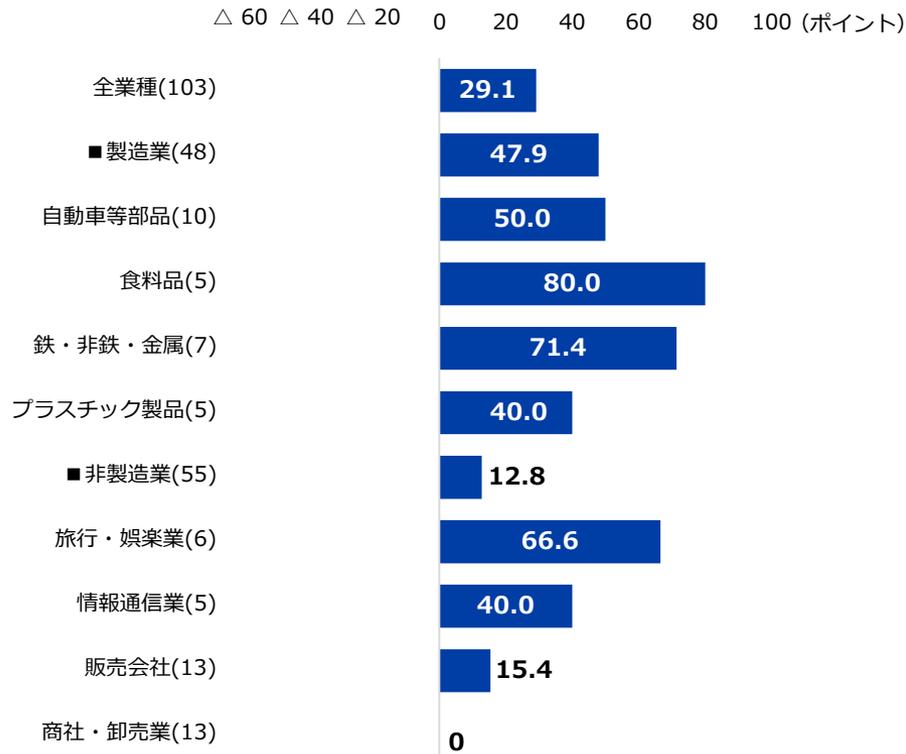
- 2023年の業種別DIは、自動車等部品（前年比36.9ポイント増）で改善した一方、プラスチック製品（120.0ポイント減）や運輸業（65.0ポイント減）で大幅に悪化。
- 2024年は、プラスチック製品（100.0ポイント増）をはじめ、製造業で改善が見込まれる一方、旅行・娯楽業（33.4ポイント減）をはじめ、非製造業では若干の悪化が見込まれる。

2023年の主な業種別の景況感DI（業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

2024年の主な業種別の景況感DI（業種別）

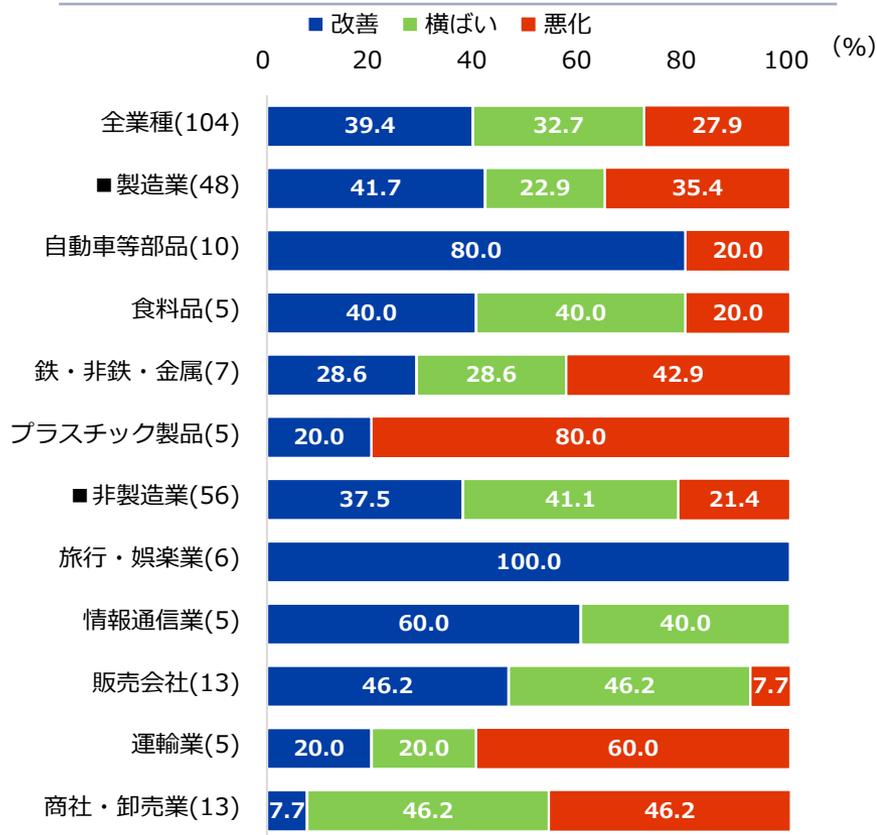


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

5 対前年比営業利益見込み（業種別）： 業種でばらつき、現地・輸出市場での需要増減が要因

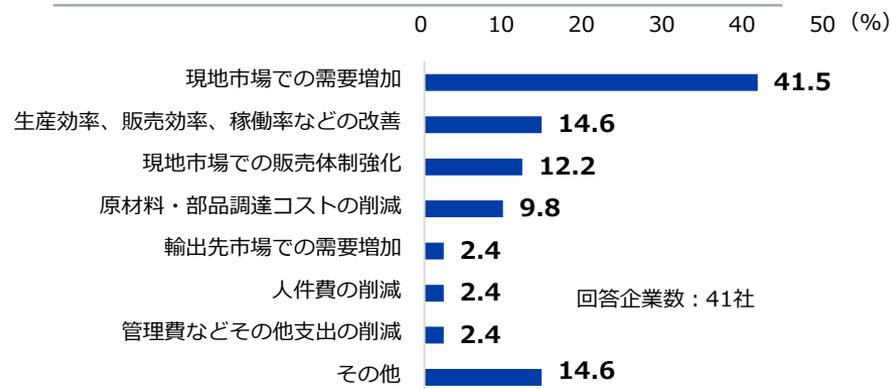
- 旅行・娯楽業（100%）や自動車等部品（80.0%）、情報通信業（60.0%）で過半数が「改善」を選択。一方、プラスチック製品（80.0%）や運輸業（60.0%）では「悪化」の割合が「改善」を上回る。
- 改善は現地市場の需要増（41.5%）が、悪化は現地・輸出先市場での需要減少（各27.6%）が主因に。

2022年と比較した営業利益見込みの変化（業種別）

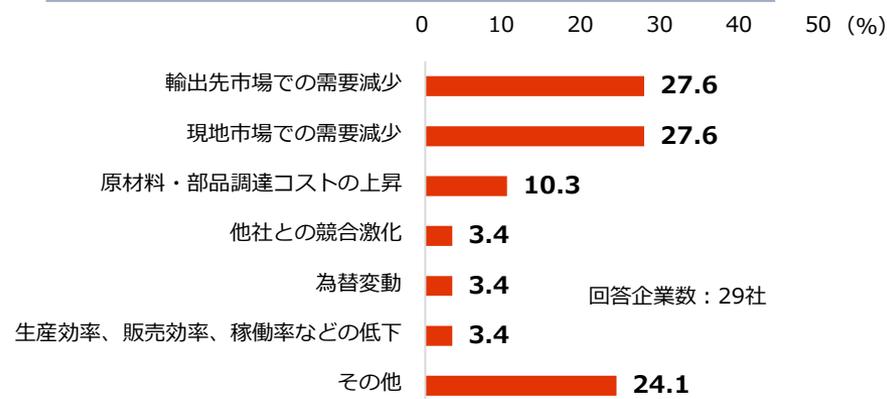


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

2023年の営業利益見込みが改善する理由（主因）



2023年の営業利益見込みが悪化する理由（主因）



1 経営上の課題： 雇用・調達面の課題が顕著に

- 賃金上昇や人手不足（採用・定着難、質の確保）など雇用面の課題が上位に。調達コストの上昇（前年45.8%→43.0%）や物流コストの上昇（前年46.6%→37.0%）は、引き続き課題意識が高く残るも、いずれも前年から低下。
- 新型コロナ禍で発生した特需の終了や景気後退などによる消費者の需要減退を危惧する声も挙がる。

経営上の課題（複数選択）

| 課題となっている事項 | 分類 | 割合 (%) |
|--------------|-----|--------|
| 従業員の賃金上昇 | 雇用面 | 49.0 |
| 調達コストの上昇 | 調達面 | 43.0 |
| 従業員の採用 | 雇用面 | 40.0 |
| 物流コストの上昇 | 調達面 | 37.0 |
| 従業員の質 | 雇用面 | 36.0 |
| 新規顧客の開拓 | 販売面 | 33.0 |
| 従業員の定着率 | 雇用面 | 28.0 |
| 不安定な為替変動 | 財務面 | 26.0 |
| 物流遅延 | 調達面 | 25.0 |
| 競合企業との競争激化 | 販売面 | 24.0 |
| 駐在員の生活コスト上昇 | 雇用面 | 23.0 |
| 取引先・消費者の需要減退 | 販売面 | 23.0 |

回答企業数：100社

（注）上位項目のみ抜粋、40%以上は太字。

具体的な課題（自由回答）

- **賃金上昇、雇用面**
 - ・ 従業員の賃金上昇と採用【ゴム・窯業・土石、小売業など】
 - ・ 事業拡大に合わせた人材育成が課題【小売業】
- **インフレ**
 - ・ インフレによる調達・物流コストの上昇【鉄道車両等部品、商社・卸売業など】
- **生産能力・品質の向上**
 - ・ 生産増に対応する設備や人員確保、品質確保【自動車等部品、鉄・非鉄・金属】
 - ・ 必要生産能力に対するキャパシティの不足【プラスチック製品】
- **消費者の需要減退**
 - ・ 新型コロナ禍での特需の終了および景気減退による消費マインドの低下【自動車等】
 - ・ 新型コロナ禍で一時的に底上げされた需要が今後どう戻るのか、競合他社がどう反応するかの予測が困難【販売会社】
 - ・ 取引先・消費者の需要減退【商社・卸売業】
 - ・ 円安や燃油高による消費者の需要減退【旅行・娯楽業】
- **その他**
 - ・ 新型コロナ禍での特需の終海上運賃の低減により、競合となる並行輸入品との競争が激化【販売会社】

（注）自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

2 | 経営上の課題への対応策： 対応策としても「賃金の引き上げ」が筆頭に

- 賃金上昇は経営課題の筆頭でありながら、採用・定着難や質の確保などを要因に、対応策としても既存社員賃金の引き上げ（42.5%）が筆頭。そのほか、教育・訓練強化（41.4%）、人員体制の強化（34.5%）、リモートワークの維持（33.3%）、採用条件の改善（32.2%）などが上位に。
- 販売価格の引き上げ（41.4%）の対応策も目立った。

経営上の課題への対応策（複数選択）

| 対応策 | 割合 (%) |
|---------------|--------|
| 既存社員の賃金の引き上げ | 42.5 |
| 教育・訓練強化 | 41.4 |
| 販売価格の引き上げ | 41.4 |
| 人員体制の強化 | 34.5 |
| リモートワークの維持 | 33.3 |
| 採用条件の改善 | 32.2 |
| 自動化・省力化の推進 | 29.9 |
| 調達先との価格交渉 | 27.6 |
| 人件費以外の経費削減 | 26.4 |
| 現地人材の登用 | 26.4 |
| ブランド力の向上 | 26.4 |
| 販売チャネルの見直し・強化 | 24.1 |
| 設備投資 | 21.8 |
| カスタマーサービスの強化 | 20.7 |
| 専門家・支援機関等の活用 | 20.7 |

回答企業数：87社

（注）上位項目のみ抜粋、30%以上は太字。

具体的な対応策（自由回答）

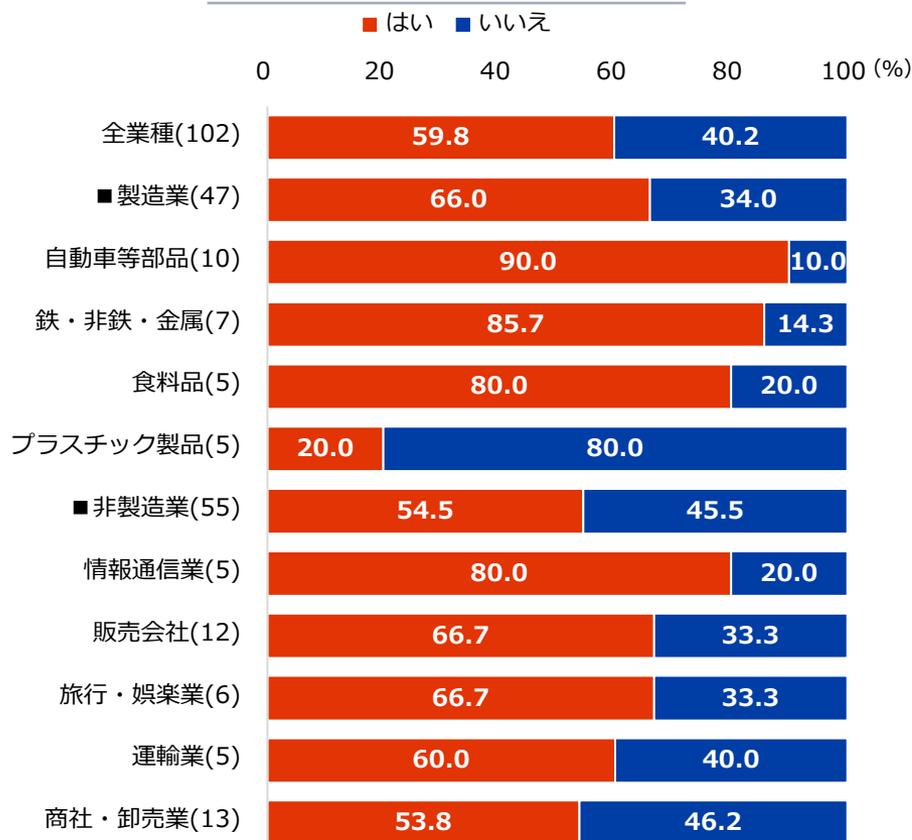
- **雇用面**
 - ・ 現地人材の採用強化・登用【情報通信業、販売会社、小売業】
 - ・ 現地従業員の人員見直し【小売業】
- **設備投資など**
 - ・ 自動化推進や福利厚生などの待遇改善による労働力確保【自動車等部品】
 - ・ 設備面での生産能力の不足に対応するための生産性向上【プラスチック製品】
 - ・ 生産性向上に向けた設備投資【精密・医療機器】
 - ・ 省力化に向けた基幹システムの入れ替え【その他製造業】
 - ・ 自動化・効率化、DX推進【販売会社】
 - ・ 現地工場への日本からの技術支援強化による品質改善【鉄・非鉄・金属】
- **調達・販売チャネルの変更**
 - ・ 日本からの輸入から、他国や現地での調達の開始【その他製造業】
 - ・ 既存販売チャネルから新規の顧客獲得に向けた営業活動【販売会社】
 - ・ デジタルマーケティングを通じたブランド力強化【販売会社】
 - ・ ECチャネルへのシフト【その他製造業】

（注）自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

1 人材不足への直面 6割弱が課題と認識も、前年からは改善

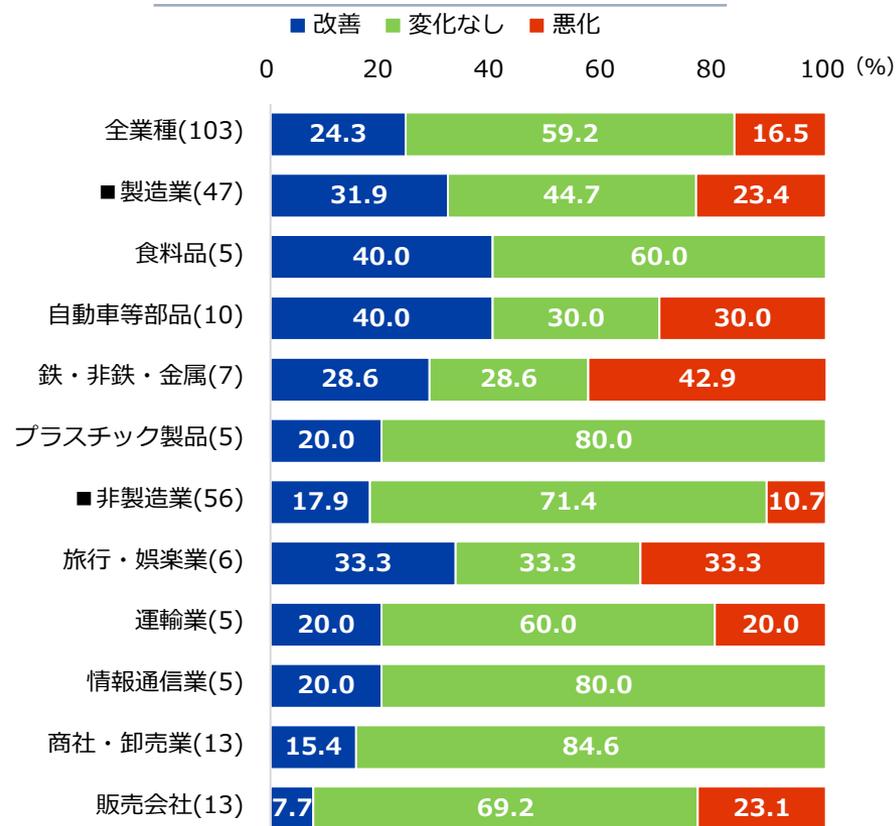
- 回答企業の6割弱が人材不足の課題に直面、多くの業種で過半数超え。
- 2022年8～9月から「改善」と回答した企業の割合は24.3%と、「悪化」（16.5%）を上回った。一方、鉄・非鉄・金属や販売会社では「悪化」が上回った。ただ、過半の業種で「変化なし」との回答。

人材不足の課題の有無（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2022年8～9月からの変化（業種別）

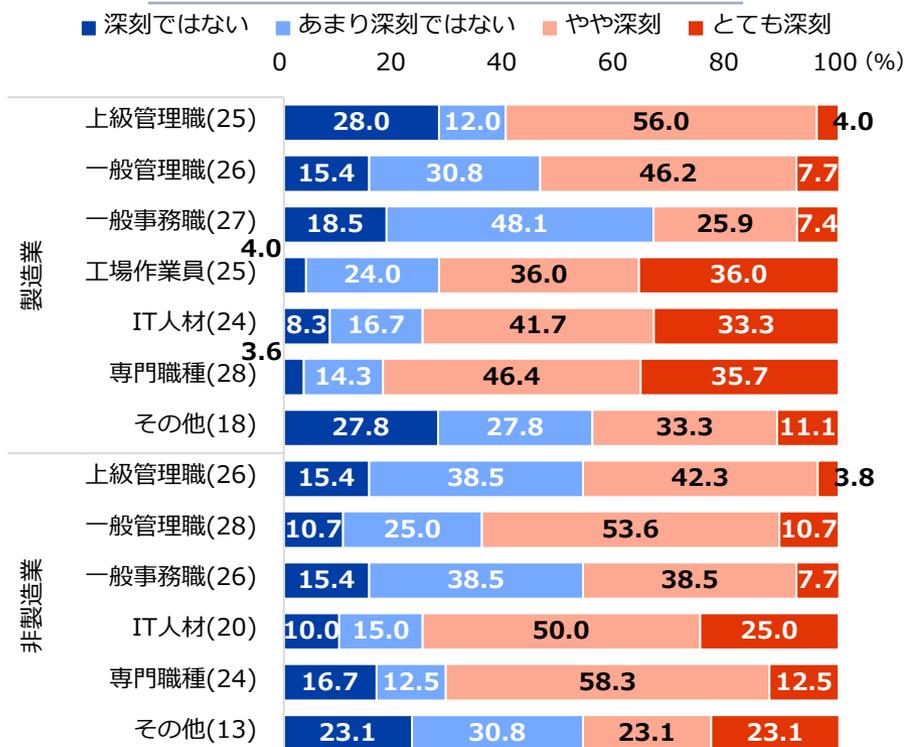


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2 人材不足の深刻度と人材採用・定着に向けた具体策 工場作業員やIT人材などで人材不足が深刻

- 人材不足が深刻とする割合は、製造業において、工場作業員（36.0%）や法務・エンジニアなどの専門職種（35.7%）、プログラマーなどのIT人材（33.3%）で高い。
- 人材採用・定着のための具体策は、給与引き上げやボーナス支給などの金銭面での対応が多い。非金銭面では、勤務体制の柔軟化やスキルアップ補助などの福利厚生の充実に取り組む企業も。

人材不足の深刻度合い（職種・産業別）



(注1) 人材不足の課題の有無（前スライド参照）に関する設問で「はい（課題に直面している）」と回答した企業が対象。工場作業員については、製造業についてのみ掲載。

(注2) 上級管理職：ディレクターなど。一般管理職：マネージャーなど。IT人材：プログラマーなど。専門職種：法務、経理、エンジニアなど専門技能を必要とする職種。その他：委託も含む/運転手、建設関係、宅配関連など。

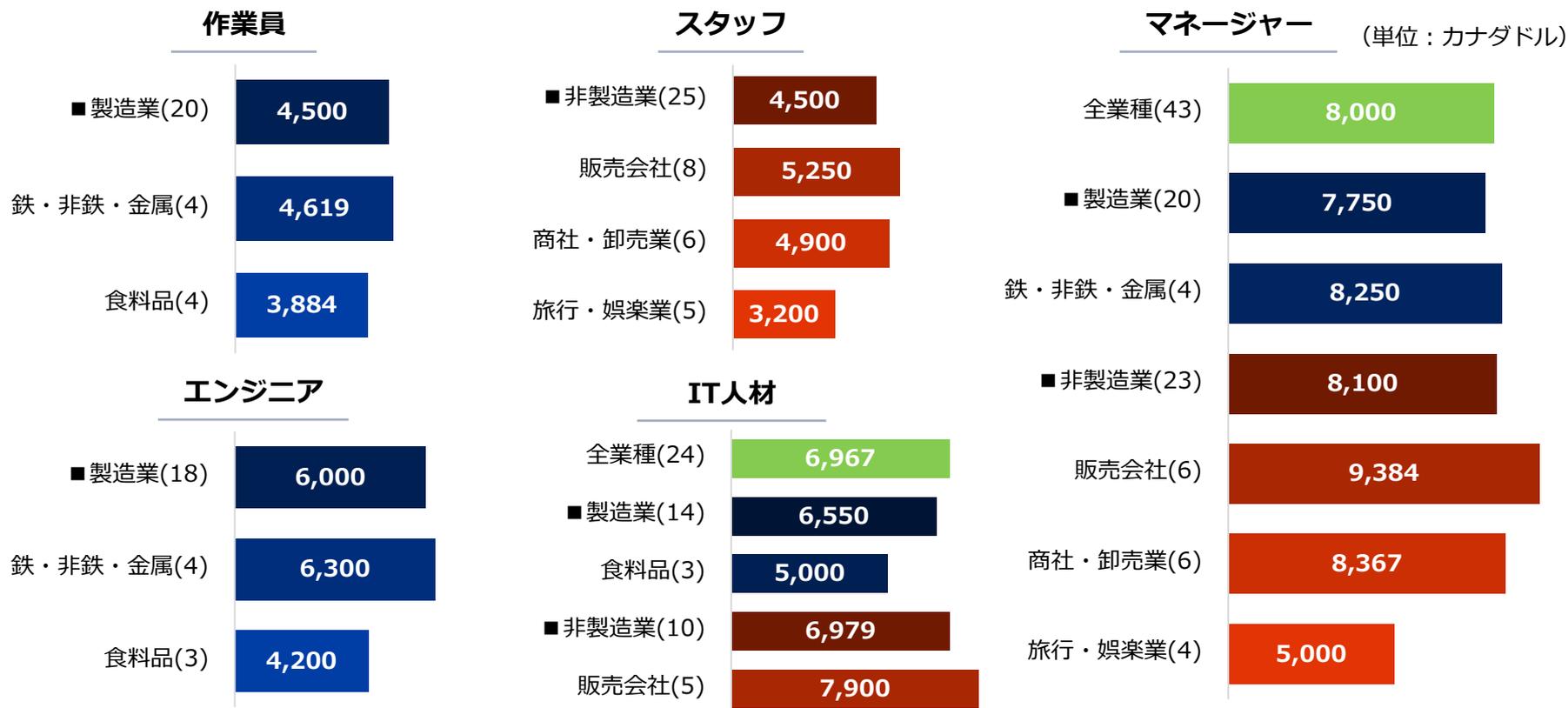
人材の採用・定着に関する具体策

- **給与引き上げ**
 - ・ 昇給【自動車等】
 - ・ 初任給引き上げ、昇給までの期間短縮【自動車等部品】
 - ・ ベースアップの実施【自動車等部品】
 - ・ 他社に見劣りしない給与水準の設定【鉱業・エネルギー】
 - ・ 周辺企業との給与格差是正【鉄・非鉄・金属】
 - ・ 給与制度の見直し要否を検討中【その他非製造業】
- **ボーナス支給**
 - ・ 保険、昇給、ボーナスなどの充実【販売会社】
- **勤務体制の柔化**
 - ・ 必須出社日なしのリモートワークの継続【自動車等】
 - ・ オフィス労働者への在宅勤務許可【鉄道車両等部品】
 - ・ 在宅勤務含めた働き方の多様化【商社・卸売業】
- **スキルアップの補助**
 - ・ 資格取得のための講習会・受験費用の会社負担【鉄・非鉄・金属】
- **派遣職員の正社員登用推進**
 - ・ 派遣社員の正社員への登用【プラスチック製品】
- **社内イベントなどコミュニケーションの場の増加**
 - ・ 会社負担のランチなどの社内行事増加【その他製造業】

(注) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

3 | 賃金（基本給月額、中央値）： 名目ベースアップ率の中央値は3.7%台

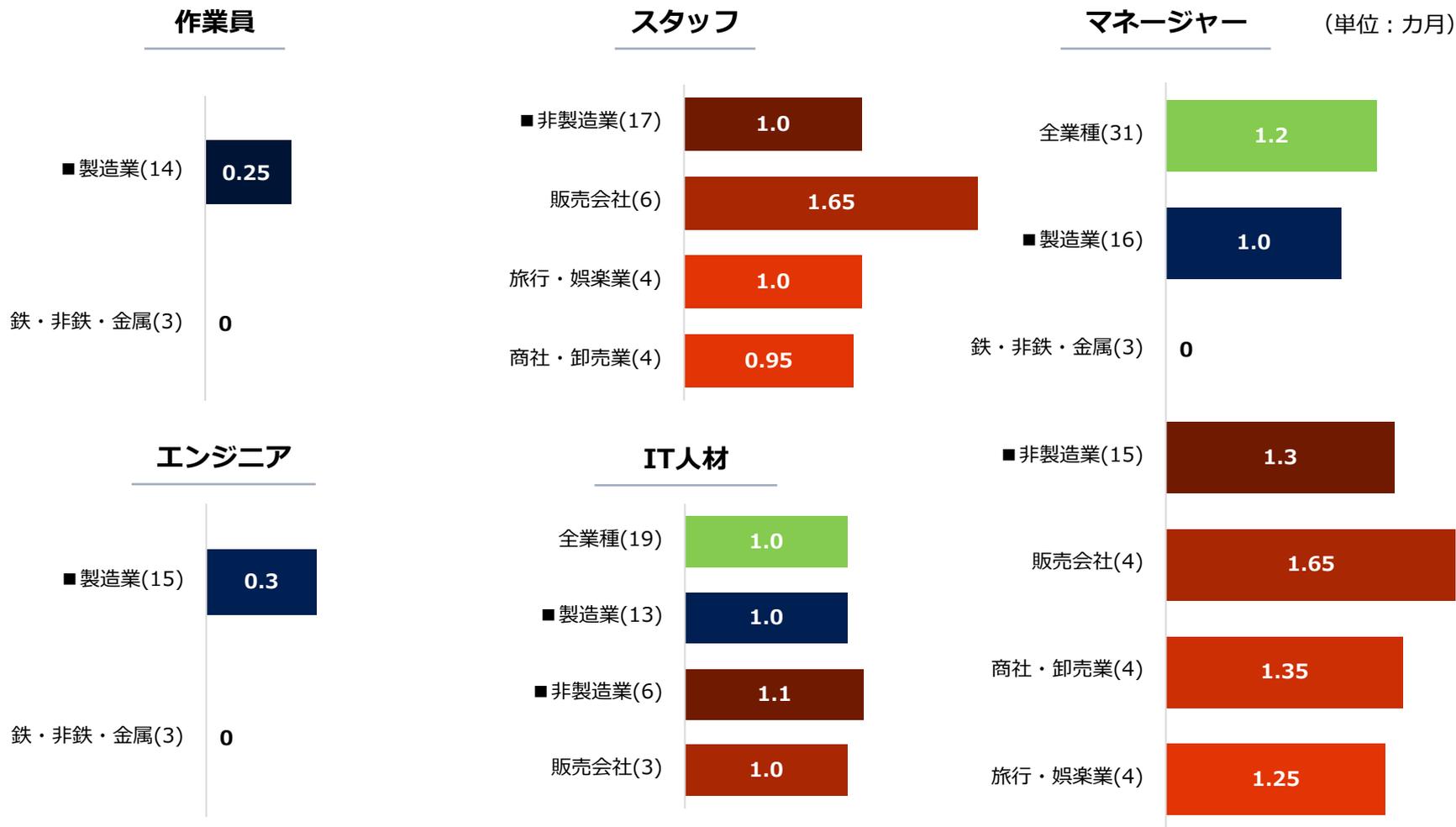
- 今期（2022年度→2023年度）の名目ベースアップ率（ベア率）の中央値は製造業で3.7%、非製造業3.75%。いずれも昨年度調査時点の名目ベア率（見込み）の中央値（製造業：3.5%、非製造業：3.0%）を上回る。
- 来期（2023年度→2024年度）の名目ベア率（見込み）の中央値は製造業・非製造業ともに3.0%。



(注1) 製造業企業は、作業員（正規雇用の一般工職で実務経験3年程度、ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く）、エンジニア（正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）、マネージャー（正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合）、IT人材（正規雇用のシステムエンジニアで専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）について、非製造業企業は、スタッフ（正規雇用の一般職で実務経験3年程度、ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く）、マネージャー、IT人材について回答。

(注2) 有効回答企業数が3社以上の企業のみ掲載。

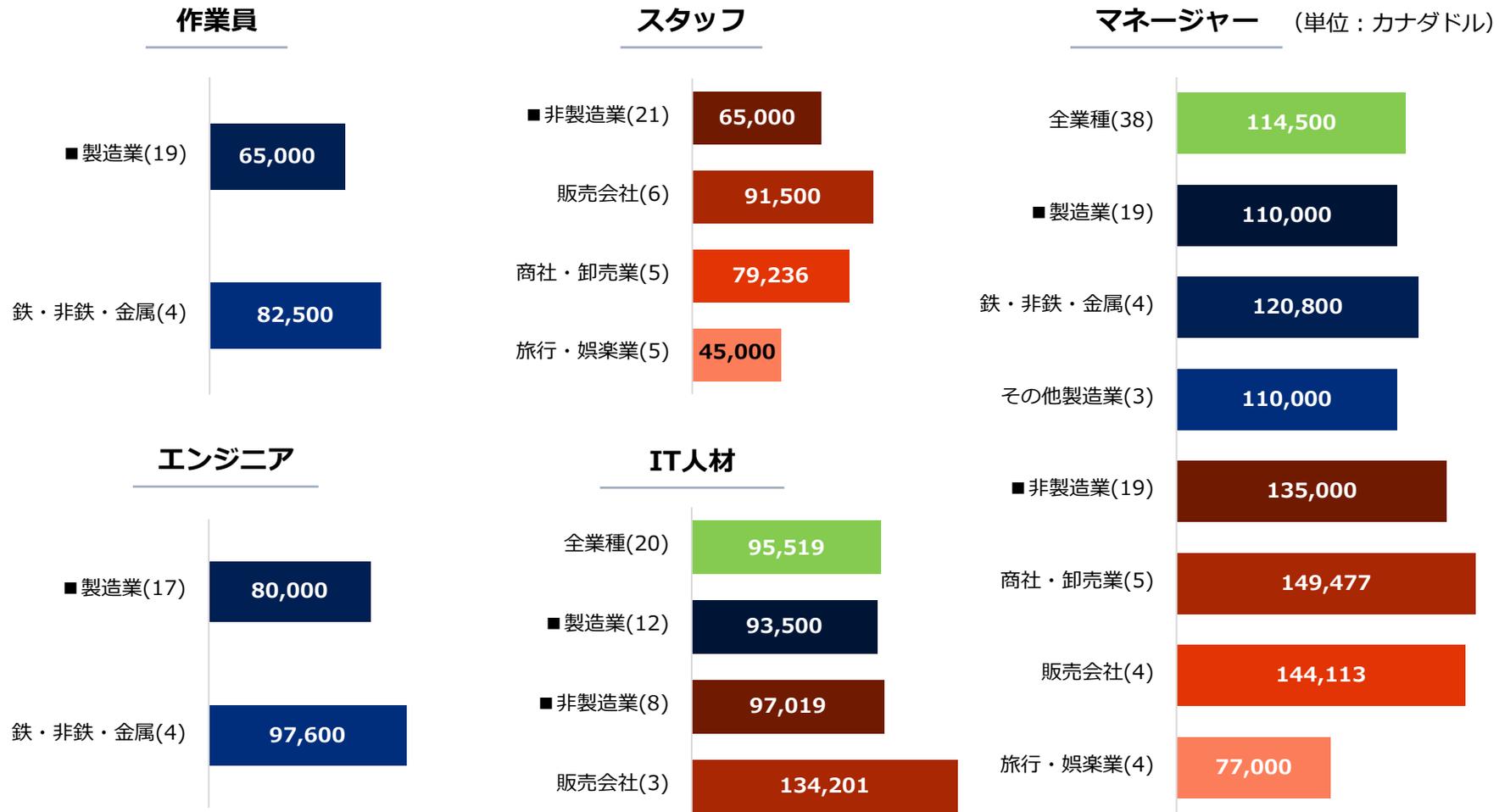
4 | 賃金（年間賞与、中央値）： 職種別中央値は0.25～1.2カ月



(注1) 製造業企業は、作業員（正規雇用の一般工職で実務経験3年程度、ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く）、エンジニア（正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）、マネージャー（正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合）、IT人材（正規雇用のシステムエンジニアで専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）について、非製造業企業は、スタッフ（正規雇用の一般職で実務経験3年程度、ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く）、マネージャー、IT人材について回答。

(注2) 有効回答企業数が3社以上の企業のみ掲載。

5 | 賃金（年間実負担額、中央値）： 職種別中央値は6万5,000～11万4,500カナダドル



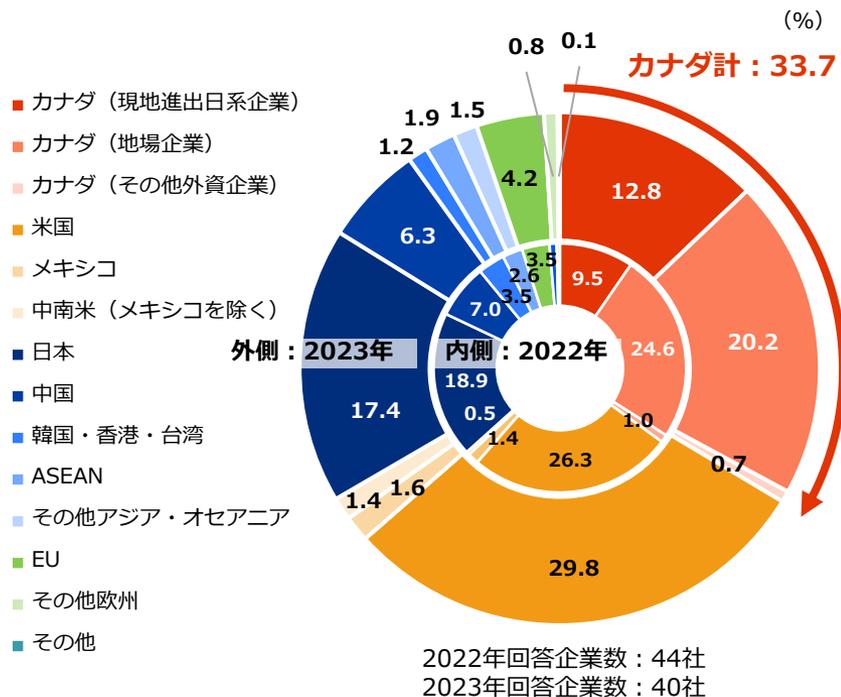
(注1) 製造業企業は、作業員（正規雇用の一般工職で実務経験3年程度、ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く）、エンジニア（正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）、マネージャー（正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合）、IT人材（正規雇用のシステムエンジニアで専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）について、非製造業企業は、スタッフ（正規雇用の一般職で実務経験3年程度、ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く）、マネージャー、IT人材について回答。

(注2) 有効回答企業数が3社以上の企業のみ掲載。

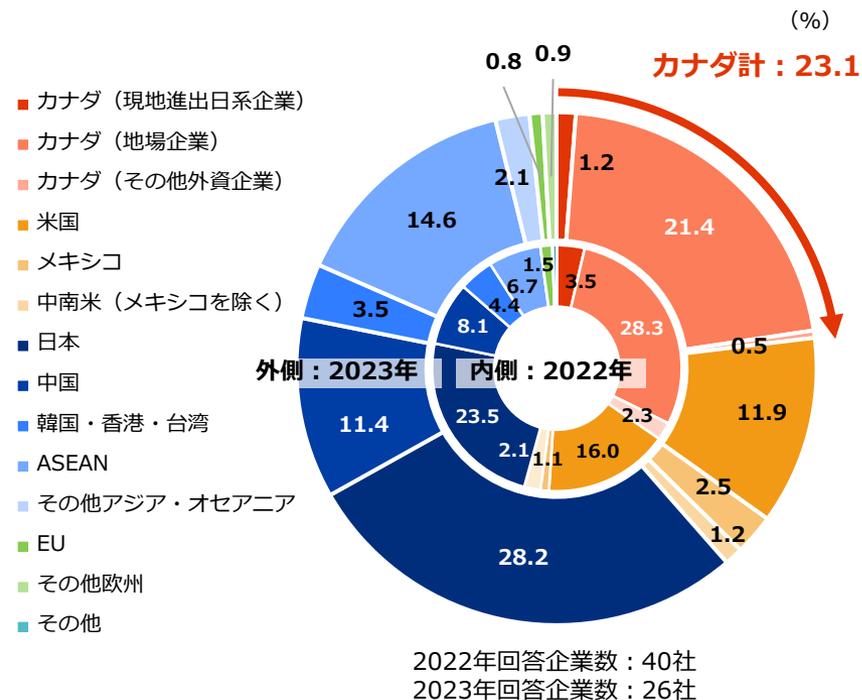
1 調達先： 製造業ではカナダが最大、非製造業では日本が最大

- 原材料・部品の調達先は、製造業ではカナダ国内からの調達比率が33.7%、次いで米国が29.8%。
- 非製造業では日本からの調達比率が28.2%、次いでカナダ国内が23.1%、米国が11.9%。

原材料・部品の調達先（国・地域別、製造業）



物品・サービスの調達先（国・地域別、非製造業）

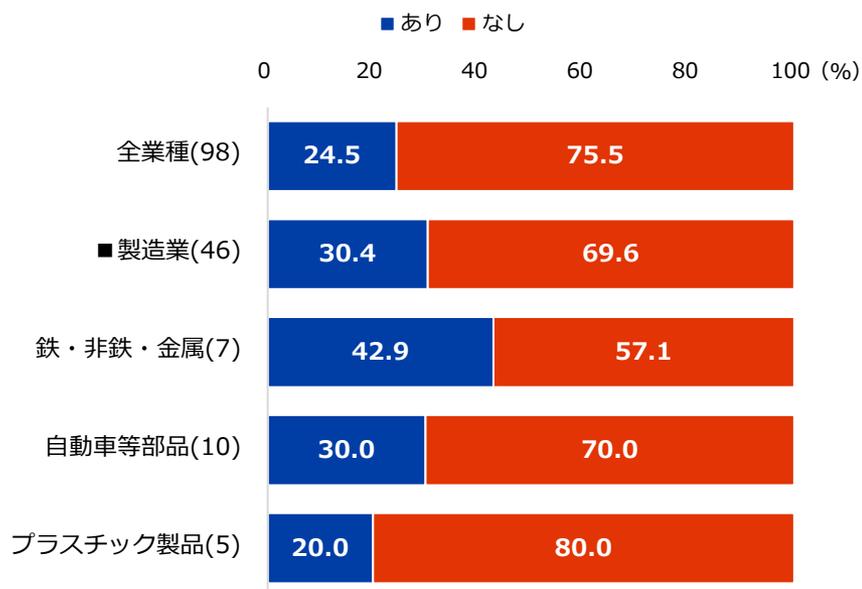


(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

2 | 調達の見直し予定の有無： 調達見直し予定は前年に比べ一服感

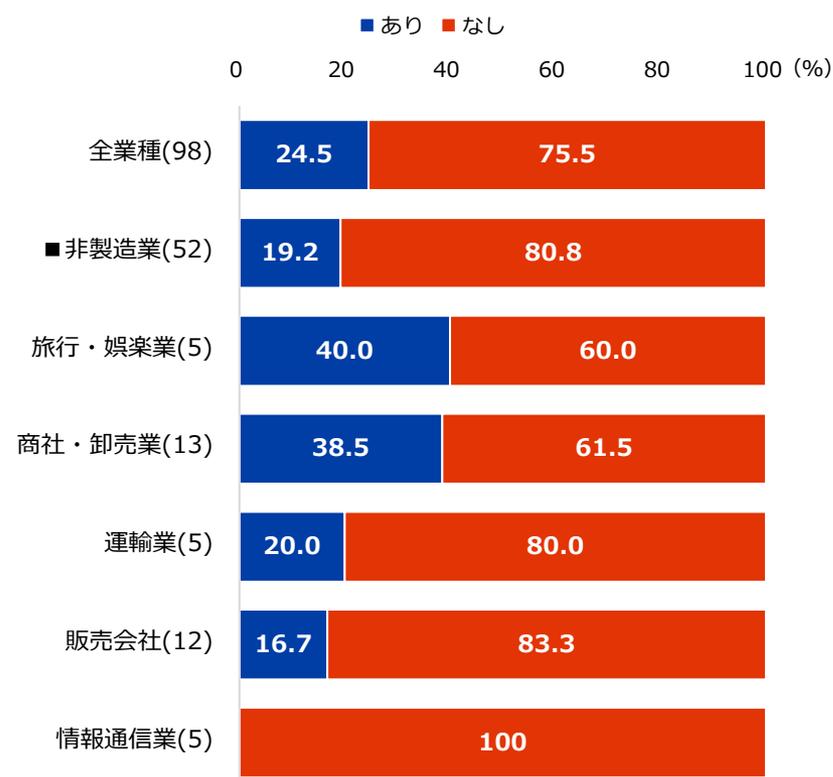
- 調達を見直す予定があると回答した割合は24.5%で、前年の48.1%から低下。
- 製造業全体では30.4%で、鉄・非鉄・金属（42.9%）が高かった。非製造業は全体で19.2%にとどまったものの、旅行・娯楽業（40.0%）、商社・卸売業（38.5%）が高かった。

調達の見直し予定の有無（製造業）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

調達の見直し予定の有無（非製造業）

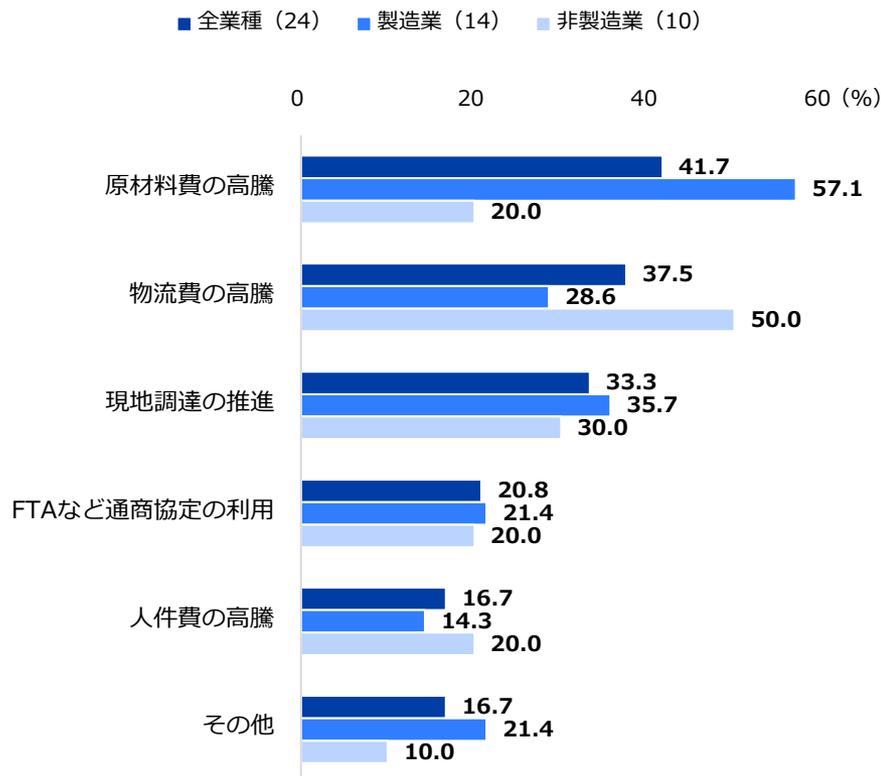


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

3 今後の調達の見直し理由・内容： 原材料・物流費の高騰への対応が筆頭理由

- 調達見直しの理由は、製造業では「原材料費の高騰」（57.1%）、非製造業では「物流費の高騰」（50.0%）が最も多く挙げられた。
- 変更後の調達先では、カナダ国内に次いで、日本（5件）が多かった。

今後の調達の見直し理由（複数回答、産業別）



(注) 上位項目のみ抜粋。

調達先の変更内容（複数回答）

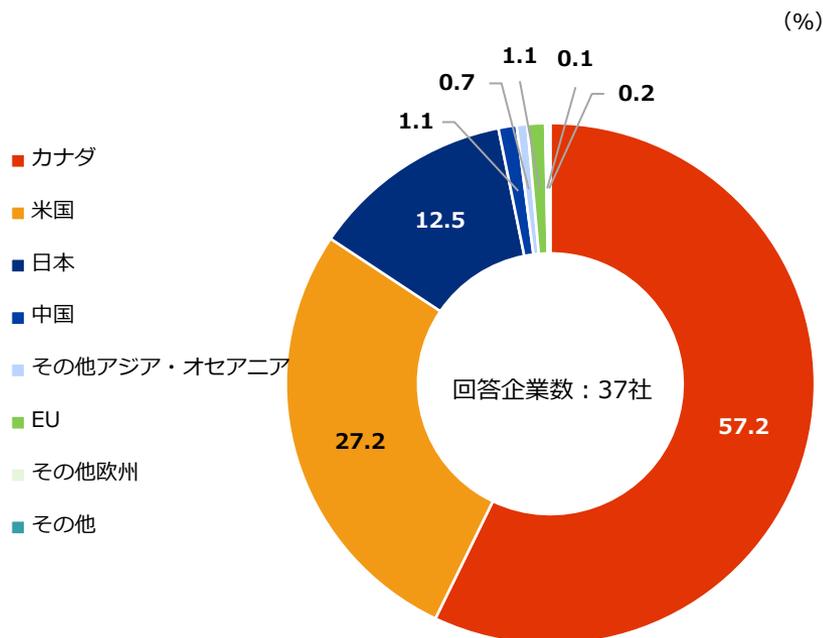
| | | 変更後の調達先 | | | | | 総計 |
|---------|-------|---------|----|----|------------|----|----|
| | | カナダ | 日本 | 米国 | メキシコを除く中南米 | 欧州 | |
| 変更前の調達先 | カナダ | 3 | 1 | | | | 4 |
| | 米国 | 2 | 1 | 1 | | | 4 |
| | 日本 | 1 | 1 | 1 | | | 3 |
| | 中国 | | 2 | | 1 | | 3 |
| | ASEAN | | | | | 1 | 1 |
| | 総計 | 6 | 5 | 2 | 1 | 1 | 15 |

(注) それぞれの変更内容について、3件以上は太字。

4 | カナダ市場向け生産地： カナダ国内が6割近く、8割台半ばが見直し予定なし

- カナダ市場向け製品の生産地は、カナダ国内が57.2%、米国が27.2%、日本が12.5%。
- 生産を見直す予定があると回答した割合は15.6%にとどまり、8割台半ばが見直す予定がないと回答した。

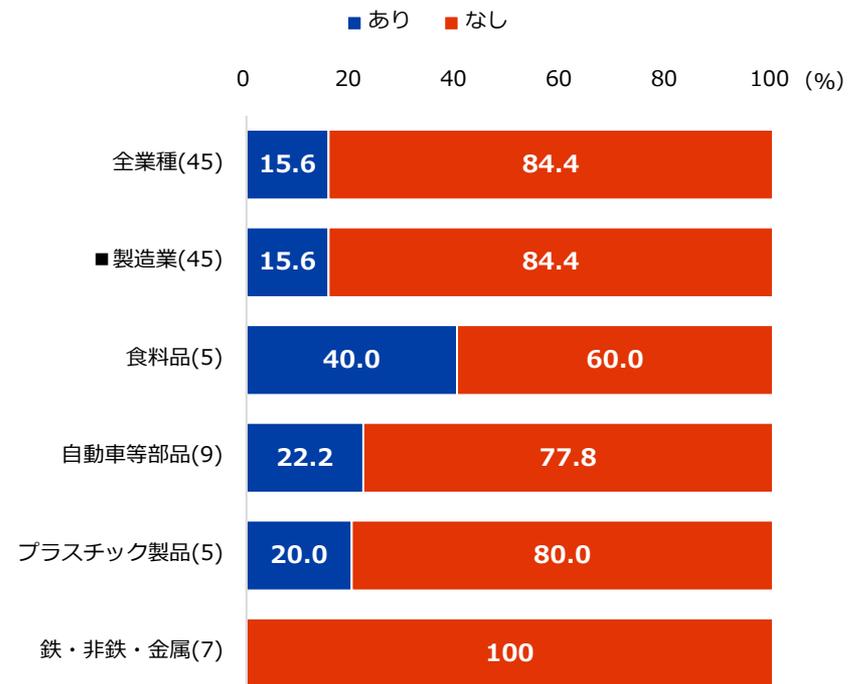
カナダ市場向け製品の生産地（国・地域別、製造業）



(注1) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

(注2) 2022年は「カナダ市場向け製品の生産地（国・地域別）」の設問を設けていない。

生産見直し予定の有無（製造業）

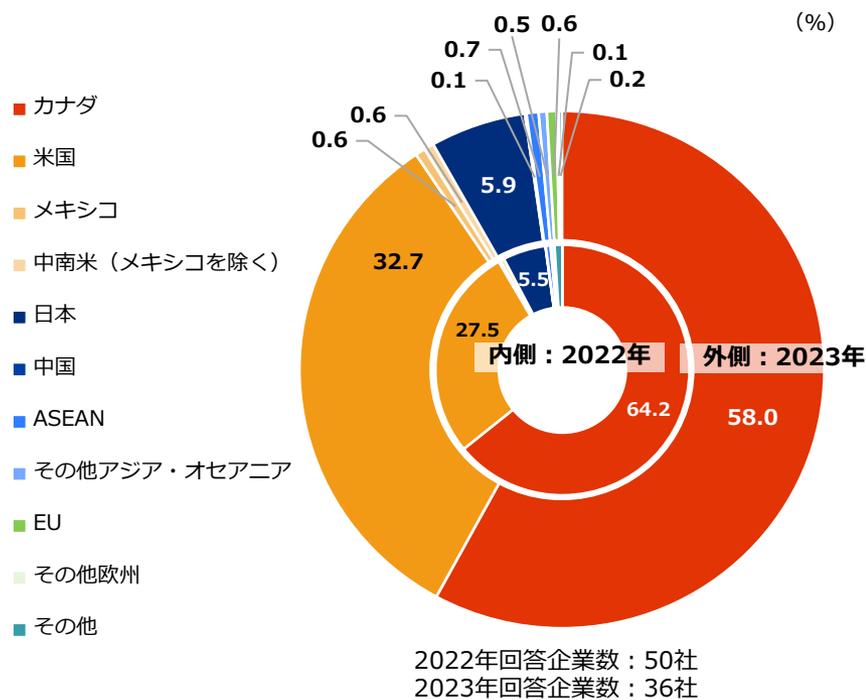


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

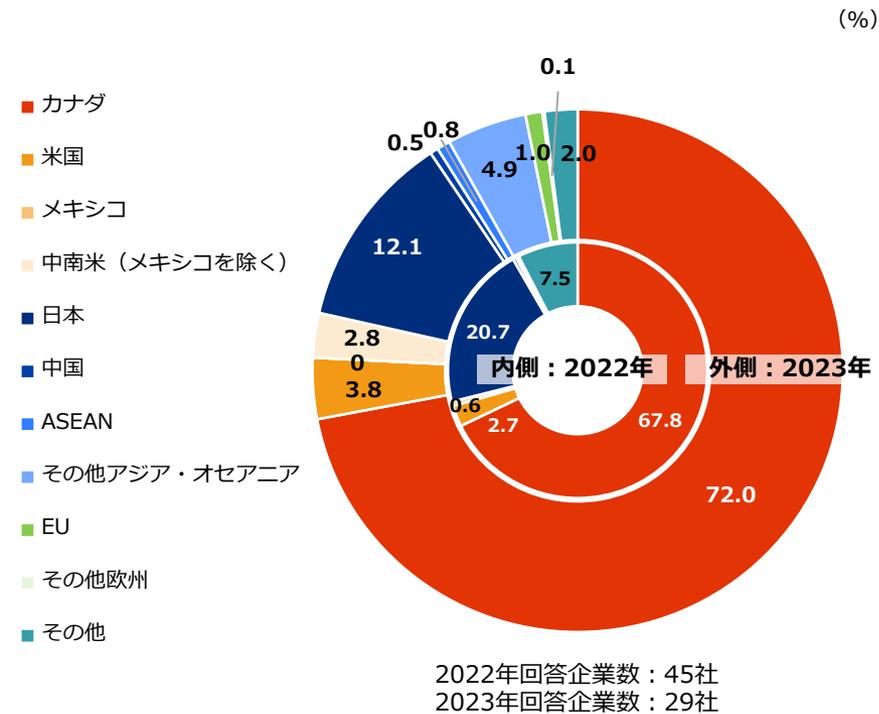
5 | 販売先： 製造業・非製造業ともにカナダ国内が最大

- 製造業の販売先はカナダ国内が58.0%、メキシコと米国を加えたCUSMA市場向けは91.3%。
- 非製造業の販売先はカナダ国内が72.0%、米国を加えたCUSMA市場向けは75.8%。

製品の販売先（国・地域別、製造業）



サービスの販売先（国・地域別、非製造業）

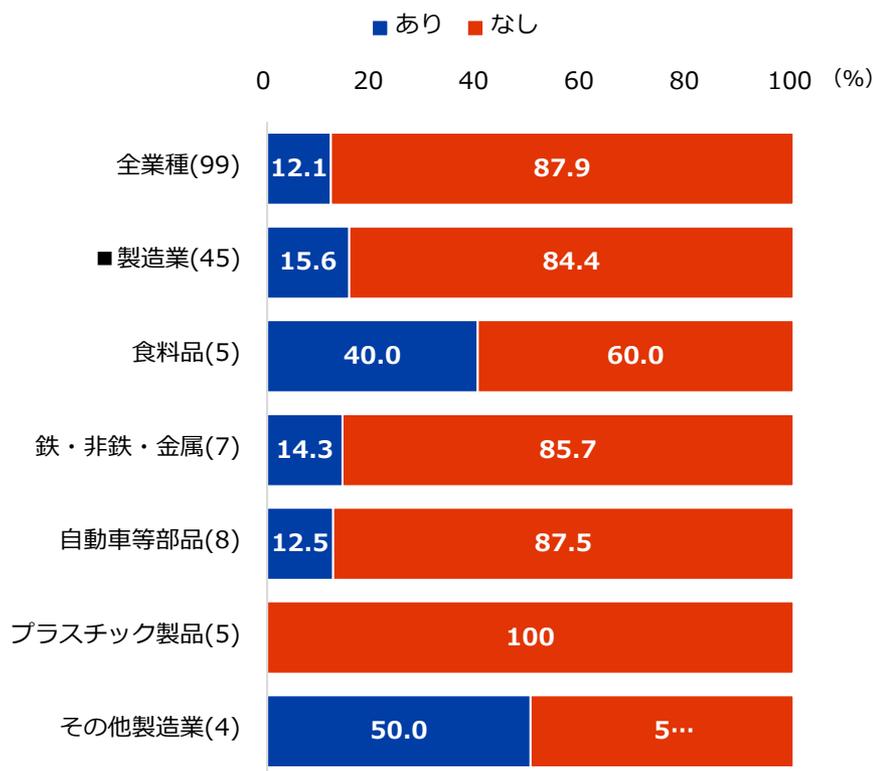


(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

6 | 販売の見直し予定の有無： 9割近くが見直し予定なし

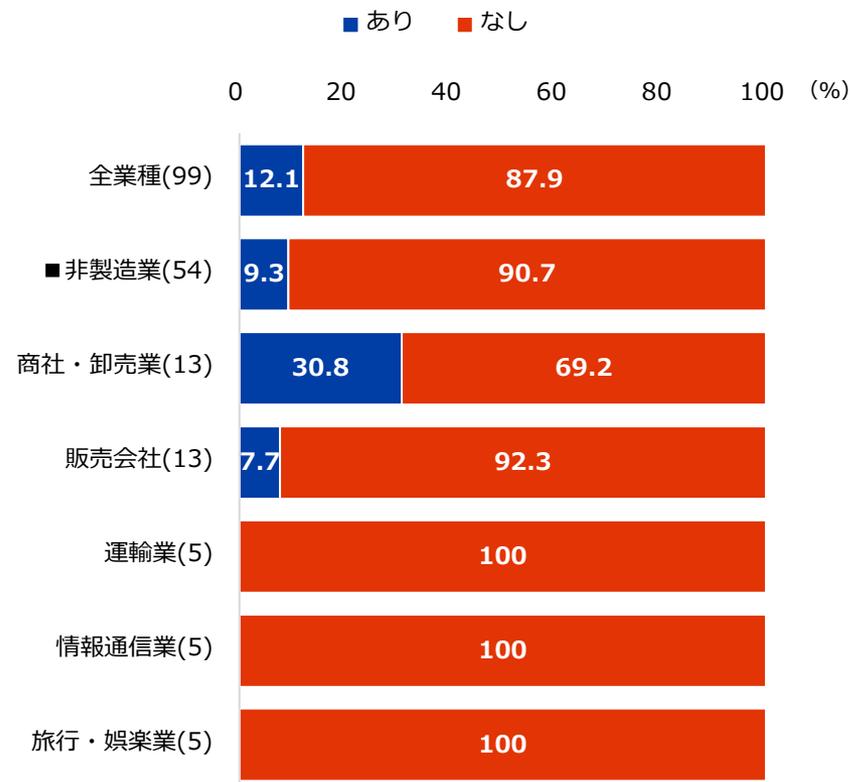
- 販売を見直す予定があると回答した割合は12.1%にとどまり、9割近くが見直し予定はないと回答。
- 販売を見直す理由は「販売需要の変化」が最多。

販売の見直し予定の有無（製造業）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載（その他製造業を除く）。

販売の見直し予定の有無（非製造業）

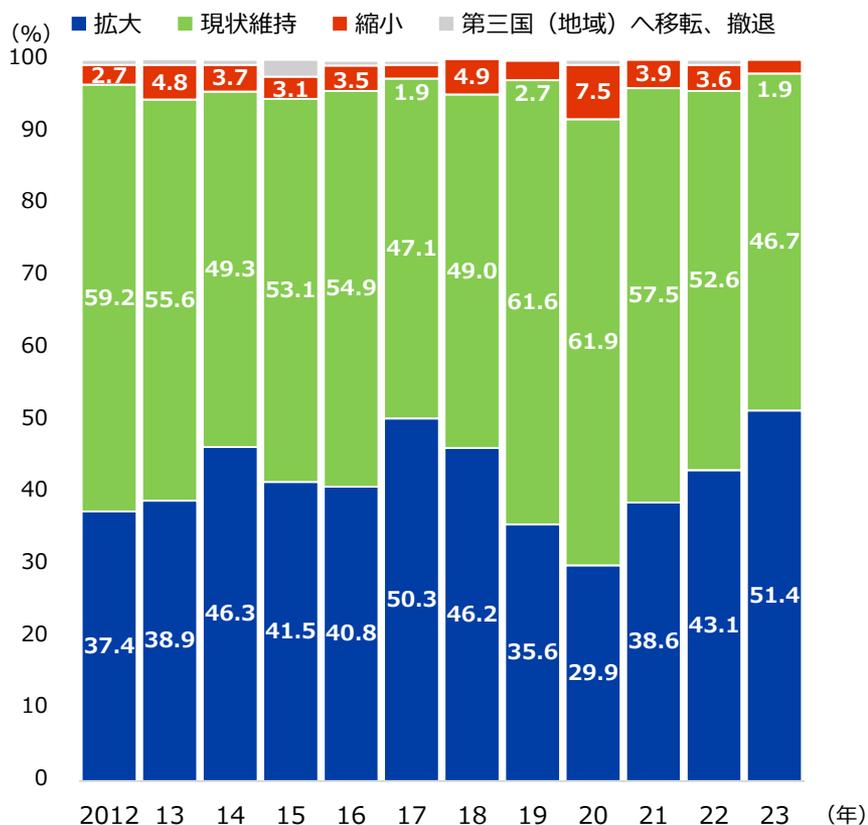


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

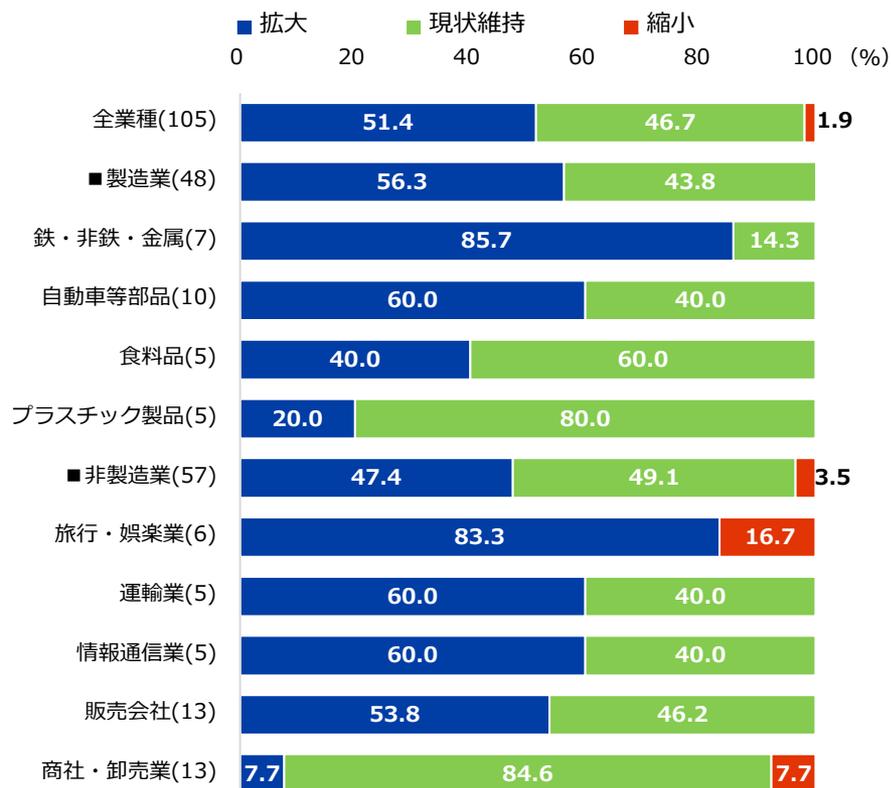
1 事業展開の方向性： 半数強がカナダでの事業を拡大

- 今後1～2年の事業を拡大する企業の割合は半数強（51.4%）と、前年（43.1%）から大きく増加。
- 業種別にみると、製造業では鉄・非鉄・金属（85.7%）や自動車等部品（60.0%）で、非製造業では旅行・娯楽業（83.3%）や運輸業（60.0%）、情報通信業で「拡大」する割合が高かった。

今後1～2年の事業展開の方向性（業種別）



今後1～2年の事業展開の推移

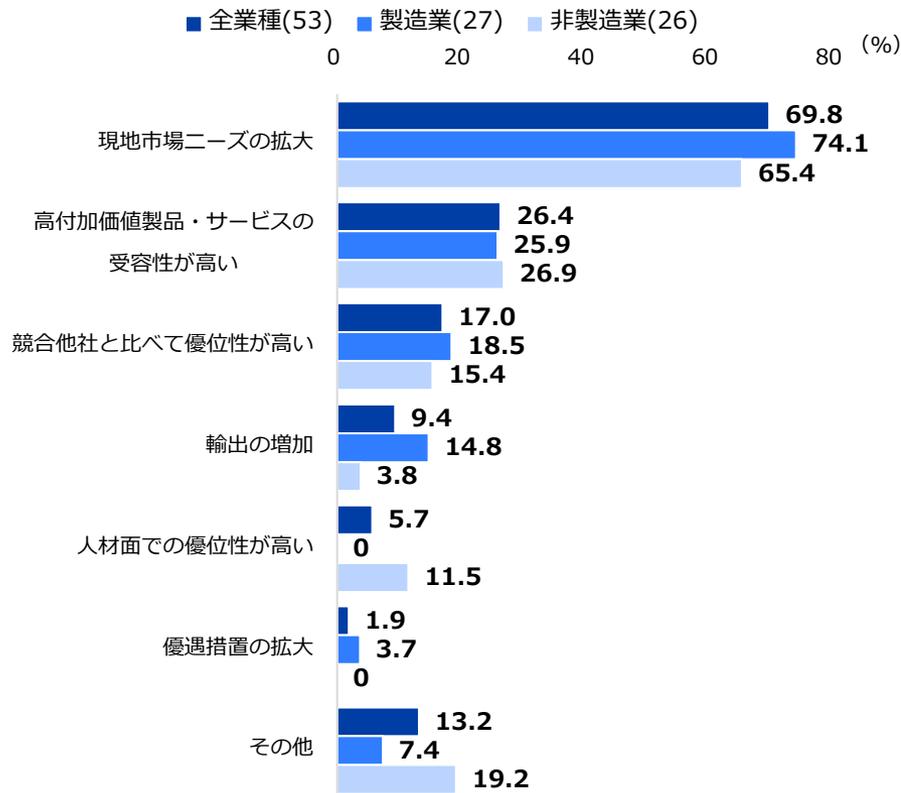


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

2 事業展開の理由 (1) : 現地市場ニーズの拡大が7割弱、拡大機能は販売が最多

- 今後1～2年の事業拡大の理由は、「現地市場ニーズの拡大」が69.8%を占め最大。新型コロナ禍からのリバウンド需要や気候変動対策に関連する市場拡大を挙げる声がみられた。
- 具体的な拡大機能は販売（59.3%）が最も高く、生産（汎用品）、新規事業開発がともに27.8%で続いた。

事業拡大の理由（複数回答）

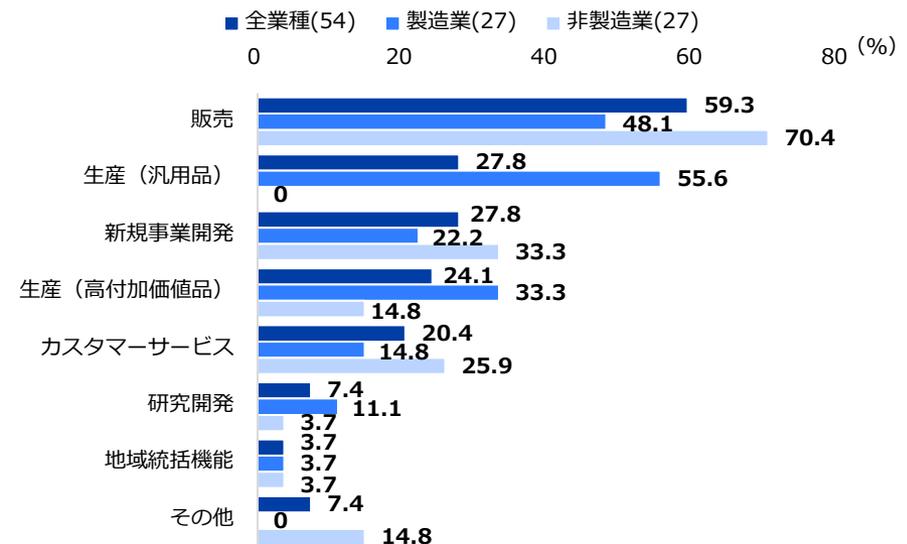


(注) 上位項目のみ掲載。

事業拡大の具体的な理由（自由記述）

- ・ 新型コロナ禍後の旅行需要拡大【旅行・娯楽業】
- ・ CO2回収技術や高効率製品の市場拡大【鉄・非鉄・金属、一般機械など】
- ・ CCUSに対するカナダの制度設計の拡充【一般機械】
- ・ アジア系人口増加に伴うマーケットの拡大【販売会社】

具体的な拡大機能（複数回答）

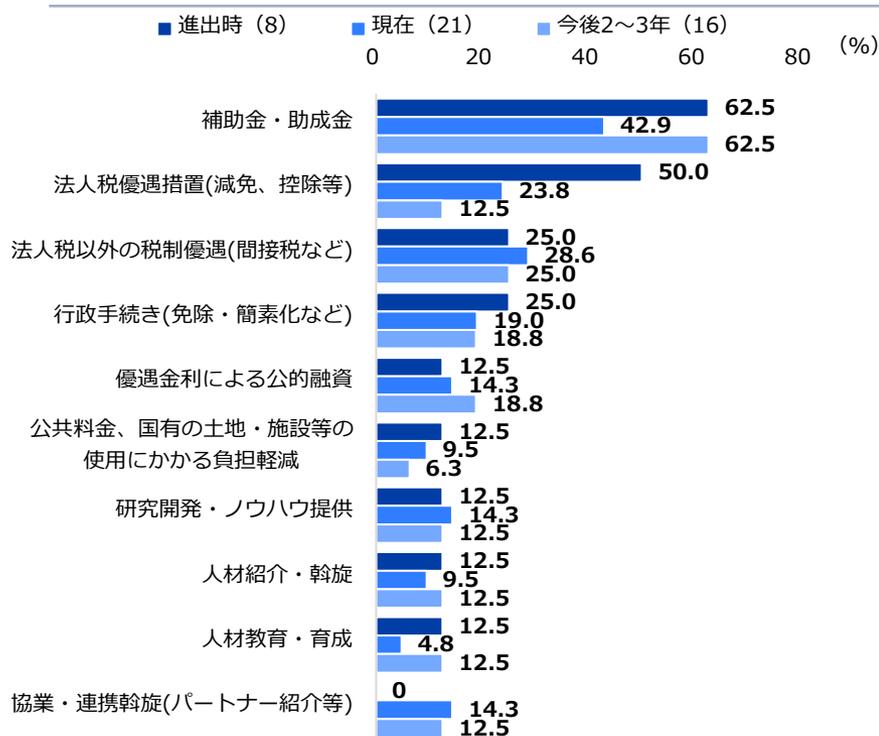


(注) 上位項目のみ掲載。

3 政府・自治体などから受けたインセンティブ： 補助金・助成金や税制優遇、行政手続き支援を活用

- 政府・自治体などから受けたインセンティブは、補助金・助成金や税優遇措置、行政手続き（免除・簡素化など）が多かった。
- 法人税優遇措置を受けた、または、これから受ける企業（16社）のうち、12社がオンタリオ州に所在。そのほか、ブリティッシュ・コロンビア州とケベック州（ともに2社）に所在。

政府・自治体などから受けたインセンティブ（複数回答）



(注1) 上位項目のみ掲載。

(注2) 凡例に併記された括弧内の数値は 各時点で何らかの具体的なインセンティブを受けた、あるいは受ける予定であると企業数。

具体的なインセンティブ・支援の例（自由回答）

- **補助金・助成金**
 - ・ 設備投資に対する州政府からの助成金【製造業】
 - ・ 新規投資に対するインセンティブ【非製造業】
- **税制優遇措置**
 - ・ 科学研究実験開発優遇税制プログラム (SR&ED) の利用【製造業】
 - ・ インターンの採用に対する州政府からの税額控除【製造業】
- **その他**
 - ・ 事業者が支払う賃金や不動産賃料に対する新型コロナ禍での補助【製造業・非製造業】
 - ・ 新規設備投資に対する地元政府機関での優遇金利貸付支援【製造業】
 - ・ 設備投資に対する無利子貸し出し【製造業】

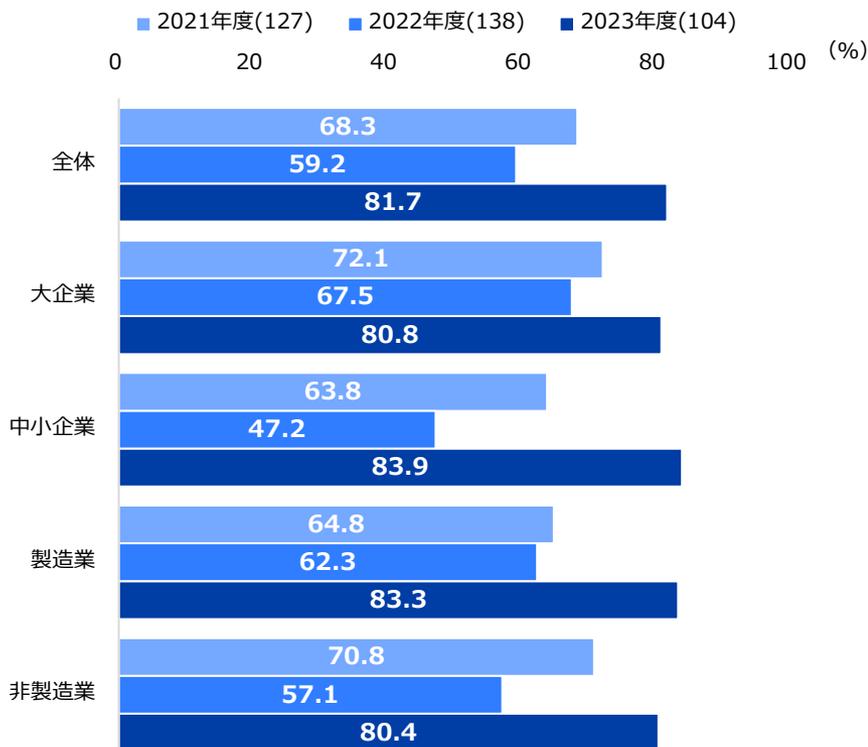
(注1) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

(注2) 回答企業数が少ないため、業種分類を製造業または非製造業で記載。

1 | ビジネスと人権： 8割強が重要な経営課題と認識、人権DD実施も4割強

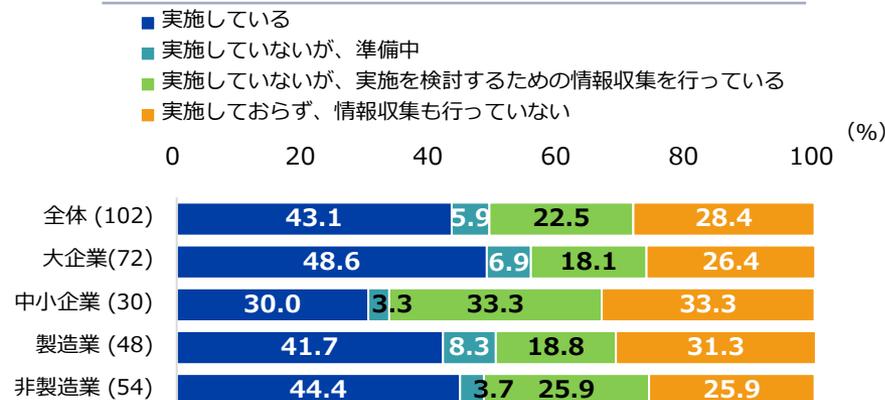
- 人権の問題を重要な経営課題として認識する企業の割合は81.7%。前年（59.2%）から急増。
- 人権デューデリジェンス（DD）実施企業は43.1%。前年（40.3%）から2.8ポイント増。一方で、大企業が48.6%に対し、中小企業が30.0%と、企業規模により実施割合に差。

人権の問題を重要な経営課題として認識している割合（全体、企業規模、業種別）



(注1) 凡例に併記された括弧内の数値は各年度の有効回答企業数。
 (注2) 2021年および2022年の回答企業分類「中小企業」は米国内の総従業員数100人未満の企業、「大企業」は同100人以上の企業。2023年の回答企業分類「中小企業」は日本本社が日本の中小企業基本法の定める中小企業の範囲に該当する企業、「大企業」は同範囲を上回る企業。

人権DDを実施しているか（企業規模、業種別）



(注) 企業規模・業種名に併記された括弧内の数値は有効回答企業数。

人権DDを実施している／していない理由（自由記述）

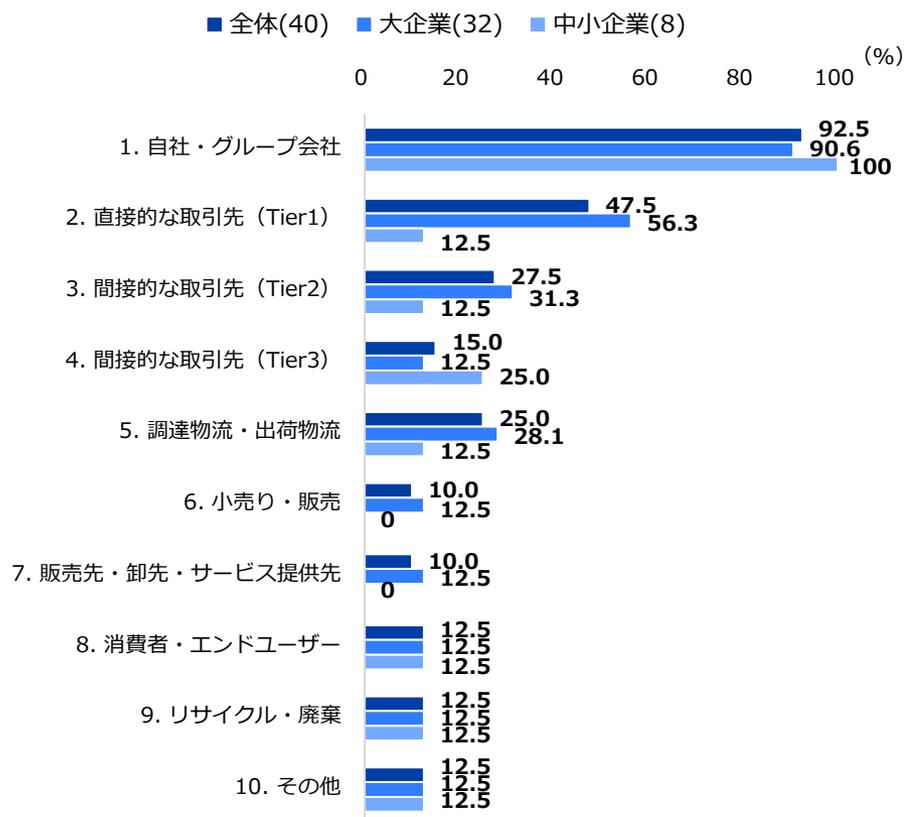
- **実施している主な理由**
 - ・ 本社やグループ会社の方針・指導の下で実施【自動車等部品など】
 - ・ 社会および取引先からの要請【運輸業】
- **実施していない主な理由**
 - ・ 実施する人材と時間が無いため【その他製造業】
 - ・ 本社が実施している、事業性質上必要がない【商社・卸売業、情報通信業など】

(注) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

2 | ビジネスと人権： 人権DD実施企業の課題は、間接的な取引先への遡及

- 人権DDの実施範囲では、「自社・グループ会社」が92.5%、直接的な取引先（Tier1）が47.5%。間接的な取引先（Tier2）以降まで人権DDを実施する企業は限定的。
- 人権DD報告義務を課すカナダの新しい法律への対応方法を検討する企業も。

人権DDをサプライチェーン等の どの範囲まで実施できているか（複数選択）



(注) 「人権DDを実施している」と回答した企業のみが対象。

取引先からの具体的な情報入手

- 取引先からのレポート提出【自動車等】
- 本社の指示に基づきアンケートの実施【商社・卸売業】
- メールや申込書にて情報入手【旅行・娯楽業】

人権DDの取り組み上の課題

- 中国やアフリカ諸国からの原材料について、人権リスクがないという現地の保証があっても、実際問題は把握しきれない【製造業、鉄・非鉄・金属】
- カナダの「サプライチェーンにおける強制労働、児童労働との闘いに関する法律を制定し、関税率を改正する法案」への対応方針を検討中【その他非製造業】
- サプライチェーンが複数国に拡大している中で、漏れが生じる可能性がある【自動車等】
- 製品の中には下請けや孫請け会社による部品が使われているものもあり、それら1点1点まで人権DDの基本ルールに則って製造されたものかを調査するのは困難【販売会社】

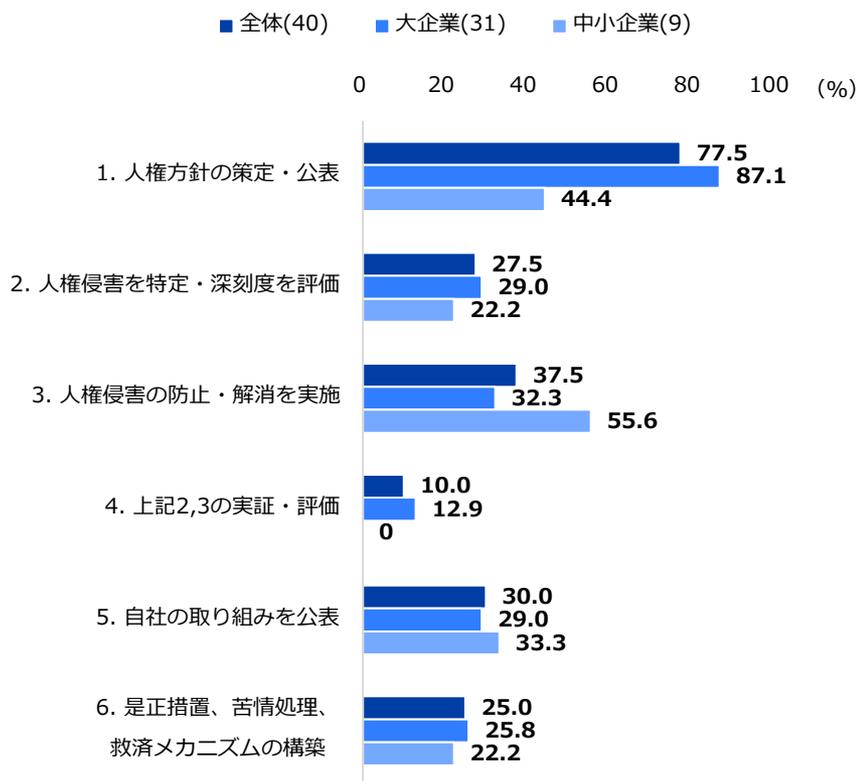
(注1) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

(注2) 合計有効回答数3社以下の回答は業種分類を製造業または非製造業で記載。

3 | ビジネスと人権： PDCAに基づき持続的に人権DDを実行する企業は1割

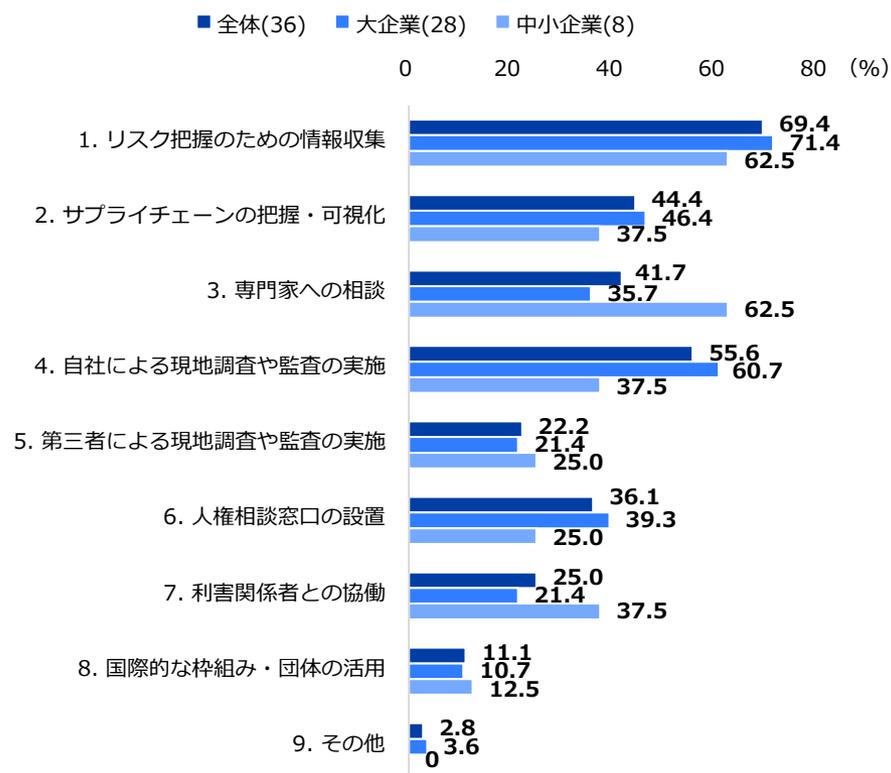
- 「人権方針の策定・公表」をする企業の割合は77.5%だが、方針に基づくPDCAサイクルの持続的な実行段階（特定、評価、防止、解消の実証・評価）は1割にとどまる。
- 人権リスク特定・評価のための取り組みでは「リスク把握のための情報収集」（69.4%）が最多。

人権DDの具体的な取り組み内容（複数選択）



(注) 「人権DDを実施している」と回答した企業のみが対象。

人権リスクを特定・評価するための
取り組み内容（複数選択）

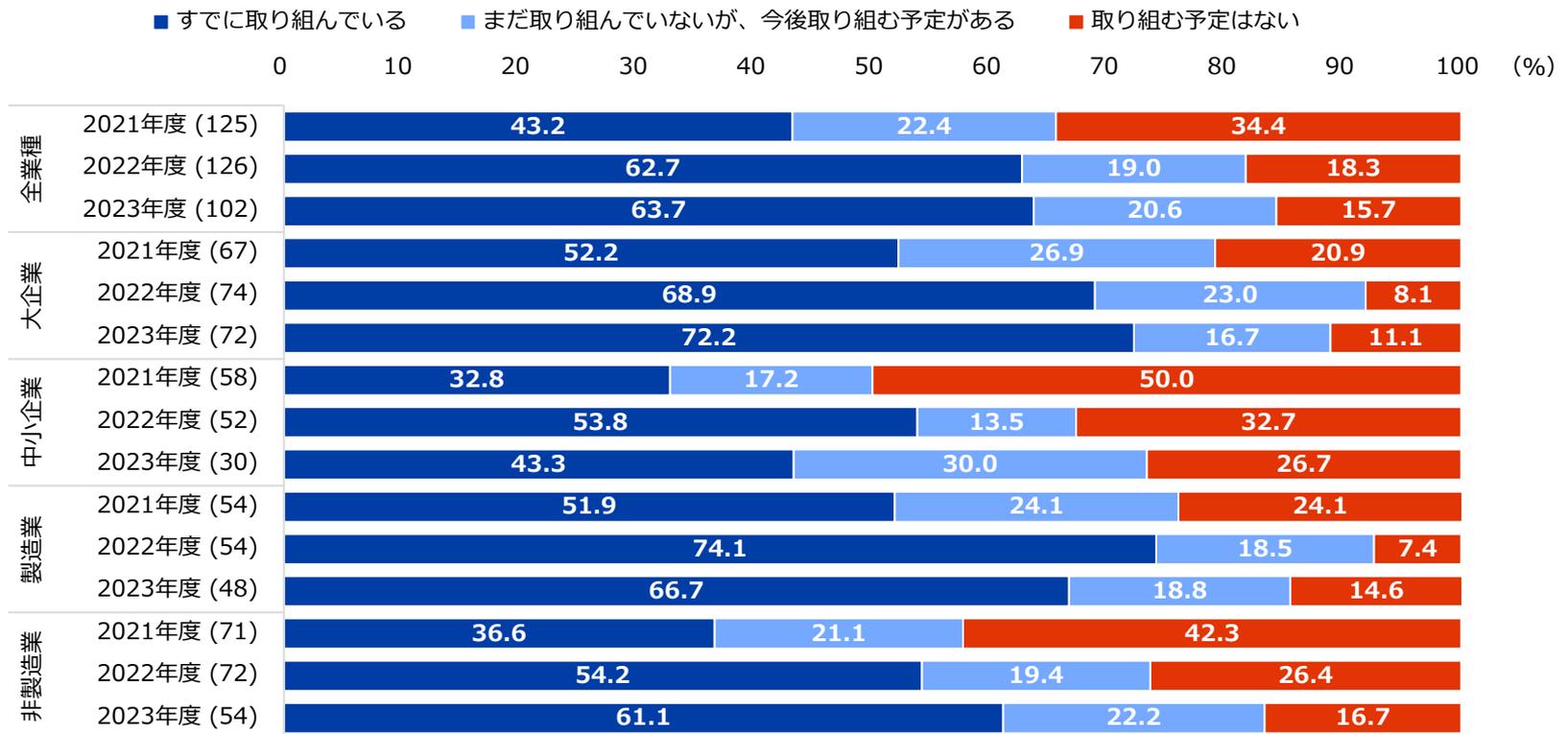


(注) 人権DDをサプライチェーン等のいずれかの範囲まで実施している企業のみが対象。

4 脱炭素化への対応： 温室効果ガスの排出削減に取り組む企業は8割台半ば

- 脱炭素化に「対応中」「対応予定あり」の企業は84.3%で、前年（81.7%）から2.6ポイント増加。
- 業種別では、製造業が7.1ポイント減少と大幅に失速。非製造業が9.7ポイント増加と、伸びを支えた。
- 企業規模別では、大企業の88.9%に対し、中小企業が73.3%と、企業規模により15.6ポイントの差。

脱炭素化（温室効果ガスの排出削減）への取り組み状況



(注1) 調査結果の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100とはならない。

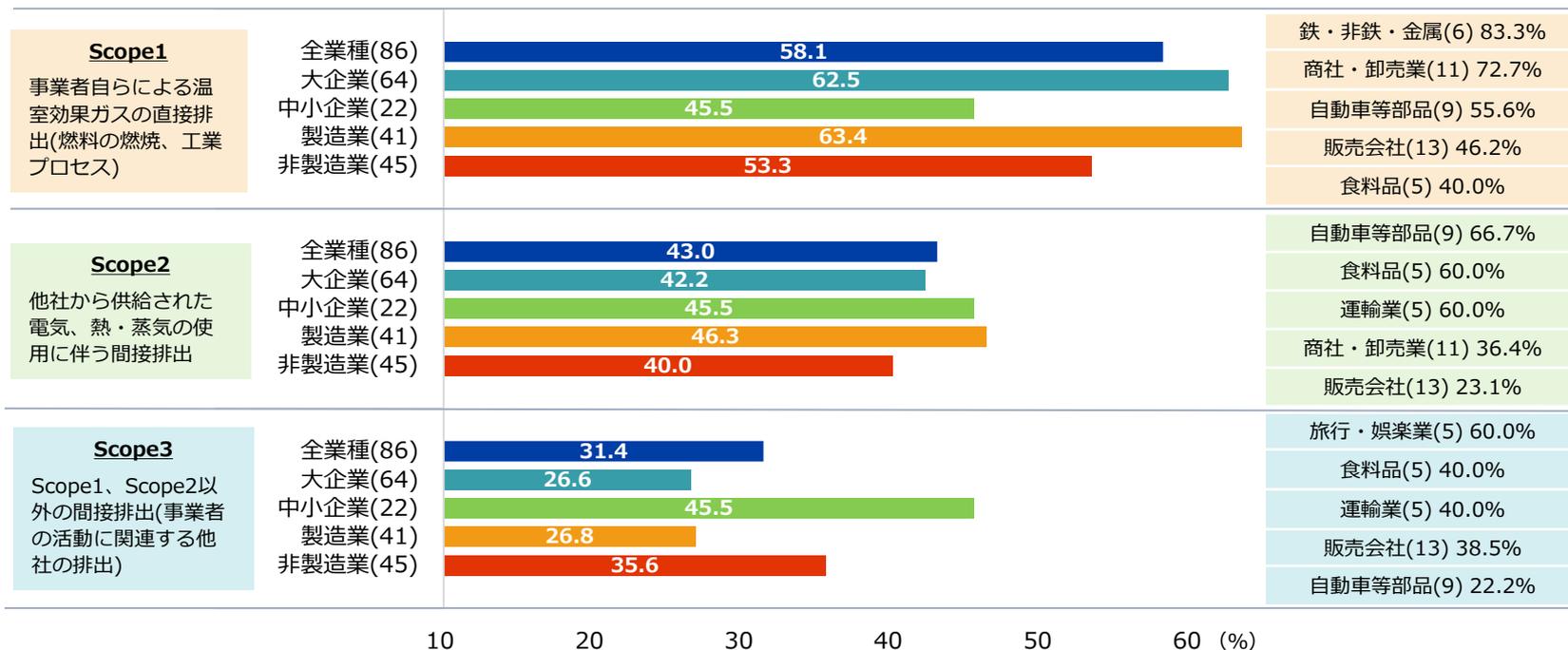
(注2) 2021年および2022年の回答企業分類「中小企業」はカナダ内の総従業員数100人未満の企業、「大企業」は同100人以上の企業。2023年の回答企業分類「中小企業」は日本本社が日本の中小企業基本法の定める中小企業の範囲に該当する企業、「大企業」は同範囲を上回る企業。

5 脱炭素化への対応： 取り組みの中心は直接排出の削減、6割近くが対応

- 「対応中」または「対応予定」の企業の取り組み内容をScope別に見ると、Scope1が全業種で58.1%と最多。業種別でも最多となり、鉄・非鉄・金属が牽引した製造業で63.4%、商社・卸売業が牽引した非製造業で53.3%となった。また、Scope3では、自社排出がない・少ない非製造業（35.6%）が製造業（26.8%）を8.8ポイント上回った。

脱炭素化に対応中または今後対応予定の企業

各取り組み上位業種（割合）



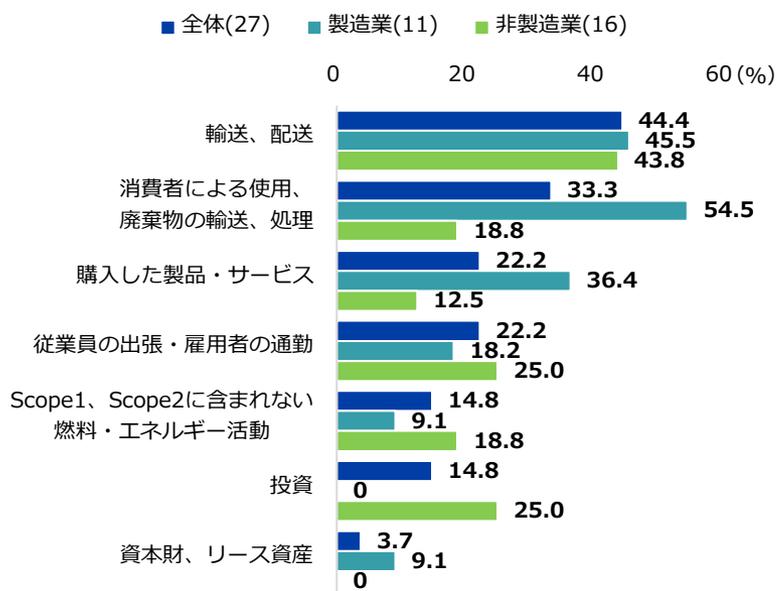
(注1) Scope1~3の削減に「対応中」または「対応予定」と回答した企業、各取り組み上位業種（割合）は有効回答5社以上の業種のみ掲載

(注2) 「中小企業」は日本本社が日本の中小企業基本法の定める中小企業の範囲に該当する企業、「大企業」は同範囲を上回る企業

6 脱炭素化への対応： 自社外排出削減は輸送配送を通じた取り組みが4割台半ば

- Scope3の取り組みの対象は、「輸送、配送」が最多。このほか、製造業では、「廃棄物の輸送・処理」（54.5%）、「購入した製品・サービス」（36.4%）、非製造業では「従業員の出張」（25.0%）での取り組みが多く見られた。
- Scope1～3の取り組みへの課題として、投資・実務コスト増、自動車のZEV化対応などが挙げられた。

Scope3の取り組みの対象



【注1】上位項目のみ記載。

【注2】Scope3の削減に「対応中」または「対応予定」と回答した企業。

Scope3の取り組みの内容（自由記述）

輸送・配送

- ・ 脱炭素化を実現する物流の検討【販売会社】

消費者による使用、廃棄物の輸送、処理

- ・ 生産過程の不良削減を通じた廃棄物削減【プラスチック製品】
- ・ カーボンオフセット機能や、持続可能な航空燃料「SAF」を利用した旅行商材の販売など、消費者や顧客の脱炭素化を実現する製品やサービスの開発・販促【旅行・娯楽業、販売会社、情報通信業、自動車等部品】

従業員の出張・雇用者の通勤

- ・ 出張回数の制限、テレワークやオンラインミーティングの活用【事業関連サービス】

資本財・リース資産

- ・ リース車両をEVやハイブリッド車に変更【自動車等部品、旅行・娯楽業】

【注1】「購入した製品・サービス」、「Scope1、Scope2に含まれない燃料・エネルギー活動」、「投資」では具体的な自由記述がなかった。

【注2】自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

脱炭素の取り組みへの課題（自由記述）

【注】自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

コスト・費用対効果

規制・制度

現地の意識の低さ

政策・制度の整備不足

その他

- ・ 設備投資コスト
- ・ 排出量算出のコスト
- ・ 費用対効果【自動車等部品など】

- ・ 自動車のZEV化（特にケベック州）
- ・ C&T方式の排出量取引制度【自動車等、鉄・非鉄・金属】

- ・ 依然として天然ガスの使用が継続【販売会社】

- ・ 脱炭素のターゲットが連邦政府と各州政府で異なる
- ・ 補助金の欠如【販売会社、商社・卸売業】

- ・ オンタリオ州は電力の大半がグリーンエネルギーのため削減余地がない【自動車等部品】

レポートをご覧いただいた後、 アンケートにご協力ください。

(所要時間：約1分)

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20230026>



レポートに関するお問い合わせ先

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部米州課



03-3582-5545



ORB@jetro.go.jp



〒107-6006

東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

■ 免責条項

本レポート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、本レポート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。

禁無断転載