



JETRO

[速報版]

2022年度 | ジェトロ海外ビジネス調査

# 日本企業の海外事業展開に関する アンケート調査

—海外事業の意欲は後退。リスク耐性強化へ、模索続く—

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部

2023年1月31日



# 1 | 調査実施概要

## 1. 調査対象企業

海外ビジネスに関心が高い日本企業（本社）	: 9,377社
（内訳）ジェトロ会員企業（ジェトロ・メンバーズ）	: 3,300社
ジェトロのサービスの利用企業	: 6,077社

※本調査はジェトロ・メンバーズを対象に2002年度に開始、今回で21回目。2011年度より、調査対象企業を拡充。2020～2021年度はオンラインのみの回答。

## 2. 調査項目

- I. 貴社の概要
- II. 貿易への取り組み
- III. 電子商取引（EC）への取り組み
- IV. 供給制約・物流・円安
- V. 海外進出への取り組み
- VI. 人権、環境等への取り組み
- VII. DXの取り組み
- VIII. 今後のグローバルビジネスに関する認識・課題

## 3. 調査方法

郵送や案内メール（経由でウェブサイト上）で本調査への回答協力を依頼。

## 4. 調査期間

2022年11月17日～2022年12月20日

## 5. 回収状況

有効回収数：3,118社（うちジェトロ・メンバーズ：1,103社）

有効回答率：33.3%

## 回答企業の概要（全体、業種別、企業規模別）

全体・業種・規模	企業数	構成比(%)
全体	3,118	100.0
製造業	1,814	58.2
飲食料品	473	15.2
繊維・織物／アパレル	109	3.5
木材・木製品／家具・建材／紙パルプ	55	1.8
化学	77	2.5
医療品・化粧品	63	2.0
石油・プラスチック・ゴム製品	93	3.0
窯業・土石	30	1.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	203	6.5
一般機械	147	4.7
電気機械	106	3.4
情報通信機械／電子部品・デバイス	55	1.8
自動車・同部品／その他輸送機器	82	2.6
精密機器	79	2.5
その他の製造業	242	7.8
非製造業	1,304	41.8
商社・卸売	650	20.8
小売	94	3.0
建設	103	3.3
運輸	69	2.2
金融・保険	61	2.0
通信・情報・ソフトウェア	78	2.5
専門サービス	65	2.1
その他の非製造業	184	5.9
大企業	466	14.9
大企業（中堅企業を除く）	104	3.3
中堅企業	362	11.6
中小企業	2,652	85.1
中小企業（小規模企業者を除く）	1,059	34.0
小規模企業者	1,593	51.1

# 調査結果のポイント

## 1 海外ビジネスに対する意欲の変化

- 2022年、**約半数の企業が輸出数量の増加を達成**。同減少は15%。家具・建材や紙製品、飲食料品などの業種で海外需要の増大や円安が輸出増加を後押し。
- 今後3年間の方針では、**さらに輸出を拡大、新たに輸出を開始する企業がともに減少**。市況の悪化、供給制約や調達・輸送コストの増加、各国での現地調達志向の高まりが意欲を下押し。
- 海外での**事業拡大意欲も過去最低水準に低下**。円安や物価高、金利上昇などの事業環境の変化、中国のゼロコロナ政策などの制約要因を受け、当面は現状維持とする企業が増加。

## 2 サプライチェーン再構築の取り組み

- 海外事業の一部を**国内へ移管、同検討中の企業は13%**。そのうち6割の企業は「進出先のビジネスコストの増加」、製造業の4割超は「国際輸送の混乱・物流費の高騰」を理由に指摘。
- 原材料・部品の**供給不足に直面する企業は5割超**。機械工業では8割超。直近1年で状況は悪化。対応策として、**調達先の多角化、代替品への変更が進む**。
- 円安によりマイナスの影響を受ける企業は47%。プラスの影響（16.5%）を大きく上回る。

## 3 時代や社会の要請に応じたビジネス変革

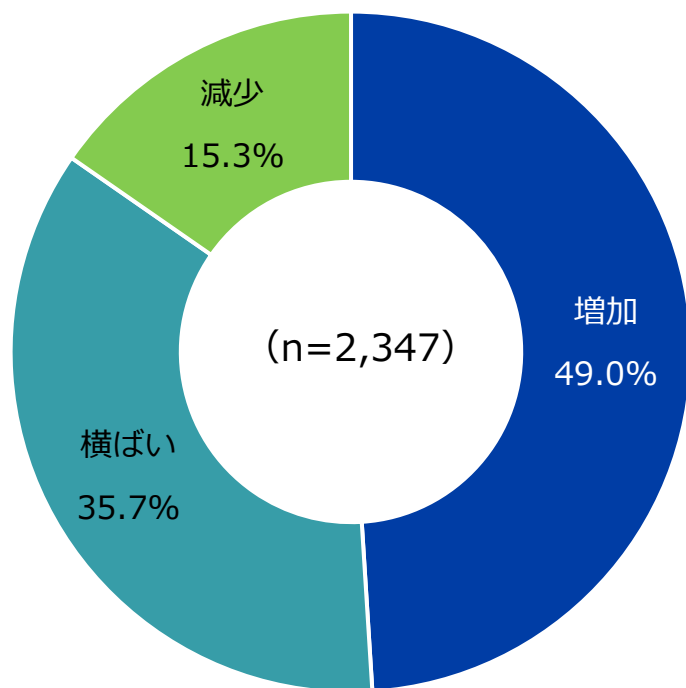
- 市場・社会の意識変化、地政学リスクなどの新たなグローバル課題に対し、7割の企業がビジネス変革の必要性を認識。**SDGsに対応する社内体制と新規ビジネス構築が最重要課題**に。
- 脱炭素化の取り組みは過去1年間で大きく進展。大企業の約8割は既に取り組みを実施中。

# I. 海外ビジネスに対する意欲の変化

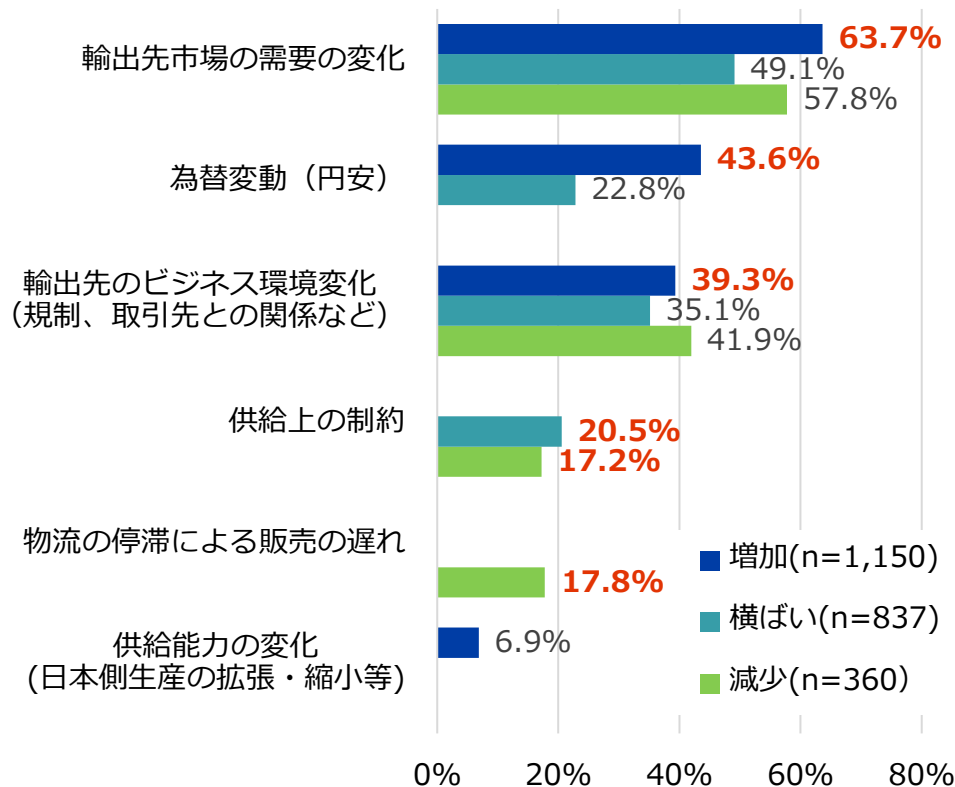
# 1 | 輸出企業の約5割は数量ベースで輸出を拡大

- 2022年の輸出見通しについて、**約5割の輸出企業が前年比で輸出数量が増加すると回答**。輸出先市場の需要やビジネス環境の変化、円安や日本側の生産拡張などが増加に寄与。
- 他方、輸出が減少した企業（15.3%）は、輸出先市場の需要やビジネス環境の変化を減少要因に挙げる。原材料/部品不足などの供給制約や、物流停滞による販売の遅れが足かせになったとの回答も複数あり。

### 2022年の輸出見通し（前年比、数量ベース）



### 輸出見通しの要因（見通し別の上位4項目、複数回答）

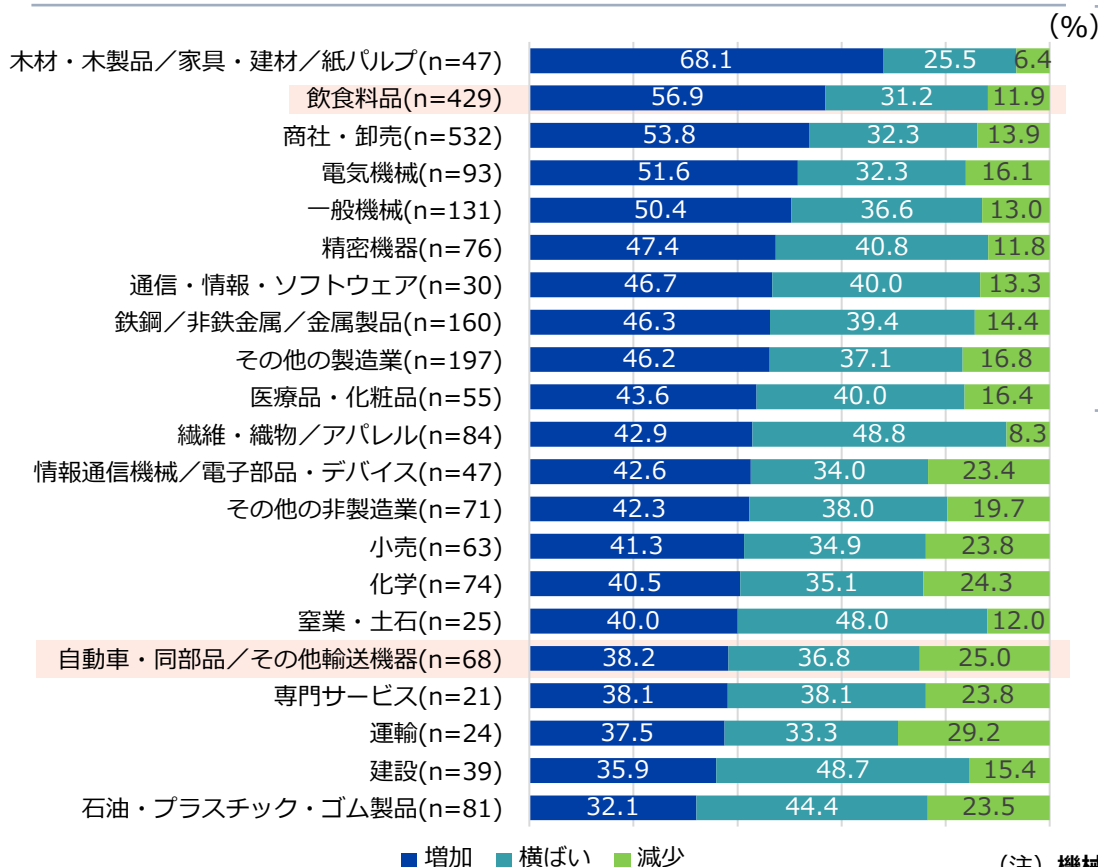


（注）nは本調査の全回答企業数から、無回答と「輸出を行う業種ではない」と回答した企業を除いた企業数

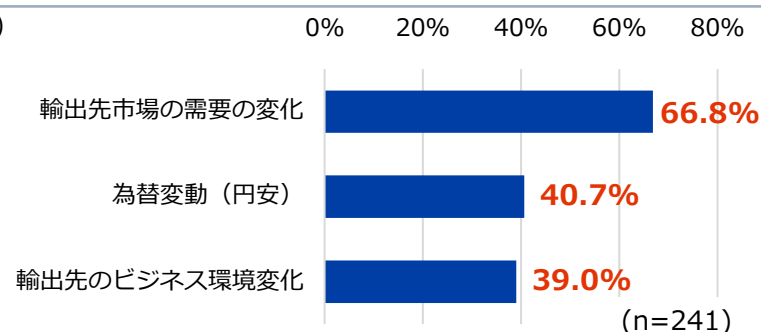
## 2 | 木材や家具、飲食料品などで輸出増、自動車関連は停滞

- 輸出増加を見込む企業の割合は、家具・建材や紙製品、飲食料品などの業種で高い。輸出先市場の需要増加や円安による海外市場での価格競争力の向上が後押しした。
- 一方、自動車・同部品などは輸出増加の割合が低く、減少の割合が高い。欧州や米国など海外主要市場での自動車販売の減速、サプライチェーン上での物流の停滞、部材の供給制約による生産の抑制などが影響した。

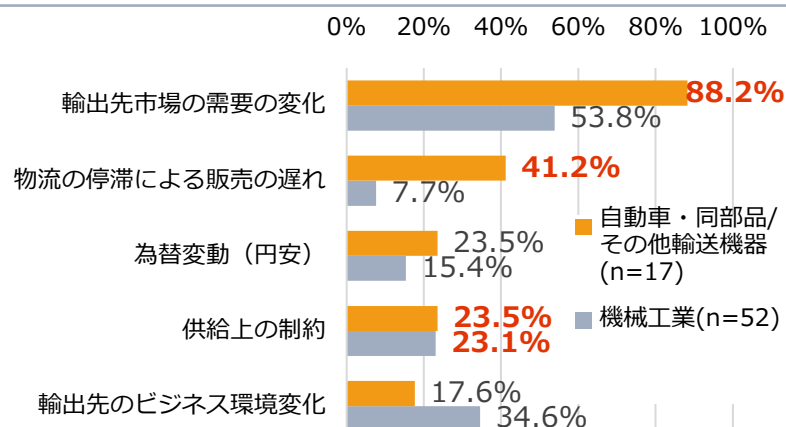
### 2022年の輸出見通し（業種別）



### 見通しの要因（飲食料品×「増加」）



### 見通しの要因（自動車・同部品他/機械工業×「減少」）



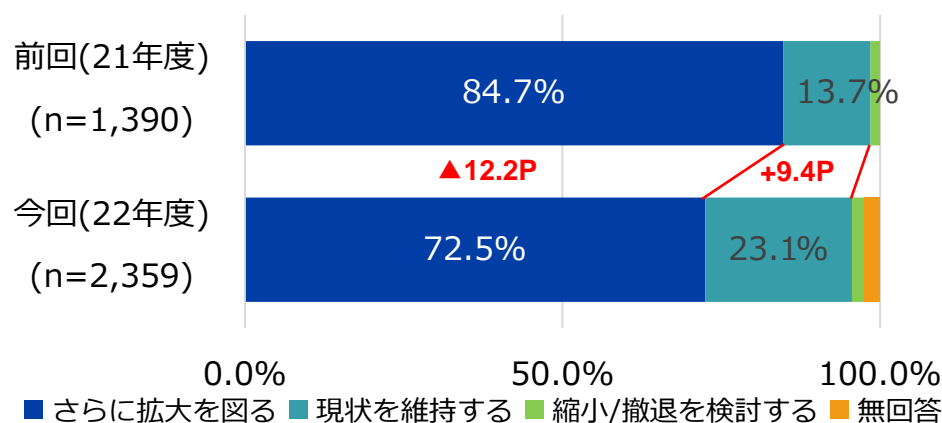
(注) 機械工業 = 一般機械、電気機械、情報通信機械/電子部品・デバイス、精密機械

(注) nは本調査の全回答企業数から、無回答と「輸出を行う業種ではない」と回答した企業を除いた企業数。

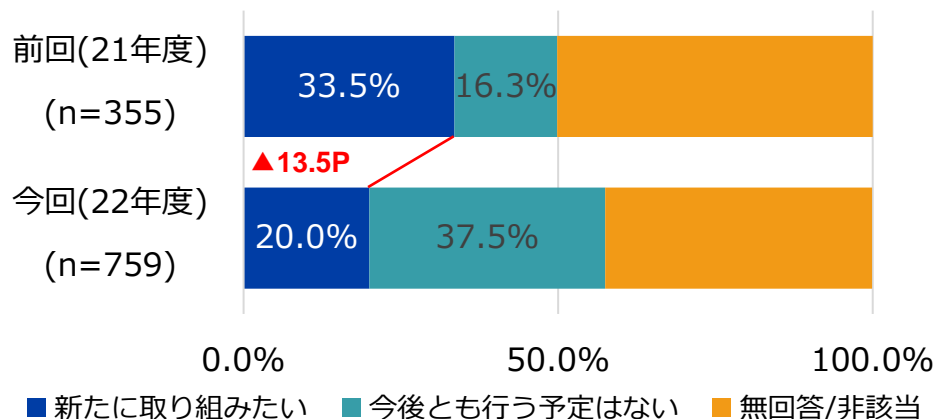
### 3 | 今後数年の輸出拡大、新たな輸出開始意欲に陰り

- 今後（2022年度を含め3カ年程度）の方針について、さらに**輸出拡大を図る企業の割合は72.5%。前回から10ポイント超減少**。代わって現状維持が9.4ポイント上昇。新規輸出に取り組む比率も減少。
- 輸出方針を現状維持または縮小/撤退とする理由については、**国際情勢の見通しの不確実性や供給上の制約、輸出先国・地域での現地化の推進**を挙げるコメントが複数みられる。

今後の輸出方針（輸出を行っている企業）



今後の輸出方針（輸出を行っていない企業、時系列）



輸出方針〔現状維持、縮小/撤退〕の主な理由（一部抜粋）

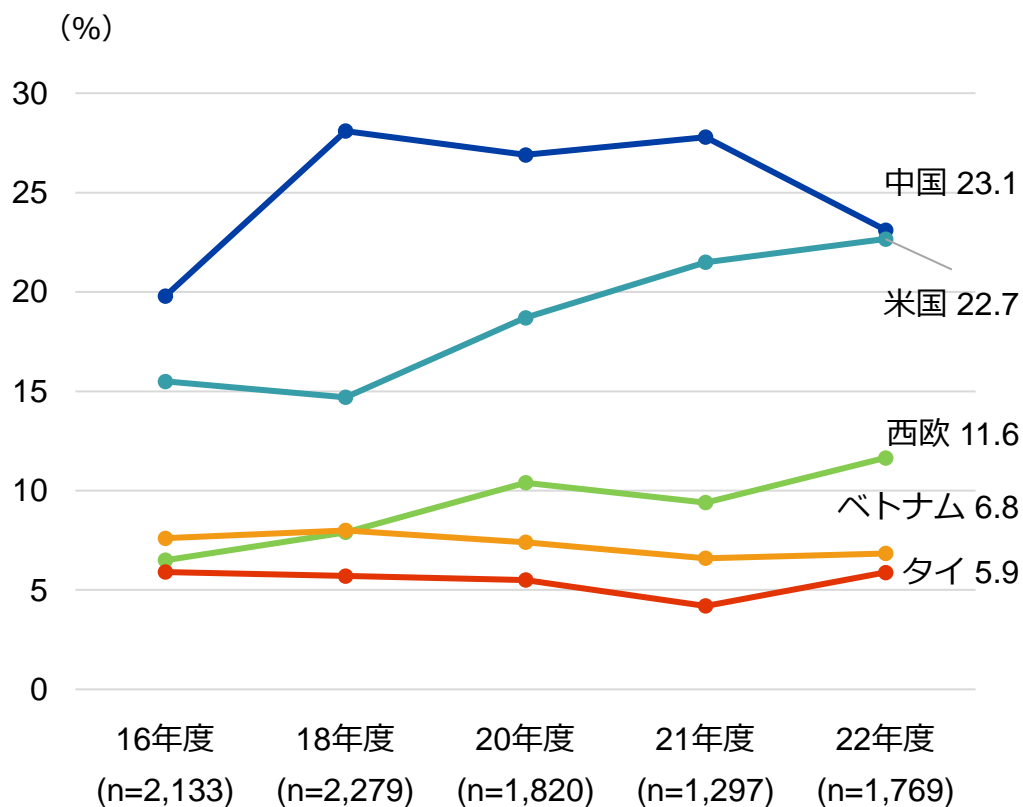
- **コロナや戦争**の影響でしばらくは様子見（一般機械）
- **為替や相手国インフレ等の経済要因**が大きく、慎重に見極める（商社・卸売）
- **世界経済の不安定（化）**が見込まれ積極投資は行わない方針（アパレル）
- 輸出先の**相手国の経済悪化**により、今後の回復が望めない（小売）
- **半導体不足により電子部品が入荷しない**ため、拡大できない（精密機器）
- 工場のキャパシティと輸出量がほぼイコール（化学）
- 1年以上掛けて製品となるので、**現状以上の受注が来るとキャパオーバー**となる（農業・林業・水産業）
- 材料の**現地調達化**が進み、日本からの調達が少なくなる（非鉄金属）
- **円安が続かない見通しから現調化を考慮し現状維持**とした（金属製品）



## 4 | 対中輸出を足掛かりに、販路の多角化が進む

- 輸出拡大の方針を持つ企業が、**最も重視する輸出先は「中国」(23.1%)**が最大も、前年から4.7ポイント低下。米国(22.7%)と僅差に。西欧(2.2ポイント増)やタイ(1.7ポイント増)を選択した企業も増加。
- 回答企業からは、中国向け輸出の実績を足掛かりに、他国を含むさらなる輸出拡大に取り組むとの声が聞かれる。

今後最重要と考える輸出先（上位5カ国・地域、時系列）



輸出拡大を図る企業のコメント（一部抜粋）

- 現在の輸出先は**中国がメインだが、今後東南アジアに拡大**し売上増を図りたい（医療品・化粧品）
- 2010年より海外販路開拓を開始した。**中国からスタートし、現在は、主に北米とEU圏、及びその周辺地域を開拓**したい方針（繊維・織物）
- 今後、**中国への販路拡大を行い、同時に、台湾、フランスなど、他国（・地域）へのアプローチ**も進めていく（情報・ソフトウェア）
- **中国、韓国への輸出実績ができ、アジアの他の国（ベトナム）からの引き合い**もあるため（その他）
- 海外拠点ネットワーク（タイ・ベトナム）を活かしてASEAN地域への売上拡大、およびそれにとמון日本からの原材料輸出や製品輸出を拡大していきたい（その他）

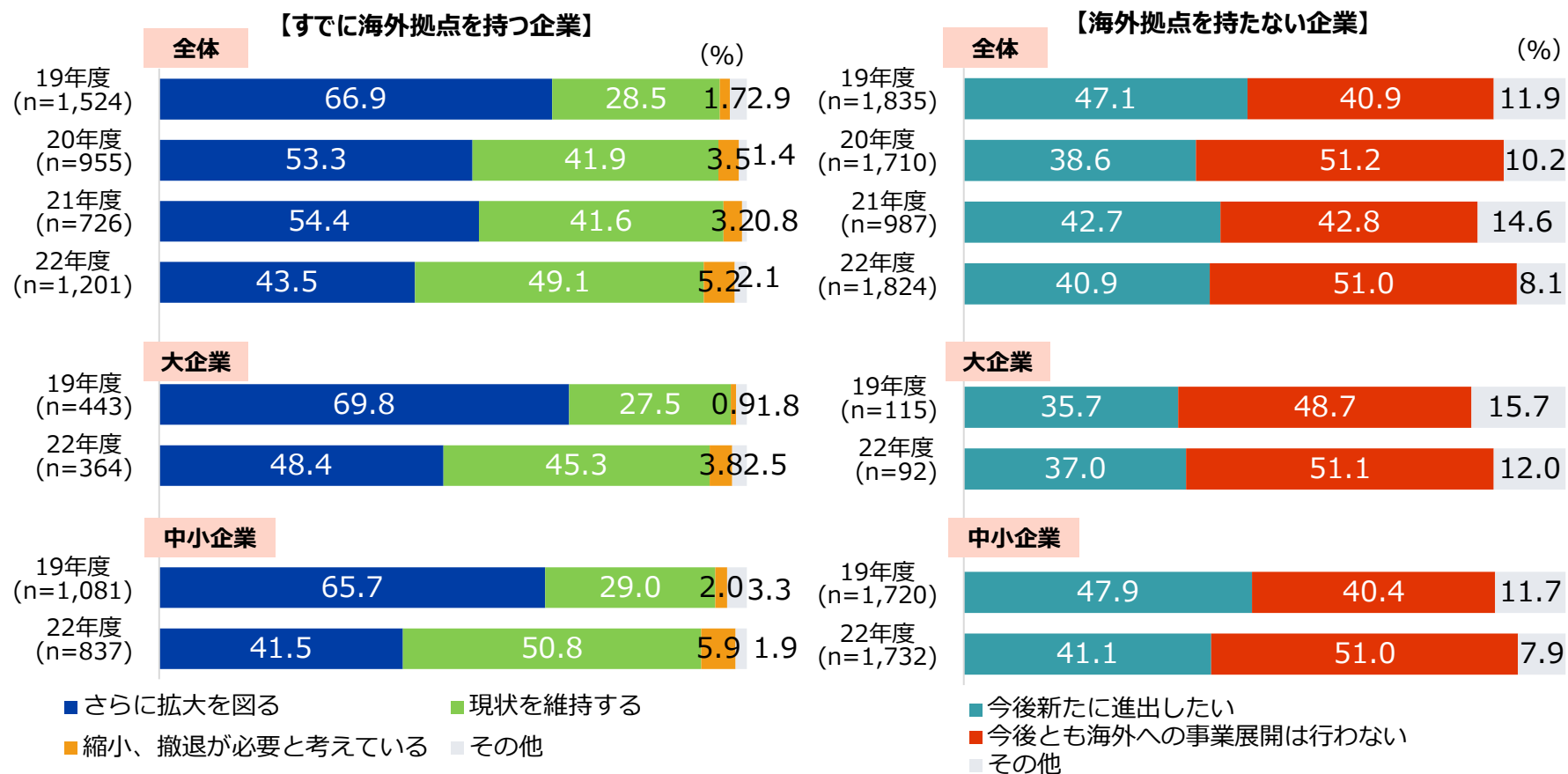
(注) nは今後の輸出方針で、「さらに輸出の拡大を図る」「新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業のうちの有効回答数。



## 5 | 不確実性の高まりで、海外投資は様子見の姿勢へ

- 今後3年程度の海外進出方針は、すでに海外拠点を持つ企業では半数近く（49.1%）が「現状を維持する」と回答。一方、「さらに拡大を図る」と回答した企業の割合は過去3年間との比較で大きく低下。
- 海外拠点を持たない企業では、「新たに進出したい」とする企業が約4割と、過去3年間、ほぼ横ばいで推移。

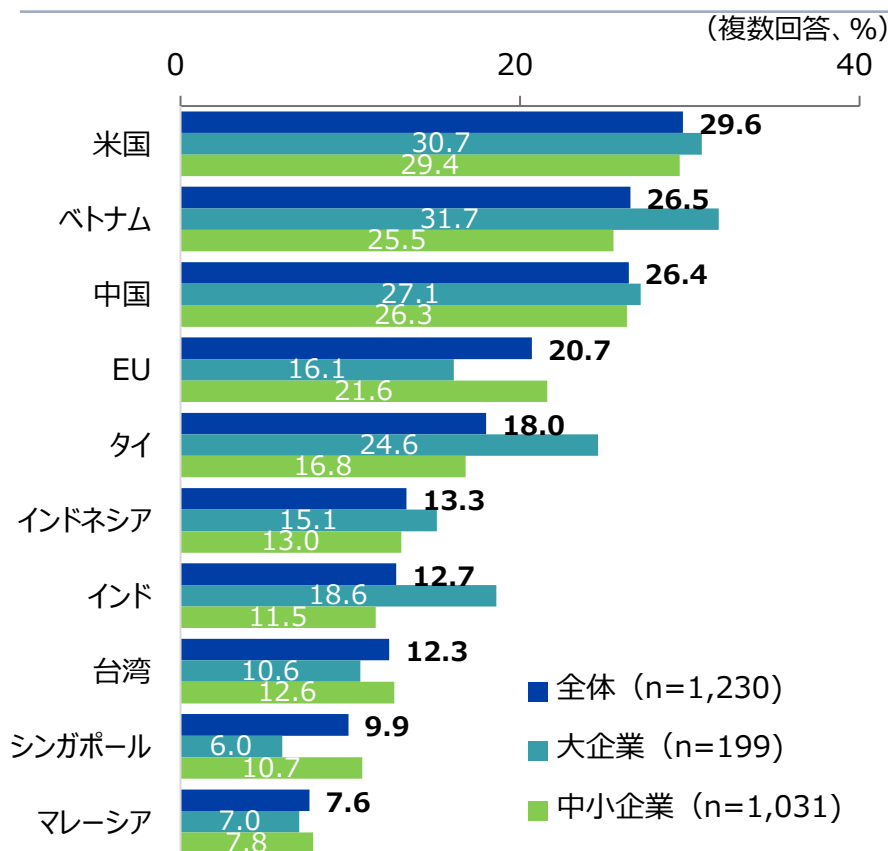
### 今後の海外進出方針



## 6 | 今後の事業拡大先、米国とベトナムが上位に

- 今後、海外で事業拡大を図る国・地域では、**米国（29.6%）**の回答比率が最も高く、ベトナム、中国が続く。大企業ではベトナム（31.7%）の回答比率が最大、中小企業では、中国が米国に次ぐ2位に。
- 米国での事業拡大意欲は、電気機械、化学、石油・プラスチック・ゴム製品、精密機器など、製造業の多くで最大。

### 今後の事業拡大先（上位10カ国・地域）



### 今後の事業拡大先（業種別）

(複数回答、%)

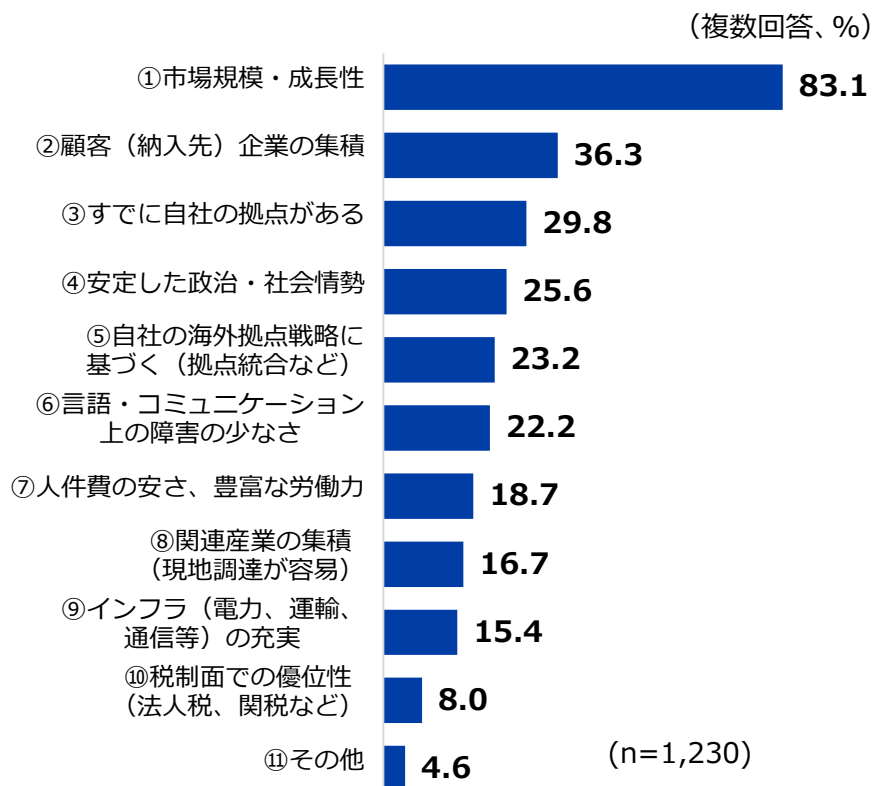
業種	回答比率首位	比率 (%)
飲食料品(n=173)	米国	36.4
繊維・織物/アパレル(n=42)	EU	47.6
木材・木製品/家具・建材/紙パルプ(n=24)	EU	33.3
化学(n=41)	米国/中国	41.5
医療品・化粧品(n=28)	米国	35.7
石油・プラスチック・ゴム製品(n=31)	米国	38.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=70)	ベトナム	28.6
一般機械(n=56)	タイ	32.1
電気機械(n=47)	米国	42.6
情報通信機械/電子部品・デバイス(n=25)	中国	44.0
自動車・同部品/その他輸送機器(n=35)	米国	28.6
精密機器(n=40)	米国	37.5
商社・卸売(n=244)	ベトナム/中国	30.3
小売(n=38)	米国	34.2
建設(n=39)	ベトナム	56.4
運輸(n=29)	ベトナム	51.7
通信・情報・ソフトウェア(n=36)	ベトナム/インドネシア	25.0
専門サービス(n=26)	インドネシア	46.2

(注) ① nは「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」、「現在、海外に拠点は無いが、今後新たに進出したい」と回答し、かつ事業拡大先（最大3つ）につき選択理由と合わせて回答した企業数。② EUの内訳は選択肢の設定がない。③ (右表) 業種ごとのnに対する比率。20社未満除く。 Copyright © 2023 JETRO. All rights reserved.

## 7 | 事業拡大先の最大の決定要因は市場規模・成長性

- 今後の事業拡大先の選択理由は、83.1%が「市場規模・成長性」を挙げ、次いで「顧客（納入先）企業の集積」（36.3%）、「すでに自社の拠点がある」（29.8%）が続く。
- ベトナムでは「人件費の安さ、豊富な労働力」（38.0%）との回答比率も相対的に高い。

### 事業拡大先の選択理由（全体）



### 事業拡大先の選択理由（上位5カ国・地域別）

(複数回答、%)

選択理由 ↓	米国 (n=364)	ベトナム (n=326)	中国 (n=325)	EU (n=255)	タイ (n=222)
①	91.5	89.3	90.5	86.7	86.5
②	44.8	39.3	42.8	44.3	50.5
③	32.1	33.4	40.3	25.9	45.0
④	31.6	35.3	25.2	29.4	31.5
⑤	26.9	22.4	24.6	25.9	31.1
⑥	29.1	22.7	22.2	25.1	23.4
⑦	11.8	38.0	17.2	5.5	23.9
⑧	15.4	23.6	22.5	11.8	25.7
⑨	17.3	21.8	18.5	12.9	25.2
⑩	4.4	10.4	8.9	6.7	11.7
⑪	3.0	5.8	4.6	4.7	5.0

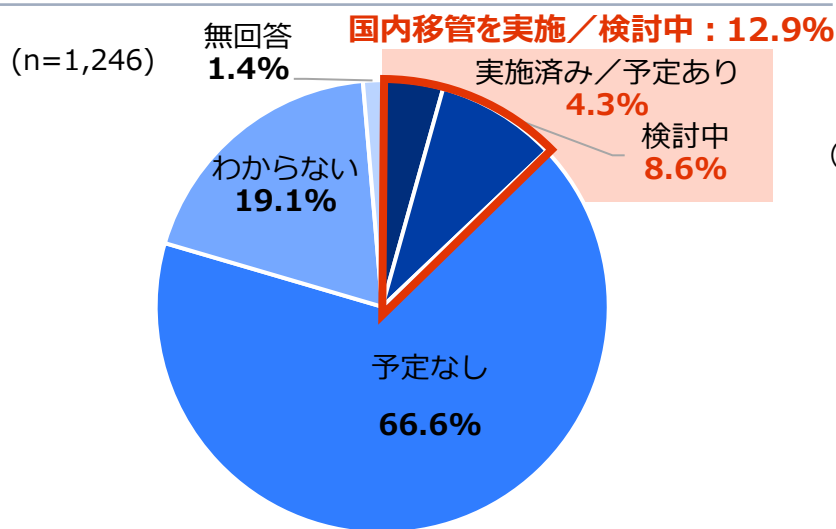
(注) ① nは「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」、「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」と回答し、かつ事業拡大先（最大3つ）につき選択理由と合わせて回答した企業数。②（右表）国・地域ごとの回答企業数に対する比率。網掛けは比率上位3項目。

## Ⅱ. サプライチェーン再構築の取り組み

# 1 海外ビジネスの国内への移管、13%が実施ないし検討中

- 昨今のグローバルビジネス環境の変化を受け、海外ビジネス（一部含む）の国内拠点への移管を、実施済み／実施予定の企業は4.3%。検討中の企業（8.6%）とあわせ、**約13%が国内回帰を実施ないし検討中**。
- 移管の背景は、**6割の企業が「進出先のビジネスコストの増加」を指摘**。製造業では、「国際輸送の混乱・物流費の高騰」も引き金に。

海外ビジネスの国内拠点への移管

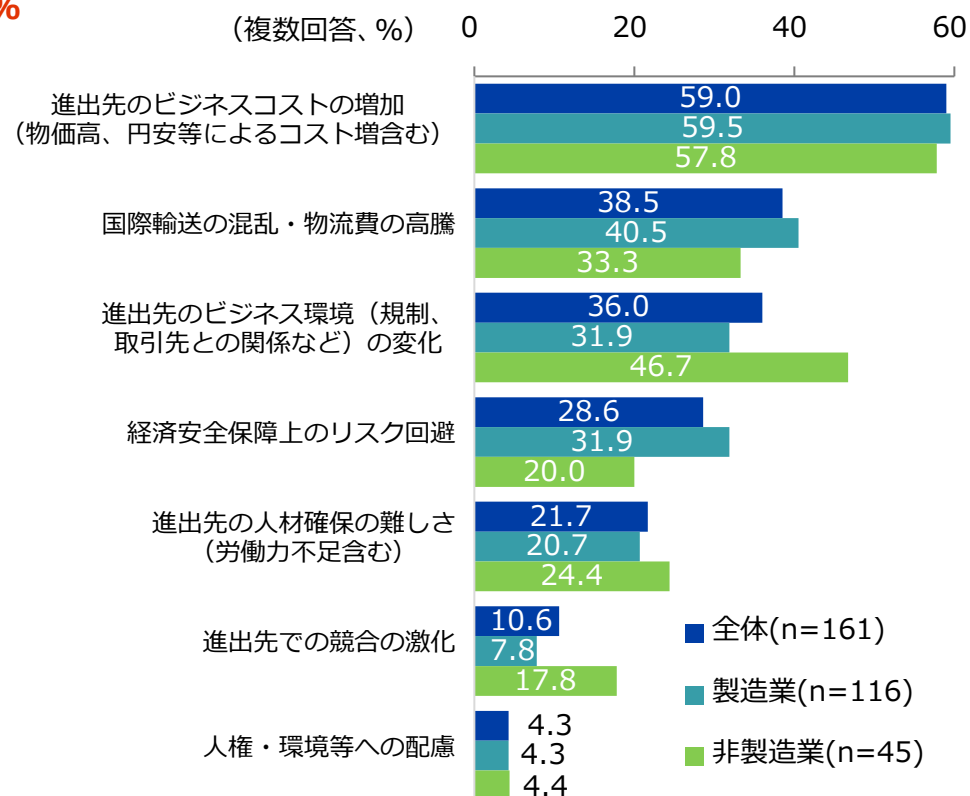


国内移管を実施（上位3業種） (%)

業種	海外ビジネスの国内移管 (%)	
	実施済み／予定あり	検討中
医療品・化粧品 (n=31)	25.8	19.4
石油・プラスチック・ゴム製品 (n=55)	23.6	14.5
情報通信機械／電子部品・デバイス (n=34)	23.5	11.8

(注) 図、表とも n は現在、海外に拠点がある企業。

国内拠点への移管の背景

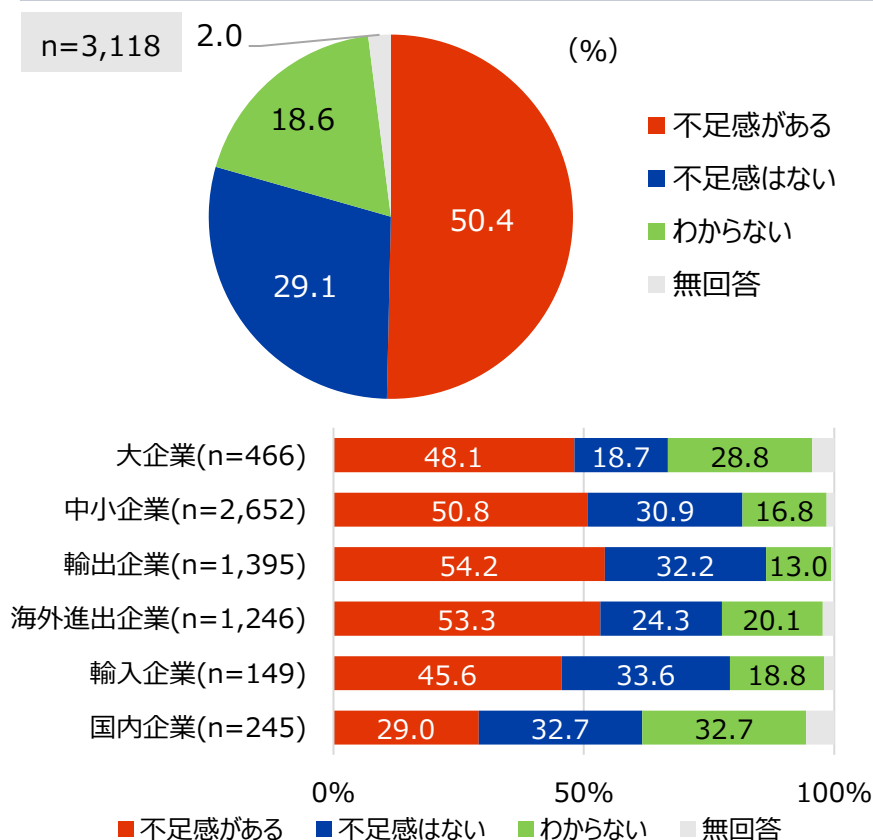


(注) n は海外ビジネスの国内拠点への移管を「実施済み／予定あり」、「検討中」と回答した企業。

## 2 | 半数を超える企業が原材料・部品の供給不足を実感

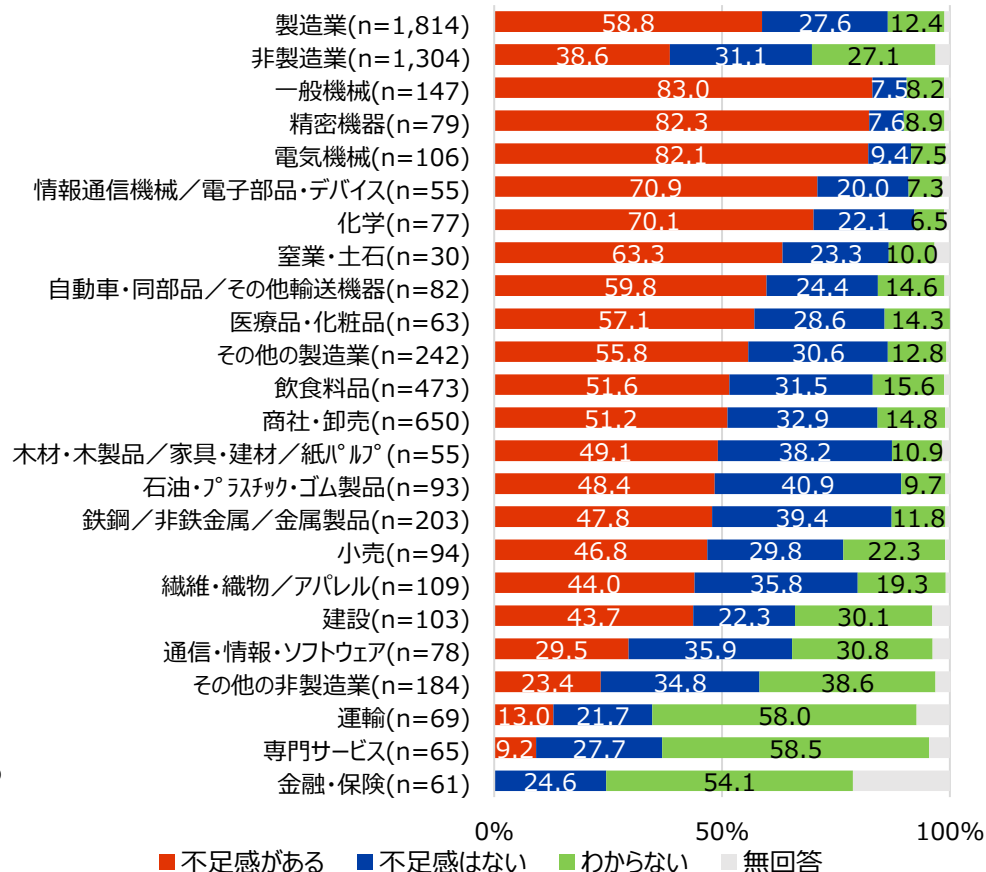
- 原材料・部品などの供給不足感について、**全体の過半数（50.4%）の企業が「不足感がある」と回答した。**
- 非製造業に比べて製造業の比率が高く（58.8%）、一般機械（83.0%）、精密機械（82.3%）、電気機械（82.1%）では8割を超えた。

原材料・部品などの供給不足感の有無



(注) 上記の「輸出企業」は、輸出を行っているが海外進出をしていない企業  
 「輸入企業」は、輸入のみを行っている企業（輸出なし、海外進出なし）  
 「国内企業」は、輸出・輸入・海外進出のいずれも行っていない企業

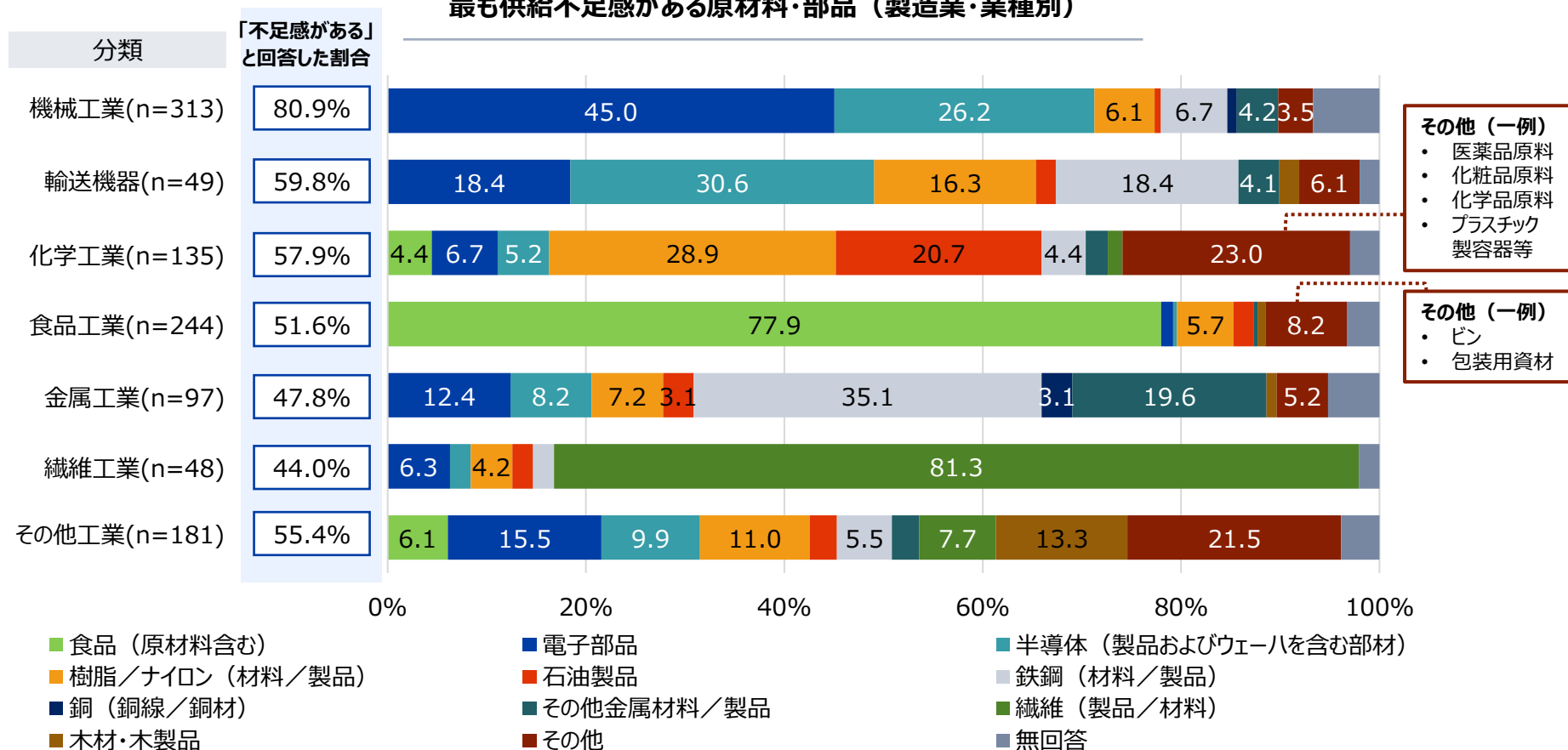
原材料・部品などの供給不足感の有無（業種別）



### 3 | 機械工業の8割に不足感。電子部品・半導体が特に不足

- 最も不足感がある原材料・部品を業種別みると、それぞれの業種の主要な原材料・部品の不足感が高い。
- 特に、「供給不足感がある」と回答した企業の割合が8割を超える機械工業では、電子部品が45.0%、半導体が26.2%となった。次いで、輸送機器では、半導体が30.6%と最も高かった。

最も供給不足感がある原材料・部品（製造業・業種別）



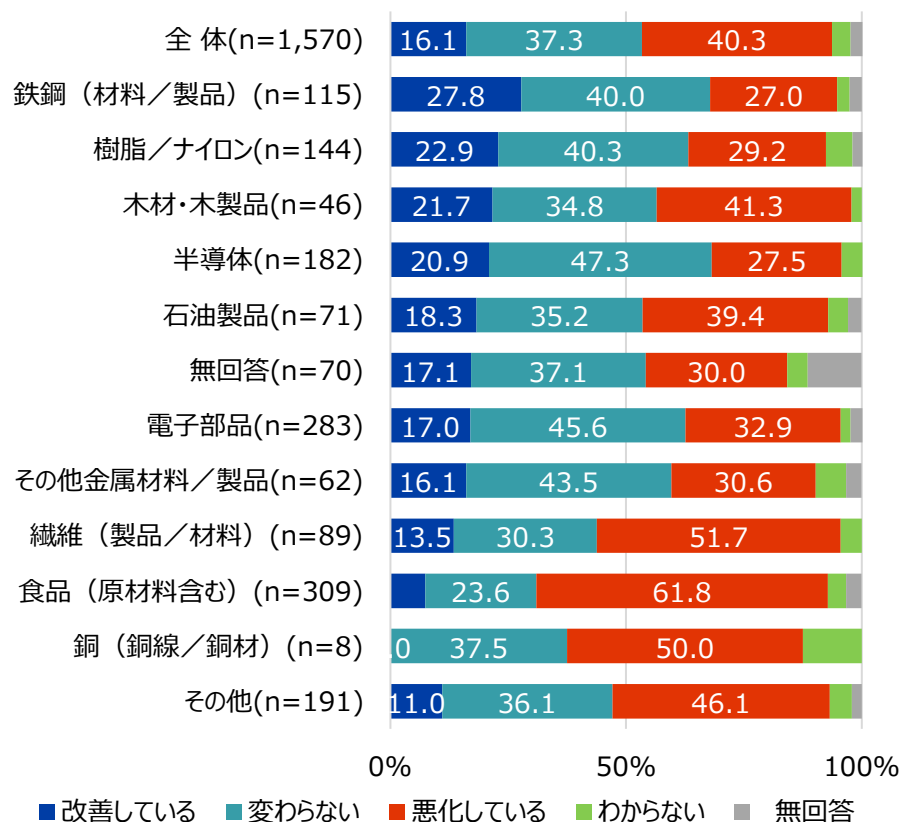
(注) 機械工業 = 一般機械、電気機械、情報通信機械/電子部品・デバイス、精密機械、輸送機器 = 自動車・同部品/その他輸送機器、化学工業 = 化学、医療品・化粧品、石油・プラスチック・ゴム製品、食品工業 = 飲食料品、金属工業 = 鉄鋼/非鉄金属/金属製品、繊維工業 = 繊維・織物/アパレル、その他工業 = 木材・木製品/家具・建材/紙パルプ、窯業・土石、その他製造業



# 4 | 供給不足感の長期化、悪化が目立つ

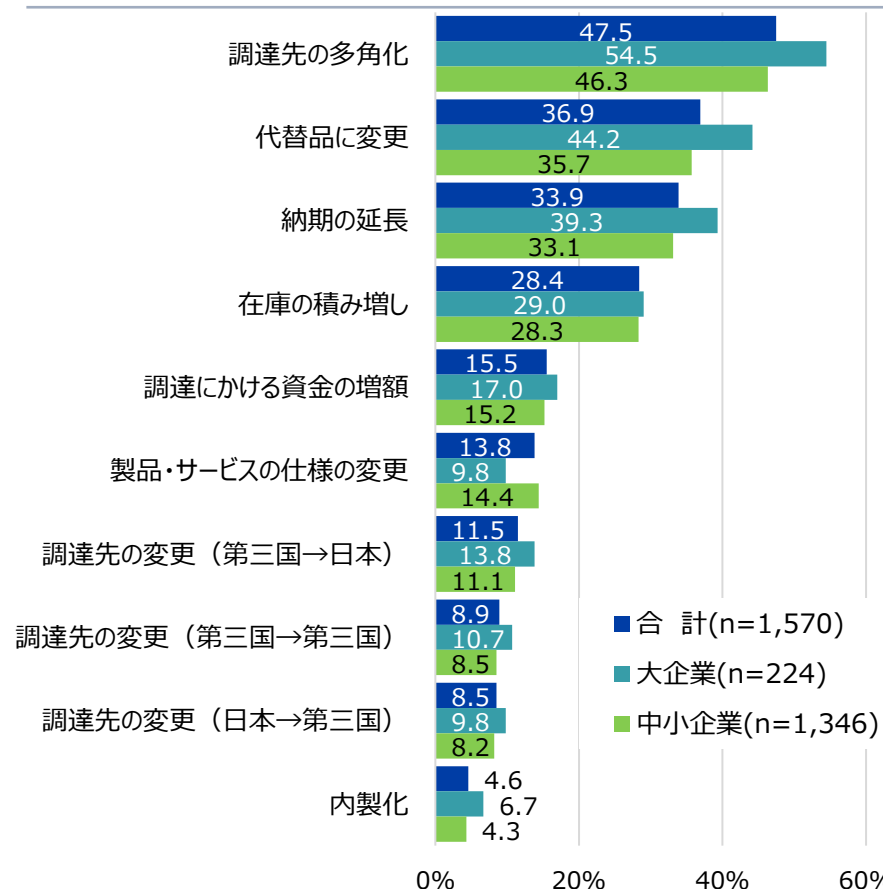
- 今回の調査期間から約1年前（2021年11～12月）と比較すると、鉄鋼を除いて「悪化している」が「改善している」を上回った。食品、繊維、銅では、それぞれ50%以上の企業が「悪化している」と回答した。
- 供給不足への対策としては、「調達先の多角化」、「代替品に変更」、「納期の延長」の順に割合が高かった。

原材料・部品などの供給不足感の変化  
(2021年11～12月との比較、製品別)



(注) nは原材料・部品などの供給に「不足感がある」と回答した企業のうち、各原材料・部品に対して最も不足感が大きいと答えた企業数。

供給不足への対応策 (企業規模別)

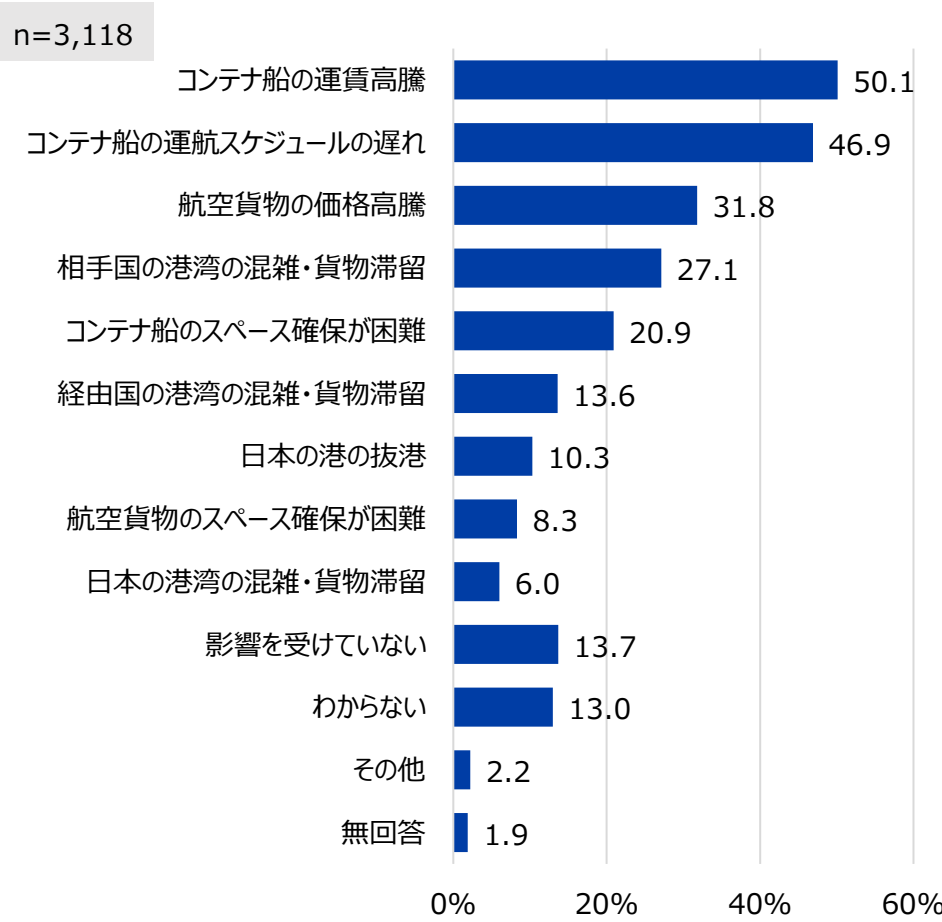


(注) その他、特になし、無回答を除く。

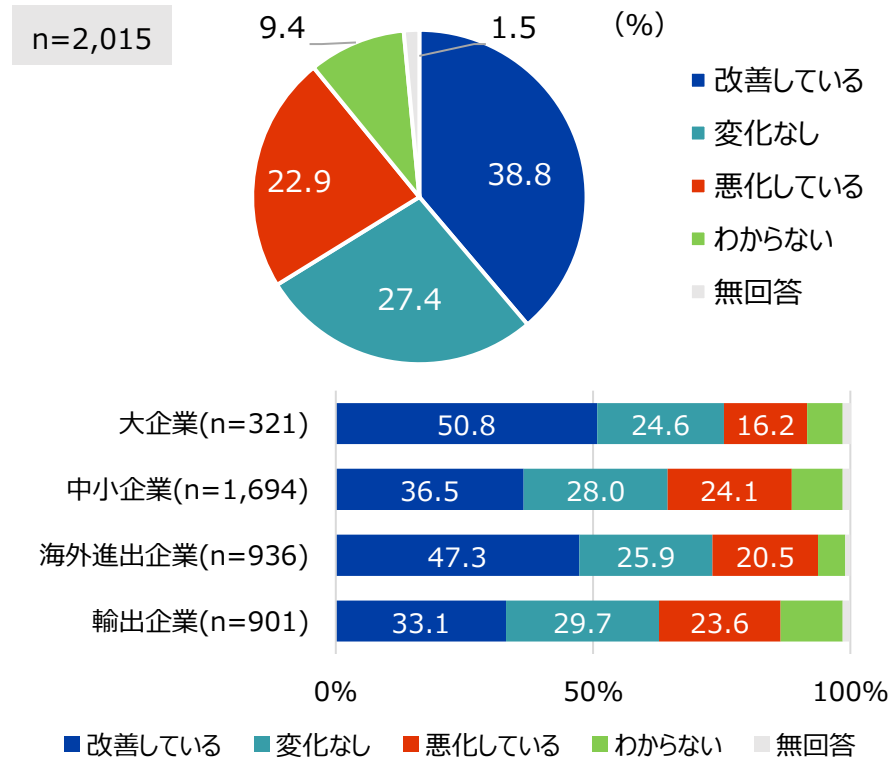
# 5 | 海上輸送は改善の方向へ

- 国際物流における混乱による影響は、コンテナ船の運賃高騰、スケジュールの遅れの割合が高かった。
- 今回の調査期間から約1年前（2021年11～12月）と比較すると、「改善している」と答えた企業の比率は38.8%で、「悪化している」と答えた企業の比率（22.9%）を上回った。

国際物流混乱による影響（日本発着の国際輸送）



海上輸送の混乱・輸送費の高騰の変化（2021年11～12月との比較）

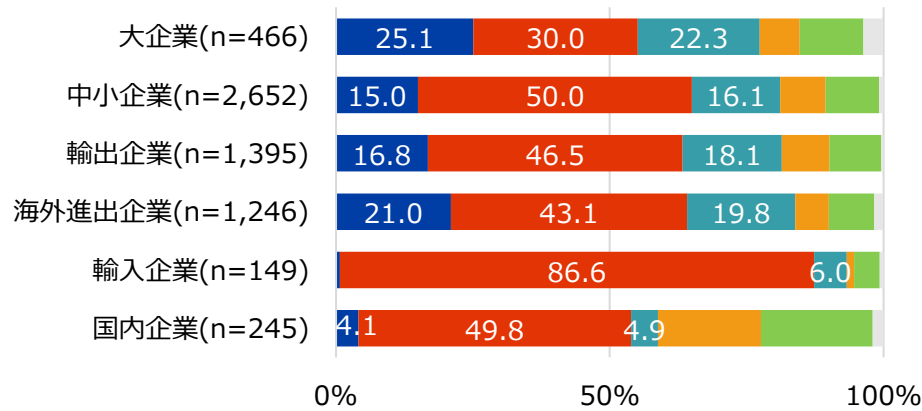
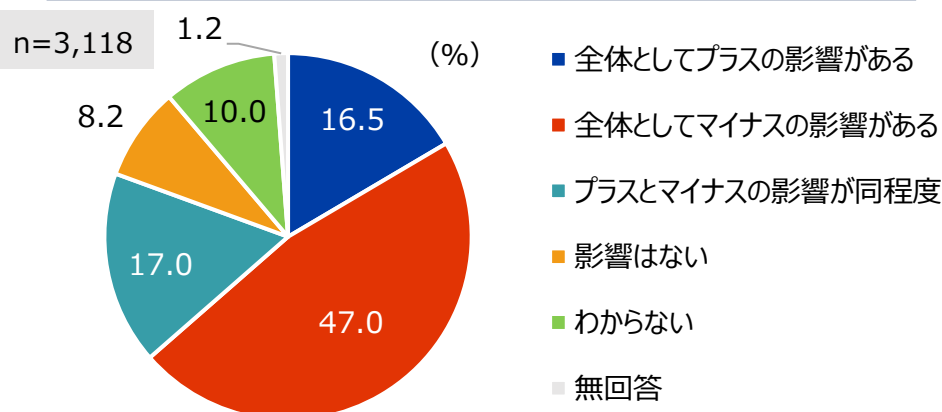


(注) ①nは国際物流の混乱による影響について「コンテナ船の運航スケジュールの遅れ」、「日本の港の抜港」、「コンテナ船の運賃高騰」、「コンテナ船のスペース確保が困難」、「相手国の港湾の混雑・貨物滞留」、「日本の港湾の混雑・貨物滞留」、「経由国の港湾の混雑・貨物滞留」、「その他」を選んだ企業数。②上記の「輸出企業」は、輸出を行っているが海外進出をしていない企業。  
Copyright © 2023 JETRO. All rights reserved. | 17

# 6 | 約半数が円安により業績にマイナス影響

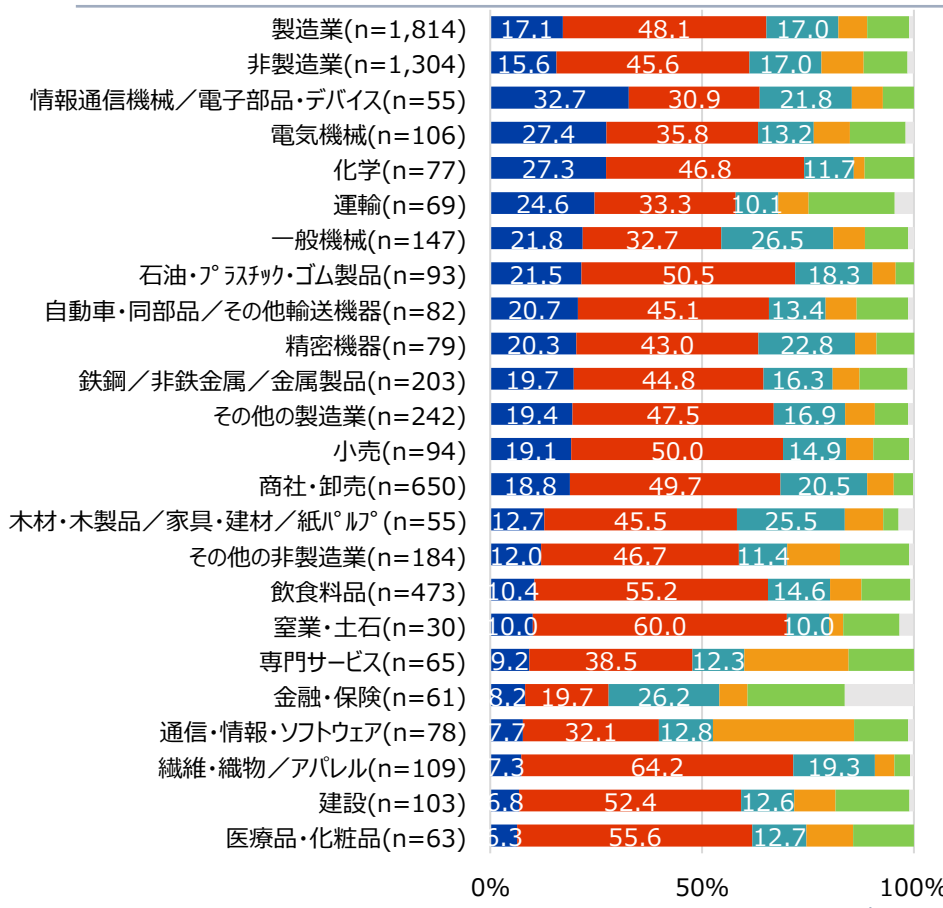
- 円安の進行が2022年の業績に与える影響について、「全体としてマイナスの影響がある」と答えた企業が47.0%と高い。大企業、海外進出企業では、プラスの影響があるとの回答割合が相対的に高い。
- 情報通信機器/電子部品、電気機械、化学などの業種で、プラスの影響がある企業が3割前後と相対的に高い。

円安の進行が2022年の業績に与える影響



(注) 上記の「輸出企業」は、輸出を行っているが海外進出をしていない企業  
 「輸入企業」は、輸入のみを行っている企業 (輸出なし、海外進出なし)  
 「国内企業」は、輸出・輸入・海外進出のいずれも行っていない企業

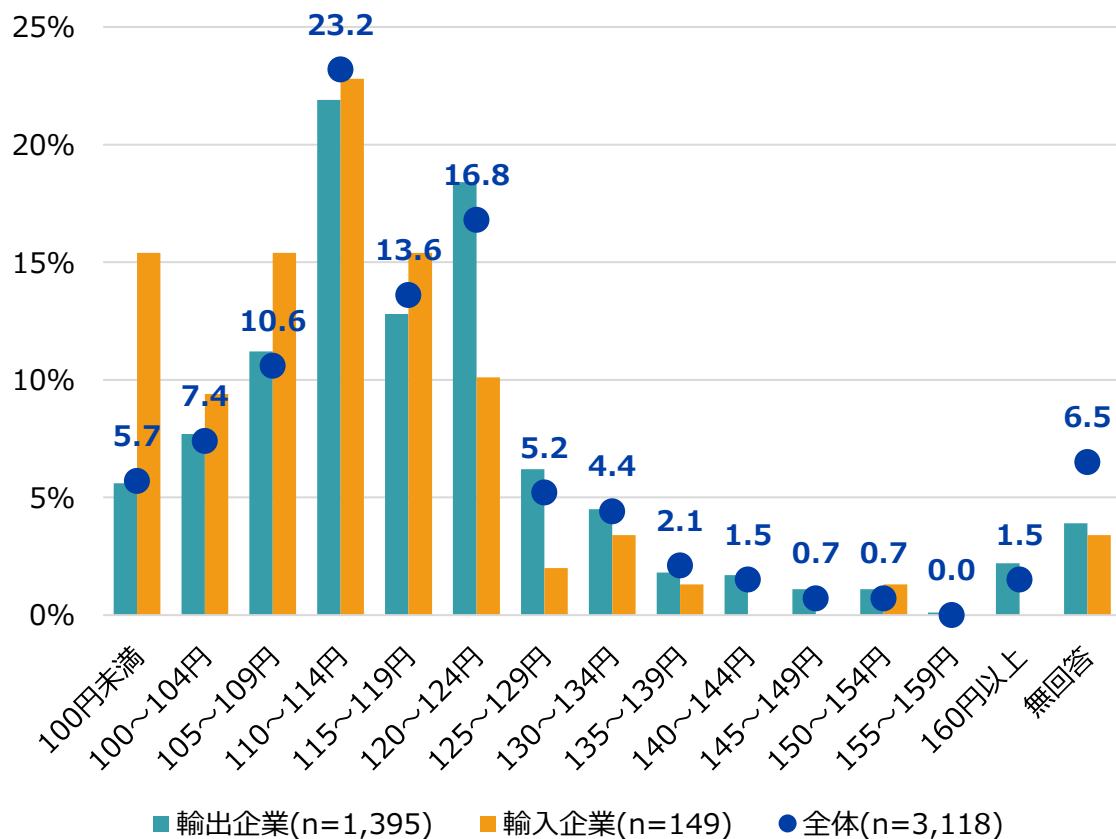
円安の進行が2022年の業績に与える影響 (業種別)



## 7 | 望ましい為替レートは110～114円が最多

- **望ましい為替レートは110～114円**が全体の23.2%と最も多く、120～124円（16.8%）、115～119円（13.6%）と続く。ただし、輸出企業はより円安、輸入企業はより円高を望む傾向が強い。
- 円安への対応として、原料などのコスト上昇分や為替変動分を価格に転嫁する動きが多い。

望ましい為替レート



(注)上記の「輸出企業」は、輸出を行っているが海外進出をしていない企業  
「輸入企業」は、輸入のみを行っている企業（輸出なし、海外進出なし）

円安進行への対策（自由記述）

- **価格転嫁・価格改定（値上げ）（346社）**
  - ・ 原材料、エネルギー、物流などのコスト上昇分や為替変動分を価格に転嫁。
  - ・ 価格改定を進めているが、すべてを転嫁できない。
- **為替予約などの為替リスクヘッジ（166社）**
  - ・ 為替動向を見ながら小刻みに為替予約を実施。
- **調達・仕入れの変更（107社）**
  - ・ 調達先の変更、国内調達への切替
  - ・ 調達先の多角化
  - ・ 為替動向に合わせて調達時期を変更
  - ・ 在庫の積み増し、早期の商品確保
- **輸出・海外販路拡大（56社）**
  - ・ 海外営業の強化
  - ・ 輸出戦略の強化
- **取引通貨の変更（51社）**
  - ・ ドル建て取引に変更（23社）
  - ・ 円建て取引に変更（21社）
- **製品仕様の変更（44社）**
  - ・ 製品仕様の変更、代替原料への切替
  - ・ 新商品開発（値上げが認められない製品や輸出用製品など）
- **生産の見直し（29社）**
  - ・ 国内生産の強化
  - ・ 生産地の変更

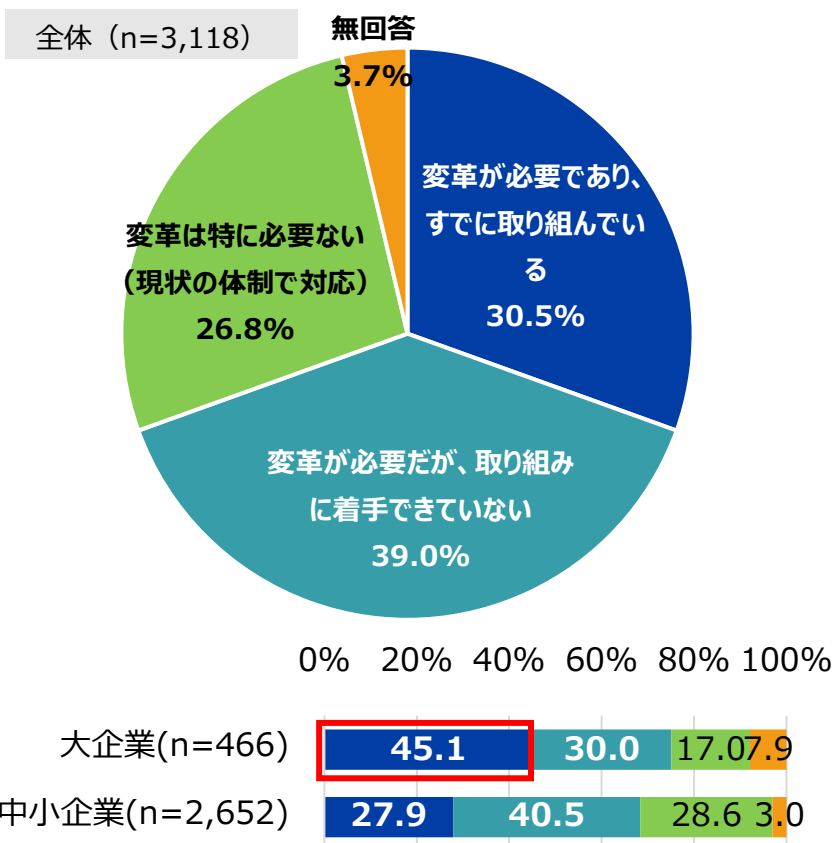
(注)円安進行への対策について、自由記載があったのべ926社から抜粋。  
Copyright © 2023 JETRO. All rights reserved.

## Ⅲ.時代や社会の要請に応じたビジネス変革

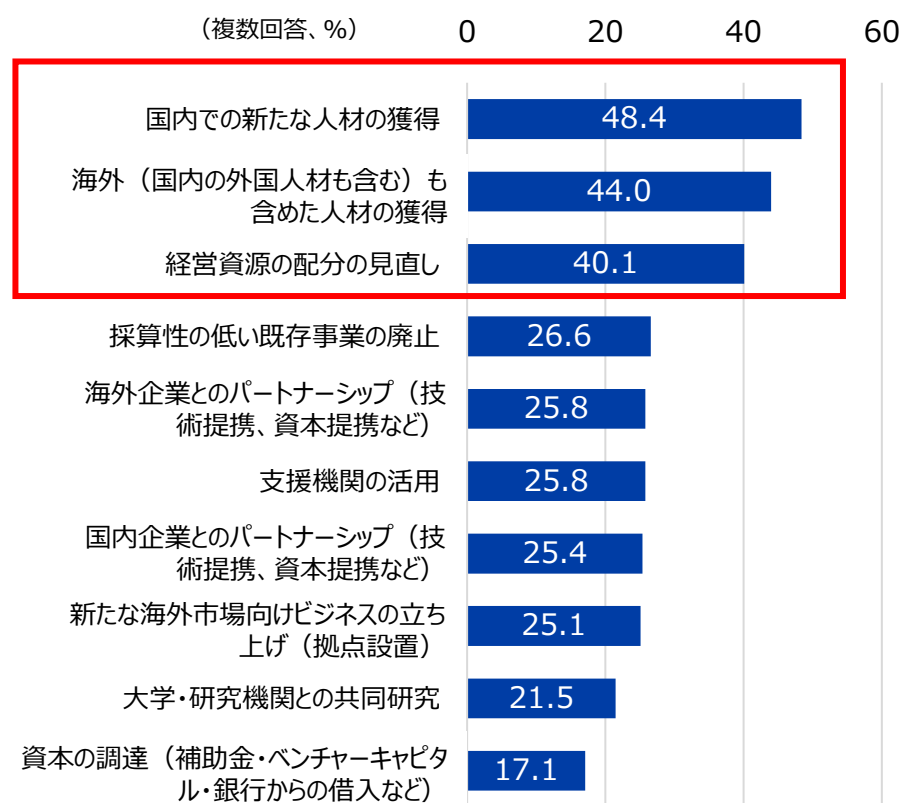
# 1 | ビジネス変革に取り組む企業、新たな人材獲得に力点

- 新型コロナの流行に伴う市場・社会の変化、地政学リスクの増加など、グローバルビジネスの新たな課題に対応し、7割の企業はビジネスの変革（ビジネスモデル変革や新たなビジネス戦略構築）が必要と認識。
- **ビジネス変革の手段では、国内および海外での「人材の獲得」**を選択する企業が多く、次いで「経営資源配分の見直し」を挙げる企業の割合が高い。組織や事業の変革において、人材の重要性を示唆する結果に。

ビジネスモデル変革や新たなビジネス戦略構築の方針



ビジネス変革を行うための手段

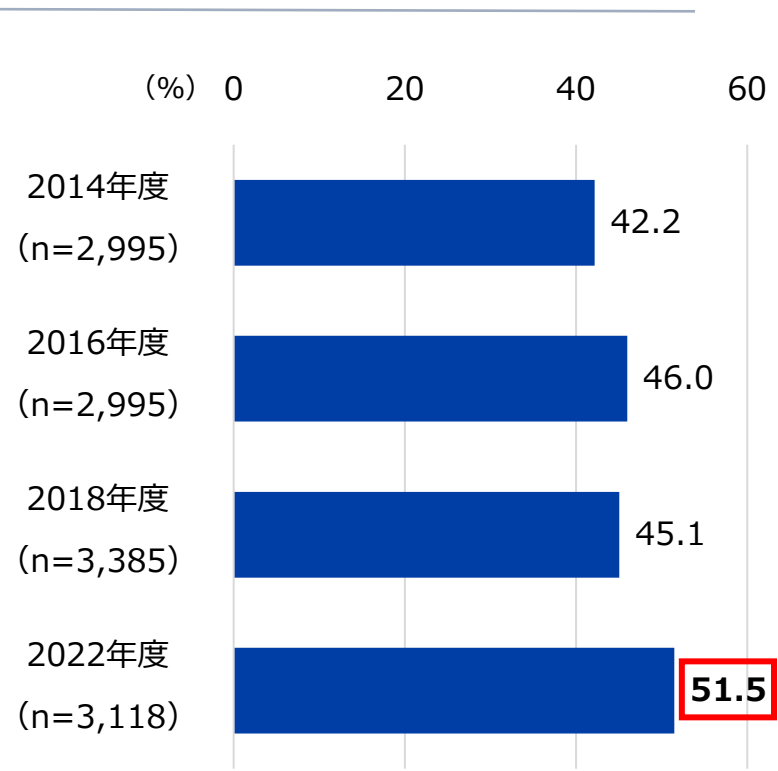


(注) 上位10項目のみ記載。

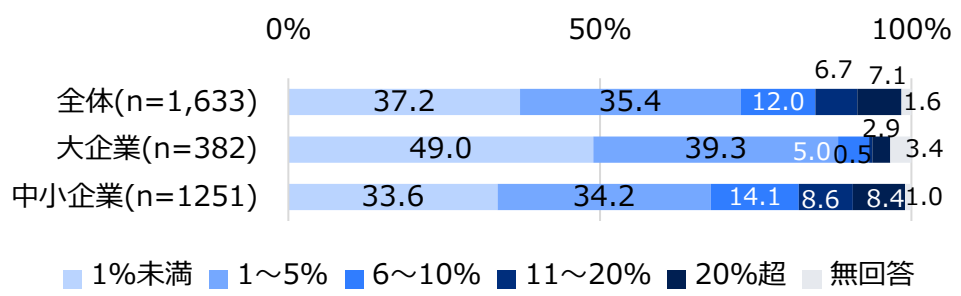
## 2 | 外国人材を雇用する企業の割合、初めて5割を突破

- **外国人材を雇用する企業の割合は、2014年度以降の調査で、初めて50%を超えた。** 常時雇用従業員数に占める外国人材の割合は、大企業に比べ、中小企業のほうが高い。
- 今後2～3年の外国人材の雇用方針では、「今後増やす予定」が3割弱、「現状を維持」が7割弱となった。

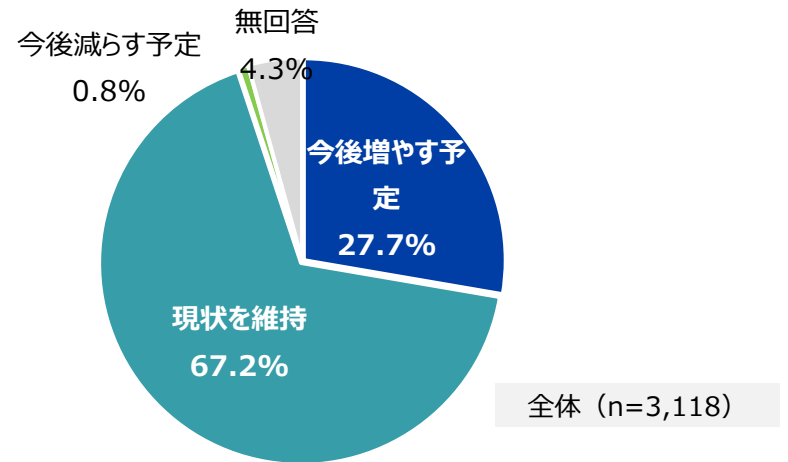
外国人材を雇用する企業の割合（時系列）



外国人社員の割合と今後の予定



(注) nは外国人材を雇用していると回答した企業数。

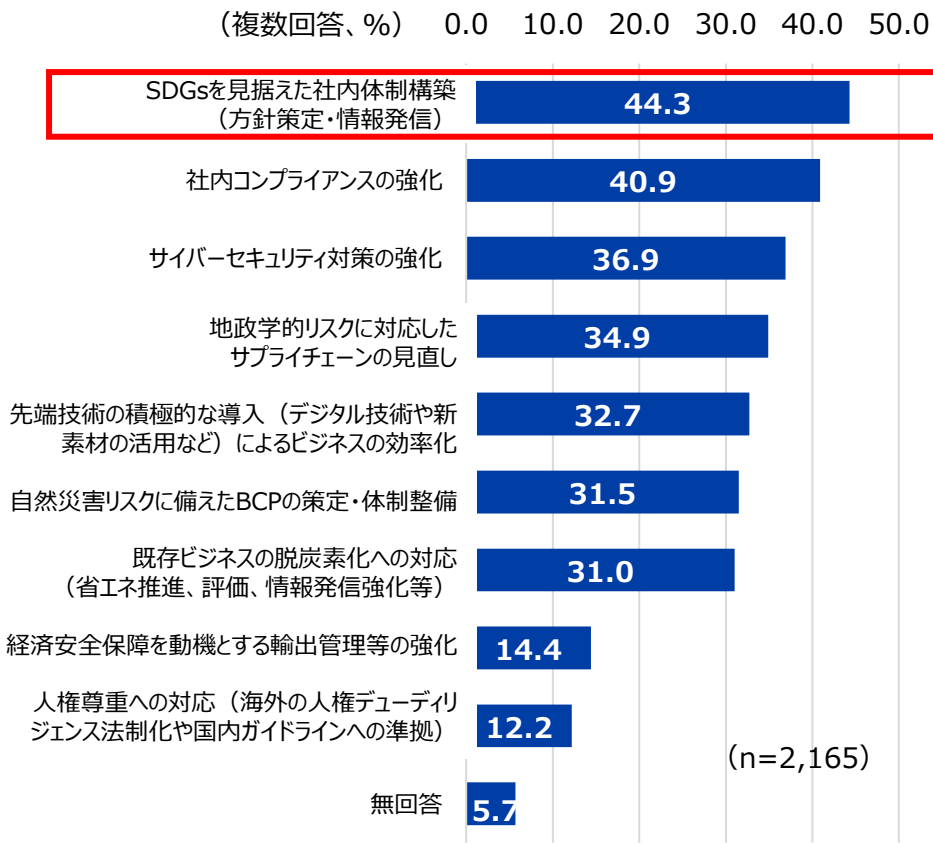




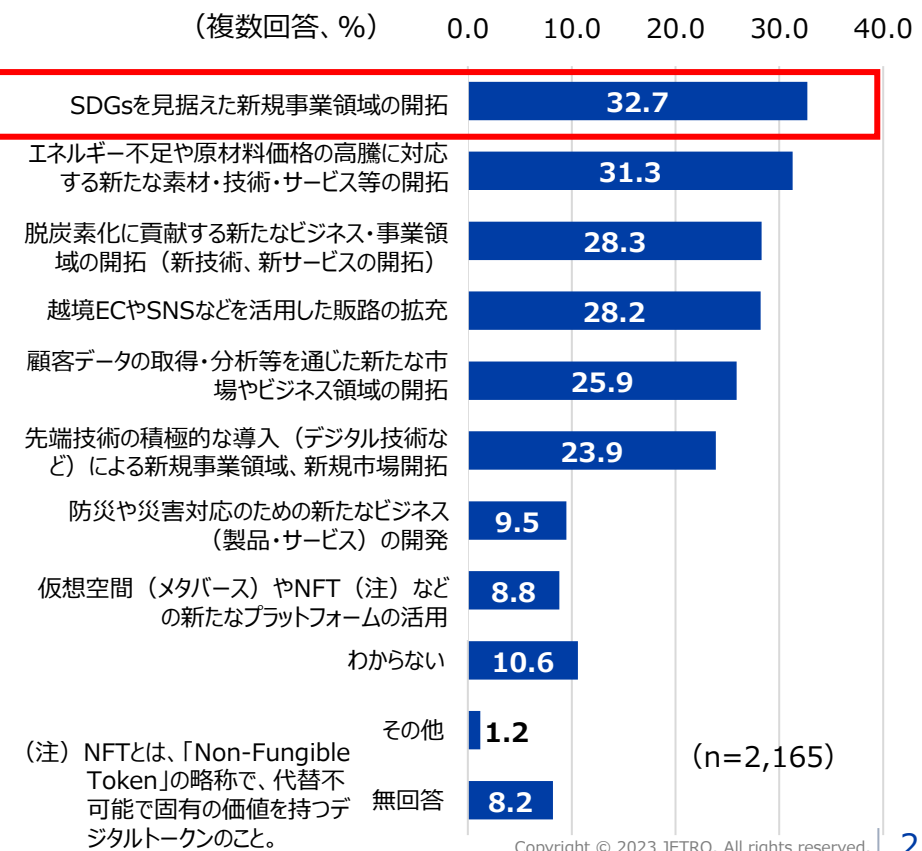
# 3 | カギとなるSDGs。社内体制構築と、新規事業領域の開拓

- 既存のビジネスプロセスや社内体制の見直し・高度化ではSDGsを見据えた社内体制構築が最も多く、44.3%となった。
- 課題に対応する新規ビジネス領域・新規市場の開拓ではSDGsを見据えた新規事業領域の開拓が1位だったほか、エネルギー不足や脱炭素化に対応する新たなビジネスについても関心が高い。

既存のビジネスプロセスや社内体制の見直し・高度化



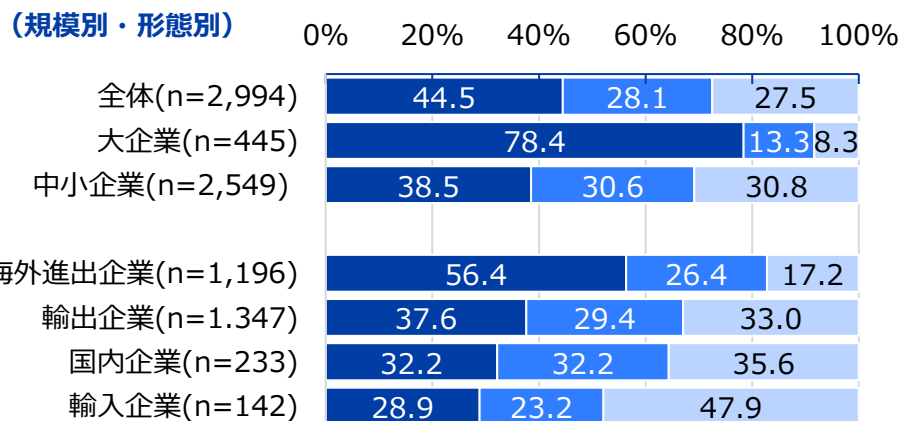
課題に対応する新規ビジネス領域・新規市場の開拓



# 4 | 脱炭素化への取り組み、1年間で着実に進展

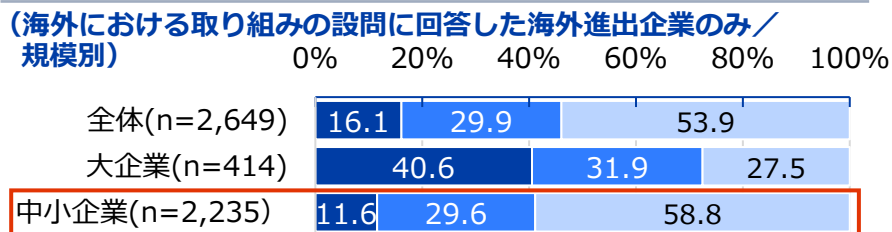
- 国内では全体の44.5%が「すでに取り組んでいる」と回答。大企業（78.4%）に比べ、中小企業（38.5%）の取り組みに遅れが目立つ。大企業では、「今後取り組む予定」を含め、9割超が脱炭素化を志向。
- 前年との比較（2年連続で回答した企業が対象）で、「**すでに取り組んでいる**」と回答した割合は**9.1ポイント増**、**中小企業でも8.8ポイント増**。製造業（同11.7ポイント増）を中心に脱炭素化の取り組みが着実に進む。

国内における脱炭素化への取り組み状況



(注) nは回答企業数から「無回答」を除いた企業数。

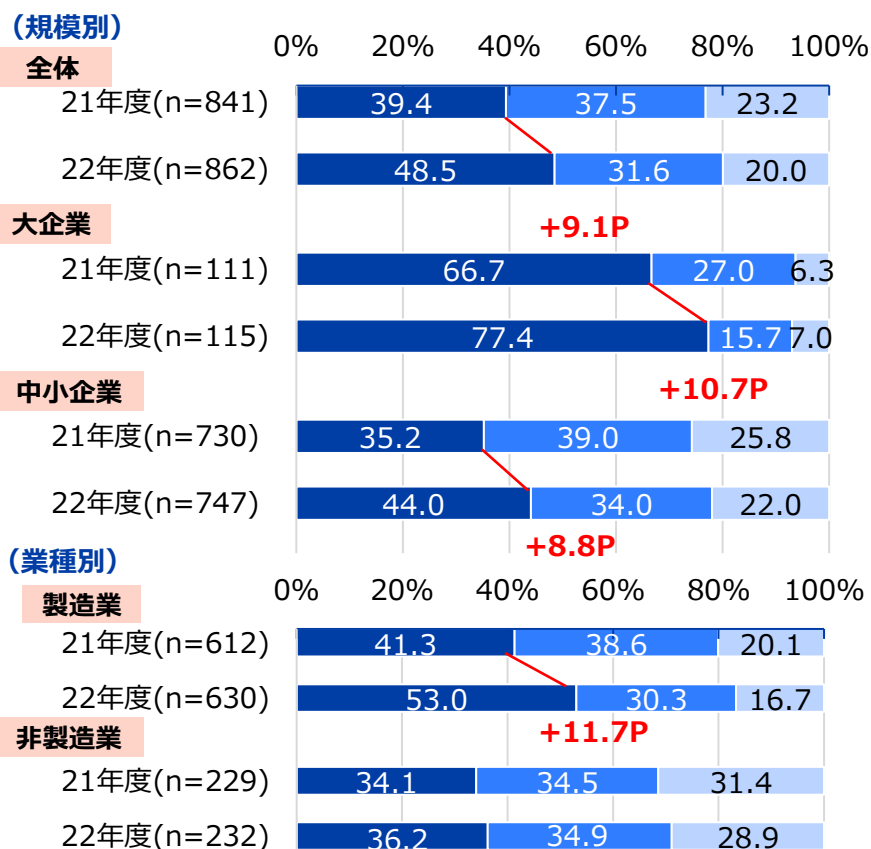
海外における脱炭素化への取り組み状況



- すでに取り組んでいる
- まだ取り組んでいないが、今後取り組む予定がある
- 取り組む予定はない

(注) nは回答企業数から「無回答」を除いた企業数(左図)、内2年連続回答企業数(右図)

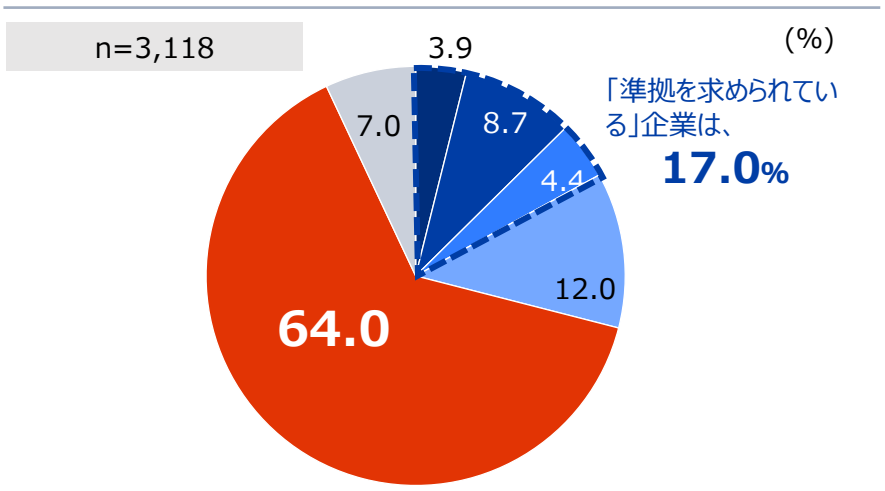
国内における取り組み状況の比較（対2021年度調査）



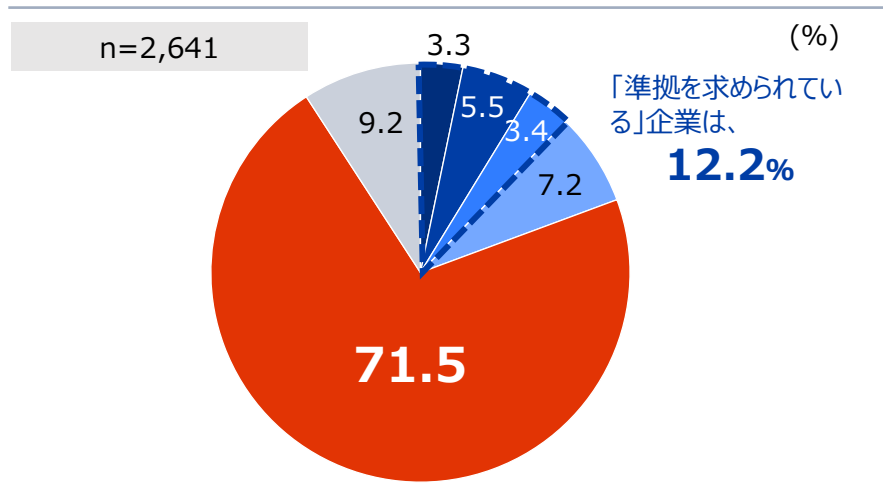
# 5 | 顧客からの取り組み要請、国内顧客からの要請は2割弱

- 顧客の脱炭素方針への準拠を求められている企業は、国内顧客で17.0%、海外顧客で12.2%となった。
- 海外の顧客から「準拠を求められているが状況の把握のみ」と答えた企業を業種別でみると、輸送機器が20.3%と最も高く、自動車を中心に先行して脱炭素化が進んでいることがうかがえる。

国内の顧客からの脱炭素化の方針への準拠



海外の顧客からの脱炭素化の方針への準拠



- 準拠を求められ、問題がある場合、改善指導や取引停止などの措置が明示されている
- 準拠を求められているが、問い合わせ、調査による状況の把握のみにとどまり、改善指導や取引停止などの措置は明示されていない
- 準拠を求められているが、実際の状況の把握は行われていない
- 準拠を求められていないが、関連の問い合わせ、調査が行われたことがある
- 準拠を求められておらず、関連の問い合わせ、調査のいずれも求められなかったことがない
- 無回答

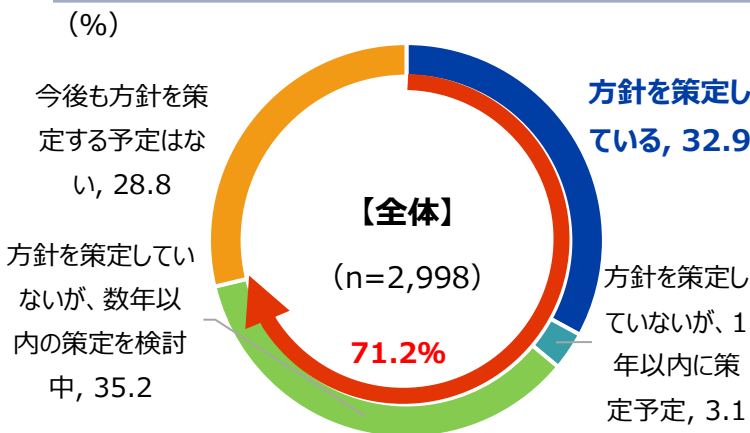
- 準拠を求められ、問題がある場合、改善指導や取引停止などの措置が明示されている
- 準拠を求められているが、問い合わせ、調査による状況の把握のみにとどまり、改善指導や取引停止などの措置は明示されていない
- 準拠を求められているが、実際の状況の把握は行われていない
- 準拠を求められていないが、関連の問い合わせ、調査が行われたことがある
- 準拠を求められておらず、関連の問い合わせ、調査のいずれも求められなかったことがない
- 無回答

(注) nは、回答企業数のうち「輸出」または「海外進出」している企業数。

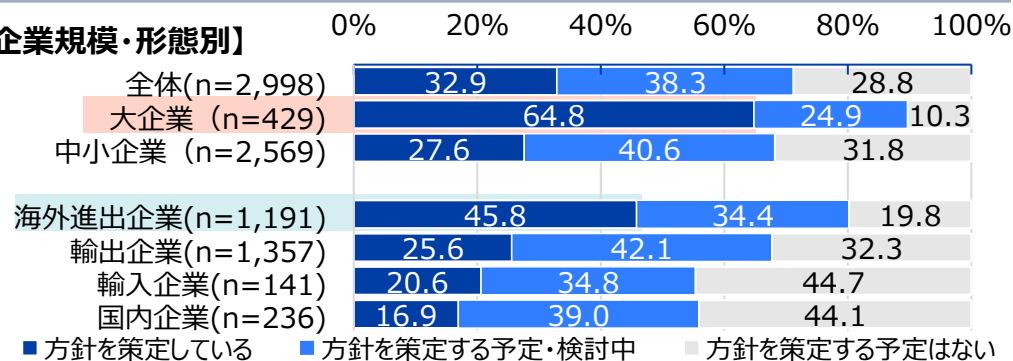
# 6 | 人権DD実施企業（予定・検討中含む）が半数に

- 人権尊重の方針について、32.9%が「策定している」※と回答。「1年以内に策定予定」と「数年以内の策定を検討中」を含めると、7割の企業が人権方針を策定中、または策定へ意欲を示している。※方針を非公開の場合を含む。
- 人権デューデリジェンス（DD）を実施している企業は、全体の10.6%。「1年以内に実施予定」「数年以内の実施を検討中」の企業を含めると、**5割の企業が人権DDを実施中、または実施に意欲を示す。**

人権尊重方針の策定状況

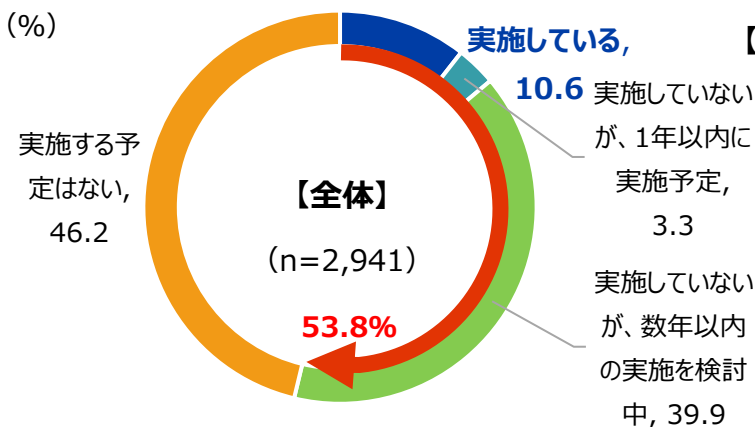


【企業規模・形態別】

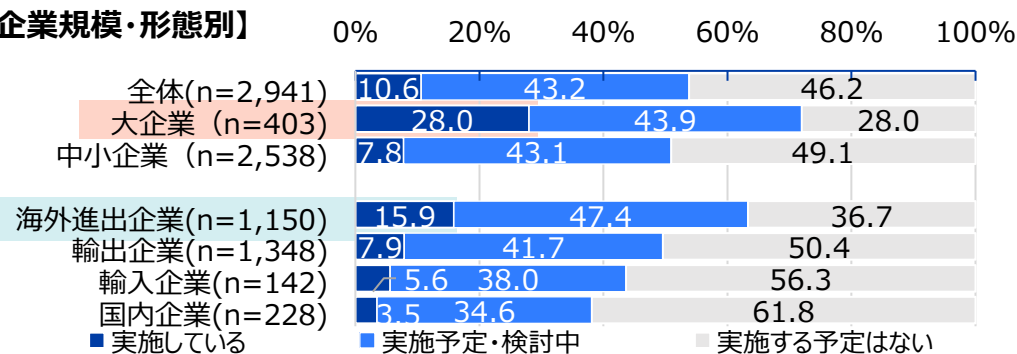


(注) 「方針を策定する予定・検討中」は「1年以内に策定予定」と「数年以内の策定を検討中」の合計。

人権DDの実施状況



【企業規模・形態別】



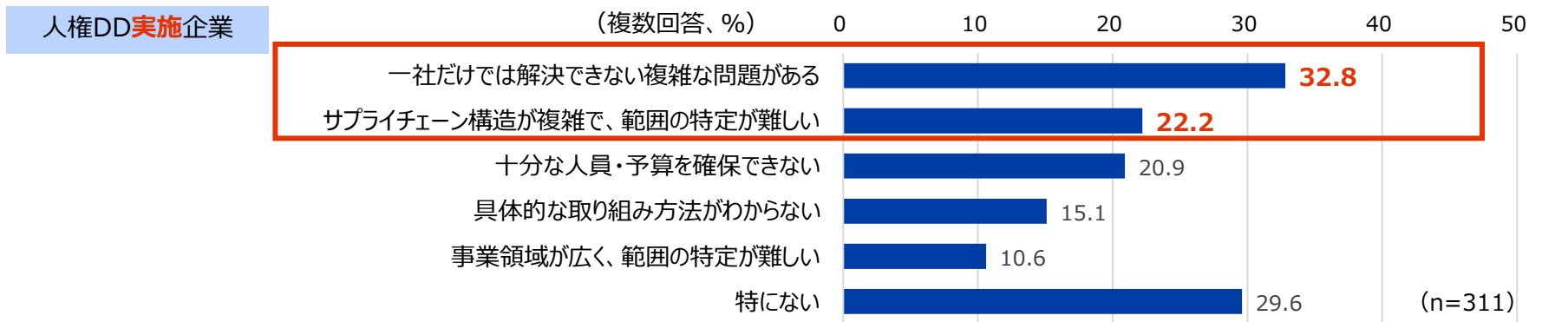
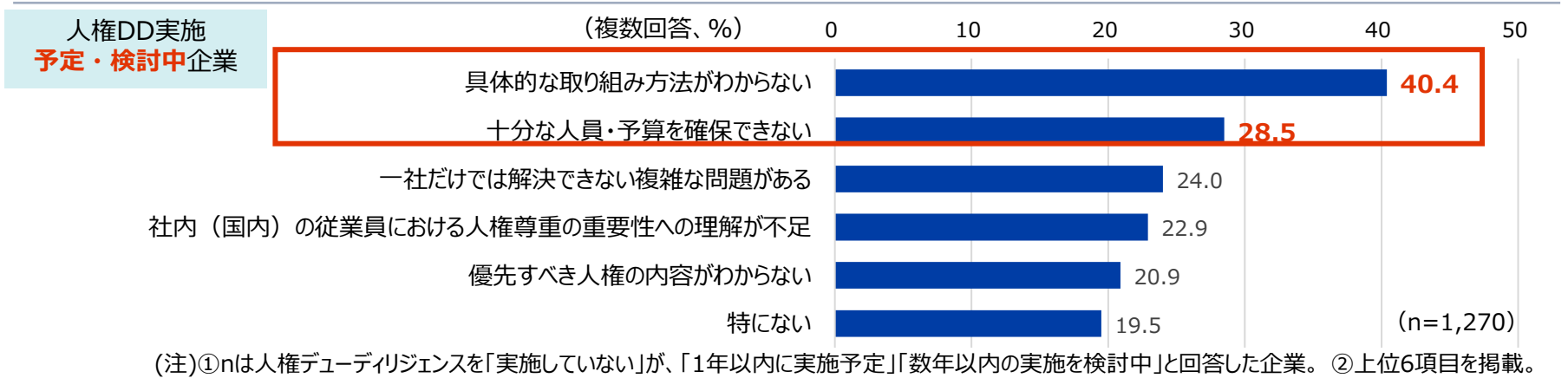
(注) 「実施予定・検討中」は「1年以内に実施予定」と「数年以内の実施を検討中」の合計。

(注) nはいずれも回答企業数から「無回答」を除いた企業数。

# 7 | 人権配慮のサプライチェーン構築、段階別に各種課題

- 取り組み上の課題について、人権DD実施予定・検討中の企業では「具体的な取り組み方法がわからない」(40.4%)、「十分な人員・予算を確保できない」(28.5%)など取り組み前段階の課題が上位。
- 一方、人権DD実施企業では、「一社だけでは解決できない複雑な問題がある」、「サプライチェーン構造が複雑で、範囲の特定が難しい」が上位となり、既に取り組んでいる企業の中でも、実務面で課題を指摘する企業が多い。

海外で人権を尊重するサプライチェーンを構築する上での課題



(注)①nは人権デューデリジェンスを「実施している」と回答した企業。②上位6項目を掲載。

# まとめ

- 1** 高まる世界経済の不確実性、輸出や投資の拡大意欲を削ぐ
- 2** 物価高、円安、供給・輸送の混乱がサプライチェーンの再編を加速
- 3** 経営課題は持続可能なビジネスへの移行。先行する脱炭素化

[速報版] 2022年度 | 海外ビジネス調査  
日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

日本貿易振興機構（JETRO）

海外調査部 国際経済課



03-3582-5177



ori@jetro.go.jp



〒107-6006

東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

■ **ご注意**

【注】単位未満を含むため、末尾が合わない場合がある。

【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。JETRO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、JETRO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】