



2024年度

# 海外進出日系企業実態調査|北米編

-米国・カナダ国内へのサプライチェーン集約が加速-

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部

2024年12月2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.31-33</u>
III. 営業利益見通し	<u>p.8-10</u>	<u>p.34-36</u>
IV. 経営上の課題と対応策	<u>p.11-13</u>	<u>p.37-38</u>
V. 競争環境の変化	<u>p.14-15</u>	<u>p.39-40</u>
VI. 賃金実態	<u>p.16-18</u>	<u>p.41-43</u>
VII. サプライチェーンの見直し	<u>p.19-23</u>	<u>p.44-47</u>
1. 調達	<u>p.19-21</u>	<u>p.44-46</u>
2. 生産	<u>p.22-23</u>	<u>p.47</u>
VIII. 事業展開の方向性	<u>p.24-26</u>	<u>p.48-49</u>
IX. 米国連邦政府の政策影響 (米国のみ)	<u>p.27-29</u>	

# 調査結果のポイント

## ■ 黒字見込みは前年比増、米国は新型コロナ禍前の水準に到達 -

- ❖ 2024年に黒字を見込む企業は、在米国日系企業で66.2%、在カナダ日系企業で73.8%。米国はわずかながら新型コロナ禍前の2019年の水準を初めて超えた。
- ❖ 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、カナダとともに5割前後**とここ数年の傾向を維持。米国では経済規模の大きいカリフォルニア州、テキサス州のほか中西部や南東部の州などの拡大を見込む。

## ■ 厳しくなる競争環境の中、シェアを伸ばす企業も一定数 -

- ❖ 米国とカナダともに、5年前と比べた競合相手の数について約3割の日系企業が増加と回答。そうした中、**米国では36.2%、カナダでは48.1%**が主力製品・サービスの市場シェアを増加させた。
- ❖ 米国では競争上の課題として**コスト競争力**が59.6%と最大で、対策として**製品・サービスの開発、営業・広報の強化、コスト削減**が約4割で並んだ。カナダでは**ブランド・知名度**が最大の課題で、対策として**営業・広報の強化**がトップに挙げられた。

## ■ 賃金上昇や人手不足など雇用面に引き続き課題感 -

- ❖ 経営課題は米国とカナダともに、**従業員の賃金水準の上昇**がトップ。対策でも、**既存社員の賃金の引き上げ**がトップと、インフレによる人件費の高騰が在米日系企業の悩みの種との実態が浮き彫りに。

## ■ 調達先の変更先は拠点国内が最多、現地調達がさらに加速 -

- ❖ 調達先の変更では、在米国日系企業と在カナダ日系企業ともに変更先のトップは拠点国内。**サプライチェーンを拠点国に集約する動きが加速**。米国では次いで、**中国からASEAN**に調達先を見直す企業が前年に続き目立った。一方でメキシコへの変更は前年の21社から10社に半減。



# 米国編（第43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

2024年9月3～24日

## 有効回答率

42.1%

(回答企業数 694社／1,649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43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。回答比率は、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			694	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	63	9.1	販売会社	95	13.7
一般機械	47	6.8	商社・卸売業	67	9.7
化学・医薬	52	7.5	運輸業	28	4.0
鉄・非鉄・金属	44	6.3	情報通信業	24	3.5
食料品	30	4.3	事業関連サービス	17	2.4
電気・電子機器	29	4.2	旅行・娯楽業	13	1.9
電気・電子機器部品	24	3.5	建設業	12	1.7
プラスチック製品	24	3.5	金融・保険業	11	1.6
精密・医療機器	14	2.0	鉱業・エネルギー	10	1.4
ゴム・窯業・土石	13	1.9	不動産・賃貸業	8	1.2
自動車等	8	1.2	小売業	8	1.2
繊維・衣服	5	0.7	教育・医療	2	0.3
鉄道・運搬車両等	5	0.7	飲食業	2	0.3
紙・木製品・印刷	4	0.6	農林水産業	1	0.1
鉄道・運搬車両等部品	3	0.4	その他非製造業	10	1.4
その他製造業	21	3.0			

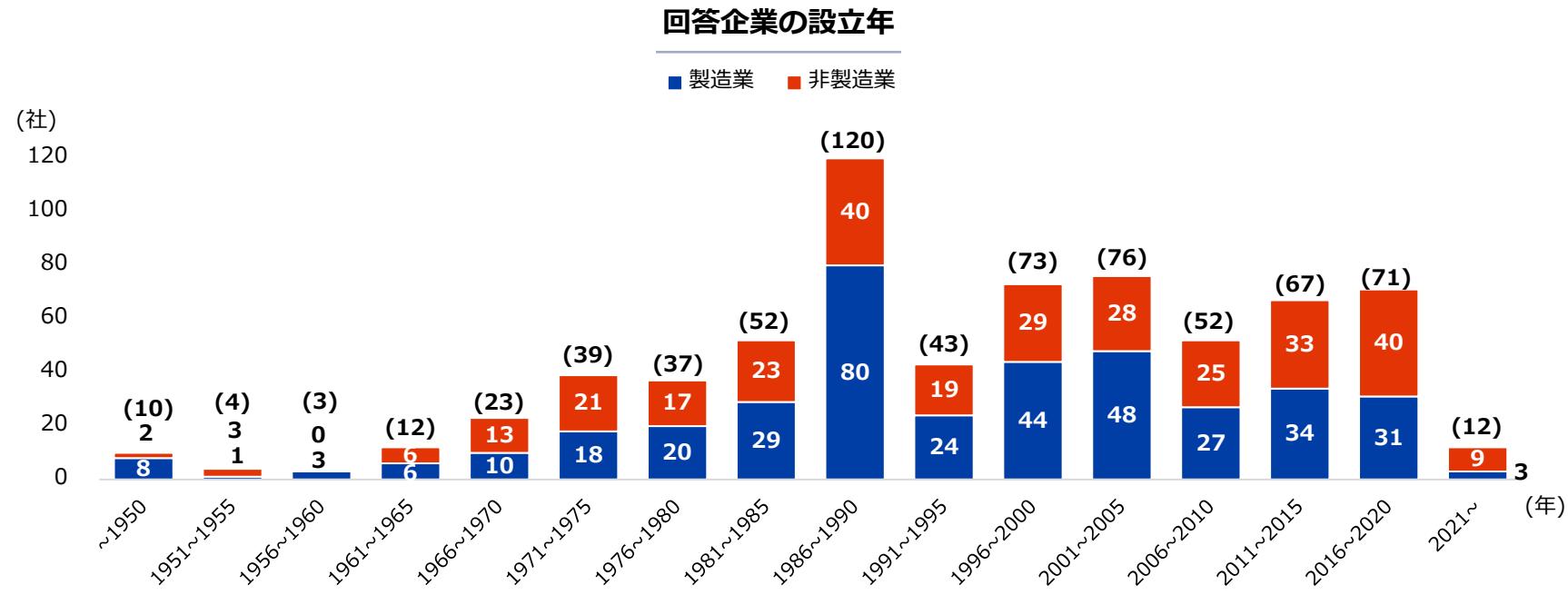
# 2 | 回答企業の所在州

## 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 全業種		回答企業の所在州			主要工場の所在州 全業種
	製造業	非製造業	全業種			製造業	非製造業	全業種	
回答企業数	694		474						
北東部	33	68	101	32	南部	131	57	188	194
CT コネチカット	0	2	2	2	AL アラバマ	11	2	13	16
ME メーン	0	0	0	0	AR アーカンソー	1	0	1	3
MA マサチューセッツ	4	3	7	5	DE デラウェア	0	1	1	0
NH ニューハンブシャー	2	0	2	3	FL フロリダ	1	4	5	7
NJ ニュージャージー	8	13	21	4	GA ジョージア	40	7	47	39
NY ニューヨーク	10	48	58	6	KY ケンタッキー	13	6	19	26
PA ペンシルベニア	8	1	9	11	LA ルイジアナ	0	0	0	1
RI ロードアイランド	1	1	2	1	MD メリーランド	2	0	2	0
VT バーモント	0	0	0	0	MS ミシシッピ	2	0	2	8
中西部	140	71	211	156	NC ノースカロライナ	5	3	8	12
IL イリノイ	43	44	87	26	OK オクラホマ	0	0	0	0
IN インディアナ	24	2	26	31	SC サウスカロライナ	3	1	4	7
IA アイオワ	1	0	1	2	TN テネシー	22	2	24	27
KS カンザス	5	1	6	8	TX テキサス	27	27	54	36
MI ミシガン	23	17	40	25	VA バージニア	2	2	4	8
MN ミネソタ	4	0	4	5	WV ウエストバージニア	2	0	2	4
MO ミズーリ	0	0	0	0	DC ワシントンDC	0	2	2	0
NE ネブラスカ	3	0	3	6	西部	82	112	194	92
ND ノースダコタ	0	0	0	0	AK アラスカ	0	0	0	0
OH オハイオ	34	7	41	46	AZ アリゾナ	6	0	6	8
SD サウスダコタ	0	0	0	0	CA カリフォルニア	62	102	164	56
WI ウィスコンシン	3	0	3	7	CO コロラド	1	2	3	4
					HI ハワイ	2	2	4	5
					ID アイダホ	0	0	0	1
					MT モンタナ	0	0	0	0
					NV ネバダ	2	0	2	1
					NM ニューメキシコ	0	0	0	2
					OR オレゴン	4	3	7	9
					UT ユタ	1	0	1	1
					WA ワシントン	4	3	7	5
					WY ワイオミング	0	0	0	0
					計	386	308	694	474

### 3 | 回答企業の設立年、拠点数、工場数



回答企業数	644			
	企業数 (社)			拠点数 総計 2,937
拠点数	製造業	非製造業	全業種	
~5	327	245	572	
6~10	24	19	43	
11~15	8	2	10	
16~20	6	3	9	
21~25	0	2	2	
26~30	0	0	0	
30以上	4	4	8	
計	369	275	644	

回答企業数	526			
	企業数 (社)			工場数 総計 561
工場数	製造業	非製造業	全業種	
工場なし	76	161	237	
1~5	262	12	274	
6~10	9	0	9	
11以上	6	0	6	
計	353	173	526	

## 4 | 従業員数・日本からの派遣者数： 中央値はそれぞれ41人、3.5人

- 回答企業の総従業員数は40万8,563人で、1社あたりの従業員数平均値は593人、中央値は41人。産業別でみると、製造業の中央値は100人、非製造業の中央値は14人。
- 回答企業の日本からの総派遣者（駐在員）数は6,729人で、1社あたり派遣者数平均値は9.7人、中央値は3.5人。産業別でみると、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)

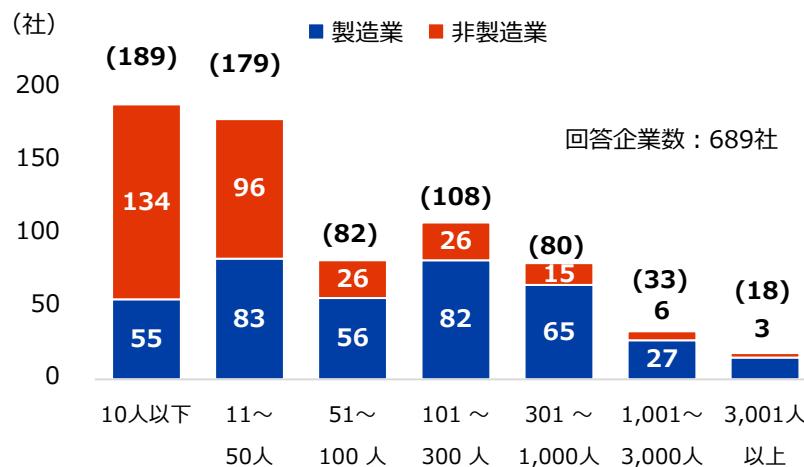
	総従業員数	平均値	中央値
全業種(689)	408,563	593.0	41
製造業(383)	287,064	749.5	100
非製造業(306)	121,499	397.1	14

日本からの派遣者数の平均値と中央値

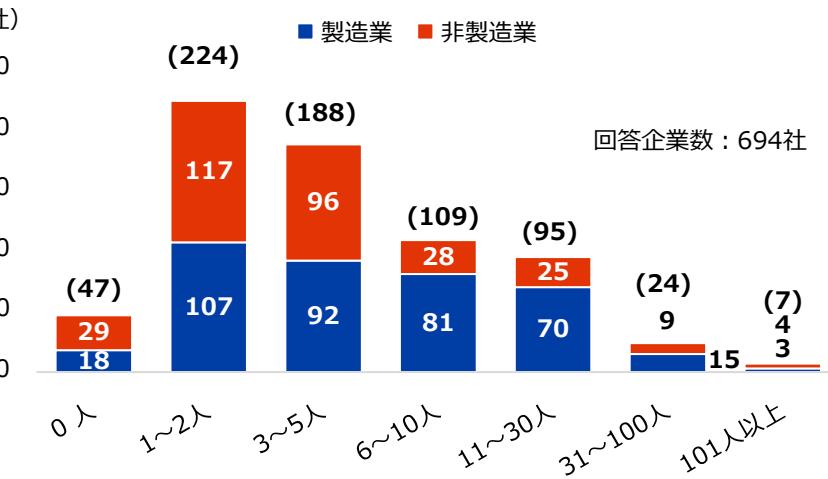
(単位：人)

	総派遣者数	平均値	中央値
全業種(694)	6,729	9.7	3.5
製造業(386)	4,198	10.9	4
非製造業(308)	2,531	8.2	3

産業別の従業員数内訳



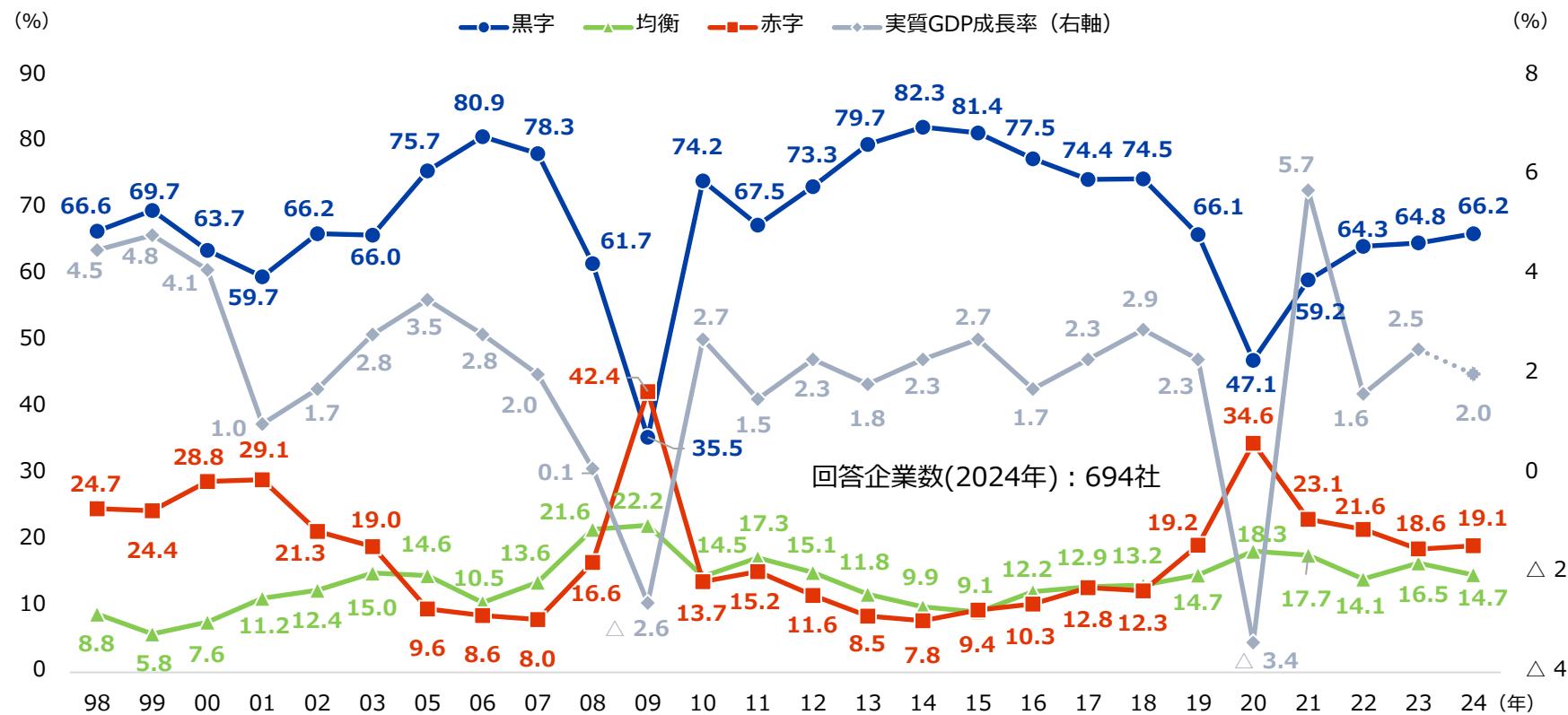
産業別の日本からの派遣者数内訳



# 1 | 2024年営業利益見込み： 黒字見込みは増加し6割台半ば、新型コロナ禍前の水準に届く

- 2024年に「黒字」を見込む企業は66.2%で、前年（64.8%）から1.4ポイント増加し、新型コロナ禍以前の2019年（66.1%）の水準を2020年以降で初めて超えた。一方、「赤字」を見込む企業は19.1%で、前年（18.6%）から0.5ポイントの微増となった。

営業利益見込みと米国の実質GDP成長率



(注) 2023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（2024年10月）  
 2024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（2024年9月）  
 2004年度は調査を実施せず

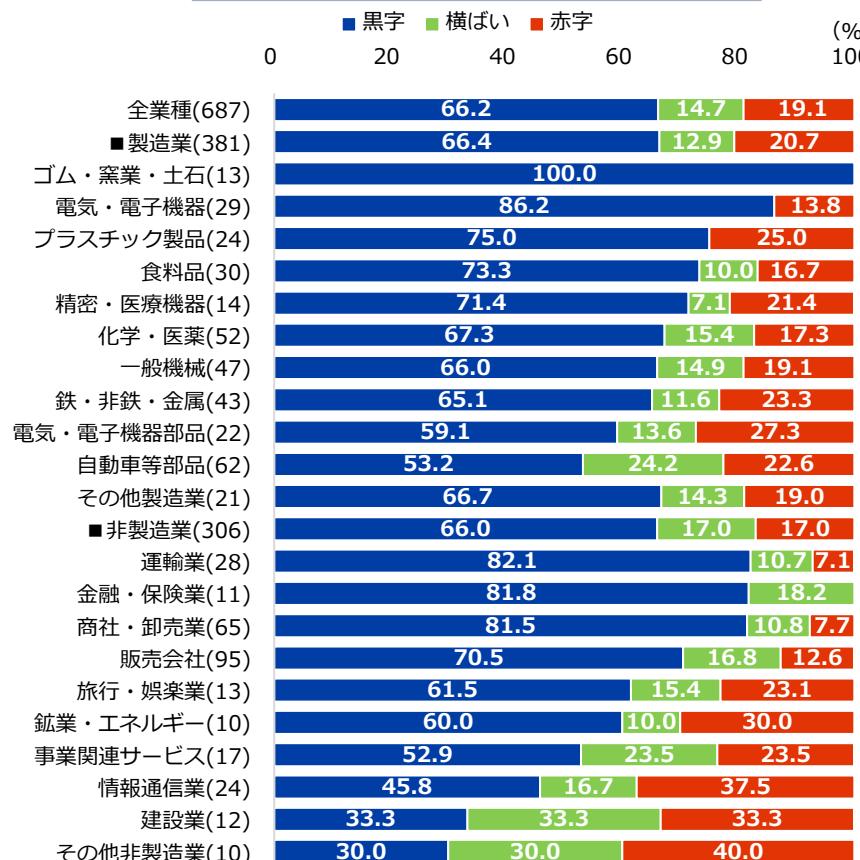
## 2

## 2024年営業利益見込み（業種別）：

# 電気・電子機器は前年比大幅改善、黒字率8割を超える

- 業種別黒字見込みは、ゴム・窯業・土石の100%に続き、半導体市場の回復などで電気・電子機器が86.2%。非製造業では運輸業（82.1%）や金融・保険業（81.8%）で黒字見込みが高かった。
- 自動車等部品は販売台数の増加などで、黒字見込みが前年（45.8%）を上回るも相対的に低い53.2%だった。赤字割合（22.6%）は前年（33.9%）を10ポイント超下回った。

2024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
  - ・輸送貨物量の増加に加えて、輸送運賃の高騰
- 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
- 電気・電子機器
  - ・経済回復による設備投資需要増、半導体市場の回復、需要増
- 販売会社、商社・卸売業
  - ・自動車産業の活況、半導体市場の需要増、円安

営業利益赤字見込みに影響した要因（自由記述）

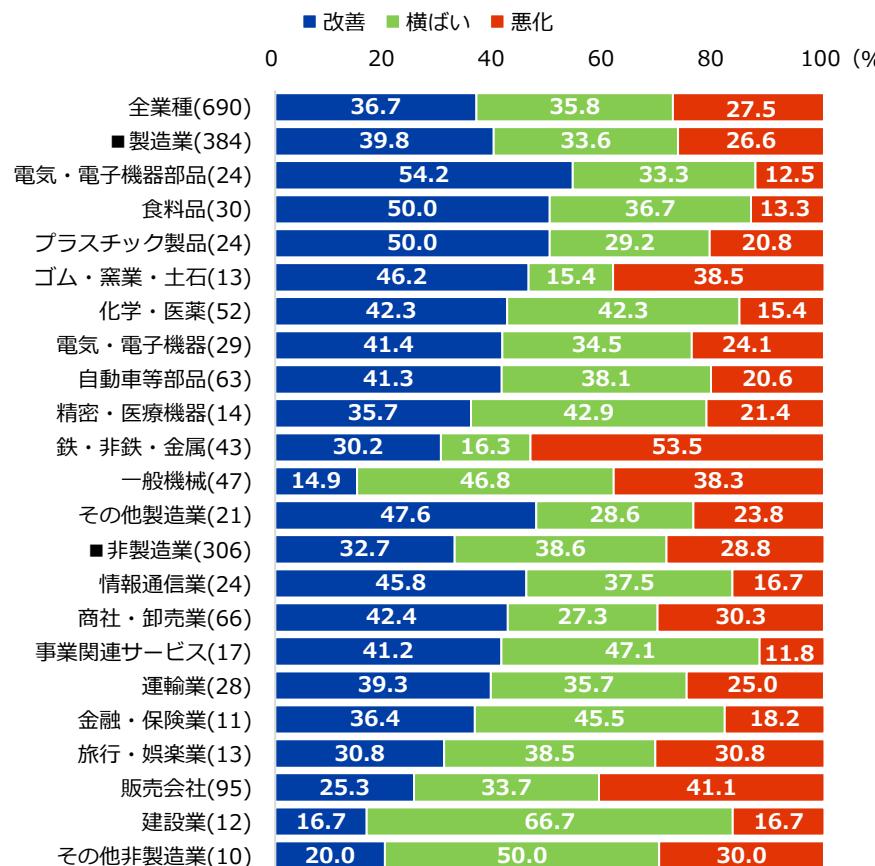
- 一般機械
  - ・大統領選を控えていることによる設備投資の様子見
- 電気・電子機器部品
  - ・需要減少、景気低迷、在庫調整などによる新規受注の減少
- 自動車等部品
  - ・部材費・労務費・輸送費などの高騰、人材不足、製造原価の高騰
- 食料品
  - ・インフレに伴う原料費高騰と、小売市場の鈍化

(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 | 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

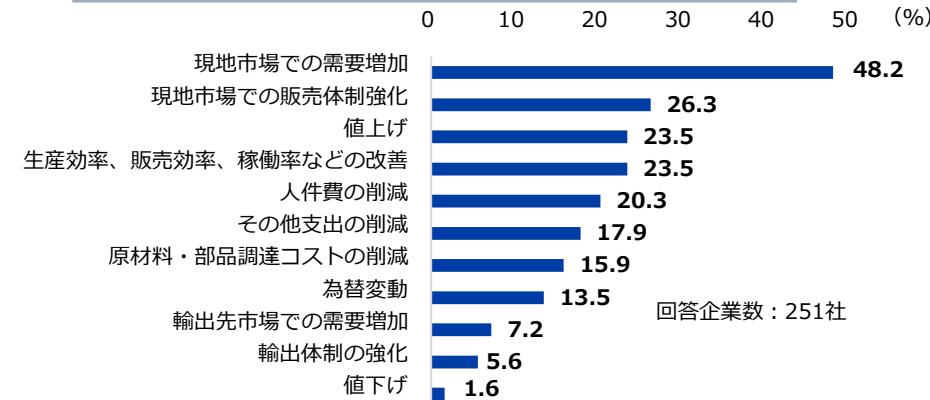
- 営業利益見込みが前年から改善したと回答した割合は製造業で大きく、業種別では、電気・電子機器部品（54.2%）、食料品、プラスチック製品（ともに50.0%）となったが、鉄・非鉄・金属は半数以上が悪化と回答した。
- 営業利益の改善、悪化の主因は現地市場での需要増減（増加：48.2%、減少：56.6%）が最大。

2023年と比較した営業利益見込みの変化（業種別）

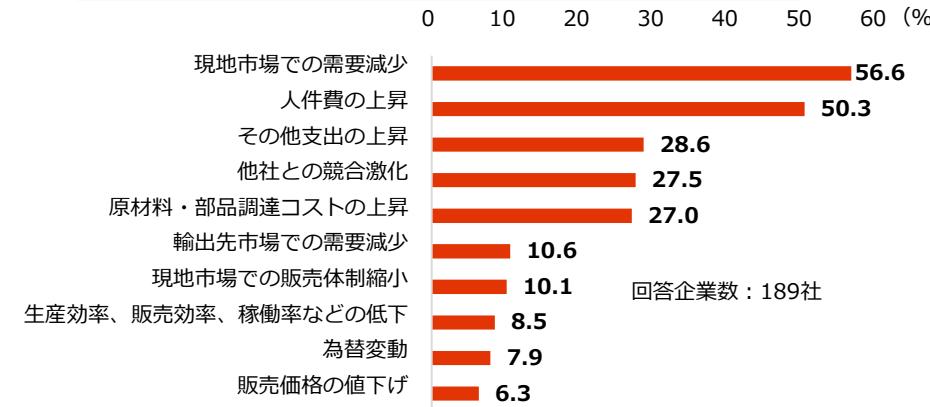


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2024年の営業利益見込みが改善する理由（主因）



2024年の営業利益見込みが悪化する理由（主因）



(注) 上位項目のみ抜粋。

# 1 | 経営上の課題： 賃金上昇や採用など雇用面の課題が上位に

- 長引くインフレに伴う「従業員の賃金上昇」が最大の課題。「従業員の採用」「従業員の質」「従業員の定着率」など、その他の雇用面の課題も上位に。
- 販売面では「新規顧客の開拓」が前年に続き筆頭課題に。人件費の高騰で価格競争力が低下との声も。

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	53.2
新規顧客の開拓	販売面	48.9
従業員の採用	雇用面	45.5
従業員の質	雇用面	43.6
調達コストの上昇	調達面	36.3
競合企業との競争激化	販売面	34.1
物流コストの上昇	調達面	33.6
従業員の定着率	雇用面	29.9
取引先・消費者の需要減退	販売面	28.9
駐在員の生活コスト上昇	雇用面	28.6
品質管理	生産面	21.6

回答企業数：675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**
  - インフレに伴う賃金上昇への対応【自動車等部品、一般機械、鉄・非鉄・金属、運輸業など】
  - 従業員の賃金などが上昇し、対売上高販管費比率が増加している【自動車等、精密・医療機器、その他製造業】
  - 人件費や原材料費の高騰により、設備や社員への投資が制限されている【電気・電子機器部品】
  - インフレに伴う現地の賃上げ要求について本社の理解を得られにくい【自動車等部品】
- 調達面**
  - 日本からの輸入時の海上運賃が上昇。為替の好影響を相殺し、調達先との価格交渉の意味がなくなってしまう【一般機械】
  - 東海岸におけるストライキ問題【鉄・非鉄・金属】
- 販売面**
  - ネットワークがないと新規顧客訪問が難しい。全米をカバーできる体制を組めない【商社・卸売業、その他製造業など】
  - 市場における認知度の向上【商社・卸売業】
  - 賃金上昇により、価格競争力が保てない【自動車等部品、プラスチック製品】
  - 台湾・中国企業との競争が激化しているため、既存顧客だけでなく新規顧客への拡販強化が必要【電気・電子機器部品】
  - 価格競争の激化。市場の成長性から、大手も投資を緩めておらず、中小企業の参入も増加【精密・医療機器】

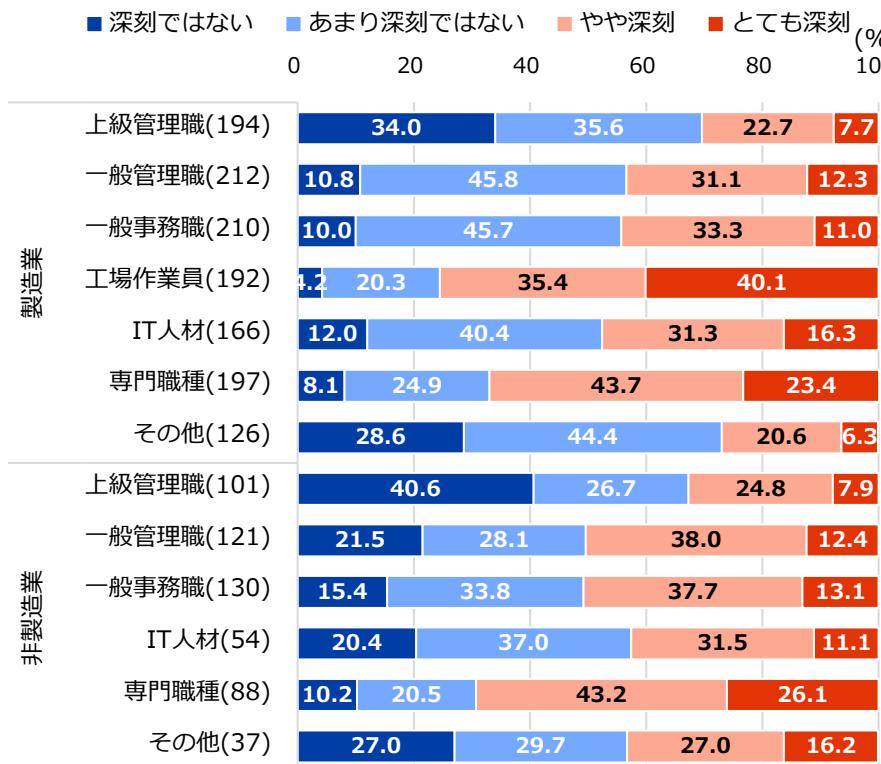
(注) 自由記述回答は、回答意図を明確にするため、原文の趣旨を損なわない範囲で追記修正などを加えている。

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.  
ジェトロ作成。無断転載・転用を禁ず

## 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で深刻な人材不足

- 人材不足が「とても深刻」とする割合は製造業で工場作業員が40.1%と高い。「とても深刻」「やや深刻」を合わせると、専門職種が製造業で67.1%、非製造業で69.3%と高かった。
- 人材面の具体的な課題では、賃金に見合う人材の採用が難しい中、定着率も低く、また、高齢化により知識の継承ができないといった声が聞かれた。

人材不足の深刻度合い（職種・産業別）



人材面の具体的な課題（自由回答）

### ● 従業員の採用

- 賃金が高止まりしている中、福利厚生面の優位性を伝えても若年層は給与額で判断しているとみられる【販売会社】
- ITおよびDX人材の確保【電気・電子機器】

### ● 従業員の質

- 高い賃金に見合う人材が少ない【精密・医療機器、販売会社】
- メンテナンスなどの技能職の人材不足が特に問題。社内育成でも時間がかかる【自動車等部品、商社・卸売業】
- 職務に対する達成義務意識が低い【販売会社】

### ● 従業員の定着

- 従業員の定着率が低く、代替人材の採用も競合他社との競争により難しい【ゴム・窯業・土石、一般機械、自動車等部品など】
- 同業ではなくても、給与やベネフィットの良い会社への引き抜きで人材が移ってしまう【事業関連サービス】

### ● 従業員の高齢化

- 高齢社員が定年退職してしまい、若手後継者への知識の継承が間に合わない【農林水産業、一般機械、電気・電子機器など】
- エンジニアの年齢層が高く、健康上の理由などによる退職や休職が発生してしまう【建設業】

(注1) 経営上の課題（前スライド参照）で「従業員の採用」「従業員の定着率」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。

### 3 | 経営上の課題への対応策： 「賃金の引き上げ」が筆頭

- 対応策として、約4割が「既存社員の賃金の引き上げ」を選択。雇用面では「教育・訓練強化」「人員体制の強化」も3割以上が実施。
- 「人件費以外での経費削減」「販売価格の引き上げ」「販売チャネルの見直し・強化」も上位に。

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	40.1
人件費以外の経費削減	36.4
教育・訓練強化	36.4
人員体制の強化	34.3
販売価格の引き上げ	32.0
販売チャネルの見直し・強化	31.8
新製品・サービスの開発	27.7
自動化・省力化の推進	26.3
調達先との価格交渉	26.1
採用条件の改善（福利厚生等含む）	25.9
本社との意思疎通強化	25.8
ブランド力の向上	22.2
リモートワークの維持	22.0
現地人材の登用	21.2

回答企業数：613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）

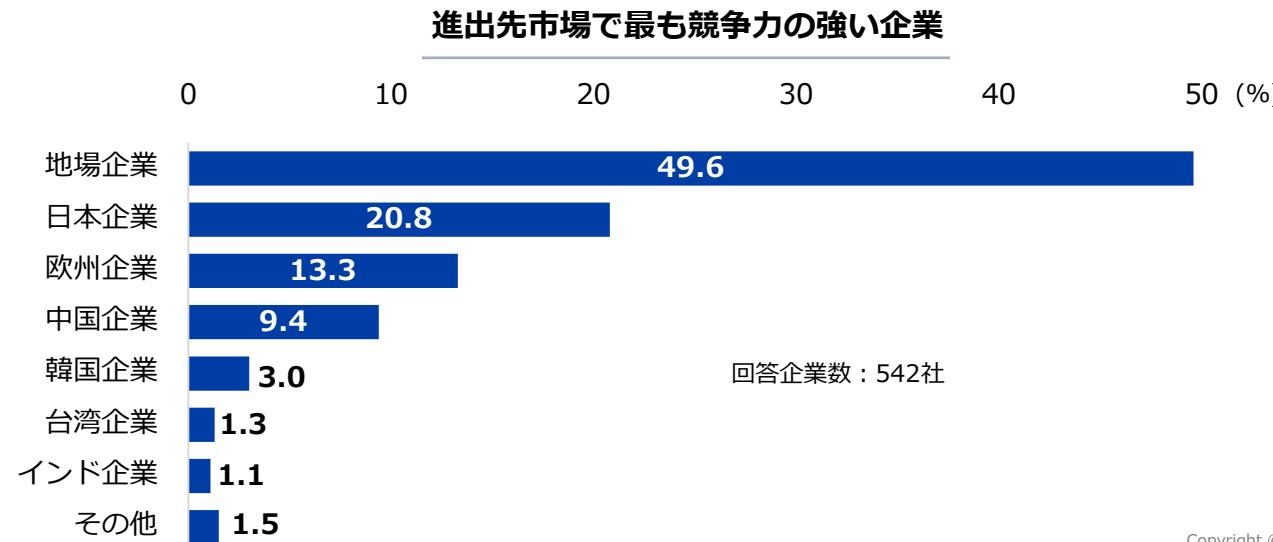
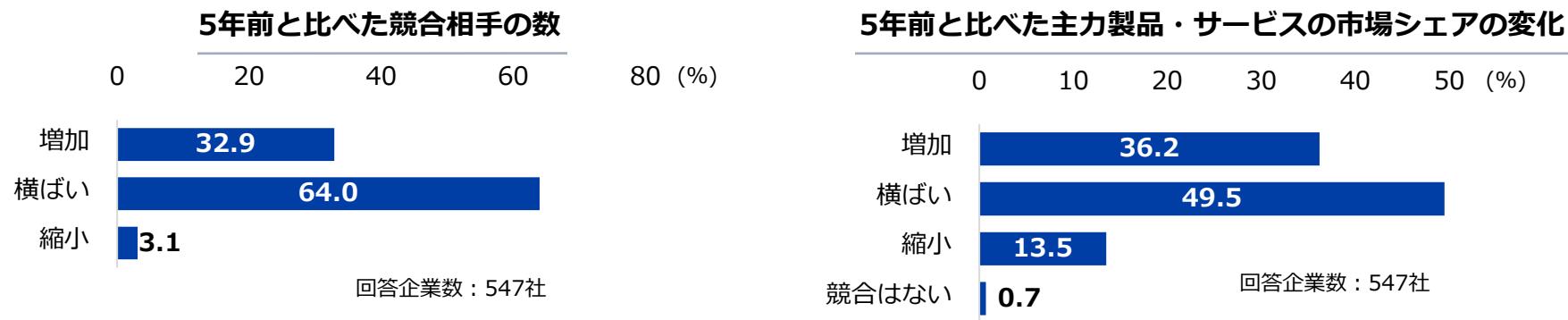
- 既存社員の賃金の引き上げ**
  - 結果に見合った賃金の引き上げ【販売会社】
  - 現地従業員の定着化が難しいため、給与を毎年大幅に見直している【販売会社】
- 人件費以外の経費削減**
  - 登録メンバーシップや定期購読の再選定【その他非製造業】
- 教育・訓練強化**
  - インターンで受け入れた人材を即戦力として採用【自動車等部品、情報通信業】
  - 教育・訓練に関しては現地人材のみでは対応できないため、日本のマザー工場から熟練作業者を長期間派遣して対応【ゴム・窯業・土石】
  - 外部のeラーニングを導入【商社・卸売業】
- 人員体制の強化**
  - 派遣社員の正社員化を進めている【自動車等部品】
  - 従業員の習熟レベルを都度確認し、スキル別に業務を割り当てたり、多能工化を進めたりしている【鉄・非鉄・金属】
  - 会社所在地とは別に客先が多い場所に駐在員を配置予定【商社・卸売業】

(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。

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.  
ジェトロ作成。無断転載・転用を禁ず

# 1 | 競争環境の変化（1）： 4割近くが5年前より市場シェア増加

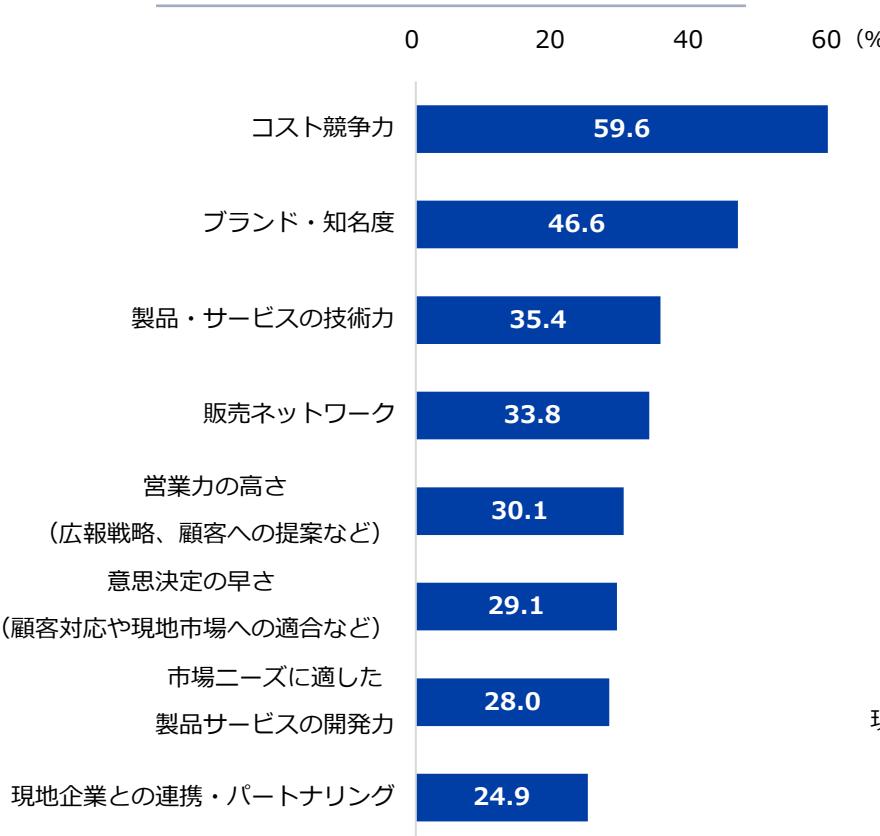
- 5年前の2019年と比べた競合相手の数について3割強（32.9%）の企業が増加と回答したものの、4割近く（36.2%）の企業がその間に主力製品・サービスの市場シェアは増加したと回答。
- 最大の競合相手は地場企業（49.6%）、続いて日本企業（20.8%）、欧州企業（13.3%）、中国企業（9.4%）との順となった。



## 2 | 競争環境の変化（2）：コスト競争力が最大の課題

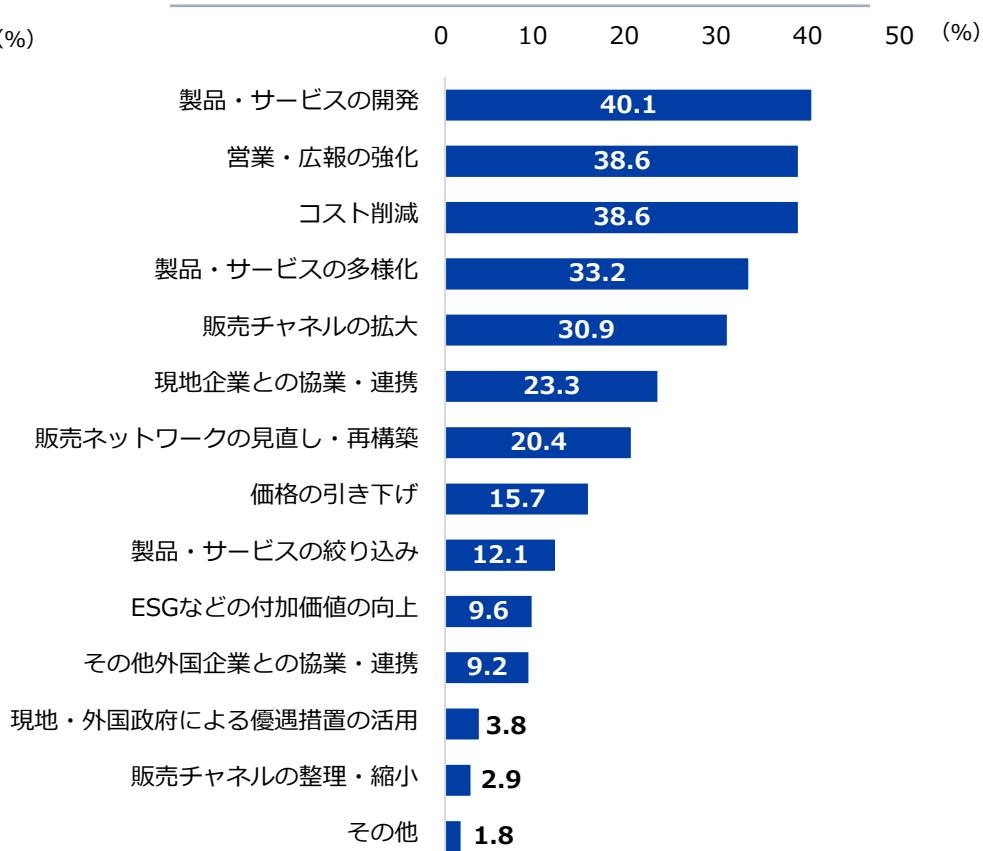
- 強い競争相手だと考える理由として、コスト競争力を挙げた企業が6割弱（59.6%）でトップ。続いてブランド・知名度が約半数（46.6%）。地場企業との競争における課題と考えられる。
- 対策では製品・サービスの開発（40.1%）、営業・広報の強化（38.6%）、コスト削減（38.6%）がほぼ4割で並ぶ。

最大の競争相手と考える理由（複数選択）



回答企業数：539社  
(注) 上位項目のみ抜粋。

他社との競争で取り組んでいる対策（複数選択）



回答企業数：554社  
(注) 上位項目のみ抜粋。

### 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%台

- 今期（2023年度→2024年度）の名目ベースアップ率（ベア率）の中央値は製造業は3.1%、非製造業は3.5%。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4.0%）を下回る。
- 来期（2024年度→2025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%。

作業員



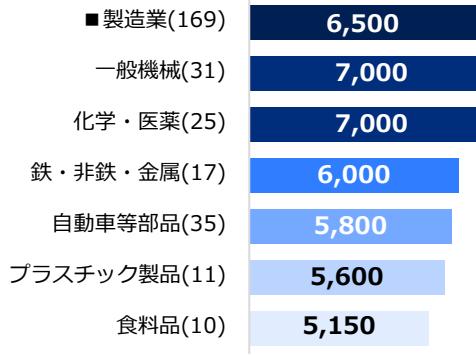
スタッフ



マネージャー



エンジニア



IT人材



(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0.1～1.3力月

**作業員**

■製造業(170)	<b>0.5</b>
化学・医薬(26)	<b>1.0</b>
一般機械(25)	<b>1.0</b>
食料品(12)	<b>0.8</b>
鉄・非鉄・金属(18)	<b>0.5</b>
プラスチック製品(11)	<b>0.5</b>
自動車等部品(37)	<b>0.2</b>

**スタッフ**

■非製造業(187)	<b>1.0</b>
運輸業(18)	<b>1.0</b>
情報通信業(10)	<b>1.0</b>
商社・卸売業(46)	<b>1.0</b>
販売会社(61)	<b>1.0</b>
事業関連サービス(10)	<b>1.0</b>
旅行・娯楽業(10)	<b>1.0</b>

**マネージャー**

全業種(374)	<b>1.0</b>
■製造業(195)	<b>1.0</b>
化学・医薬(32)	<b>1.0</b>
一般機械(28)	<b>1.0</b>
鉄・非鉄・金属(24)	<b>1.0</b>
プラスチック製品(13)	<b>1.0</b>
一般機械(28)	<b>1.0</b>
自動車等部品(34)	<b>0.5</b>
電気・電子機器部品(11)	<b>0.5</b>

**エンジニア**

■製造業(148)	<b>0.8</b>
化学・医薬(25)	<b>1.0</b>
一般機械(24)	<b>1.0</b>
鉄・非鉄・金属(15)	<b>1.0</b>
プラスチック製品(11)	<b>0.5</b>
自動車等部品(30)	<b>0.1</b>

**IT人材**

全業種(175)	<b>1.0</b>
■製造業(110)	<b>0.9</b>
化学・医薬(19)	<b>1.0</b>
一般機械(19)	<b>1.0</b>
鉄・非鉄・金属(13)	<b>1.0</b>
自動車等部品(27)	<b>0.3</b>
■非製造業(65)	<b>1.0</b>
販売会社(17)	<b>1.0</b>
商社・卸売業(15)	<b>1.0</b>

■非製造業(179)	<b>1.0</b>
事業関連サービス(10)	<b>1.3</b>
販売会社(56)	<b>1.0</b>
商社・卸売業(42)	<b>1.0</b>
運輸業(17)	<b>1.0</b>
情報通信業(10)	<b>1.0</b>
旅行・娯楽業(10)	<b>1.0</b>

(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）：

## 職種別中央値は情報通信業で特に高い傾向

## 作業員

■ 製造業(186)	<b>60,000</b>
化学・医薬(25)	<b>65,000</b>
電気・電子機器(13)	<b>65,000</b>
一般機械(30)	<b>62,775</b>
鉄・非鉄・金属(21)	<b>58,000</b>
プラスチック製品(12)	<b>54,500</b>
自動車等部品(38)	<b>54,000</b>
食料品(14)	<b>53,040</b>

## スタッフ

■ 非製造業(188)	<b>70,000</b>
事業関連サービス(13)	<b>75,000</b>
情報通信業(11)	<b>73,918</b>
運輸業(19)	<b>70,000</b>
販売会社(63)	<b>70,000</b>
商社・卸売業(41)	<b>66,000</b>
旅行・娯楽業(10)	<b>55,084</b>

## マネージャー

	(単位：ドル)
全業種(394)	<b>114,000</b>
■ 製造業(208)	<b>120,000</b>
化学・医薬(30)	<b>138,445</b>
電気・電子機器(12)	<b>131,500</b>
一般機械(32)	<b>122,500</b>
プラスチック製品(12)	<b>112,690</b>
自動車等部品(37)	<b>110,000</b>
電気・電子機器部品(11)	<b>110,000</b>
食料品(17)	<b>102,000</b>
その他製造業(10)	<b>98,000</b>
鉄・非鉄・金属(25)	<b>97,300</b>
■ 非製造業(186)	<b>110,000</b>
情報通信業(12)	<b>145,000</b>
事業関連サービス(12)	<b>125,000</b>
販売会社(60)	<b>110,000</b>
商社・卸売業(38)	<b>110,000</b>
運輸業(19)	<b>108,500</b>
旅行・娯楽業(10)	<b>92,480</b>

## エンジニア

■ 製造業(162)	<b>91,000</b>
化学・医薬(25)	<b>100,000</b>
一般機械(29)	<b>100,000</b>
電気・電子機器(11)	<b>90,000</b>
プラスチック製品(10)	<b>85,070</b>
自動車等部品(32)	<b>84,000</b>
食料品(10)	<b>81,544</b>
鉄・非鉄・金属(15)	<b>80,000</b>

## IT人材

全業種(186)	<b>101,631</b>
■ 製造業(120)	<b>100,000</b>
化学・医薬(19)	<b>113,300</b>
鉄・非鉄・金属(13)	<b>109,000</b>
一般機械(21)	<b>97,000</b>
自動車等部品(32)	<b>92,500</b>
■ 非製造業(66)	<b>109,400</b>
情報通信業(10)	<b>145,000</b>
販売会社(17)	<b>115,000</b>
運輸業(10)	<b>108,400</b>
商社・卸売業(14)	<b>91,097</b>

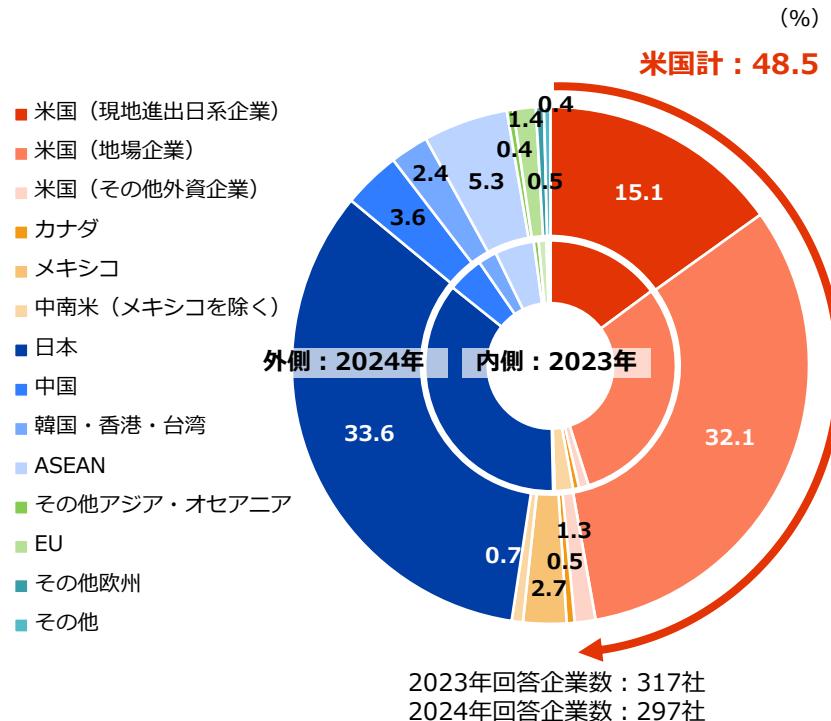
(注1) 製造業企業は、作業員（正規雇用の一般工職で実務経験3年程度、ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く）、エンジニア（正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）、マネージャー（正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合）、IT人材（正規雇用のシステムエンジニアで専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）について、非製造業企業は、スタッフ（正規雇用の一般職で実務経験3年程度、ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く）、マネージャー、IT人材について回答。

(注2) 有効回答企業数が10社以上の企業のみ掲載。

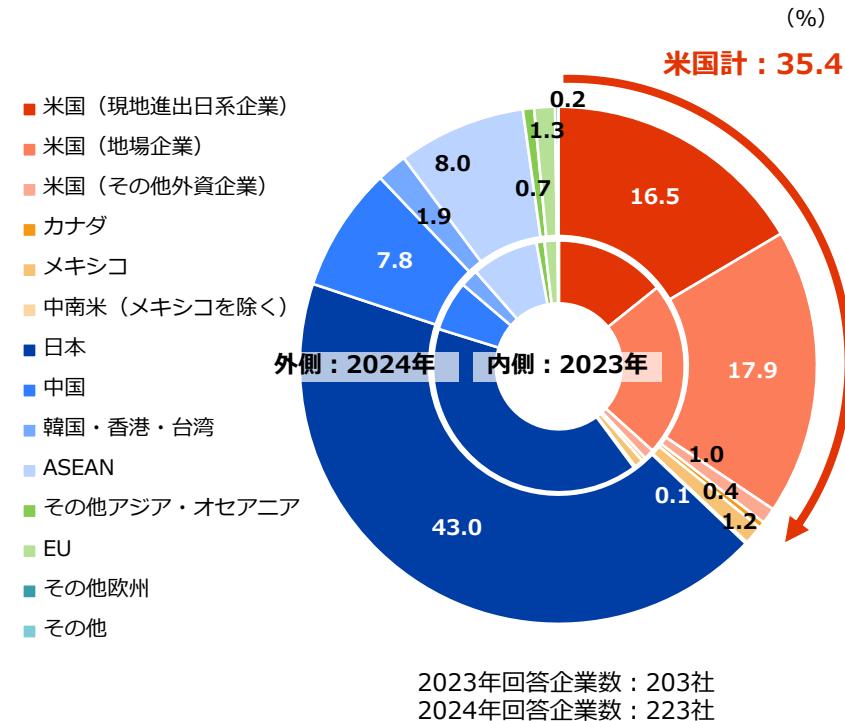
# 1 | 調達先： 製造業は米国内が5割近く、非製造業は日本が4割強

- 製造業の原材料・部品の調達比率は、米国内が48.5%（前年：46.3%）を占め、次いで日本からが33.6%（36.1%）。
- 非製造業の物品・サービスの調達比率は、日本からが43.0%（40.0%）と最大。米国内は35.4%（38.0%）。

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）



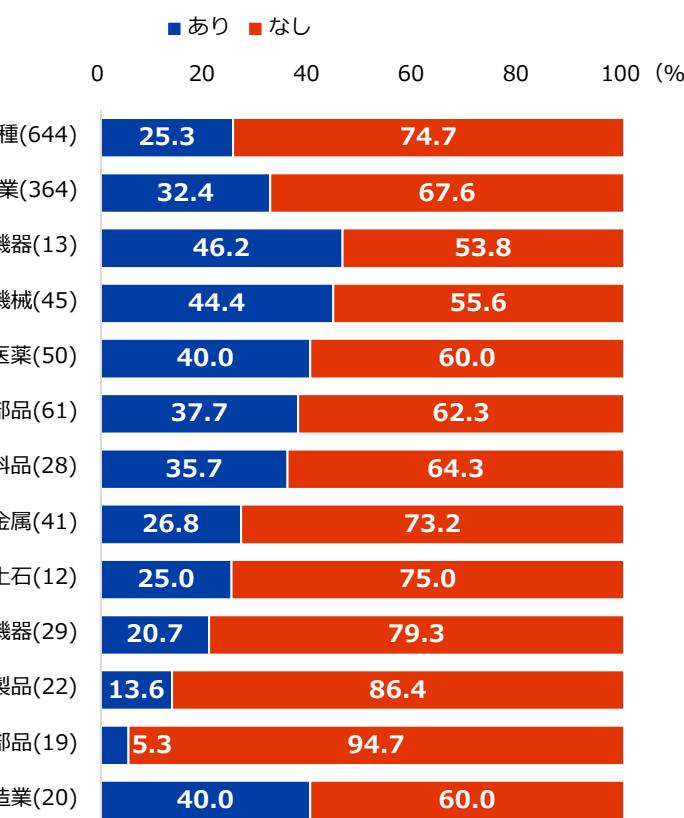
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

## 2

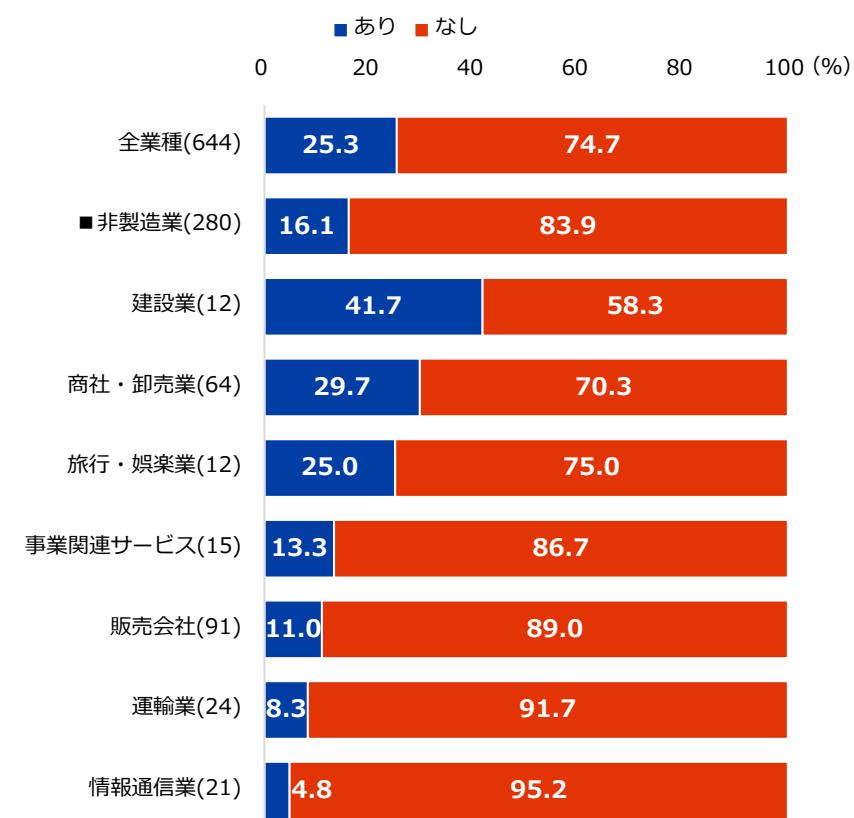
## 調達の見直し予定： 調達先の見直し割合、2割台半ばにとどまる

- 調達先を見直す予定があると回答した割合は25.3%と、前年（30.4%）から低下。製造業は、前年41.6%から32.4%に減少。精密・医療機器（46.2%）や一般機械（44.4%）は4割を越えた。
- 非製造業は16.1%と、前年（16.0%）から横ばいだったが、建設業で41.7%と高かった。

調達先の見直し予定の有無（製造業）



調達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。

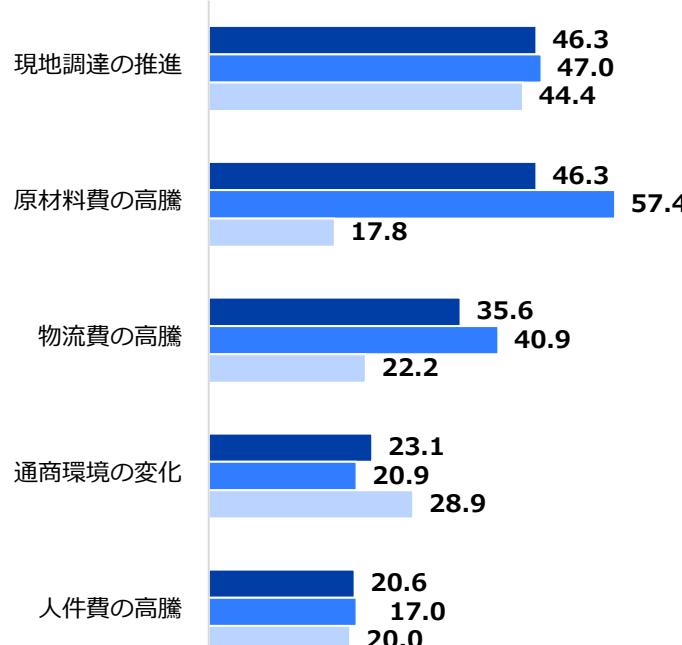
(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

### 3 | 今後の調達の見直し理由・内容： 現地調達を推進、中国からASEANへの流れも継続

- 調達先の見直し理由は、前年に続き製造業で「原材料費の高騰」（57.4%）、非製造業で「現地調達の推進」（44.4%）が最多だった。
- 変更後の調達先は、米国内が46件と最多。次いで、ASEANが25件で、そのうち中国からの変更が17件を占めた。

今後の調達の見直し理由（複数回答、産業別）

■全業種（160） ■製造業（115） ■非製造業（45）  
0 20 40 60 (%)



(注) 上位項目のみ抜粋。

調達先の変更内容（複数回答）

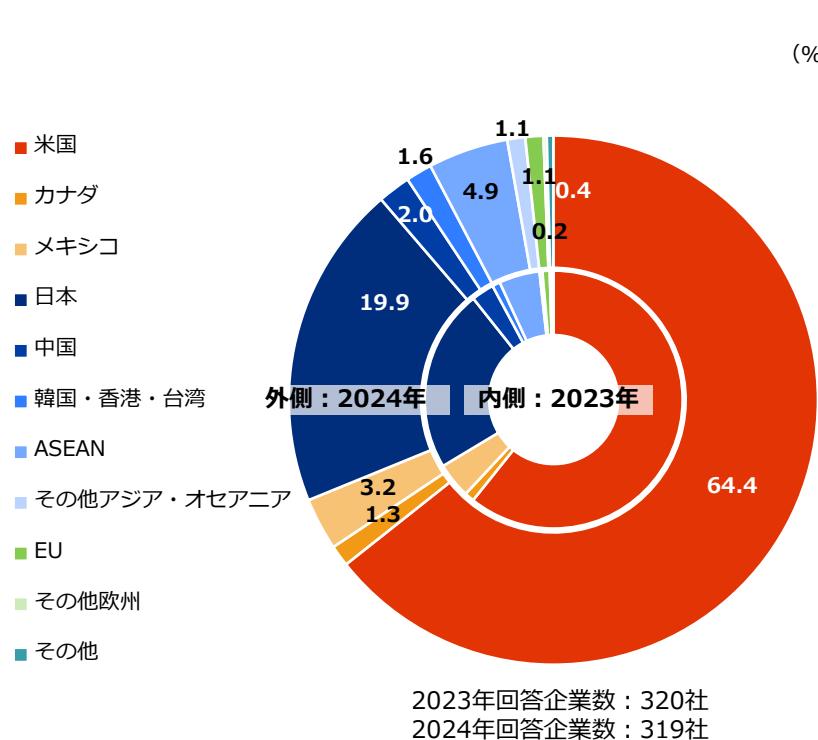
(件)

変更前の調達先	変更後の調達先											
	米国	ASEAN	日本	その他 オセアニア・ アジア	メキシコ	台湾	カナダ	中国	欧州	その他	無回答	総計
米国	20	4	6	3	3	1	3	1	1	3	6	51
中国	6	17	6	6	3	2				1	2	43
日本	13		1		2	1	1	1	1	2		22
ASEAN				2					1	2	1	6
台湾		1				1				1	1	4
その他 オセアニア・ アジア	2											2
欧州	1	1										2
メキシコ					1						1	2
その他	2									1		3
新たに調達を開始	2	2			1			1				6
総計	46	25	13	11	10	5	4	3	3	10	11	141

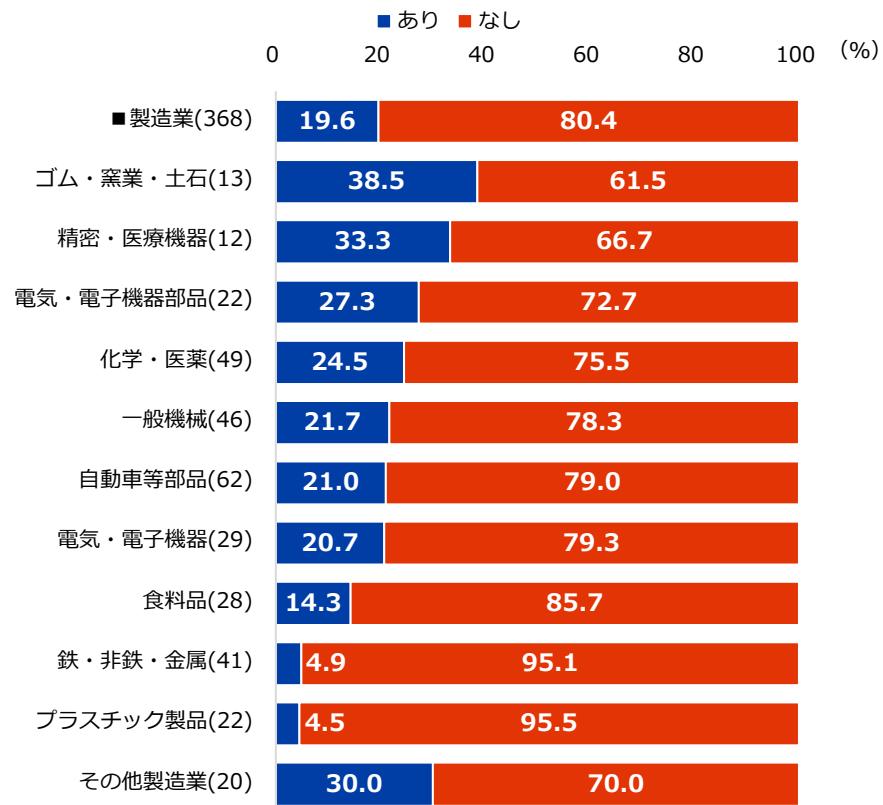
## 4 | 生産： 現地生産が6割台半ば、約8割が見直し予定なし

- 米国市場向け製品の生産地は、米国内が64.4%で最大（前年：60.8%）。次いで日本が19.9%（22.9%）。
- 生産を見直す予定があると回答した割合は19.6%で、約8割（80.4%）が現状維持の方針。ゴム・窯業・土石（38.5%）や精密・医療機器（33.3%）は3割以上が見直し予定ありと回答。

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）



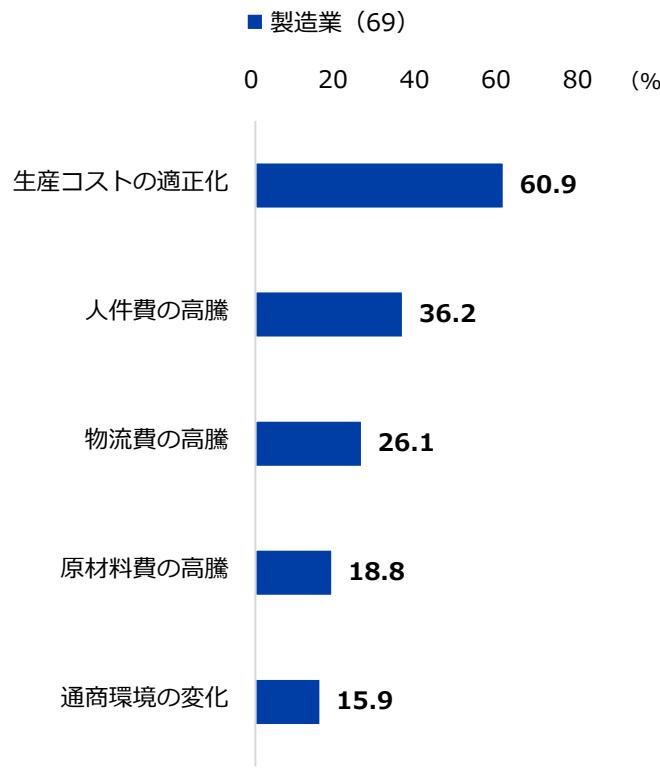
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

(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・内容： 生産コストの適正化が最大の理由

- 生産の見直し理由は「生産コストの適正化」が60.9%と、前年（60.0%）に続き最大。次いで、人件費の高騰（36.2%）、物流費の高騰（26.1%）が続いた。
- 生産地の変更先は、米国とASEANとともに11件で最多。とりわけ、中国からASEANへの変更が6件と目立った。

今後の生産見直し理由（複数回答、製造業）



生産地の変更内容（複数回答）

(件)

変更前の生産地	変更後の生産地									総計
	米国	ASEAN	日本	その他 アニアジア・ ニアジア	メキシコ	その他	生産を打ち切り	無回答		
米国	3	3	4	2	4	3	3		22	
中国	2	6	3	1	1			1	14	
日本	3	2		1	1	1			8	
ASEAN	1			2					3	
その他	1			1				3	5	
新たに生産を開始	1								1	
総計	11	11	7	7	6	4	3	4	53	

(注) 上位項目のみ掲載。

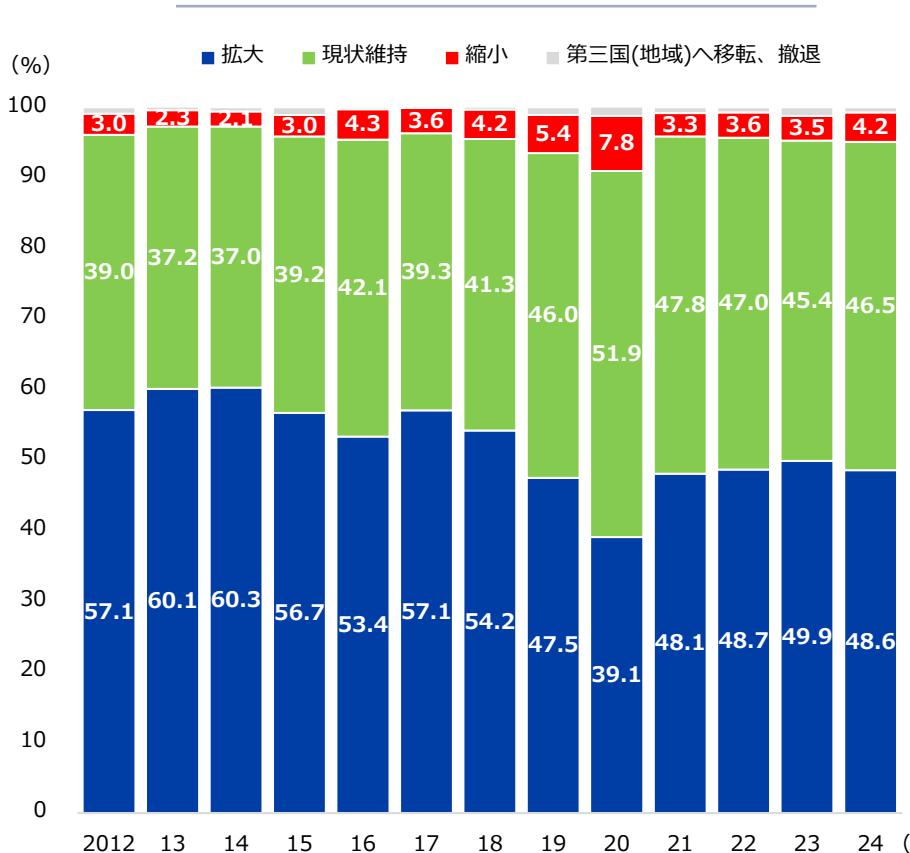
(注) それぞれの変更内容について、3件以上は太字、5社以上は青枠。

## 1

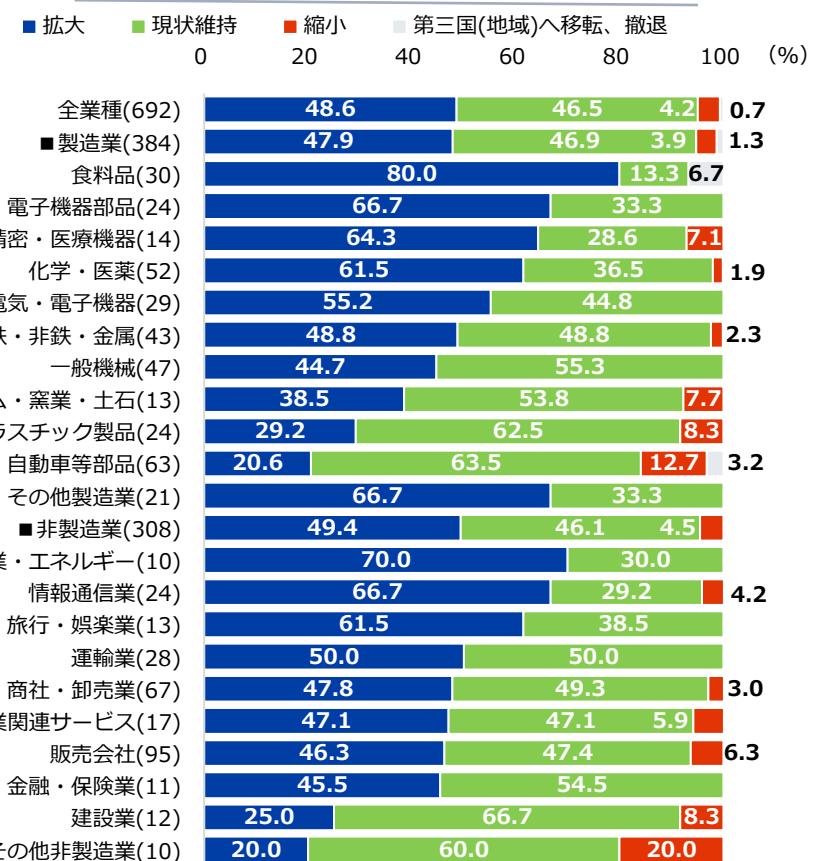
# 事業展開の方向性： 約半数が引き続き米国での事業を拡大

- 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（48.6%）と新型コロナ禍以降の傾向を維持するも、前年（49.9%）から微減。
- 業種別にみると、製造業では食料品（80.0%）や電気・電子機器部品（66.7%）で、非製造業では鉱物・エネルギー（70.0%）や情報通信業（66.7%）で「拡大」の割合が高かった。

今後1~2年の事業展開の方向性（全業種）



今後1~2年の事業展開の方向性（業種別）

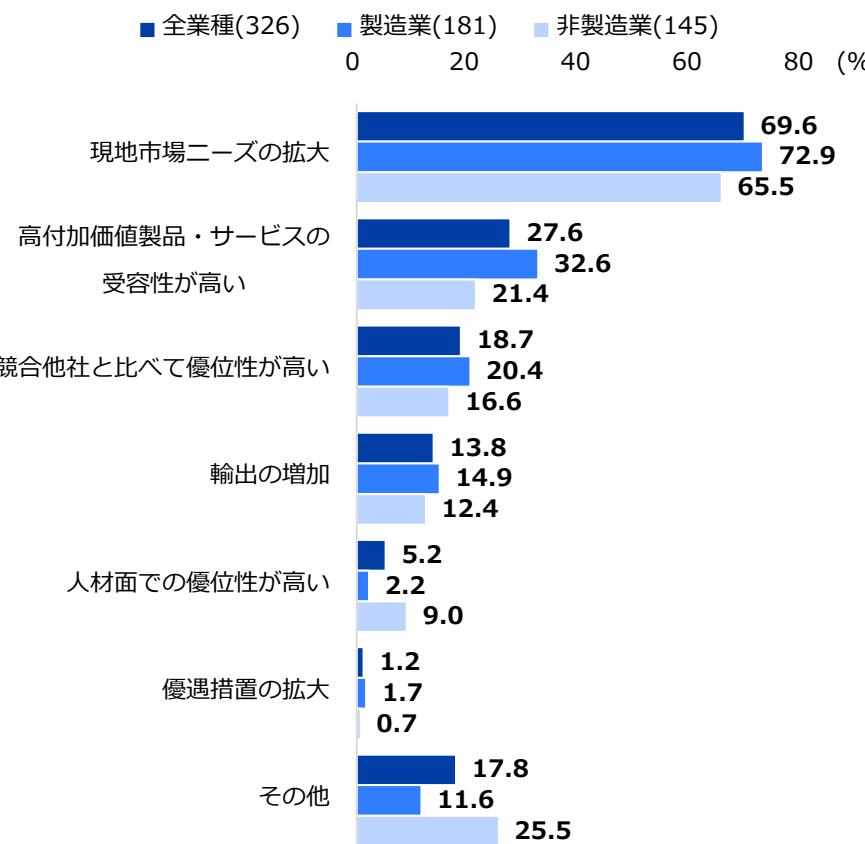


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

## 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（69.6%）。半導体、クリーンエネルギー、電気自動車（EV）、データセンター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」（27.6%）、「競合他社と比べて優位性が高い」（18.7%）が続き、前年と同様の傾向となった。

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、電気・電子機器部品、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  
【輸送機器部品、鉄・非鉄・金属、一般機械など】
- 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】
- データセンター関連の需要増  
【電気・電子機器部品、販売会社】

### ● 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、化学・医薬、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  
【電気・電子機器、販売会社、飲食業など】

### ● 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】
- アジア向け需要増  
【輸送機器、ゴム・窯業・土石など】

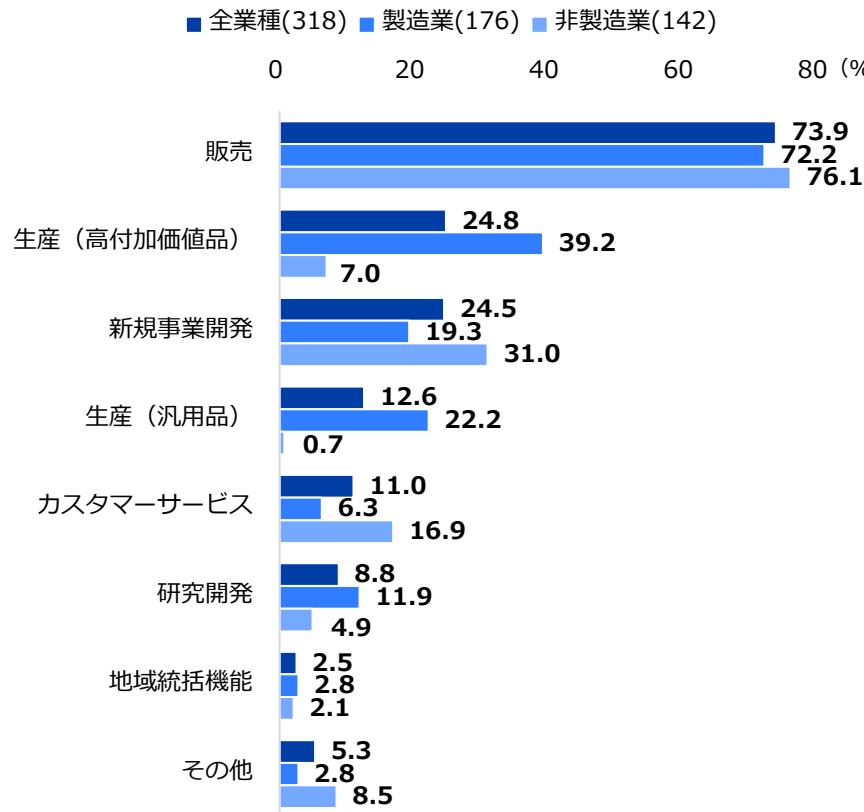
(注1) 「高付加価値製品・サービスの受容性が高い」の選択肢は、具体的理由の自由記述欄を設けていない。

(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前年同様「販売」が73.9%で最多。2位と3位は前年と入れ替わり「生産（高付加価値品）」（24.8%）、「新規事業開発」（24.5%）となった。
- 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ほか、中西部、南東部、西部と広がりを見せた。

#### 具体的にどのような機能を拡大するのか（複数回答）



#### 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	15	カリフォルニア	16
生産(高付加価値品)	テキサス	12	テキサス	10
新規事業開発	アリゾナ	5	ミシガン	5
生産(汎用品)	ミシガン	5	ジョージア	3
カスタマーサービス	オハイオ	5	ノースカロライナ	3
(高付加価値)	製造業		非製造業	
	州	企業数	州	企業数
研究開発	カリフォルニア	9	カリフォルニア	3
地域統括機能	テキサス	8	アイダホ ミシガン ノースカロライナ	1
その他	インディアナ	4		
新規事業開発	製造業		非製造業	
	州	企業数	州	企業数
	カリフォルニア ケンタッキー ペンシルベニア	2	テキサス	8
	ハワイ、カンザス ミネソタ、ネバダ オハイオ	1	カリフォルニア ニューヨーク	5

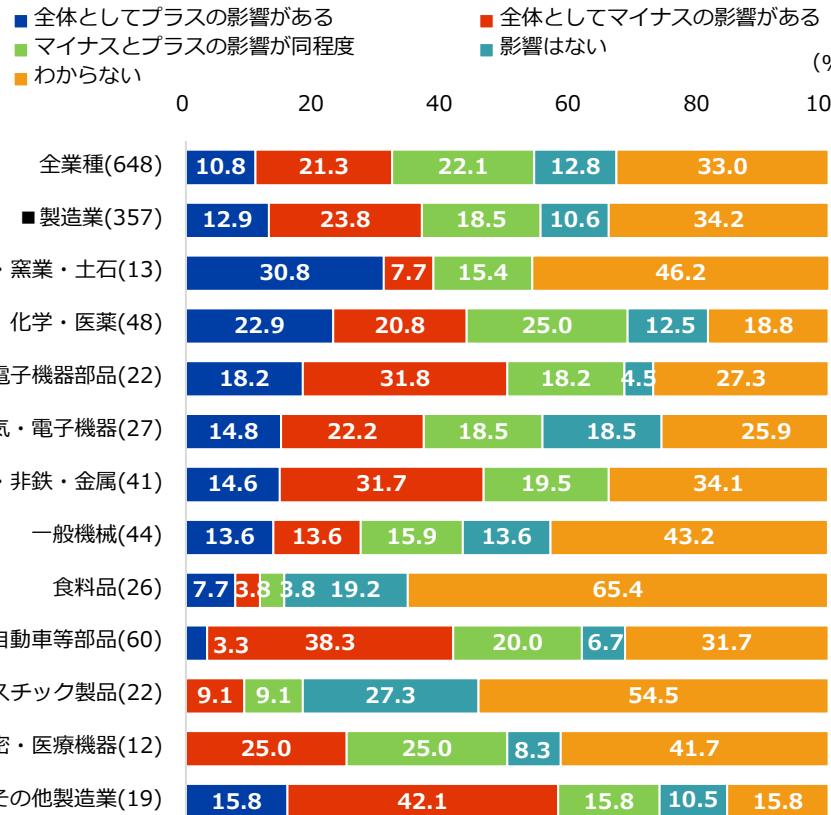
(注) 「拡大」回答の多かった機能について、上位州のみ掲載。

(注) 上位項目のみ掲載。

# 1 | 米国連邦政府の政策の影響（1）：マイナスの影響が前年からじわり増加

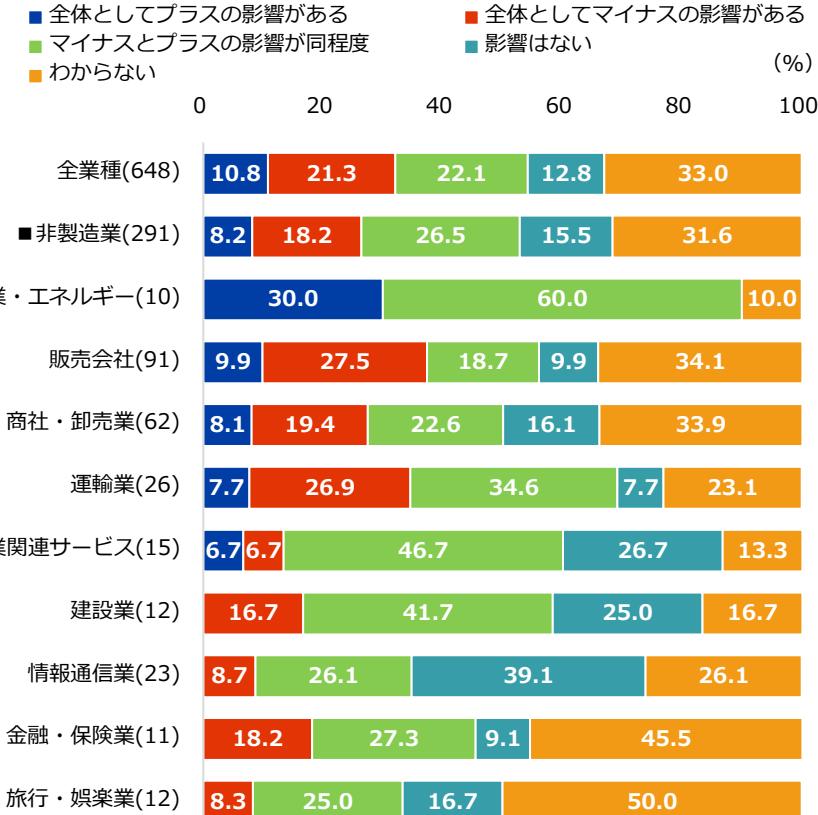
- 全業種において「全体としてマイナス」が21.3%と前年（20.4%）と比べて0.9ポイントの微増。「全体としてプラス」は10.8%と前年（13.8%）から3ポイント減少。
- マイナスの影響は中でも、自動車等部品で4割近く（38.3）と高く、バイデン政権の厳格な規制が影響したとみられる。非製造業では建設業など「全体としてプラス」の回答がない業種も目立つ。

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）



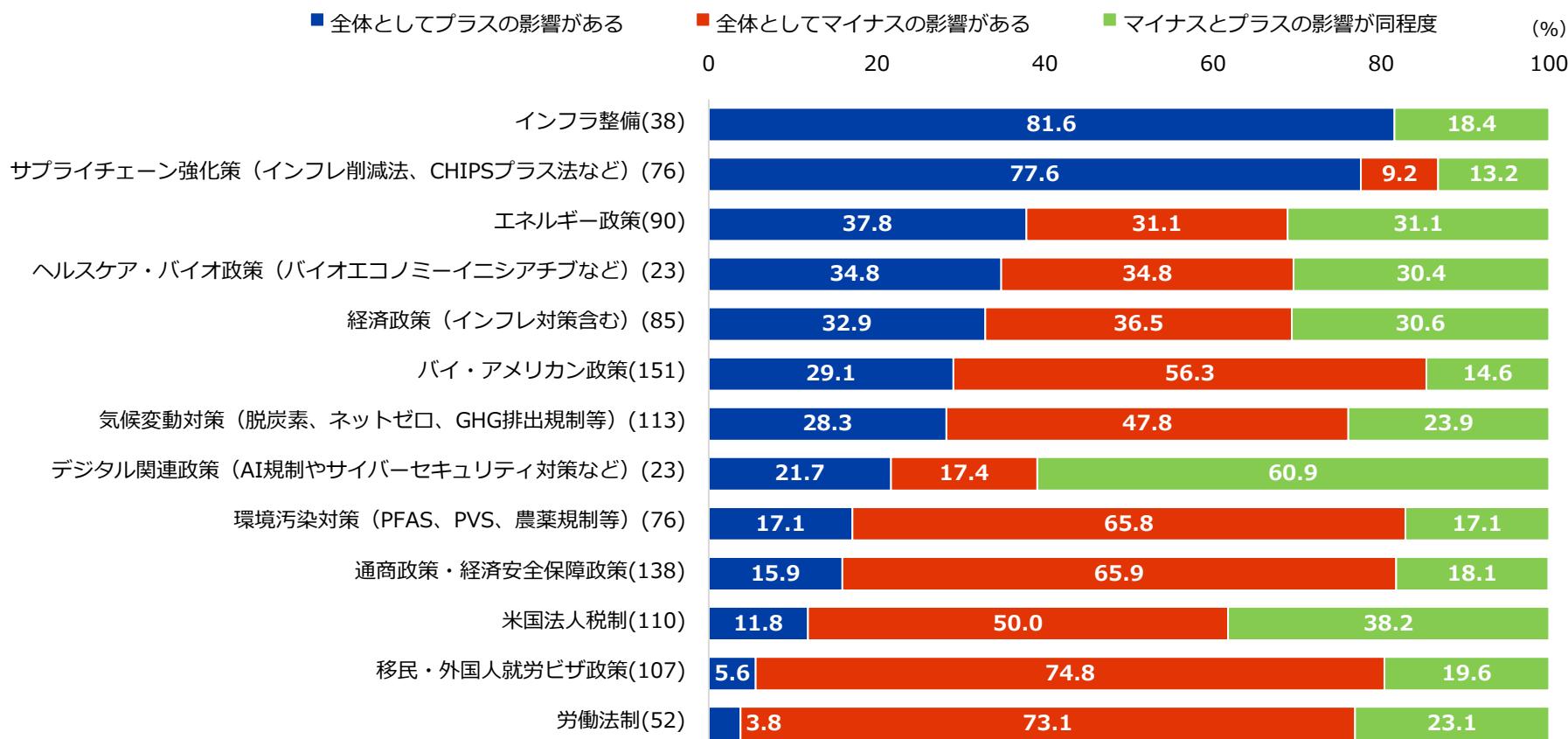
(注) 有効回答数10社以上の業種のみ掲載。

## 2

## 米国連邦政府の政策の影響（2）： 政府主導の産業政策が顕著なプラス要因に

- プラス要因は、バイデン政権下で動き出した企業への直接の助成金を伴う産業政策を受け、インフラ整備（81.6%）、サプライチェーン強化策（77.6%）で顕著に。
- マイナス要因は、連邦や州レベルで規制等が強化された環境汚染対策（65.8%）や労働法制（73.1%）。移民・外国人就労ビザ政策（74.8%）もマイナスの影響が大きかった。

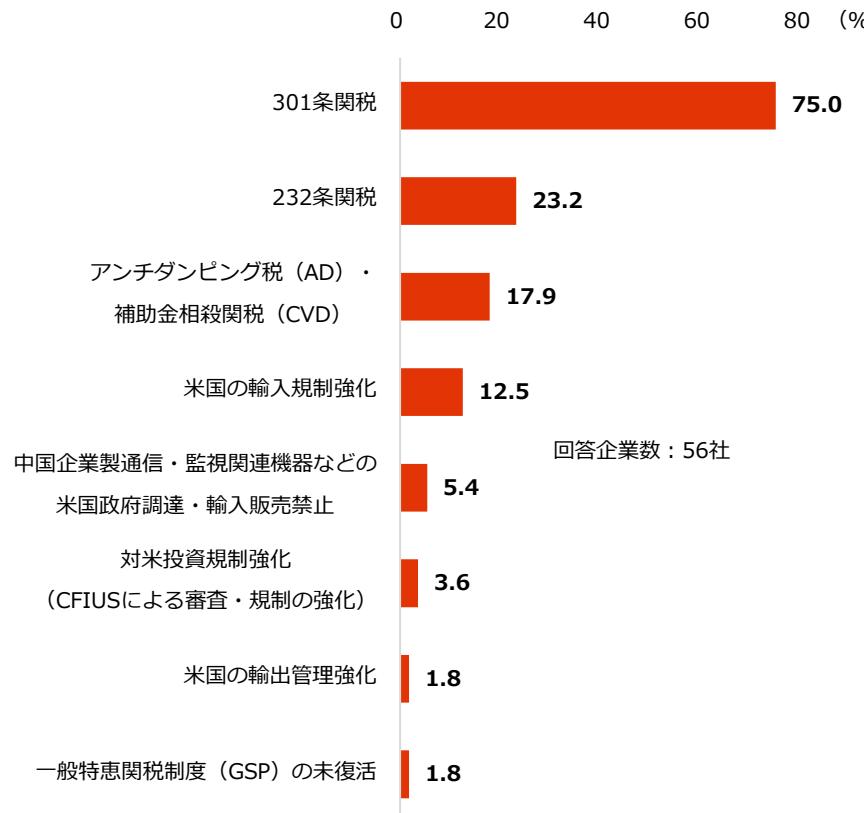
連邦政府の政策が与える影響（複数回答）



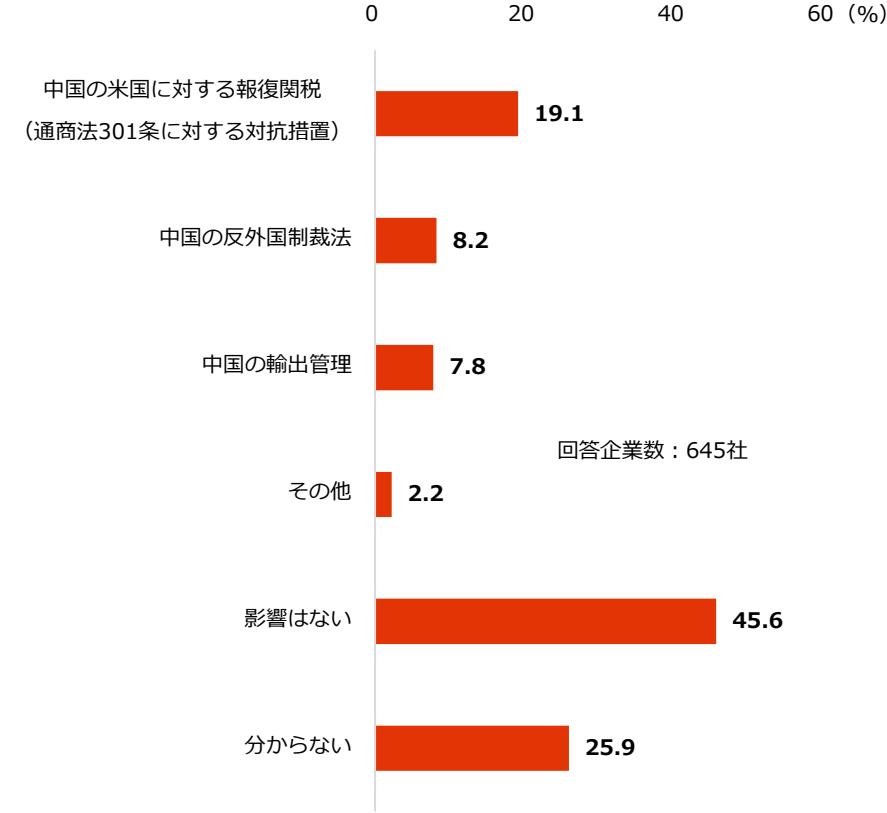
### 3 | 米中両国政府の政策の影響： 関税が通商・経済安保政策での主なマイナス要因

- 米連邦政府の通商・経済安全保障政策の政策では引き続き各種関税政策〔301条関税（75.0%）、232条関税（23.2%）、AD・CVD（17.8%）〕のマイナス影響が大きい。
- 中国政府による対抗措置の中では、米国301条関税に対する報復関税（19.1%）がトップも、全体の7割が、影響がない（45.6%）または分からぬ（25.9%）との回答。

マイナスの影響がある米連邦政府の通商・経済安全保障政策（複数選択）



マイナスの影響がある中国政府の政策（複数選択）





# カナダ編（第35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

2024年9月3～24日

## 有効回答率

45.2%

(回答企業数 80社／177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35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、%)

全業種			企業数	構成比
業種別	企業数	構成比	業種別	
			製造業	非製造業
自動車等部品	7	8.8	商社・卸売業	11
鉄・非鉄・金属	4	5.0	販売会社	11
自動車等	3	3.8	旅行・娯楽業	5
プラスチック製品	3	3.8	情報通信業	5
一般機械	3	3.8	鉱業・エネルギー	4
電気・電子機器	2	2.5	金融・保険業	4
鉄道車両等	2	2.5	運輸業	3
食料品	2	2.5	事業関連サービス	3
化学・医薬	1	1.3	その他非製造業	1
ゴム・窯業・土石	1	1.3		
精密・医療機器	1	1.3		
その他製造業	4	5.0		
州別（製造業）			州別（非製造業）	
オンタリオ	27	33.8	オンタリオ	23
ブリティッシュ・コロンビア	2	2.5	ブリティッシュ・コロンビア	18
ケベック	2	2.5	ケベック	3
アルバータ	2	2.5	アルバータ	3

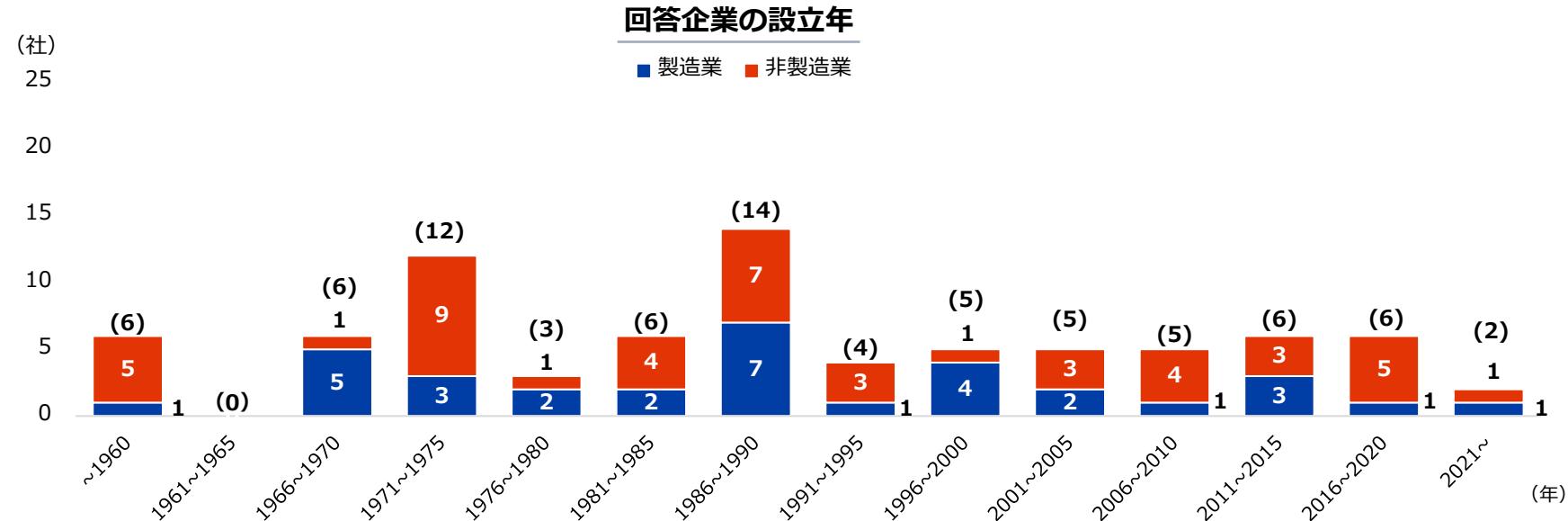
(注1) 調査結果の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100とはならない。

(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。回答比率は、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 | 回答企業の設立年、拠点数、工場数



回答企業の拠点数の内訳

拠点数	69			
	企業数 (社)		拠点数	
	製造業	非製造業	全業種	総計
1	17	19	36	
2	8	9	17	
3	4	4	8	
4	2	0	2	
5	1	0	1	
6~10	0	2	2	
11以上	0	3	3	
計	32	37	69	

210

回答企業の工場数の内訳

工場数	56			
	企業数 (社)		工場数	
	製造業	非製造業	全業種	総計
工場なし	2	26	28	
1	21	1	22	
2	4	0	4	
3以上	1	1	2	
計	28	28	56	

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64人、2人

- 回答企業の総従業員数は2万3,580人で、1社あたりの従業員数平均値は295人、中央値は64人。産業別でみると、製造業の中央値は170人、非製造業の中央値は23人。
- 回答企業の日本からの総派遣者（駐在員）数は245人で、1社あたり派遣者数平均値は3.1人、中央値は2人。産業別でみると、製造業の中央値は3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)

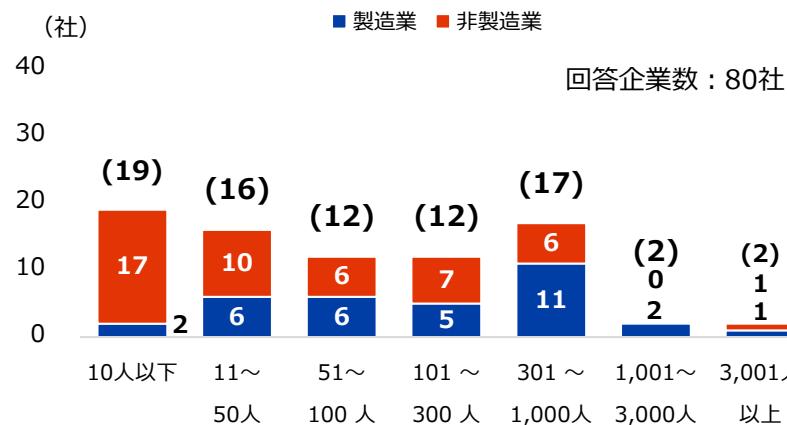
	総従業員数	平均値	中央値
全業種(80)	23,580	294.8	64
製造業(33)	15,129	458.5	170
非製造業(47)	8,451	179.8	23

日本からの派遣者数の平均値と中央値

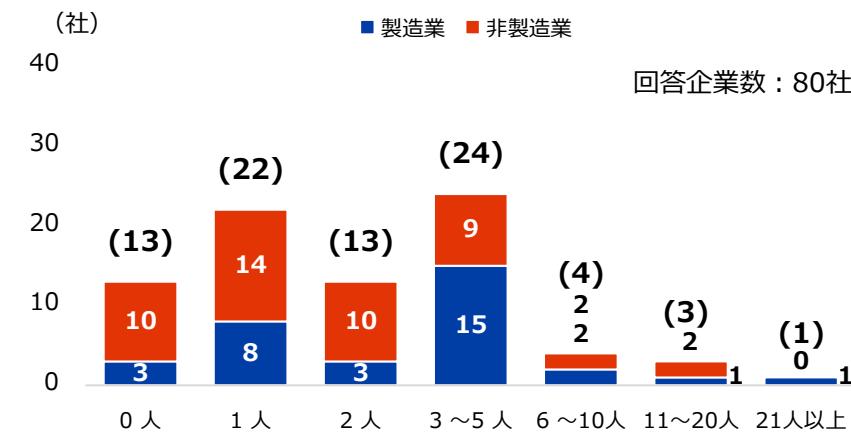
(単位：人)

	総派遣者数	平均値	中央値
全業種(80)	245	3.1	2
製造業(33)	134	4.1	3
非製造業(47)	111	2.4	1

産業別の従業員数内訳



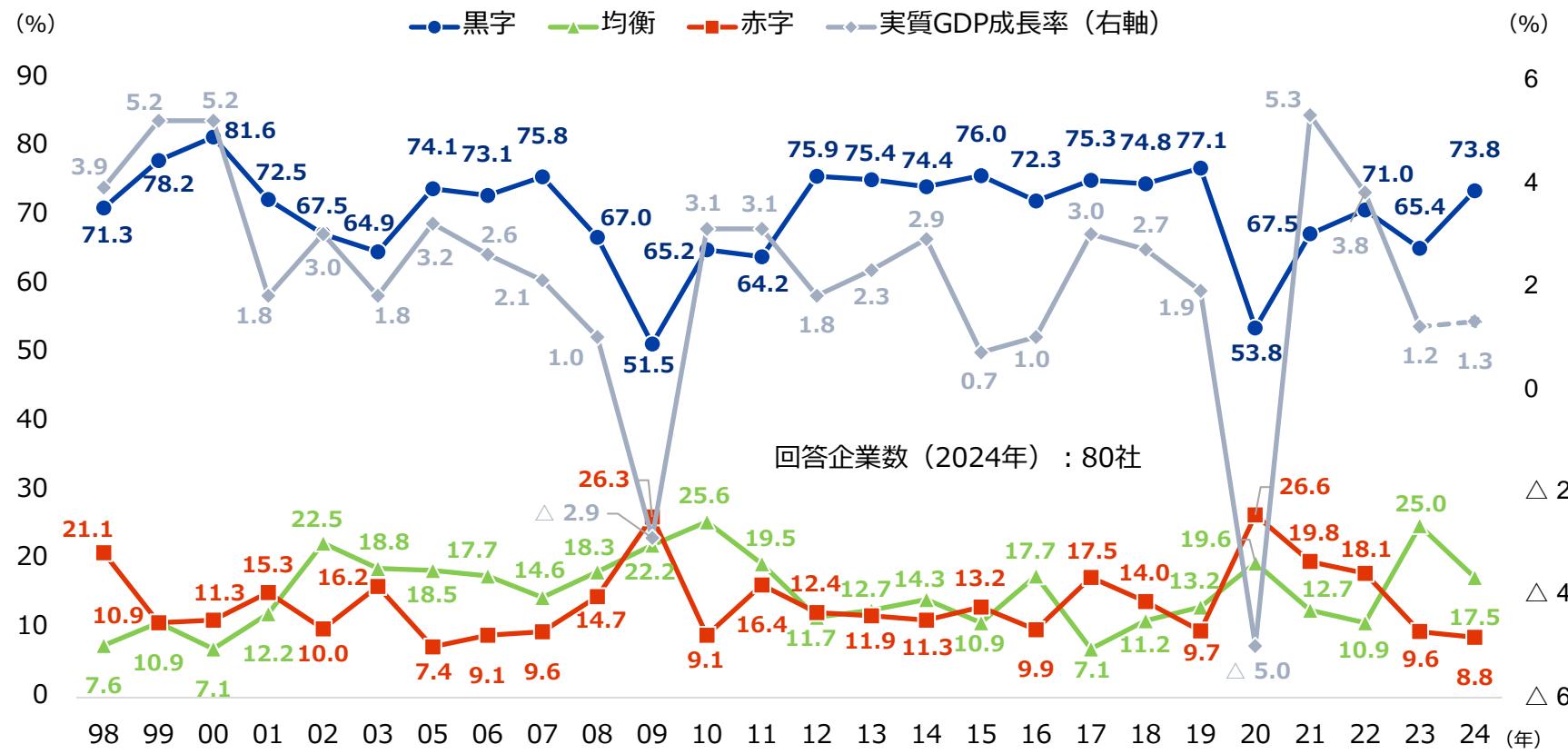
産業別の日本からの派遣者数内訳



# 1 | 2024年営業利益見込み： 黒字は新型コロナ禍以来最高割合を記録

- 2023年に「黒字」を見込む企業は73.8%で、前年（65.4%）から8.4ポイント増加したものの、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8.8%で、前年（9.6%）につづき、2019年（9.7%）の水準を下回っている。

営業利益見込みとカナダの実質GDP成長率



(注) 2023年までの実質GDP成長率はカナダ統計局（Statistics Canada）の発表値（2024年8月）。

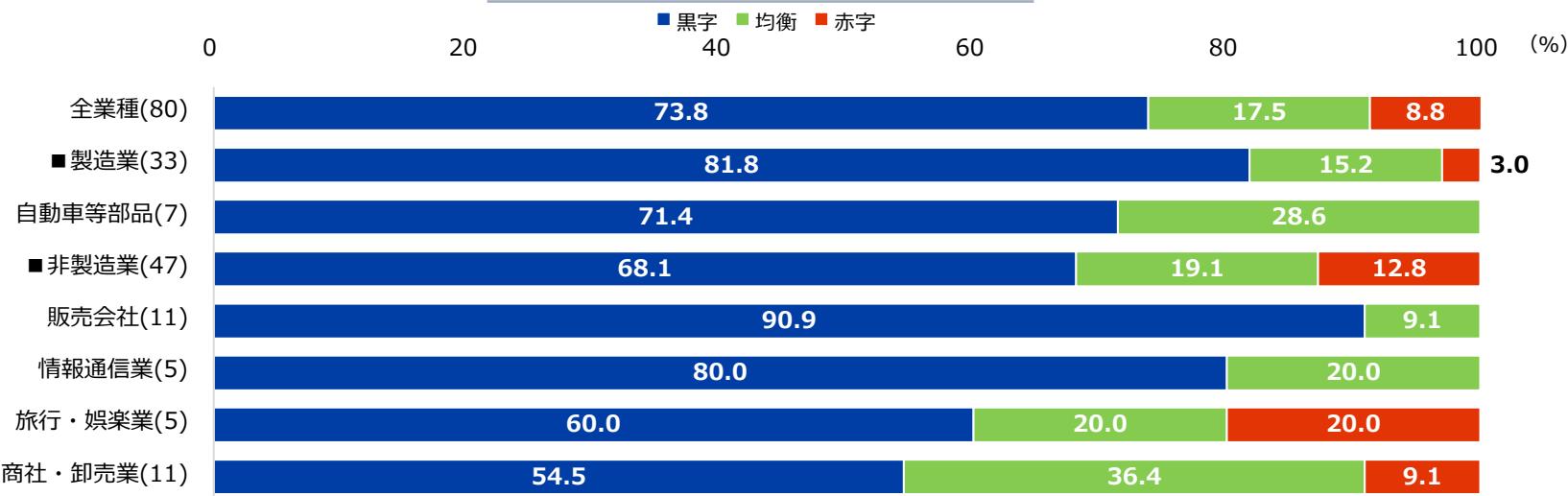
2024年の実質GDP成長率はIMFによる予測値（2024年11月）。

2004年度は調査を実施せず。

## 2 | 2024年営業利益見込み（業種別）： 自動車等部品で黒字7割超、各業種で黒字幅拡大

- 業種別黒字見込みは、全業種が前年（65.4%）を上回る73.8%と好調。特に製造業において、8割以上の企業が黒字を見込む。
- 赤字見込みは、円安環境などを要因として、旅行・娯楽業で20%と最も高かったが、各業種で前年から減少。自動車等部品では、赤字を見込む企業はなかった。

2024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）

- 自動車
  - ・新型コロナ禍での半導体不足が改善されたことによる増産。
- 自動車等部品
  - ・完成車メーカーの増産と、それに伴う受注額増加。
- 運輸業
  - ・新型コロナ禍が明けたことによる需要増。

（注）有効回答5社以上の業種のみ掲載。

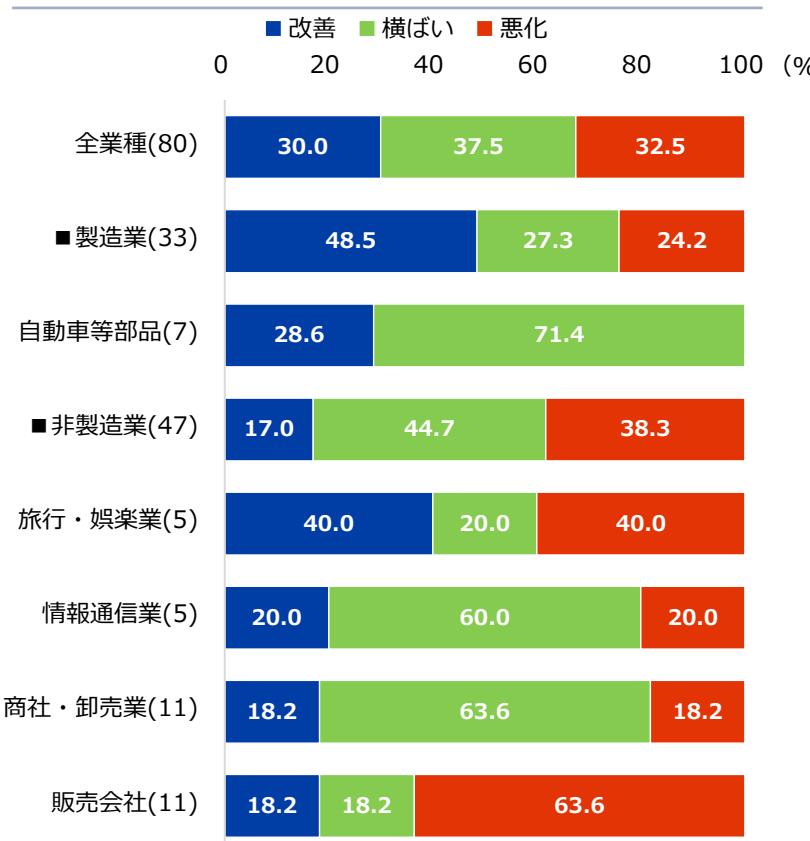
### 営業利益赤字見込みに影響した要因（自由記述）

- 旅行・娯楽業
  - ・円安や現地での物価高騰、燃油高など、旅行環境を取り巻く原価構成が大幅に上昇し、日本人顧客の需要を喚起できなかった。

### 3 | 対前年比営業利益見込み（業種別）： 横ばい・悪化がそれぞれ改善を上回る

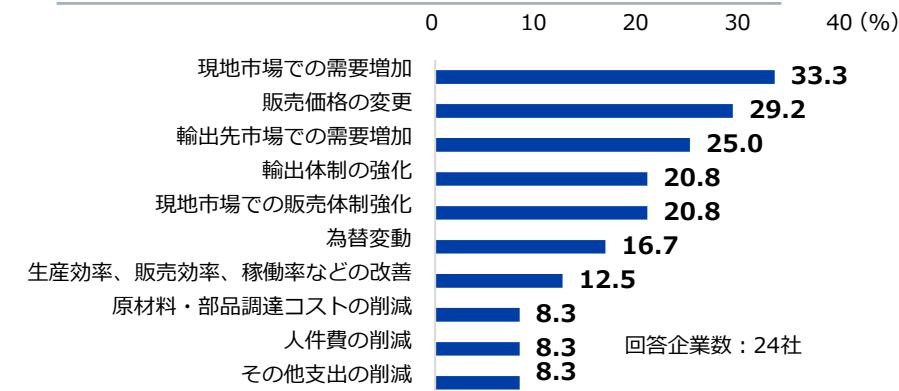
- 全業種でみると、改善（30.0%）よりも悪化（32.5%）が上回る。
- 製造業全体では約半数（48.5%）が改善、悪化は24.2%に留まった。非製造業全体では横ばい（44.7%）が最多。個別でみると改善との回答は旅行・娯楽業（40%）以外で2割以下と低迷。

2023年と比較した営業利益見込みの変化（業種別）

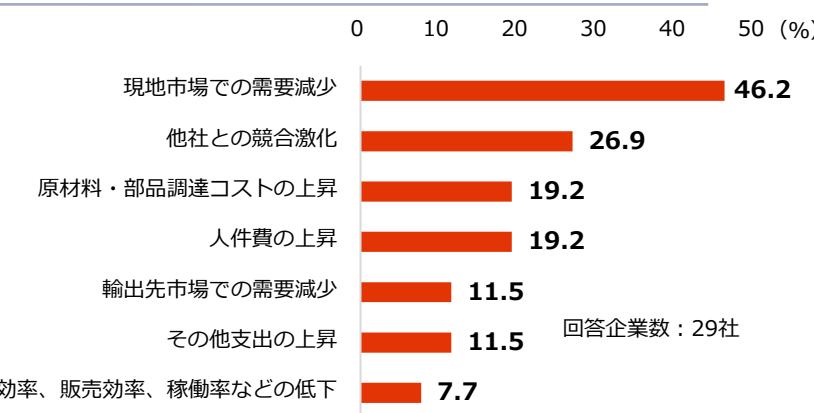


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

2024年の営業利益見込みが改善する理由（主因）



2024年の営業利益見込みが悪化する理由（主因）

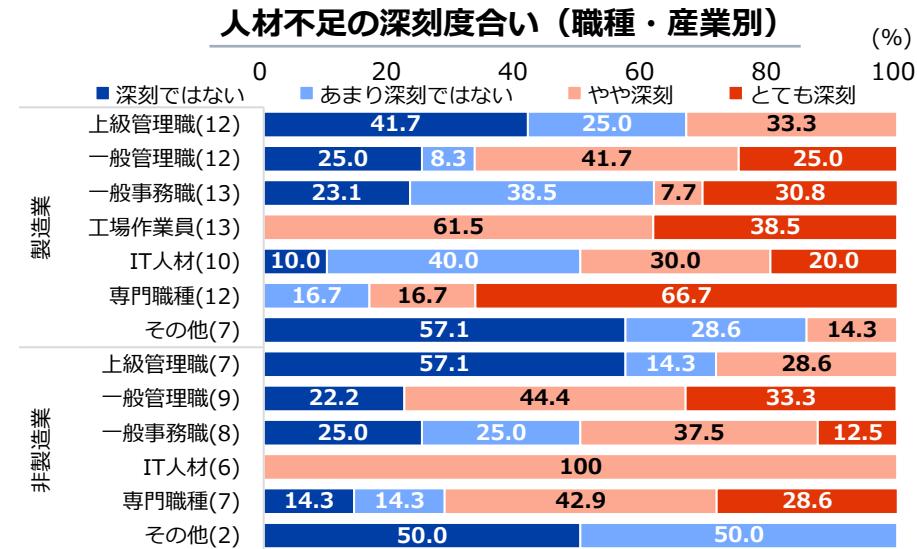


# 1 | 経営上の課題： 「従業員の賃金上昇」が筆頭課題

- 「従業員の賃金上昇」が筆頭課題に。雇用面では「従業員の質」なども課題として認識された。
- 人材不足の深刻度合いでは、製造業の工場作業員、非製造業のIT人材において、「やや深刻」「とても深刻」と回答した割合が100%となり、人材不足が顕著に。

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	44.2
調達コストの上昇	調達面	41.6
新規顧客の開拓	販売面	33.8
物流コストの上昇	調達面	29.9
競合企業との競争激化	販売面	26.0
従業員の質	雇用面	24.7
従業員の採用	雇用面	22.1
従業員の定着率	雇用面	22.1

回答企業数：77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）

### ● 雇用面

- 専門職の初任給が高くなり、入社数年の若手と新人の賃金の逆転現象が課題【ゴム・窯業・土石】
- 適正人材の現地採用の難しさが新型コロナ禍以降際立っている。現地異業種との賃金面での弱さが否めない【旅行・娯楽業】
- 若い従業員の採用が難しく、定着率も悪い。年配の技術者が退職した穴を埋められず、品質含む製造能力に課題あり【鉄・非鉄・金属】
- 自動化に伴い設備保全の知識を要する人員の強化、将来的な後継者育成計画【自動車等部品】

(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。

### ● 調達コストの上昇、消費者の需要減退

- インフレによる調達コストの上昇および外食需要の減退【食料品】
- 消費の低迷を受け、価格競争が激化。より低価格帯の商品に需要がシフトしている【販売会社】

### ● その他（政府の規制など）

- 無排出車に関する規制への対応（電動車販売の推進）【販売会社】
- 金融機関監督庁（OSFI）の気候変動リスクに関する新ガイドライン【金融・保険業】
- 個人情報保護法制（AI規制を含む）【情報通信業】

## 2 | 経営上の課題への対応策： 賃金引き上げの一方、省人化によるコスト削減も

- 対応策は「既存社員の賃金の引き上げ」が最多。雇用面では「人員体制の強化」「採用条件の改善」「教育・訓練強化」も2割以上が実施。
- 「自動化・省力化の推進」「人件費以外の経費削減」といったコスト削減の取り組みも上位に。

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	35.8
自動化・省力化の推進	32.8
人件費以外の経費削減	29.9
リモートワークの維持	29.9
販売価格の引き上げ	28.4
調達先との価格交渉	26.9
販売チャネルの見直し・強化	26.9
新製品・サービスの開発	26.9
人員体制の強化	25.4
本社との意思疎通強化	23.9
採用条件の改善（福利厚生等含む）	22.4
教育・訓練強化	22.4
ブランド力の向上	22.4
設備投資	20.9

回答企業数：67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

- 給与体系の見直しにより、人材の流失防止を実施  
【鉄・非鉄・金属】
- 専門職採用における大学や業界組織との交流。欧州、北アフリカ、南米からの優秀人材採用、永住権の世話  
【ゴム・窯業・土石】
- 円安傾向と現地人材の採用の難しさを考慮し、日本での適正人材の確保を前向きに検討【旅行・娯楽業】

### ● 販売チャネル強化、新製品開発など

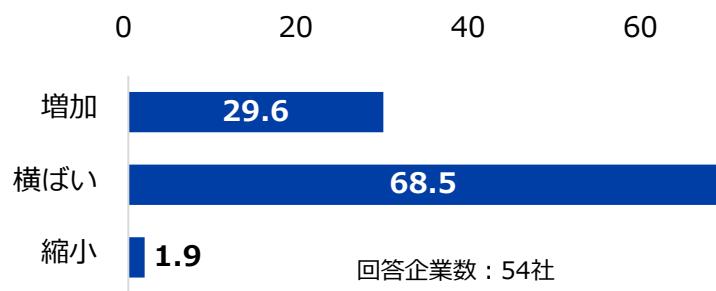
- 新しい販売チャネルのパートナーと組み、市場範囲を拡大  
【電気・電子機器】
- データ分析に基づくデジタルマーケティングの活用  
【販売会社】
- 新商品開発のための組織再編（部署の新設など）【食料品】

(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。

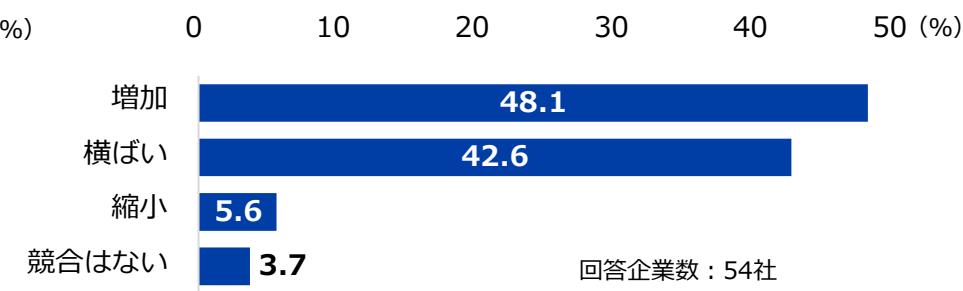
# 1 | 競争環境の変化（1）：約半数の企業が5年前から市場シェア増加

- 5年前の2019年と比べた競合相手の数では増加が3割弱（29.6%）、横ばいが7割近く（68.5%）。こうした中、主力製品・サービスの市場シェアでは約半数（48.1%）の企業がシェアを増加させた。
- 最大の競合相手は地場企業（31.9%）とカナダの隣国である米国企業（29.8%）がほぼ同率で約3割。続いて日本企業（19.1%）、欧州企業（12.8%）の順となった。

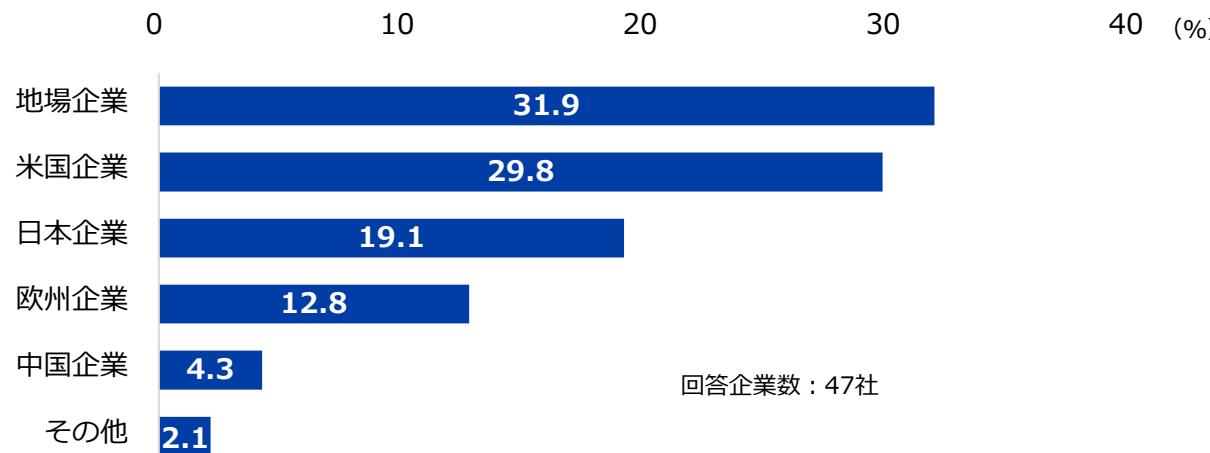
5年前と比べた競合相手の数



5年前と比べた主力製品・サービスの市場シェアの変化



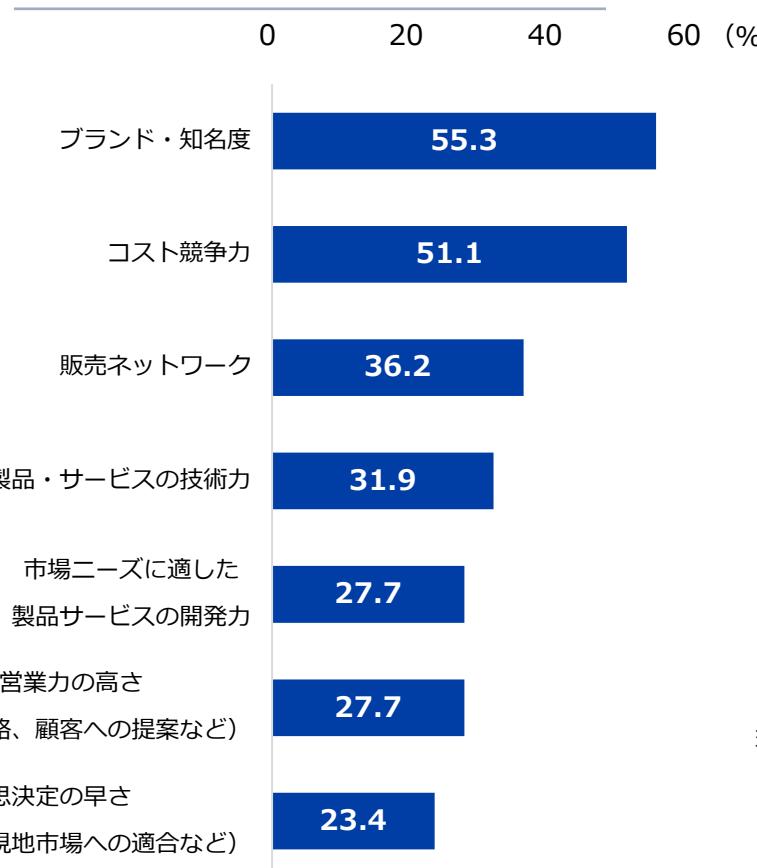
進出先市場で最も競争力の強い企業



## 2 | 競争環境の変化（2）：ブランド・知名度が競争上の最大の課題に

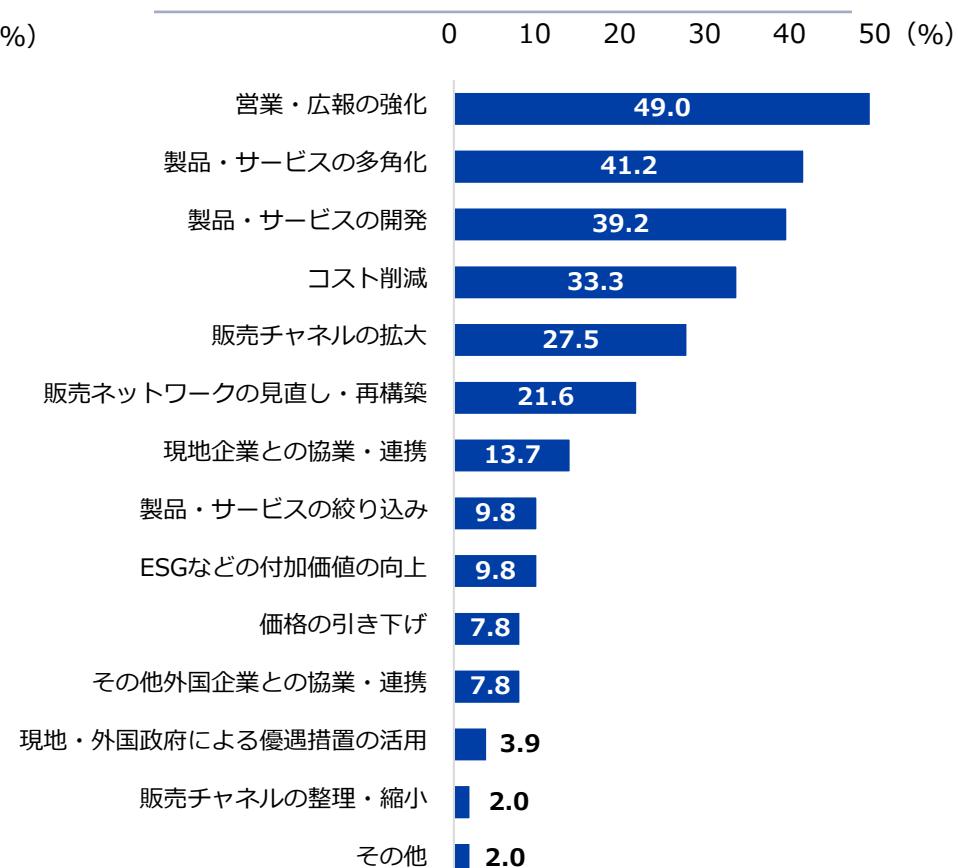
- 強い競争相手だと考える理由として、ブランド・知名度を挙げた企業が5割台半ば（55.3%）でトップ。続いてコスト競争力が半数（51.1%）。米国とは逆の順序となつた。
- 対策では営業・広報の強化（49.0%）がトップと、ブランド・知名度を最大の競争要因と捉える傾向と一致。製品・サービスの多角化（41.2%）、製品・サービスの開発（39.2%）が続いた。

最大の競争相手と考える理由（複数回答）



回答企業数：47社

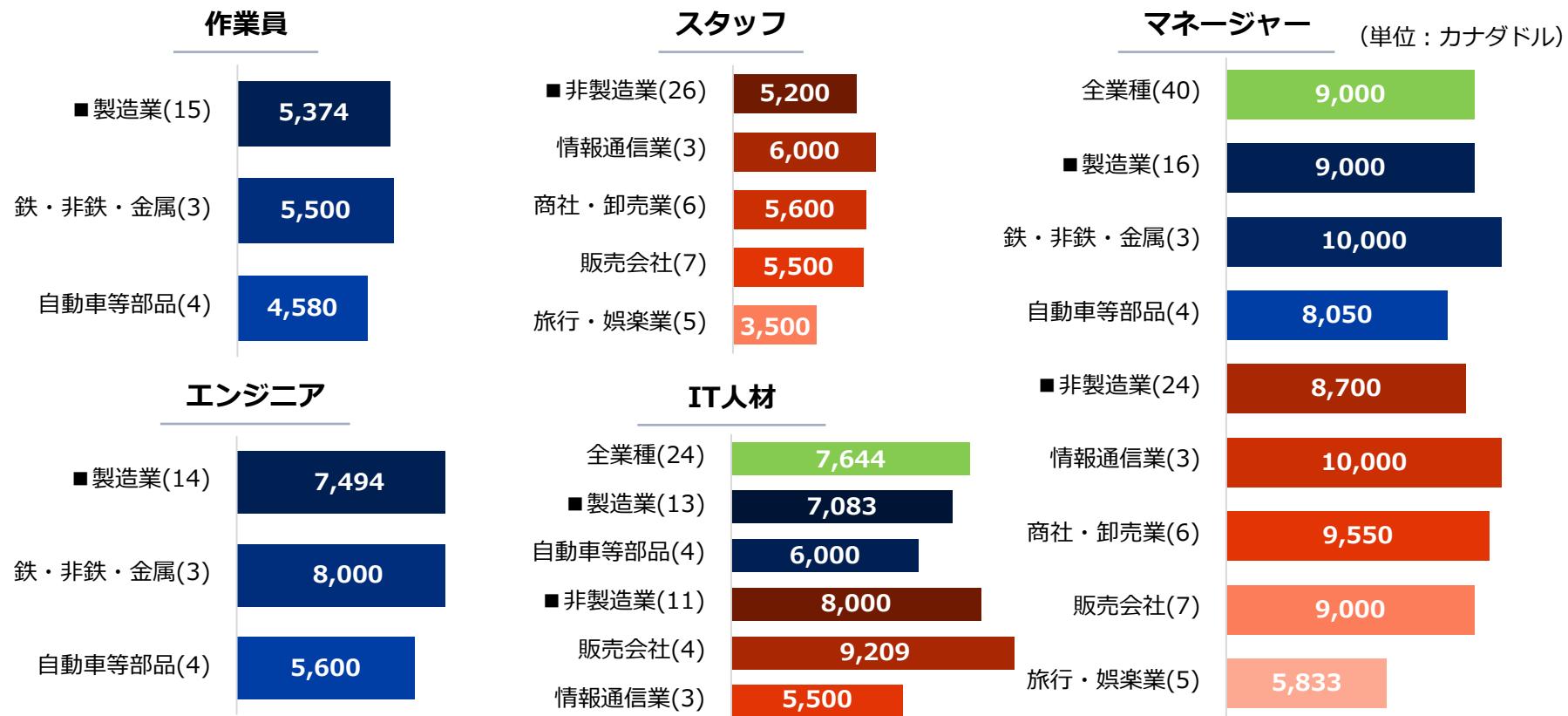
他社との競争で取り組んでいる対策（複数回答）



回答企業数：51社

# 1 | 賃金（基本給月額、中央値）： 名目ベースアップ率の中央値は製造業で3.5%

- 今期（2023年度→2024年度）の名目ベースアップ率（ベア率）の中央値は製造業は3.5%、非製造業は3.0%。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3.7%台）を下回った。
- 来期（2024年度→2025年度）の名目ベア率（見込み）の中央値は製造業・非製造業とともに3.0%。

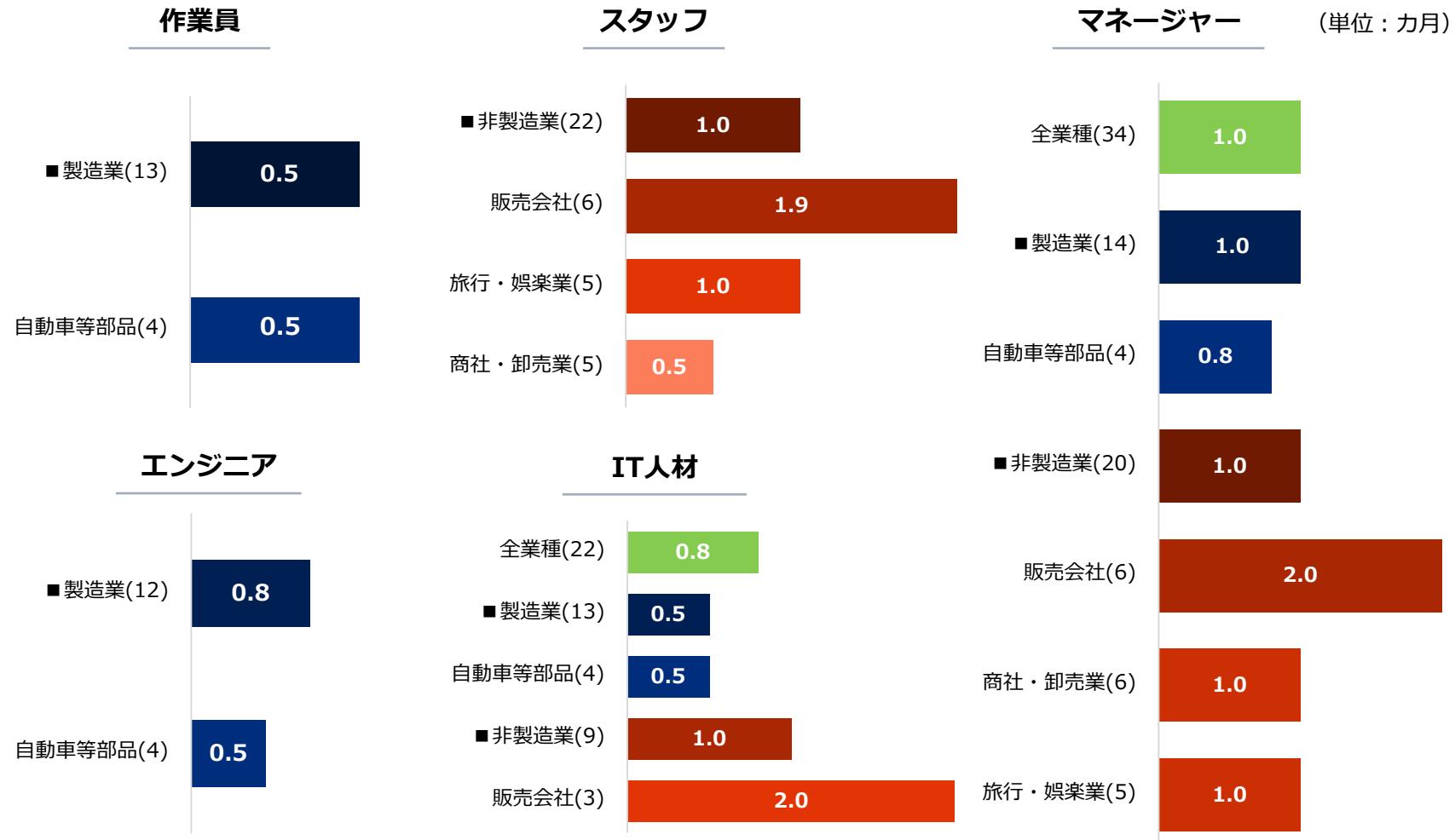


(注1) 製造業企業は、作業員（正規雇用の一般工職で実務経験3年程度、ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く）、エンジニア（正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）、マネージャー（正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合）、IT人材（正規雇用のシステムエンジニアで専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）について、非製造業企業は、スタッフ（正規雇用の一般職で実務経験3年程度、ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く）、マネージャー、IT人材について回答。

(注2) 有効回答企業数が3社以上の企業のみ掲載。

## 2

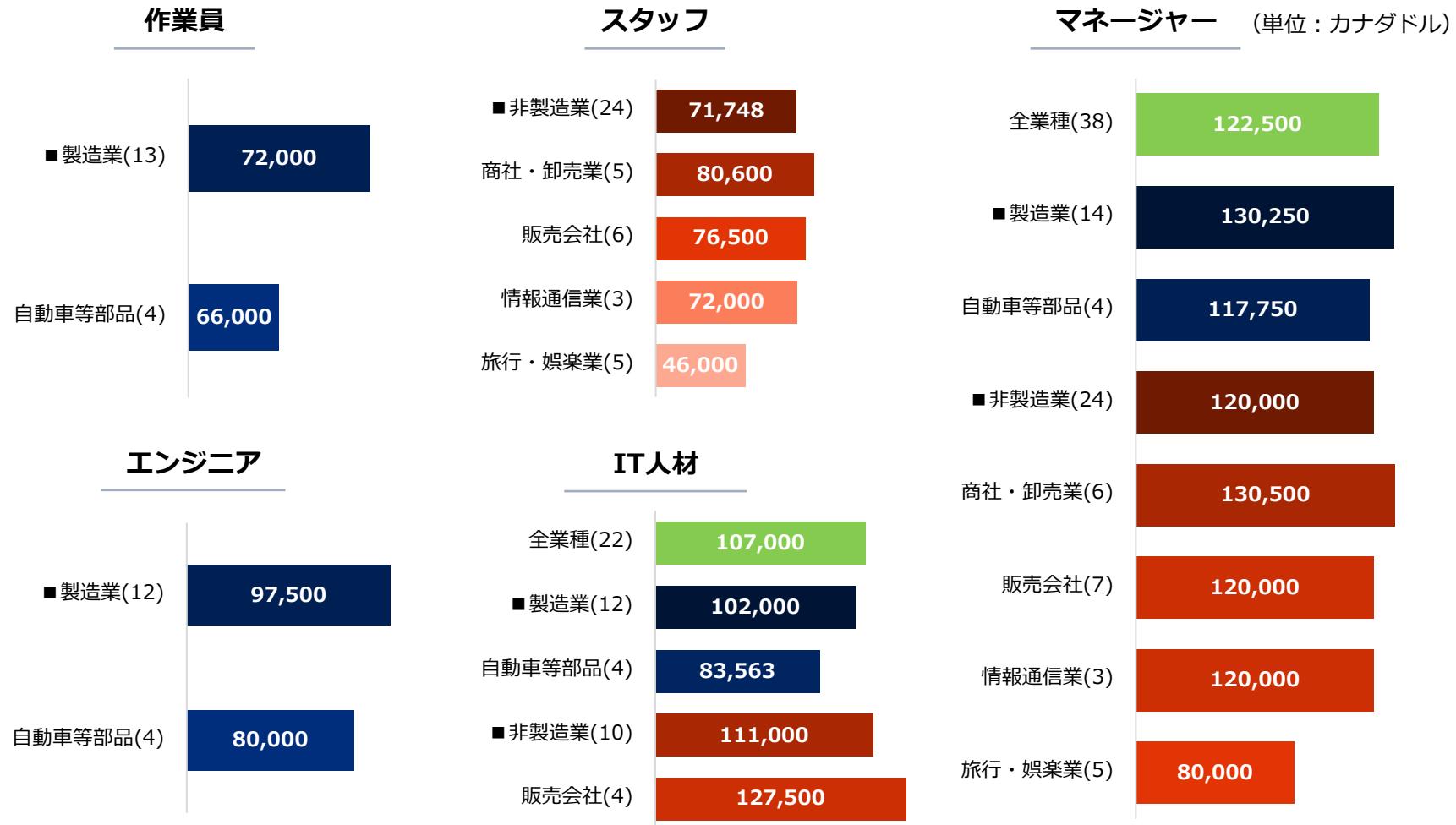
# 賃金（年間賞与、中央値）： 職種別中央値は0.5～2.0力月



(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。

# 3 | 賃金（年間実負担額、中央値）：職種別中央値は4万6,000～13万500カナダドル



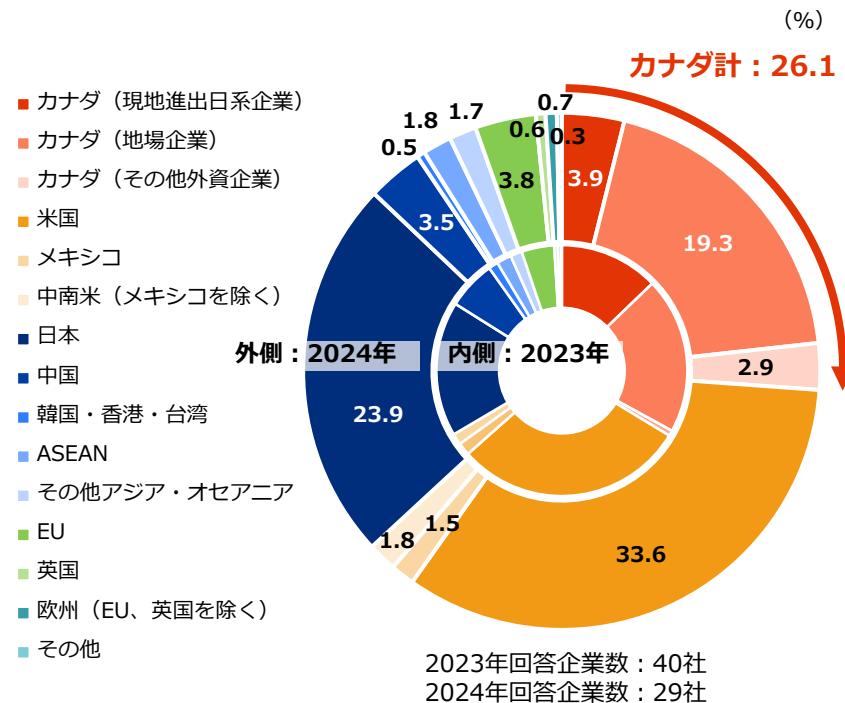
(注1) 製造業企業は、作業員（正規雇用の一般工職で実務経験3年程度、ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く）、エンジニア（正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）、マネージャー（正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合）、IT人材（正規雇用のシステムエンジニアで専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合）について、非製造業企業は、スタッフ（正規雇用の一般職で実務経験3年程度、ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く）、マネージャー、IT人材について回答。

(注2) 有効回答企業数が3社以上の企業のみ掲載。

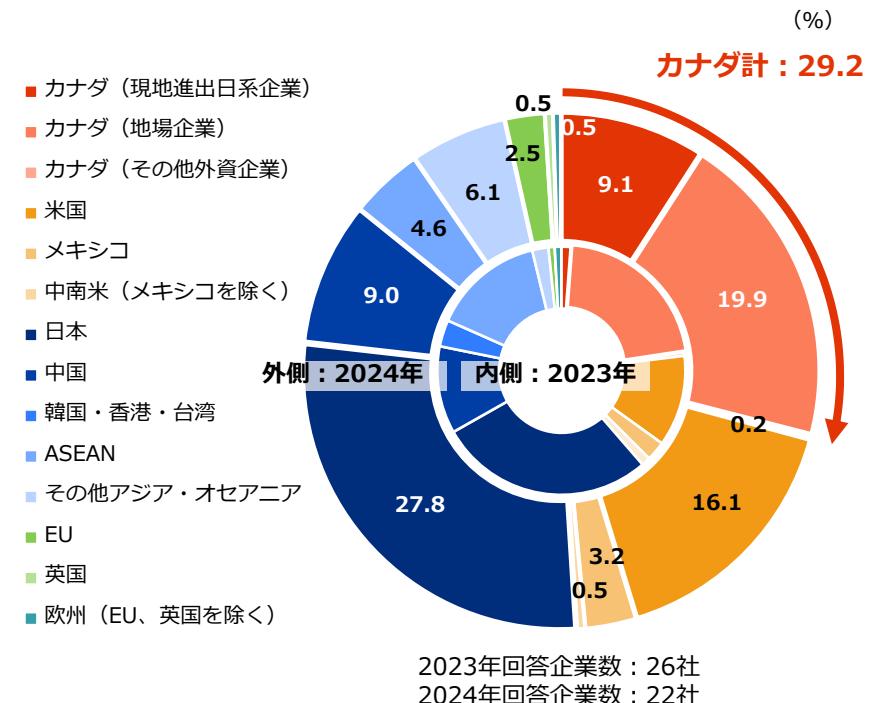
# 1 | 調達先： 製造業では米国、非製造業ではカナダが最大

- 製造業の原材料・部品の調達比率は、米国からが33.6%と前年（29.8%）から拡大。次いでカナダ国内が26.1%（33.7%）。日本も前年（17.4%）から増え、2割強（23.9%）に上った。
- 非製造業の物品・サービスの調達比率は、カナダ国内が29.2%と前年（23.1%）から増加。日本からは、前年（28.2%）に続き3割近く（27.8%）に達した。

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）

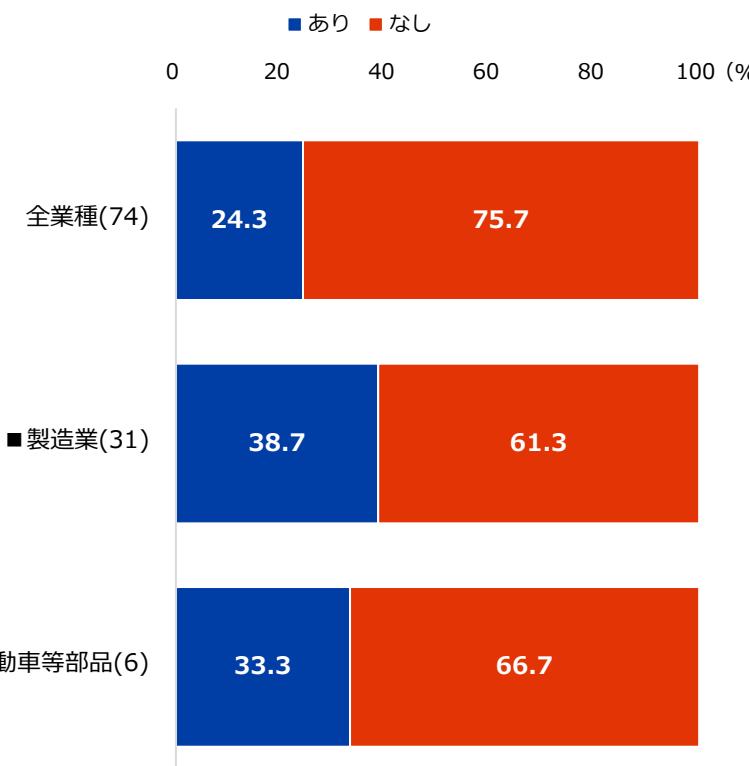


(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

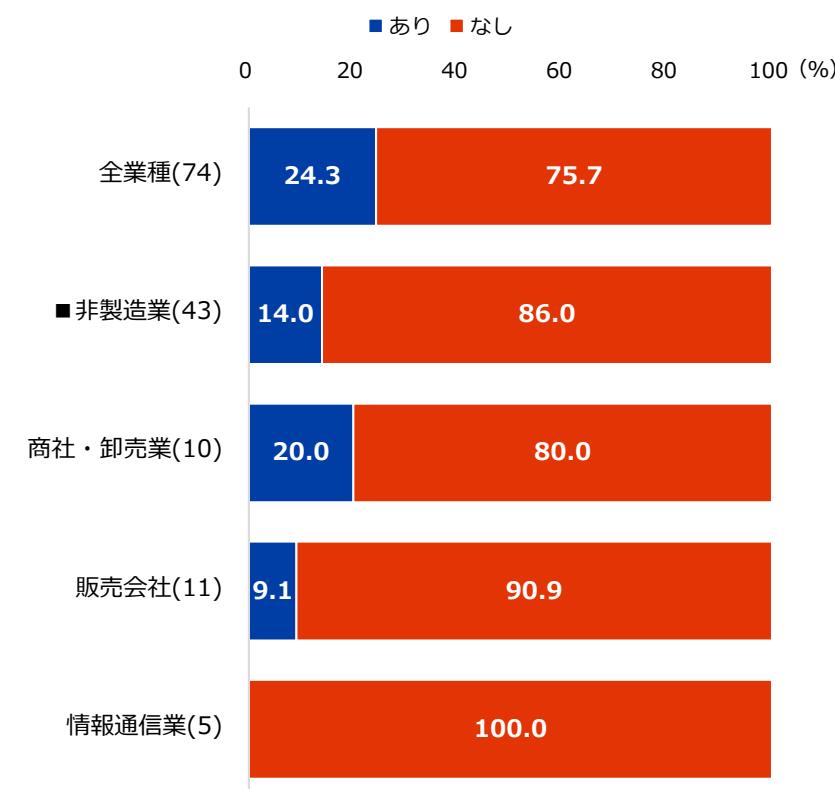
## 2 | 調達の見直し予定： 製造業で4割近くに拡大

- 調達先を見直す予定があると回答した割合は24.3%と前年（24.5%）からほぼ横ばい。製造業は、前年の30.4%から38.7%に増加。
- 非製造業は前年（19.2%）から低下し、14.0%にとどまった。

調達先の見直し予定の有無（製造業）



調達先の見直し予定の有無（非製造業）



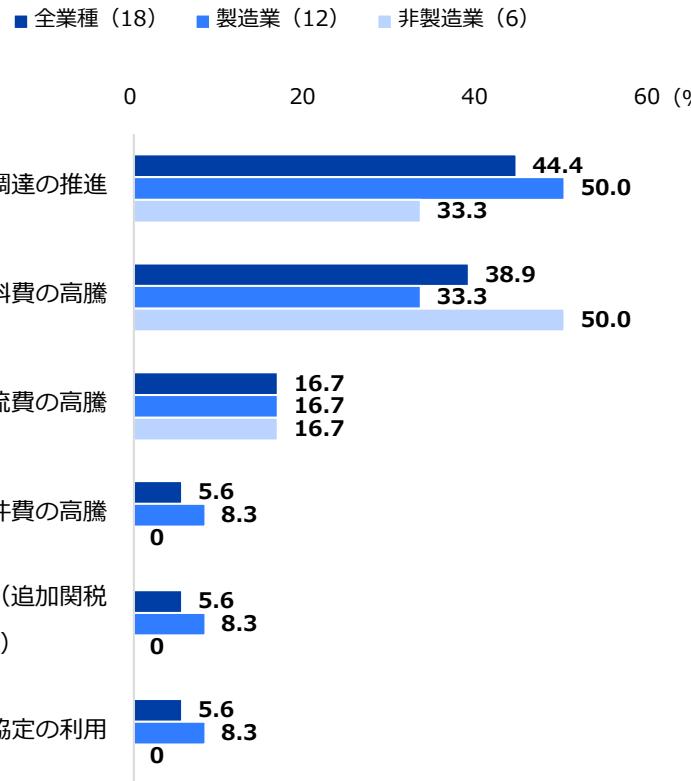
(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

(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： 製造業では現地調達の推進が筆頭理由

- 調達先の見直し理由は、製造業で「現地調達の推進」（50.0%）、非製造業で「原材料費の高騰」（50.0%）が最多だった。
- 変更後の調達先は、カナダ国内が6件と最多で、そのうち日本からの変更が3件を占めた。

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）

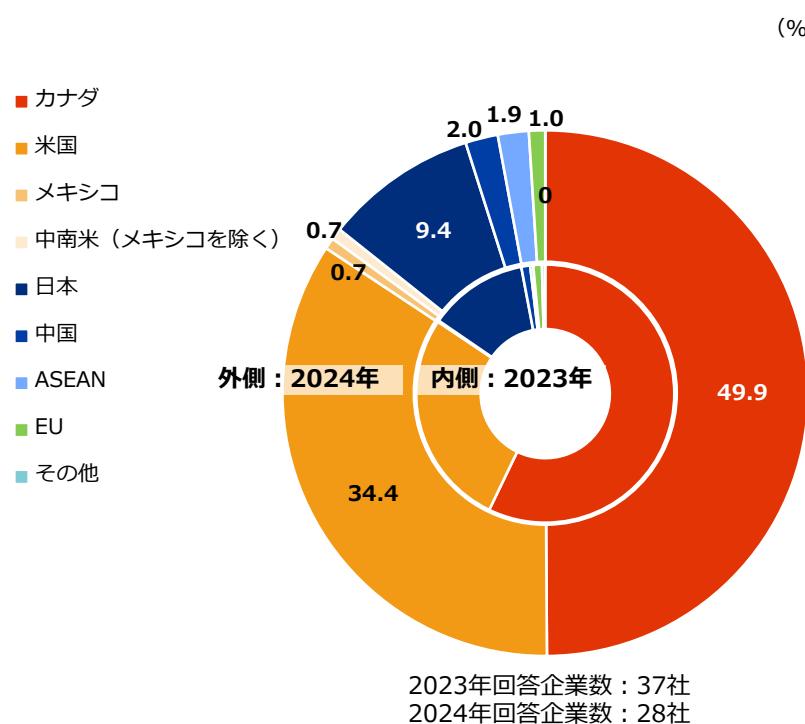
変更前の調達先	変更後の調達先				
	カナダ	米国	欧州	無回答	総計
日本	3	1			4
カナダ	1				1
メキシコ				1	1
ASEAN			1		1
欧州	1				1
新たに調達を開始	1				1
総計	6	1	1	1	9

(注) それぞれの変更内容について、3件以上は太字、5社以上は青枠。

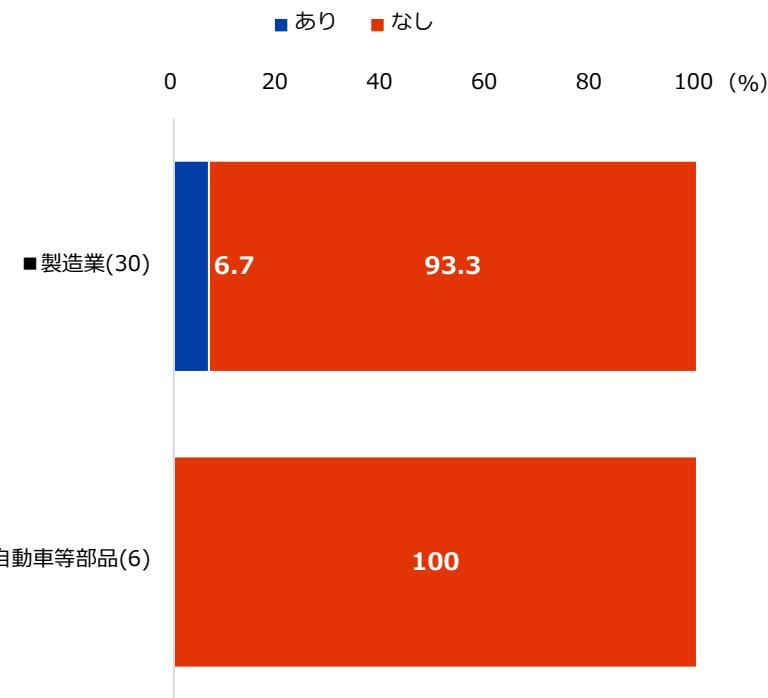
## 4 | カナダ市場向け生産地、生産地の見直し予定： カナダ国内が約5割、ほとんどが見直し予定なし

- カナダ市場向け製品の生産地は、カナダ国内が49.9%で最大（前年：57.2%）。次いで米国が34.4%（27.2%）を占める。
- 生産を見直す予定があると回答した割合は6.7%にとどまり、ほとんどが現状維持の方針。自動車部品等では、全回答企業が生産見直し予定なしだった。

カナダ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）



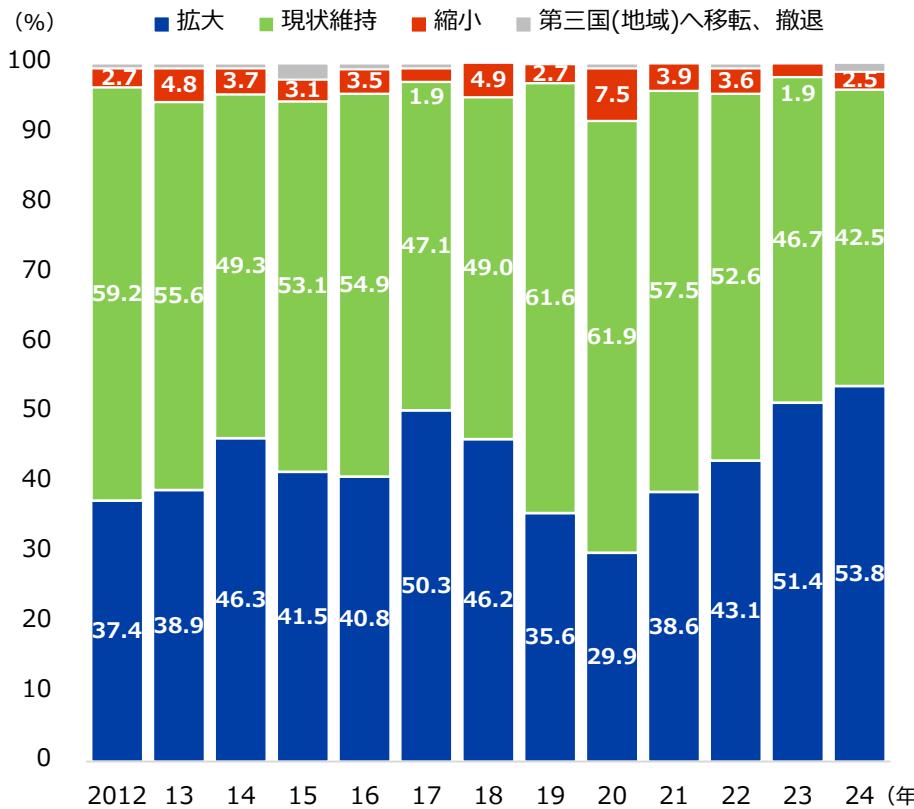
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

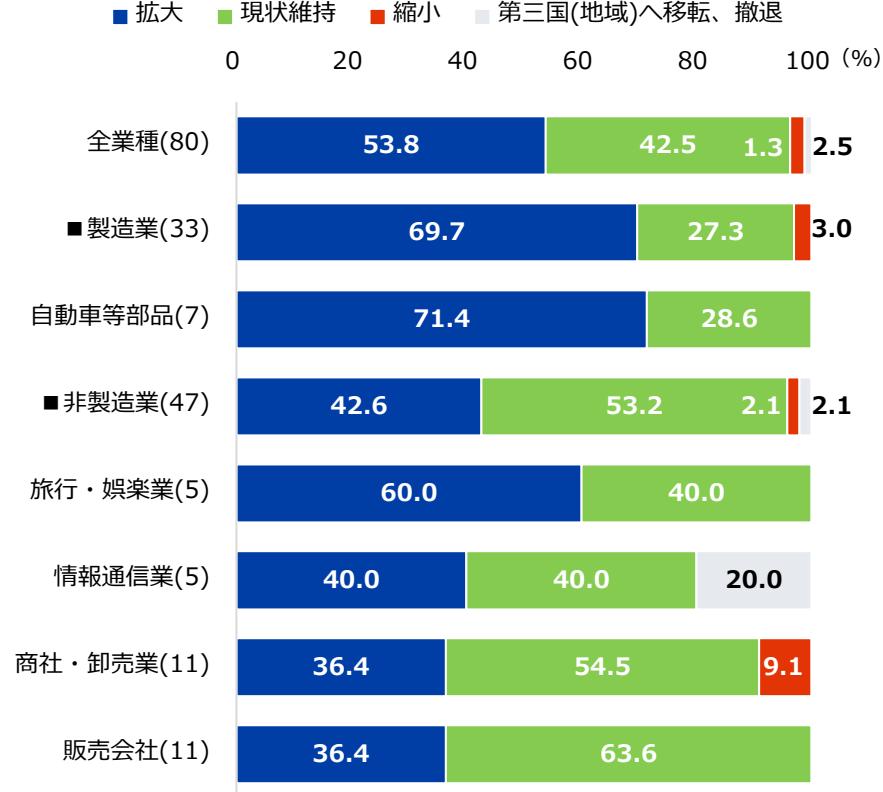
# 1 | 事業展開の方向性： 半数強がカナダでの事業を拡大

- 今後1~2年の事業を拡大する企業の割合は半数強（53.8%）と、前年（51.4%）から増加。
- 業種別にみると、製造業では自動車等部品（71.4%）が最大。製造業全体でもほぼ7割が拡大路線。非製造業では拡大（42.6%）が現状維持（53.2%）を10ポイント下回った。

今後1~2年の事業展開の方向性（全業種）



今後1~2年の事業展開の推移（業種別）



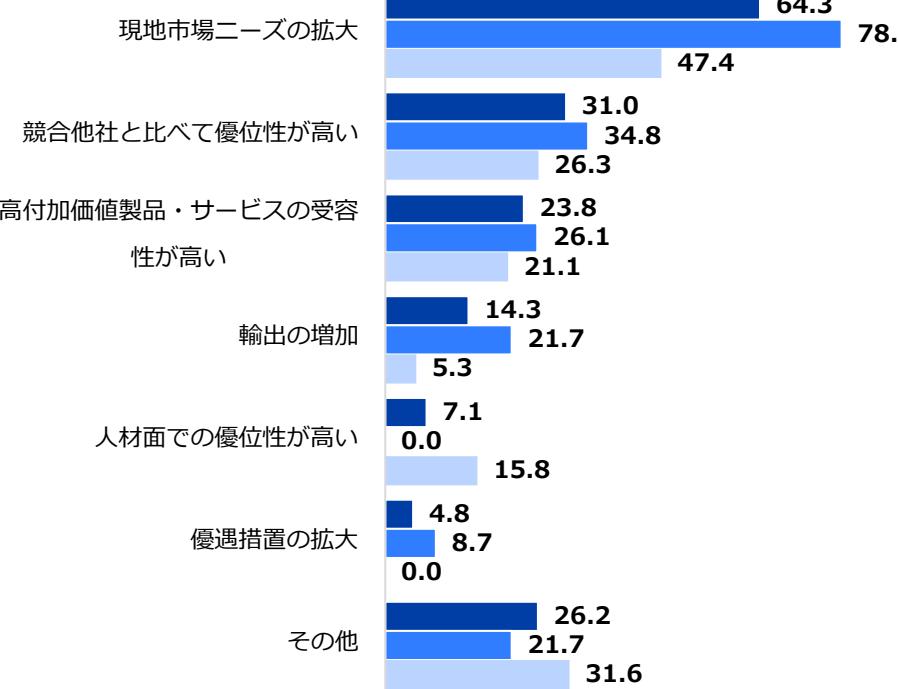
(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.  
ジェトロ作成。無断転載・転用を禁ず

## 2 | 事業展開の理由： 現地市場ニーズの拡大が6割半ば、EV製造拡大など

- 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64.3%を占め最大。電気自動車(EV)の製造拡大や、脱炭素関連の需要拡大を挙げる声がみられた。
- 具体的な拡大機能は販売(57.1%)が最も高く、生産(高付加価値品、33.3%)、新規事業開発(21.4%)が続いた。

事業拡大の理由（複数回答）

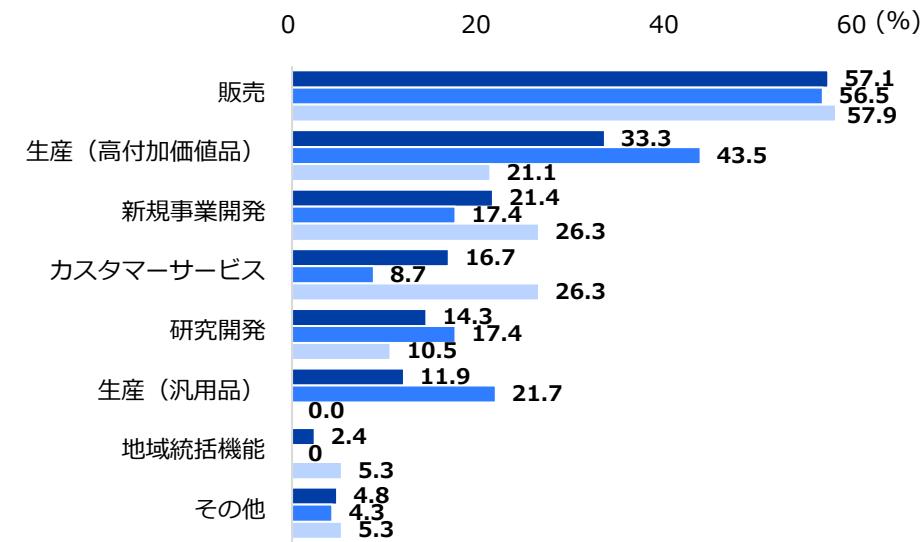


(注) 上位項目のみ掲載。

事業拡大の具体的理由（自由記述）

- 電気自動車(EV) 製造の拡大  
【輸送用機器・部品、ゴム・窯業・土石、商社、運輸／倉庫など】
- 二酸化炭素(CO<sub>2</sub>)回収、脱炭素ニーズの具体化  
【一般機械、鉄・非鉄・金属など】
- レジャー需要が引き続き堅調【旅行・娯楽業】

具体的な拡大機能（複数回答）



(注) 上位項目のみ掲載。

# 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/ora2/20240027>



## 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