



2024年度

海外進出日系企業実態調査 | 欧州編

-グリーン・デジタル法規制や高コストの課題に挑む在欧日系企業-

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部

2024年12月

目次

本調査の概要	2
調査結果のポイント	4
I. 営業利益見通し	6
II. 今後1～2年の事業展開	12
III. 欧州の政策・規制	19
IV. 経営上の問題点	25
V. 競争環境の変化	31
VI. 調達と販売	38
VII. 日EU・EPAおよび日英EPA	46
VIII. ESGへの取り組み	50

本調査の概要

調査目的	海外に進出する日系企業活動の実態を把握し、その結果を我が国企業および政策担当者向けに幅広く提供することを目的とする。
調査方法	ジェトロの海外事務所ネットワークを活用して抽出した西欧14カ国、中・東欧9カ国の日系企業（日本側出資比率10%以上の法人。駐在員事務所、連絡事務所、現地で日本人が起業した法人は対象外）1,324社を対象にオンライン配布・回収によるアンケートを実施。772社より有効回答を得た。有効回答率58.3%。
実施期間	2024年8月27日～9月19日
留意点	• ジェトロの欧州事務所が信頼できると思われる情報ソースを用い、本調査の対象となる欧州進出日系企業を捕捉したが、進出企業情報の完全な正確性・網羅性を保証するものではない。 • アンケートに回答した企業が、各設問に全て回答したわけではない。本資料における図表等の構成比は、四捨五入して表記したため、必ずしも合計が100%にならない場合がある。また、複数回答可能な設問は必ずしも合計が100%にならない。 • n数は、各設問の有効回答数を示す。 • 各選択肢の回答企業数の分母が5社に満たない業種や国、選択肢は対象から外した。
本報告の内容	1. 営業利益見通し 2. 今後の1～2年の事業展開 3. 欧州の政策・規制 4. 経営上の問題点 5. 競争環境の変化 6. 調達と販売 7. 日EU・EPA（経済連携協定）および日英EPA 8. ESGへの取り組み

本調査の概要

製造業

食品・農水産加工品、繊維（紡績・織物・化学繊維）、衣服・繊維製品（履物、手袋、皮革製品、縫製品を含む）、木材・木製品、家具・インテリア製品・装備品、紙・パルプ、印刷・出版、化学品・石油製品、医薬品、プラスチック製品、ゴム製品、窯業・土石、鉄鋼（鋳鍛造品を含む）、非鉄金属、金属製品（メッキ加工を含む）、一般機械（はん用・生産用・工作機械/建機・農機/金型・工具含む）、情報通信機器・事務機器、医療機器、精密機器（分析機器、光学機器など）、電気・電子機器、電気・電子機器部品、輸送用機器（自動車・二輪車）、輸送用機器部品（自動車・二輪車）、輸送用機器（鉄道車両・船舶・航空・運搬車両）、輸送用機器部品（鉄道車両・船舶・航空・運搬車両）、日用品・文具・雑貨・スポーツ用品、その他製造業

非製造業

農林水産業、鉱業、建設・プラント・エンジニアリング、電気・ガス・熱供給・水道、運輸・倉庫、通信・IT・ソフトウェア・情報システム・デジタルサービス、BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）、メディア・マスコミ・コンテンツ、広告・マーケティング・調査、卸売、小売、商社、販売会社、銀行、ノンバンク（保険、証券、クレジットカード、リース等）、不動産、ビル・施設管理/空調/警備/清掃、レンタル、コンサルティング、法務・会計・税務等専門サービス、持株・統括会社、デザイン・設計、修理/保守/検査・分析、人材紹介・人材派遣、ホテル・旅行、飲食、娯楽・生活関連サービス（イベント、スポーツ施設、理美容を含む）、教育・研究機関、医療・福祉・ヘルスケア、その他

（注）本資料中では一部の業種名は短縮したかたちで表示。

国・地域別回答数	調査企業数	
	有効回答	構成比
総数	772	100.0
■ 西欧	634	82.1
ドイツ	271	35.1
英国	76	9.8
オランダ	61	7.9
フランス	57	7.4
ベルギー	43	5.6
スペイン	21	2.7
フィンランド	18	2.3
オーストリア	18	2.3
アイルランド	16	2.1
イタリア	15	1.9
スイス	11	1.4
ポルトガル	9	1.2
スウェーデン	9	1.2
デンマーク	9	1.2
■ 中・東欧	138	17.9
チェコ	60	7.8
ハンガリー	30	3.9
ポーランド	20	2.6
ルーマニア	17	2.2
セルビア	4	0.5
スロベニア	3	0.4
ブルガリア	2	0.3
スロバキア	1	0.1
モンテネグロ	1	0.1

調査結果のポイント I

1. 製造業で「黒字」見込みは61.0%、前年調査から7.7ポイント減少

- 営業利益「黒字」見込みの割合は、66.2%で前年から3.2ポイント減となった。
- 前年実績比の2024年の営業利益見込みは、「改善」が「悪化」をわずかに上回った。「悪化の理由」として、「現地市場での需要減少」が最も多く、ついで「人件費の上昇」となった。

2. 今後1～2年間の事業展開の方向性では「現状維持」が「拡大」を上回る

- 今後1～2年の事業展開の方向性について48.9%の企業が「現状維持」と回答し、「拡大」（46.2%）を上回った。具体的に拡大する機能では、「販売機能の拡大」が最多。
- ウクライナ復興支援・ビジネス活動で関心のある分野として、「ウクライナとの貿易・販売、既存商流の回復」（48.0%）や「復興に向けたインフラ再整備にともなう投資、関連事業」（46.4%）を選択する企業が、関連業種を中心に多かった。

3. EUの政策・規制でCBAMに最大の関心、デジタルでは3割弱の企業でAIを活用開始

- 在欧州日系企業が注目するEUの政策・規制は、前年度に引き続き炭素国境調整メカニズム（CBAM）が最大の関心で39.2%であった。業種別では商社、金属製品、輸送用機器部品で50%を超えた。
- EUは世界に先駆けてAI法案を成立させ、2026年から適用を開始する。すでにAIを活用している企業は全体の27.9%で、通信・IT等（81.5%）、銀行（50.0%）、商社（39.4%）で高い割合。

4. 経営上の問題点では人材確保が最大課題、コスト関連項目が上位

- 「人材の確保」、「インフレ」、「労働コストの高さ」などの項目が経営上の問題点として前年調査より増加。一方で前年度最大の課題であった「ウクライナ情勢」は減少した。
- そのほか、製造業においては「輸送コスト」と「調達コスト」の割合が高い。非製造業では「為替変動」が3番目に高い。

調査結果のポイント II

5. ブランド力の高い欧州企業に対峙する日系企業

- 主力製品・サービスの市場シェアの2019年からの変化は増加が40.5%、横ばいが43.9%と、世界比較でも比較的穏やか。1番の競争相手と選択した企業はEU域内の企業（61.1%）。他地域の日系企業と比較すると、最大の競争相手と考える理由として「ブランド・知名度」を挙げる企業が欧州で49.5%と最も多かった。

6. サプライチェーンは多様化と短縮化の動き

- 今後1～2年のサプライチェーン戦略については、「調達の多様化」との回答が前年に引き続き首位で、全業種の48.3%、製造業では51.7%を占めた。製造業において「調達の多様化」や「サプライチェーンの短縮化・ニアショアリング」を模索する動きがみられる。
- 在EU日系企業の中国からの調達を「縮小」させると回答した企業の割合は、前年調査に引き続き多く、23.3%が「縮小」する方針を示した。特に中・東欧の企業にその傾向が強い。

7. 日EU・EPAは日本からの輸入で58.5%の企業が利用、前年比13ポイント増

- 在欧日系企業の日EU・EPAの利用状況について、日本からEUへの輸入では58.5%の回答企業が既に利用。前回調査より13.3ポイント増となり、ゴム製品などで高い利用割合が示された。
- 日EU・EPAによる輸入で輸入国税関から検認を受けたと回答した企業は12.9%。利用における課題として、国や税関担当者による運用・確認レベルの差や、原産地規則への対応が挙げられた。

8. 企業のサステナビリティ取り組み、コスト・負担増との両立が課題

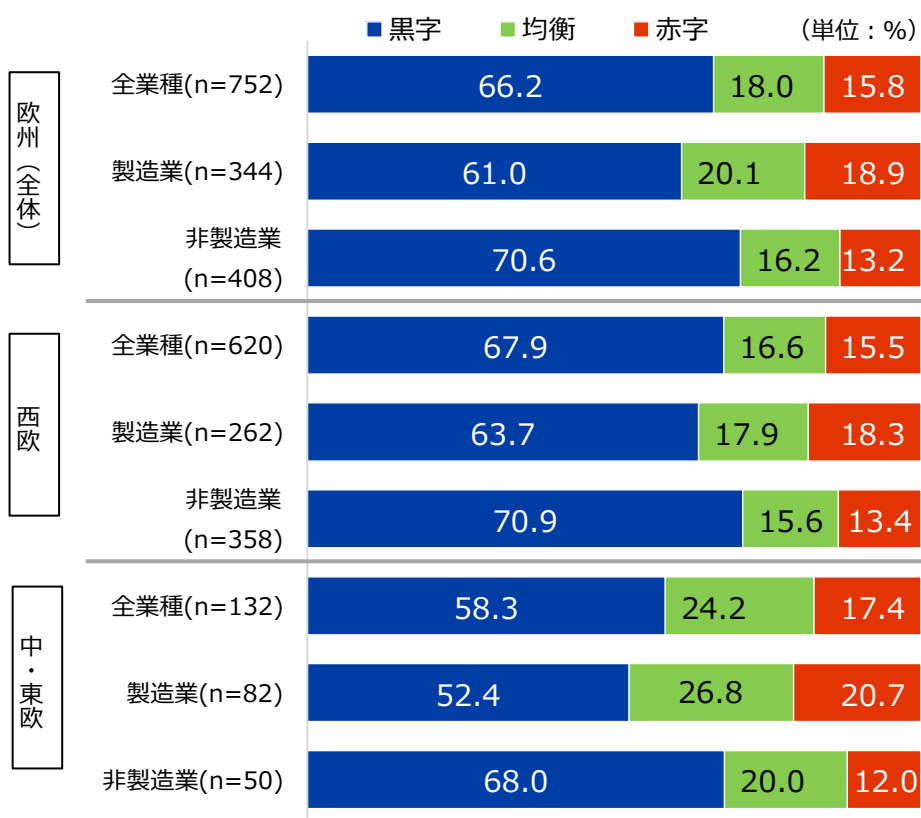
- 「人権デューディリジェンスを実施している」企業は37.2%（前年38.0%）、「脱炭素化に取り組んでいる」企業は59.7%（前年61.7%）と、いずれもわずかに減少。コスト・負担増が課題に。
- ビジネスチャンスとして関心のある脱炭素関連事業は、「バッテリー・蓄電」（44.9%）、「モビリティ・関連インフラ」（40.7%）が上位に。

I. 営業利益見通し

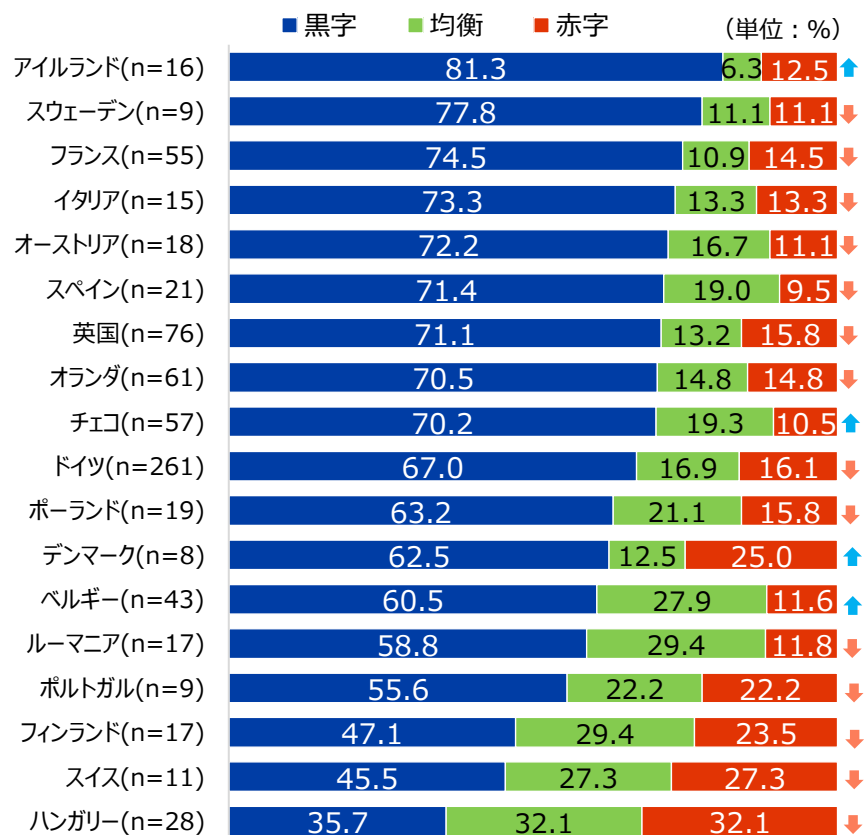
1 | 2024年の営業利益見込み： 製造業で「黒字」見込みが7.7ポイント減少

- 営業利益「黒字」見込みの割合は、欧州全体で前年から3.2ポイント減、製造業で7.7ポイント減となった。西欧、中・東欧の製造業ではそれぞれ63.7%、52.4%となり、前年調査と比べて中・東欧（前年62.1%）の落ち込みが特に大きかった。
- 国別でみてもほとんどの国で黒字が昨年より減少した一方、アイルランド、チェコ、デンマーク、ベルギーでは黒字が増加した。

2024年の営業利益見込み（業種別）



2024年の営業利益見込み（国別）



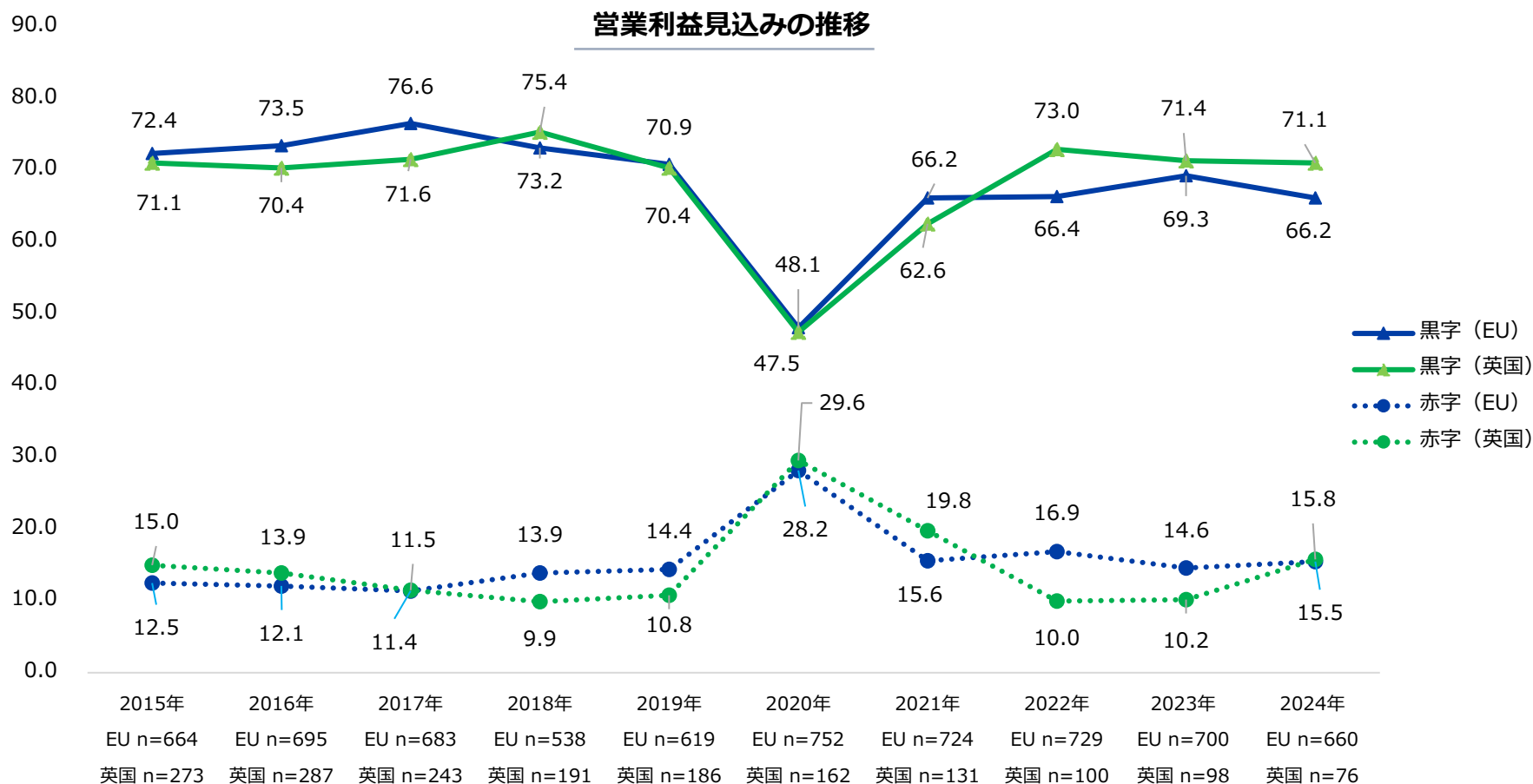
(注) ↑「黒字」が昨年より増加、↓ 昨年より減少 Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved. ジェトロ作成。無断転載・転用を禁ず

2 | 営業利益見込みの推移（過去10年間 全業種）： EUの「黒字」割合、新型コロナ以降初の減少へ

- 2024年の営業利益が「黒字」見込みの割合は、EUが66.2%、英国が71.1%となり、**EUでは新型コロナ禍後の2021年度調査以後で初めて減少へ転じた。**
- 2024年の営業利益が「赤字」見込みの割合は、EUが15.5%、英国が15.8%となり、英国では前年から5ポイント以上増加した。

(単位：%)

営業利益見込みの推移

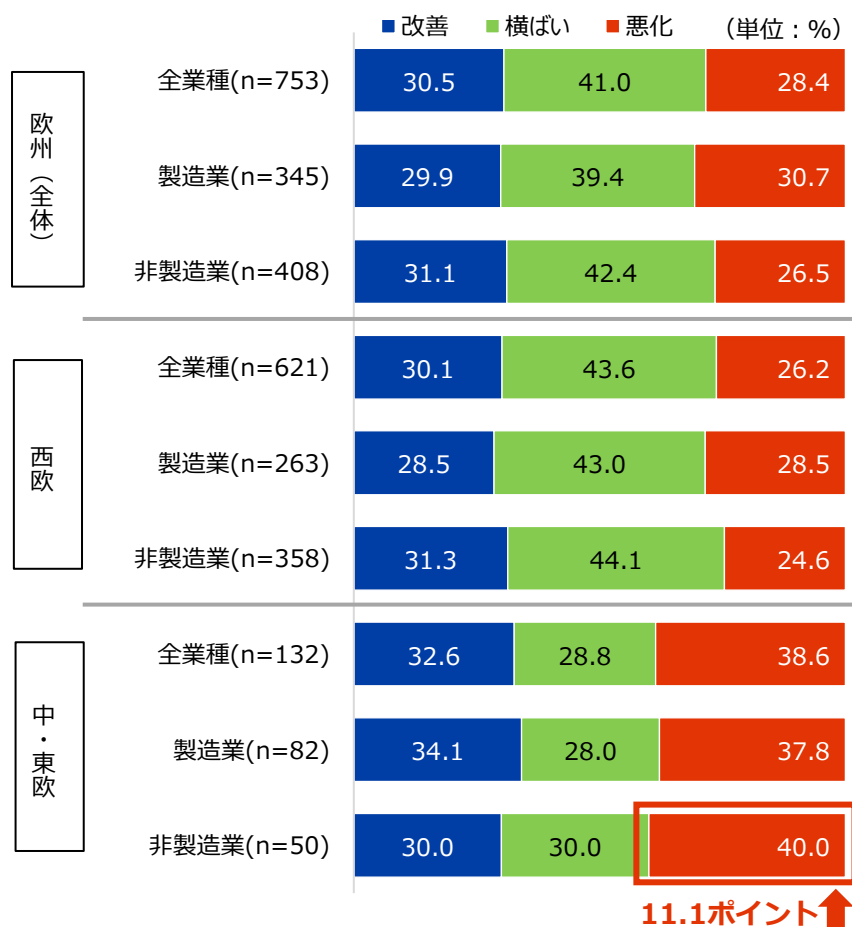


3

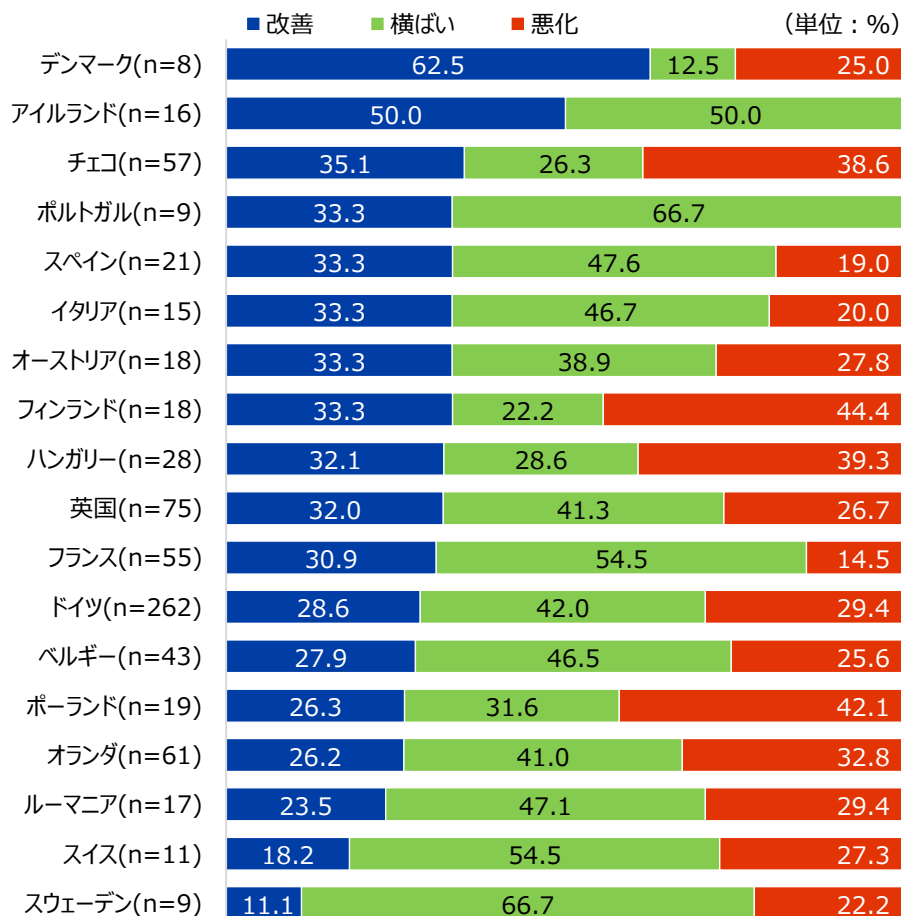
2023年実績と比較した2024年の営業利益見込み： 中・東欧の非製造業の悪化見込みは前年より大幅に拡大

- 前年実績比の2024年の営業利益見込みは、欧州全体（全業種）で「改善」が「悪化」を2.1ポイント上回り、9.8ポイント上回った前年調査時より同差の縮小傾向が続く。
- 中・東欧の非製造業の「悪化」見込みの割合は、前年より11.1ポイント増加した。

2023年実績と比較した2024年の営業利益見込み（業種別）



2023年実績と比較した2024年の営業利益見込み（国別）



4 | 2024年の営業利益見込みの「改善」／「悪化」理由： 営業利益見込み「悪化」の主な理由は、需要減少

- 前年と比較した営業利益の「改善の理由」について、欧州全体、西欧では「現地市場での需要増加」が最も多く、中・東欧（製造業）では「生産効率、販売効率、稼働率などの改善」が最も多い。
- 前年と比較した営業利益の「悪化の理由」について、欧州全体、西欧、中・東欧いずれも「現地市場での需要減少」が最も多く、ついで「人件費の上昇」となった。

営業利益見込み（前年比）が「改善」する理由（複数回答）

（単位：％）

改善の理由（上位順）	欧州			西欧			中・東欧		
	全業種 (n=228)	製造業 (n=102)	非製造業 (n=126)	全業種 (n=185)	製造業 (n=74)	非製造業 (n=111)	全業種 (n=43)	製造業 (n=28)	非製造業 (n=15)
1 現地市場での需要増加	41.7	38.2	44.4	41.1	37.8	43.2	44.2	39.3	53.3
2 現地市場での販売体制強化	30.7	26.5	34.1	33.0	32.4	33.3	20.9	10.7	40.0
3 輸出先市場での需要増加	28.1	32.4	24.6	29.2	35.1	25.2	23.3	25.0	20.0
4 販売価格の変更	21.5	32.4	12.7	20.0	29.7	13.5	27.9	39.3	6.7
5 生産効率、販売効率、稼働率などの改善	19.3	35.3	6.3	14.6	27.0	6.3	39.5	57.1	6.7

営業利益見込み（前年比）が「悪化」する理由（複数回答）

（単位：％）

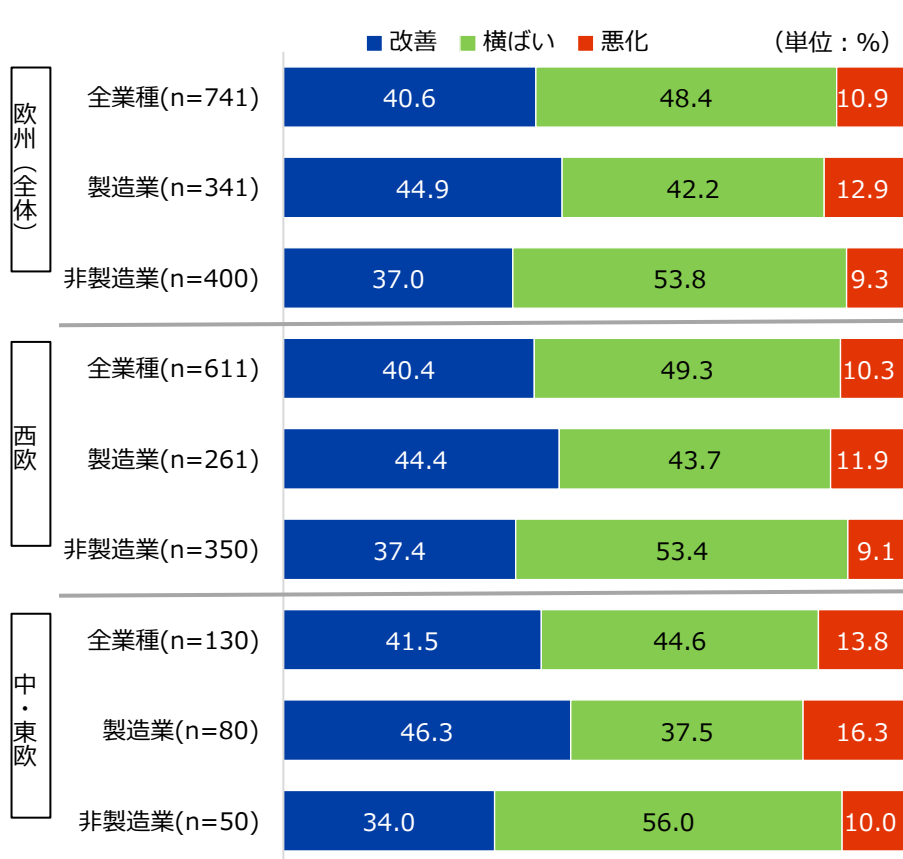
悪化の理由（上位順）	欧州			西欧			中・東欧		
	全業種 (n=212)	製造業 (n=105)	非製造業 (n=107)	全業種 (n=161)	製造業 (n=74)	非製造業 (n=87)	全業種 (n=51)	製造業 (n=31)	非製造業 (n=20)
1 現地市場での需要減少	60.8	68.6	53.3	61.5	74.3	50.6	58.8	54.8	65.0
2 人件費の上昇	43.9	45.7	42.1	44.1	44.6	43.7	43.1	48.4	35.0
3 輸出先市場での需要減少	32.1	41.9	22.4	31.1	40.5	23.0	35.3	45.2	20.0
4 他社との競合激化	30.2	31.4	29.0	30.4	31.1	29.9	29.4	32.3	25.0
5 原材料・部品調達コストの上昇	29.7	35.2	24.3	31.1	35.1	27.6	25.5	35.5	10.0

（注）オレンジは、地域別・業種別の最上位。

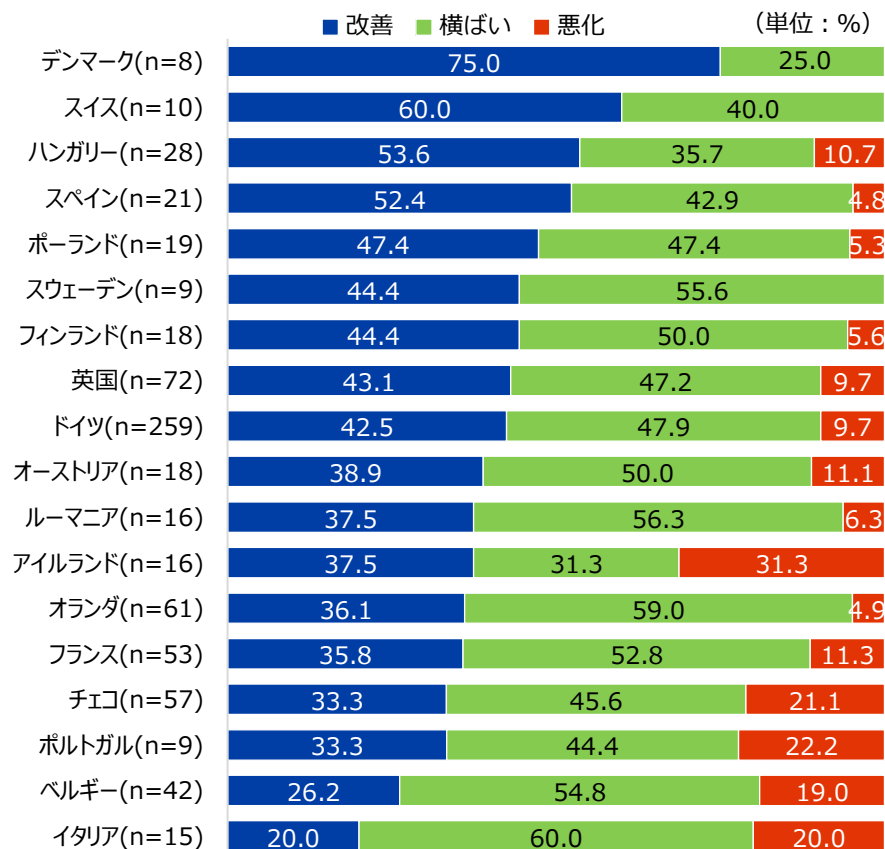
5 | 2024年と比較した2025年の営業利益見通し： 2025年営業利益、2024年比「改善」見通しは約4割

- 2025年の営業利益見通しでは欧州全体で「改善」が40.6%で、前年調査と比べて0.5ポイント増加、「悪化」が10.9%で同0.2ポイント増加した。
- 国別では、約4分の3の国で「横ばい」と「悪化」の合計が「改善」を上回り、特にアイルランドでは3割以上が営業利益「悪化」の見通し。

2024年と比較した2025年の営業利益見通し（業種別）



2024年と比較した2025年の営業利益見通し（国別）



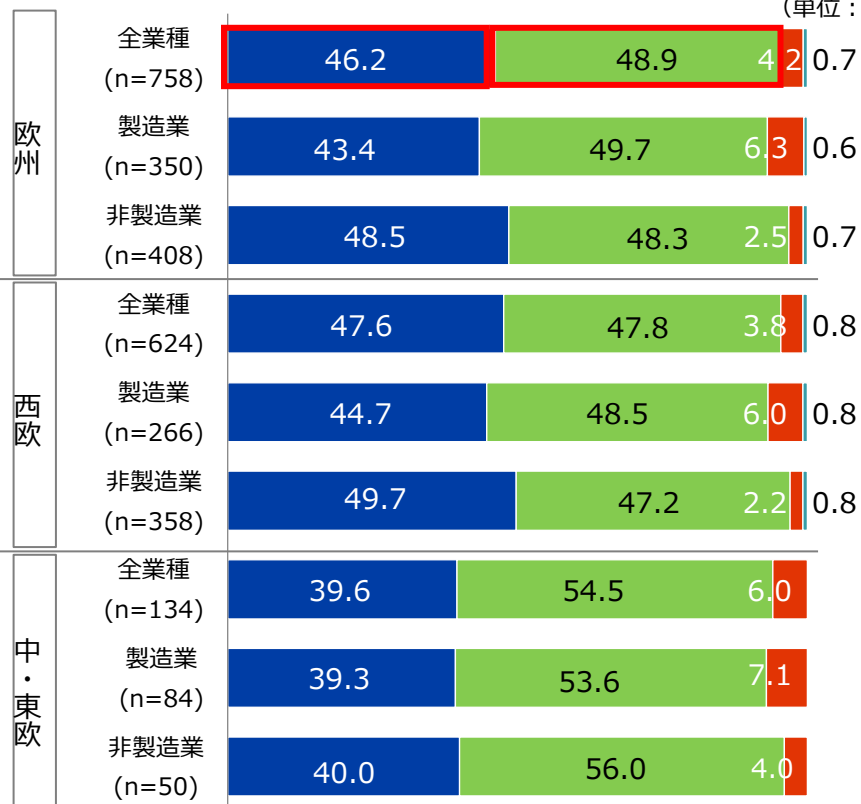
Ⅱ. 今後1～2年の事業展開

1 今後1～2年の事業展開の方向性： 今後の事業「拡大」は減少、「現状維持」「縮小」は微増

- 今後1～2年の事業展開の方向性について48.9%の企業が「現状維持」と回答し、「拡大」（46.2%）を上回った。「拡大」と回答した企業は、前年調査から5.4ポイント減となった一方、「現状維持」は前年調査から3.5ポイント、「縮小」は1.8ポイントそれぞれ増加した。
- 国別では、スペインとオーストリアで「拡大」と回答した企業の割合が7割を超えた。「現地市場ニーズの拡大」（非製造業）、「高付加価値製品の受容性が高い」（スペイン）、「競合他社と比べて優位性が高い」（オーストリア）などが主な理由。

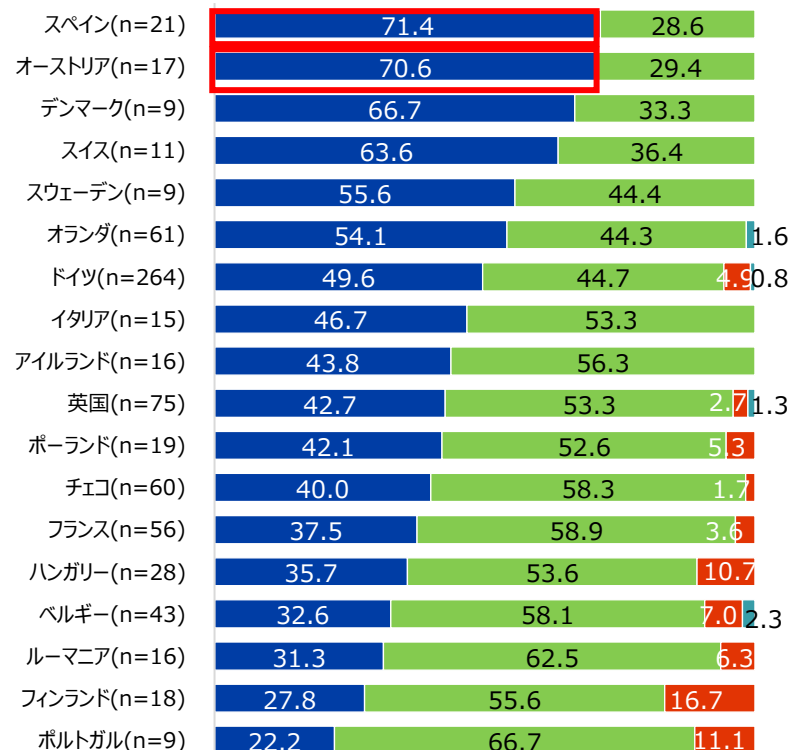
今後1～2年の事業展開の方向性（業種別）

■ 拡大 ■ 現状維持 ■ 縮小 ■ 第3国（地域）へ移転、撤退
(単位：%)



今後1～2年の事業展開の方向性（国別）

■ 拡大 ■ 現状維持 ■ 縮小 ■ 第3国（地域）へ移転、撤退
(単位：%)

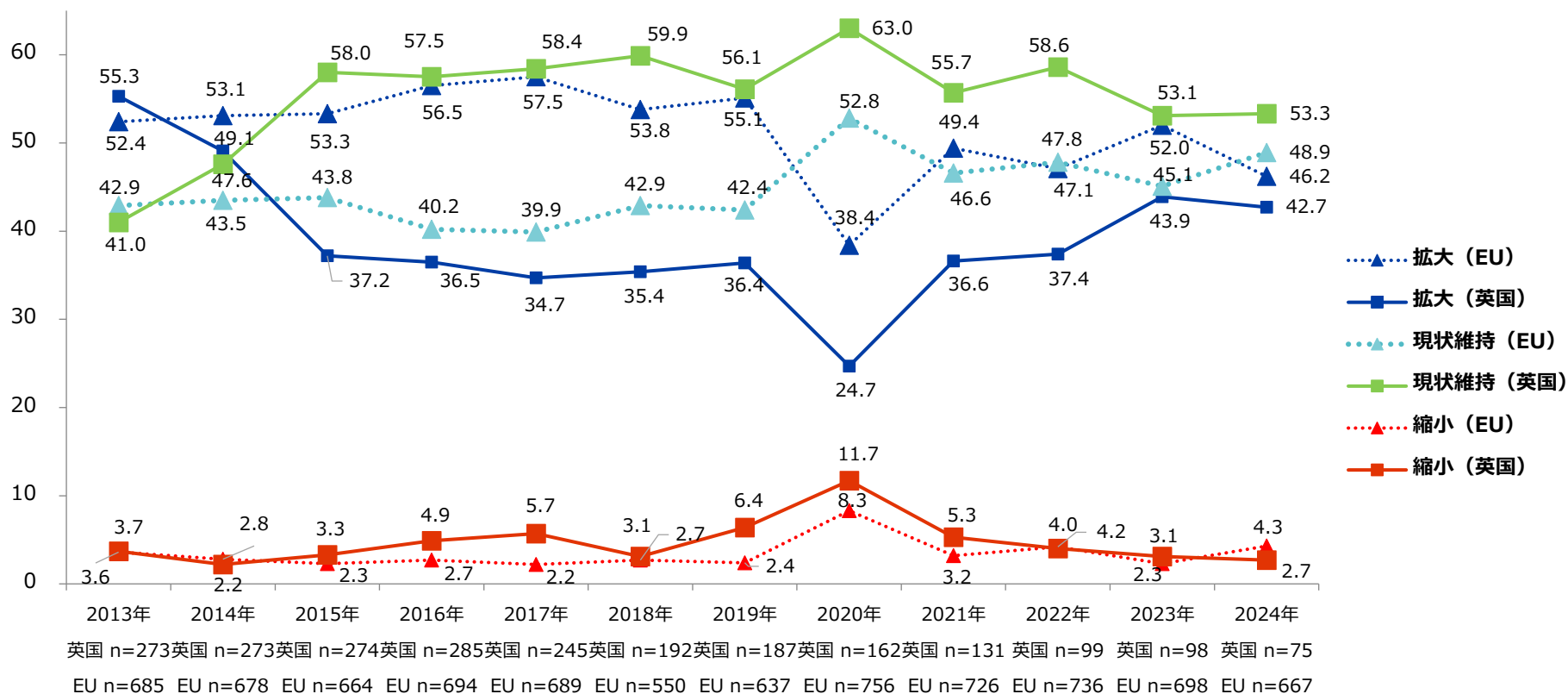


2 | 今後1～2年間の事業展開の方向性の推移： EU、英国ともに「現状維持」が「拡大」を上回る

- 今後1～2年の事業展開についての「現状維持」の割合は、EUが48.9%、英国が46.2%と、「拡大」を上回った。
- EUにおける「縮小」の割合は4.3%と、前年調査から2.0ポイント上回った。

今後1～2年間の事業展開の方向性の推移（全業種）

（単位：％）



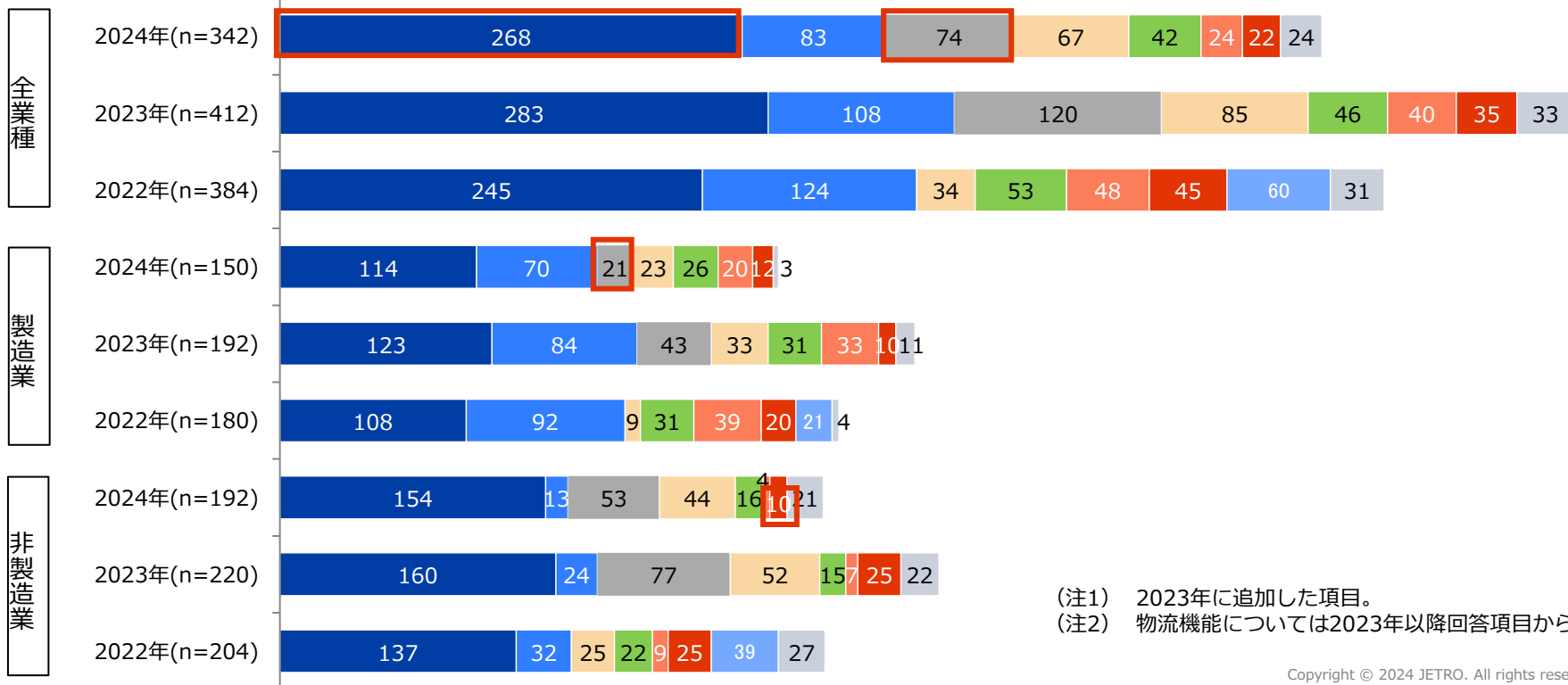
3 具体的に拡大する機能（業種別）： 今後「拡大」する機能として「新規事業開発」は減少

- 今後1～2年の事業を「拡大」と回答した企業に具体的に拡大する機能を聞いたところ、**現地市場ニーズの拡大により「販売機能」と回答した企業は前年から約1割増加した**。「新規事業開発」と回答した企業は全業種で減少し、特に製造業では前年から半数以下となった。需要減少、高コストのため利益確保が優先され、投資に影響しているとみられる。
- 非製造業では「地域統括機能」を拡大すると回答した企業は前年調査から約半減した。

具体的に拡大する機能（複数回答）

（単位：社）

■ 販売機能 ■ 生産(高付加価値品) ■ 新規事業開発（注1） ■ カスタマーサービス ■ 研究開発 ■ 生産(汎用品) ■ 地域統括機能 ■ 物流機能（注2） ■ その他



（注1） 2023年に追加した項目。

（注2） 物流機能については2023年以降回答項目から削除。

4 具体的に拡大する機能（国別）： 国別の拡大機能では、「販売機能の拡大」が最多

- 国別では「販売機能」の拡大と回答した企業の割合は、スウェーデン、イタリア、ポーランドが上位3カ国だった。
- 前年「新規事業開発」を拡大すると回答した企業の割合が高かったスウェーデン、チェコ、ハンガリー、フランスがそれぞれ42.9ポイント、35.9ポイント、27.3ポイント、25.5ポイント減少した。

具体的に拡大する機能（国別、複数回答）

（単位：社、％）

	拡大する機能 （上位順）	欧州 （n=342）	西欧 （n=289）	英国 （n=30）	ドイツ （n=127）	フランス （n=20）	イタリア （n=7）	オランダ （n=33）	ベルギー （n=14）	スペイン （n=15）	アイルランド （n=7）	フィンランド （n=5）	スイス （n=7）	スウェーデン （n=5）	オーストリア （n=12）	デンマーク （n=5）
西欧	販売	268 78.4	232 80.3	21 70.0	109 85.8	17 85.0	7 100.0	24 72.7	10 71.4	12 80.0	6 85.7	3 60.0	4 57.1	5 100.0	9 75.0	4 80.0
	生産 （高付加価値品）	83 24.3	66 22.8	7 23.3	26 20.5	4 20.0	3 42.9	8 24.2	1 7.1	7 46.7	2 28.6	1 20.0	2 28.6	2 40.0	1 8.3	2 40.0
	新規事業開発	74 21.6	66 22.8	8 26.7	26 20.5	4 20.0	1 14.3	8 24.2	3 21.4	4 26.7	2 28.6	3 60.0	1 14.3	0 0.0	5 41.7	1 20.0
	カスタマー サービス	67 19.6	60 20.8	5 16.7	24 18.9	3 15.0	1 14.3	7 21.2	2 14.3	5 33.3	2 28.6	3 60.0	1 14.3	3 60.0	4 33.3	0 0.0
	研究開発	42 12.3	38 13.1	4 13.3	11 8.7	5 25.0	2 28.6	2 6.1	2 14.3	3 20.0	0 0.0	2 40.0	2 28.6	0 0.0	4 33.3	0 0.0
	生産 （汎用品）	24 7.0	17 5.9	4 13.3	5 3.9	1 5.0	1 14.3	5 15.2	0 0.0	1 6.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	地域統括機能	22 6.4	21 7.3	4 13.3	7 5.5	1 5.0	0 0.0	5 15.2	2 14.3	0 0.0	1 14.3	0 0.0	1 14.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
中・東欧	拡大する機能 （上位順）	欧州 （n=342）	中・東欧 （n=53）	チェコ （n=24）	ハンガリー （n=10）	ポーランド （n=8）	ルーマニア （n=5）									
	販売	268 78.4	36 67.9	16 66.7	4 40.0	7 87.5	3 60.0									
	生産 （高付加価値品）	83 24.3	17 32.1	8 33.3	5 50.0	2 25.0	0 0.0									
	新規事業開発	74 21.6	8 15.1	4 16.7	0 0.0	2 25.0	1 20.0									
	カスタマー サービス	67 19.6	7 13.2	4 16.7	1 10.0	1 12.5	0 0.0									
	研究開発	42 12.3	4 7.5	2 8.3	2 20.0	0 0.0	0 0.0									
	生産 （汎用品）	24 7.0	7 13.2	4 16.7	1 10.0	0 0.0	1 20.0									
	地域統括機能	22 6.4	1 1.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0									

（注1）各国・地域のカッコ内は、今後1～2年の事業を「拡大」と回答した企業数。

（注2）機能別の上段は拡大する機能として選んだ（複数回答）企業数、
下段は[n]に対する割合。

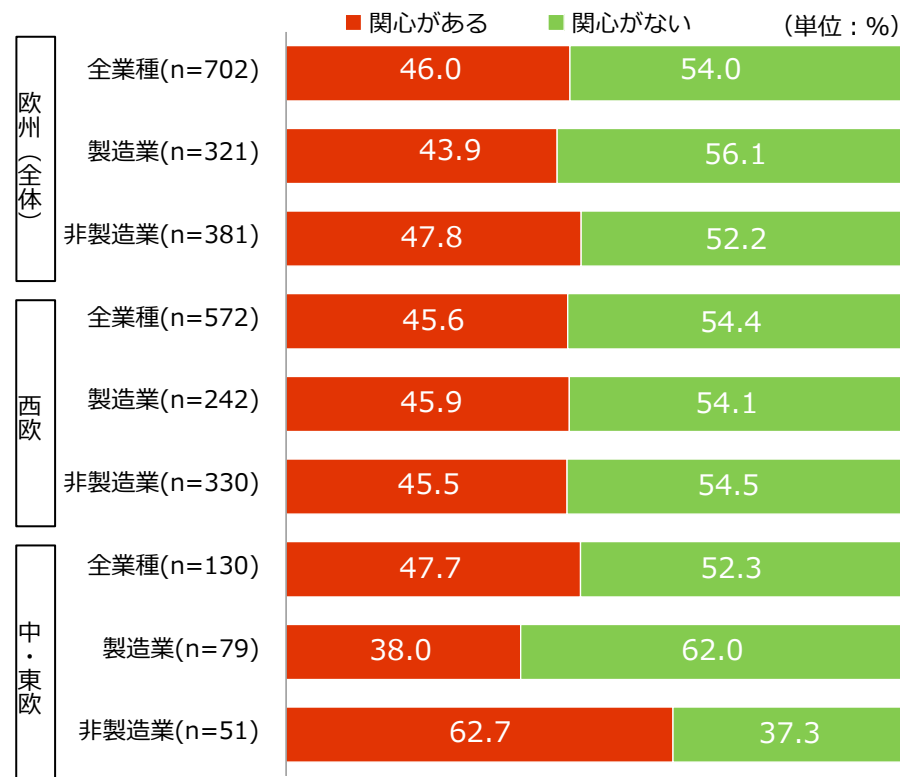
（注3）オレンジは欧州全体の機能別上位3カ国。

（注4）水色は前年から大きく割合が減少した国。

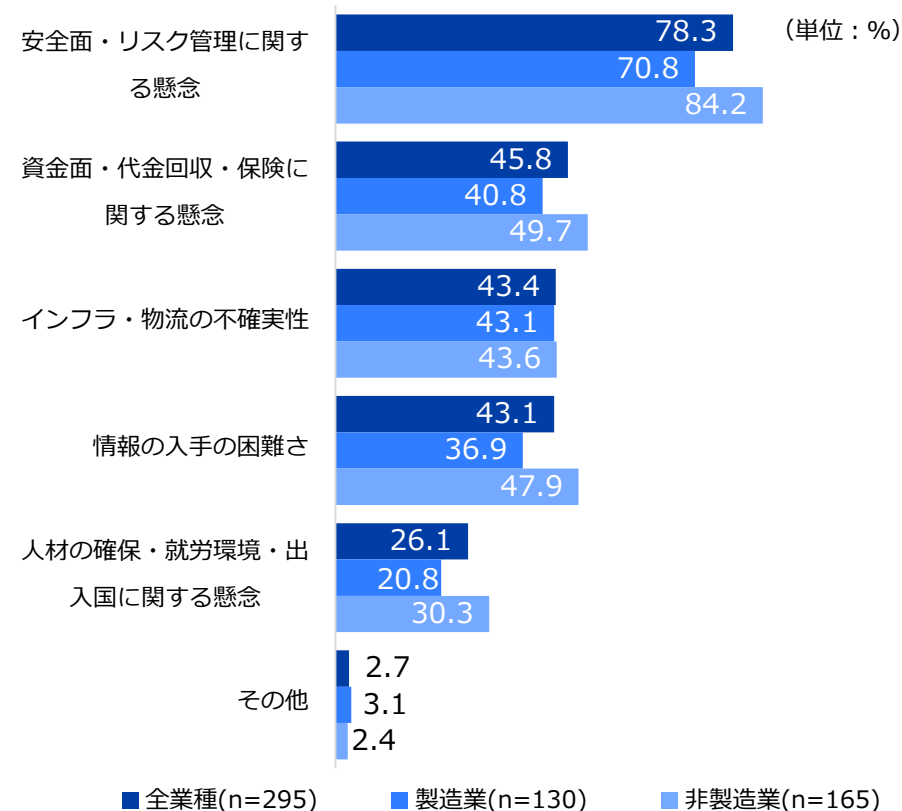
5 | ウクライナ復興支援・ビジネス活動への関心と課題： 5割弱が関心、最大の懸念は安全面・リスク管理

- 今後のウクライナにおける復興支援・ビジネス活動に46.0%の企業が、関心があると回答（前年調査では48.3%）。特に**中・東欧の非製造業が62.7%と高く**（前年調査から4.2ポイント増）、同地域の運輸・倉庫、建設・プラント等、販売会社、商社などの業種で関心が高かった。
- 復興支援・ビジネス活動を進めるにあたっての課題やボトルネックとしては、**安全面・リスク管理に関する懸念が78.3%と最も高かった**。

ウクライナ復興支援・ビジネス活動への関心（業種・地域別）



ウクライナ復興支援・ビジネス活動の課題・懸念点（業種別）



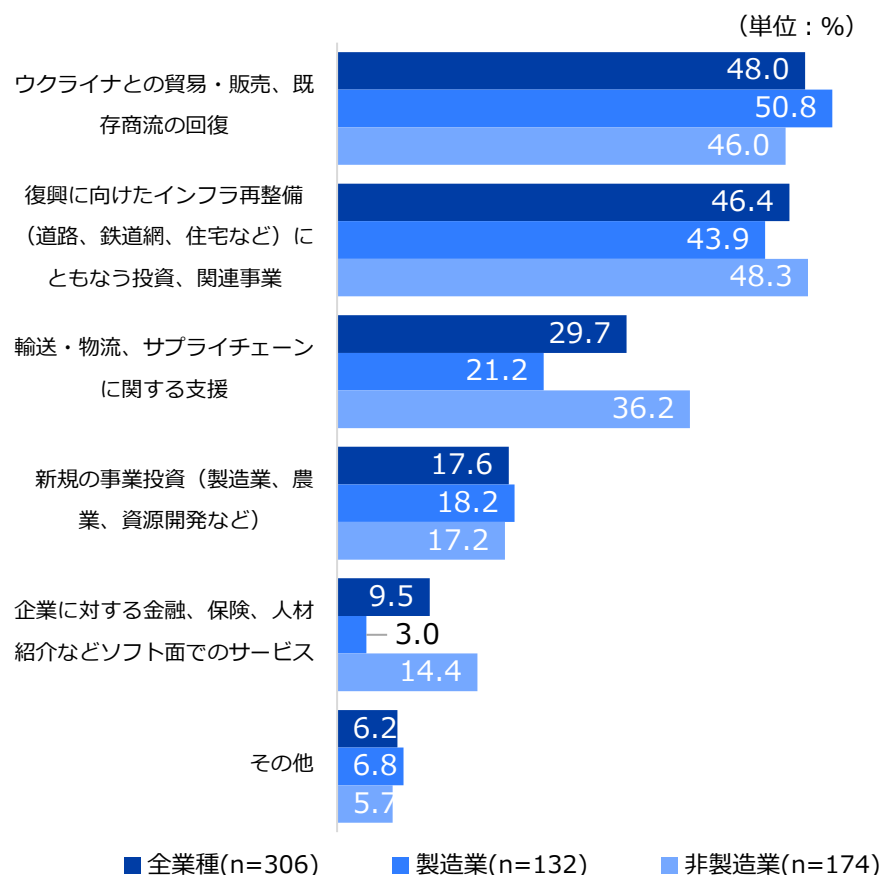
(注) 左図で「関心がある」とした回答者が対象。

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

6 | ウクライナ復興支援・ビジネス活動の関心分野： 貿易・販売、既存商流の回復へ高い関心

- ウクライナ復興支援・ビジネス活動で関心のある分野として、「**ウクライナとの貿易・販売、既存商流の回復**」（48.0%）や「**復興に向けたインフラ再整備にともなう投資、関連事業**」（46.4%）を選択する企業が、関連業種を中心に多かった。
- 「その他」の自由記述回答としては、「医療設備、公衆衛生の再構築」（在ドイツ、販売会社）や「自社AIを活用した行政サービスの効率化」（在オーストリア、通信・IT）を挙げる企業がみられた。

ウクライナ復興支援・ビジネス活動の関心分野（業種別）



左図の上位5位の詳細業種

（単位：%）

1. ウクライナとの貿易・販売、既存商流の回復	
電気・電子機器（n=11）	81.8
鉄鋼（n=5）	80.0
食品・農水産加工品（n=9）	66.7
販売会社（n=53）	66.0
金属製品（n=7）	57.1
2. インフラ再整備にともなう投資、関連事業	
建設・プラント等（n=7）	85.7
銀行（n=8）	75.0
商社（n=32）	71.9
金属製品（n=7）	71.4
一般機械（n=27）	70.4
3. 輸送・物流、サプライチェーンに関する支援	
運輸・倉庫（n=39）	82.1
輸送用機器部品（自動車等）（n=11）	45.5
金属製品（n=7）	42.9
商社（n=32）	40.6
化学品・石油製品（n=10） および 電気・電子機器部品（n=10）	30.0

（注）社数は各項目への回答企業数。
n=5以上の業種で比較。

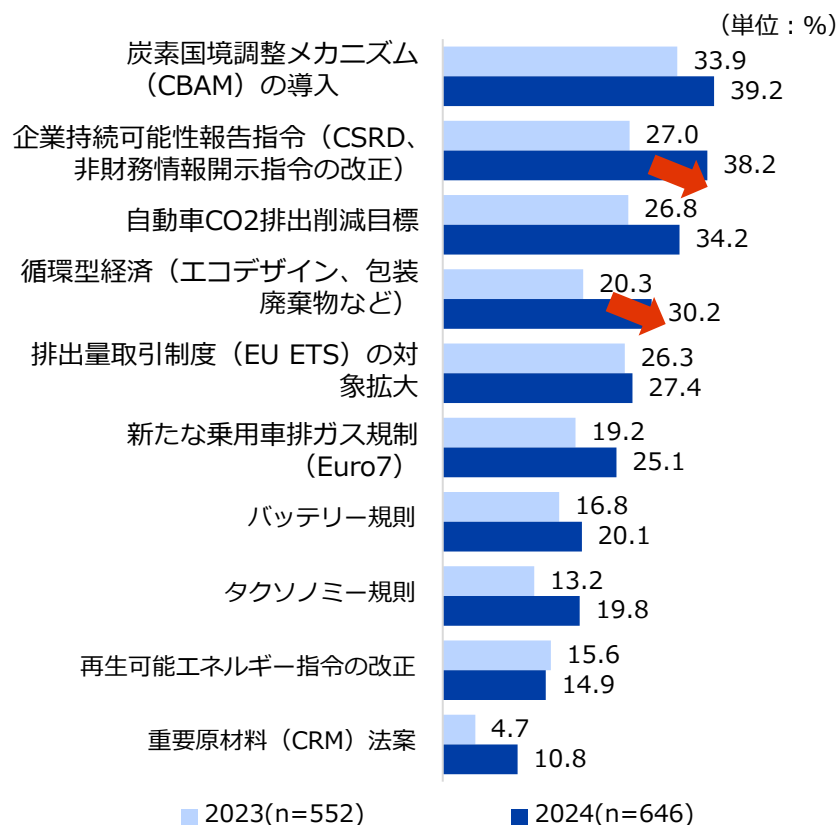
Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.
ジェトロ作成。無断転載・転用を禁ず

Ⅲ. 欧州の政策・規制

1 注目するEUの政策・規制： 炭素国境調整メカニズム（CBAM）に最大の関心

- 在欧州日系企業が注目するEUの政策・規制は、昨年に引き続き**CBAMが最大の関心で39.2%**であった。業種別では商社、金属製品、輸送用機器部品で50%を超える。
- 企業持続可能性報告指令（CSRD）は38.2%と注目が高まり、前年調査より10ポイント以上増加。業種別では非製造業の割合が高い。そのほか循環型経済への注目度も昨年度より9.9ポイント増加した。

在欧州日系企業が注目するEUのグリーン政策・規制



(注) 2023年度にはその他の選択肢も含まれる。

政策・規制に関心を持つ各業種に占める割合

(単位：%)

CBAMの導入	
商社 (n=69)	69.6
金属製品 (n=11)	54.5
輸送用機器部品 (n=48)	52.1
CSRD	
銀行 (n=13)	69.2
通信・IT等 (n=12)	58.3
商社 (n=69)	47.8
自動車CO2排出削減目標	
輸送用機器部品 (n=48)	66.7
金属製品 (n=11)	45.5
通信・IT等 (n=12)	41.7
循環型経済	
非鉄金属 (n=10)	50.0
食品・農水産加工品 (n=18)	44.4
電気・電子機器 (n=20)	40.0

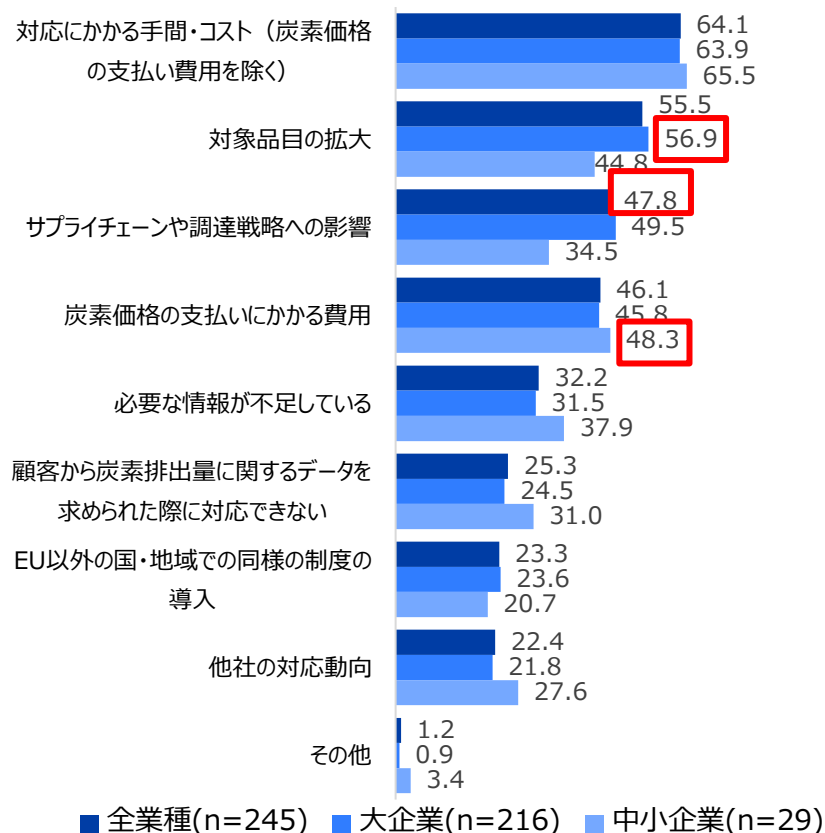
(注) n=10以上の業種で比較。その他製造業は除く。

2 | CBAM、CSRDの注目点： CBAMは対象製品拡大や報告方法、製品価格高騰に懸念

- 制度導入における注目点ではCBAM、CSRDともに**対応コストについての課題**を挙げる企業が最も多かった。
- CBAMについては、大企業の2位は対象品目の拡大だったのに対し、中小企業の2位は炭素価格の支払いにかかる費用だった。サプライチェーンや調達戦略への影響も全業種で47.8%となった。

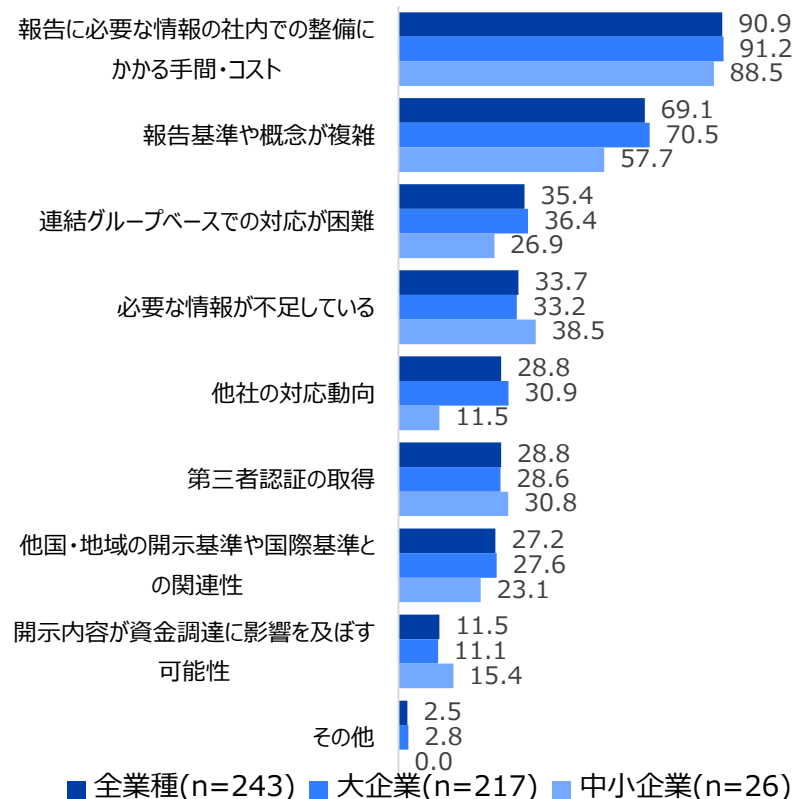
CBAM導入についての注目点

(単位：%)



CSRDの注目点

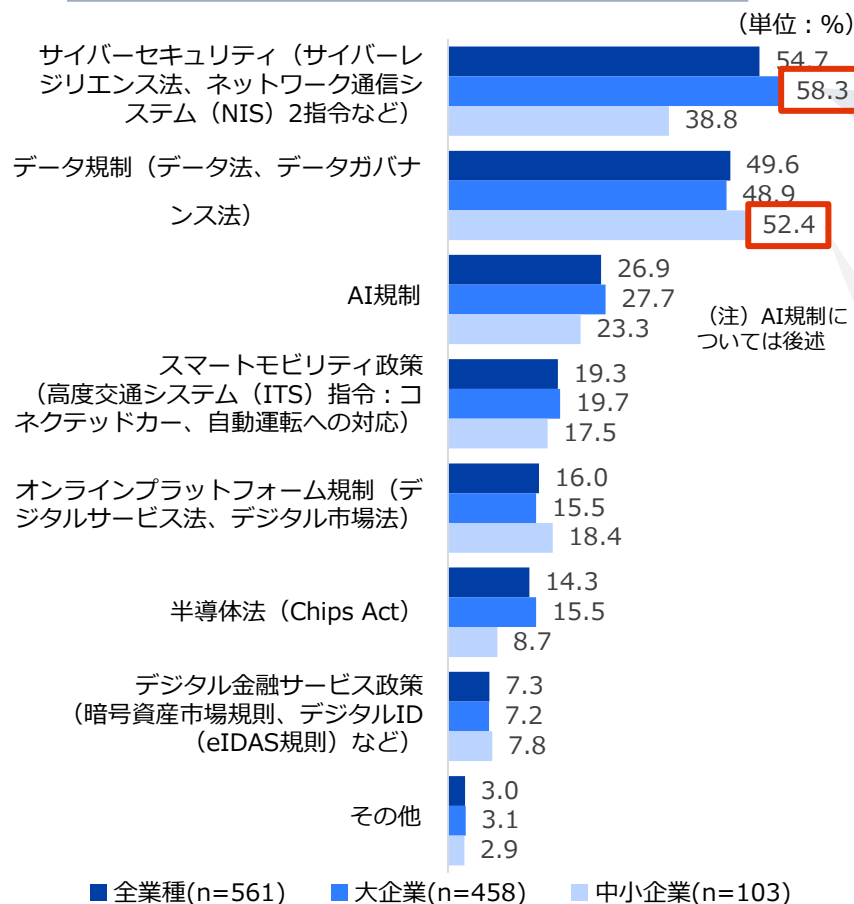
(単位：%)



3 デジタル化関連施策の関心事項： サイバーセキュリティ法規制に注目が集まる

- デジタル化関連施策では、**大企業ではサイバーセキュリティに最大の関心、中小企業ではデータ規制に最大の関心**と回答した企業が最も多かった。
- サイバーレジリエンス法については、規格や基準に注目する企業の声が聞かれた。データ規制については特に自動車関連部品の分野でデータ管理を懸念する声が多かった。

注目する欧州のデジタル化関連の政策や規制



企業の声（自由記述、抜粋）

サイバーセキュリティ

- ・サイバーレジリエンス法のベースとなり得るIEC62443規格に基づく、セキュアな製品開発、製造プロセスへの**適合に向けた社内検討**を進めている。（フィンランド、輸送用機器）
- ・体制整備にかかるコスト、どの程度厳格に運用されるのか、**国により制度に差異が生じた場合の正しい対応基準等**。（ドイツ、商社）
- ・今後サーバー攻撃も複雑化してきた時どこまでの対策を企業として実施しておくべきか、どの程度の費用がかかるのか。（チェコ、印刷・出版）
- ・顧客対応面でのIT面の強化が必須となっており、継続的にこれに労力、コストが割かれる。（フィンランド、一般機械）

データ規制

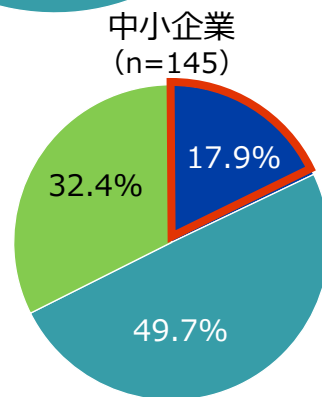
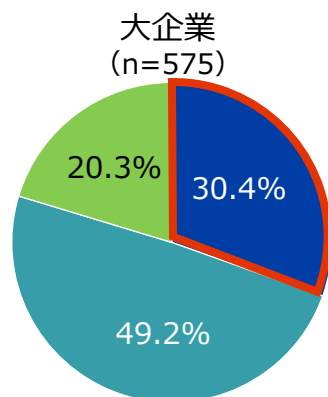
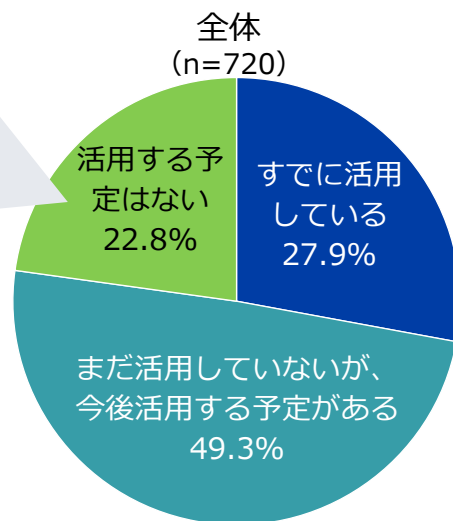
- ・移転に関して厳しい制約を受けたり、規制に対応する為のビジネスプロセスのコスト増加が懸念（ドイツ、電気・電子機器）
- ・**日本とのデータのやり取り**についての規制が懸念（特に個人情報など）（フランス、輸送用機器部品（自動車等））
- ・自動車産業では膨大なデータが生成され、ソフトウェアの開発や最適化、新しいサービスに活用される中、**データの管理と保護、利用方法の適法性を確保**するために慎重に注視。（オランダ、輸送用機器部品）
- ・規制強化による**ビジネスの自由度の抑圧**。（ドイツ、商社）

4 AIの活用状況： 半数の企業が今後の活用を検討、3割弱の企業で活用開始

- EUは世界に先駆けてAI法案を成立させ、2026年から適用を開始する。**すでにAIを活用している企業は全体の27.9%**で、業種別では通信・IT等（81.5%）、銀行（50.0%）、商社（39.4%）と続く。
- AI規制については欧州の法規制全体の26.9%（前頁）が注目しており、企業からのコメントでは「国際認証制度との関連性」や「ガイドラインをどのように定めていくか」などがあった。

AIの活用状況

- ・ 情報不足、人手不足
- ・ 本社の取り組みを踏まえて将来的に検討する
- ・ 会社のガイドラインが決まっていない
- ・ 資金的な余裕がない
- ・ 会社規模が小さい
- ・ データ・情報漏洩リスクの懸念
- ・ 情報セキュリティ上の理由



AIの活用状況（業種別）

（単位：％）

すでに活用している	
通信・IT等 (n=27)	81.5
銀行 (n=12)	50.0
商社 (n=71)	39.4
まだ活用していないが、今後活用する予定がある	
建設・プラント等 (n=10)	80.0
電気・電子機器 (n=23)	65.2
一般機械 (n=42)	64.3

（注）n=10以上の業種で比較。

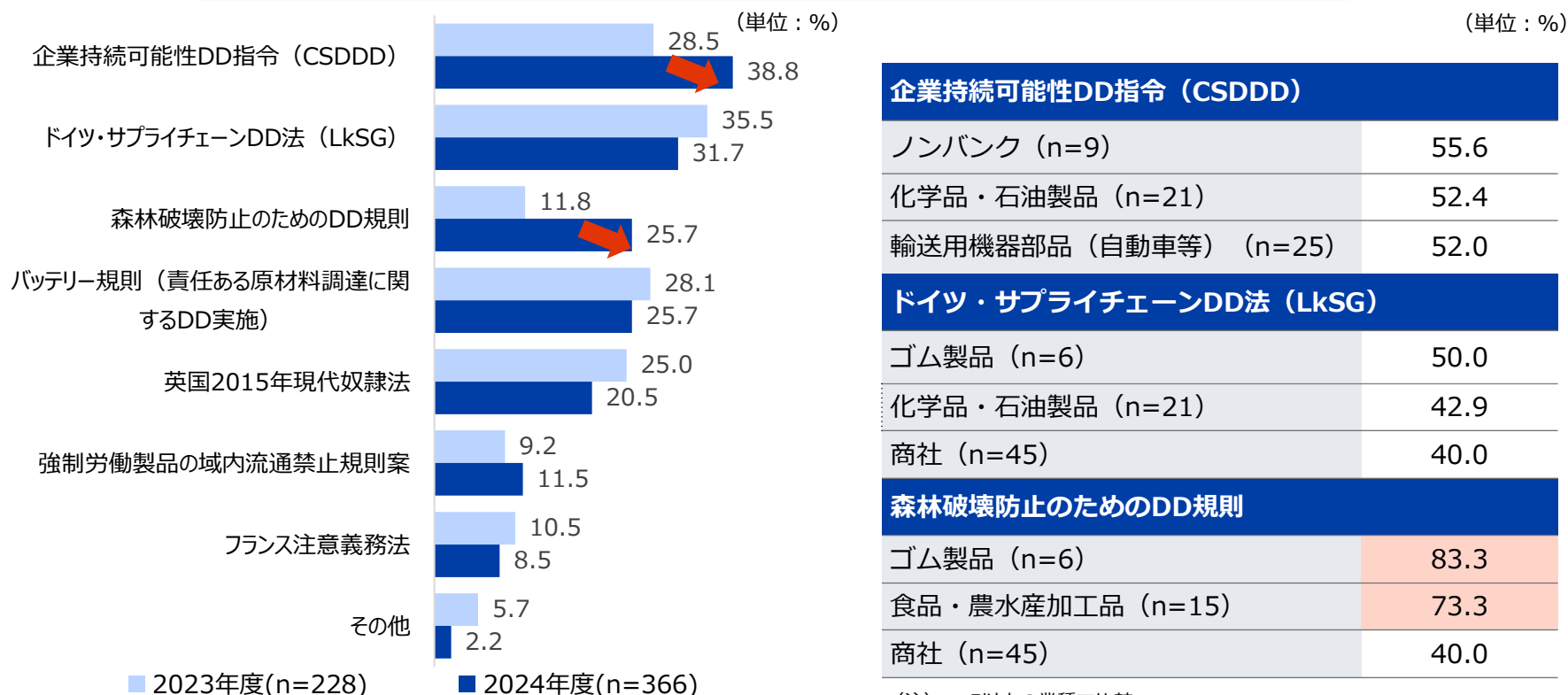
AI規制について注目する点（企業の声）

- ・ 今後どのように運用されていくのか、**関連する国際認証制度（ISO）などとの関連性**はどのようになるのか。（オーストリア、通信）
- ・ AI規制により、**技術の開発や導入が影響を受ける**可能性があり、最先端の技術を取り入れながらも柔軟な対応を行う（オランダ、輸送用機器部品）
- ・ EUとして企業としてのガイドラインをどの様に定め、業務改善に活用できるか注目。（スウェーデン、その他製造業）
- ・ 規制とイノベーションのバランスがどのように議論されているのか。（デンマーク、通信）

5 | 人権・環境デューディリジェンス（DD）関連法規制： CSDDD、森林破壊防止DD規則の影響が大幅に増加

- 人権・環境DD関連法規制のうち、影響が最も大きいのは企業持続可能性DD指令（CSDDD）で、昨年より10.3ポイント増加した。さらに森林破壊防止のためのDD規則についても昨年比で大きく増加した。
- 業種別では、CSDDDはノンバンクや化学品・石油製品が多かった。森林破壊防止のためのDD規則では、ゴム製品や食品・農水産加工品で70%以上が影響を受けている/今後受ける可能性があると回答。

人権・環境デューディリジェンス（DD）関連法規制のうち、すでに影響を受けている、または今後影響を受ける可能性がある法規制（左：年度別、右：業種別）



(注) 2023年度のその他の選択肢は「ノルウェー・透明性法」と「スイス・紛争鉱物・児童労働DD施行令」。

IV. 経営上の問題点

1 欧州の経営上の問題点（前年比・業種別）： 人材確保が最大の課題、コスト関連項目が上位に

- 欧州全体では「人材の確保」が最大の課題（65.5%）で前年からも10.5ポイントと大幅に増加。次いで「インフレ」（55.0%）、「労働コストの高さ」（51.1%）だった。一方で前年最大の課題であった「ウクライナ情勢」（48.1%）は7.3ポイント減少した。
- 製造業・非製造業ともに「人材の確保」と「インフレ」が最大の課題。製造業においては3番目に「輸送コスト」、4番目に「調達コスト」となった。非製造業では「為替変動」が3番目となった。

欧州の経営上の問題点（複数回答）

（単位：％、ポイント）（△はマイナス値）

	2024年調査 (n=740)	2023年調査 (n=749)	前年比増減	業種別					
				製造業			非製造業		
				2024年 (n=341)	2023年 (n=362)	前年比 増減	2024年 (n=399)	2023年 (n=387)	前年比 増減
1 人材の確保	65.5	55.0	10.5	69.5	60.8	8.7	62.2	49.6	12.6
2 インフレ	55.0	53.4	1.6	54.8	55.2	△ 0.4	55.1	51.7	3.4
3 労働コストの高さ	51.1	44.2	6.9	50.7	45.3	5.4	51.4	43.2	8.2
4 為替変動	50.7	31.9	18.8	49.3	32.0	17.3	51.9	31.8	20.1
5 輸送コスト	49.6	32.0	17.6	52.5	35.6	16.9	47.1	28.7	18.4
6 ウクライナ情勢	48.1	55.4	△ 7.3	49.9	58.0	△ 8.1	46.6	53.0	△ 6.4
7 労働コスト上昇率の高さ	46.9	50.3	△ 3.4	49.9	53.6	△ 3.7	44.4	47.3	△ 2.9
8 景気低迷、市場縮小	42.2	29.2	13.0	44.6	29.3	15.3	40.1	29.2	10.9
9 調達コスト	40.4	31.0	9.4	51.9	45.9	6.0	30.6	17.1	13.5
10 欧州の政治・社会情勢	37.0	19.9	17.1	37.8	20.4	17.4	36.3	19.4	16.9
11 エネルギー価格の上昇	36.1	43.7	△ 7.6	43.4	50.8	△ 7.4	29.8	37.0	△ 7.2
12 労働力の質	24.5	27.0	△ 2.5	23.5	29.3	△ 5.8	25.3	24.8	0.5
13 納期	23.9	22.2	1.7	25.8	24.9	0.9	22.3	19.6	2.7
14 厳格な解雇法制	23.6	22.6	1.0	21.1	21.3	△ 0.2	25.8	23.8	2.0
15 サイバー攻撃	18.9	16.3	2.6	15.5	18.0	△ 2.5	21.8	14.7	7.1

（注）赤字・オレンジのセルは2024年の当該産業の上位3項目。

2 | 地域別での経営上の問題点（上位5位）： 西欧、中・東欧ともに経営課題上位は人材・コスト関連

- 西欧、中・東欧ともに経営課題の1位は「人材の確保」、2位は西欧では「労働コストの高さ」、中・東欧では「労働コスト上昇率の高さ」であった。西欧では「人材の確保」が前年調査から11.8ポイント増。
- 「インフレ」に関しては、西欧では前年調査より若干増加したものの、中・東欧では減少しており、**全体的に前年に比べて落ち着いている**。
- 中・東欧では地政学的にも「ウクライナ情勢」に56.4%が回答し、前年から減少ながらも4位となった。

西欧の経営上の問題点（複数回答）

（単位：％、ポイント）

西欧

	2024年調査 (n=607)	2023年調査 (n=623)	前年比増減	業種別					
				製造業			非製造業		
				2024年 (n=259)	2023年 (n=277)	前年比 増減	2024年 (n=348)	2023年 (n=346)	前年比 増減
1 人材の確保	64.3	52.5	11.8	67.6	56.3	11.3	61.8	49.4	12.4
2 労働コストの高さ	54.0	45.7	8.3	54.1	47.7	6.4	54.0	44.2	9.8
3 インフレ	52.9	49.0	3.9	50.6	48.7	1.9	54.6	49.1	5.5
4 為替変動	50.9	29.9	21.0	48.6	28.2	20.4	52.6	31.2	21.4
5 輸送コスト	49.1	30.5	18.6	52.1	33.6	18.5	46.8	28.0	18.8

中・東欧の経営上の問題点（複数回答）

（単位：％、ポイント）（△はマイナス値）

中・東欧

	2024年調査 (n=133)	2023年調査 (n=126)	前年比増減	業種別					
				製造業			非製造業		
				2024年 (n=82)	2023年 (n=85)	前年比 増減	2024年 (n=51)	2023年 (n=41)	前年比 増減
1 人材の確保	71.4	67.5	3.9	75.6	75.3	0.3	64.7	51.2	13.5
2 労働コスト上昇率の高さ	66.9	75.4	△ 8.5	68.3	78.8	△ 10.5	64.7	68.3	△ 3.6
3 インフレ	64.7	75.4	△ 10.7	68.3	76.5	△ 8.2	58.8	73.2	△ 14.4
4 ウクライナ情勢	56.4	65.9	△ 9.5	59.8	68.2	△ 8.4	51.0	61.0	△ 10.0
5 調達コスト	51.9	43.7	8.2	63.4	55.3	8.1	33.3	19.5	13.8

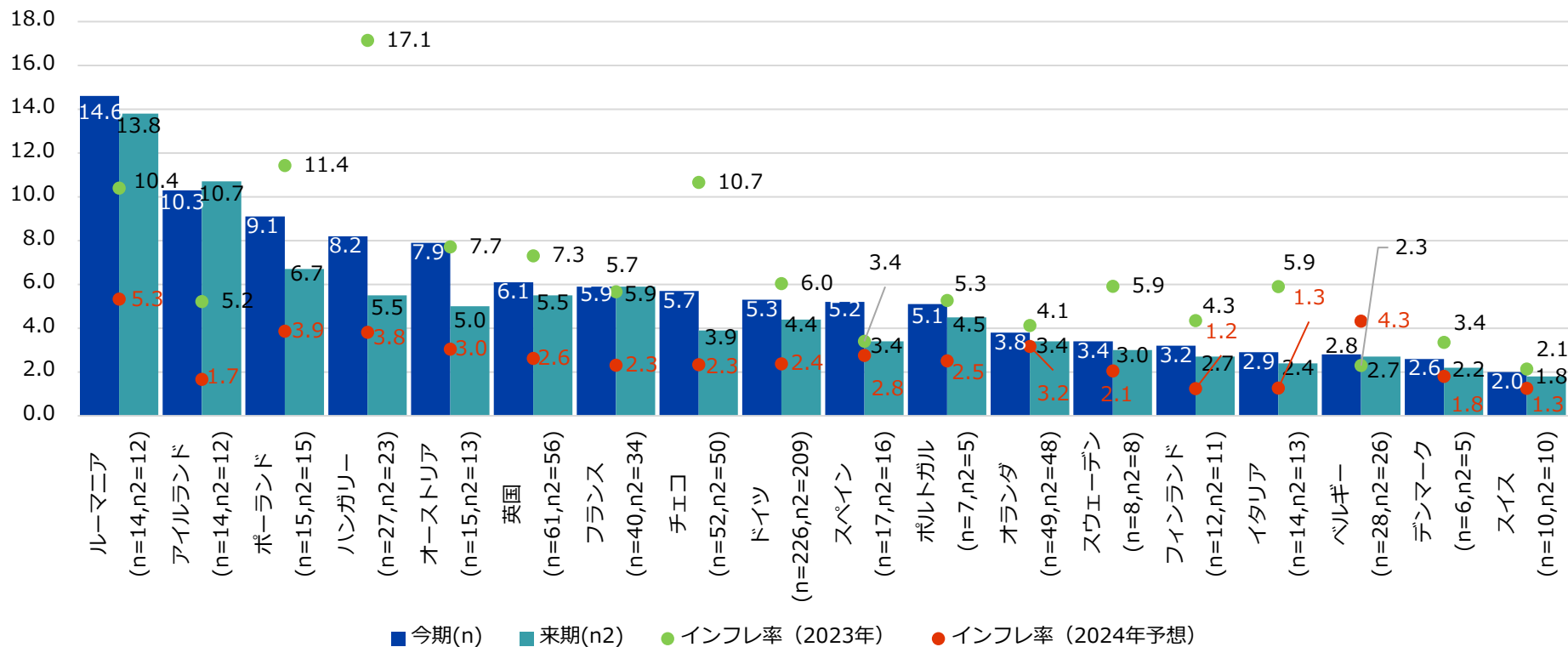
（注）オレンジ、ブルーのセルは2023年と2024年の増減比が高かった上位3項目。

3 | 基本給の平均ベースアップ率： ほぼ全ての国でベースアップ率がインフレ率を上回る

- 2024年度の基本給のベースアップ率（名目、平均値）は、**ベルギーを除く全ての国で現地インフレ率を上回った。**
- 来期のベースアップ率は、**アイルランドとフランスを除く全ての国で今期より低下する見通し。**

基本給の平均ベースアップ率（名目、国別）

（単位：％）

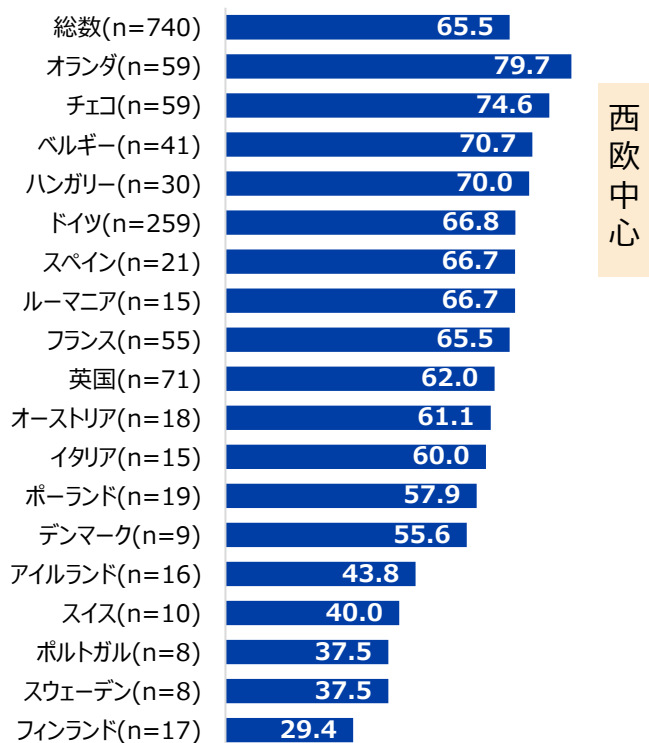


4 | 経営上の問題点（人材の確保、労働コストの高さ、労働コスト上昇率）： 人材の確保と共に高労働コスト・上昇率の課題継続

- 欧州全体で最大の経営課題となった「人材の確保」（65.5%）の回答割合の上位国はオランダ、チェコ、ベルギー、ハンガリーで70%を超えた。
- 「労働コストの高さ」（51.1%）の上位国は西欧諸国、「労働コスト上昇率の高さ」（46.9%）の上位国は中・東欧諸国が中心だった。

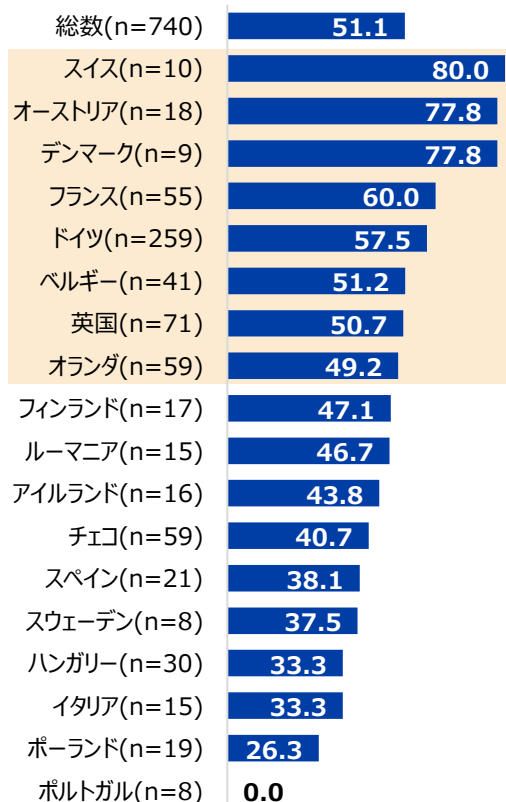
【人材の確保】回答割合

(単位：%)



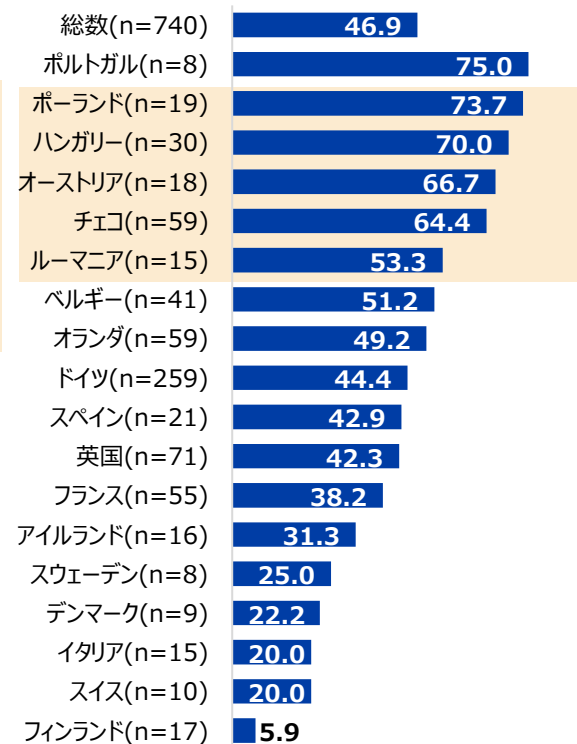
【労働コストの高さ】回答割合

(単位：%)



【労働コスト上昇率の高さ】回答割合

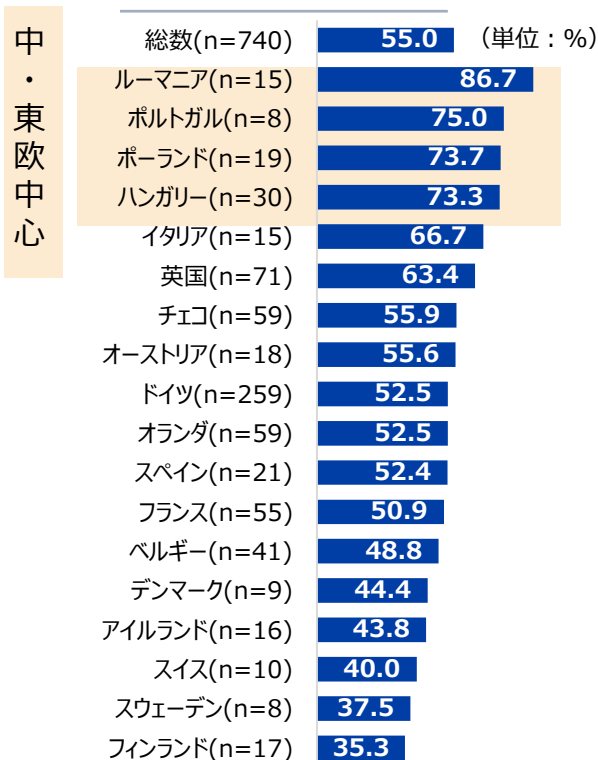
(単位：%)



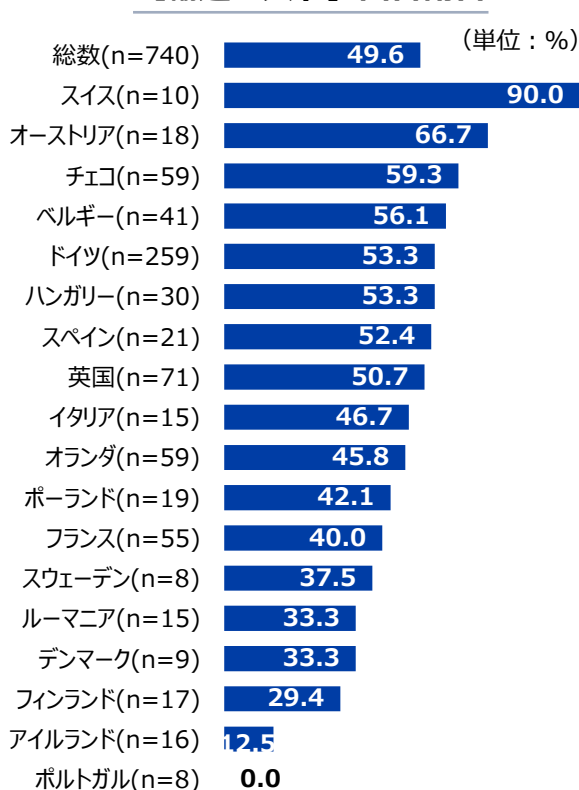
5 | 経営上の問題点（インフレ、輸送コスト、調達コスト）： インフレと共に為替変動・輸送コスト等のコスト増が課題

- 欧州全体で2位の「インフレ」（55.0%）の回答割合の上位には、中・東欧諸国のルーマニア（86.7%）、ポーランド（73.7%）、ハンガリー（73.3%）などが入った。
- 「輸送コスト」（49.6%）は、前年比17.6ポイント増と大幅に上昇。内陸国がトップ3に。製造業ではゴム製品（72.7%）、非鉄金属（63.6%）、電気・電子機器（62.5%）が上位となった。
- 「調達コスト」（40.4%）は、中・東欧および北欧諸国が上位となった。

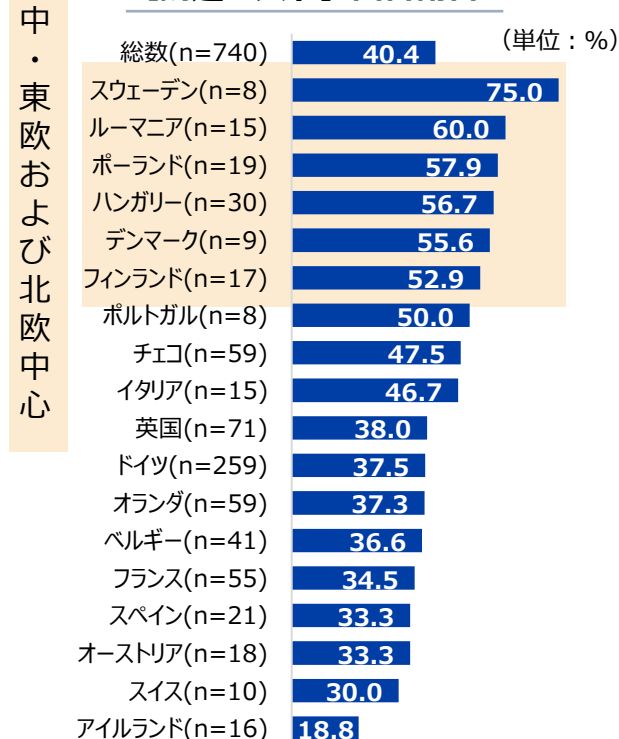
【インフレ】回答割合



【輸送コスト】回答割合



【調達コスト】回答割合

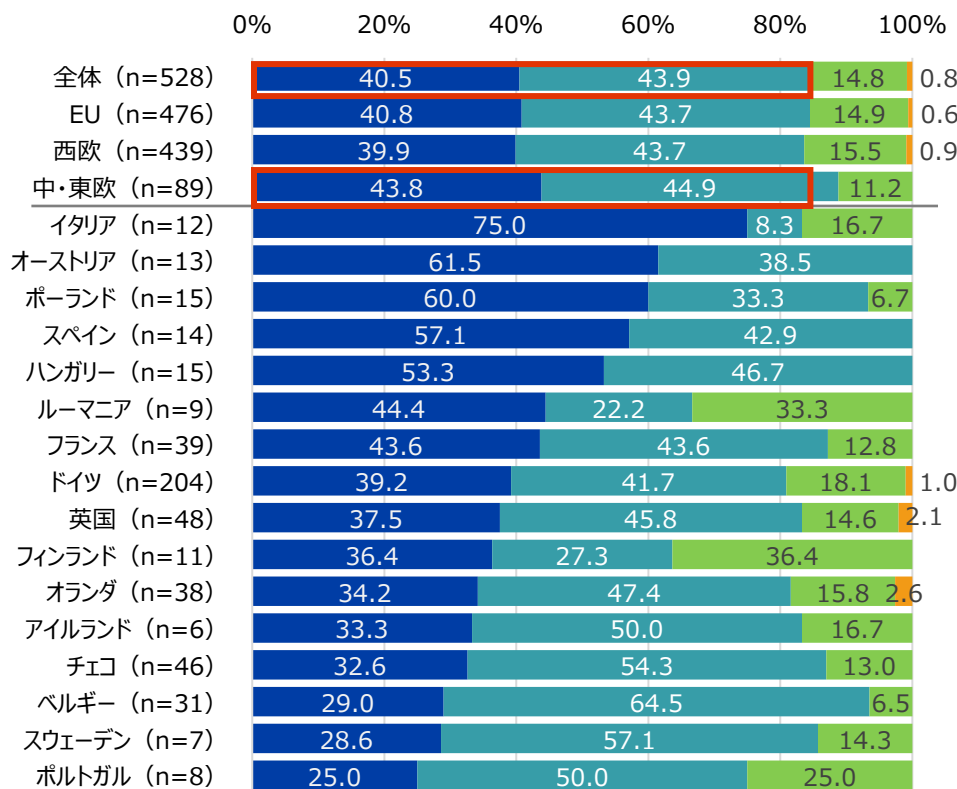


V. 競争環境の変化

1 競争環境の変化（市場シェアと競合相手の増減）： 市場シェアは2019年比で増加・横ばいで80%超

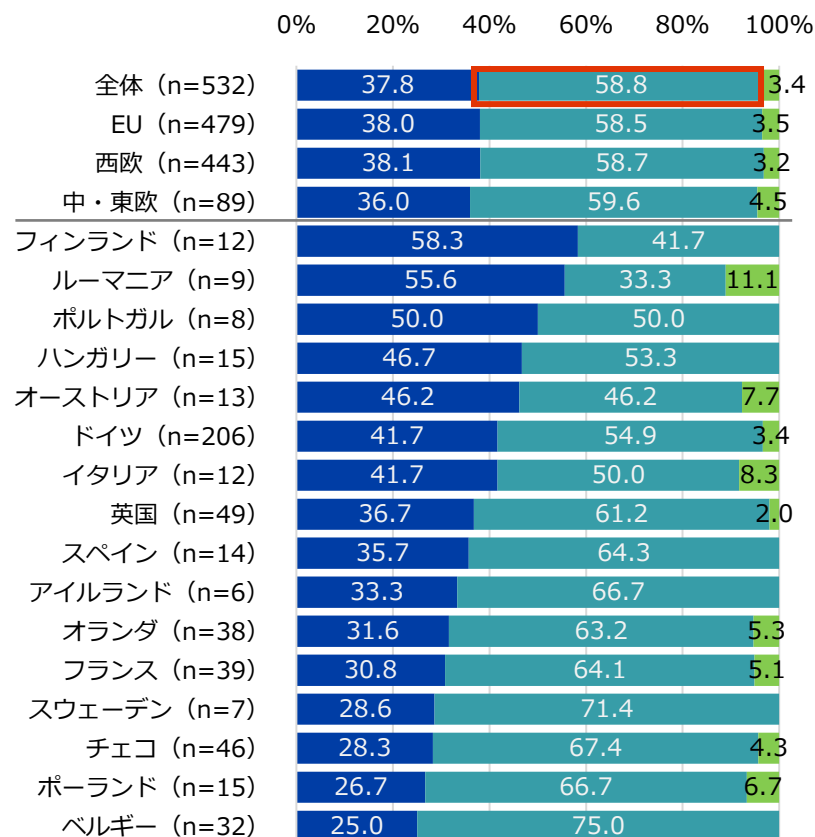
- 進出先における主力製品・サービスの市場シェアは、増加が40.5%、横ばいが43.9%と、**2019年からの変化は比較的穏やか**。中・東欧では増加・横ばいの合計が88.7%とやや高い傾向がみられる。
- 進出先市場の競合相手の数では、横ばいが最も多く60%近くを占めた。縮小と回答した企業はルーマニアで最も多く10%を超えた。

進出先における競争環境の2019年からの変化
【主力製品・サービスの市場シェア】



■ 増加 ■ 横ばい ■ 縮小 ■ 進出先市場における競合はない

【競合相手の数】

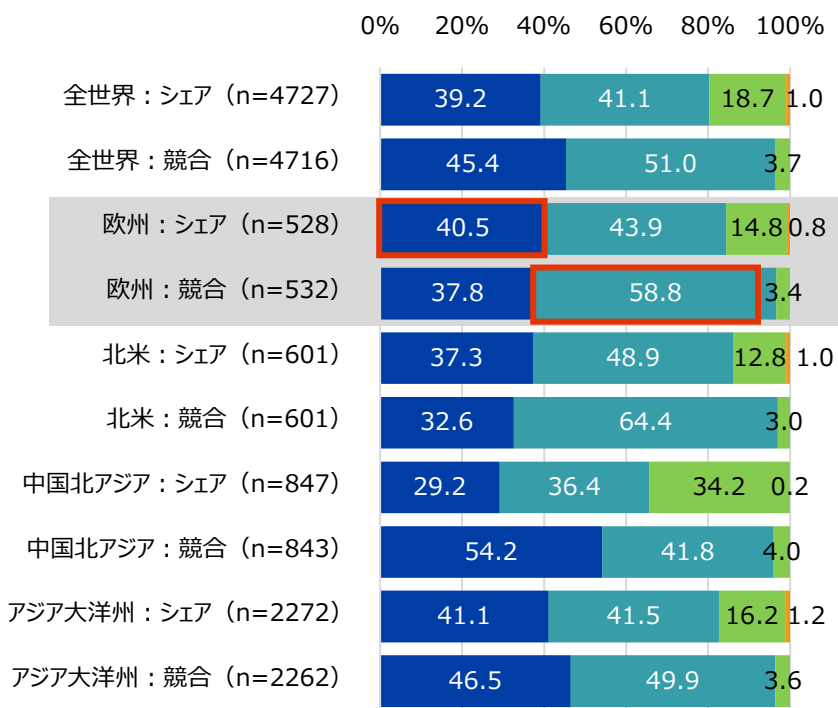


■ 増加 ■ 横ばい ■ 縮小

2 競争環境の変化（他地域との比較）： 欧州は比較的安定した市場競争環境を維持

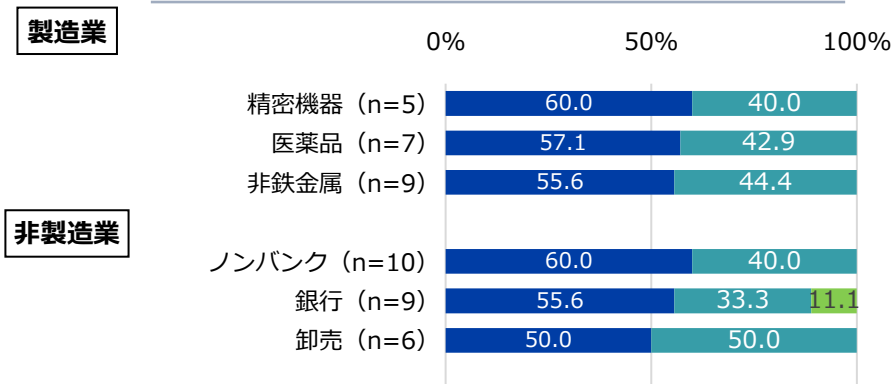
- 在欧日系企業の市場シェアの変化は「増加」が約4割、競合相手は「横ばい」が約6割となっており、欧州は全世界市場よりも比較的安定した市場となっている。
- 業種別で見ると、市場シェアが増加したのは精密機器、ノンバンクでそれぞれ60%、競合が増加したのは卸売で100%、輸送用機器（自動車等）で66.7%となった。

各地域の進出先における競争環境の2019年からの変化

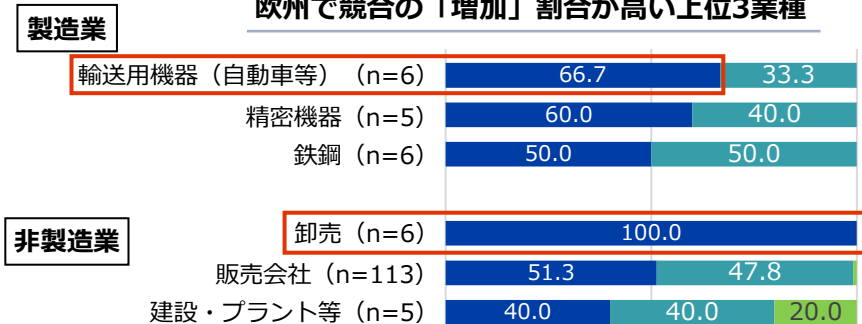


■ 増加 ■ 横ばい ■ 縮小 ■ 進出先市場における競合はない

欧州で市場シェアの「増加」割合が高い上位3業種



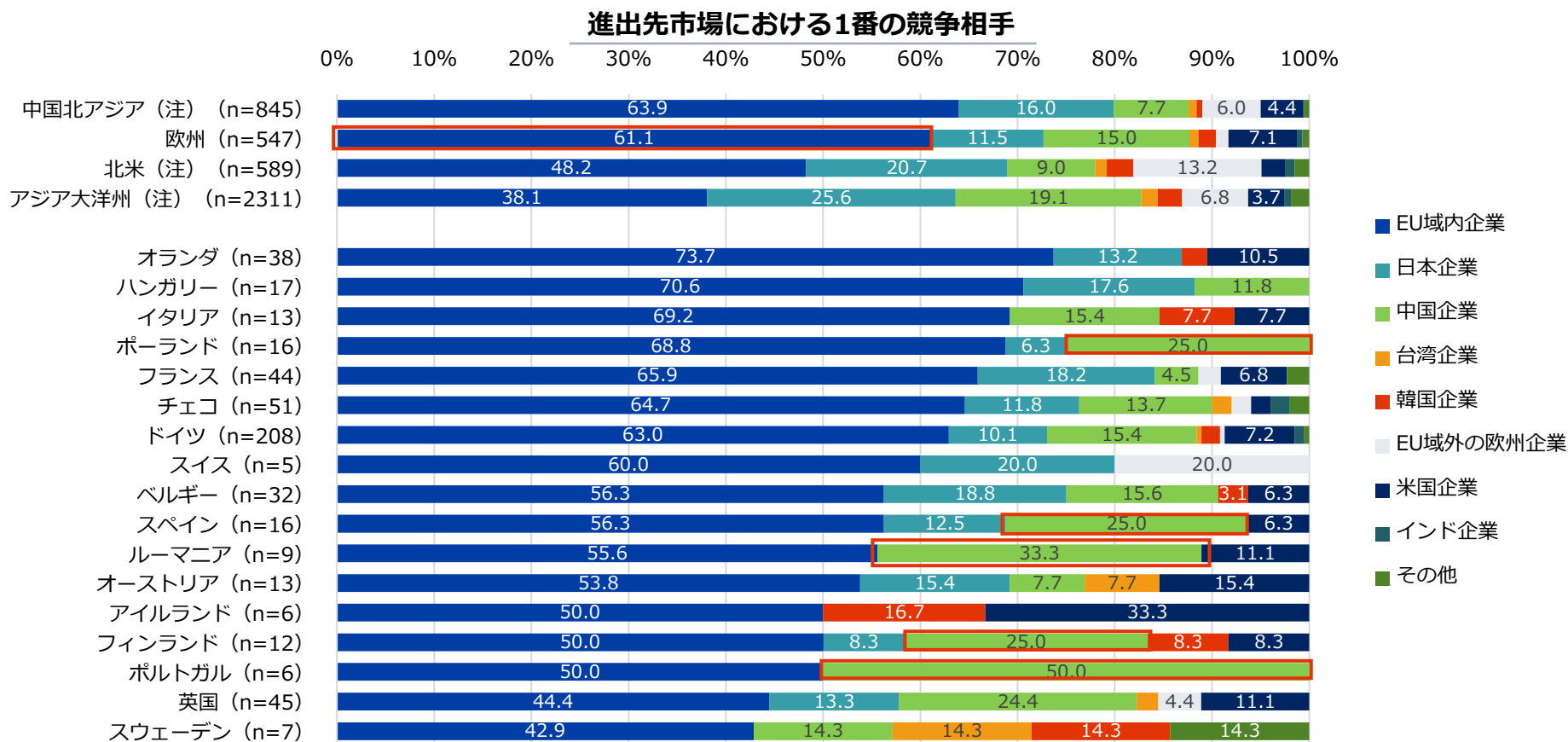
欧州で競合の「増加」割合が高い上位3業種



■ 増加 ■ 横ばい ■ 縮小

3 競争環境の変化（競争相手）： 進出先の1番の競争相手、6割が地場企業と回答

- 競争相手を見ると、**欧州ではEU域内企業と回答した企業が最多で61.1%**。他地域と比較すると、地場企業を1番の競争相手と回答は中国北アジアに次ぎ多い一方、日本企業との競合は11.5%と比較的低い。
- 国別では、ポルトガルで半数が中国企業を選択。ルーマニアでは33%、ポーランド、スペイン、フィンランドでは25%が中国企業を選択するなど、**欧州各国における中国企業の選択率は比較的高い結果に。**



(注) 上段の中国北アジア、北米、アジア大洋州の青帯 (■) は地場企業、グレー帯 (■) は欧州企業を指す。

(出所) 2024年度 海外進出日系企業実態調査 (全世界編)

4 競争環境の変化（最大の競争相手と考える理由）： ブランド力の高い欧州企業に対峙する日系企業

- 在欧日系企業が、進出先市場における1番の競争相手として考える理由では、「コスト競争力」（60.8%）に続き、「ブランド・知名度」（49.5%）、「販売ネットワーク」（37.5%）が上位となった。
- 他の地域で回答した日系企業が選んだ項目と比較すると、「ブランド・知名度」と回答した企業の割合は欧州で最も高かった。全世界では70%、アジアでも70%以上が「コスト競争力」を挙げている。

1番の競争相手として選んだ企業が最大の競争相手と考える理由（複数回答）

（単位：%）

	全世界 (n=4,771)	欧州 (n=546)	北米 (n=586)	中南米 (n=273)	ロシア (n=26)	アジア大洋州 (n=2,294)	中国北アジア (n=837)	中東 (n=94)	アフリカ (n=115)
コスト競争力	70.1	60.8	58.9	68.5	46.2	73.5	77.8	59.6	64.3
製品・サービスの技術力	27.4	36.4	35.2	26.4	23.1	24.1	27.2	25.5	17.4
市場ニーズに適した製品サービスの開発力	21.8	29.7	28.0	19.8	23.1	17.0	25.2	21.3	29.6
ブランド・知名度	34.6	49.5	47.3	37.7	30.8	29.7	27.6	41.5	37.4
営業力の高さ（広報戦略、顧客への提案など）	25.0	31.3	29.9	25.3	15.4	22.0	24.9	30.9	27.8
販売ネットワーク	29.3	37.5	34.0	28.9	23.1	26.9	25.3	33.0	40.9
納品・提供までのスピード	15.0	18.7	14.2	11.4	26.9	12.4	21.4	19.1	10.4
意思決定の早さ（顧客対応や現地市場への適合など）	33.5	32.6	28.7	25.6	19.2	31.2	47.6	39.4	22.6
コンプライアンス対応の差	11.4	5.7	3.4	8.8	42.3	12.7	15.7	11.7	20.0
現地企業との連携・パートナーリング	24.2	26.4	24.1	21.2	34.6	23.5	25.2	30.9	21.7
その他外国企業（日本企業を含む）との連携・パートナーリング	6.9	4.8	8.0	7.0	3.8	7.9	4.3	3.2	12.2
人材獲得における競争力（賃金・待遇、採用活動など）	13.5	17.9	15.2	13.6	3.8	12.2	13.5	17.0	7.8
現地・外国政府による優遇措置・インセンティブ（法人税減免、補助金など）、FTAなどの差	9.5	7.7	7.2	8.8	7.7	8.8	13.0	9.6	18.3
現地・外国政府による規制の差	5.8	4.4	3.4	4.0	34.6	6.6	5.9	4.3	5.2
その他	3.0	3.3	2.4	4.4	11.5	3.2	1.4	6.4	6.1

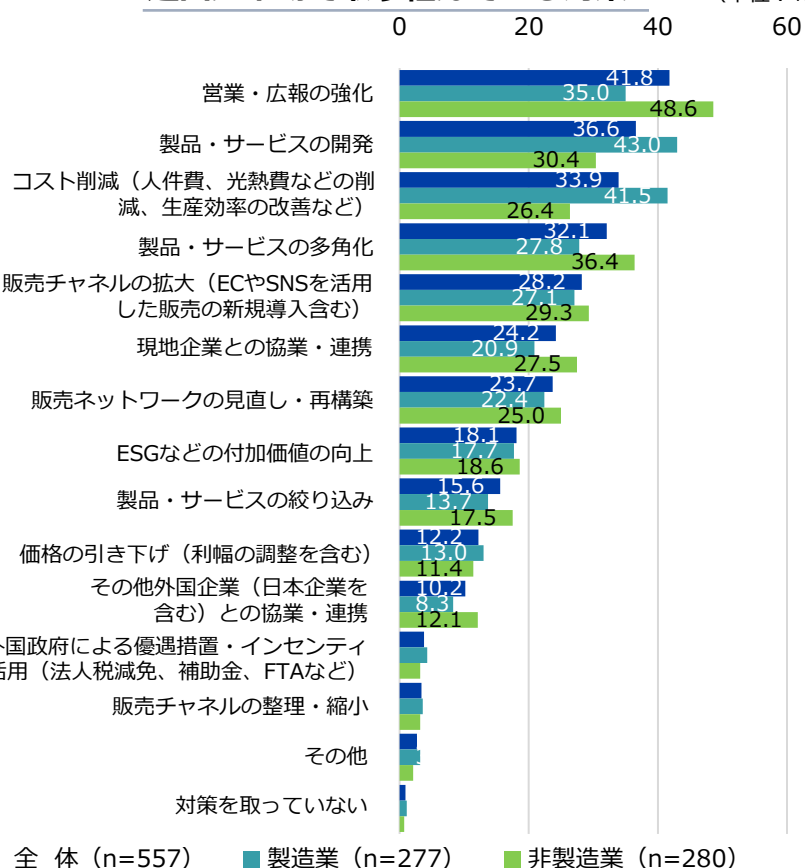
（注）オレンジ背景色は各項目で割合が1～3番目に高いもの。色の濃い順に割合が高い。青枠のnは各地域で回答した日系企業の数。

5 競争環境の変化（競争における対策）： 競争における対策では営業・広報の強化に力点

- 進出先市場での競争において、特に力を入れて取り組んでいる対策では「営業・広報の強化」が**最多で41.8%**となった。特に非製造業で高く、48.6%の回答割合だった。
- 一方、製造業では「製品・サービスの開発」が最も多く、43.0%で、輸送用機器部品で8割を超えた。コスト削減には鉄鋼、輸送用機器部品、建設などで取り組む企業が多い。

進出先市場で取り組んでいる対策

(単位：%)



上位4つの対策と業種ごとの割合

(単位：%)

営業・広報の強化

繊維 (n=6)	66.7
運輸・倉庫 (n=37)	62.2
電気・電子機器部品 (n=24)	58.3

製品・サービスの開発

輸送用機器部品（鉄道・船舶等） (n=6)	83.3
繊維 (n=6)	66.7
ゴム製品 (n=6)	66.7

コスト削減（人件費、光熱費などの削減、生産効率の改善など）

鉄鋼 (n=7)	71.4
輸送用機器部品（自動車等） (n=35)	68.6
建設・プラント等 (n=6)	66.7

製品・サービスの多角化

医薬品 (n=7)	71.4
商社 (n=59)	44.1
通信・IT等 (n=16)	43.8

(注) n=5以上の業種で比較。

6 競争環境の変化（状況・懸念点）： 競争環境についての状況や懸念点（自由記述から）

- 懸念点では環境や貿易関連規制に関する声が多く、中でも**環境関連規制により、先行き不透明感や、競争環境の魅力が低下**しているとのコメントがあった。さらにコスト面に苦慮する企業も多く、特に中国企業との競争が厳しい状況。不安定な世界情勢に伴う地政学的リスクも競争環境に大きく影響している。

競争環境についての状況や懸念点

規制	環境関連	- 欧州各国での規制、特に環境対応に関連して有形無形のコスト増が積み重なり、他地域と比較して競争環境としての魅力度が低下している（ドイツ/販売会社） - 自動車業界において気候変動対応の欧州規制に向けた先行きが非常に不透明な状況となっており、中長期計画の立案や維持・撤退判断が非常に難しい（ベルギー/販売会社）
	貿易関連	- 日本からの輸入商品のみを扱っていますが、今後、欧州の輸入規制（包材や食材など）が増えると、商品そのものを輸入できなくなることを懸念している（ドイツ/販売会社） - 鉄鋼製品に対するセーフガード措置の影響により、杭材として使用する鋼矢板（鉄製の板）に市場競争の原理が働かず、選択肢が限られる（ドイツ/販売会社）
コスト	人件費・人材確保	- コロナ以降にインフレ率が上昇したことによる人件費の増加（ドイツ/販売会社） 人材不足により、コスト低減や生産性向上活動が低迷し、ライバル会社の価格に追いつけない（ハンガリー/金属製品）
	競争	中国競合企業との価格差が2～3割と、以前と比較して更に広がり、競争環境が厳しさを増している（スペイン/化学品・石油製品） 中国企業が国内市場の縮小に伴い欧州進出が活発となってきている。品質面もユーザーが使用する上で遜色ないレベルの製品で提供、また、低価格で提供し始めており脅威となっている（ドイツ/販売会社）
	地政学リスク	ウクライナ情勢でエネルギーコストの上昇により、価格の面で競合先（中国・インド）に苦戦を強いられている。（チェコ/医薬品） - 主力製品を日本・タイから輸入しており、中東情勢等の地政学リスク等が製品供給に影響あり（スウェーデン/その他製造業）
景気		景気後退局面で総需要が増加しない中価格競争が激しくなっている（オランダ/その他製造業） - ドイツにおける景気停滞を主たる理由とした需要低迷と中国/韓国品の安価且つ物量攻勢により競争環境はますます激化（ドイツ/販売会社）
その他		- 日本と欧米の金利差縮小による円高局面を迎える可能性が一番の懸念（イタリア/繊維） EV化が進行することにより、使用される部材が変化し、当社製品を使用しない可能性（ドイツ/化学品・石油製品）

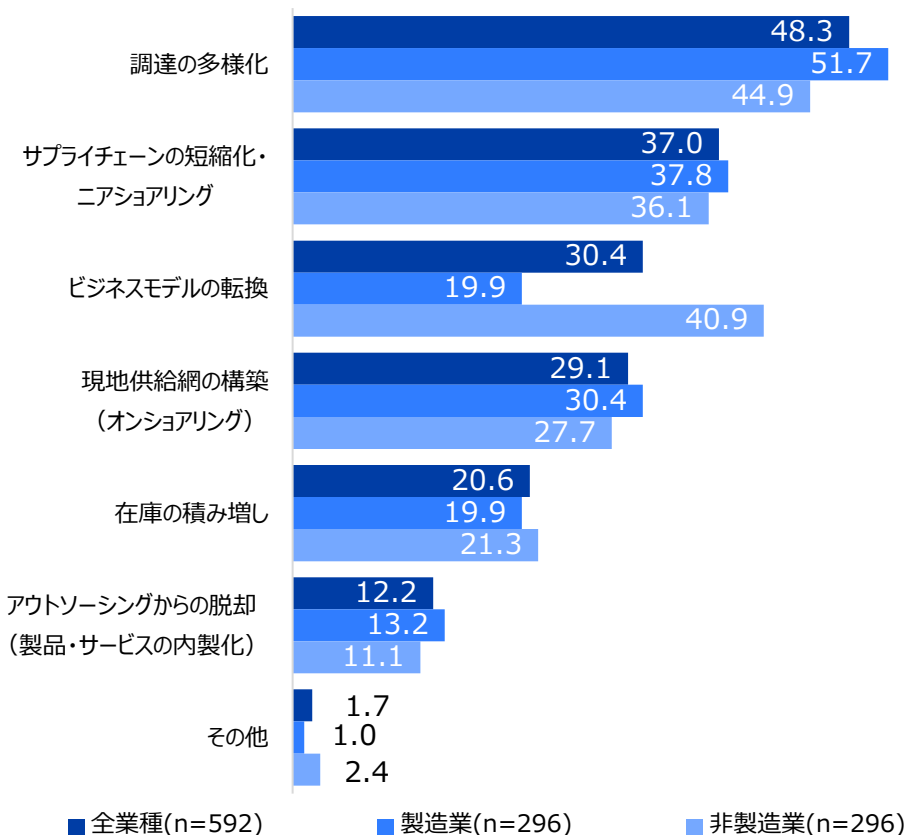
VI. 調達と販売

1 今後1～2年のサプライチェーン戦略： サプライチェーンは多様化と短縮化の動きが目立つ

- 今後1～2年のサプライチェーン戦略については、「調達の多様化」との回答が前年に引き続き首位で、**全業種で48.3%、製造業では51.7%**を占めた。
- 製造業において「調達の多様化」や「サプライチェーンの短縮化・ニアショアリング」を模索する動きがみられる一方で、**非製造業では「ビジネスモデルの転換」が2番目に高い項目**となった。

今後1～2年のサプライチェーン戦略（業種別、複数回答）

（単位：％）



左図の上位3戦略の回答割合が多い業種

（単位：社、％）

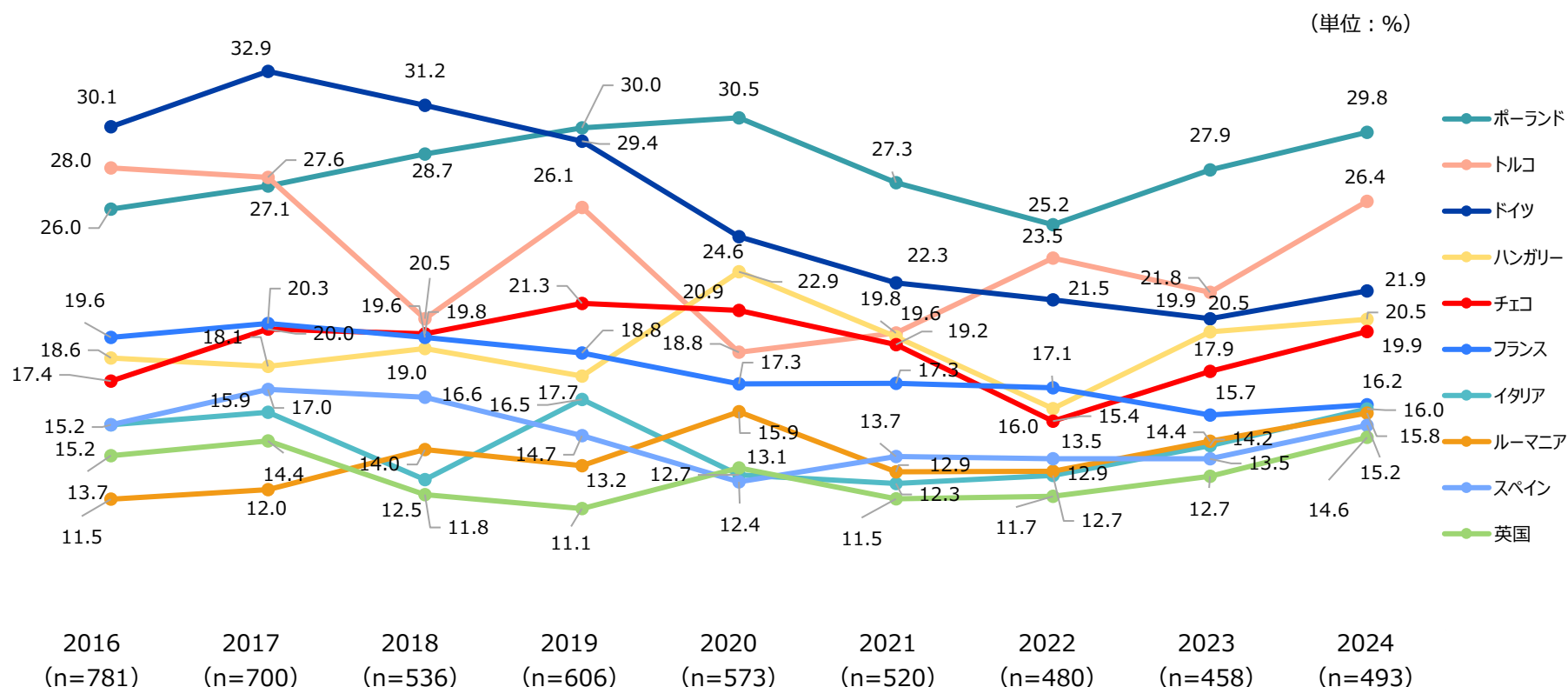
1. 調達の多様化	
化学品・石油製品（n=30）	70.0
一般機械（n=38）	63.2
電気・電子機器（n=24）	58.3
2. サプライチェーンの短縮化・ニアショアリング	
電気・電子機器部品（n=21）	71.4
電気・電子機器（n=24）	54.2
食品・農水産加工品（n=17）	52.9
3. ビジネスモデルの転換	
通信・IT等（n=17）	58.8
ノンバンク（n=12）	58.3
運輸・倉庫（n=45）	46.7

（注）n＝5以上の業種。nは今後1～2年のサプライチェーン戦略に関する設問に回答した企業の数。

2 | 将来有望な販売先の推移： ポーランドが6年連続で首位を継続

- 有望な販売先では、ポーランドが6年連続で首位を継続。過去10年の最高値である2020年の30.5%に迫る29.8%となった。トルコは2位を継続し、前年調査から4.6ポイント増となった。前年度10位以下だった英国が10位に戻り、スロバキアが10位内から外れた。
- 中・東欧の国を選んだ理由としては、今後も続く日系企業の進出や経済成長に期待する声が多くみられた。

将来有望な販売先の推移（2024年調査の上位10カ国）＜複数回答＞

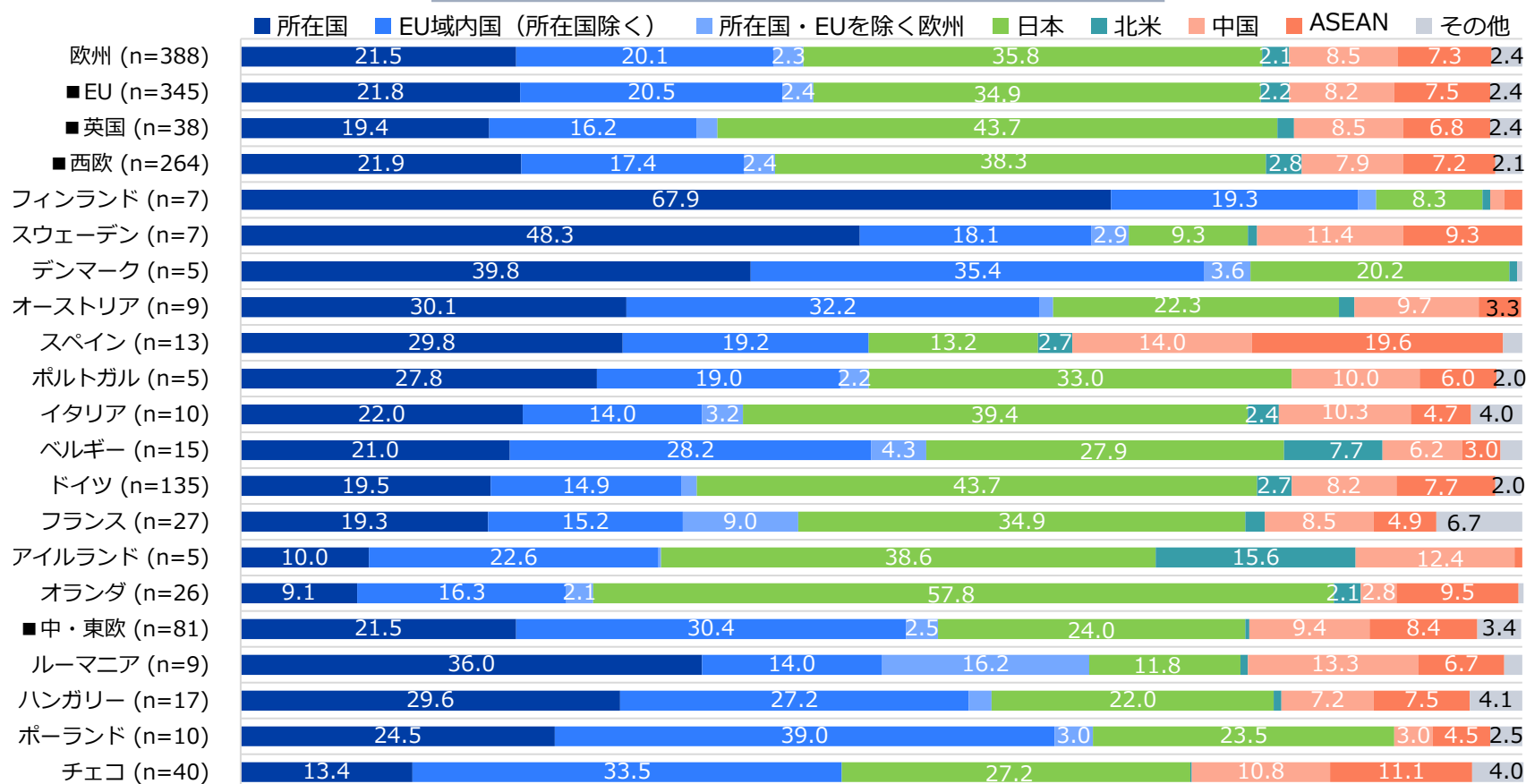


3 部品・原材料の調達先（国・地域別）： EU域内からの部品・原材料調達が日本を上回る4割

- 部品・原材料の調達先（国・地域別）について、各回答企業の回答割合（金額ベース）の単純平均を算出。
- 「日本」からの調達割合の平均値は35.8%で、引き続き最大の調達先となるも、「所在国」が21.5%、「所在国除くEU」が20.1%で2つの合計が4割を超えており、**現地や近隣での調達の傾向**がうかがえる。
中・東欧では、「所在国」が21.5%、「所在国除くEU」が30.4%となり、同割合が5割を上回る。

部品・原材料の調達先（国・地域別）内訳（金額ベース）

（単位：％）



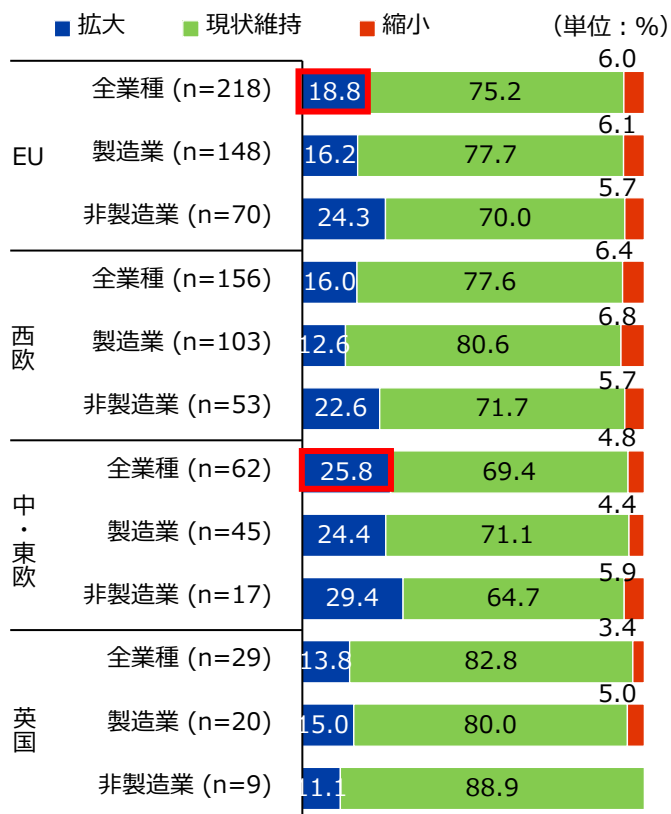
（注1）各回答企業の回答の平均を算出したもの。それぞれの企業の調達先の合計は100。

（注2）各選択肢の回答企業数の分母が5社に満たない国は対象外とした。（注3）西欧、中・東欧ともにEU加盟国のみ。

4 今後の調達方針： 所在国およびEU域内での調達拡大は前年の数値と同等

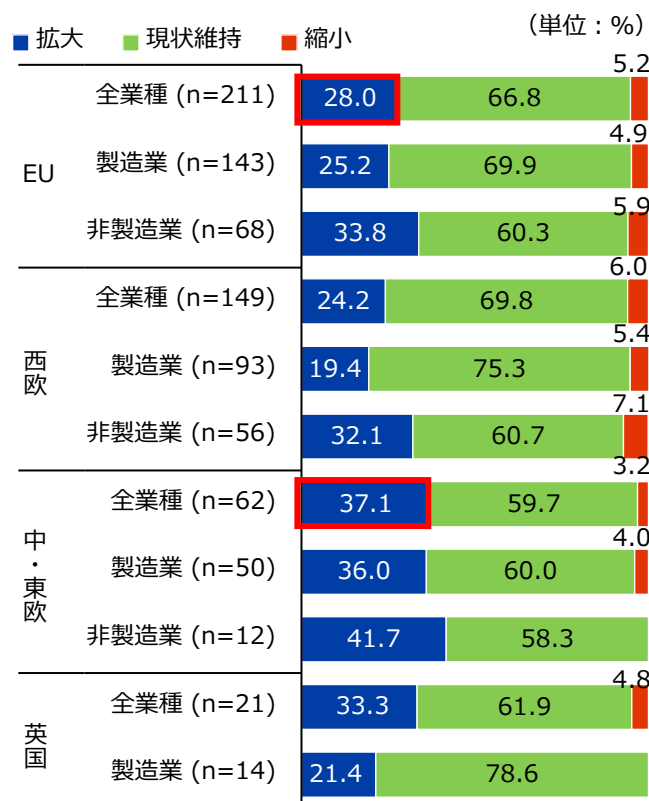
- 所在国での今後の調達方針では、在EU日系企業全体で18.8%が「拡大」、中・東欧の日系企業では25.8%が「拡大」の方針を示した。また西欧、中・東欧ともに非製造業は製造業を上回る「拡大」方針がみられた。
- EU域内での今後の方針を見ると、在EU日系企業全体では「拡大」が28.0%、中・東欧の日系企業はさらに高く37.1%だった。また西欧、中・東欧ともに非製造業は製造業を上回る方針「拡大」方針がみられた。

所在国での今後の調達方針



(注1) 業種別で回答企業数が5社に満たない場合は、対象外とした。
(注2) 西欧、中・東欧ともにEU加盟国のみ。

EU域内*での今後の調達方針

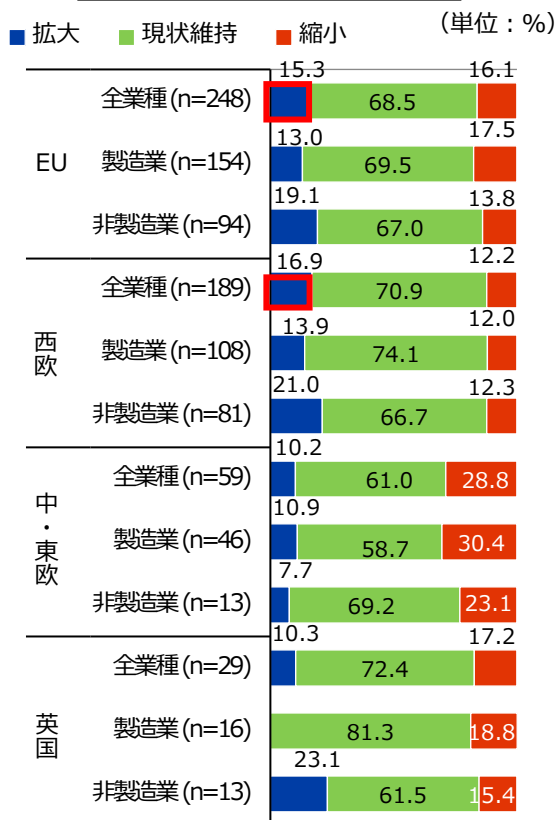


(*) 所在国を除く。

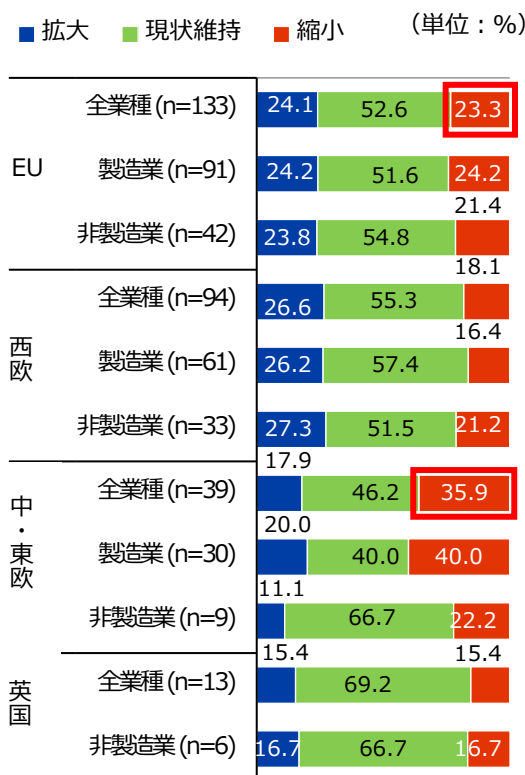
5 | 今後の調達方針： 中国からの調達、中・東欧で強い縮小傾向

- 在EU日系企業の15.3%が日本からの調達を「拡大」と回答、前年調査比で1.6ポイント増加した。特に、西欧の日系企業は「拡大」が16.9%で前年比2.5ポイント増となった。
- 在EU日系企業の中国からの調達を「縮小」させると回答した企業の割合は23.3%で、前年調査に引き続き多かった。特に中・東欧の企業にその傾向が強く、35.9%が「縮小」させると回答。
- ASEANからの調達拡大を志向する企業は31.9%で、前年同様に引き続き多い傾向がみられる。

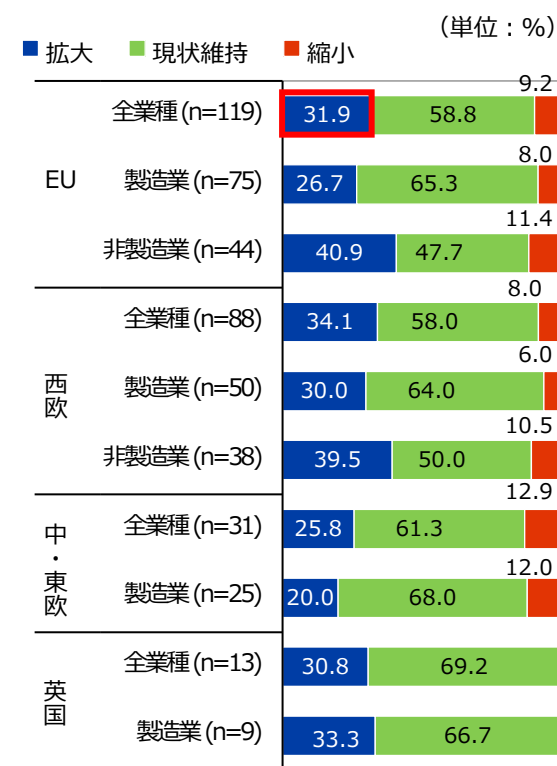
日本からの今後の調達方針



中国からの今後の調達方針



ASEANからの今後の調達方針



(注1) 業種別で回答企業数が5社に満たない場合は、対象外とした。

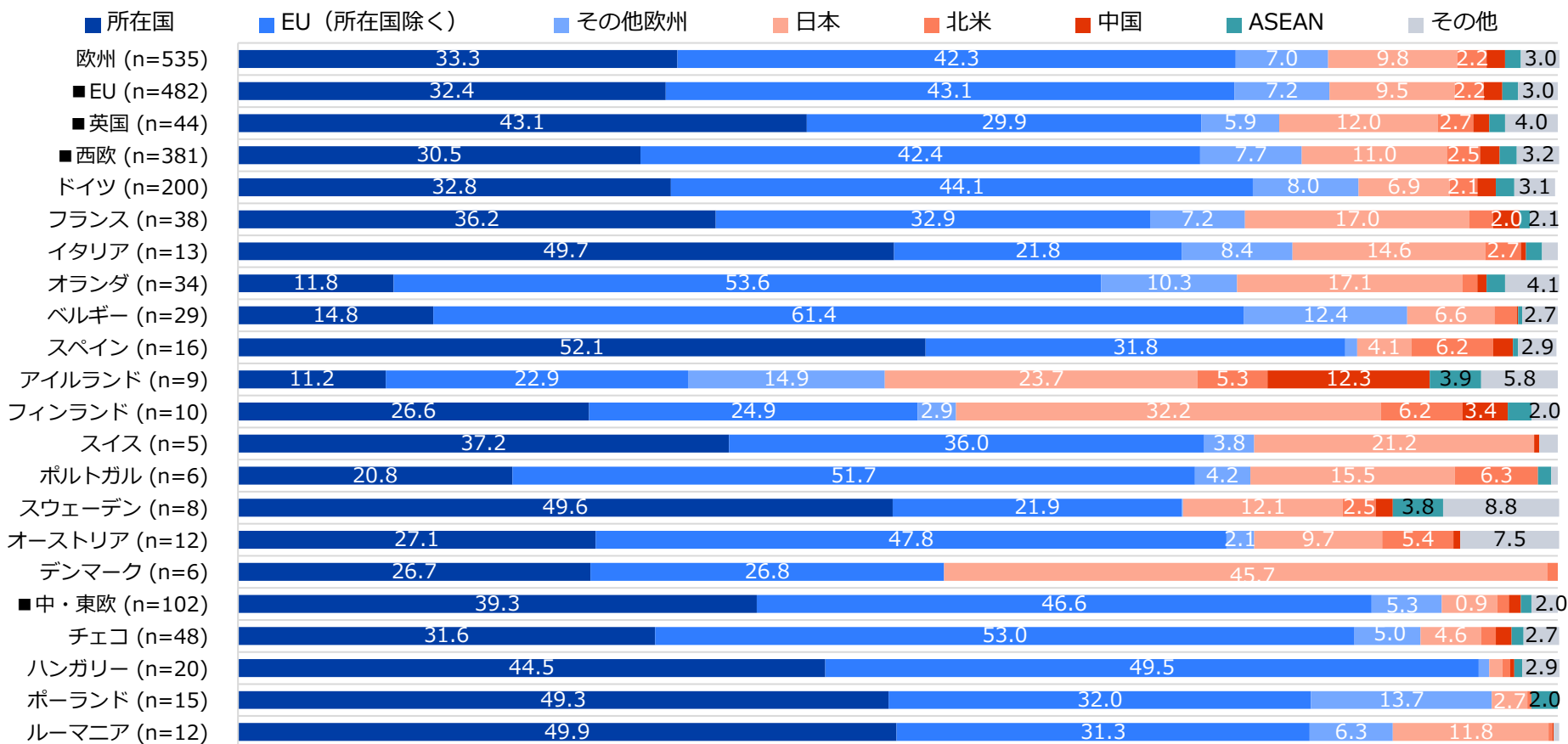
(注2) 西欧、中・東欧ともにEU加盟国のみ。

6 製品の販売先（国・地域別）： 販売先は8割以上が欧州圏、在中・東欧では9割上回る

- 販売先（国・地域別）について、各回答企業の回答割合（金額ベース）の単純平均を算出。
- 在欧州日系企業全体で、所在国が販売先に占める平均割合は33.3%（前年比4.1ポイント減）、所在国除くEUは42.3%（3.8ポイント増）、その他欧州は7.0%で、**欧州圏全体で82.6%を占める**。
- 特に、**在中・東欧日系企業による欧州圏での販売割合は91.2%と9割を超え、他の地域よりも高い**。

製品の販売先（国・地域別）内訳（金額ベース）

（単位：％）



（注1）各回答企業の回答の平均を算出したもの。それぞれの企業の販売先の合計は100。

（注2）各選択肢の回答企業数の分母が5社に満たない国は対象外とした。（注3）西欧、中・東欧ともにEU加盟国のみ。

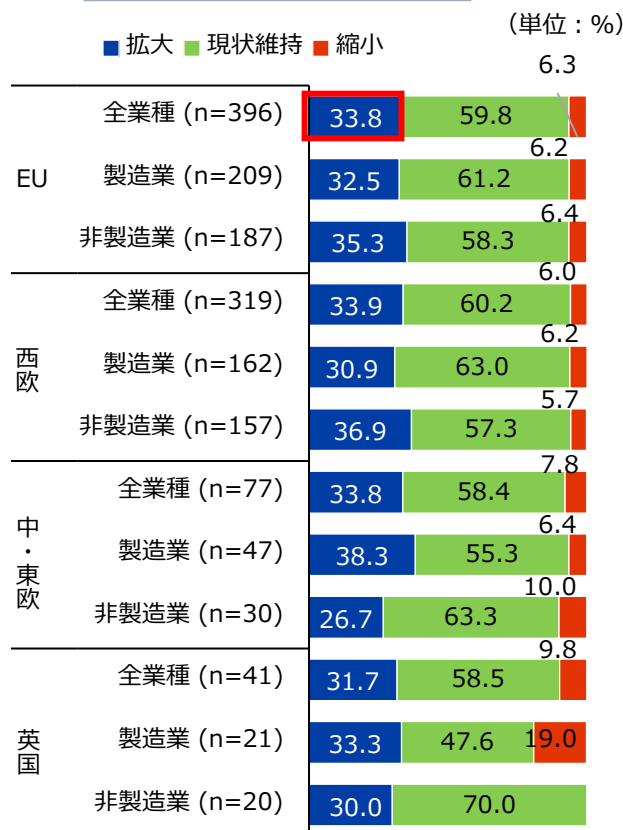
Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.

ジェトロ作成。無断転載・転用を禁ず

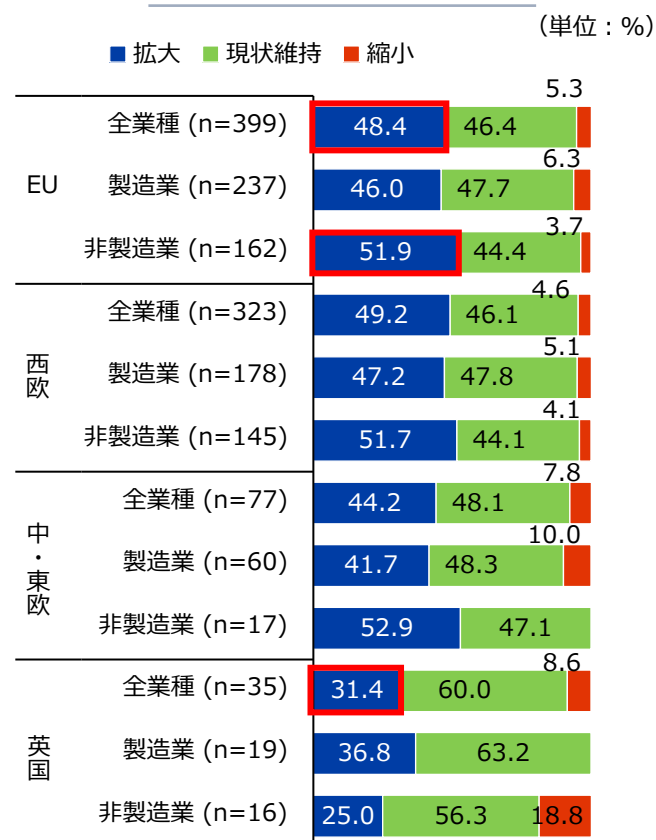
7 | 今後の販売方針： EU域内への販売拡大を目指す方針が約5割

- 在EU日系企業の所在国での今後の販売方針について、「拡大」と回答した企業の割合は33.8%となった。前年調査から7.8ポイント増となり、**所在国での拡販を目指す傾向が高まっている**。
- 在EU日系企業のEUへの今後の販売方針は、「拡大」が全業種で**48.4%**となった。非製造業では同割合が51.9%と多い傾向がみられた。
- 在英国日系企業のEUへの今後の販売方針は、全業種で31.4%と、在EU企業に比べて低い傾向にある。

所在国での今後の販売方針



EU*への今後の販売方針



(注1) 業種別で回答企業数が5社に満たない場合は、対象外とした。
 (注2) 西欧、中・東欧ともにEU加盟国のみ。

(*) 所在国を除く。

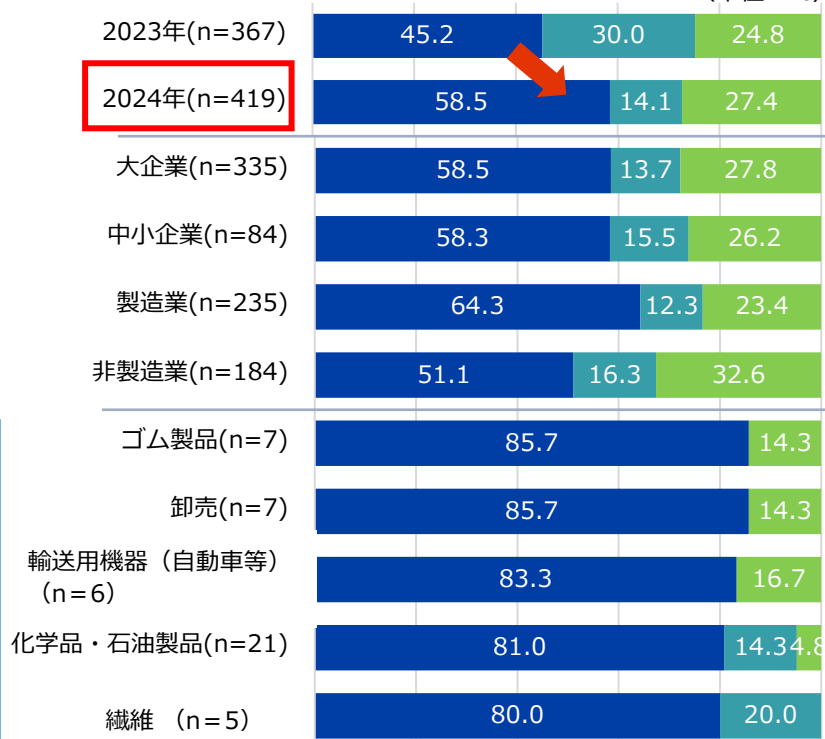
Ⅶ. 日EU・EPAおよび日英EPA

1 日EU・EPA、日英EPAの利用状況（日本→EU、日本→英国）： 日EU・EPA58.5%の企業が利用、前年比13ポイント増

- 在欧日系企業の日EU・EPAの利用状況について、日本からEUへの輸入（日本→EU）では58.5%の回答企業が既に利用。前年調査より13.3ポイント増となり、ゴム製品で高い利用割合が示された。
- 在欧日系企業の日英EPAの利用状況について、日本から英国への輸入（日本→英国）で45.8%の回答企業が既に利用。前年調査より12.7ポイント増だった。特に中小企業が20.3ポイント増と大きく伸びた。

在欧日系企業の日EU・EPAの利用状況：
日本からEUへの輸入（日本→EU）

■ 利用している ■ 利用を検討中 ■ 利用していない（予定なし）
（単位：％）

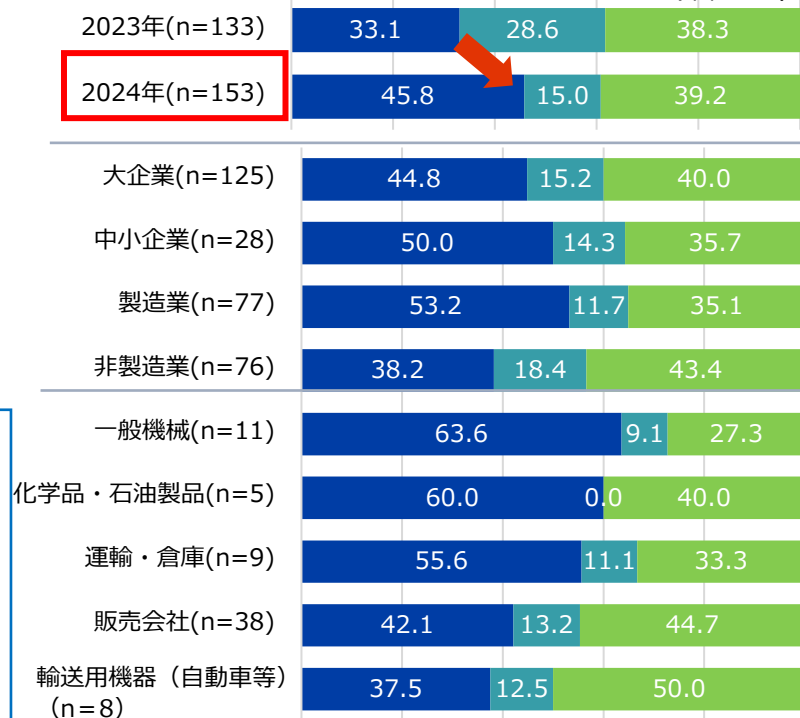


利用割合の高い上位5業種

（注）n=5以上

在欧日系企業の日英EPAの利用状況：
日本から英国への輸入（日本→英国）

■ 利用している ■ 利用を検討中 ■ 利用していない（予定なし）
（単位：％）



利用割合の高い上位5業種

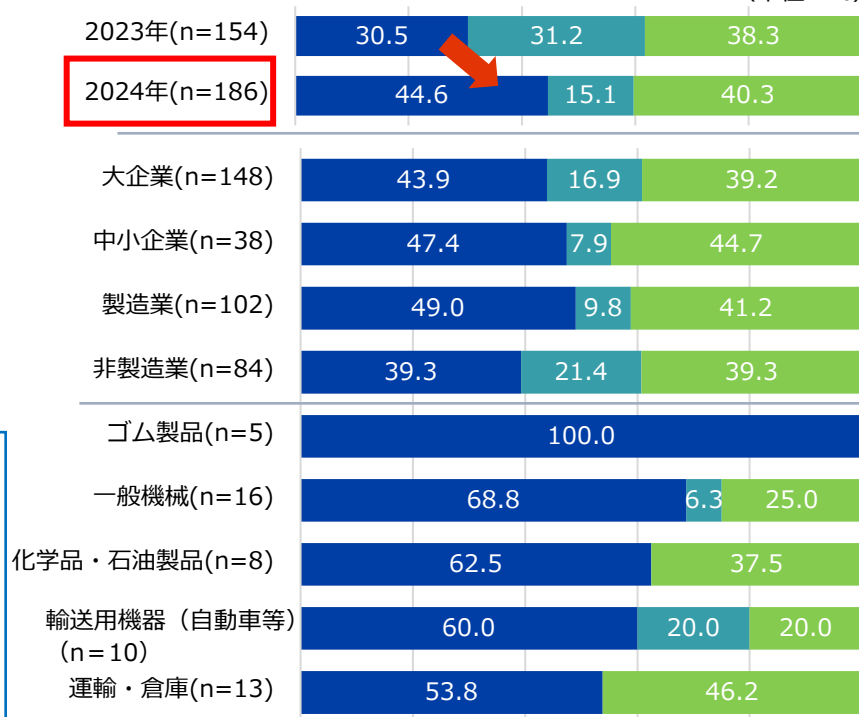
（注）n=5以上

2 | 日EU・EPA、日英EPAの利用状況（EU→日本、英国→日本）： EU、英国からの輸出での利用、一般機械で大幅増

- 在欧日系企業の日EU・EPAの利用状況について、EUから日本への輸出（EU→日本）では44.6%の回答企業が既に利用。前年調査より14.1ポイント増。**一般機械の利用割合が38ポイント増**と大きく伸びた。
- 在欧日系企業の日英EPAの利用状況について、英国から日本への輸出（英国→日本）では31.0%の回答企業が既に利用。前年調査より14.1ポイント増。**中小企業の利用割合が42.9ポイント増**と大きく伸びた。

在欧日系企業の日EU・EPAの利用状況：
EUから日本への輸出（EU→日本）

■ 利用している ■ 利用を検討中 ■ 利用していない（予定なし）
（単位：%）

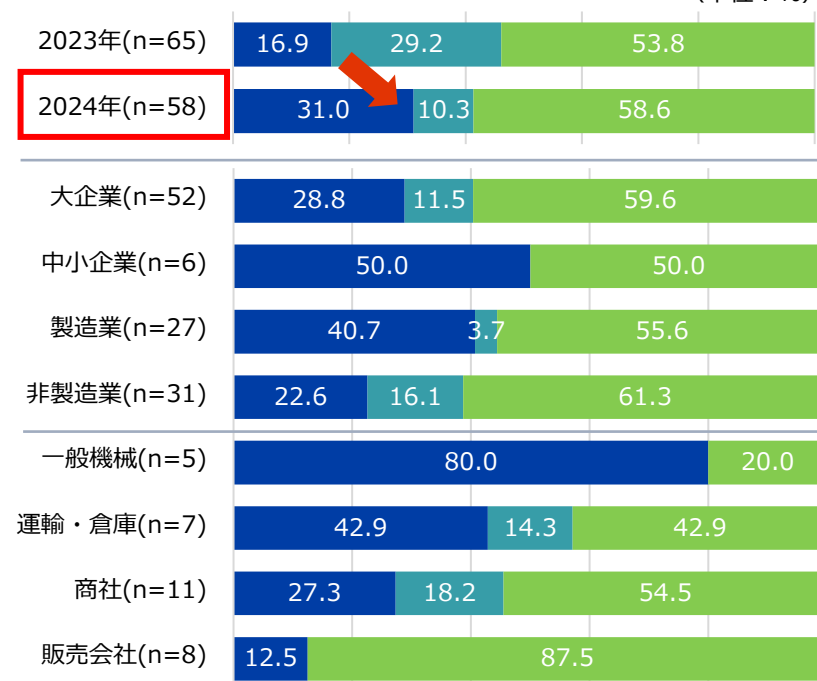


利用割合の高い上位5業種

（注）n=5以上

在欧日系企業の日英EPAの利用状況：
英国から日本への輸出（英国→日本）

■ 利用している ■ 利用を検討中 ■ 利用していない（予定なし）
（単位：%）



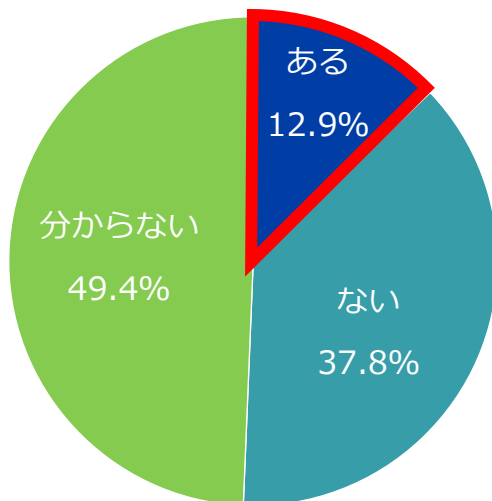
業種別（nが5以上）

3

日EU・EPAおよび日英EPAの原産性確認状況および課題： 原産性の確認を受けた企業は1割強、運用の差が課題

- 回答企業の12.9%が、日EU・EPAを利用した輸入にて輸入国税関から原産性についての確認（検認）を受けたと回答。確認を受けた税関の37.0%がドイツ、要求された資料の69.2%が原産地証明だった。
- 日EU・EPA利用における課題として、国や税関担当者による運用・確認レベルの差や、原産地規則への対応などが挙げられた。

日EU・EPAの輸入についての、
輸入国税関からの原産性確認（検認）状況



利用における通関上のトラブル、 税関の運用の懸念・問題点、利用にあたっての課題（自由記述）

日EU・EPA

- ・EU側の円滑かつ迅速な手続きの推進（ルーマニア、販売会社）
- ・税関の担当者によって確認レベルが異なる（チェコ、輸送用機器部品（自動車等）、印刷・出版）
- ・ドイツ税関がEU他国と比較して運用面での硬直性を感じる（ドイツ、運輸・倉庫）
- ・EU域内でHSコードなどの見解を統一してほしい（チェコ、運輸・倉庫）
- ・厳しい原産地規則やサプライヤー・取引先との協力体制整備（ドイツ、販売会社）
- ・2次流通品に対する原産地証明の手配が現実的に難しい（デンマーク、卸売）
- ・カスタムメイドの設備機械を製造する弊社にとって、原産地の自己申告のために都度、機械部品等の詳細の原産地を確認するのは極めて難しい。現状は買い先に関税を負担してもらっているが、手続きの簡素化によりEPAが活用できれば、競争力向上につながる。（ドイツ、販売会社）
- ・ブレグジット後の英国（ドイツ、販売会社）

日英EPA

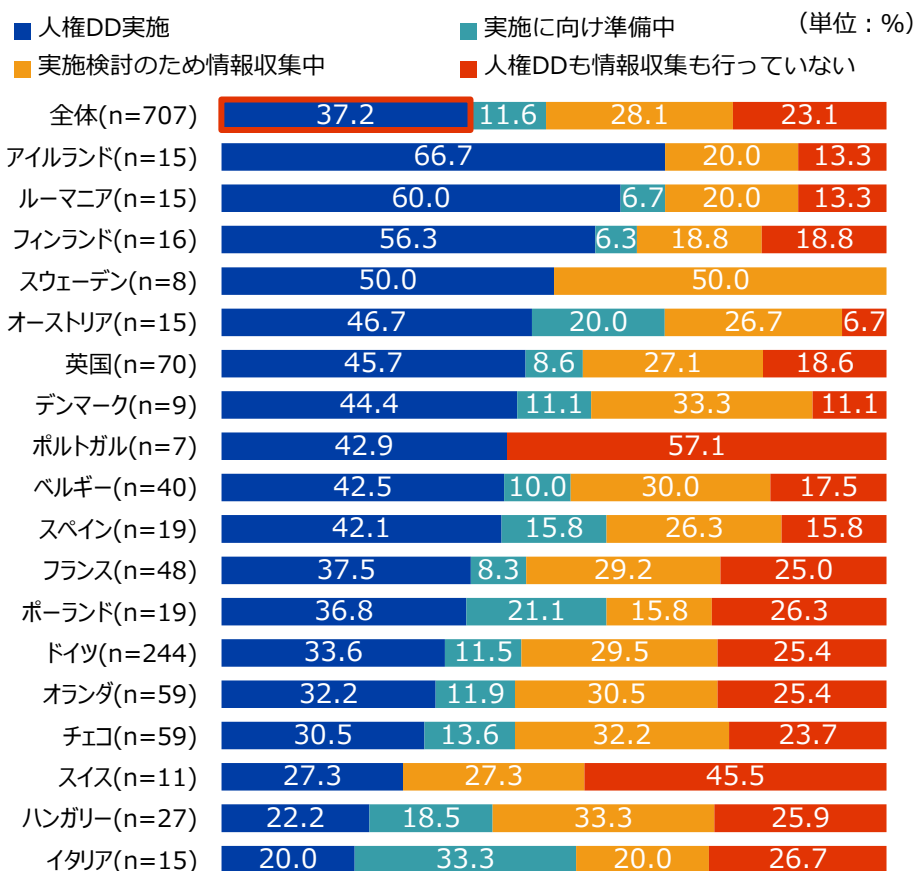
- ・現産地証明も含め、本邦での体制構築が困難（英国、その他製造業）
- ・通関業者がEPA項目を見落とし、関税を請求されることが多いため、修正依頼をすることが多い（英国、衣服・繊維製品）

Ⅷ. ESGへの取り組み

1 人権デューディリジェンス（DD）実施状況： 人権デューディリジェンス実施企業は減少に転じる

- 在欧州日系企業で「人権デューディリジェンス（DD）を実施している」との回答割合は全体の37.2%と、**前年（38.0%）から微減**。中小企業（前年27.3%→21.7%）、非製造業（同37.4%→34.9%）も減少。
- 「人権DD実施の予定はなく、情報収集もしていない」企業の割合がドイツで前年比上昇し、25.4%（前年23.9%）となった。中小企業、非製造業でもそれぞれ前年から**微増**している。

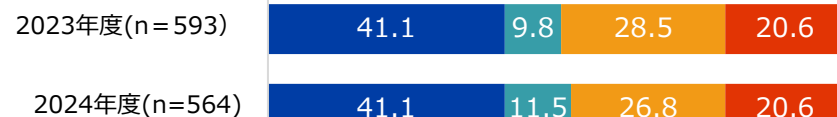
人権デューディリジェンスを実施しているか（国別）



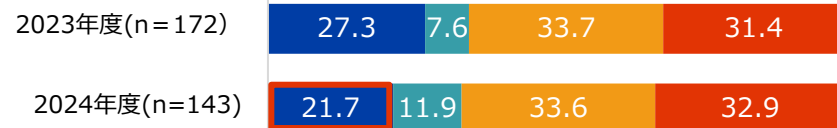
大企業/中小企業

(単位：%)

大企業



中小企業



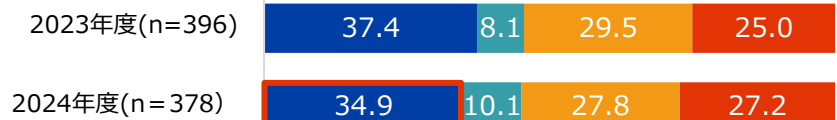
製造業/非製造業

(単位：%)

製造業

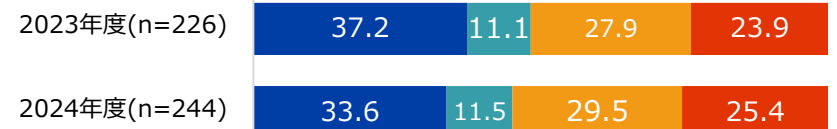


非製造業



ドイツ

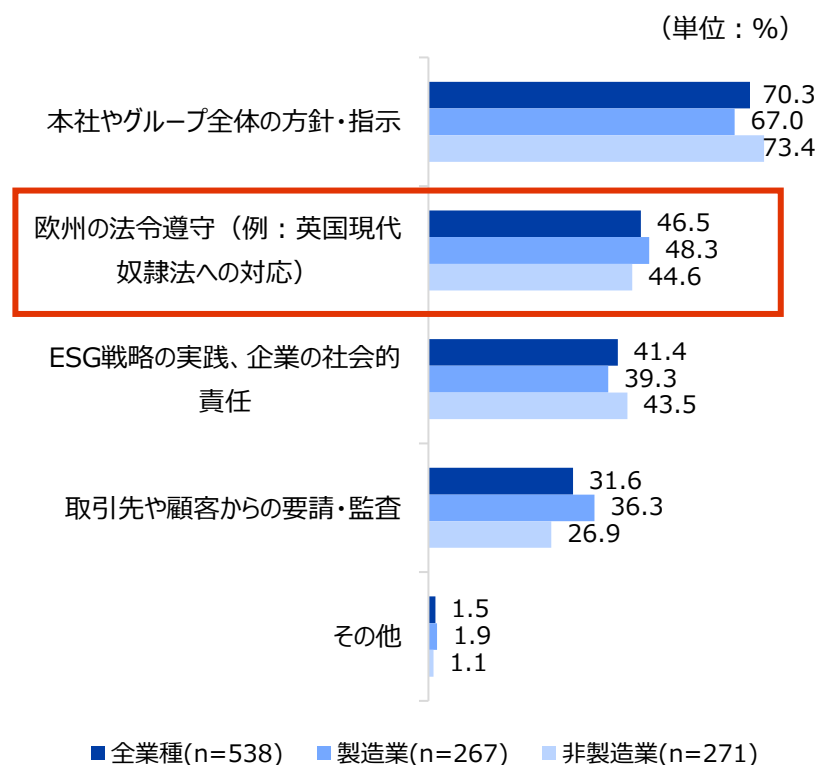
(単位：%)



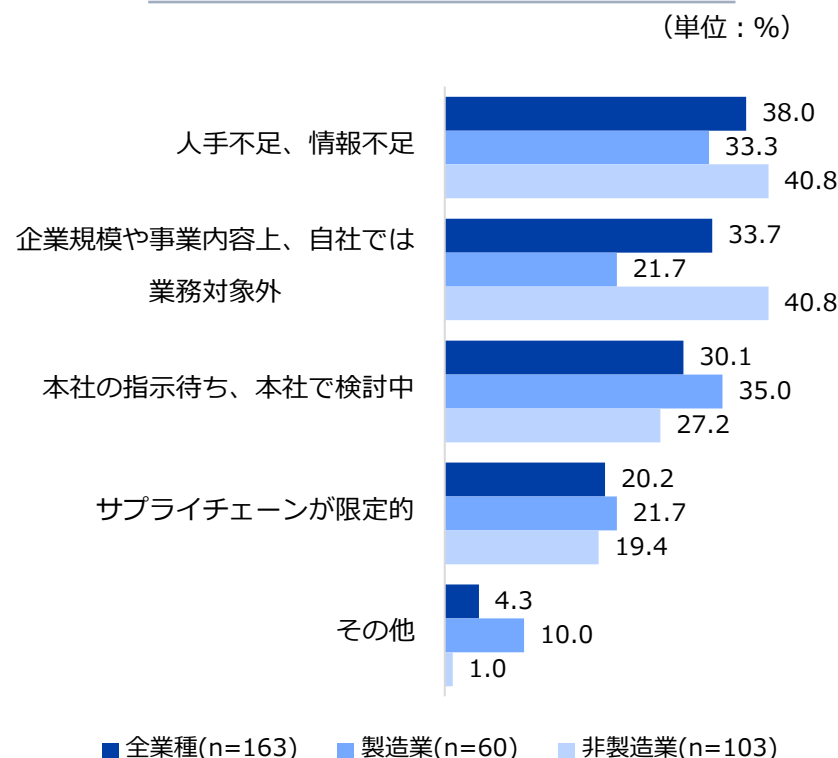
2 人権DDを実施している理由、実施していない理由： 「欧州の法令遵守」のため実施の企業が5割弱

- 「人権DDを実施している、もしくは検討や情報収集を行っている」理由は、「本社やグループ全体の方針・指示」が全業種で70.3%と最多。ついで「欧州の法令遵守」が46.5%。
- 「人権DDを実施していない」理由は、「人手不足・情報不足」が全業種で38.0%と最多。非製造業では、「企業規模や事業内容上、業務対象外」とする回答が40.8%で、製造業（21.7%）の約2倍となった。

人権DDを実施している、もしくは検討や情報収集を行っている理由
(複数回答)



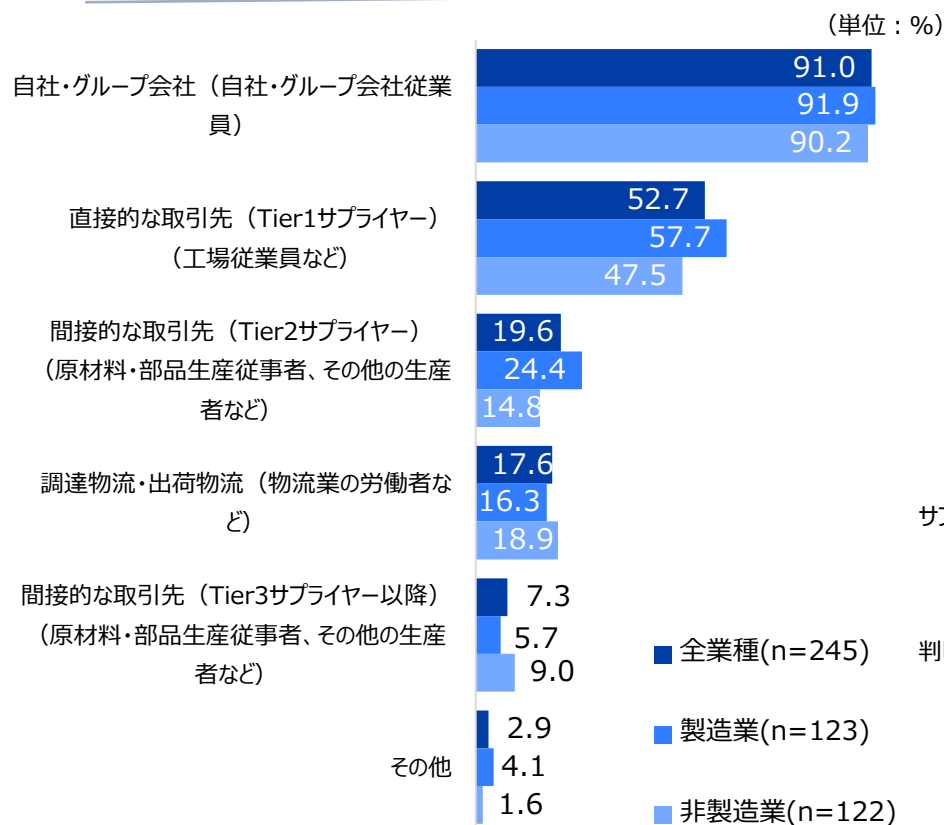
人権DDを実施していない理由 (複数回答)



3 人権DDの実施範囲と具体的な取り組み： 自社・グループ内が最多、人権方針の策定・公表が伸長

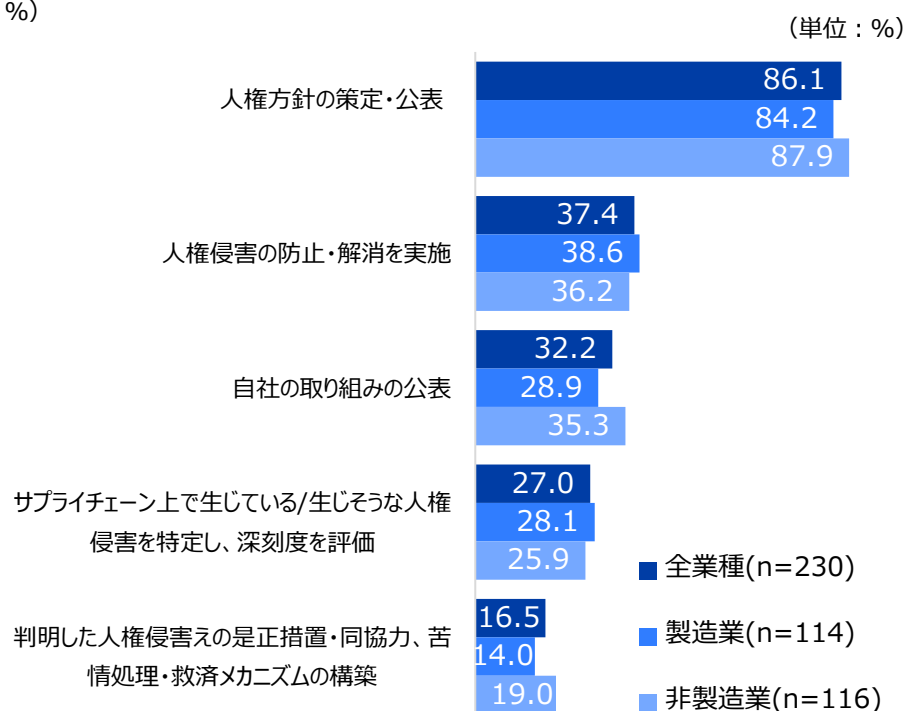
- 人権DDの実施範囲については「自社・グループ会社」が全体で90%を超えた。Tier 1とTier2の把握は、製造業が非製造業を10ポイントほど上回ったが、調達物流・出荷物流とTier 3の把握は非製造業が製造業をやや上回った。
- 人権DDの取り組みとしては「人権方針の策定・公表」が86.1%で前年調査から5.8ポイント増と伸長。

人権DDをどの範囲まで実施できているか（複数回答）



(注) nは「人権DDを実施している」と回答した企業。

人権DDの具体的な取り組み（複数回答）



(注) nは「人権DDを実施している」と回答した企業。

4 | 人権DDに取り組んだ効果、取り組みの課題： 良い効果がみられる一方、効果を感じられない声も

- 人権DDに取り組んだ結果「ポジティブな効果があった」という回答の一方、「特に効果を感じられなかった」という声も多数寄せられた。
- 取り組み上の課題としては、「人手不足」、「情報不足」、「手間や時間がかかるなど負担の多さ」、「どう対応してよいかわからない」という戸惑いの声が多く聞かれた。

人権DDに取り組んだことによる効果、人権DD取り組みへの課題（自由記述）

取り組んだ効果

社外	- 顧客からの契約継続（ドイツ、販売会社） 国家入札や国際調達への参加資格の獲得と維持（オランダ、医薬品） - 人材確保、企業としての透明性、公正性の追求（フィンランド、一般機器） 欧州取引先・顧客へのアピール（英国、運輸・倉庫） - 公平な採用方針、運用の実現。取引先企業の評価（アイルランド、ノンバンク） - グループ全体による取組みによるステークホルダーへの企業イメージ向上、親会社株価への多少の好影響（スペイン、ゴム製品）
社内	- 内部通報制度の徹底により社内でのハラスメント行為などが発覚し是正措置を講じることができた（オランダ、医療機器） - 自社内の過酷労働、重量物ハンドリングを見直し、器具・設備を導入やプロセス変更による回避を実施し、社員のケガや疲労が低減（フランス、電気・電子機器） - 従業員の働きやすさの向上（ルーマニア、コンサルティング）

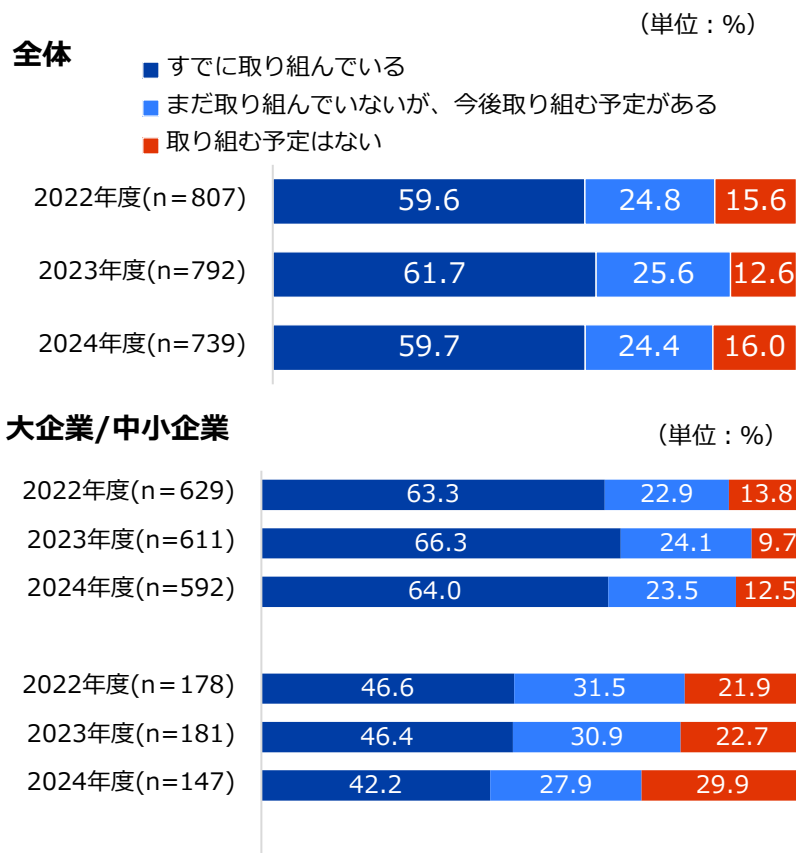
取り組みへの課題

情報・人手不足	- 人手不足、情報入手困難（チェコ、建設・プラント等/イタリア、繊維） 人手不足（スイス、電気・電子機器部品） 情報不足で何に取り組んでいいかわからない（デンマーク、医薬品）
手間・時間などの負担の多さ	- 調達先の情報のとりまとめを日本で実施しており、日本本社のワークフローにて確認をするため、手間が多い。（ドイツ、販売会社） - サプライヤーの数が多く、調達先を特定するのに時間がかかる（ベルギー、輸送用機器） - グローバルでのサプライチェーンにおける人権リスクの特定（ドイツ、運輸・倉庫） - 環境や社会に及ぼすマテリアルな影響を洗い出しているが、人手が足りず対応に苦慮（ドイツ、建設・プラント等） - 中期的ロードマップの策定（ドイツ、輸送用機器部品）
難判断の効果	- 効果が見えないので、自社の方向性の是非がわかりづらい（ルーマニア、通信・IT等） - 企業のポリシーとして必要かどうか判断しかねる（英国、食品・農水産加工品）

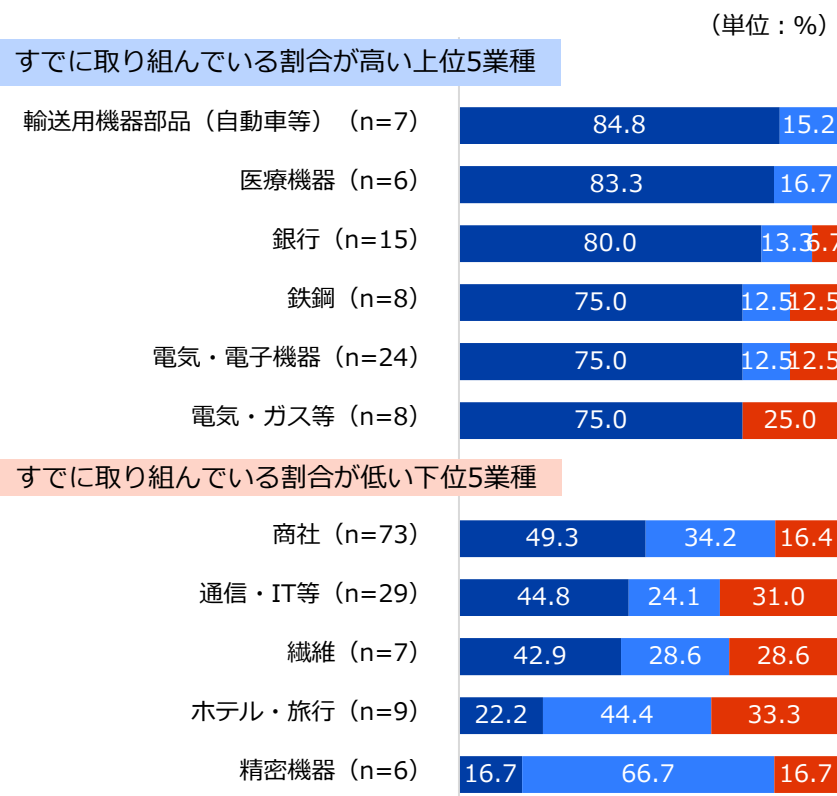
5 脱炭素化への取り組み状況： 脱炭素化への取り組み、頭打ちの兆候示す

- 脱炭素化に取り組んでいる企業の割合は59.7%と、前年調査（61.7%）から2.0ポイント減少。微増した非製造業を除き、製造業、大企業、中小企業と取り組み割合は軒並み下降した。
- 一方、「取り組む予定はない」という回答が、全体で16.0%（前年12.6%）、非製造業で19.4%（前年14.9%）、中小企業で29.9%（前年22.7%）と、前年調査より増加している。

脱炭素化への取り組み状況（全体、企業規模別）



脱炭素化への取り組み状況（業種別）

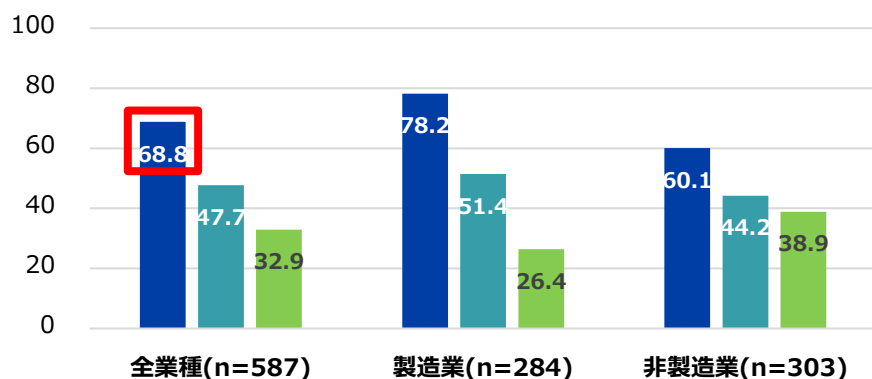


6 | 脱炭素化の取り組み対象、温室効果ガス排出量の把握範囲： Scope1への取り組みが上昇、製造業は7割が排出量把握

- 全体の取り組みとしては、**Scope 1**（事業者自らによる温室効果ガスの直接排出）への取り組みが**68.8%**（前年65.3%）と最も多かった。**非製造業**では前年調査から7.0ポイント上昇し、60.1%だった。
- **温室効果ガス排出量**は、**製造業では7割近く**が自社の製品・サービスの単位当たり、または**自社の排出量を把握**。非製造業では、自社の排出量把握に至らない、一部の把握に留まる企業が半数以上と、**差が顕著**に。

脱炭素化のスコープ別取り組み対象、および予定（複数回答）

（単位：％）

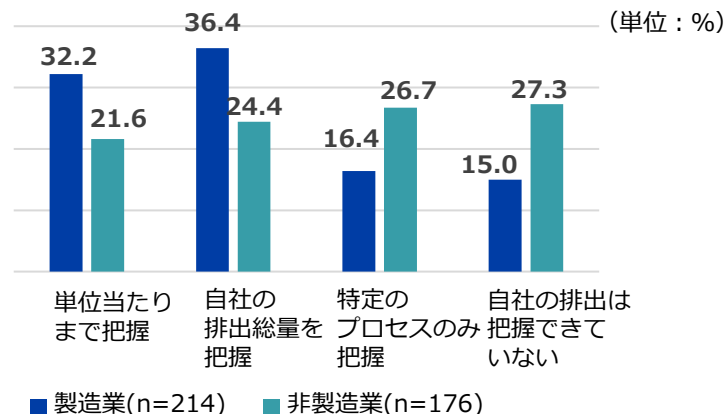
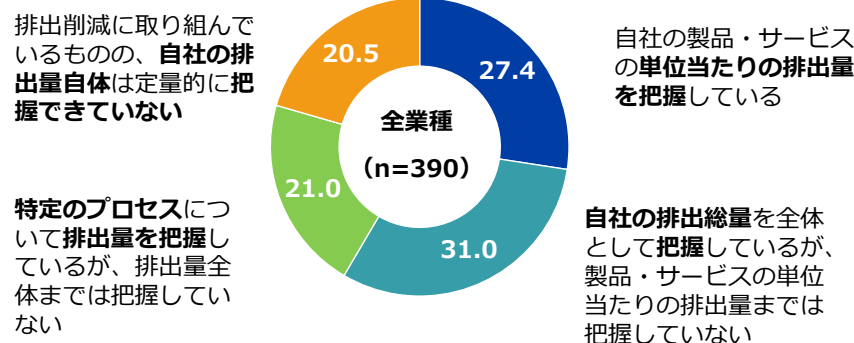


- Scope1（事業者自らによる温室効果ガスの直接排出：燃料の燃焼、工業プロセス）に対する取り組み
- Scope2（他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出）に対する取り組み
- Scope3（Scope1、Scope2以外の間接排出：事業者の活動に関連する他社の排出）に対する取り組み

（注）nは、進出先で、何らかの脱炭素化（温室効果ガスの排出削減）に「すでに取り組んでいる」もしくは「今後取り組む予定」と回答した企業。

温室効果ガス排出量の把握範囲（全業種、業種別）

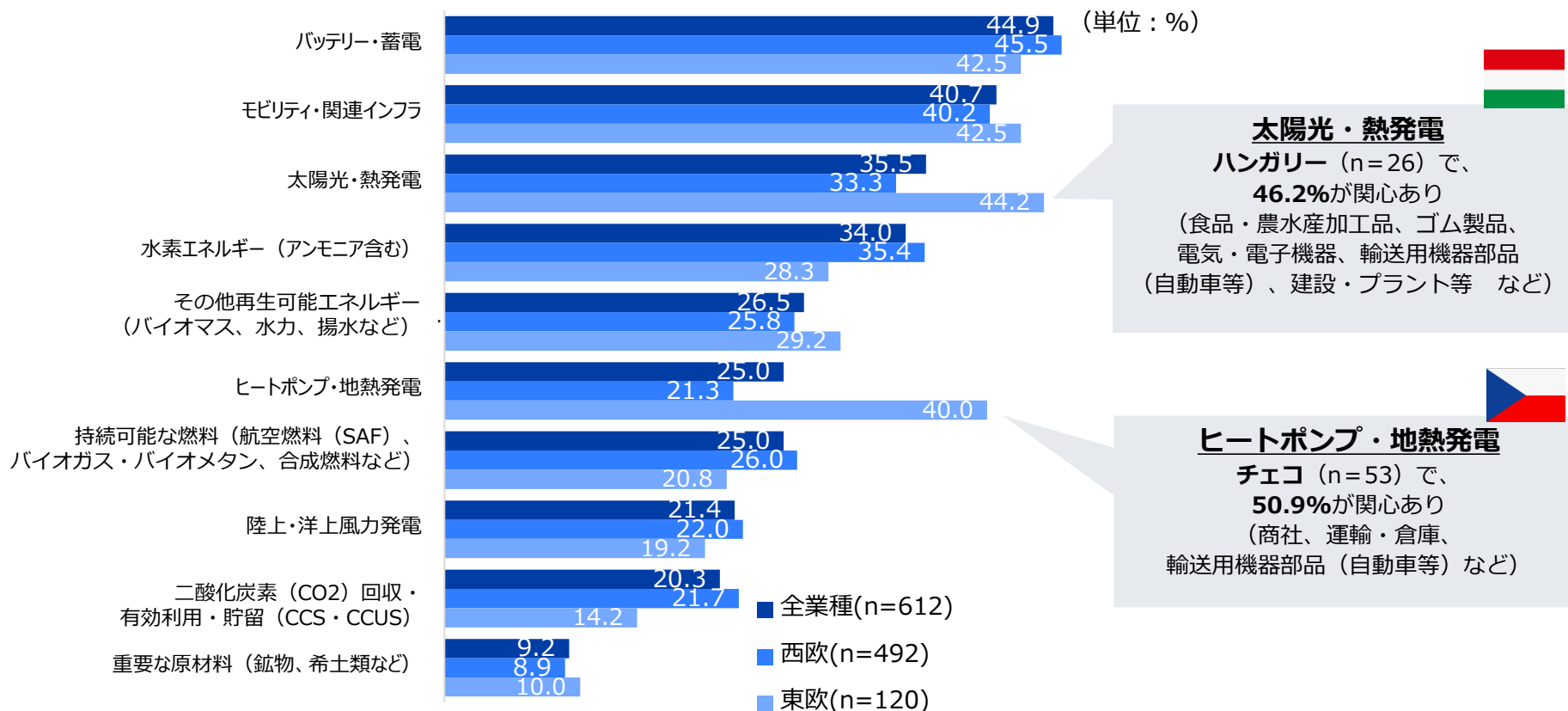
（単位：％）



7 | ビジネスチャンスとして関心の高い脱炭素関連事業： バッテリーが首位、中・東欧では太陽光等にも高い関心

- 脱炭素関連事業のうち、ビジネスチャンスとして関心のあるものの首位は「バッテリー・蓄電」（44.9%）で、「モビリティ・関連インフラ」（40.7%）が続いた。
- 西欧に比べて、中・東欧で大きな関心を集めているのは、「太陽光・熱発電」（44.2%）と「ヒートポンプ・地熱発電」（40.0%）で、それぞれ西欧より10.9ポイント、18.7ポイント高かった。

関心の高い脱炭素関連事業（複数回答）



8 脱炭素化の取り組みへの課題、対応が難しい規制や制度： 脱炭素推進と経済的合理性の両立、不統一な規制が課題

- コストに関連する問題として、**コスト負担増**だけでなく、**負担分の価格転嫁**に対し、**顧客や市場などの受け入れが不透明**という声が多く聞かれた。また、企業として**脱炭素推進と経済的合理性を両立することの難しさ**もうかがえる。
- 国によりルールが異なり、**規制や制度運用が統合されていない**ことも大きな課題との声があった。

脱炭素化の取り組みへの課題、対応の難しい規制や制度（自由記述）

コスト	負担増	工事費、初期投資費用などのコスト増
	顧客や市場の価格転嫁への理解不足	- 顧客側の価格転嫁に対する許容度の低さ、コンセンサスを得られていない - 市場の受け止めの不透明さ 価格転嫁の困難さ、タイミング
	脱炭素化と会社収支のバランス	経済的合理性の追求と、脱炭素推進の両立、そのバランスの難しさ
人材・リソース		知見のある人材の採用・育成・確保が困難
情報		サプライヤー各社からの情報収集が困難
インフラの未整備		- 電源ステーション - 代替エネルギーの安定供給網
技術的問題		- バイオマスだけでの稼働は困難 代替燃料を使用できる建設機械が限定されている - アルミ溶解で天然ガスを利用しているが、代替技術がない - グリーンスチールが入手困難
投資判断		SAFの需給バランスの見極めと投資判断の困難さ

制度や認識のずれ	- 各国で規制や制度運用、その導入タイミングなどが一本化されていない 算定基準が異なる - 国により廃棄物表示マークが異なる - CO2管理の共通ソリューションの欠如 - 日本と欧州での温度差
不明確さ	- 炭素算定基準が不明確 - 対応範囲が不明確 - 排出量の測定方法が不明確 - 仕組みが複雑で理解しにくい - 優先順位がわからない
対応の難しい法規制	CSRD/CBAM/英国2015年現代奴隷法/エコデザイン規則/EU森林破壊防止DD規則
求められるものの	国や制度などによる後押し - 脱炭素に対するインセンティブやカーボンフットプリントの高い製品に対する規制など - グリーン再生材料に関するCO2具体的削減の見える化 - 取り組みによる効果の実証研究

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/ora2/20240035>



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 欧州課



03-3582-5569



ORD@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