



JETRO

[報告書版]

2024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

—高まる地政学リスク、サプライチェーン再編へ—

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部

2025年3月



はじめに

近年、日本企業にとって海外市場の重要性は一段と高まっています。本調査ではこうした情勢に鑑み、貿易、電子商取引（EC）、海外進出、原材料・部品の調達、外国人材の雇用、人権・環境への取り組みといった日本企業の海外事業展開に関する動向についてアンケート調査を基に分析しました。

本調査は、ジェトロ・メンバーズ（ジェトロの会員制度への加入企業）を対象に2002年度に開始し、今年度で23回目となります。2011年度からジェトロのサービスをこれまでご利用いただいたことがある、会員以外の企業の皆様にもご協力をお願いしています。本年度については、2024年11～12月に、日本企業9,441社（うち、ジェトロ・メンバーズ3,321社、メンバーズ以外でジェトロのサービスを利用いただいたことのある企業 6,120社）に案内状を送付し、計3,162社（有効回答率33.5%）から回答を得ました。

本調査にご協力いただいた企業の方々に、この場を借りて厚くお礼申し上げます。本報告書が日本企業の海外事業展開に関する戦略立案の参考となれば幸いです。

なお本調査は、Transbird株式会社の一部を委託しました。

2025年3月

日本貿易振興機構(ジェトロ)

調査部

目次

調査実施概要	4
I. 回答企業の概要	7
II. 海外ビジネスの展望	
① 貿易への取り組み	12
② 電子商取引（EC）への取り組み	19
③ 海外進出への取り組み	23
④ 対中国ビジネスの方針	33
III. 地政学リスクとサプライチェーン	37
IV. 多様性、持続可能性の推進	
① 外国人材の雇用	50
② サステナビリティ推進の取り組み	55

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）	: 9,441社
（内訳）ジェトロ会員企業（ジェトロ・メンバーズ）	: 3,321社
ジェトロのサービスの利用企業	: 6,120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23回目。2011年度より、調査対象企業を拡大。2020～2021年度はオンライン形式のみ。

2. 調査項目

- (1) 貴社の概要
- (2) 海外ビジネスの状況
- (3) 貿易への取り組み
- (4) 調達状況
- (5) 海外進出への取り組み
- (6) 高度外国人材活躍
- (7) 環境・人権等への取り組み

3. 調査方法

オンライン・郵送形式でアンケートを実施。

4. 調査期間

2024年11月6日～2024年12月6日

5. 回収状況

有効回収数：3,162社（うちジェトロ・メンバーズ：1,109社）

有効回答率：33.5%

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	3,162	100.0
製造業	1,870	59.1
飲食料品	597	18.9
繊維・織物／アパレル	102	3.2
木材／家具／紙・パルプ	62	2.0
化学	78	2.5
医療品・化粧品	54	1.7
石油／プラスチック／ゴム	79	2.5
窯業・土石	25	0.8
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	177	5.6
一般機械	118	3.7
電気機械	94	3.0
情報通信機械／電子部品	55	1.7
自動車／同部品／輸送機器	88	2.8
精密機器	78	2.5
その他の製造業	263	8.3
非製造業	1,292	40.9
商社・卸売	654	20.7
小売	109	3.4
建設	89	2.8
運輸	57	1.8
金融・保険	51	1.6
通信／情報・ソフトウェア	83	2.6
専門サービス	59	1.9
その他の非製造業	190	6.0
大企業	461	14.6
大企業（中堅企業を除く）	112	3.5
中堅企業	349	11.0
中小企業	2,701	85.4
中小企業（小規模企業者を除く）	981	31.0
小規模企業者	1,720	54.4

2 | 注釈

1. 本報告書における図表等の比率については四捨五入して表記したため、必ずしも合計が 100%にならない。
2. 「海外ビジネスの状況」は以下の通り。
 「輸出企業」：直接輸出、または間接輸出を実施。
 「輸入企業」：輸入を実施。
 「海外進出企業」：海外拠点（代理店は含まず）を所有。
 「国内企業」：海外ビジネスは実施していない。
3. 大企業・中小企業などの定義は以下の通り。

分類	製造業・その他	卸売業	小売業	サービス業
大企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業
大企業 (中堅企業を除く)	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業
中堅企業	3億円超、10億円未満 又は300人超、3,000人以下	1億円超、3億円以下 又は100人超、1,000人以下	5千万円超、3億円以下 又は50人超、1,000人以下	5千万円超、3億円以下 又は100人超、1,000人以下
中小企業	3億円以下又は300人以下	1億円以下又は100人以下	5千万円以下又は50人以下	5千万円以下又は100人以下
中小企業 (小規模企業者を除く)	小規模企業者以外の 中小企業	小規模企業者以外の 中小企業	小規模企業者以外の 中小企業	小規模企業者以外の 中小企業
小規模企業者	5千万円以下又は20人以下	1千万円以下又は5人以下	1千万円以下又は5人以下	1千万円以下又は5人以下

回答企業の概要（海外ビジネスの状況別、所在地別）

全体・分類・所在地	企業数	構成比(%)
全体	3,162	100.0
輸出企業	2,462	77.9
海外進出企業	1,111	35.1
輸入企業	1,417	44.8
国内企業	260	8.2
北海道	71	2.2
東北	155	4.9
関東・甲信越	1,385	43.8
中部	311	9.8
北陸	112	3.5
関西	591	18.7
中国	174	5.5
四国	135	4.3
九州・沖縄	228	7.2

(注) ※大項目の「大企業」と「中小企業」の定義は中小企業基本法に基づく。その他はJETROによる定義。

3 | 報告書内で使用する業種名の対照表

【製造業】

正式名称	略称
飲食料品	飲食料品
繊維・織物	繊維・織物／アパレル
アパレル	
木材・木製品 (家具を除く)	木材／家具／紙・パルプ
家具・建材	
紙・パルプ	
化学	化学
医療品・化粧品	医療品・化粧品
石油・石炭製品	石油／プラスチック／ゴム
プラスチック製品	
ゴム製品	
窯業・土石	窯業・土石
鉄鋼	鉄鋼／非鉄金属／金属製品
非鉄金属	
金属製品	
一般機械	一般機械
電気機械	電気機械
情報通信機械器具	情報通信機械／電子部品
電子部品・デバイス	

【非製造業】

正式名称	略称
商社・卸売	商社・卸売
小売	小売
建設	建設
運輸	運輸
金融・保険	金融・保険
通信	通信／情報・ソフトウェア
情報・ソフトウェア	
専門サービス (コンサルティング・法 務等)	専門サービス
鉱業	その他の非製造業
電気・ガス・水道	
農業・林業・水産業	
印刷・同関連	
不動産	
飲食店・宿泊施設	
医療・福祉	
その他サービス (旅行、娯楽等)	
その他非製造業	

I . 回答企業の概要

1 | 現在の貿易の状況

貿易の有無（全体、業種別、企業規模別）（%）

全体・業種・規模	現在、輸出を行っている	現在、輸出は行っていない		現在、輸入を行っている	輸入のみ行っている
		輸出のみ行っている	行っていない		
全体 (n=3,162)	77.9	39.1	22.1	44.8	6.0
製造業 (n=1,870)	86.8	44.0	13.2	47.2	4.4
飲食料品(n=597)	90.8	69.3	9.2	24.0	2.5
繊維・織物／アパレル(n=102)	84.3	42.2	15.7	50.0	7.8
木材／家具／紙・パルプ(n=62)	87.1	50.0	12.9	41.9	4.8
化学(n=78)	96.2	29.5	3.8	67.9	1.3
医薬品・化粧品(n=54)	85.2	33.3	14.8	51.9	0.0
石油／プラスチック／ゴム(n=79)	81.0	29.1	19.0	59.5	7.6
窯業・土石(n=25)	68.0	16.0	32.0	72.0	20.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品(n=177)	82.5	31.6	17.5	57.1	6.2
一般機械(n=118)	90.7	31.4	9.3	62.7	3.4
電気機械(n=94)	86.2	26.6	13.8	67.0	7.4
情報通信機械／電子部品(n=55)	89.1	30.9	10.9	60.0	1.8
自動車／同部品／輸送機器(n=88)	81.8	23.9	18.2	61.4	3.4
精密機器(n=78)	91.0	33.3	9.0	59.0	1.3
その他の製造業(n=263)	81.4	32.3	18.6	55.5	6.5
非製造業 (n=1,292)	64.9	32.0	35.1	41.3	8.4
商社・卸売(n=654)	84.7	33.2	15.3	62.2	10.7
小売(n=109)	75.2	51.4	24.8	31.2	7.3
建設(n=89)	32.6	19.1	67.4	27.0	13.5
運輸(n=57)	38.6	22.8	61.4	19.3	3.5
金融・保険(n=51)	2.0	2.0	98.0	3.9	3.9
通信／情報・ソフトウェア(n=83)	55.4	42.2	44.6	14.5	1.2
専門サービス(n=59)	27.1	22.0	72.9	6.8	1.7
その他の非製造業(n=190)	46.3	32.1	53.7	21.1	6.8
大企業 (n=461)	67.5	15.2	32.5	56.4	4.1
中小企業 (n=2,701)	79.6	43.2	20.4	42.8	6.4

(注) ① nは本調査の回答企業総数。②他社を通じた間接輸出入を含む。③輸出のみを行っている企業は、輸出を行っているが、輸入は行っていない企業

④「現在輸出は行っていない」企業は、回答企業総数から、輸出を行っている企業を除いた数。⑤輸入のみを行っている企業は、輸入を行っているが、輸出は行っていない企業。

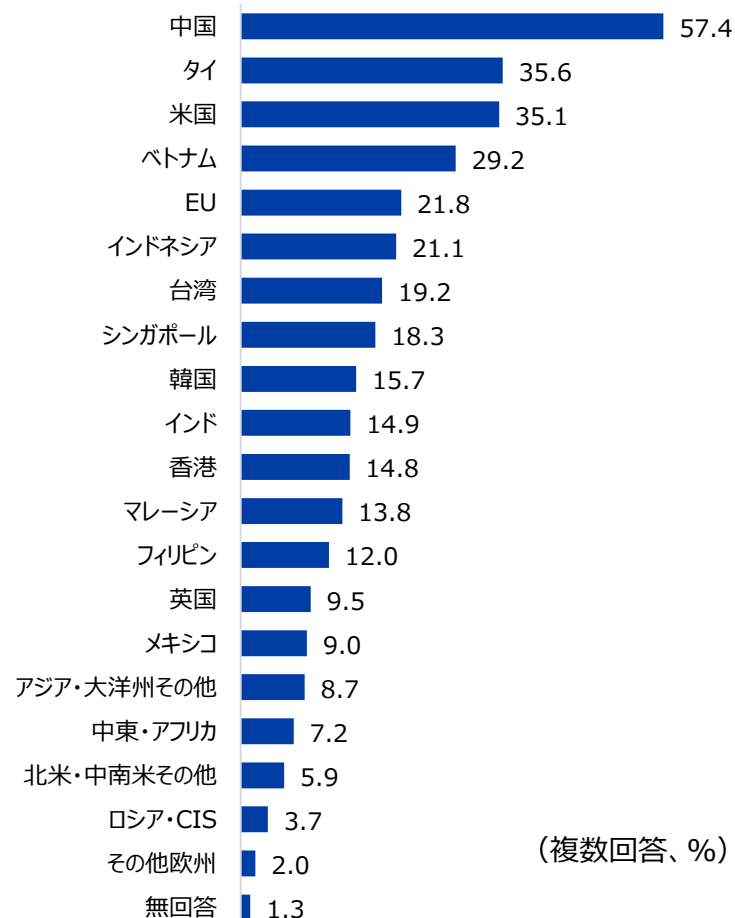
2 現在の海外進出状況

海外拠点の有無（全体、業種別、企業規模別）

	（%）	
	あり	なし
全体(n=3,162)	35.1	64.9
製造業(n=1,870)	35.7	64.3
飲食料品(n=597)	14.4	85.6
繊維・織物／アパレル(n=102)	27.5	72.5
木材／家具／紙・パルプ(n=62)	25.8	74.2
化学(n=78)	57.7	42.3
医療品・化粧品(n=54)	33.3	66.7
石油／プラスチック／ゴム(n=79)	43.0	57.0
窯業・土石(n=25)	40.0	60.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品(n=177)	52.5	47.5
一般機械(n=118)	61.0	39.0
電気機械(n=94)	50.0	50.0
情報通信機械／電子部品(n=55)	50.9	49.1
自動車／同部品／輸送機器(n=88)	73.9	26.1
精密機器(n=78)	43.6	56.4
その他の製造業(n=263)	34.6	65.4
非製造業(n=1,292)	34.4	65.6
商社・卸売(n=654)	33.6	66.4
小売(n=109)	19.3	80.7
建設(n=89)	47.2	52.8
運輸(n=57)	52.6	47.4
金融・保険(n=51)	41.2	58.8
通信／情報／ソフトウェア(n=83)	33.7	66.3
専門サービス(n=59)	37.3	62.7
その他の非製造業(n=190)	31.6	68.4
大企業(n=461)	79.6	20.4
大企業（中堅企業を除く）(n=112)	97.3	2.7
中堅企業(n=349)	73.9	26.1
中小企業(n=2,701)	27.5	72.5
中小企業（小規模企業を除く）(n=981)	42.5	57.5
小規模企業(n=1,720)	19.0	81.0

（注）①nは本調査の回答企業総数。②代理店は海外拠点に含まない。

海外拠点の所在国・地域



（注）①集計対象は現在海外拠点がある企業（1,111社）。②「アジア・太平洋その他」は中国、香港、台湾、韓国、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インドを除くアジア・太平洋の国・地域。「北米・中南米その他」は米国、メキシコを除く北米・中南米の国・地域。「その他欧州」はEU、英国を除く欧州の国・地域。

3 | 売上高の海外比率

2024年度の海外売上高比率（全体、業種別、企業規模別）

（%）

全体・業種・規模	1%未満	1~5%	6~10%	11~20%	21~30%	31~40%	41~50%	51~60%	61~70%	71~80%	81~90%	91~100%	無回答
全体(n=2,706)	19.9	26.0	13.7	10.7	7.2	4.9	3.1	3.3	2.8	2.4	1.5	2.9	1.7
製造業(n=1,700)	18.2	26.8	14.3	11.8	8.2	5.4	3.5	4.1	2.9	1.9	1.1	0.6	1.3
飲食料品(n=551)	23.0	37.0	16.7	9.8	5.1	2.7	1.1	1.5	0.9	0.7	0.2	0.4	0.9
繊維・織物/アパレル(n=95)	18.9	32.6	15.8	11.6	8.4	3.2	5.3	3.2	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0
木材/家具/紙・パルプ(n=55)	34.5	27.3	12.7	9.1	3.6	3.6	3.6	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	1.8
化学(n=75)	4.0	14.7	16.0	17.3	10.7	9.3	8.0	10.7	5.3	1.3	0.0	0.0	2.7
医療品・化粧品(n=47)	19.1	29.8	27.7	6.4	4.3	0.0	4.3	2.1	4.3	0.0	2.1	0.0	0.0
石油/プラスチック/ゴム(n=71)	23.9	15.5	4.2	18.3	19.7	2.8	4.2	5.6	1.4	0.0	1.4	0.0	2.8
窯業・土石(n=19)	5.3	31.6	5.3	21.1	15.8	5.3	0.0	0.0	0.0	10.5	0.0	0.0	5.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=158)	17.7	25.3	11.4	10.1	10.1	8.2	4.4	2.5	3.8	2.5	2.5	0.0	1.3
一般機械(n=111)	8.1	20.7	13.5	17.1	9.0	9.0	3.6	5.4	5.4	0.9	4.5	1.8	0.9
電気機械(n=86)	18.6	19.8	10.5	12.8	12.8	8.1	2.3	3.5	3.5	2.3	2.3	2.3	1.2
情報通信機械/電子部品(n=51)	5.9	21.6	7.8	7.8	15.7	9.8	2.0	11.8	7.8	7.8	2.0	0.0	0.0
自動車/同部品/輸送機器(n=84)	11.9	11.9	10.7	14.3	3.6	6.0	11.9	9.5	9.5	4.8	0.0	2.4	3.6
精密機器(n=73)	11.0	17.8	15.1	13.7	8.2	9.6	4.1	8.2	5.5	4.1	2.7	0.0	0.0
その他の製造業(n=224)	18.8	21.9	15.2	11.2	8.9	6.7	3.6	5.4	2.7	2.2	0.4	1.3	1.8
非製造業(n=1,006)	22.7	24.8	12.7	8.8	5.5	4.0	2.4	2.0	2.5	3.4	2.2	6.8	2.4
商社・卸売(n=574)	14.1	24.2	11.7	10.8	6.8	4.9	2.3	2.6	3.7	4.2	3.0	10.3	1.6
小売(n=89)	39.3	19.1	11.2	10.1	3.4	2.2	3.4	0.0	2.2	2.2	1.1	2.2	3.4
建設(n=59)	42.4	30.5	16.9	6.8	1.7	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
運輸(n=41)	17.1	19.5	9.8	12.2	9.8	7.3	4.9	2.4	0.0	4.9	2.4	4.9	4.9
金融・保険(n=21)	47.6	9.5	4.8	4.8	0.0	0.0	4.8	0.0	0.0	4.8	0.0	0.0	23.8
通信/情報・ソフトウェア(n=62)	29.0	32.3	19.4	4.8	1.6	3.2	1.6	0.0	1.6	1.6	3.2	0.0	1.6
専門サービス(n=36)	27.8	19.4	19.4	5.6	5.6	5.6	2.8	2.8	0.0	2.8	0.0	5.6	2.8
その他の非製造業(n=124)	33.9	30.6	13.7	2.4	4.0	1.6	2.4	2.4	0.8	2.4	0.8	2.4	2.4
大企業(n=416)	14.7	20.7	12.3	11.3	6.7	7.5	5.5	7.0	4.3	3.6	2.2	0.5	3.8
中小企業(n=2,290)	20.8	27.0	14.0	10.6	7.2	4.4	2.6	2.6	2.5	2.2	1.4	3.4	1.3

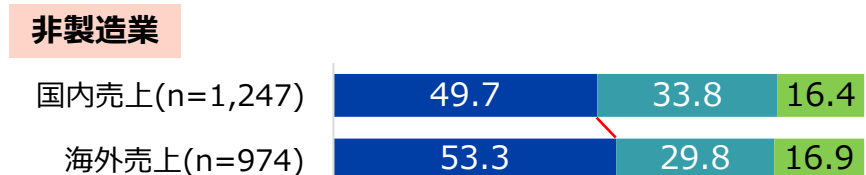
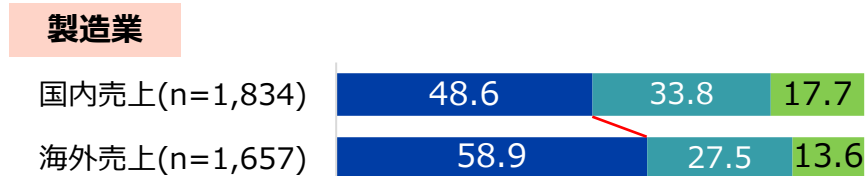
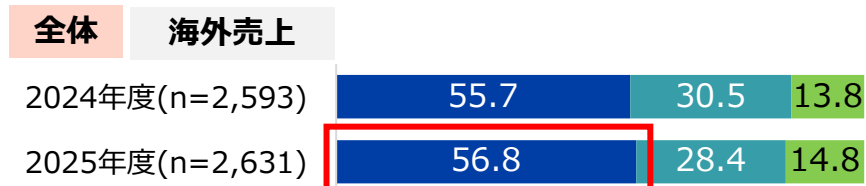
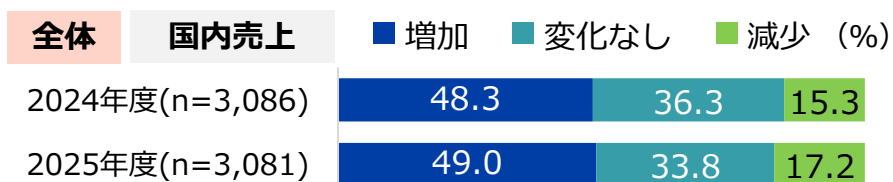
（注）① nは輸出、または海外進出を行っている企業数。②輸出に基づく売り上げは、原則、海外売上高に区分。

③網掛けは回答比率が25%以上。

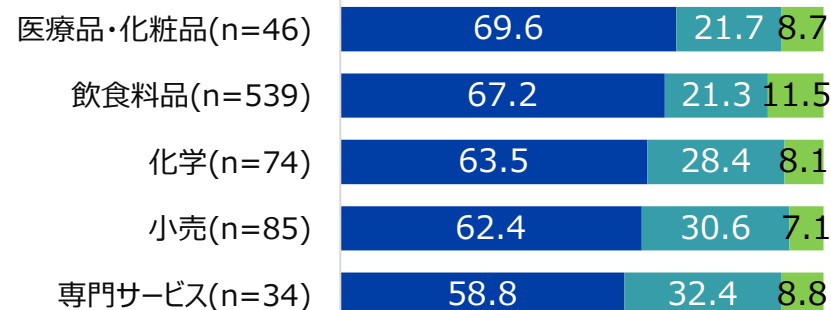
4 | 2025年度の海外売上高、5割超の企業が増加を見込む

- **2025年度の海外売上高について、前年度比で「増加」を見込む企業の割合は全体の56.8%。**国内で売上高増加の見込む企業の割合を7.8ポイント上回った。特に製造業で、海外売上高の増加を見込む割合が高い。
- **医療品・化粧品、飲食料品、化学、小売では、回答企業の6割以上が増加を見込む。**自動車/同部品/輸送機器は「増加」を見込む割合が、業種としては唯一、4割を下回った。

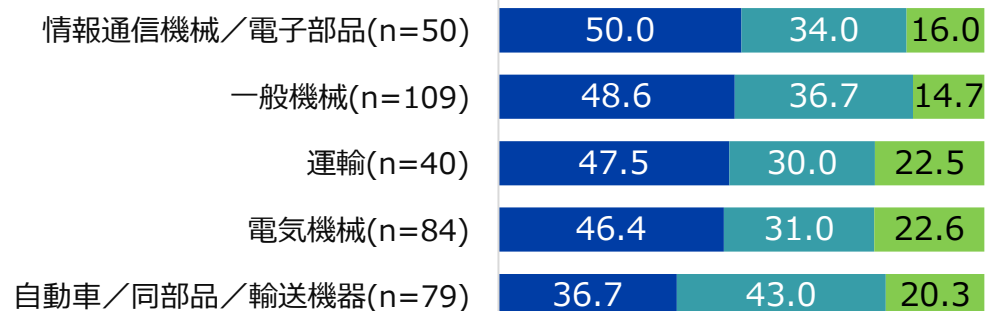
2025年度の国内・海外売上高増減見込み（対前年度）



「海外売上高が増加」の割合が高い 上位5業種 (%)



「海外売上高が増加」の割合が低い 下位5業種



(注) nは無回答を除いた企業数。海外のnは輸出、または海外進出を行っている企業数。
「2024年度」は、前回の日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（2023年度）結果に基づく。

Ⅱ.海外ビジネスの展望

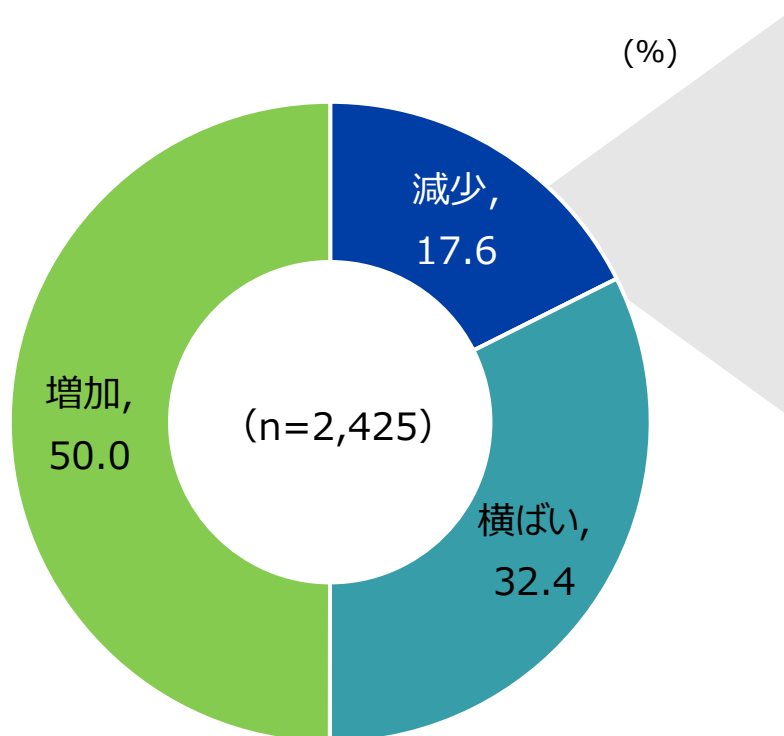
①貿易への取り組み

～最も重視する輸出先、米国との回答が過去最高～

1 | 輸出企業の5割は輸出を拡大

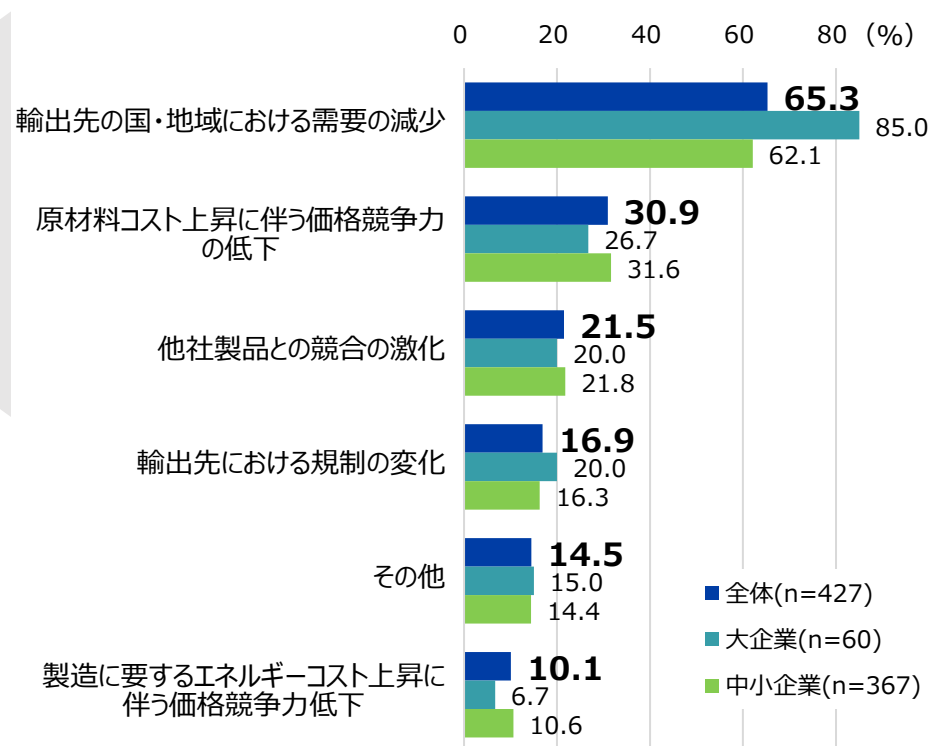
- 2024年度の輸出見通しについて、**5割の輸出企業が前年比で輸出数量が「増加」すると回答**。
- 輸出が「減少」(17.6%)と回答した企業の6割強が、輸出先市場の需要減を輸出減少の要因に挙げる。「原材料コスト上昇に伴う価格競争力の低下」や「他社製品との競合の激化」との回答も上位に。

2024年度の輸出見通し (前年比、数量ベース)



(注) nは本調査の全回答企業のうち、自社による直接輸出または他社を通じた間接輸出を行っている企業であって、無回答を除いた企業数。

輸出減少の要因 (複数回答)



(注) nは輸出見通しを「減少」と答えた企業数。

2 | 製造業では半数超が輸出増加を見込む

2024年の輸出見通し（業種別）

（%）

	社数	増加	横ばい	減少
全体	2,425	50.0	32.4	17.6
製造業	1,601	51.5	32.5	16.0
飲食料品	536	62.5	26.5	11.0
繊維・織物／アパレル	84	52.4	27.4	20.2
木材／家具／紙・パルプ	53	50.9	30.2	18.9
化学	75	56.0	30.7	13.3
医療品・化粧品	45	62.2	31.1	6.7
石油／プラスチック／ゴム	62	32.3	46.8	21.0
窯業・土石	16	37.5	43.8	18.8
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	144	40.3	37.5	22.2
一般機械	107	36.4	43.0	20.6
電気機械	79	43.0	39.2	17.7
情報通信機械／電子部品	47	40.4	36.2	23.4
自動車／同部品／輸送機器	69	29.0	39.1	31.9
精密機器	71	47.9	42.3	9.9
その他の製造業	213	55.4	29.1	15.5
非製造業	824	47.1	32.2	20.8
商社・卸売	547	46.1	31.6	22.3
小売	81	54.3	30.9	14.8
建設	28	28.6	53.6	17.9
運輸	21	33.3	33.3	33.3
通信／情報・ソフトウェア	43	58.1	27.9	14.0
専門サービス	16	56.3	25.0	18.8
その他の非製造業	87	48.3	33.3	18.4

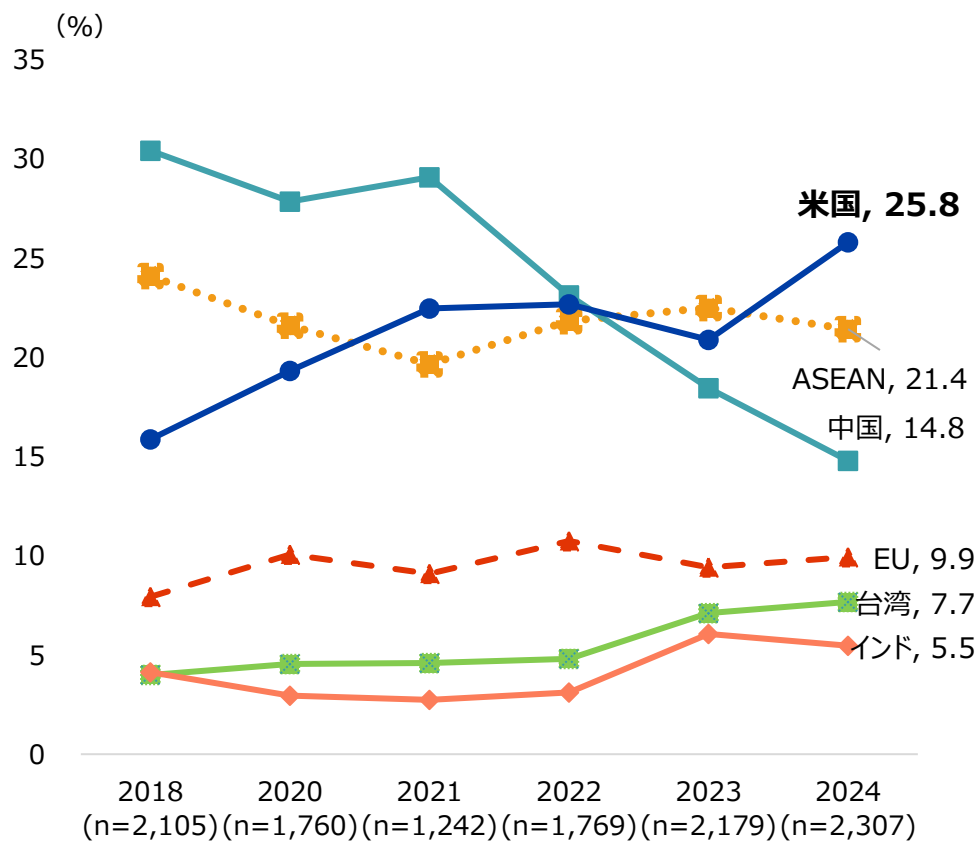
（注）①nは自社による直接輸出または他社を通じた間接輸出を行っている企業で、「輸出見通し」につき回答した企業数。10社未満除く。

②網掛けは、輸出見通しが増加との回答比率が50%以上。

3 | 最も重視する輸出先では、首位の米国が躍進

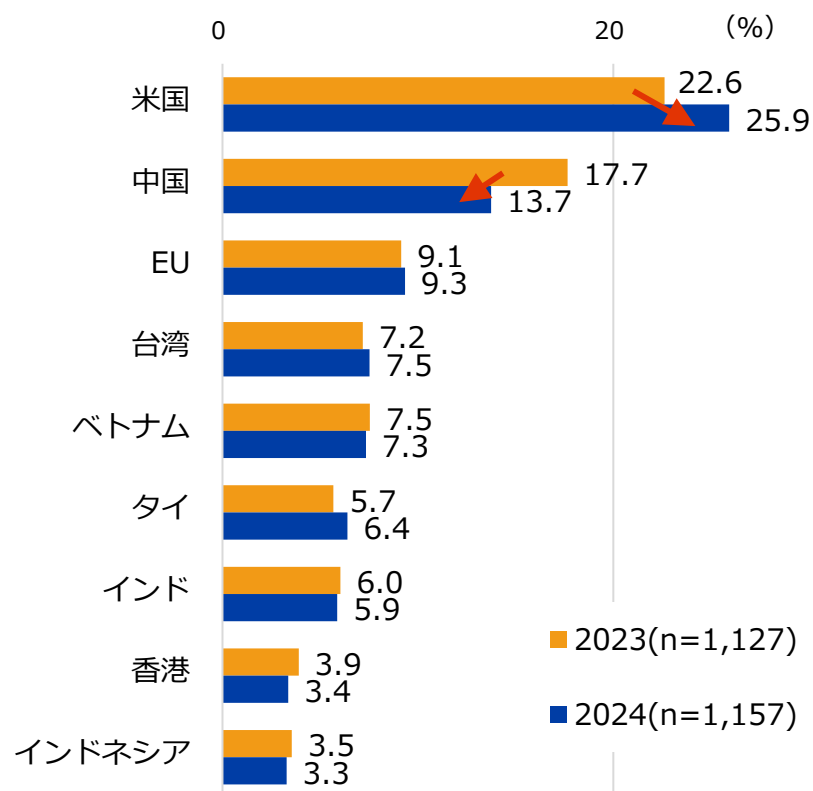
- **最重要とする輸出先では「米国」との回答が25.8%で首位。比較可能な2016年以降で最も高く、中国との差がさらに開いた。** 続くASEANは21.4%で、うちベトナム（6.3%）やタイ（5.9%）が上位に。
- 前年度調査からの連続回答企業に絞った場合、米国が3.3ポイント増、中国が4.0ポイント減となった。

今後の最重要輸出先（上位6カ国・地域、時系列）



(注) ①2019年は同じ設問で調査を実施せず。②2018～2021年のEUは「西欧（英国を除く）」を指す。③無回答の企業を除く。

今後の最重要輸出先（前年度からの連続回答企業のみ）



(注) ①上位9カ国・地域のみ。②無回答の企業を除くため、各年の企業数が異なる。

5 製造業・非製造業とも米国を最重要とする企業が最多

- 業種別では、飲食料品、専門サービスで、4割前後の企業が今後の最重要輸出先として米国と回答。
- 繊維・織物、アパレルおよび石油・プラスチック・ゴム等では、EUの回答割合が最大。

今後の最重要輸出先（主要国・地域×業種別）

（複数回答、%）

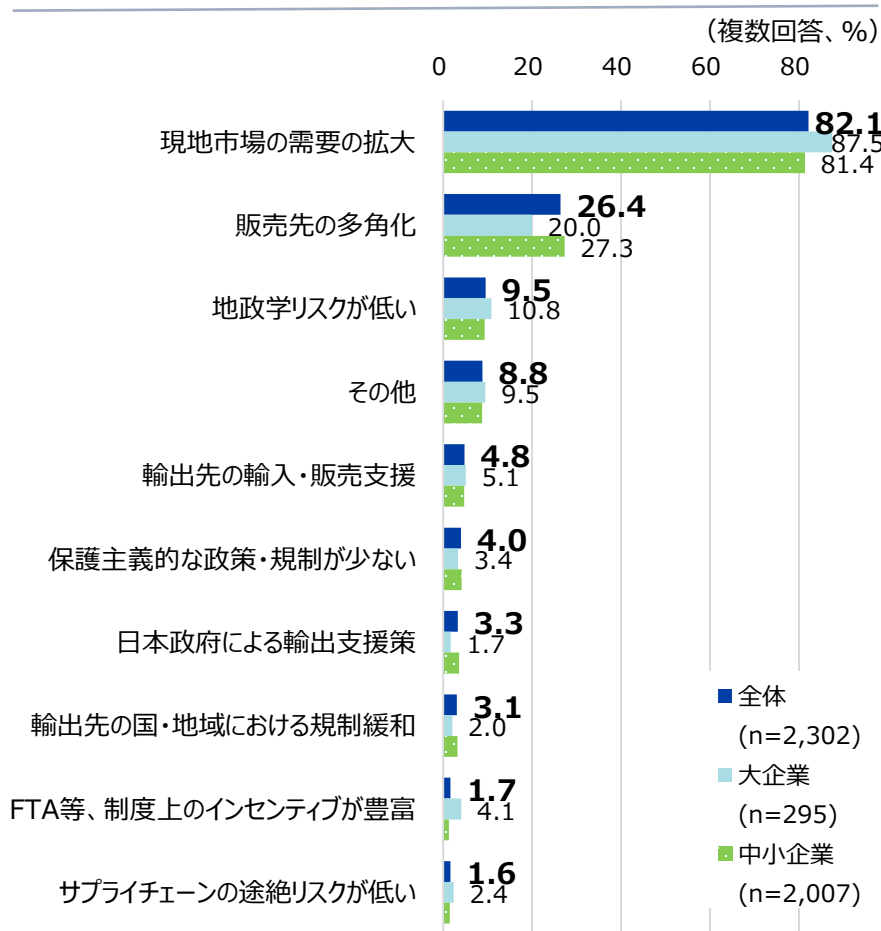
	社数	米国 (n=595)	中国 (n=341)	EU (n=229)	台湾 (n=177)	ベトナム (n=146)	タイ (n=135)	インド (n=126)	香港 (n=101)	シンガポール (n=70)	インドネシア (n=66)	ASEAN (n=494)
全体	2,307	25.8	14.8	9.9	7.7	6.3	5.9	5.5	4.4	3.0	2.9	21.4
製造業	1,527	29.1	14.7	11.0	7.5	5.2	5.7	5.4	3.9	3.2	2.9	19.4
飲食料品	508	38.0	8.3	9.3	9.8	4.1	3.0	1.0	8.3	5.7	2.2	16.9
繊維・織物／アパレル	80	21.3	21.3	27.5	13.8	3.8	2.5	1.3	2.5	0.0	0.0	6.3
木材／家具／紙・パルプ	50	24.0	14.0	10.0	14.0	4.0	6.0	2.0	6.0	4.0	2.0	18.0
化学	75	20.0	29.3	14.7	6.7	4.0	4.0	9.3	1.3	2.7	2.7	13.3
医療品・化粧品	45	17.8	28.9	8.9	13.3	13.3	6.7	2.2	2.2	2.2	0.0	22.2
石油／プラスチック／ゴム	62	12.9	16.1	16.1	6.5	9.7	3.2	9.7	0.0	0.0	3.2	22.6
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	130	19.2	16.9	10.8	5.4	5.4	10.8	13.1	0.0	2.3	3.8	26.2
一般機械	104	27.9	13.5	6.7	2.9	8.7	8.7	15.4	0.0	1.9	3.8	25.0
電気機械	75	25.3	24.0	8.0	4.0	5.3	2.7	6.7	1.3	5.3	4.0	22.7
情報通信機械／電子部品	45	24.4	35.6	6.7	4.4	0.0	6.7	2.2	2.2	2.2	6.7	15.6
自動車／同部品／輸送機器	65	35.4	9.2	6.2	4.6	1.5	9.2	10.8	0.0	0.0	3.1	20.0
精密機器	66	30.3	15.2	10.6	3.0	4.5	4.5	7.6	0.0	1.5	9.1	22.7
その他の製造業	209	29.2	12.4	12.9	5.3	6.7	10.0	4.8	3.8	1.9	2.9	23.4
非製造業	780	19.2	14.9	7.8	7.9	8.5	6.2	5.5	5.4	2.7	2.7	25.3
商社・卸売	516	16.9	17.4	7.8	6.8	9.3	6.0	6.4	6.0	2.9	2.1	25.0
小売	79	25.3	10.1	10.1	11.4	2.5	6.3	1.3	7.6	5.1	1.3	17.7
建設	27	11.1	7.4	3.7	3.7	14.8	14.8	3.7	3.7	0.0	3.7	44.4
運輸	20	10.0	10.0	15.0	15.0	5.0	0.0	15.0	0.0	5.0	0.0	15.0
通信／情報／ソフトウェア	43	30.2	7.0	2.3	4.7	4.7	11.6	7.0	4.7	0.0	4.7	30.2
専門サービス	16	43.8	0.0	6.3	0.0	6.3	6.3	6.3	0.0	0.0	6.3	25.0
その他の非製造業	78	23.1	14.1	9.0	15.4	10.3	2.6	1.3	2.6	1.3	6.4	28.2

（注）①無回答の企業を除く（20社未満除く）。②ASEANはベトナム、タイ、シンガポール、インドネシア、フィリピン、マレーシアの回答数を合算して算出。Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved. ジェトロ作成。無断転載・転用を禁ず

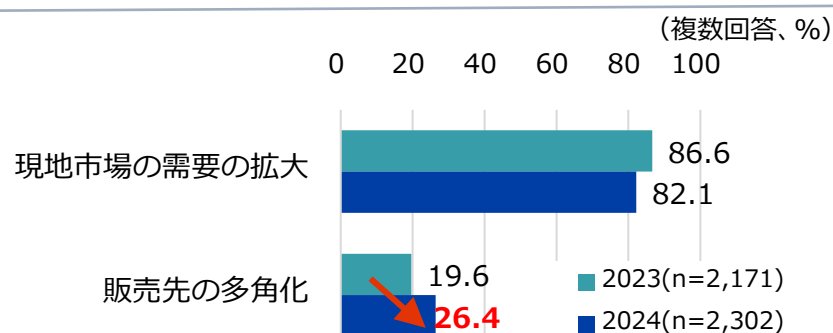
6 | 輸出先選択理由で「販売先の多角化」が急伸

- 最重要輸出先の選択理由では、8割超の企業が「現地市場の需要拡大や引き合いの増加」と回答。続く「**販売先の多角化**」(26.4%)は、前年から**6.8ポイント増加**。米国、ベトナム、タイでは地政学リスクとの回答も1割強。

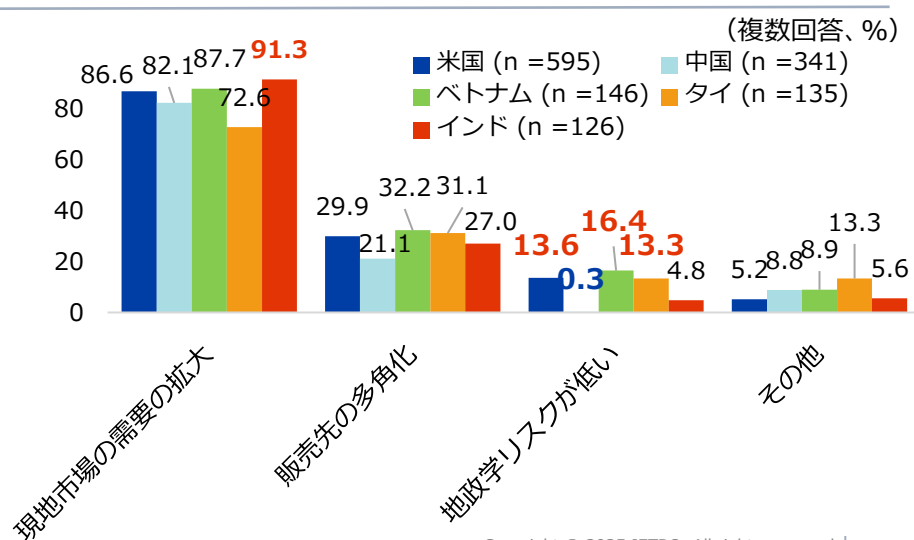
最重要国・地域を選んだ理由（企業規模別）



最重要国・地域を選んだ理由（上位2項目、対前年度）



最重要国・地域を選んだ理由（主要国・地域）



(注) (いずれの図も) nは輸出において今後の最重要重点国・地域につき回答した企業（無回答除く）。

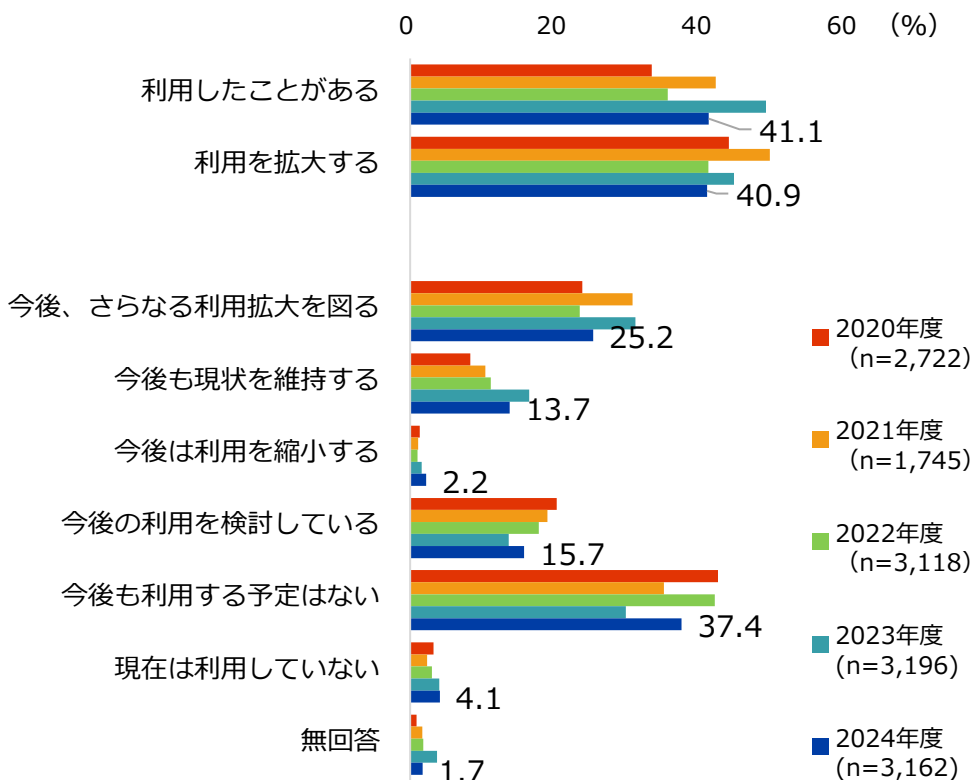
Ⅱ-② 電子商取引（EC）への取り組み

～4割の企業がEC利用拡大へ意欲～

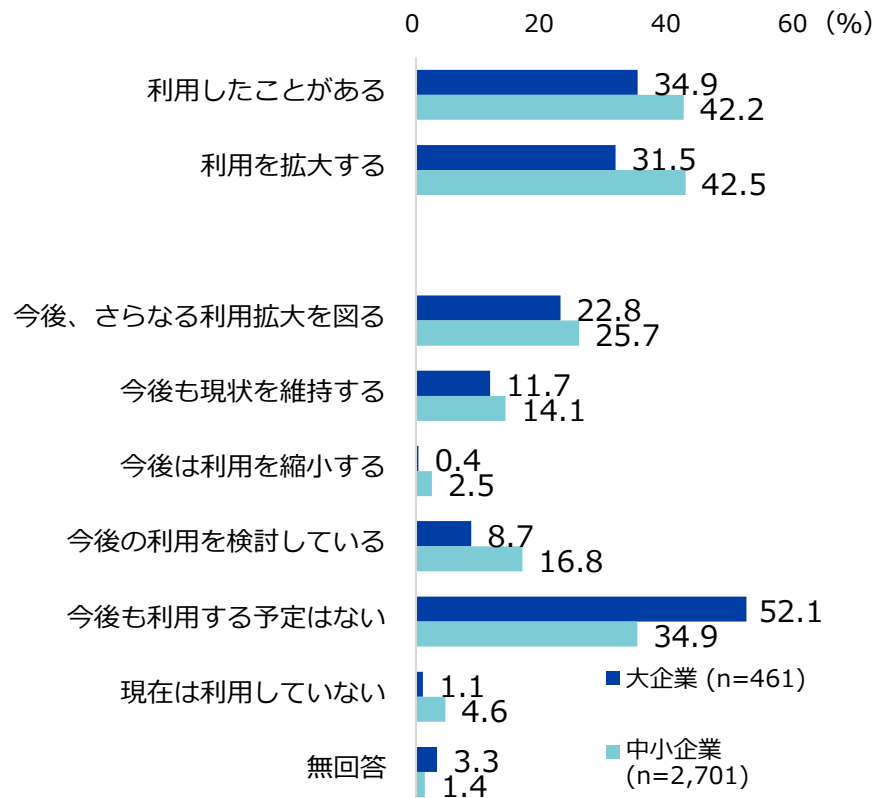
1 | ECの利用経験がある企業は4割

- **国内外でEC（仲介業者を通じての出店・販売を含む）の利用経験がある企業の割合は41.1%**を占めた。今後EC利用を拡大するとの回答は40.9%であり、2021年度（49.6%）をピークに横ばいが続く。
- 企業規模別では、ECを「利用したことがある」、「利用を拡大する」の回答割合はいずれも、中小企業が大企業を上回った。

EC利用の有無（時系列、全体）



EC利用の有無（2024年度、企業規模別）



(注) ①nは本調査の回答総数。②「利用を拡大する」は、EC利用企業のうち「今後、さらなる拡大を図る」とECを利用していないが「今後の利用を検討している」の合計。

2 | 小売などでEC利用率が6割超

- 「ECを利用したことがある」との回答割合は、**小売で6割を超えて、業種別で最大**。さらに、小売では半数近い企業が「今後、さらなる利用拡大を図る」と回答し、今後の利用拡大についても積極的な姿勢が示された。

EC利用の有無（業種別）

(%)

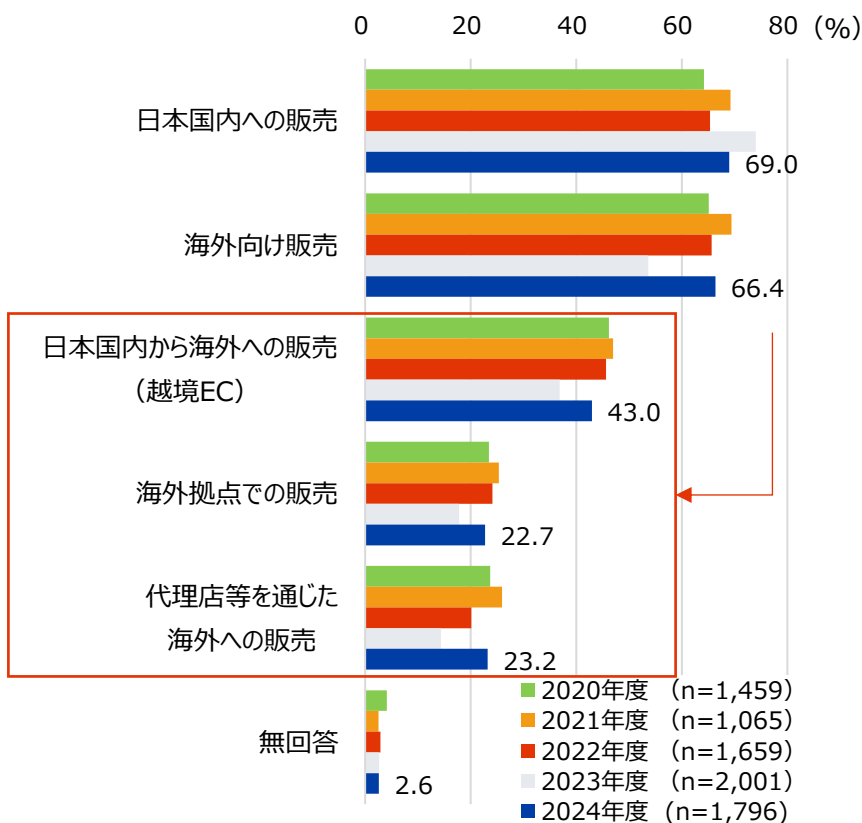
	社数	利用したことがある				利用したことがないが、今後の利用を検討している	利用したことがなく、今後も利用する予定はない	利用したことはあるが、現在は利用していない	無回答
		今後、さらなる利用拡大を図る	今後も現状を維持する	今後は利用を縮小する					
全体	3,162	41.1	25.2	13.7	2.2	15.7	37.4	4.1	1.7
製造業	1,870	45.0	27.6	14.9	2.5	16.1	33.1	4.4	1.4
飲食料品	597	55.9	36.0	16.9	3.0	18.4	20.6	4.0	1.0
繊維・織物／アパレル	102	59.8	40.2	16.7	2.9	17.6	19.6	2.0	1.0
木材／家具／紙・パルプ	62	61.3	38.7	17.7	4.8	16.1	12.9	8.1	1.6
化学	78	42.3	20.5	20.5	1.3	12.8	44.9	-	-
医療品・化粧品	54	59.3	37.0	16.7	5.6	11.1	18.5	9.3	1.9
石油／プラスチック／ゴム	79	39.2	20.3	17.7	1.3	17.7	36.7	3.8	2.5
窯業・土石	25	36.0	28.0	4.0	4.0	16.0	48.0	-	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	177	40.1	23.2	13.6	3.4	14.1	38.4	5.6	1.7
一般機械	118	23.7	13.6	8.5	1.7	17.8	50.0	7.6	0.8
電気機械	94	35.1	20.2	12.8	2.1	14.9	44.7	4.3	1.1
情報通信機械／電子部品	55	40.0	21.8	12.7	5.5	16.4	40.0	3.6	-
自動車／同部品／輸送機器	88	19.3	8.0	10.2	1.1	9.1	60.2	5.7	5.7
精密機器	78	33.3	16.7	15.4	1.3	11.5	50.0	3.8	1.3
その他の製造業	263	40.3	26.2	13.3	0.8	16.3	37.6	4.2	1.5
非製造業	1,292	35.6	21.8	12.1	1.7	15.0	43.7	3.6	2.2
商社・卸売	654	40.4	22.0	16.5	1.8	15.9	39.0	3.7	1.1
小売	109	63.3	47.7	13.8	1.8	11.0	20.2	2.8	2.8
建設	89	11.2	4.5	6.7	-	12.4	70.8	2.2	3.4
運輸	57	17.5	10.5	5.3	1.8	12.3	66.7	1.8	1.8
金融・保険	51	13.7	11.8	2.0	-	5.9	72.5	-	7.8
通信／情報・ソフトウェア	83	30.1	19.3	9.6	1.2	10.8	53.0	3.6	2.4
専門サービス	59	18.6	15.3	3.4	-	20.3	61.0	-	-
その他の非製造業	190	33.7	23.7	6.8	3.2	18.9	36.3	6.8	4.2

(注) ①nは本調査の回答企業総数。②網掛けはECを利用したことがあると回答した企業の割合が50%以上。

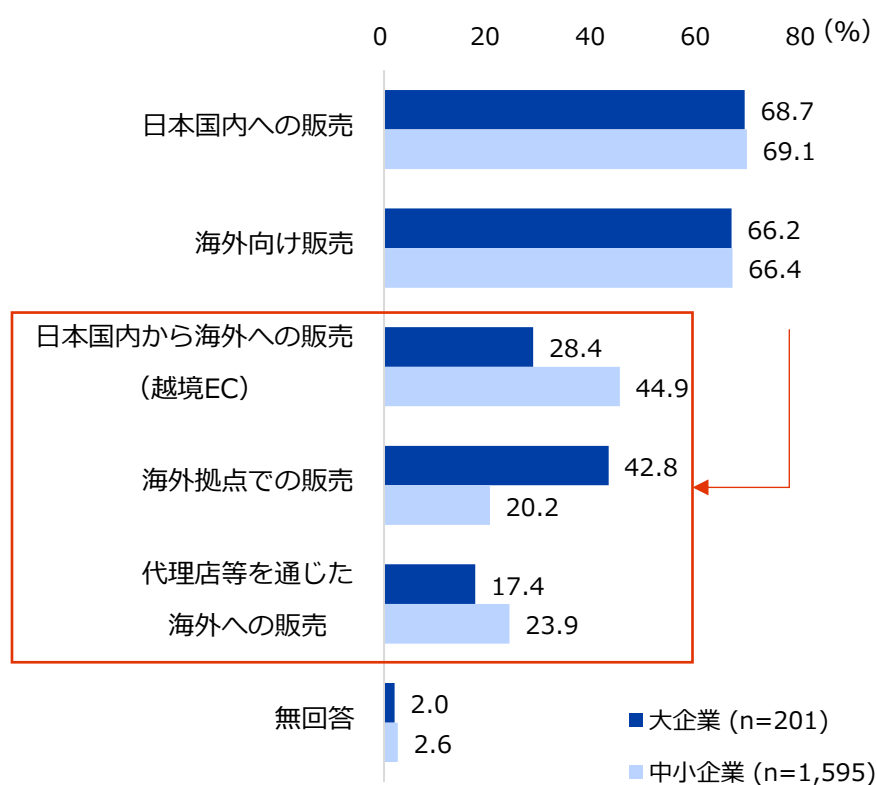
3 | 海外向け販売でのEC利用（検討中を含む）は6割強

- ECを利用または検討していると回答した企業のうち、**66.4%の企業が海外向け販売でECを活用／検討していると回答**した。具体的な販売方法として最も比率が高かったのは、越境ECの43.0%であった。
- 企業規模別にみると、大企業では海外拠点での販売と回答した割合が4割超。一方、中小企業は越境ECの割合が4割超を占めた。

ECの利用状況（時系列）



ECの利用状況（2024年度、企業規模別）



(注) ①nはECを利用したことがある（現在利用していない企業は除く）または利用を検討していると回答した企業。②海外向け販売は、「日本から海外への販売（越境EC）」、「海外拠点での販売」、「代理店等を通じた海外への販売」のいずれかを選択した企業。

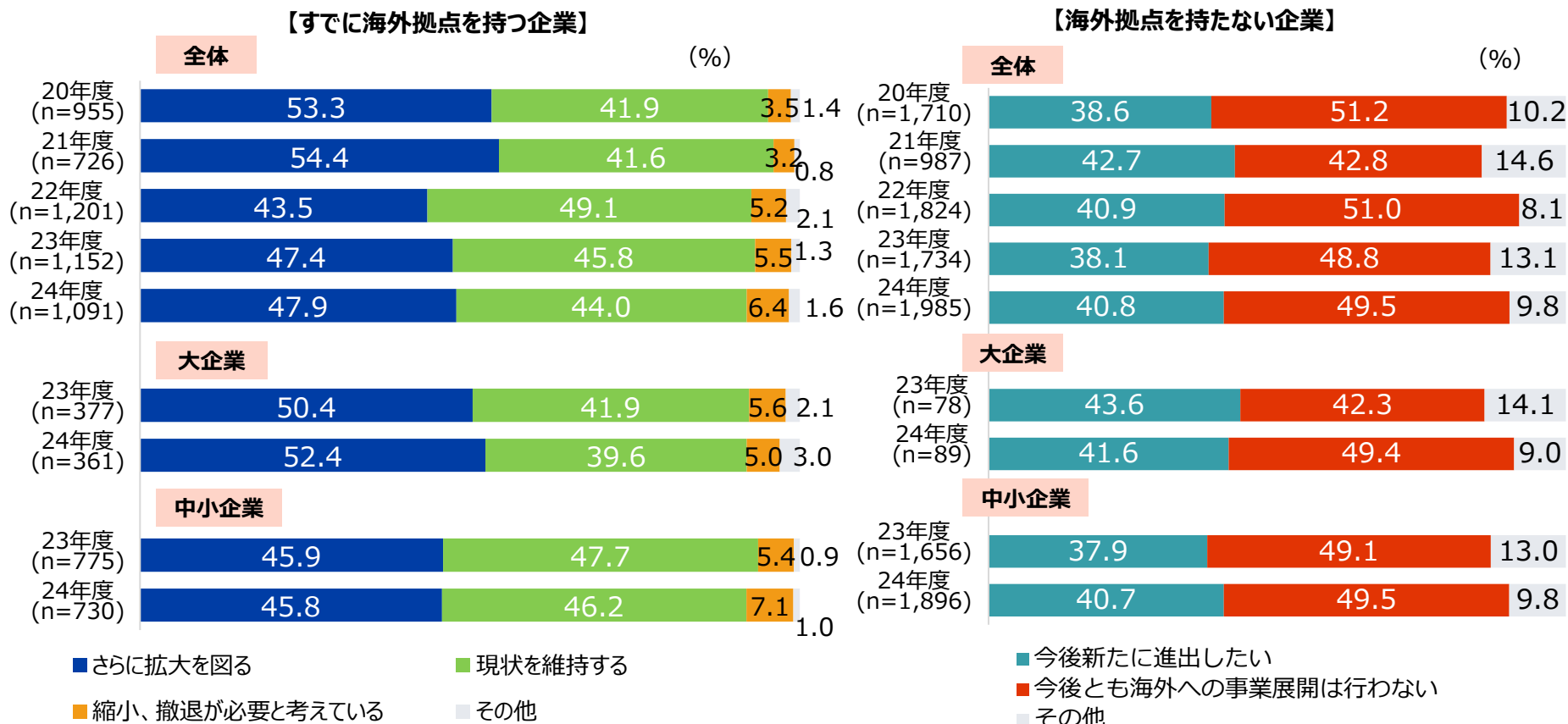
Ⅱ-③ 海外進出への取り組み

～海外拠点のビジネス拡大意欲は前年並み～

1 海外拠点のビジネス拡大意欲は前年並み

- 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の47.9%が「さらに拡大を図る」と回答、前年（47.4%）並み。
- 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40.8%と前年からやや上向く。

今後の海外進出方針



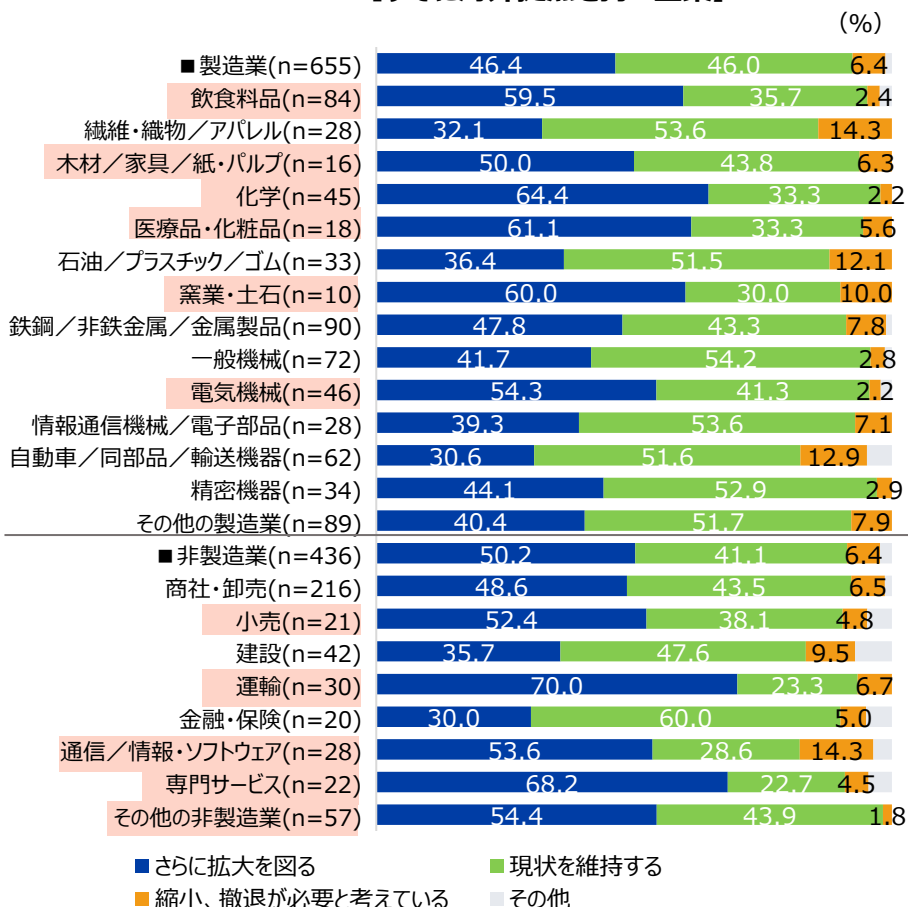
(注) nは「無回答」を除く企業数。

2 | 今後の海外進出方針（業種別）

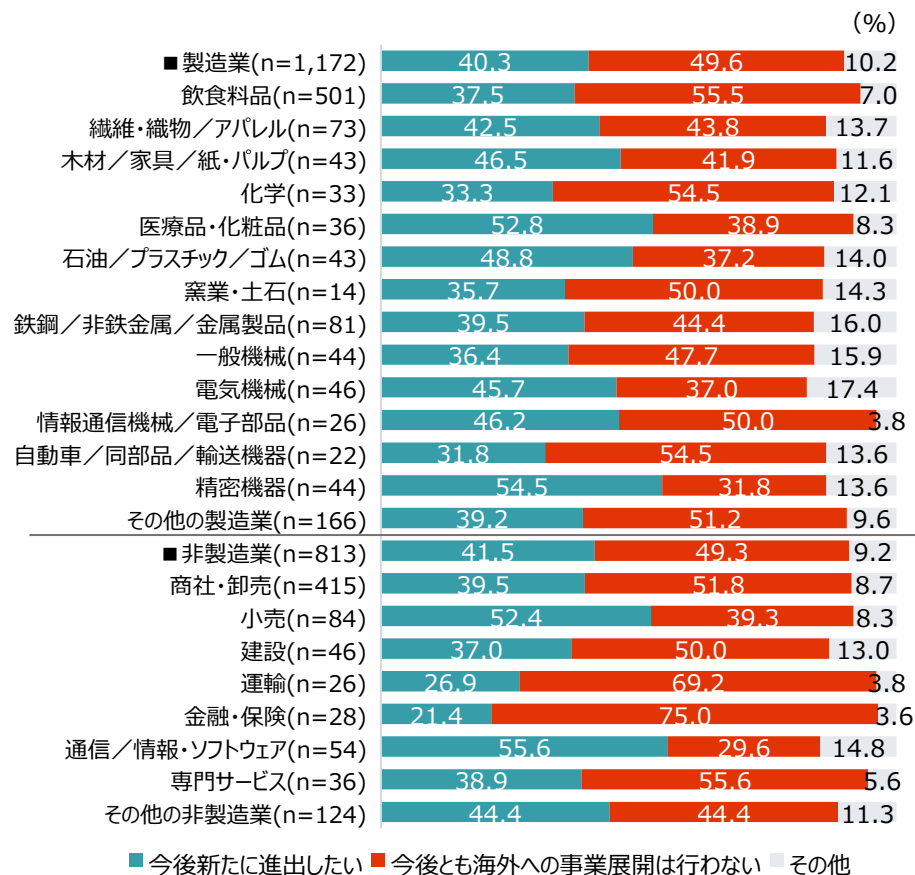
- 海外拠点を持つ企業のうち、**海外事業の拡大を図るとの回答比率が半数以上となった業種は運輸、専門サービス、化学、医療品・化粧品など11業種。**

今後の海外進出方針（業種別）

【すでに海外拠点を持つ企業】



【海外拠点を持たない企業】

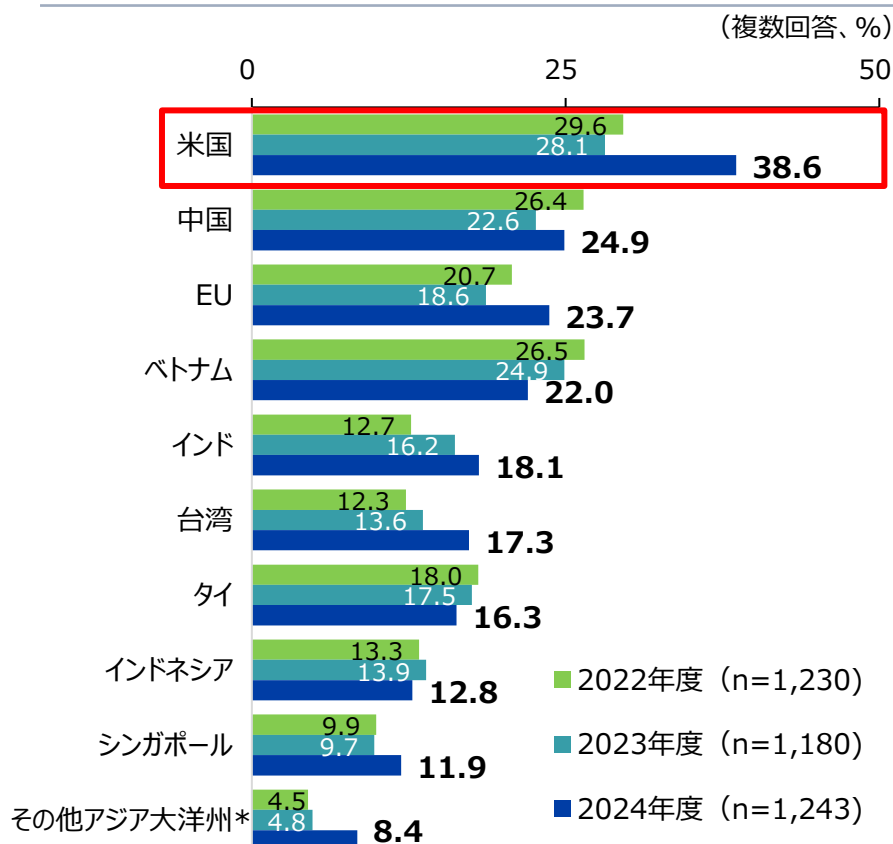


(注) ①nは「無回答」を除く企業数。②網掛けは「さらに拡大を図る」が50%以上の業種。

3 | 今後の事業拡大先、米国が首位を継続

- 今後、海外で事業拡大を図る国・地域では、米国（38.6%）の回答比率が最も高く、次点の中国（24.9%）を大きく引き離し、首位を継続。
- 米国のほか、中国、EU、インド、台湾、シンガポールなども、前回から回答比率が拡大。

今後の事業拡大先（上位10カ国・地域）



今後の事業拡大先（その他、2024年度）

		（複数回答、%）		
		全体 (n=1,243)	大企業 (n=202)	中小企業 (n=1,041)
11	マレーシア	6.9	5.4	7.2
12	香港	6.4	3.5	7.0
13	中東*	6.4	5.4	6.5
14	フィリピン	5.7	8.4	5.2
	韓国	5.7	4.5	6.0
16	英国	3.8	1.5	4.2
17	アフリカ*	2.3	3.0	2.2
18	その他米州*	2.3	2.0	2.3
19	メキシコ	1.6	4.0	1.2
20	その他欧州 (ロシア・CIS除く) *	1.3	0.0	1.5
21	ロシア・CIS	0.6	1.0	0.5

主な事業拡大先 Top5（*地域の自由回答。全体の回答比率上位）

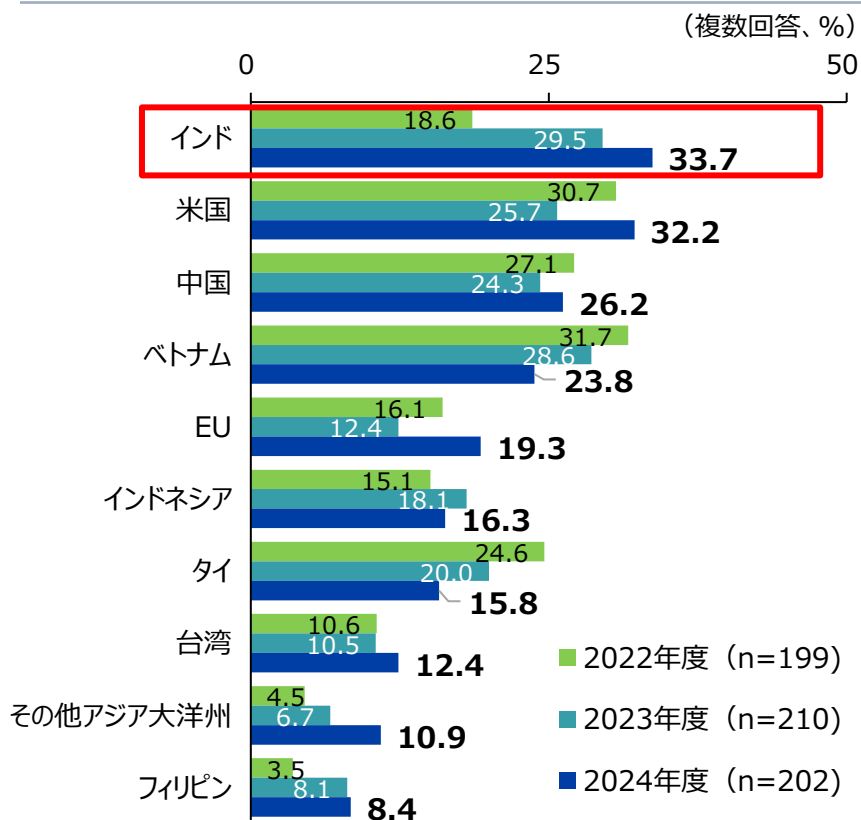
- 【その他アジア大洋州】 オーストラリア（2.7%）、バングラデシュ（1.3%）
- 【中東】 アラブ首長国連邦（1.9%）、サウジアラビア（1.0%）
- 【その他米州】 カナダ（0.9%）

（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）につき回答した企業数。②国・地域別の比率は、選択理由と共に回答した企業数の比率。③EUの内訳は選択肢の設定がない。

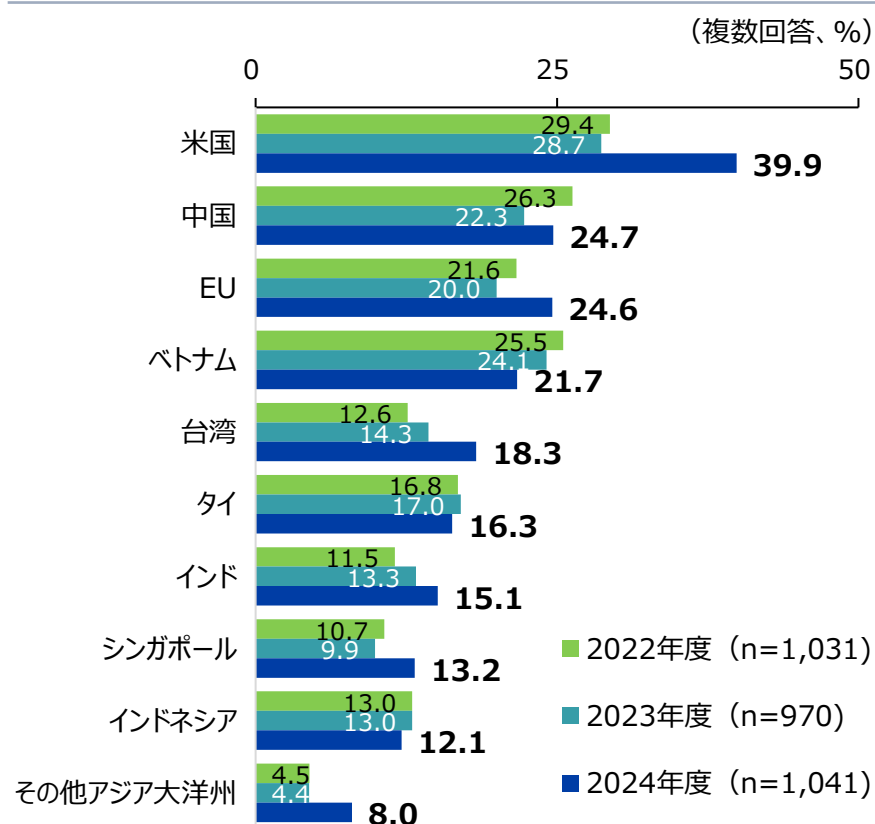
4 | 大企業では、事業拡大先としてインドが首位

- 大企業では、インド（33.7%）での事業拡大意欲が最大。米国（32.2%）が続く。インドは2023年度に5位から1位に浮上、今回も首位を維持と、大企業では注目度が高まっている。中小企業では、米国（39.9%）が2位以下を大きく引き離して首位を維持。また台湾（18.3%）、タイ（16.3%）の回答比率がインドを上回った。

今後の事業拡大先（大企業）



今後の事業拡大先（中小企業）

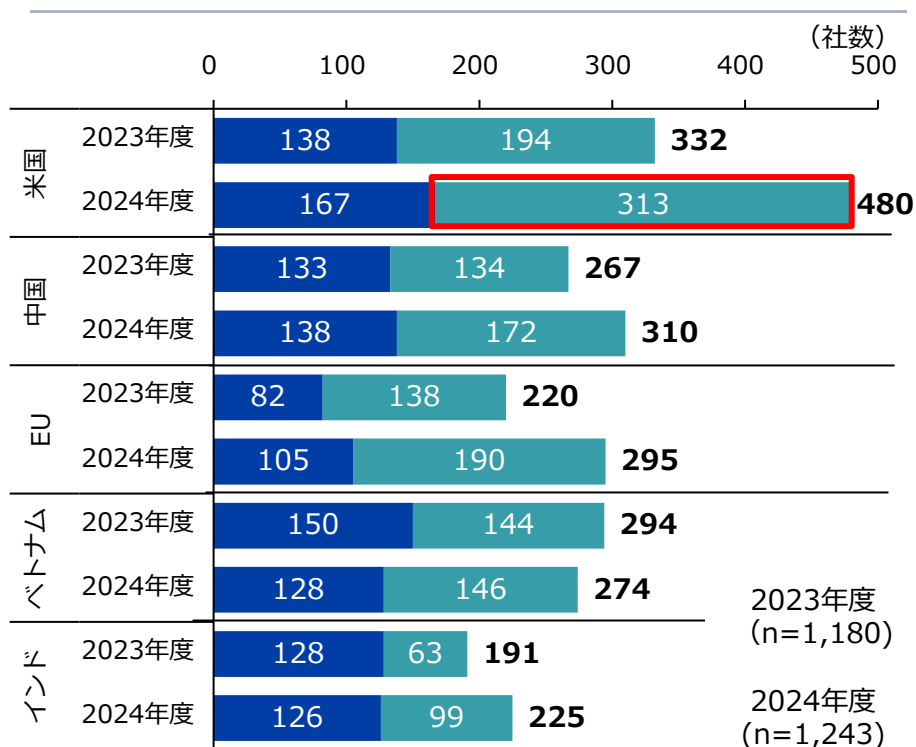


(注) ① nは「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」、「現在、海外に拠点は無いが、今後新たに進出したい」と回答し、かつ事業拡大先（最大3つ）につき回答した企業数。② 国・地域別の比率は、選択理由と共に回答した企業数の比率。③ EUの内訳は選択肢の設定がない。

5 | 新規の海外進出企業、米国への注目度高まる

- 今後の海外進出方針別にみると、主要な事業拡大先では、いずれも新規に海外進出したいとする企業数が前年を上回る。**特に米国での新規拠点設立に意欲を示す企業が300社を超え、前年から100社以上増加。**
- 製造業、非製造業とも、多くの業種で米国との回答が最多。

主要な事業拡大先（海外進出方針別）



- 現在、海外に拠点があり、今後さらに事業拡大を図る企業
- 今後、新たに海外進出したい企業

最も回答社数が多かった事業拡大先（業種別）

	今後の海外進出方針		
	さらに拡大を図る	新たに進出したい	
製造業	飲食料品(n=228)	米国	米国
	繊維・織物／アパレル(n=37)	EU	米国
	木材／家具／紙・パルプ(n=25)	米国/中国	EU
	化学(n=37)	中国	米国/中国
	医療品・化粧品(n=30)	米国/EU	米国/台湾
	石油／プラスチック／ゴム(n=33)	米国/ベトナム	EU
	鉄鋼／非鉄金属／金属製品(n=72)	米国	米国
	一般機械(n=45)	インド	ベトナム
	電気機械(n=44)	EU	米国
	情報通信機械／電子部品(n=23)	米国	米国
	自動車／同部品／輸送機器(n=26)	インド	インド
	精密機器(n=35)	米国	米国
非製造業	商社・卸売(n=245)	中国	米国
	小売(n=53)	台湾	米国
	建設(n=31)	インドネシア	ベトナム
	運輸(n=25)	インド	中国/インド
	通信／情報・ソフトウェア(n=41)	ベトナム/インドネシア	米国
	専門サービス(n=28)	その他アジア大洋州	インド

(注) ①「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）につき回答した企業。②（右表）業種ごとにと、回答社数が最も多かった事業拡大先。n=20社未満除く。その他製造業/非製造業除く。

6 | 自動車・同部品等、一般機械ではインドに注目

- 業種別では、一般機械、自動車/同部品/輸送機器、運輸、専門サービスでインドでの事業拡大意欲が最大。
- 飲食料品では、6割超の企業が今後の事業拡大先として米国と回答。

今後の事業拡大先（主要国・地域×業種別）

（複数回答、%）

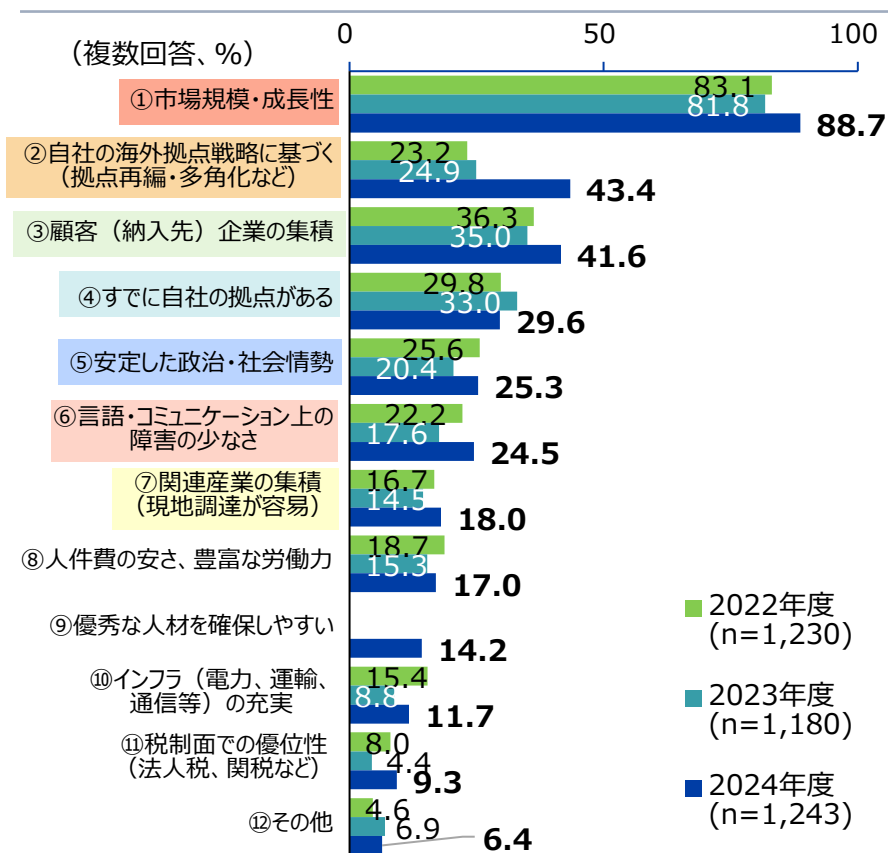
	社数	米国 (n=480)	中国 (n=310)	EU (n=295)	ベトナム (n=274)	インド (n=225)	台湾 (n=215)	タイ (n=202)	インドネシア (n=159)	シンガポール (n=148)
全体	1,243	38.6	24.9	23.7	22.0	18.1	17.3	16.3	12.8	11.9
製造業	734	45.9	26.2	28.6	21.7	18.9	18.3	16.1	11.3	10.4
飲食料品	228	60.5	23.7	24.1	17.5	7.5	27.2	14.0	7.0	20.2
繊維・織物／アパレル	37	51.4	35.1	51.4	13.5	2.7	24.3	5.4	5.4	2.7
木材／家具／紙・パルプ	25	48.0	16.0	44.0	16.0	8.0	20.0	4.0	12.0	12.0
化学	37	43.2	48.6	32.4	13.5	27.0	10.8	24.3	18.9	13.5
医療品・化粧品	30	40.0	20.0	36.7	16.7	16.7	30.0	23.3	3.3	13.3
石油／プラスチック／ゴム	33	30.3	24.2	27.3	27.3	12.1	18.2	21.2	12.1	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	72	36.1	26.4	27.8	26.4	25.0	6.9	22.2	13.9	4.2
一般機械	45	33.3	24.4	28.9	28.9	40.0	11.1	15.6	22.2	2.2
電気機械	44	38.6	22.7	36.4	22.7	31.8	13.6	9.1	6.8	6.8
情報通信機械／電子部品	23	47.8	39.1	34.8	8.7	30.4	8.7	8.7	4.3	0.0
自動車／同部品／輸送機器	26	15.4	15.4	3.8	19.2	46.2	0.0	26.9	34.6	0.0
精密機器	35	40.0	25.7	20.0	28.6	28.6	11.4	8.6	20.0	2.9
その他の製造業	89	44.9	30.3	29.2	31.5	22.5	15.7	21.3	10.1	9.0
非製造業	509	28.1	23.2	16.7	22.6	16.9	15.9	16.5	14.9	14.1
商社・卸売	245	29.8	27.3	21.6	25.7	18.8	19.2	17.1	12.7	14.3
小売	53	35.8	20.8	17.0	7.5	3.8	20.8	20.8	13.2	26.4
建設	31	22.6	16.1	6.5	35.5	12.9	0.0	19.4	25.8	3.2
運輸	25	20.0	20.0	8.0	12.0	40.0	0.0	12.0	12.0	8.0
通信／情報・ソフトウェア	41	34.1	14.6	14.6	12.2	17.1	12.2	7.3	19.5	9.8
専門サービス	28	21.4	14.3	10.7	25.0	28.6	3.6	7.1	14.3	3.6
その他の非製造業	79	24.1	20.3	12.7	26.6	10.1	19.0	17.7	16.5	16.5

（注）①業種別の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）につき回答した企業（20社未満除く）、国・地域別のnは選択理由と共に国・地域を回答した企業。②業種別のnに対する比率。③網掛けは各業種の比率首位。

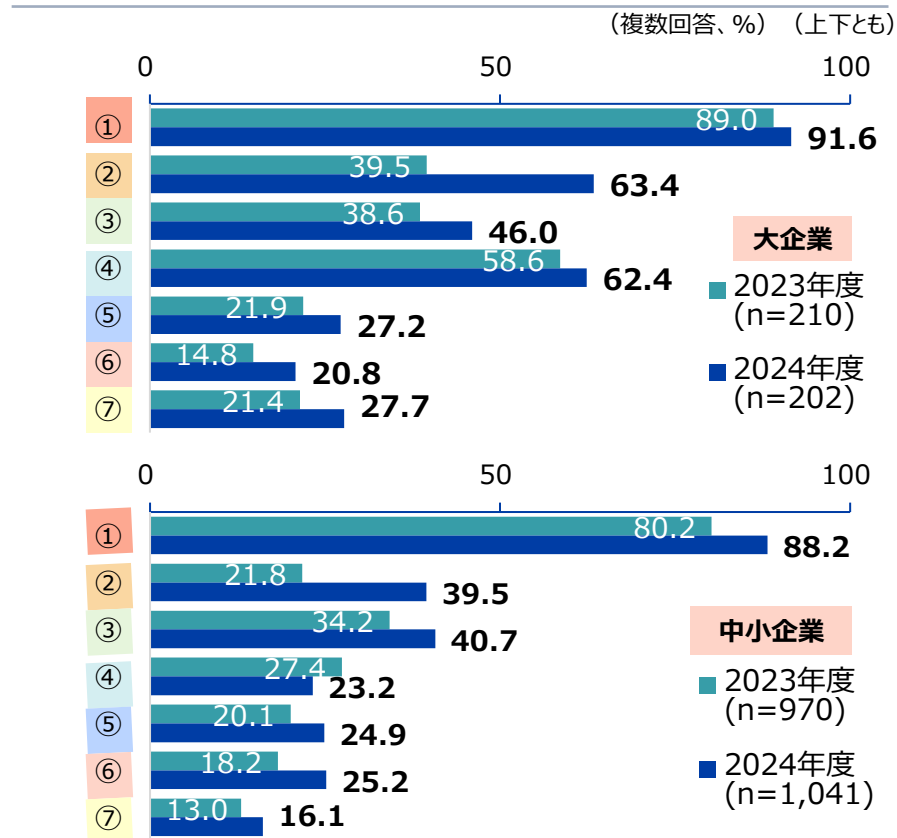
7 | 事業拡大先の選択に各社の海外拠点戦略の比重高まる

- 今後の事業拡大先の最大の**選択理由は、引き続き「市場規模・成長性」(88.7%)**。拠点再編・多角化など、「自社の海外拠点戦略に基づく」(43.4%)は、前回から大きく比率を上げて次点に浮上。
- 大企業では、「すでに自社の拠点がある」(62.4%)が「顧客(納入先)企業の集積」(46.0%)を上回る。

事業拡大先の選択理由 (全体)



事業拡大先別の選択理由 (企業規模別)



(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)につき回答した企業数。
 ②選択理由⑨「優秀な人材を確保しやすい」は、2024年度に新設。

8 | ベトナム、インドでは、人材面も後押しに

- 上位国・地域の事業拡大先とも「市場規模・成長性」が最大の選択理由。
- ベトナム、インド、インドネシアでは、「人件費の安さ、豊富な労働力」が上位につける。またベトナム、インドでは「優秀な人材を確保しやすい」との回答比率が15%前後と、人材面のポイントも高い。

事業拡大先（主要国・地域）別の選択理由

米国 (n=480)		中国 (n=310)		EU (n=295)		ベトナム (n=274)		インド (n=225)		台湾 (n=215)		タイ (n=202)		インドネシア (n=159)		シンガポール (n=148)	
①	88.3	①	71.6	①	77.6	①	84.7	①	90.7	①	65.1	①	69.8	①	86.2	①	66.9
③	35.4	②	34.8	③	35.6	②	35.8	②	38.2	③	33.5	③	40.1	②	30.8	⑤	36.5
②	34.0	③	34.5	②	34.2	⑧	31.8	③	25.8	②	28.4	②	32.2	③	25.8	③	31.1
⑥	25.6	④	34.2	⑤	24.7	③	27.7	⑧	21.3	⑥	21.9	④	28.2	⑧	20.1	②	26.4
④	22.7	⑦	21.9	④	16.3	④	25.5	④	20.9	⑤	13.5	⑦	19.3	④	18.2	⑥	23.0
⑤	21.9	⑥	13.9	⑥	14.6	⑤	16.1	⑨	14.7	④	11.6	⑤	16.3	⑦	13.2	⑪	15.5
⑦	10.0	⑧	8.4	⑩	8.8	⑨	16.1	⑦	11.6	⑦	8.4	⑧	14.9	⑥	6.9	④	10.8
⑩	9.6	⑨	6.8	⑨	5.8	⑦	13.9	⑥	10.7	⑨	7.4	⑥	10.9	⑨	6.9	⑩	10.1
⑨	5.4	⑩	5.8	⑦	5.4	⑩	7.3	⑤	4.4	⑩	7.4	⑩	9.4	⑤	6.3	⑨	7.4
⑪	3.1	⑤	2.9	⑫	4.7	⑥	5.5	⑫	3.6	⑫	4.7	⑨	6.9	⑫	4.4	⑦	6.8
⑫	2.1	⑫	2.9	⑪	3.1	⑪	5.1	⑪	2.7	⑧	2.3	⑪	4.5	⑩	3.8	⑫	4.7
⑧	0.2	⑪	1.6	⑧	0.7	⑫	3.6	⑩	1.3	⑪	1.9	⑫	3.5	⑪	1.9	⑧	0.7

(複数回答、%)

①市場規模・成長性 ②自社の海外拠点戦略に基づく(拠点再編・多角化など) ③顧客(納入先)企業の集積 ④すでに自社の拠点がある ⑤安定した政治・社会情勢
 ⑥言語・コミュニケーション上の障害の少なさ ⑦関連産業の集積(現地調達容易) ⑧人件費の安さ、豊富な労働力 ⑨優秀な人材を確保しやすい ⑩インフラ(電力、運輸、通信等)の充実 ⑪税制面での優位性(法人税、関税など) ⑫その他

(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)につき回答した企業数。
 ② 選択理由⑨「優秀な人材を確保しやすい」は、2024年度に新設。③ 国・地域ごとの回答企業数に対する比率。
 ④ 赤字は前回より5%ポイント以上上昇。青字は5%ポイント以上下落。

9 事業拡大先の選択理由（業種別）

- 「市場規模・成長性」の回答比率は、全ての業種で8割超と総じて高く、化学、情報通信機械／電子部品など8業種では9割を超える。

事業拡大先の選択理由（業種別）

(複数回答、%)												
	社数	1 市場規模・ 成長性	2 自社の海外拠点 戦略に基づく (拠点再編・多 角化など)	3 顧客（納入 先）企業の 集積	4 すでに自社の 拠点がある	5 安定した政 治・社会情 勢	6 言語・コミュ ケーション上 の障害の少 なさ	7 関連産業の 集積（現地 調達が容易）	8 人件費の安 さ、豊富な労 働力	9 優秀な人材 を確保しやす い	10 インフラ（電 力、運輸、通 信等）の充 実	11 税制面での 優位性（法 人税、関税 など）
全体	1,243	88.7	43.4	41.6	29.6	25.3	24.5	18.0	17.0	14.2	11.7	9.3
製造業	734	89.5	41.8	43.5	29.4	24.9	23.2	18.3	15.7	12.5	10.6	7.8
飲食料品	228	92.1	32.5	35.1	13.6	25.9	17.1	9.6	10.1	6.6	8.3	5.7
繊維・織物／アパレル	37	86.5	27.0	40.5	13.5	24.3	27.0	16.2	13.5	8.1	2.7	2.7
木材／家具／紙・パルプ	25	88.0	44.0	40.0	24.0	20.0	12.0	16.0	16.0	8.0	4.0	4.0
化学	37	97.3	64.9	51.4	59.5	21.6	24.3	37.8	16.2	16.2	18.9	8.1
医薬品・化粧品	30	90.0	53.3	36.7	26.7	36.7	30.0	20.0	10.0	23.3	16.7	10.0
石油／プラスチック／ゴム	33	81.8	39.4	45.5	27.3	24.2	24.2	18.2	21.2	12.1	15.2	6.1
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	72	87.5	50.0	51.4	47.2	27.8	18.1	26.4	20.8	11.1	9.7	9.7
一般機械	45	93.3	42.2	42.2	42.2	11.1	22.2	26.7	15.6	8.9	8.9	11.1
電気機械	44	81.8	45.5	47.7	36.4	25.0	34.1	22.7	20.5	25.0	13.6	11.4
情報通信機械／電子部品	23	95.7	34.8	52.2	39.1	47.8	26.1	21.7	30.4	26.1	17.4	21.7
自動車／同部品／輸送機器	26	80.8	65.4	42.3	50.0	11.5	7.7	19.2	26.9	26.9	11.5	7.7
精密機器	35	91.4	37.1	62.9	31.4	28.6	34.3	14.3	11.4	5.7	14.3	8.6
その他の製造業	89	88.8	46.1	49.4	31.5	23.6	37.1	22.5	19.1	18.0	11.2	7.9
非製造業	509	87.6	45.6	38.9	29.9	25.7	26.3	17.7	18.9	16.5	13.4	11.4
商社・卸売	245	89.0	45.3	47.3	32.7	27.3	26.9	22.0	16.7	13.1	14.3	12.7
小売	53	86.8	43.4	30.2	15.1	20.8	37.7	9.4	13.2	11.3	7.5	17.0
建設	31	93.5	58.1	38.7	35.5	12.9	19.4	16.1	29.0	16.1	9.7	6.5
運輸	25	80.0	52.0	36.0	56.0	16.0	16.0	20.0	24.0	12.0	16.0	12.0
通信／情報・ソフトウェア	41	80.5	34.1	36.6	22.0	29.3	26.8	9.8	17.1	22.0	7.3	4.9
専門サービス	28	82.1	53.6	21.4	21.4	21.4	25.0	14.3	14.3	21.4	17.9	10.7
その他の非製造業	79	91.1	43.0	27.8	26.6	34.2	25.3	15.2	27.8	27.8	17.7	10.1

(注) ① nは「現在、海外に拠点が有り、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（20社未満除く）。②業種ごとのnに対する比率。ただし「その他」、「無回答」は除く。③太字は90%以上。網掛けは、濃色：50%以上、薄色：50～25%以上。

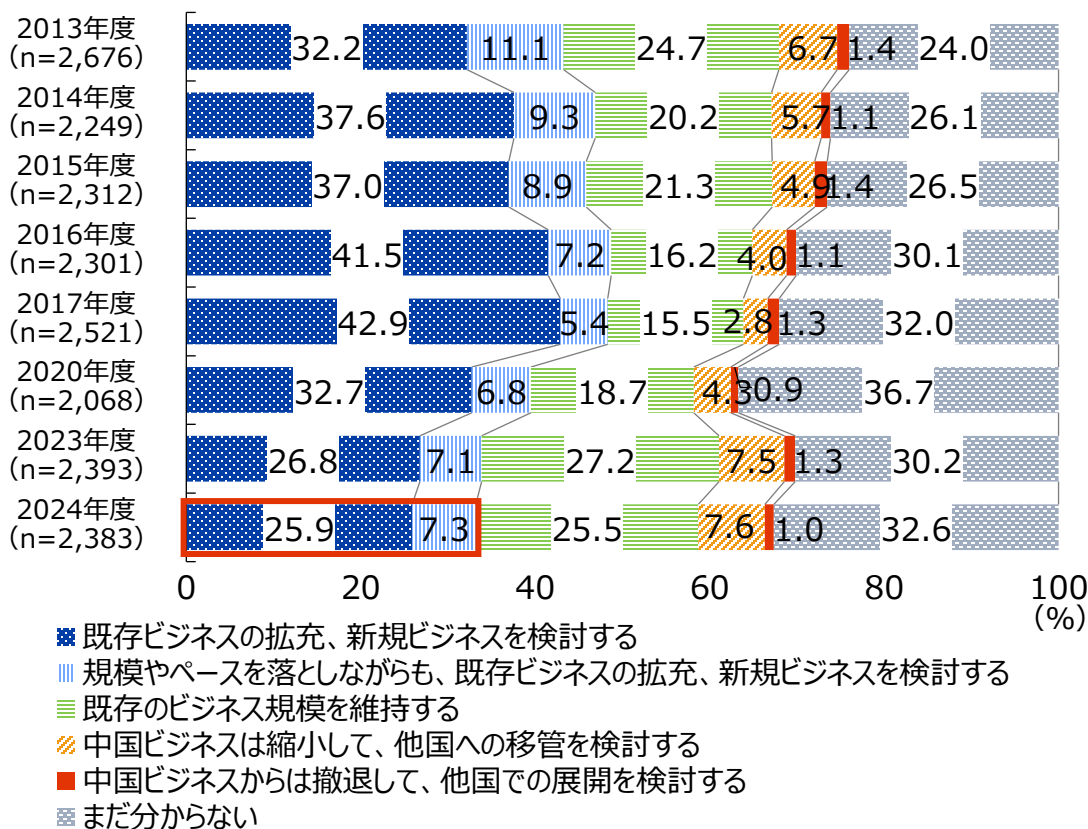
Ⅱ-④ 対中国ビジネスの方針

～対中ビジネス拡大意欲は低下。地政学リスクを懸念～

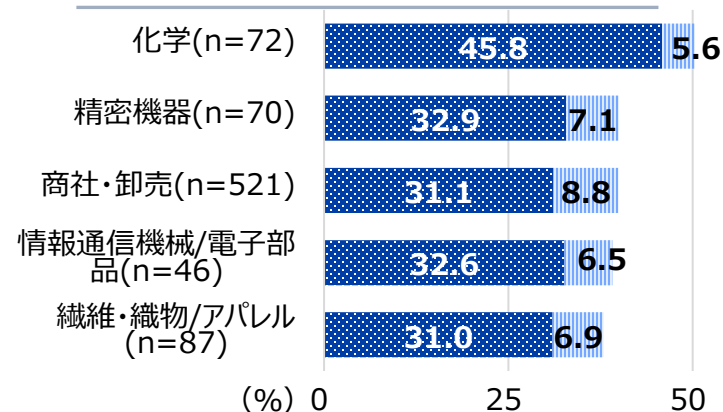
1 | 中国ビジネスに対する意欲、回復見られず

- 中国で既存ビジネスの拡充や新規ビジネスを検討する企業の割合は33.2%。過去最低を記録した前年（33.9%）からほぼ横ばい。他方、縮小や撤退を検討する企業の割合は1割未満。**撤退の検討はわずか1%**にとどまる。
- 業種別では化学で5割以上がビジネスを拡充する意向。一方、**自動車・同部品などで縮小を検討する割合が高い**。

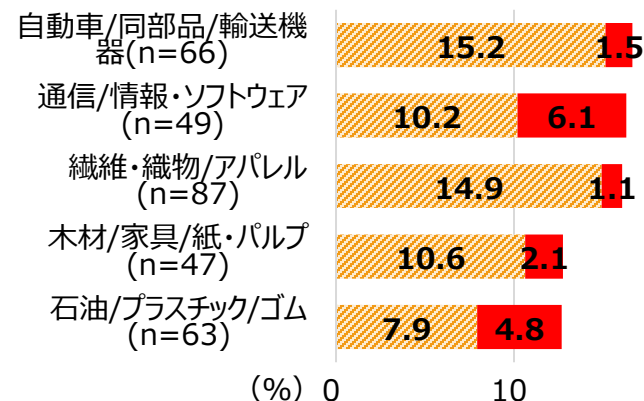
今後の中国ビジネス展開の方針（全体）



ビジネス拡充の割合が高い上位5業種



ビジネス縮小・撤退の割合が高い上位5業種

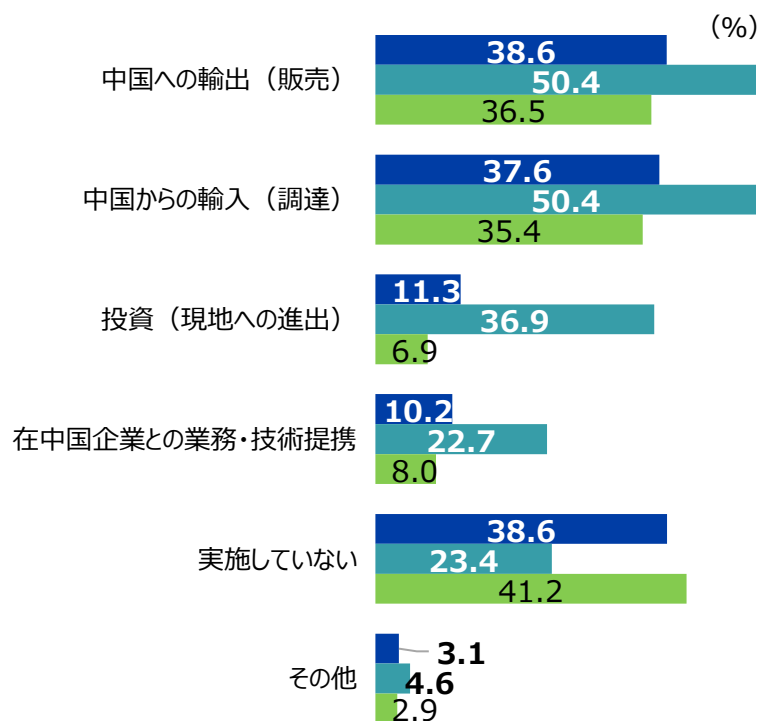


(注) ①集計対象 (n) は全回答企業ベース（既存で中国ビジネスを実施していない企業も含む）から「今後ともビジネス展開は行わない」と無回答を除いたもの。②18年度、19年度、21年度、22年度は本設問を設けていない。

2 | 今後の対中国ビジネス展開の方針、大きく分かれる

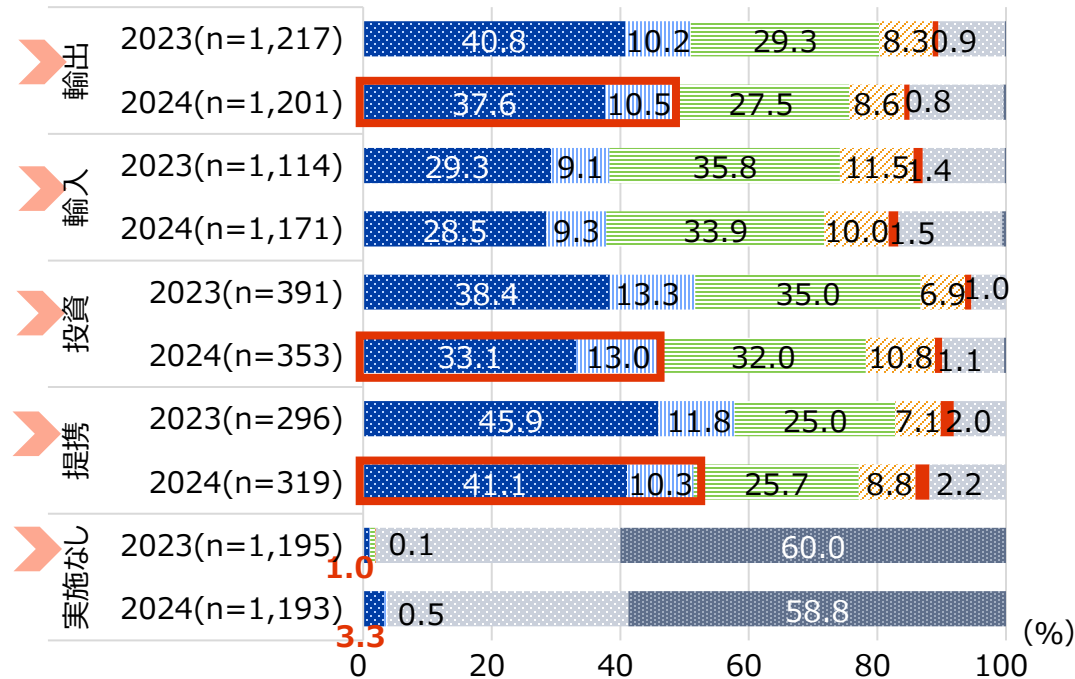
- 既存の対中国ビジネスでは、大企業の5割以上が中国との輸出・輸入あり。また現地進出は大企業では36.9%も、中小企業は6.9%にとどまる。対中ビジネスを実施していない企業は全体の4割弱（38.6%）。
- 中国向け**輸出、投資、業務・技術提携**を行っている企業は、それぞれ5割前後の企業が、**中国ビジネスを拡充する方針**。ただし、いずれも前年から減少。既存の対中ビジネスがない企業の約4%が新規ビジネスを検討。

既存の中国ビジネスの状況（全体）、2024年度



■ 全体(n=3,135)
 ■ 大企業(n=458)
 ■ 中小企業(n=2,677)

今後の中国ビジネス展開の方針（既存のビジネス形態別）



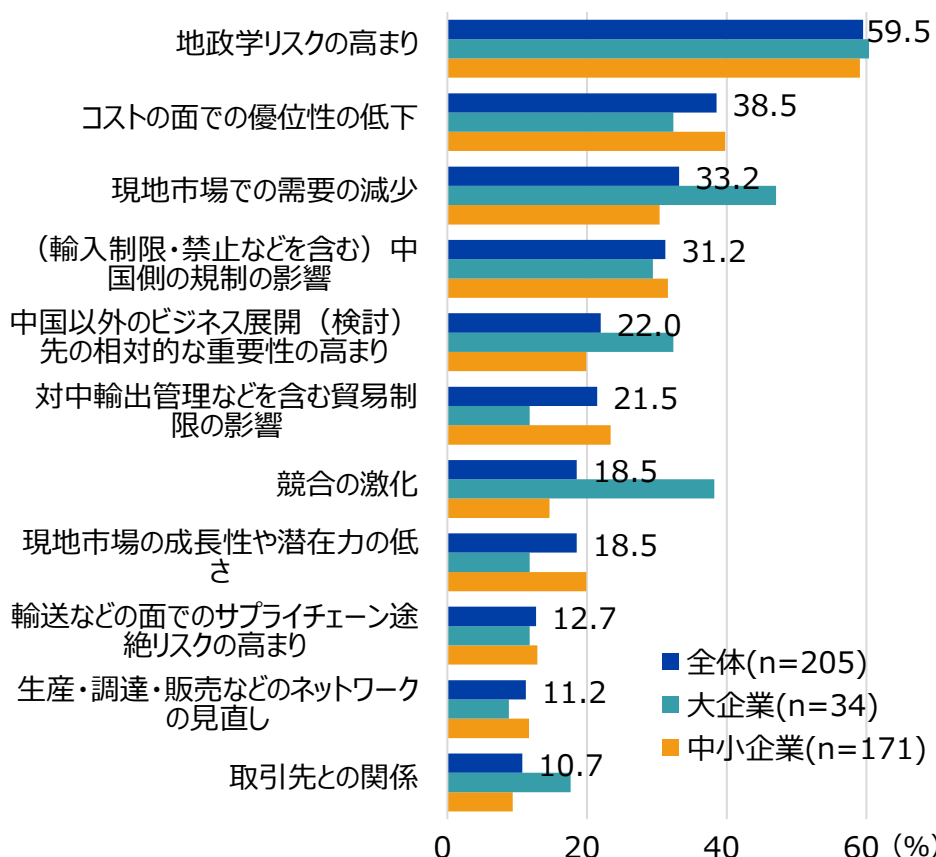
■ 既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する
 ■ 規模やペースを落としながらも、既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する
 ■ 既存のビジネス規模を維持する
 ■ 中国ビジネスは縮小して、日本を含む他国への分散・移管を検討する
 ■ 中国ビジネスからは撤退して、日本を含む他国への分散・移管を検討する
 ■ まだ分からない
 ■ 今後ともビジネス展開は行わない

(注) 左図は「実施していない」を除き、複数回答。 無回答は集計対象から除く（左図、右図とも）。

3 | 対中ビジネス縮小の理由、地政学リスクの高まりが最多

- 対中ビジネスの縮小・撤退の理由（有効回答205社）では「**地政学リスクの高まり**」が約6割で最大。コストや需要減少の要因を大きく上回る。また3割超が中国側の輸入規制等、2割以上が対中輸出管理等を挙げた。
- 中国事業における地政学リスクとして、**米国の追加関税や、今後の更なる関税引き上げの可能性**を懸念する声も。

中国ビジネスを縮小・撤退する理由（複数回答）



(注) 左図のnは、中国ビジネスを縮小して他国への移管を検討する企業、撤退して他国での展開を検討する企業。「その他」は省略。無回答は集計対象から除く。

縮小・撤退する理由に関する主なコメント

- 中国での生産をベトナム、インドに移管。地政学リスクに対応し、中国生産→世界市場への輸出事業から撤退。**米国の追加関税が、コスト削減を上回る**ため。中国国内向け販売は、日本やベトナムから継続対応（電気機械、大企業）
- 中国拠点で調達した電子部品やゴムを米国拠点に輸出しているが、**米国新政権の関税措置によるコスト増を懸念**。（自動車部品、大企業）
- 取引先の日系メーカーが、**自動車関連を中心に不調**。現地売上はピークから半減。既に生産事業は現地企業に譲渡。今後、商社機能を含め中国からは完全撤退し、東南アジア事業を拡張（ゴム・プラスチック、中小企業）
- **競合中国メーカーの圧倒的なコスト競争力、品質・技術力の向上**に、太刀打ちできない状況。インドなどの新興国へのリソース配分を高める（自動車部品、中小企業）。
- 中国産の原材料使用に対する**顧客からのネガティブなイメージ**（繊維・アパレル、中小企業）
- 増値税の還付廃止など、現地における突然の**法律制定や変更の通達・施行**による負の影響（金属製品、中小企業）

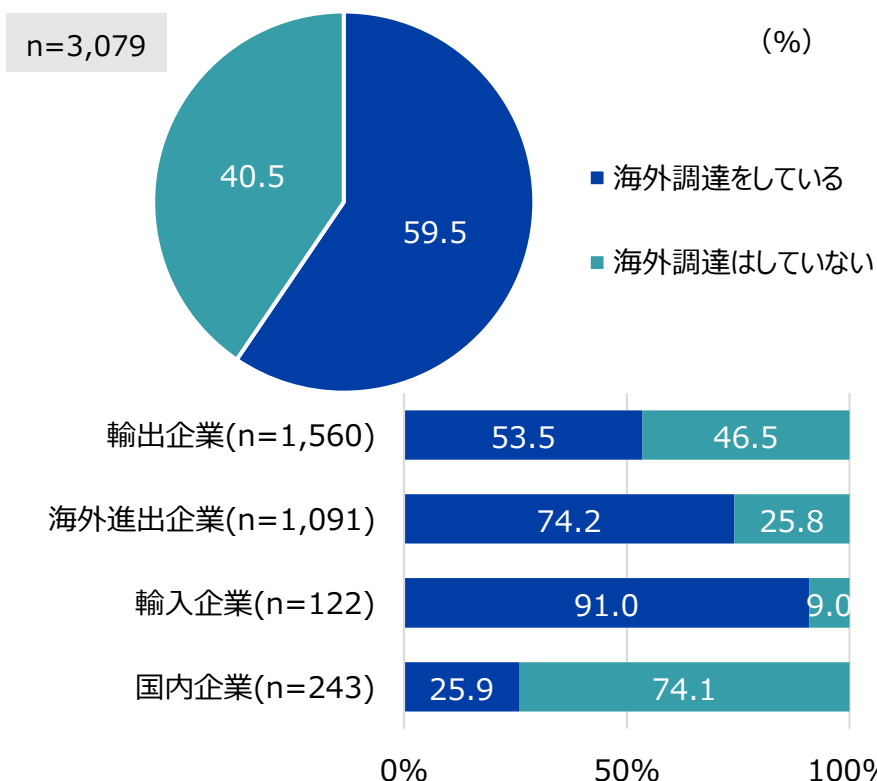
Ⅲ. 地政学リスクとサプライチェーン

～調達活動に影響も、分散化など見直し進める～

1 | 主要原材料・部品の海外調達先、中国が約半数

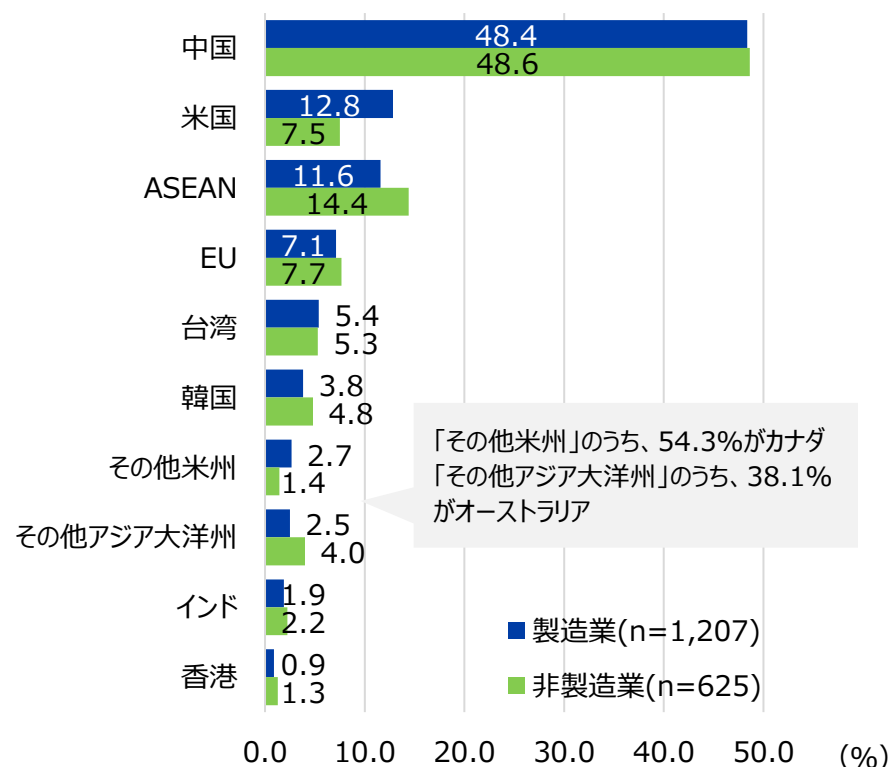
- 主力製品・サービスにとって必要不可欠な主要原材料・部品の調達について、**全体の約6割（59.5%）が海外調達を行っている**と回答した。
- 海外調達を行っている企業のうち、製造業、非製造業ともに**半数が中国からの調達（金額ベース）が最大**。

主要な原材料・部品の海外調達状況



(注)①nは無回答を除く。②「海外調達をしている」は、主力製品・サービスにとって必要不可欠な主要原材料・部品の海外調達先について回答した企業の合計。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。

主要原材料・部品の海外調達先
(金額ベースで最大の調達先：上位10カ国・地域)

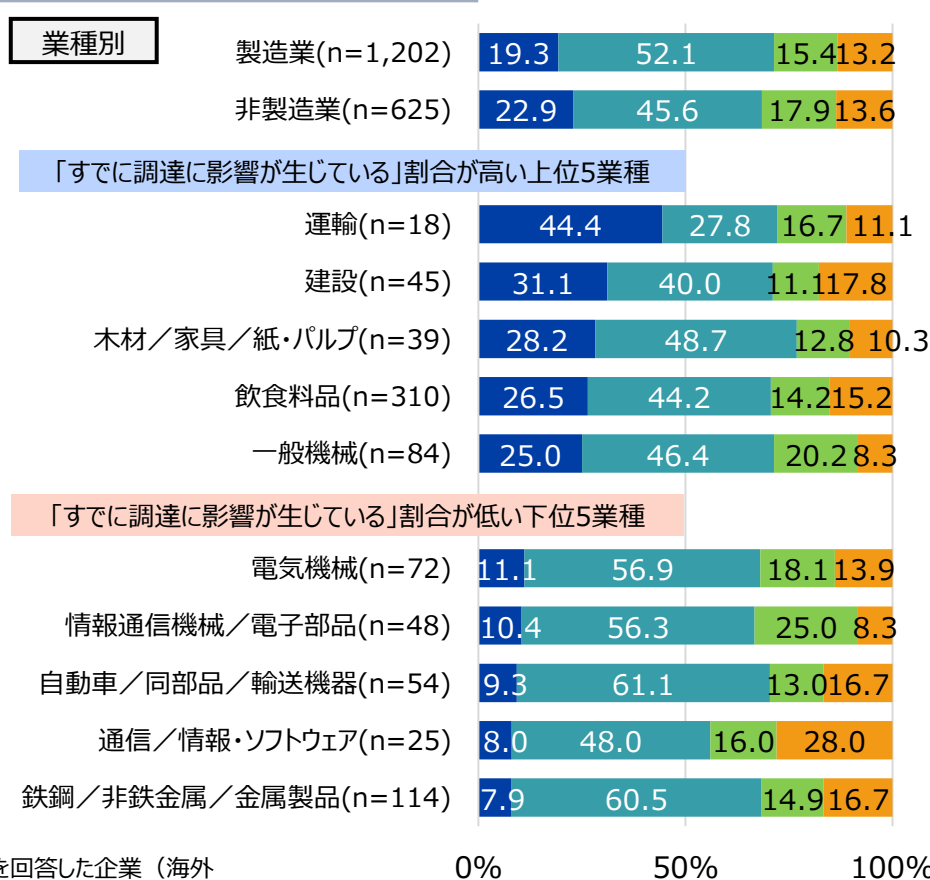
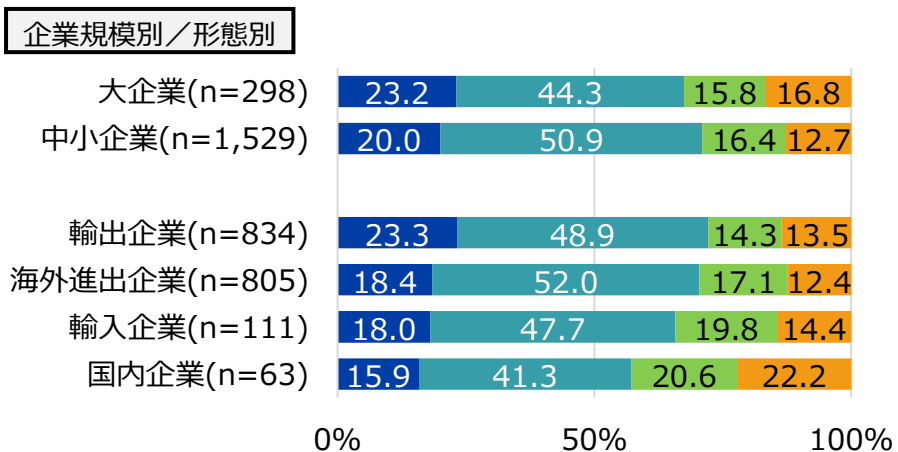
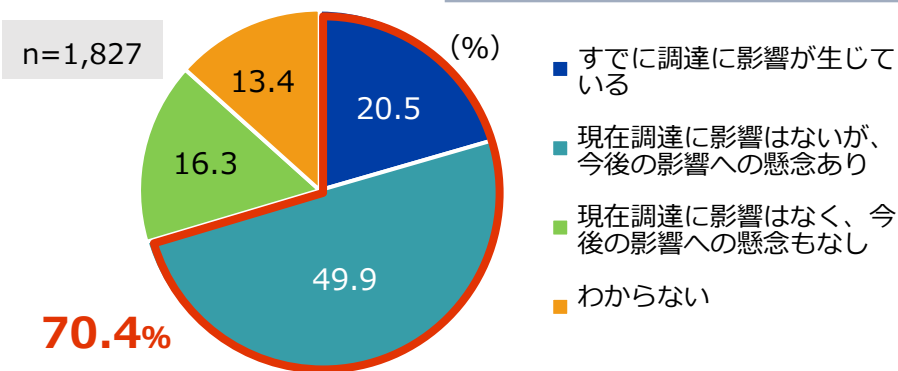


(注)nは無回答および「主要原材料・部品の海外調達はしていない」を選んだ企業を除く。

2 | 地政学リスクの高まりで、約半数が影響を懸念

- 最大の海外調達先からの主要原材料・部品の調達について、地政学リスクの高まりで「すでに調達に影響が生じている」と答えた企業が20.5%、**「現在調達に影響はないが、今後の影響への懸念あり」と答えた企業が49.9%**。
- 業種別では、運輸で4割を超える企業が「すでに調達に影響が生じている」と回答し、全業種で最高となった。

地政学リスクの高まりによる最大の海外調達先からの調達への影響

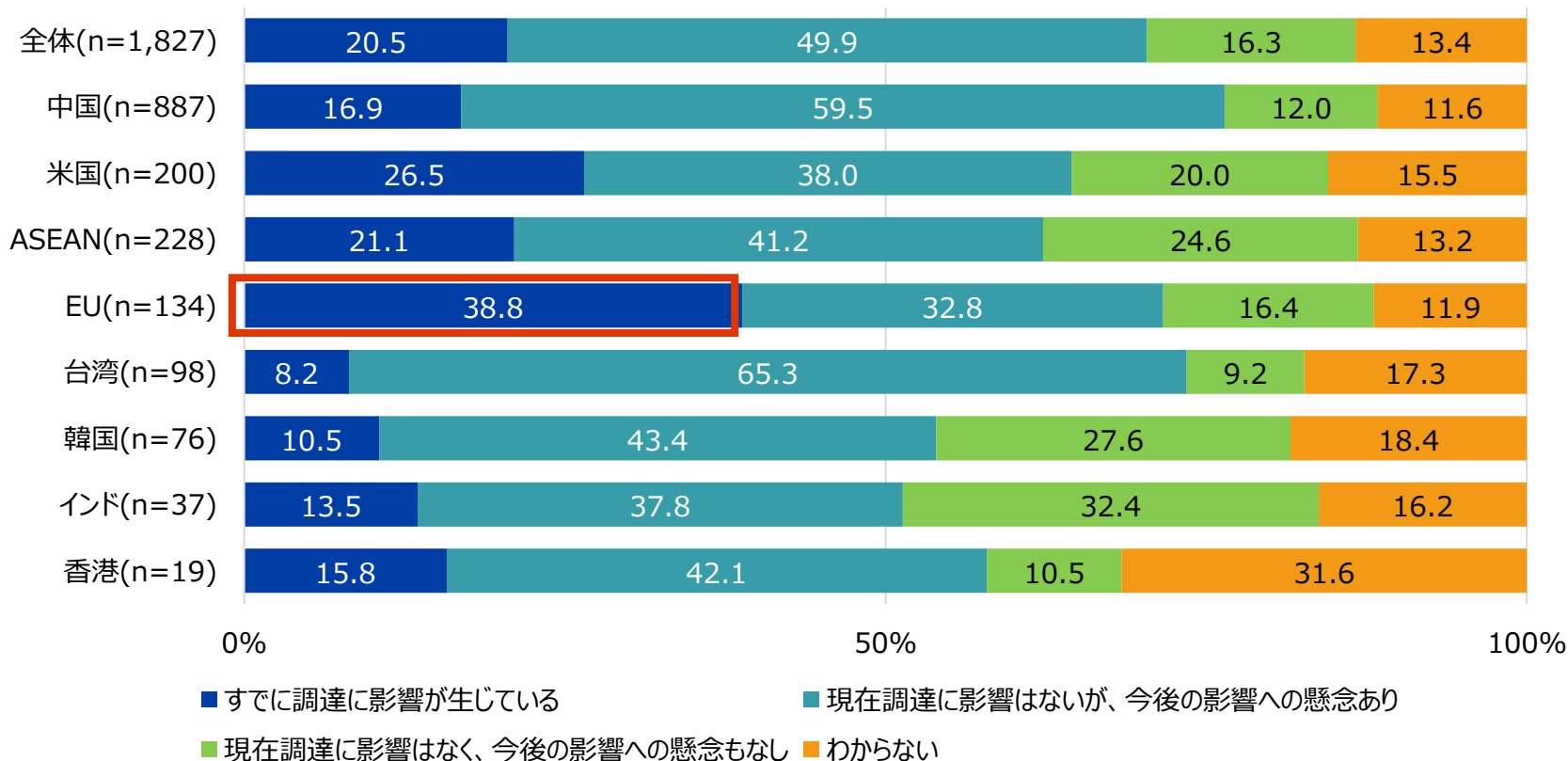


(注)nは無回答を除く。主力製品・サービスにとって必要不可欠な主要原材料・部品の海外調達先を回答した企業（海外調達を行っている企業のみ。上記の「輸出企業」は、輸出を行っているが海外進出をしていない企業。「輸入企業」は、輸入のみを行っている企業（輸出なし、海外進出なし）。「国内企業」は、輸出・輸入・海外進出のいずれも行っていない企業。

3 | 欧米からの調達、地政学リスクの影響が大きい傾向に

- 主要原材料・部品の海外調達について、**EUからの調達が最も多い（金額ベース）と答えた企業のうち、38.8%が「すでに調達に影響が生じている」と回答**。米国と答えた企業の同割合は26.5%となり、全体より高い水準。
- EUからの調達では**スエズ運河の通航制限による納期遅れの長期化**、米国からの調達では**トランプ新政権下における「米国第一」による供給混乱への懸念**の声が聞かれた。

地政学リスクの高まりによる最大の海外調達先からの調達への影響（調達先別）

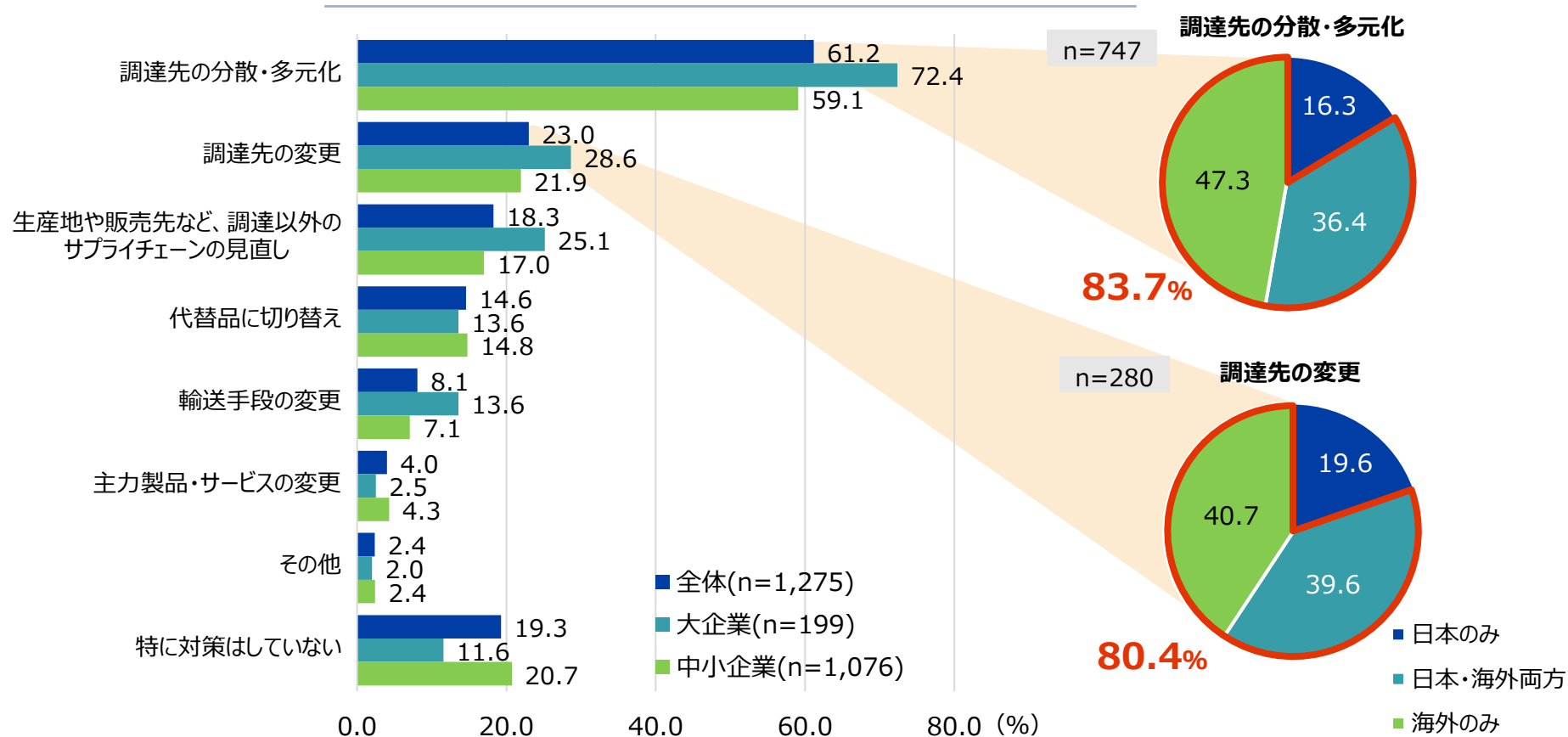


(注)①nは無回答を除く。主力製品・サービスにとって必要不可欠な主要原材料・部品における最大の海外調達先（金額ベース）を回答した企業（海外調達を行っている企業のみ）。②海外調達先上位10カ国・地域のうち、「その他米州」、「その他アジア大洋州」は除く。

4 | 調達先の分散・多元化で、地政学リスクへの対応図る

- 主要原材料・部品の調達について、「すでに調達に影響が生じている」または「現在調達に影響はないが、今後影響への懸念あり」と答えた企業のうち、**約8割が影響を避けるための何らかの対策を実施**（検討中含む）。
- **「調達先の分散・多元化」を行う企業の割合が61.2%**と最も高く、調達先の分散・多元化先としては83.7%が「海外」を選択。

地政学リスクによる調達への影響を避けるための対策（検討中含む）（複数回答）

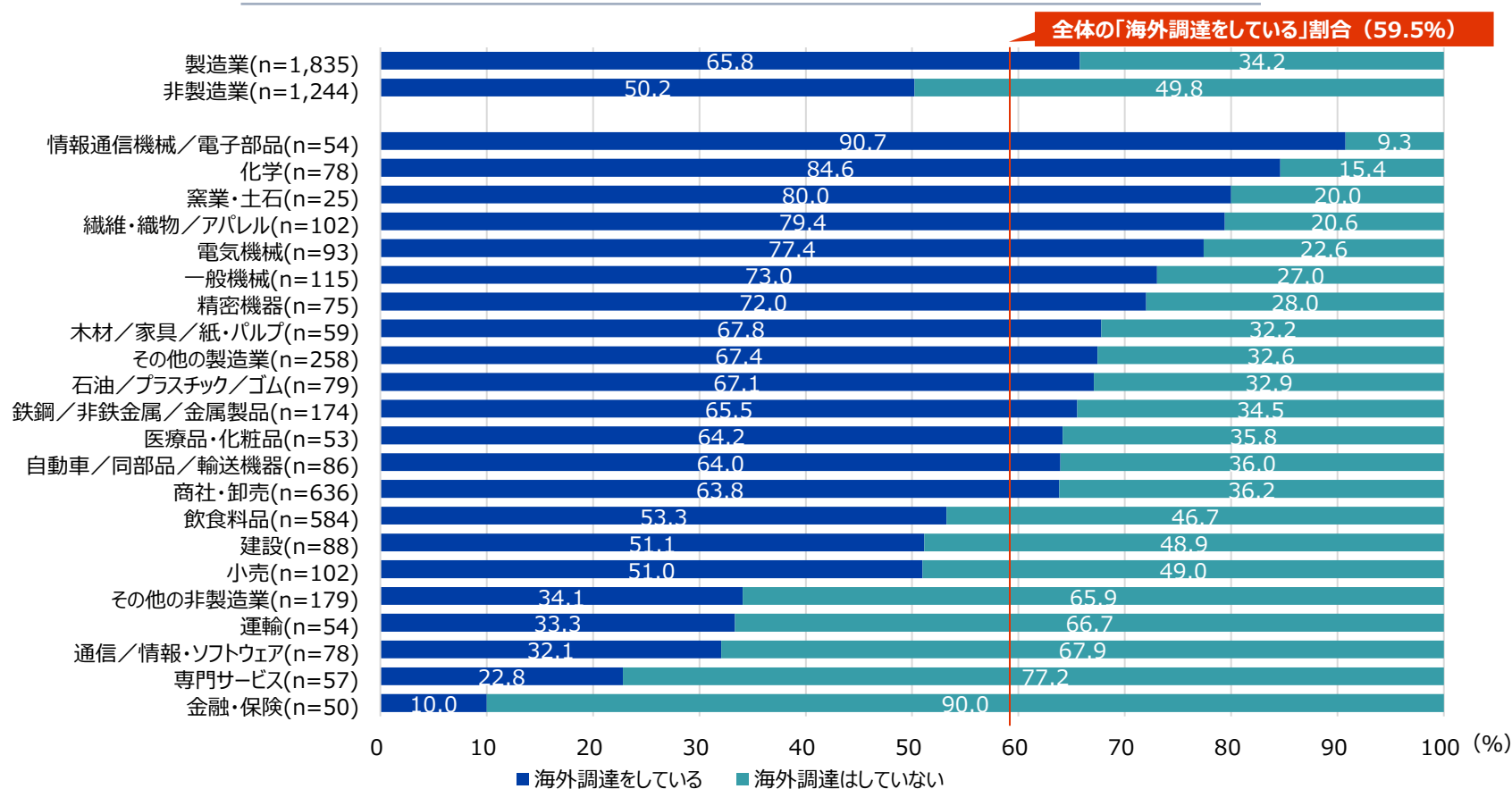


(注)①nは無回答を除く。主力製品・サービスにとって必要不可欠な主要原材料・部品の海外調達先を回答した企業（海外調達を行っている企業のうち、「すでに調達に影響が生じている」または「現在調達に影響はないが、今後影響への懸念あり」と答えた企業のみ。②「特に対策はしていない」以外は複数回答。

5 | 主要原材料・部品の海外調達、製造業では約7割

- 主力製品・サービスにとって必要不可欠な主要原材料・部品の調達について、**製造業では65.8%、非製造業では50.2%が海外調達を行っている**と回答した。製造業の各業種では飲食料品を除き、同割合は6割を超えた。
- 中でも、情報通信機械／電子部品は「海外調達をしている」と答えた割合が90.7%と全業種の中で最も高かった。

主要な原材料・部品の海外調達状況（業種別）

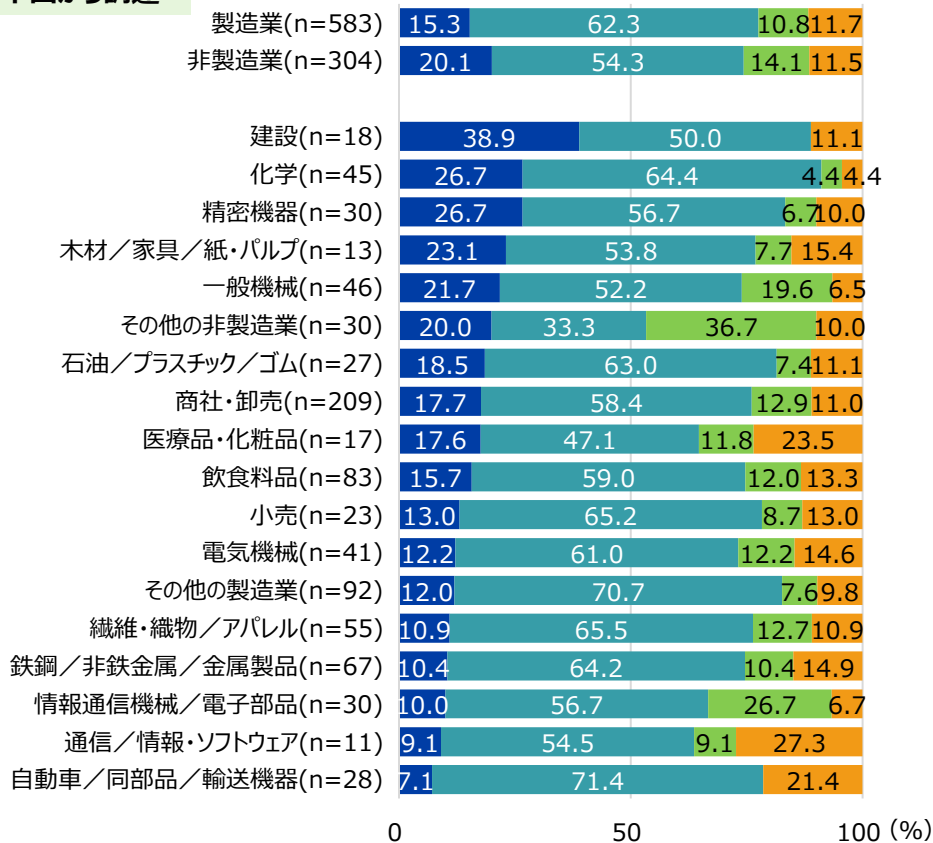


(注)①nは無回答を除く。②「海外調達をしている」は、主力製品・サービスにとって必要不可欠な主要原材料・部品の海外調達先について回答した企業の合計。

6 | 地政学リスクによる調達先への影響（調達先別、業種別）

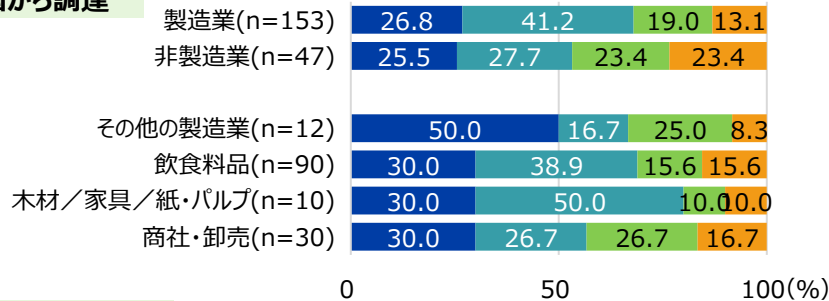
地政学リスクによる調達への影響（最大の調達先上位4カ国・地域、業種別）

中国から調達

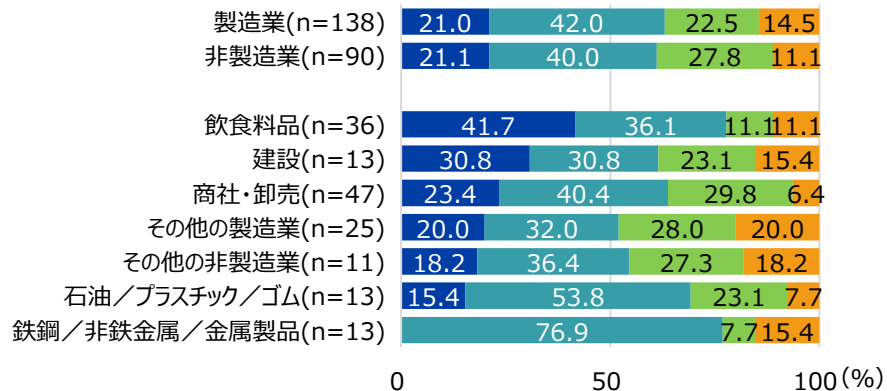


- すでに調達に影響が生じている
- 現在調達に影響はないが、今後の影響への懸念あり
- 現在調達に影響はなく、今後の影響への懸念もなし
- わからない

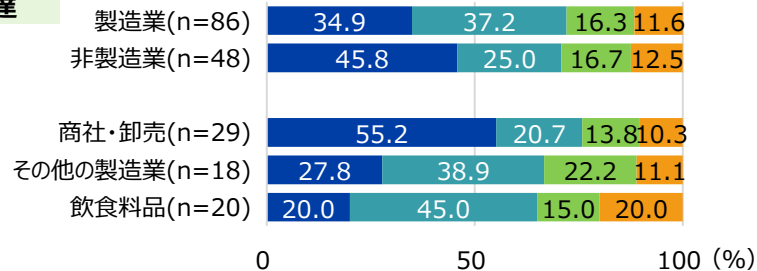
米国から調達



ASEANから調達



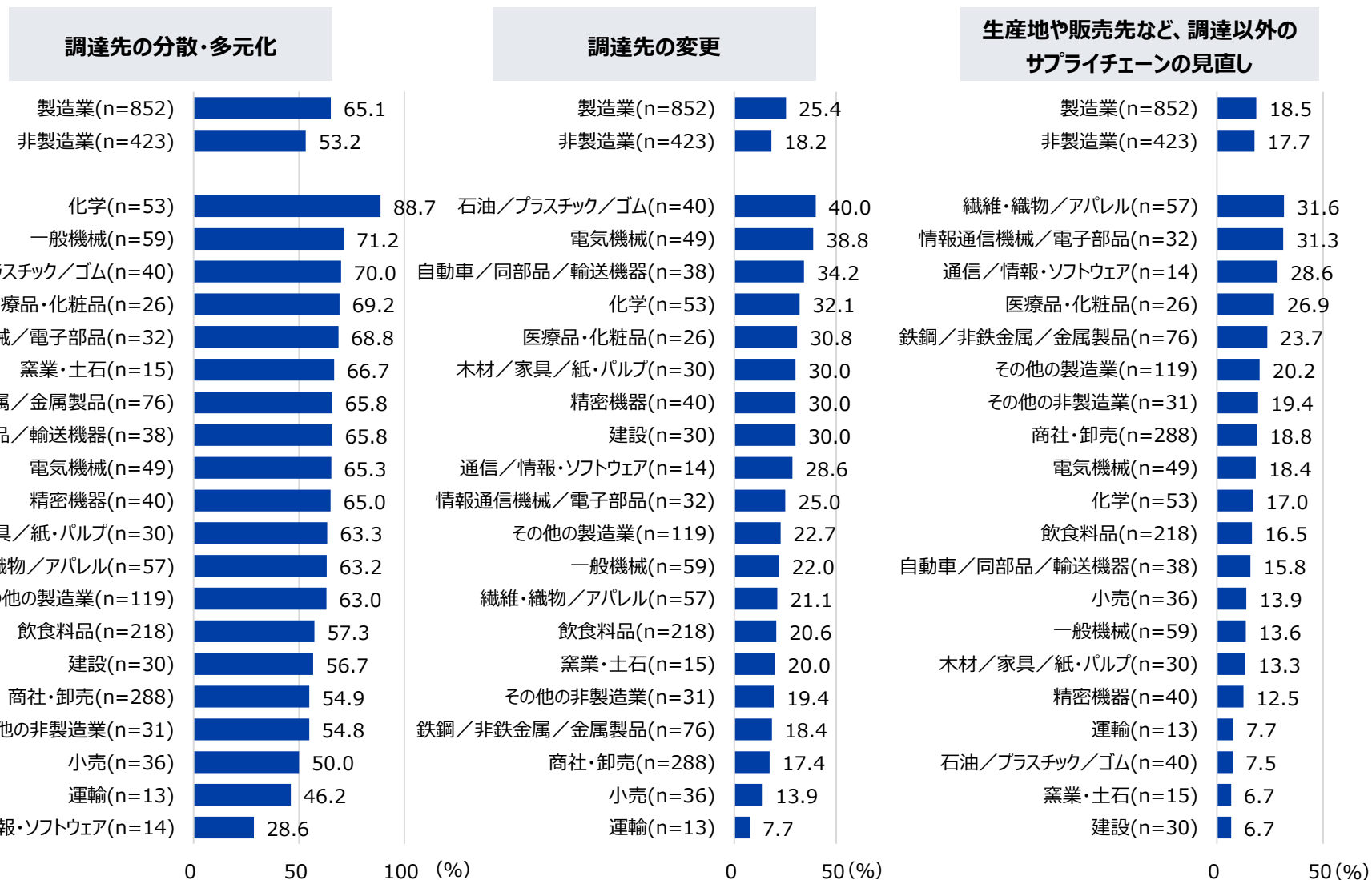
EUから調達



(注)①「すでに調達に影響が生じている」と答えた割合が高い業種順。②n=10以上の業種のみ。

7 | 調達に関する対策（上位項目3項目、業種別）

地政学リスクによる調達への影響を避けるための対策（検討中含む）（上位3項目、業種別）

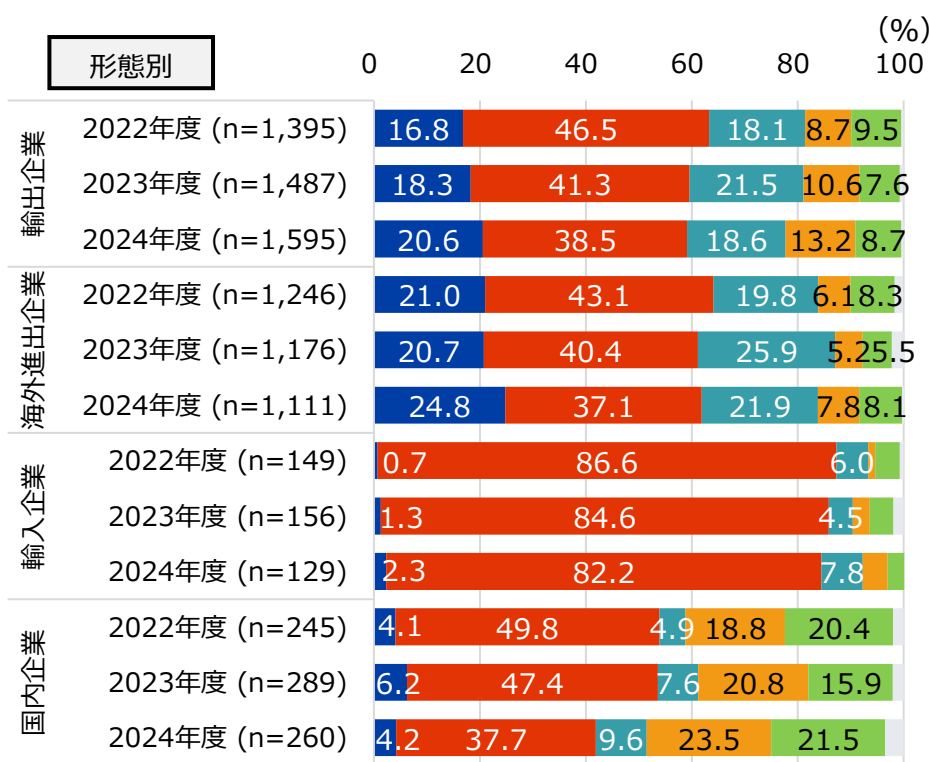
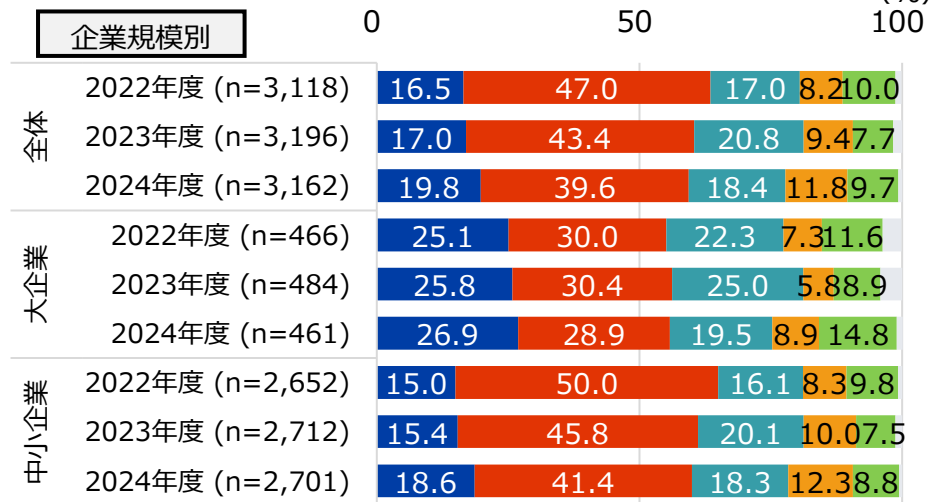
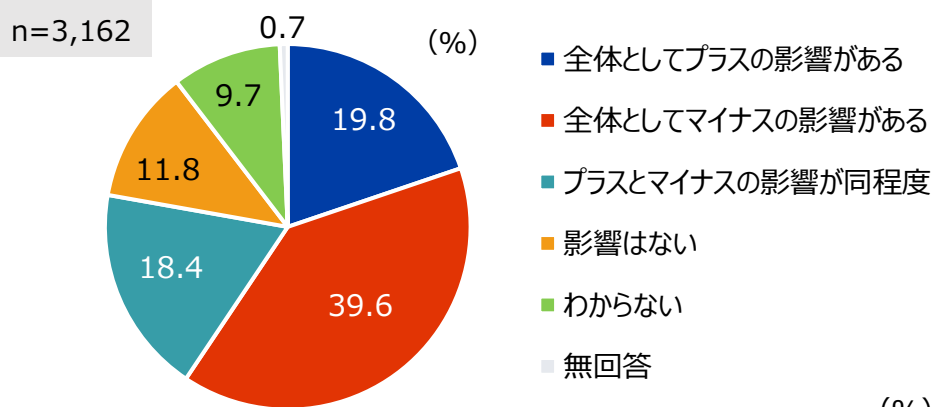


(注)①各項目をと選択した割合が高い業種順。②n=10以上の業種のみ。

8 | 円安による業績へのマイナス影響、緩和続く

- 円安の進行が2024年度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」と答えた企業は39.6%と、前年調査（43.4%）から3.8ポイント減少。「全体としてプラスの影響がある」が2.8ポイント増。
- 輸出企業、海外進出企業では、プラスの影響を受ける企業が、前年比でそれぞれ2.3ポイント、4.1ポイント増。

円安の進行が2024年度の業績に与える影響

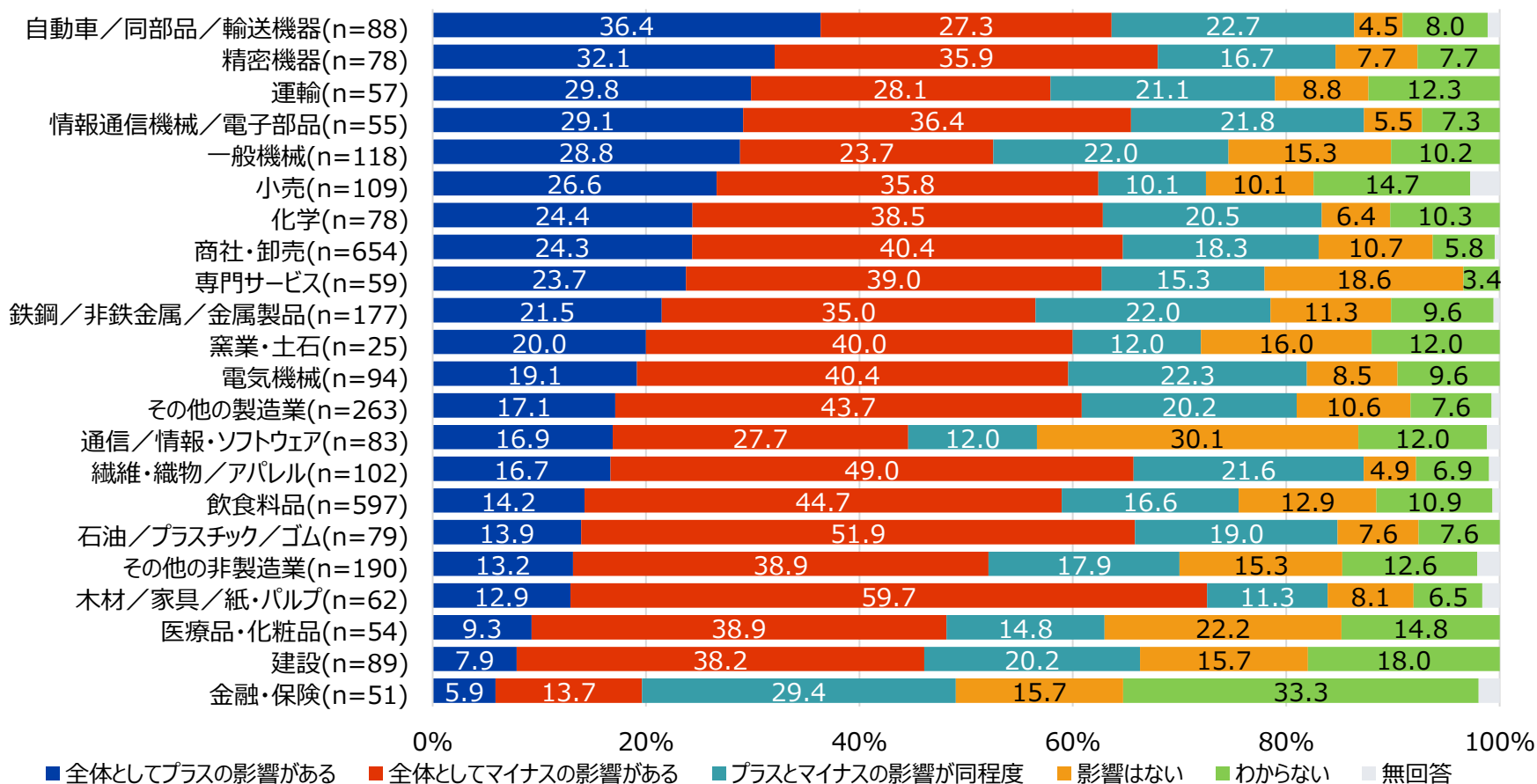


(注)上記の「輸出企業」は、輸出を行っているが海外進出をしていない企業。
 「輸入企業」は、輸入のみを行っている企業（輸出なし、海外進出なし）。
 「国内企業」は、輸出・輸入・海外進出のいずれも行っていない企業。

9 | 自動車、精密機器などで円安によるプラス影響が増加

- 円安の進行が2024年度の業績に「全体としてプラスの影響がある」と回答した企業を業種別にみると、**自動車／同部品／輸送機器が36.4%と最も高く、精密機器が32.1%と続いた**。前年調査と比べて、それぞれ10.5ポイント、5.0ポイント増加した。非製造業では、**運輸、小売、専門サービスが、前回調査から10ポイント以上の大幅な増加**となった。

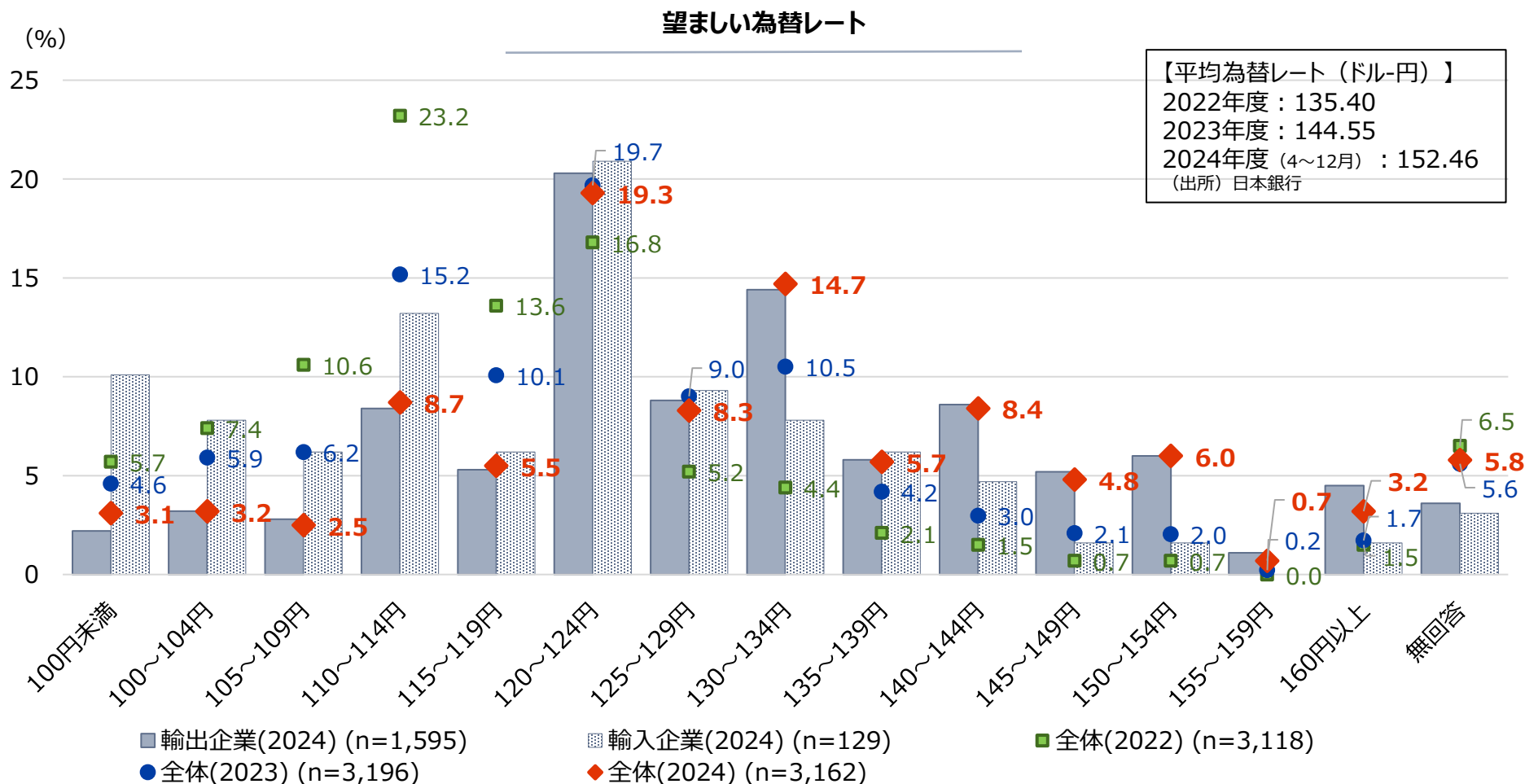
円安の進行が業績に与える影響（業種別）



(注)「全体としてプラスの影響がある」と答えた割合が高い順。

10 | 望ましい為替レート of 円安傾向が加速

- **望ましい為替レートは120～124円**が全体の19.3%と最も多く、前年調査からは横ばい。他方、130円以上を選択する企業の割合が前年より増加。140～144円は前年から5.4ポイント増と最も増加幅が大きかった。
- 前年調査と比較すると、望ましい為替レートはより円安方向へ推移。長期化する円安への対応と推測できる。

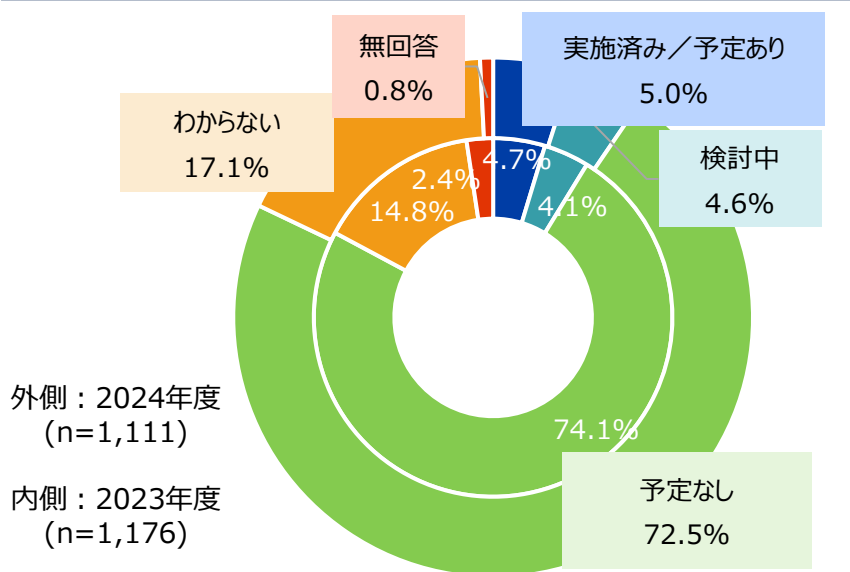


(注)上記の「輸出企業」は、輸出を行っているが海外進出をしていない企業、「輸入企業」は、輸入のみを行っている企業 (輸出なし、海外進出なし)。

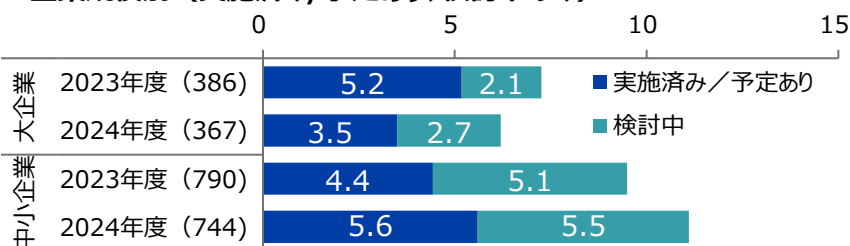
11 | 海外ビジネスの国内移管を実施、予定あり企業は5%

- 海外ビジネス（一部含む）の国内拠点への移管を「実施済み／予定あり」とする企業は5.0%（55社）と前年（4.7%）並み。
- 国内移管を実施（予定含む）または検討中との回答比率が最も高い業種は、石油／プラスチック／ゴム（20.6%）。次いで繊維・織物／アパレル、通信／情報・ソフトウェア（各17.9%）。

海外ビジネスの国内拠点への移管



企業規模別（実施済み／予定あり、検討中のみ）



(注) いずれもn（下図は括弧内）は現在、海外に拠点がある企業。

海外ビジネスの国内拠点への移管（業種別）

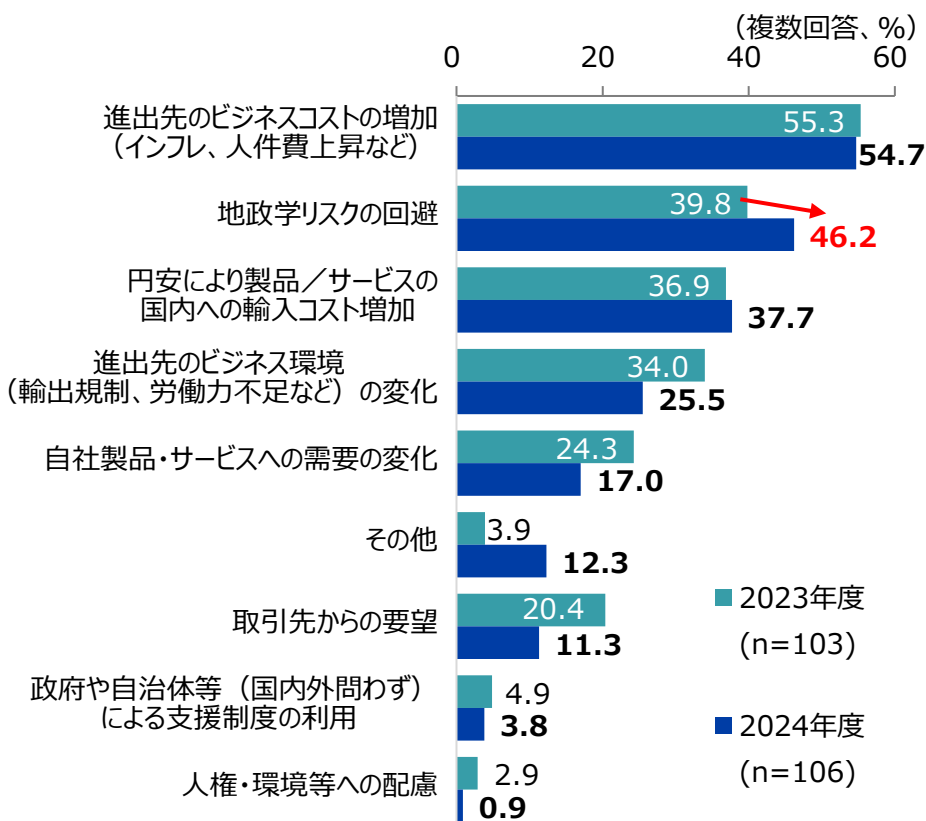
	社数	海外ビジネスの国内移管 (%)		
		実施済み／予定あり	検討中	
全体	1,111	9.5	5.0	4.6
製造業	667	11.8	5.5	6.3
飲食料品	86	10.5	5.8	4.7
繊維・織物／アパレル	28	17.9	10.7	7.1
石油／プラスチック／ゴム	34	20.6	8.8	11.8
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	93	11.8	4.3	7.5
一般機械	72	8.3	5.6	2.8
電気機械	47	8.5	6.4	2.1
情報通信機械／電子部品	28	14.3	7.1	7.1
自動車／同部品／輸送機器	65	12.3	9.2	3.1
精密機器	34	11.8	5.9	5.9
その他の製造業	91	16.5	5.5	11.0
非製造業	444	6.1	4.1	2.0
商社・卸売	220	5.5	5.0	0.5
建設	42	11.9	9.5	2.4
運輸	30	6.7	0.0	6.7
通信／情報・ソフトウェア	28	17.9	3.6	14.3

(注) ① nは現在、海外に拠点がある企業。20社未満除く。②「海外ビジネスの国内移管」の比率が5%以上の業種のみ。網掛けは10%以上。

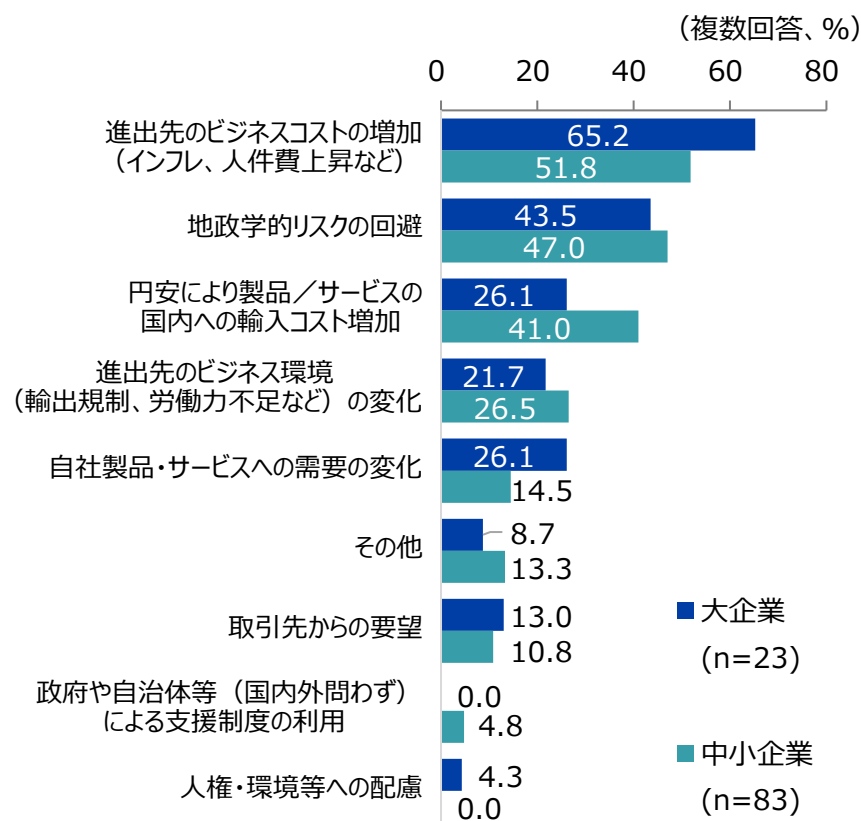
12 | 海外ビジネスの国内移管、地政学リスク回避の意識高まる

- 国内移管の最大の背景は、前回と同じく「進出先のビジネスコストの増加」（54.7%）。「地政学リスクの回避」の回答比率が**46.2%に上昇**。
- 中小企業では、「円安により製品／サービスの国内への輸入コスト増加」と回答した企業が4割超と、為替変動も起因に。

国内拠点への移管の背景（時系列）



国内拠点への移管の背景（規模別）



(注) (左右とも) 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。

IV. 多様性、持続可能性の推進

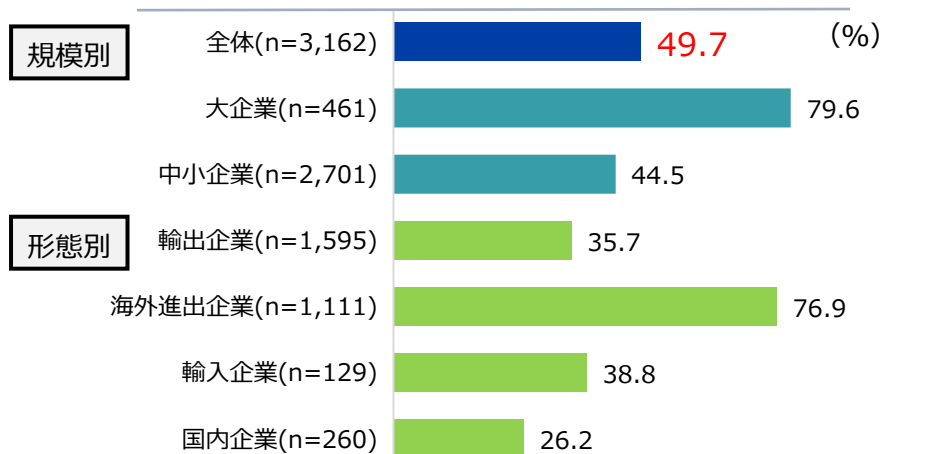
① 外国人材の雇用

～半数が外国人材雇用、高度外国人材が海外展開に貢献～

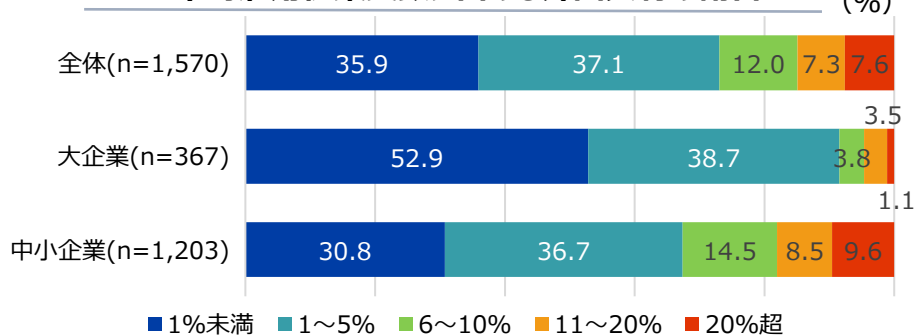
1 | 5割の企業が外国人材を雇用

- 外国人材を雇用する企業の割合は**49.7%**と、**全体の約半数**に上る。業種別にみると、「自動車/同部品/輸送機器」、「情報通信機器/電子部品」、「運輸」、「一般機器」において7割以上の企業が外国人材を雇用。
- 常時雇用従業員数に占める外国人材の割合は、5%以下が全体の73.0%となった。大企業に比べ、中小企業の方が外国人材の割合が高い。

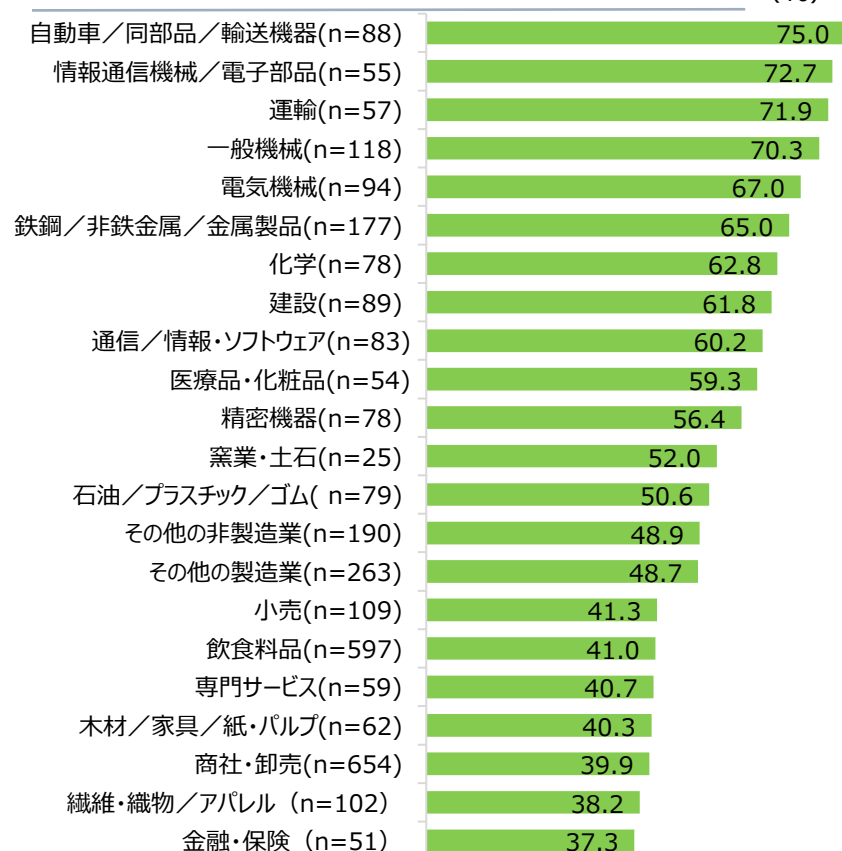
外国人材を雇用する企業の割合



常時雇用従業員数に占める外国人材の割合



外国人材を雇用する企業の割合（業種別） (%)

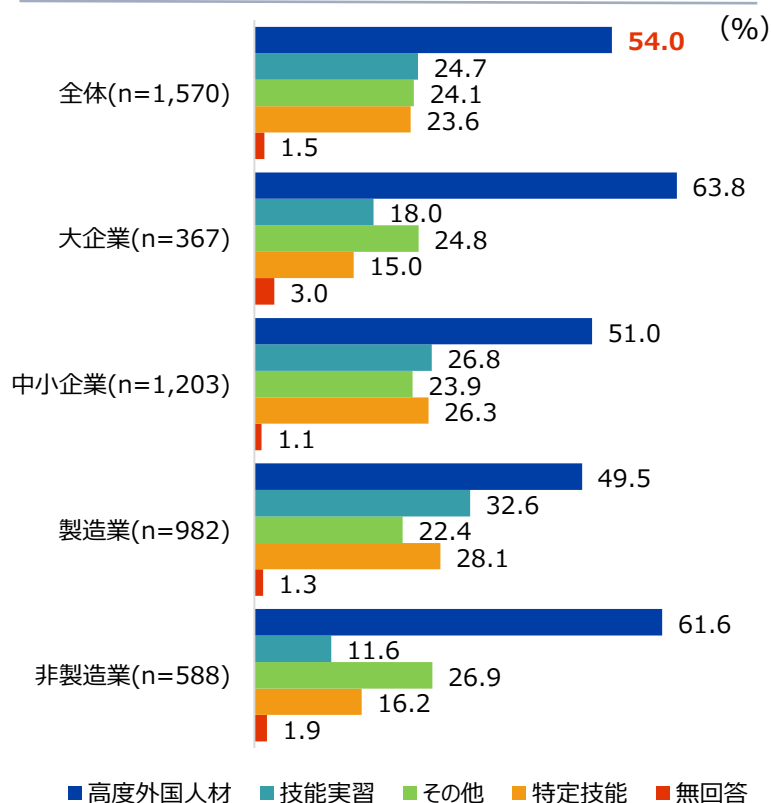


(注) 「外国人材の割合」のグラフのnは、常時雇用従業員数に占める外国人材の割合について、全体から「雇用していない」および無回答を除く企業数。上記の「輸出企業」は、輸出を行っているが海外進出をしていない企業。「輸入企業」は、輸入のみを行っている企業（輸出なし、海外進出なし）。「国内企業」は、輸出・輸入・海外進出のいずれも行っていない企業。

2 | 在留資格では高度外国人材が多数、海外展開に貢献

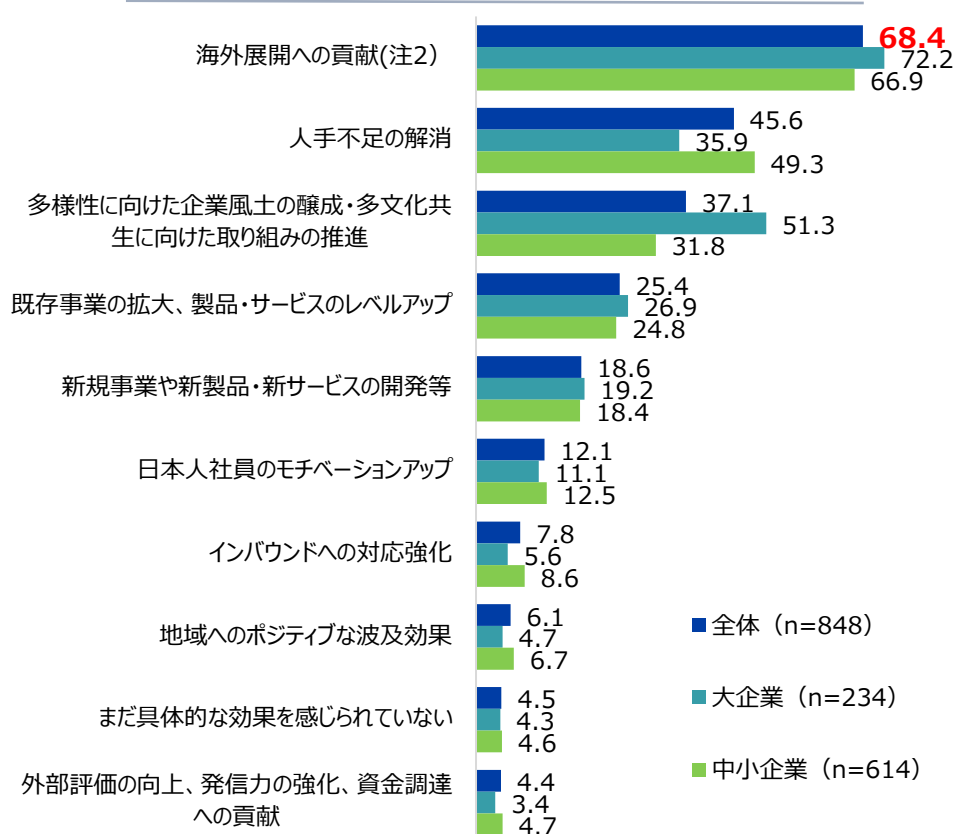
- 外国人材の在留資格では、「**高度外国人材**」を雇用する企業が**54.0%**と、技能実習、特定技能などの資格を大幅に上回る。特に、6割強の大企業が高度外国人材を雇用。
- 高度外国人材雇用の成果について、**7割弱の企業が「海外展開への貢献」と回答**。また、大企業の5割超が「多様性に向けた企業風土の醸成・多文化共生に向けた取り組みの推進」を成果に挙げた。

外国人材の在留資格



高度外国人材を雇用した成果

(複数回答) (%)



(注) ①nは常時雇用従業員数に占める外国人材の割合について、全体から「雇用していない」および無回答を除く企業数。②高度外国人材は、技術・人文知識・国際業務。③その他は永住者、特定活動（告示46号）、企業内転勤などを含む。

(注) ①nは「高度外国人材」を雇用している企業数。②海外展開への貢献は、営業力強化、現地進出や海外企業・機関との協業などを含む。Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved. ジェトロ作成。無断転載・転用を禁ず

3 | 外国人材採用・雇用は外国語対応やノウハウ・知見不足が課題

- 外国人材雇用・採用の課題では、「外国語対応が難しい」、「採用活動に必要なノウハウ・知見が不足」を挙げる企業が6割弱。
- うち、高度外国人材を雇用している企業では「キャリアプランの明示・人材育成制度の整備」、「外国人社員受け入れのための社内体制や人事制度等の整備」を挙げる企業が5割強だった。

外国人材採用・雇用の課題 (複数回答) (%)

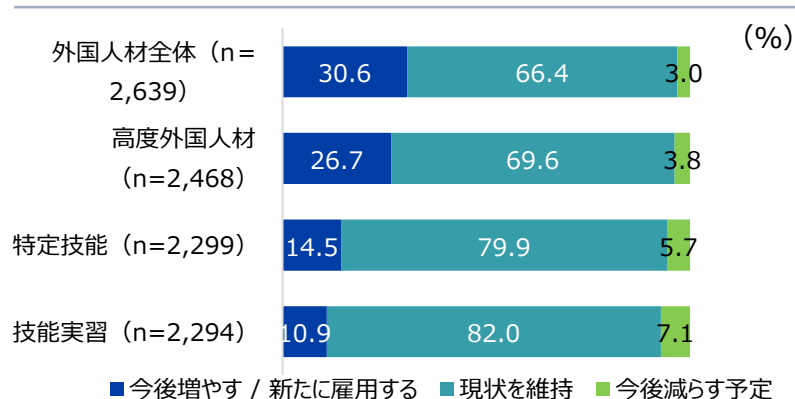
課題		全体	高度外国人材	特定技能	技能実習
採用戦略	採用に必要となる知識や体制整備が不足	54.4	40.5	42.7	46.4
	どのような人材を採用すれば成果や効果が得られるのか不明	42.0	42.8	32.0	35.8
	外国人採用の必要性を含む組織ビジョンの社内での共有、理解を得ることが困難	30.2	34.7	39.9	35.2
	外国人材の処遇や人事管理の手法がわからない	25.1	20.5	20.8	20.7
採用活動	採用活動に必要なノウハウ・知見が不足	57.4	47.6	47.6	47.7
	採用情報を効果的に発信できていない	37.7	39.9	35.3	35.5
	採用チャネルの確立や教育機関、支援機関との関係構築	33.6	41.8	44.1	41.9
	内定を出しても辞退されてしまう	6.1	11.1	9.4	8.1
受け入れ (ビザなど)	外国語対応が難しい	59.4	48.8	60.4	62.3
	外国人社員受け入れのための社内体制や人事制度等の整備	52.5	51.2	39.6	46.5
	社宅や通勤手段、食事や宗教への配慮など生活環境の整備	38.6	31.1	38.2	34.6
	就労に必要な在留資格の申請への対応	37.7	30.1	30.9	25.4
育成・定着	外国人材にあったキャリアプランの明示、人材育成制度の整備	46.6	53.6	42.0	43.2
	日本語能力のミスマッチ、日本語能力の向上	42.9	43.0	48.3	53.8
	文化や慣習の違い等によりスムーズなコミュニケーションができない	40.0	27.9	29.7	32.5
	採用しても数年以内にやめてしまう(他社への転職や帰国など)	25.0	29.7	33.2	30.1
	給与体系や福利厚生など待遇面の改善	22.5	20.3	20.3	20.9

- (注) ①nは無回答を除く企業数。②全体のnは、採用戦略(n=1,913)、採用活動(n=1,456)、受け入れ(n=1,801)、育成・定着(n=2,016)。
 ③高度外国人材のnは、採用戦略(n=435)、採用活動(n=378)、受け入れ(n=428)、育成・定着(n=616)。
 ④特定技能のnは、採用戦略(n=178)、採用活動(n=170)、受け入れ(n=217)、育成・定着(n=286)。
 ⑤技能実習のnは、採用戦略(n=179)、採用活動(n=172)、受け入れ(n=228)、育成・定着(n=292)。

4 | 今後3割の企業が外国人材を新たに雇用予定

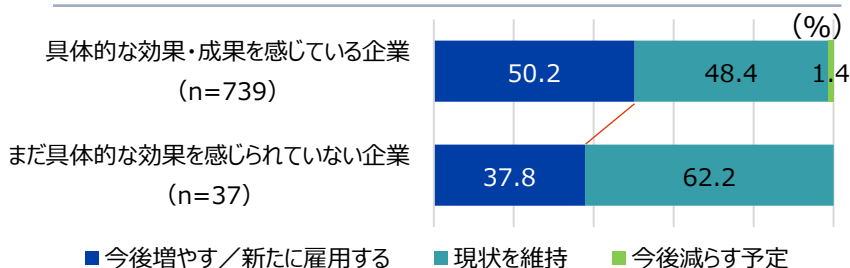
- 今後2～3年の外国人材の雇用方針では、**3割の企業が「今後増やす/新たに雇用する」と回答**。2023年度との比較では、回答企業全体で1.0ポイント増加した。
- 在留資格別にみると、高度外国人材の雇用拡大を見込む企業の割合が最も高く、高度外国人材の雇用に具体的な**効果・成果を感じている企業のうち半数は「今後増やす/新たに雇用する」と回答**。

今後（2～3年）の外国人材雇用方針



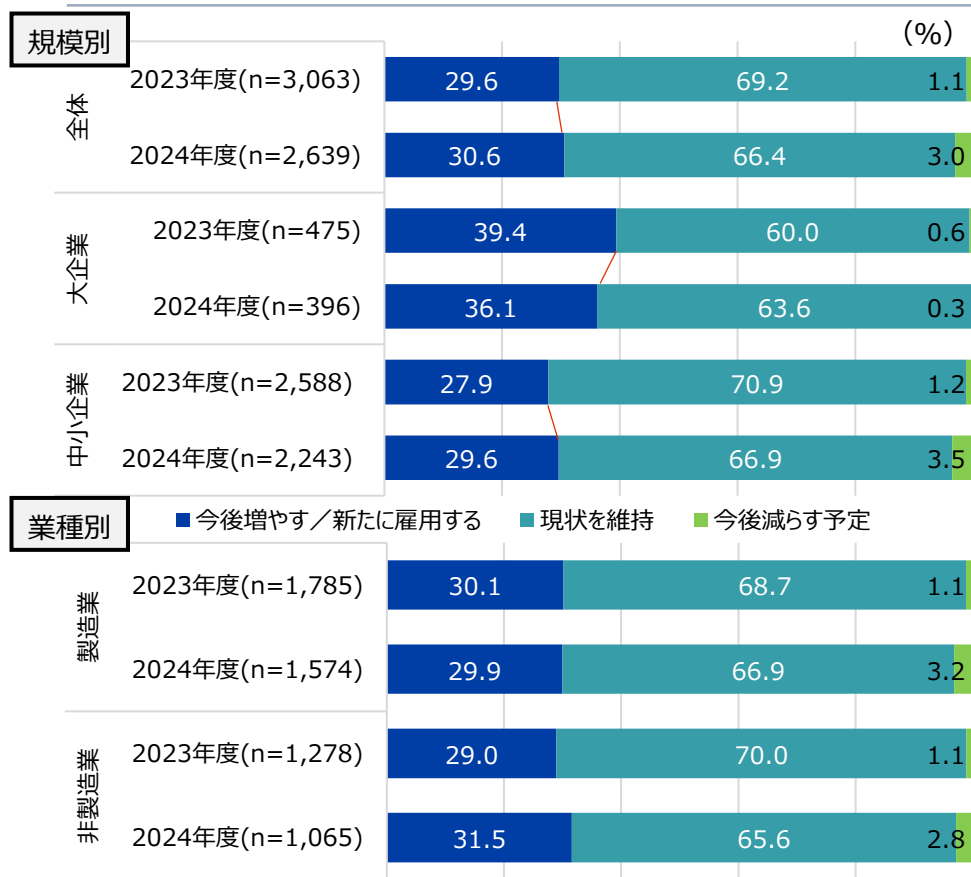
(注) ①nは無回答を除く企業数。
②高度外国人材は、技術・人文知識・国際業務。

高度外国人材雇用の成果を実感している企業の 今後（2～3年）の高度外国人材雇用方針



(注) ①nは無回答を除く企業数。②高度外国人材は、技術・人文知識・国際業務。

今後の外国人材雇用方針（規模・業種別）



(注) nは無回答を除く企業数。

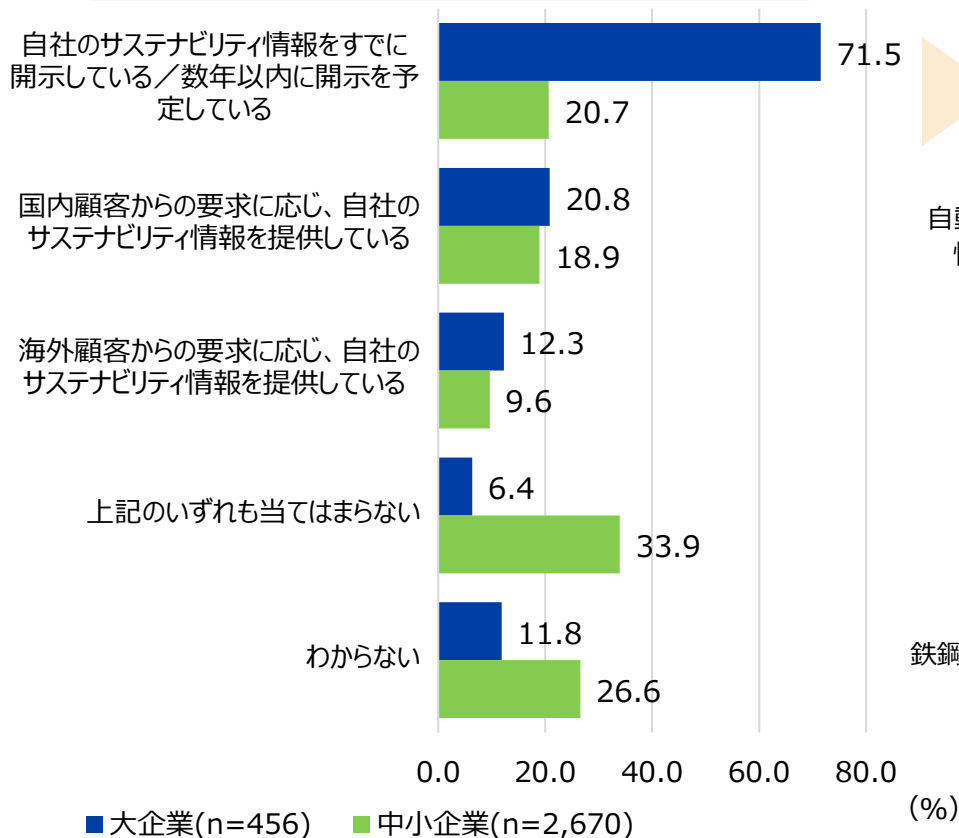
IV-② サステナビリティ推進の取り組み

～人権尊重の取り組みが大きく進展～

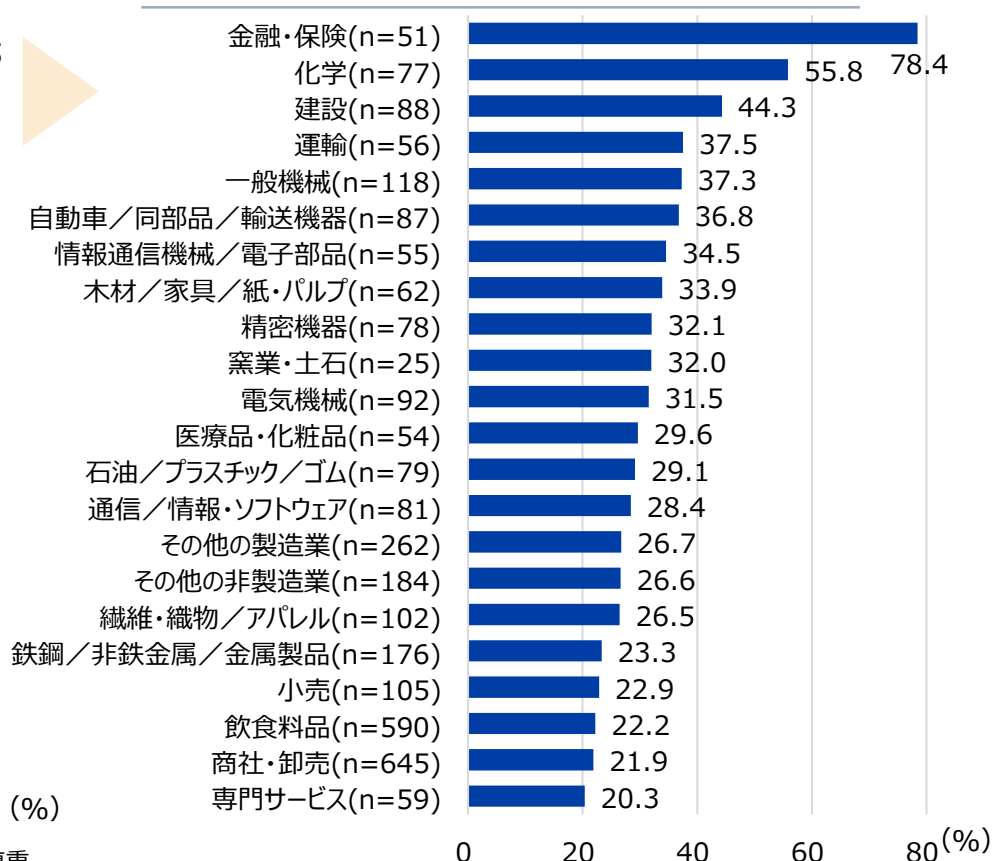
1 | サステナビリティ情報開示、大企業では7割が対応

- 環境や人権の尊重などを含むサステナビリティに関連した情報について、「**すでに開示している／数年以内に開示を予定している**」と回答した企業は**大企業で71.5%に上った**。中小企業の20.7%との大きな差が目立った。
- 情報開示を行っている企業（予定含む）を業種別にみると、金融・保険が約8割、化学が約半数と比較的高かった。

サステナビリティに関連した情報開示の取り組み状況



サステナビリティ関連情報を開示（予定含む）業種別



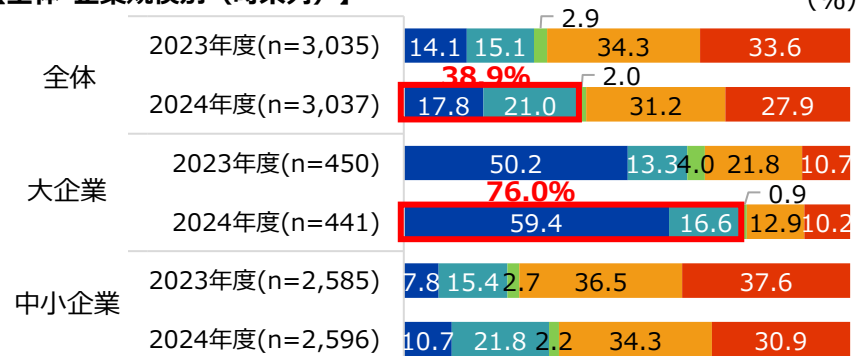
(注)①nは無回答を除く。②サステナビリティ情報には、例えば環境、社会、従業員、人権の尊重、腐敗防止、贈収賄防止、ガバナンス、サイバーセキュリティ、データセキュリティなどに関する事項が含まれると考えられる（金融庁資料より）。

2 | 半数以上の企業が人権DDを実施もしくは予定・検討中

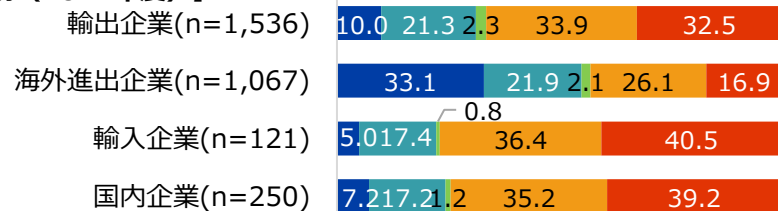
- 自社で人権尊重についての方針を策定している企業の割合は**38.9%**と、**前年から9.7ポイント増**。大企業では、約8割（76.0%）が方針を策定している。
- **人権デューデリジェンス（DD）を実施している企業の割合は16.4%**。これに、**実施を予定・検討している企業を合わせると56.0%**（前年から15.1ポイント増）と、着実に取り組みが進展している。

人権尊重方針の策定・公開状況

【全体・企業規模別（時系列）】



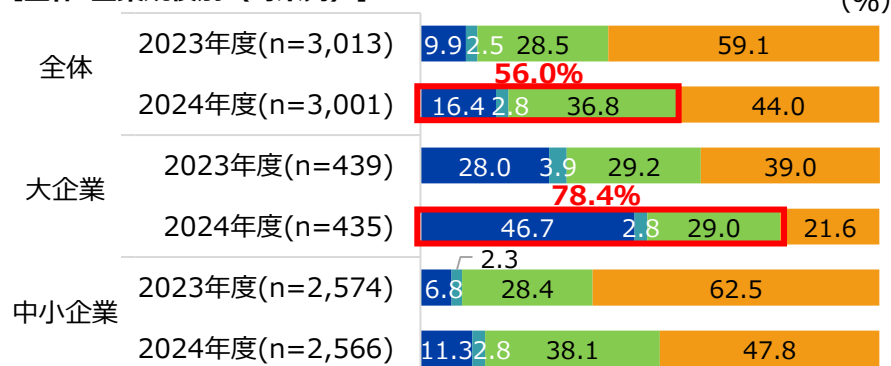
【形態別（2024年度）】



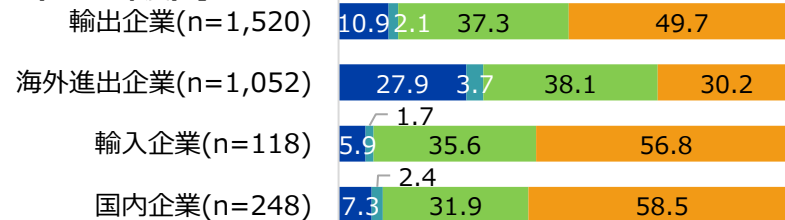
- 方針を策定し、外部向けに公開している
- 方針を策定しているが、外部向けには公開していない
- 方針を策定していないが、1年以内に策定予定
- 方針を策定していないが、将来的に（数年以内に）策定することを検討中
- 今後も方針を策定する予定はない

人権DDの実施状況

【全体・企業規模別（時系列）】



【形態別（2024年度）】



- 人権デューデリジェンスを実施している
- 人権デューデリジェンスを実施していないが、1年以内に実施予定
- 人権デューデリジェンスを実施していないが、数年以内の実施を検討中
- 人権デューデリジェンスを実施する予定はない

(注) nはいずれも「無回答」を除く企業数。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。

3 | 人権DD実施状況、業種により差が拡大

- 「人権DDを実施している」企業の割合が前年から10ポイント以上増加した業種は、金融・保険（30.1ポイント増）をはじめ8業種にわたる一方、横ばい／減少の業種も。業種により、取り組みに差が開きつつある。

人権DDの実施状況（業種別、時系列）

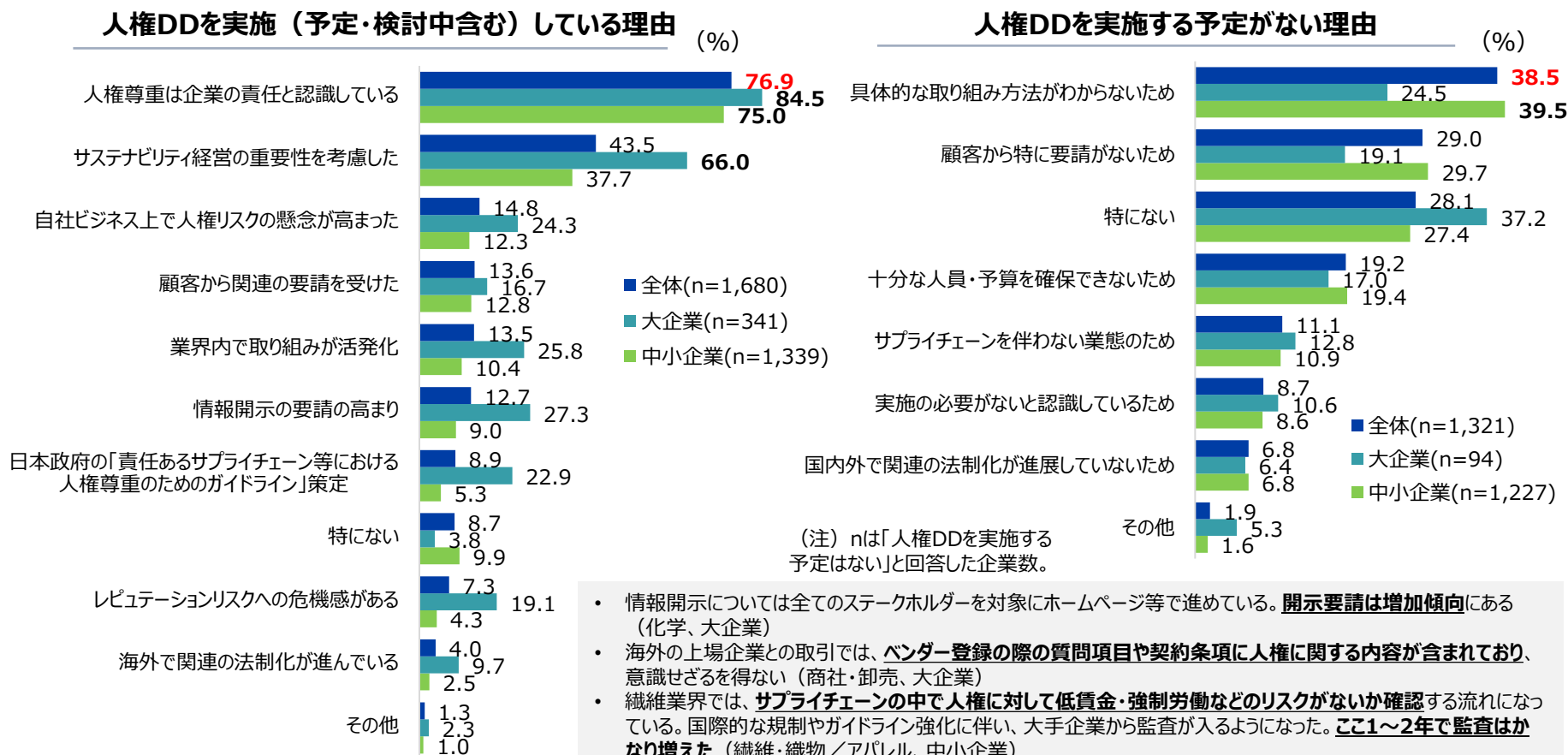
		人権DDの実施状況（業種別、時系列）					
		（%）				（%）	
■ 製造業	2023年度(n=1,747)	9.4	2.6	30.3	57.6		
	2024年度(n=1,787)	16.1	2.9	39.1	42.0		
窯業・土石	2023年度(n=26)	26.9	15.4	57.7			
	2024年度(n=24)	45.8	29.2	25.0			
化学	2023年度(n=78)	20.5	9.0	32.1	38.5		
	2024年度(n=75)	38.7	4.0	36.0	21.3		
情報通信機械 ／電子部品	2023年度(n=53)	17.0	1.9	24.5	56.6		
	2024年度(n=55)	34.5	1.8	40.0	23.6		
自動車／同部品 ／輸送機器	2023年度(n=82)	9.8	4.9	34.1	51.2		
	2024年度(n=84)	25.0	4.8	36.9	33.3		
木材／家具 ／紙・パルプ	2023年度(n=66)	13.6	28.8	57.6			
	2024年度(n=61)	19.7	1.6	37.7	41.0		
鉄鋼／非鉄金属 ／金属製品	2023年度(n=199)	7.5	2.0	32.2	58.3		
	2024年度(n=169)	19.5	3.6	38.5	38.5		
一般機械	2023年度(n=156)	7.7	1.3	32.1	59.0		
	2024年度(n=112)	17.9	1.8	34.8	45.5		
電気機械	2023年度(n=109)	8.3	3.7	28.4	59.6		
	2024年度(n=90)	15.6	2.2	38.9	43.3		
繊維・織物 ／アパレル	2023年度(n=99)	8.1	6.1	27.3	58.6		
	2024年度(n=100)	14.0	6.0	39.0	41.0		
石油／プラスチック ／ゴム	2023年度(n=82)	12.2	2.4	24.4	61.0		
	2024年度(n=77)	13.0	3.9	44.2	39.0		
飲食品	2023年度(n=493)	6.3	1.6	33.1	59.0		
	2024年度(n=565)	11.5	2.5	37.9	48.1		
その他の製造業	2023年度(n=175)	8.0	1.7	28.6	61.7		
	2024年度(n=248)	10.5	2.4	39.9	47.2		
精密機器	2023年度(n=69)	15.9	1.4	26.1	56.5		
	2024年度(n=77)	10.4	2.6	45.5	41.6		
医療品・化粧品	2023年度(n=60)	10.0	5.0	30.0	55.0		
	2024年度(n=50)	10.0	4.0	56.0	30.0		
■ 非製造業	2023年度(n=1,266)	10.4	2.4	26.1	61.1		
	2024年度(n=1,214)	17.0	2.6	33.4	47.0		
金融・保険	2023年度(n=43)	20.9	2.3	20.9	55.8		
	2024年度(n=49)	51.0	18.4	30.6			
建設	2023年度(n=87)	19.5	1.1	25.3	54.0		
	2024年度(n=85)	28.2	7.1	24.7	40.0		
運輸	2023年度(n=70)	14.3	3.3	21.4	60.0		
	2024年度(n=53)	18.9	7.5	34.0	39.6		
小売	2023年度(n=99)	6.1	2.0	31.3	60.6		
	2024年度(n=97)	17.5	1.0	33.0	48.5		
専門サービス	2023年度(n=62)	6.5	1.6	19.4	72.6		
	2024年度(n=57)	15.8	3.5	28.1	52.6		
商社・卸売	2023年度(n=685)	9.3	2.5	26.0	62.2		
	2024年度(n=614)	14.2	1.5	35.5	48.9		
その他の非製造業	2023年度(n=144)	12.5	1.4	27.1	59.0		
	2024年度(n=179)	13.4	3.4	37.4	45.8		
通信／情報・ ソフトウェア	2023年度(n=76)	5.3	3.9	31.6	59.2		
	2024年度(n=80)	12.5	3.8	31.3	52.5		

- 人権デューデリジェンスを実施している
- 人権デューデリジェンスを実施していないが、1年以内に実施予定
- 人権デューデリジェンスを実施していないが、数年以内の実施を検討中
- 人権デューデリジェンスを実施する予定はない

（注）nは「無回答」を除く企業数。業種名の太字・網掛けは、前年調査から「人権DDを実施している」としている割合が10ポイント以上増加した業種。
Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved. | 58
JETRO作成。無断転載・転用を禁ず

4 | 人権尊重は企業の責任との認識が首位、DD実施理由

- **人権DDを実施（予定・検討中含む）している理由では、「人権尊重は企業の責任と認識している」（76.9%）が最大。** 大企業では、「サステナビリティ経営の重要性を考慮した」が66.0%。
- **人権DDを実施する予定がない理由は、「具体的な取り組み方法がわからないため」（38.5%）が首位で、中小企業では39.5%に上る。**



(注) nは「人権DDを実施している」「人権DDを実施していないが、1年以内に実施予定」「人権DDを実施していないが、数年以内の実施を検討中」と回答した企業数。

- ・ 情報開示については全てのステークホルダーを対象にホームページ等で進めている。**開示要請は増加傾向**にある（化学、大企業）
- ・ 海外の上場企業との取引では、**ベンダー登録の際の質問項目や契約条項に人権に関する内容が含まれており、意識せざるを得ない**（商社・卸売、大企業）
- ・ 繊維業界では、**サプライチェーンの中で人権に対して低賃金・強制労働などのリスクがないか確認**する流れになっている。国際的な規制やガイドライン強化に伴い、大手企業から監査が入るようになった。**ここ1～2年で監査はかなり増えた**（繊維・織物／アパレル、中小企業）
- ・ **業界団体などから人権DDに関するセミナーや講習会の案内が送られてくる**ようになっており、最大の顧客である完成車メーカーで取り組みが活発化（自動車／同部品／輸送機器、中小企業）

人権DDを実施している企業のコメント（一部抜粋）

5 | 人権DD実施理由、業種によってばらつき

- 自動車／同部品／輸送機器では、「業界内で取り組みが活発化」（42.9%）や「顧客から関連の要請を受けた」（37.5%）で他の業種を大きく引き離す結果となった。

人権DDを実施（予定・検討中含む）している理由

(%)

	社数	人権尊重は企業の責任と認識している	サステナビリティ経営の重要性を考慮した	自社ビジネス上で人権リスクの懸念が高まった	顧客から関連の要請を受けた	業界内で取り組みが活発化	情報開示の要請の高まり	日本政府のガイドライン策定	特にない	レピュテーションリスクへの危機感がある	海外で関連の法制化が進んでいる
全体	1,680	76.9	43.5	14.8	13.6	13.5	12.7	8.9	8.7	7.3	4.0
製造業	1,037	76.2	43.1	13.8	16.2	13.1	12.0	9.2	8.3	5.7	3.8
飲食料品	293	70.3	37.2	10.2	11.3	6.8	9.2	6.1	11.6	3.1	2.4
繊維・織物／アパレル	59	78.0	42.4	18.6	18.6	10.2	6.8	10.2	6.8	1.7	3.4
木材／家具／紙・パルプ	36	80.6	38.9	19.4	16.7	16.7	11.1	8.3	8.3	5.6	0.0
化学	59	78.0	55.9	13.6	13.6	13.6	22.0	20.3	5.1	3.4	3.4
医療品・化粧品	35	65.7	40.0	31.4	14.3	17.1	8.6	5.7	8.6	2.9	0.0
石油／プラスチック／ゴム	47	85.1	40.4	10.6	25.5	10.6	21.3	6.4	2.1	2.1	2.1
窯業・土石	18	83.3	44.4	5.6	11.1	5.6	11.1	16.7	5.6	11.1	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	104	79.8	39.4	12.5	21.2	17.3	11.5	9.6	4.8	7.7	3.8
一般機械	61	83.6	47.5	11.5	13.1	8.2	18.0	9.8	4.9	8.2	4.9
電気機械	51	82.4	52.9	15.7	19.6	19.6	13.7	11.8	2.0	9.8	7.8
情報通信機械／電子部品	42	78.6	45.2	16.7	21.4	14.3	9.5	9.5	2.4	9.5	9.5
自動車／同部品／輸送機器	56	80.4	53.6	21.4	37.5	42.9	12.5	16.1	3.6	10.7	5.4
精密機器	45	66.7	33.3	4.4	11.1	13.3	8.9	6.7	20.0	4.4	6.7
その他の製造業	131	77.1	48.9	16.0	12.2	11.5	12.2	7.6	12.2	8.4	4.6
非製造業	643	78.1	44.0	16.3	9.5	14.2	14.0	8.4	9.3	10.0	4.4
商社・卸売	314	75.8	41.7	14.6	11.1	13.7	13.7	5.7	11.8	8.0	4.5
小売	50	86.0	48.0	18.0	4.0	12.0	4.0	6.0	6.0	6.0	0.0
建設	51	82.4	47.1	13.7	9.8	25.5	21.6	17.6	5.9	15.7	3.9
運輸	32	78.1	53.1	25.0	9.4	12.5	21.9	9.4	6.3	12.5	12.5
金融・保険	34	76.5	52.9	29.4	0.0	29.4	26.5	20.6	8.8	23.5	2.9
通信／情報・ソフトウェア	38	78.9	34.2	18.4	10.5	13.2	2.6	7.9	7.9	5.3	2.6
専門サービス	27	77.8	40.7	22.2	11.1	7.4	11.1	0.0	7.4	7.4	3.7
その他の非製造業	97	79.4	46.4	12.4	9.3	8.2	14.4	11.3	7.2	12.4	5.2

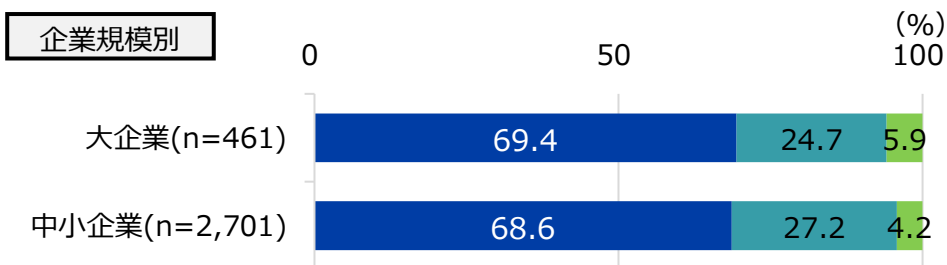
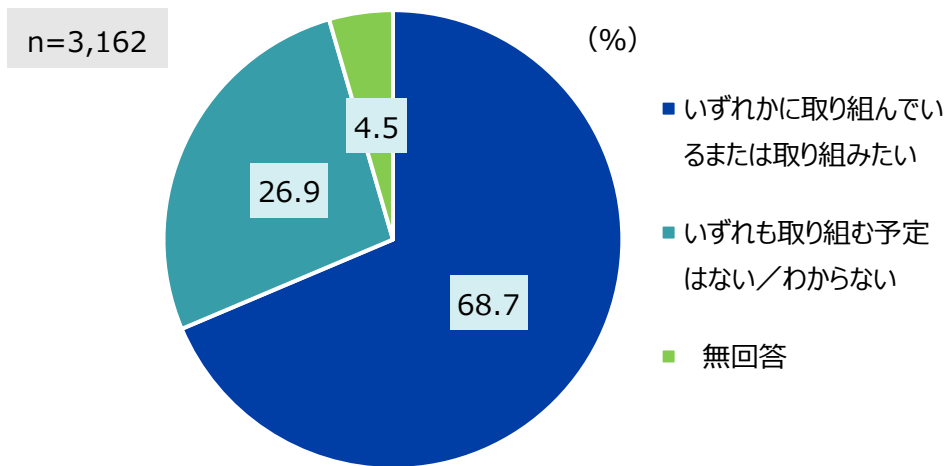
(注) 「人権DDを実施している」「人権DDを実施していないが、1年以内に実施予定」「人権DDを実施していないが、数年以内の実施を検討中」と回答した企業が対象。「その他」と「無回答」は掲載していない。網掛けは各項目の上位5業種。

6 | 7割の企業が循環型経済を意識した取り組みに意欲

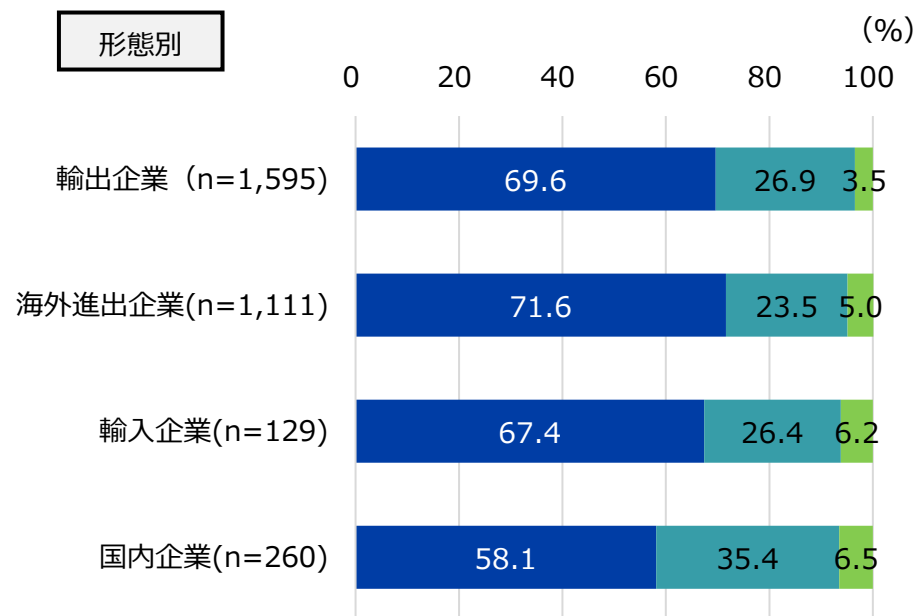
- 循環型経済に関する「商品の仕様の変更」等の5つの取り組みについて、いずれか1つでも「**取り組んでいる**」、「**3年以内に取り組むことを検討**」、「**取り組みたいが、具体的な計画は未定**」と回答した企業の合計は回答者全体の約7割。
- 企業形態別では、**海外進出企業（71.6%）**が最も高く、**輸出企業（69.6%）**が次に多かった。

循環型経済を意識した取り組みへの対応状況

（「商品仕様を変更」、「包装材の変更」、「使用済み品の回収・リサイクル」、「リユースの促進」、「販売形態の変更」）



（注）上記の「いずれかに取り組んでいるまたは取り組みたい」には「取り組んでいる」、「3年以内に取り組むことを検討」、「取り組みたいが具体的な計画は未定」の選択肢を含む。



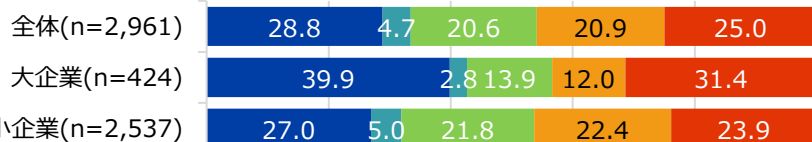
（注）上記の「輸出企業」は、輸出を行っているが海外進出をしていない企業。「輸入企業」は、輸入のみを行っている企業（輸出なし、海外進出なし）。「国内企業」は、輸出・輸入・海外進出のいずれも行っていない企業。

7 木材および化学業界で循環型経済の取り組み進む

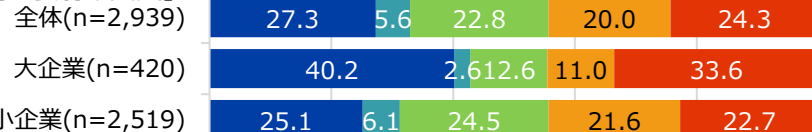
- 循環型経済についての5つの設問を企業規模別に見ると、**大企業に比べ、中小企業の方が、「取り組みたいが、具体的な計画が未定」と回答した割合が高く**、取り組む意欲はあるものの取り組み方を模索していることがわかった。
- 業種別に見ると、**木材／家具／紙・パルプや化学がいずれの設問でも上位に位置付けた**。リサイクル、リユースの促進では、**鉄鋼／非鉄金属／金属製品**の取り組み割合が高かった。

循環型経済への取り組み（企業規模別）

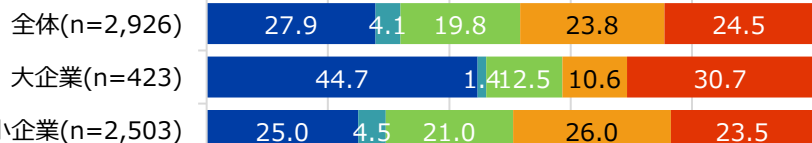
【商品の仕様を変更】



【包装材の変更】



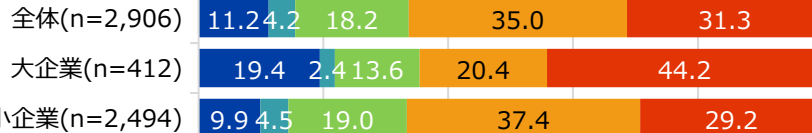
【使用済み品の回収・リサイクル】



【リユースの促進】



【販売形態の変更】



「取り組んでいる」または「3年以内に取り組むことを検討している」と回答した企業の割合が高い上位5業種

【商品の仕様を変更】

木材／家具／紙・パルプ(n=60)	60.0
化学(n=74)	52.7
窯業・土石(n=23)	47.8
医療品・化粧品(n=52)	46.2
繊維・織物／アパレル(n=98)	44.9

【包装材の変更】

木材／家具／紙・パルプ(n=60)	50.0
医療品・化粧品(n=52)	50.0
化学(n=73)	47.9
電気機械(n=90)	43.3
飲食料品(n=568)	40.7

【使用済み品の回収・リサイクル】

鉄鋼／非鉄金属／金属製品(n=163)	44.2
窯業・土石(n=23)	43.5
化学(n=74)	43.2
運輸(n=52)	42.3
自動車／同部品／輸送機器(n=83)	38.6

【リユースの促進】

鉄鋼／非鉄金属／金属製品(n=163)	44.8
窯業・土石(n=21)	42.9
自動車／同部品／輸送機器(n=83)	41.0
化学(n=75)	40.0
木材／家具／紙・パルプ(n=59)	39.0

【販売形態の変更】

通信／情報／ソフトウェア(n=73)	28.8
一般機械(n=113)	28.3
精密機器(n=74)	25.7
木材／家具／紙・パルプ(n=59)	22.0
窯業・土石(n=23)	21.7

- 取り組んでいる
- 3年以内に取り組むことを検討
- 取り組みたいが、具体的な計画は未定
- 取り組む予定はない
- わからない

(注) nはいずれも「無回答」を除く企業数。

8 複雑な規制に対応するコスト、人材が人権・環境対応の課題

海外の規制や制度に対応する上で取り組んでいること

サプライチェーン

- **共通**：リスクアセスメントの実施、サプライチェーンにおける環境（温室効果ガス、水質汚染、廃棄物処理等）・社会リスク（差別、健康、安全に関する問題等）を評価し、優先付けを行う。（建設業・大企業）
- **共通**：主要顧客からの情報や指導により、環境保全や人権侵害防止に取り組んでいる。（自動車・同部品／その他輸送機器・中小企業）
- **人権**：海外へ業務を依頼する際、児童労働禁止等を契約書に盛り込んでいる。（その他製造業・大企業）
- **環境**：海外調達先としては中国やインドがメインである。サプライヤー選びから慎重に行う必要がある。（卸売業・中小企業）
- **環境**：IUU漁業（違法・無報告・無規制に行われている漁業）で漁獲された原料等の輸入及び取引をしない。（商社・卸売・中小企業）

規制

- **人権**：英国の現代奴隷法の宣言書を作成（化学・大企業）
- **環境**：容器を発砲スチロールから紙に変更（飲食料品・中小企業）
プラスチックボトルをガラスボトルに変更（商社・卸売・中小企業）
EU規制に関する規制に対応し、プラスチック成形品を生分解性素材へ段階的に切り替えていく。（その他製造業・中小企業）

認証

- **環境**：ISO14001取得済（精密機器・大企業）

その他

- **共通**：サステナビリティ経営のための国際的な情報共有プラットフォームであるSedex、EcoVadis、CDPに加盟し、海外の規制や制度の情報収集を行い、対応を取れるように努めている。（化学・大企業）
- **環境**：自社排出の蒸留廃液を自社プラントで使用し100%リサイクルしている。（飲食料品・中小企業）

海外の規制や制度に対応する上での課題

規制

- **共通**：欧州電池規則や欧州森林破壊防止規則（EUDR）、企業サステナビリティデューデリジェンス指令（CSDDD）など、環境や人権に関する法令が次々と施行されている中で、自社への影響範囲の特定と、それに対応するためのリソース確保が大きな課題。（自動車・同部品／その他輸送機器・大企業）
- **共通**：環境対応・サプライヤーへの最適価格などを推進することは大切だが、製造原価の高騰に繋がる。それを販売価格に転嫁していくグローバル文化（国内含む）が伴っていない（鉄鋼／非鉄金属／金属製品・中小企業）
- **人権**：海外顧客より依頼される「CODE OF CONDUCT（行動指針）」や、欧州のデューデリジェンス法に準拠した同意書等への署名を求められることが増え、社内の理解・認識の共通化を促している。文書策定や開示など実際の運用に至るには時間が必要（情報通信機械／電子部品・デバイス・中小企業）
- **環境**：欧州REACH規制の要求に関する対応（精密機器・中小企業）

認証

- **環境**：環境認証などを取得しているが、経済的な負担が非常に大きく、費用を工面できるまで顧客を待たせるという問題がある。（化学・中小企業）

人材・体制

- **共通**：専門部署がない。人材が不足し取り組むことが困難（回答多数）
- **人権**：人権については、今年CREDO BOOK（倫理行動基準）を作成した。その内容を全社員に浸透させるには時間がかかる、周知する方法についてもどのようにすべきか手探りな部分がある。（飲食料品・大企業）

その他

- **共通**：商品提供価値が持続可能あるものを有していても、購買まで繋がらない。（専門サービス・中小企業）
- **環境**：環境への配慮はしているものの、外部へそれがうまくアピールできていない。（専門サービス・大企業）

レポートをご覧いただいた後、アンケート（所要時間：約1分）にご協力ください。

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20240043>



[報告書版] 2024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（ジェトロ）

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ります。

【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】