

表7: 今後1～2年の事業展開の方向性として「拡大」を選択した理由

国・地域名	n	輸出先が増えること(販路拡大)による売上増加	輸出量の増加による売上増加	輸出価格(単価)の引き上げによる売上げ増加	現地市場での購買力増加に伴う売上増加	競合他社と比較した際の優位性の確立	成長性、潜在力の高さ	高付加価値製品・サービスへの高い受容性	コストの低下(調達コスト、人件費など)	規制の緩和	労働力確保の容易さ	生産・販売ネットワーク見直し	取引先との関係	自国・他国政府の貿易制限措置による効果	関税撤廃やFTA/EPA発効など、自国・他国政府や複数国間の貿易促進措置による効果	その他
アジア大洋州	1,460	26.6	27.1	6.0	34.4	28.8	45.5	20.8	5.1	3.6	3.3	12.3	21.1	0.1	0.9	7.2
カンボジア	41	26.8	31.7	2.4	26.8	26.8	51.2	22.0	2.4	12.2	9.8	14.6	31.7	-	-	2.4
インドネシア	170	12.9	18.2	2.4	47.6	37.1	46.5	18.8	8.2	2.9	2.9	12.9	24.1	0.6	0.6	7.1
ラオス	12	16.7	58.3	8.3	25.0	16.7	16.7	33.3	-	-	-	16.7	25.0	-	-	-
マレーシア	107	31.8	37.4	9.3	24.3	30.8	39.3	23.4	3.7	3.7	0.9	10.3	19.6	-	1.9	6.5
ミャンマー	11	18.2	18.2	9.1	27.3	36.4	36.4	18.2	-	-	27.3	18.2	9.1	-	-	9.1
フィリピン	56	21.4	32.1	1.8	30.4	30.4	42.9	17.9	5.4	3.6	5.4	14.3	14.3	-	-	1.8
シンガポール	175	34.3	29.7	10.9	20.6	31.4	47.4	24.6	4.0	4.6	1.1	14.3	20.0	-	0.6	10.3
タイ	210	30.0	26.2	4.8	35.2	33.8	28.6	24.8	7.6	4.8	1.0	15.2	26.2	-	0.5	5.2
ベトナム	348	29.6	29.0	4.9	33.9	22.4	46.8	15.5	6.3	2.9	3.7	9.2	17.5	-	1.7	6.9
バングラデシュ	52	25.0	36.5	9.6	25.0	17.3	51.9	15.4	1.9	1.9	11.5	7.7	32.7	-	-	21.2
インド	193	26.9	21.2	5.2	53.4	26.4	61.1	21.2	3.1	2.1	4.1	12.4	17.6	0.5	1.0	3.6
パキスタン	15	20.0	6.7	-	26.7	26.7	80.0	26.7	-	-	-	20.0	40.0	-	-	13.3
オーストラリア	54	11.1	22.2	9.3	20.4	38.9	46.3	29.6	1.9	3.7	-	13.0	16.7	-	-	18.5
ニュージーランド	14	28.6	14.3	21.4	14.3	7.1	28.6	21.4	-	14.3	7.1	14.3	21.4	-	-	-

注1:「アジア大洋州」は東南アジア、南西アジア、オセアニア。

注2:nは、2023年の営業利益見通しを「改善」と回答した企業。未回答を除く。

注3:nが10以上の国・地域のみ掲載。

注4:塗りつぶし箇所は、各国・地域で最大の理由。

出所:2022年度「海外進出日系企業実態調査(アジア・オセアニア編)」(ジェトロ)