

2020年度 海外日资企业实况调查

（亚洲、大洋洲篇）

—受新冠疫情影响，景气度恶化，
通商环境变化的影响的波及范围扩大—

日本贸易振兴机构（JETRO）

海外调查部

2020年12月23日

主要调查结果

1. 景气度、今后的业务开展（1）

1-1. 受新冠疫情影响，景气度跌至历史最低，但中国经济景气度的恶化程度有所缓和（P16）

- 表示景气度的DI值（注）为 $\Delta 40.7$ ，创历史最低记录。所有国家和地区景气度出现负值的情况自调查开始以来尚属首次。除了2019年愈演愈烈的中美对立等通商环境变化造成的负面影响外，受新型冠状病毒疫情（以下简称“新冠疫情”）失去国内外市场的影响，情况雪上加霜。
- 在华日资企业的景气度也有所恶化，为 $\Delta 23.4$ 个百分点，较上年减少19.6个百分点，恶化程度在地区内较为缓和。虽然受到了新冠疫情的影响，但疫情及早得到控制，经济活动得以恢复。此外，盈利企业占比在所有国家和地区均有所减少，但中国有63.5%的企业保持盈利，同比降低5个百分点。该降幅在调查对象国家和地区中最小。
- 另一方面，印度尼西亚的疫情仍在不断蔓延，其景气度为 $\Delta 65.9$ 个百分点，在地区内情况最为严重。其次为泰国（ $\Delta 57.4$ 个百分点）、菲律宾（ $\Delta 51.2$ 个百分点）、印度（ $\Delta 50.3$ 个百分点），均超过 $\Delta 50$ 个百分点。关于恶化的理由，在印度尼西亚、泰国、印度，有约9成的企业回答“在当地市场的销售额减少”，在菲律宾有6成企业回答“出口低迷导致销售额减少”。
- （注） DI值为Diffusion Index的简称。该值是回答营业利润“改善”的企业占比（%）减去回答“恶化”的企业占比后所得数值。

主要调查结果

1. 景气度、今后的业务开展（2）

1-2. 今后1-2年业务扩大意愿刷新历史最低记录（P21）

- 关于今后1-2年业务开展的方向，从2019年调查以来在很多国家和地区回答“扩大”的企业占比开始降低，**而2020年调查中所有国家和地区均有减少，刷新历史最低记录**。除了中美对立等通商环境变化造成的影响外，因新冠疫情失去需求也对业务扩大意愿造成了负面影响。
- 另一方面，在这种严峻情况下，**印度（50.9%）、巴基斯坦（53.5%）有超过半数的企业仍然保持着业务扩大意愿**。关于扩大的理由，在印度有84.2%的企业回答“在当地市场的销售额增长”，在巴基斯坦有73.9%的企业回答“增长能力强、发展潜力大”。

2. 新冠疫情蔓延的影响

2-1. 中国率先从新冠疫情中恢复正常，预计有7成企业会在2021年上半年恢复（P39）

- 关于业务恢复正常的时期，8成企业预计是在2021年内，**而在中国有67.2%的企业预计的是2021年上半年之前**。其中有**43.9%的企业预计2020年内恢复正常**，在调查对象国家和地区中恢复情况显著。

2-2. 受新冠疫情的影响，企业数字化转型的进程加快（P41、P42）

- 作为新冠疫情的应对措施，有52.2%的企业正在或者计划对商业模式进行调整。
- 已出现企业数字化转型加快的趋势，具体调整内容有深入推动居家办公和远程办公（53.8%）、运用虚拟展会和在线洽谈会措施（24.6%）、数字化市场营销和使用AI（23.8%）等。

主要调查结果

3. 营商环境变化的影响

3-1. 营商环境变化，负面影响持续不减，香港、澳大利亚恶化明显（P76）

- 2019年愈演愈烈的中美对立等营商环境变化给业绩带来的负面影响为23.1%，较上年（19.7%）减少3.4个百分点。特别是香港，同比减少9.0个百分点，有将近半数（46.3%）的企业回答有负面影响。受中美贸易摩擦的影响，回答中国顾客企业对美国的出口减少、生产从中国迁移到东盟等其他国家和地区导致销售额减少等的企业占比尤其突出。
- 除此之外，在澳大利亚负面影响为31.7%，较上年（17.5%）增加14.2个百分点，接近两倍。其背景主要是中澳通商关系恶化。从回答结果来看，有中方对煤炭、牛肉等进口限制措施的影响。

3-2. 在越南等国家和地区营商环境变化起到积极作用，同比增加（P76）

- 在越南、孟加拉国、印度，营商环境变化给业绩带来的积极影响超过10%，较上年明显增加。越南为15.3%，较上年增长8.2个百分点，孟加拉国为13.8%，较上年增长2.9个百分点，印度为10.5%，较上年增长6.6个百分点。
- 从越南、孟加拉国的回答结果来看，回答中美贸易摩擦促使生产转移到两国发挥了积极作用的占比较大。在印度，除了回答生产从中国转移到该国带来积极影响外，回答有在中印关系恶化的背景下流入印度的中国产品减少，促使日本产品采购数量增加等积极影响的企业占比尤为突出。另外，在越南，还有意见指出有2020年8月生效的越南与欧盟自由贸易协定（EVFTA）的积极影响。

本年度调查项目

(页)

主要调查结果	2	—	5
本年度调查概要	7	—	10
1. 营业利润预期	11	—	20
2. 今后的业务开展	21	—	38
3. 新冠疫情蔓延的影响	39	—	46
4. 经营上的问题	47	—	53
5. 原材料及零部件采购	54	—	62
6. 进出口情况	63	—	75
7. 通商环境变化的影响	76	—	78
8. 生产效率、创新、数字化	79	—	97
9. 工资	98	—	102

本年度调查概要 (1)

(家、%)

调查目的

- 本次调查的目的在于掌握亚洲、大洋洲日资企业活动的实际状况，并公布调查结果。

调查对象

- 在东北亚5个国家和地区、东盟9个国家、西南亚4个国家、大洋洲2个国家共计20个国家和地区开展业务的日资企业（日方直接或间接出资比例超过10%的企业以及日本企业的分公司和派驻人员办事处）。

调查期间

- 2020年 8月24日—9月25日

答卷情况

- 对14,399家企业进行了问卷调查，5,976家企业给出了有效回答。各国家和地区的详细情况如右表所示（有效回答率为41.5%）。

备注

- 调查始于1987年，本年度为第34次调查。
- 自2007年度起，将非制造业追加为调查对象。
- 各幻灯片括弧内数据为有效回答企业数。
- 图表中的数据为四舍五入后的值，因此合计值不一定为100%。
- 对台湾的调查由公益财团法人日本台湾交流协会协助实施。

	调查对象 企业数	调查企业数		详细情况		有效 回答率
		有效回答	占比	制造业	非制造业	
总数	14,399	5,976	100.0	2,621	3,355	41.5
东北亚	2,853	1,661	27.8	709	952	58.2
中国	1,600	886	14.8	522	364	55.4
香港、澳门	539	370	6.2	45	325	68.6
台湾	548	278	4.7	89	189	50.7
韩国	166	127	2.1	53	74	76.5
东盟	9,882	3,623	60.6	1,645	1,978	36.7
越南	1,786	905	15.1	474	431	50.7
泰国	2,775	680	11.4	361	319	24.5
印度尼西亚	1,997	674	11.3	371	303	33.8
新加坡	1,113	622	10.4	143	479	55.9
马来西亚	946	257	4.3	147	110	27.2
缅甸	468	203	3.4	35	168	43.4
菲律宾	471	133	2.2	59	74	28.2
柬埔寨	241	111	1.9	37	74	46.1
老挝	85	38	0.6	18	20	44.7
西南亚	1,241	486	8.1	218	268	39.2
印度	945	344	5.8	155	189	36.4
孟加拉国	169	69	1.2	32	37	40.8
巴基斯坦	63	43	0.7	21	22	68.3
斯里兰卡	64	30	0.5	10	20	46.9
大洋洲	423	206	3.4	49	157	48.7
澳大利亚	285	140	2.3	30	110	49.1
新西兰	138	66	1.1	19	47	47.8

本年度调查概要 (2)

各行业占比 (制造业)

(家、%)

	有效回答	占比
制造业 合计	2,621	43.9
运输机械零部件	390	6.5
铁、有色金属、金属	387	6.5
电器电子产品零部件	224	3.7
化学、医药	214	3.6
普通机械	193	3.2
电器电子产品	179	3.0
食品	164	2.7
塑料制品	162	2.7
纤维及服装	159	2.7
橡胶、陶瓷业、土石	99	1.7
运输机械设备	97	1.6
纸、木制品、印刷	91	1.5
精密及医疗器械	80	1.3
其他制造业	182	3.0

各行业占比 (非制造业)

(家、%)

	有效回答	占比
非制造业 合计	3,355	56.1
贸易公司及批发业	709	11.9
销售公司	574	9.6
运输业	361	6.0
建筑业	318	5.3
信息通讯业	300	5.0
业务相关服务业	278	4.7
金融、保险业	263	4.4
房地产及租赁业	110	1.8
旅游、娱乐业	88	1.5
零售业	62	1.0
矿业及能源	59	1.0
餐饮业	39	0.7
教育及医疗	37	0.6
农林水产业	19	0.3
其他非制造业	138	2.3

各国家和地区的企业数

(家)

	大企业	中小企业
总数	3,686	2,290
东北亚	1,142	519
中国	566	320
香港、澳门	254	116
台湾	217	61
韩国	105	22
东盟	2,023	1,600
越南	448	457
泰国	243	437
印度尼西亚	447	227
新加坡	431	191
马来西亚	174	83
缅甸	125	78
菲律宾	78	55
柬埔寨	61	50
老挝	16	22
东南亚	355	131
印度	260	84
孟加拉国	35	34
巴基斯坦	40	3
斯里兰卡	20	10
大洋洲	166	40
澳大利亚	126	14
新西兰	40	26

大企业及中小企业的占比



(注) 中小企业的定义依据日本《中小企业基本法》规定。

本年度调查概要 (3)

(注) 上一页行业分类的详细情况如下。从本年度开始对行业分类进行细分。

No.	中分类	小分类
1	食品	食品、农产及水产加工品
2	纤维及服装	纤维(纺织、织物、化纤) 服装及纤维产品(含鞋类、手套、皮革制品、缝制品)
3	纸、木制品、印刷	木材及木制品 家具、室内装饰及装备 纸及纸浆 印刷及出版
4	化学、医药	化学品及石油产品 医药品
5	塑料制品	塑料制品
6	橡胶、陶瓷业、土石	橡胶产品 陶瓷业及土石
7	铁、有色金属、金属	钢铁(含铸造品、锻造品) 有色金属 金属产品(含电镀加工)
8	普通机械	普通机械(含通用设备、生产用设备、机床、农用机械、建筑机械、模具、机械工具)
9	电器电子产品	电器电子产品 信息通讯设备及业务用设备
10	电器电子产品零部件	电气、电器电子产品零部件
11	精密及医疗器械	精密仪器(分析仪器、光学仪器等) 医疗器械
12	运输机械	运输机械(汽车、摩托车) 运输机械(铁路列车、船舶、航空、运输车辆)
13	运输机械零部件	运输机械零部件(汽车、摩托车) 运输机械零部件(铁路列车、船舶、航空、运输车辆)
14	其他制造业	日用品、文具、杂货 其他制造业
15	农林水产业	农林水产业

No.	中分类	小分类
16	矿业及能源	矿业 电、煤气、供暖、水
17	建筑业	建筑、成套设备、工程
18	运输业	运输、仓储
19	信息通讯业	通信、IT、软件、信息系统、数字化服务 BPO(商务流程外包) 媒体、大众传媒、文化创意 广告、营销、调查
20	贸易公司及批发业	贸易公司 批发
21	零售业	零售
22	销售公司	销售公司
23	金融、保险业	银行 非银行类(保险、证券、信用卡、租赁等)
24	房地产及租赁业	房地产 大厦及设施管理、空调、保安、保洁 租借
25	业务相关服务业	咨询 法务、会计、税务等专业服务 持股及统筹管理公司 外观设计及设计 修理、保养、检查、分析 人才介绍、人才派遣
26	旅游、娱乐业	宾馆及旅游 娱乐及生活相关服务(含大型活动、体育设施、美容美发)
27	餐饮业	餐饮
28	教育及医疗	教育及研究机构 医疗、福祉、保健
29	其他非制造业	其他

本年度调查概要 (4)

答卷企业从日本派遣的派驻人员数 (按国家和地区)

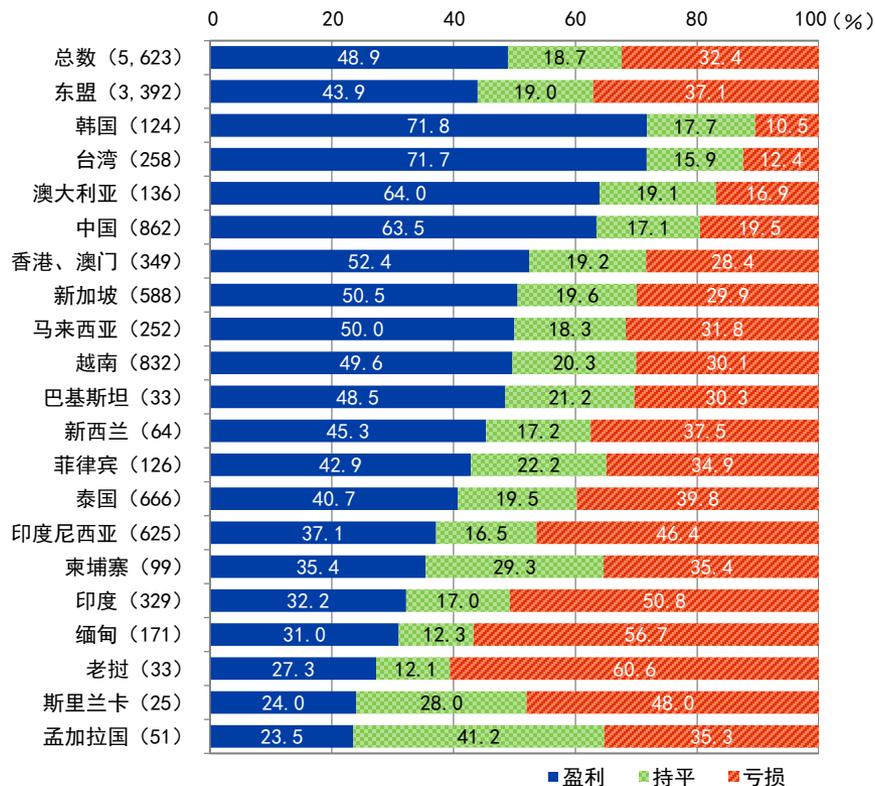
(单位: 家)



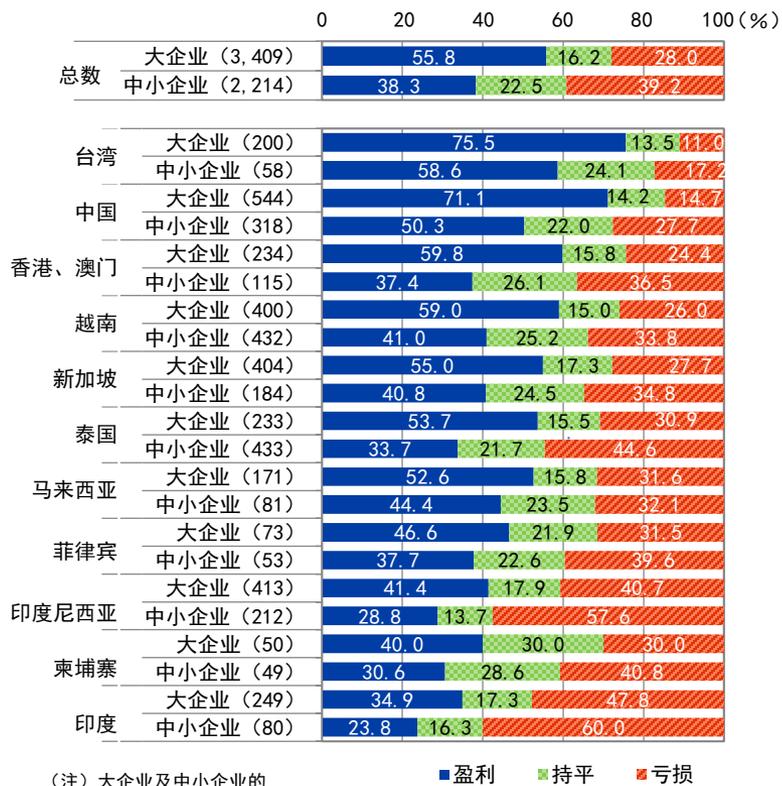
1 | 营业利润预期 (1)

- 2020年的营业利润预测为“盈利”的企业占比为48.9%，较上年65.5%（2019年调查）降低了16.6个百分点。此外，“亏损”的企业占比为32.4%，较2019年调查结果（17.7%）增长了14.7个百分点。
- 从国家和地区来看，韩国的盈利企业占比最高，为71.8%，台湾、澳大利亚、中国超过了6成。
- 大企业中有55.8%的企业盈利，较中小企业（38.3%）高出17.5个百分点。此外，大企业及中小企业的有效答卷企业数超过30家的有11个国家和地区，其中，大企业的盈利企业占比均高于中小企业的盈利企业占比。特别是在香港、澳门（22.4个百分点）、中国（20.8个百分点），大企业与小企业的盈利企业占比差距达到20多个百分点。

2020年营业利润预测（按国家和地区）



2020年营业利润预测（按国家和地区、企业规模）

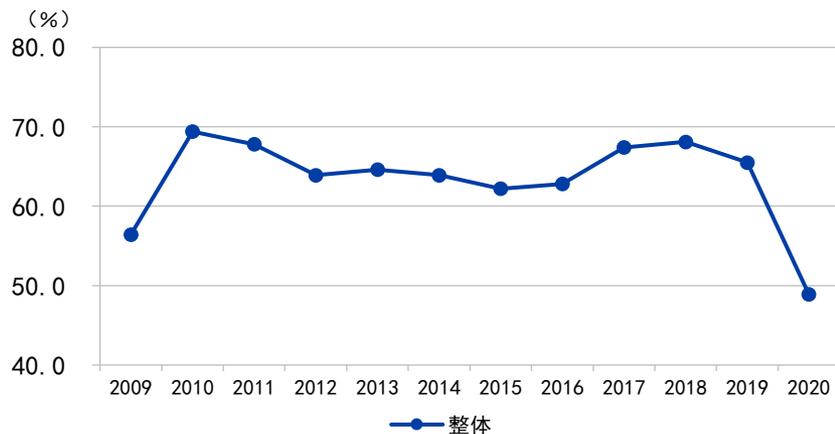


(注) 大企业及中小企业的有效答卷企业在30家以上的国家和地区。

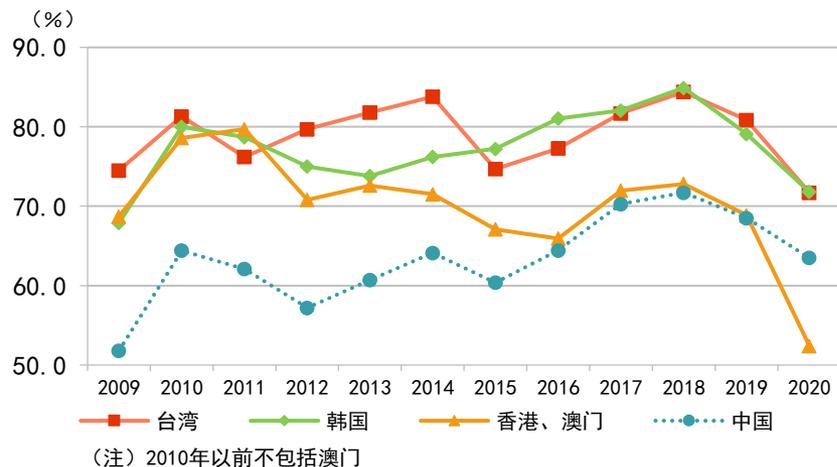
1 | 营业利润预期 (2)

盈利企业比例的变化 - 2009年-2020年 (按国家和地区)

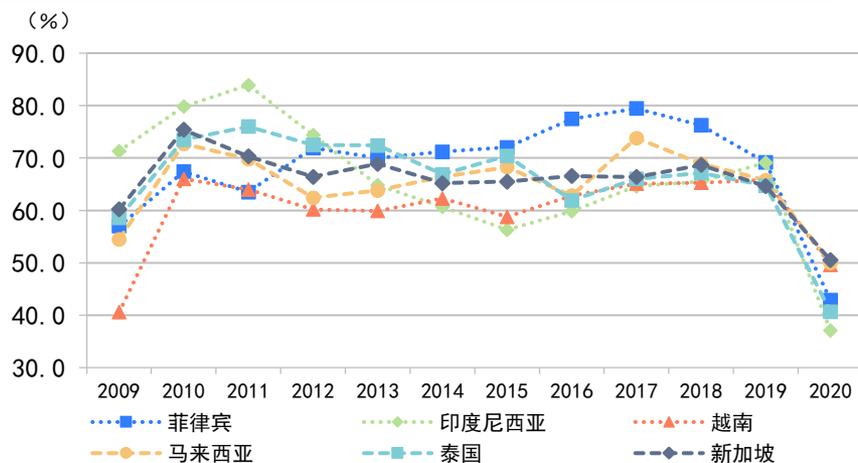
整体



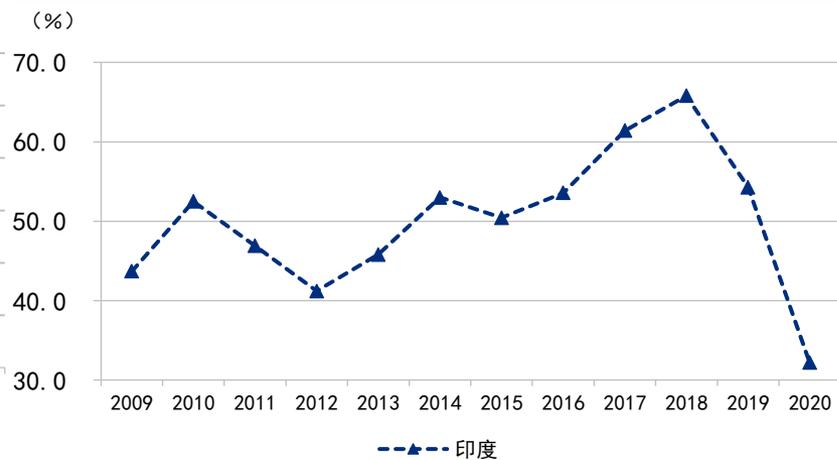
东北亚



东盟六国



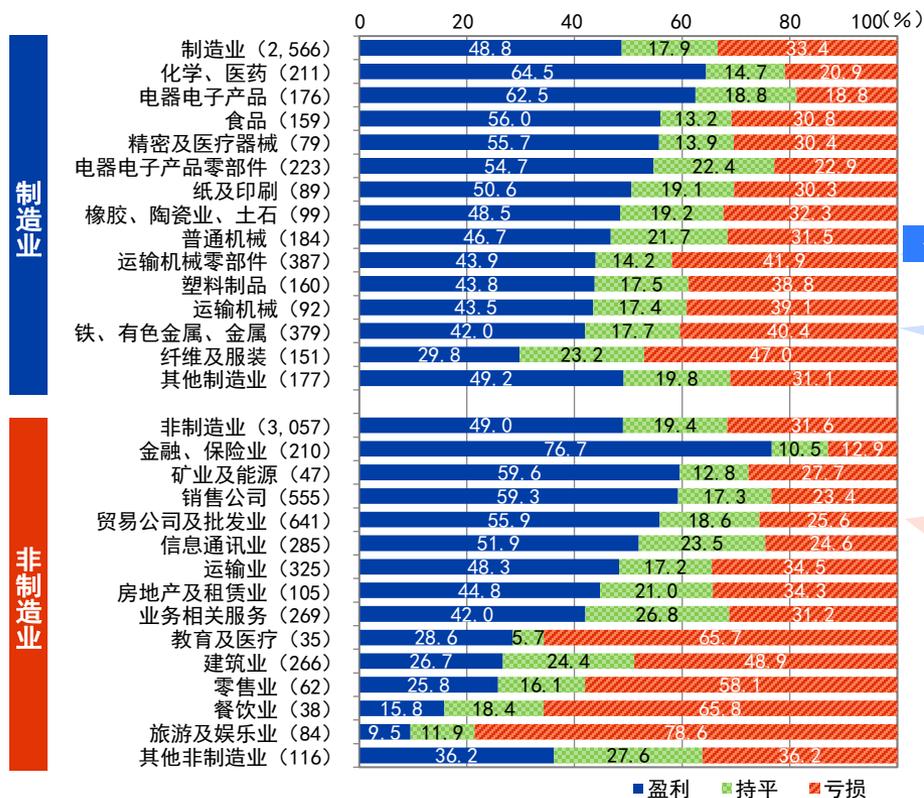
印度



1 | 营业利润预期 (3)

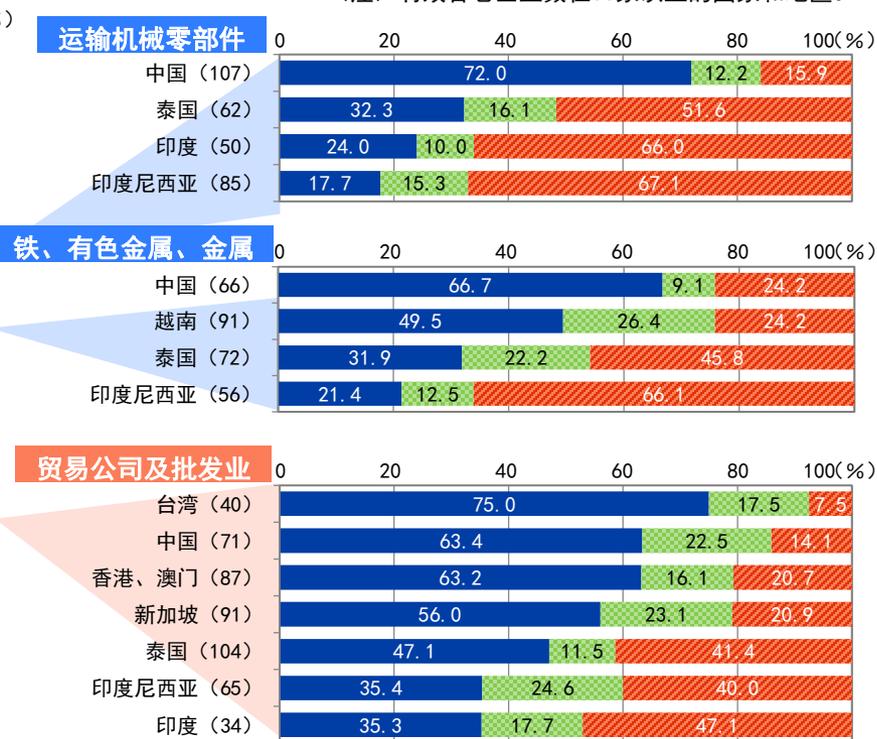
- 从制造业和非制造业来看2020年营业利润预测，盈利企业占比方面，制造业为48.8%，非制造业为49.0%。与上年（2019年调查结果：制造业：66.5%；非制造业：64.7%）相比，制造业降低了17.7个百分点，非制造业降低了15.7个百分点。
- 非制造业中，金融和保险业（76.7%）的盈利企业占比超过了7成。另一方面，在旅游及娱乐业、教育及医疗、餐饮业、零售业、业务相关服务中的人才介绍及人才派遣中，亏损企业占比超过5成。
- 从各主要行业的动向来看，运输机械零部件方面，预计中国有72.0%的企业盈利，泰国有32.3%的企业盈利，印度有24.0%的企业盈利，印度尼西亚有17.7%的企业盈利。铁、有色金属和金属行业中，预计中国有66.7%的企业盈利，越南有49.5%的企业盈利，泰国有31.9%的企业盈利，印度尼西亚有21.4%的企业盈利。贸易公司及批发业中，台湾的盈利企业占比最高，为75.0%。

2020年营业利润预测（按行业）



各国家和地区的主要行业营业利润预测

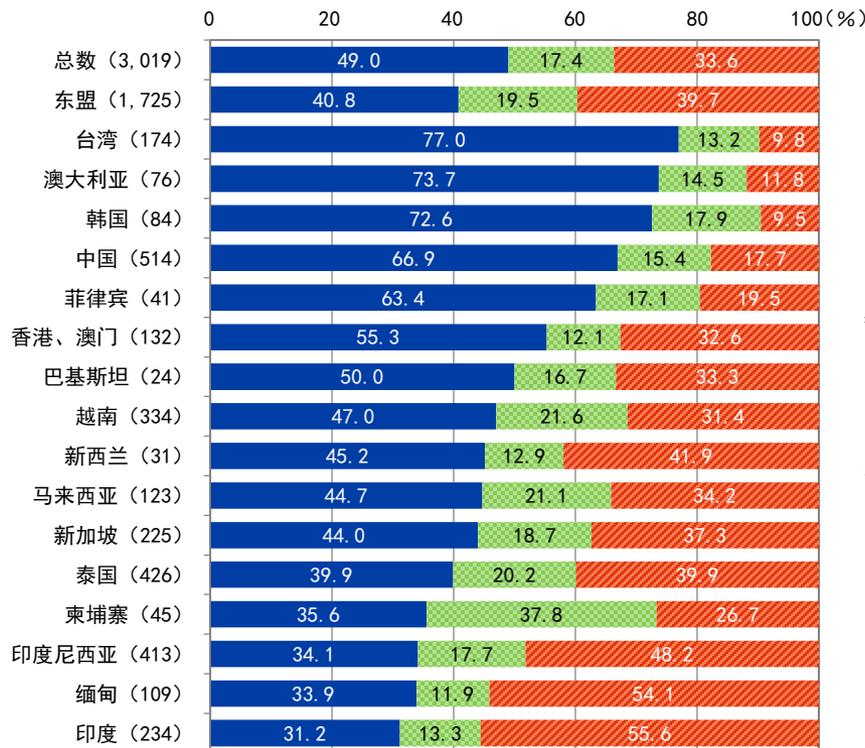
(注) 有效答卷企业数在30家以上的国家和地区。



1 | 营业利润预期 (4)

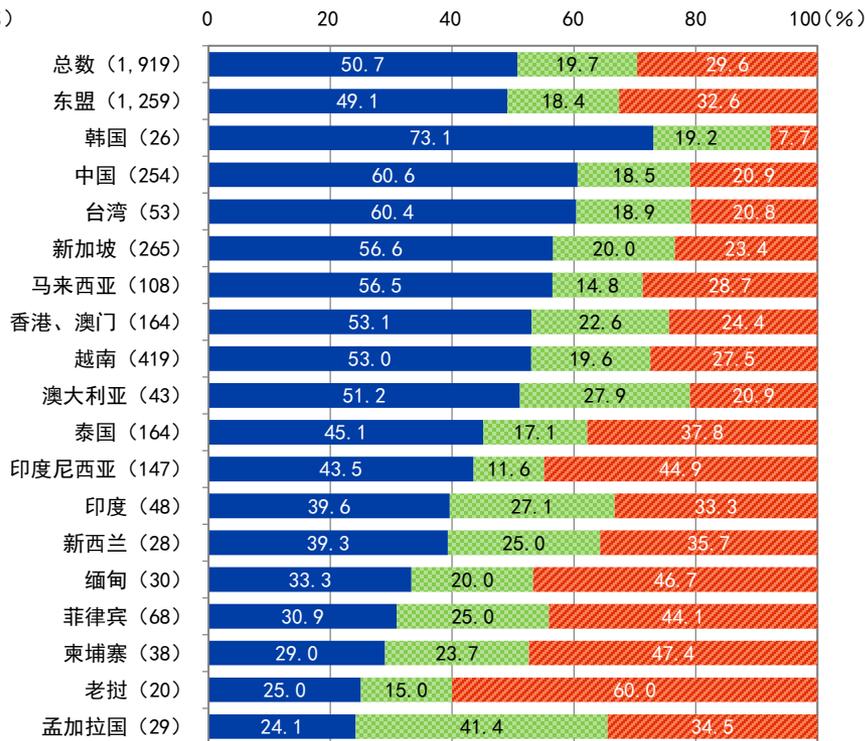
- 在出资对象国家和地区的出口比例低于50%的企业为内销型企业，超过50%的企业为出口型企业，对比其营业利润（预测），内销型企业的盈利占比为49.0%，出口型企业的盈利占比为50.7%。内销型企业的盈利占比为49.0%，出口型企业的盈利占比为50.7%。内销型企业的盈利占比较上年均降低了15个百分点以上。
- 从各国家和地区来看，内销型企业营业利润盈利率超过7成的有台湾、澳大利亚、韩国。而出口型企业营业利润盈利率超过7成的只有韩国。
- 台湾、韩国、中国的出口型企业与内销型企业的盈利率均高出其他国家和地区。

出口比例低于50%的企业（内销型）的营业利润（预测）
(2020年，按国家和地区)



(注) 有效答卷企业数在15家以上的国家和地区。 ■盈利 ■持平 ■亏损

出口比例超过50%的企业（出口型）的营业利润（预测）
(2020年，按国家和地区)

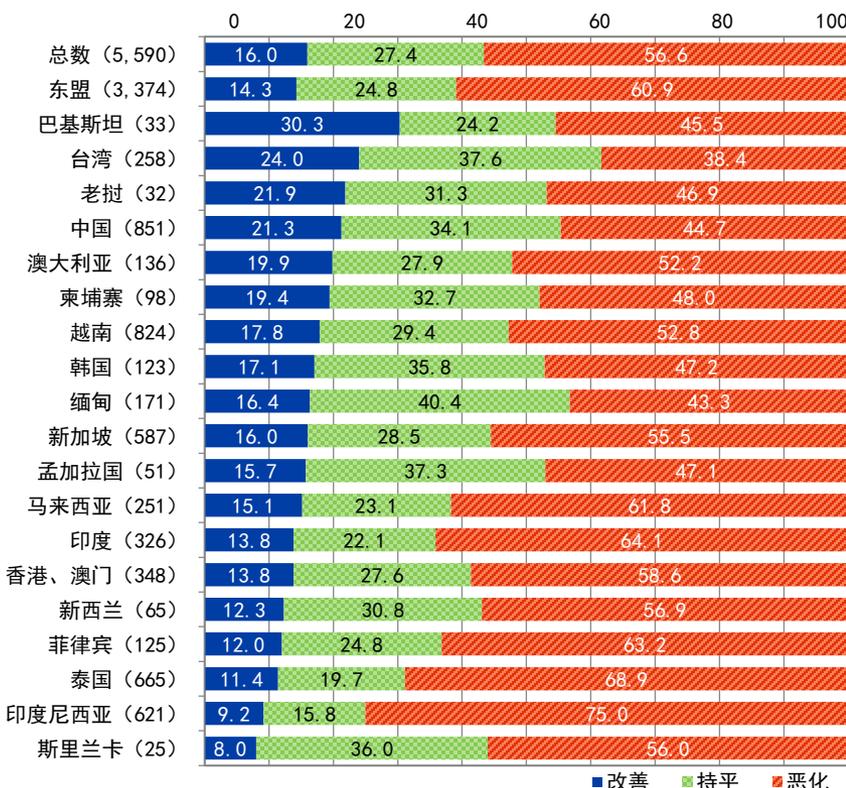


(注) 有效答卷企业数在15家以上的国家和地区。 ■盈利 ■持平 ■亏损

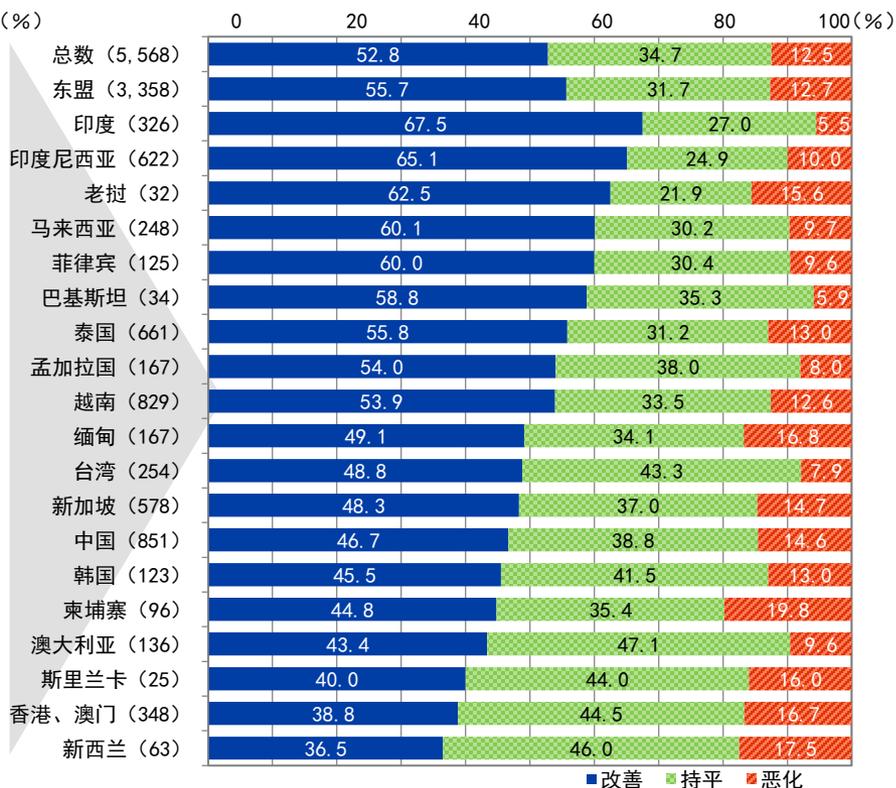
1 | 营业利润预期 (5)

- 关于2020年的营业利润预测（较2019年），回答“改善”的企业占比为16.0%，较2019年调查中回答“改善”的企业占比（33.1%）降低了17.1个百分点。回答“恶化”的企业占比为56.6%，较2019年的调查结果（29.8%）增长了26.8个百分点。
- 关于2021年的营业利润预期，回答“改善”的企业占比为52.8%，较2019年调查中的“2020年的营业利润预期”（42.1%）增长了10.7个百分点。此外，回答“恶化”的企业占比为12.5%，较2019年调查中回答“恶化”的企业占比（12.7%）降低了0.2个百分点。

2020年营业利润预测
(按国家和地区, 与2019年作比较)



2021年营业利润预期
(按国家和地区, 与2020年作比较)



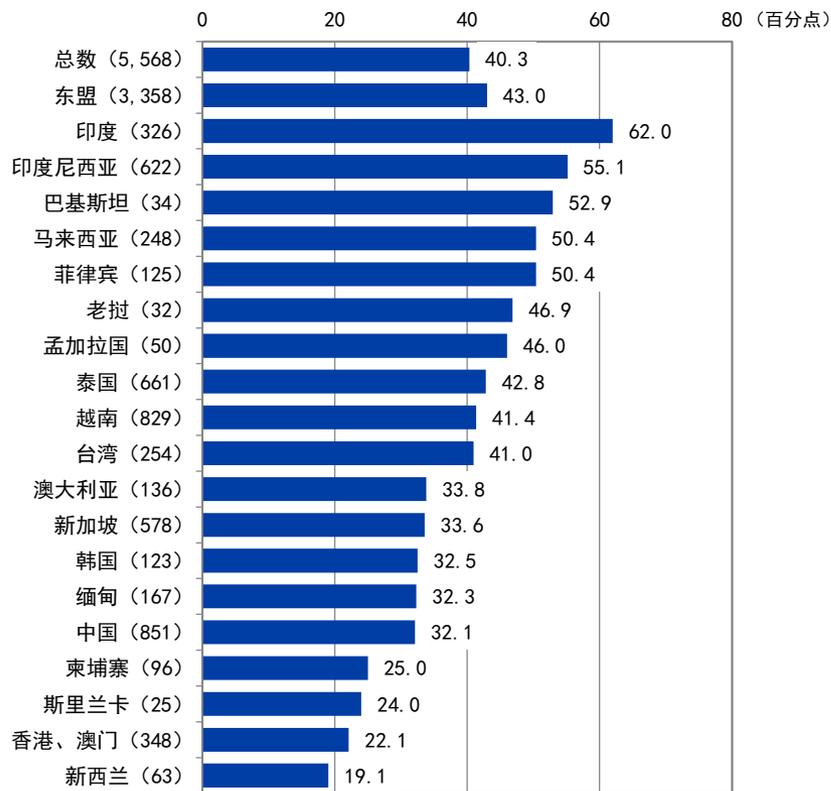
1 | 营业利润预期 (6)

- 显示2020年景气度的DI值(注)为 $\Delta 40.7$ 个百分点,较2019年调查中的3.3个百分点出现负值。东盟为 $\Delta 46.7$ 个百分点,较整体低6个百分点。从国家和地区来看,印度尼西亚($\Delta 65.9$)、泰国($\Delta 57.4$)、菲律宾($\Delta 51.2$)的负值较大。
- 2021年的DI值为40.3个百分点,较2019年调查的2020年DI值高出10.8个百分点。从国家和地区来看,印度(62.0)、印度尼西亚(55.1)、巴基斯坦(52.9)、马来西亚和菲律宾(50.4)相对较高。

2020年的DI值(按国家和地区)



2021年的DI值(按国家和地区)

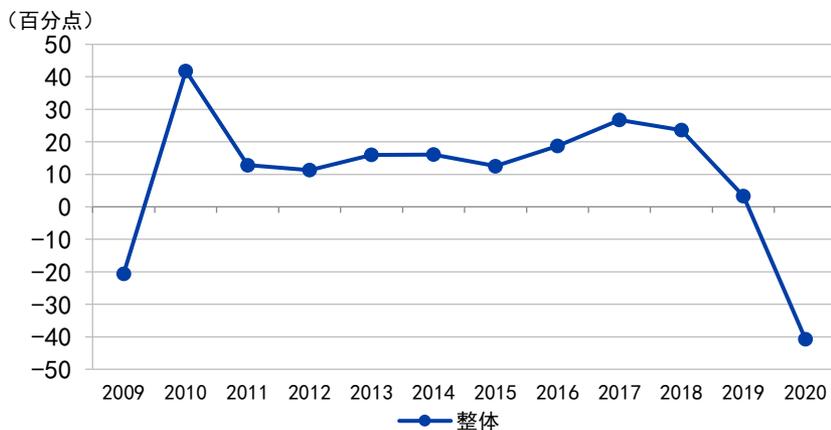


(注) DI值为Diffusion Index的简称。该值是回答“改善”的企业占比减去回答“恶化”的企业占比后得到的值,是通过数据显示景气度变化情况的指标。

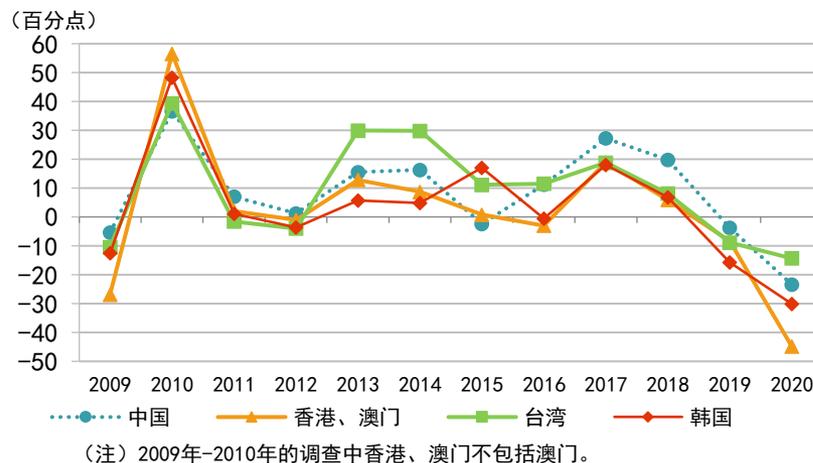
1 | 营业利润预期 (7)

DI值的变化 - 2009年-2020年 (按国家和地区)

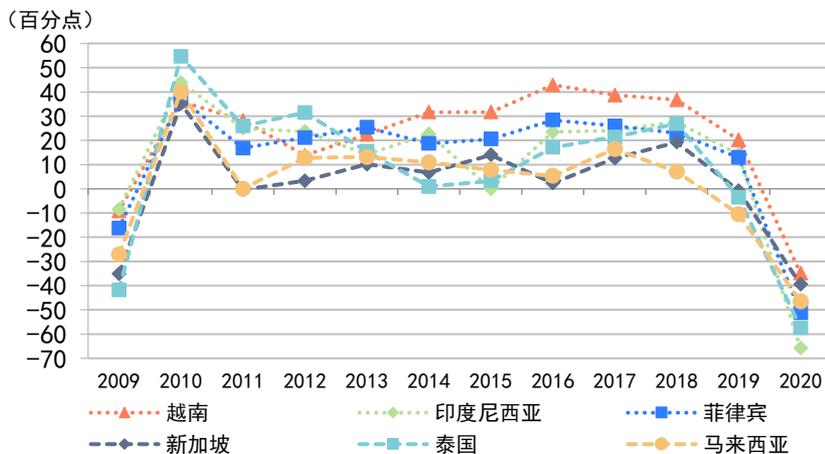
整体



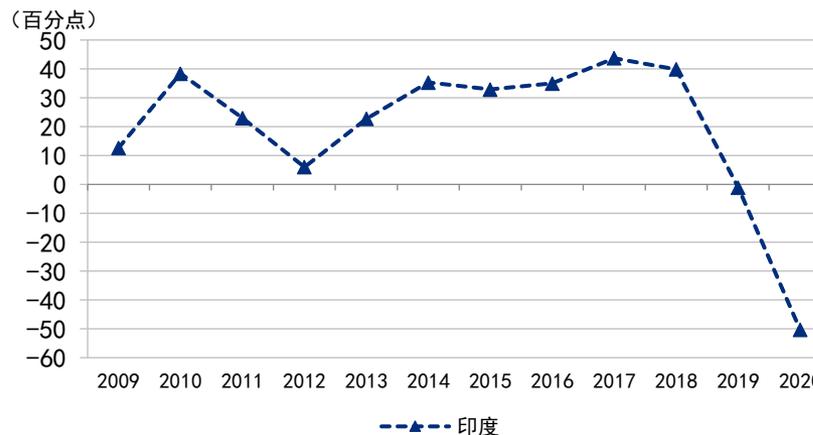
东北亚



东盟六国



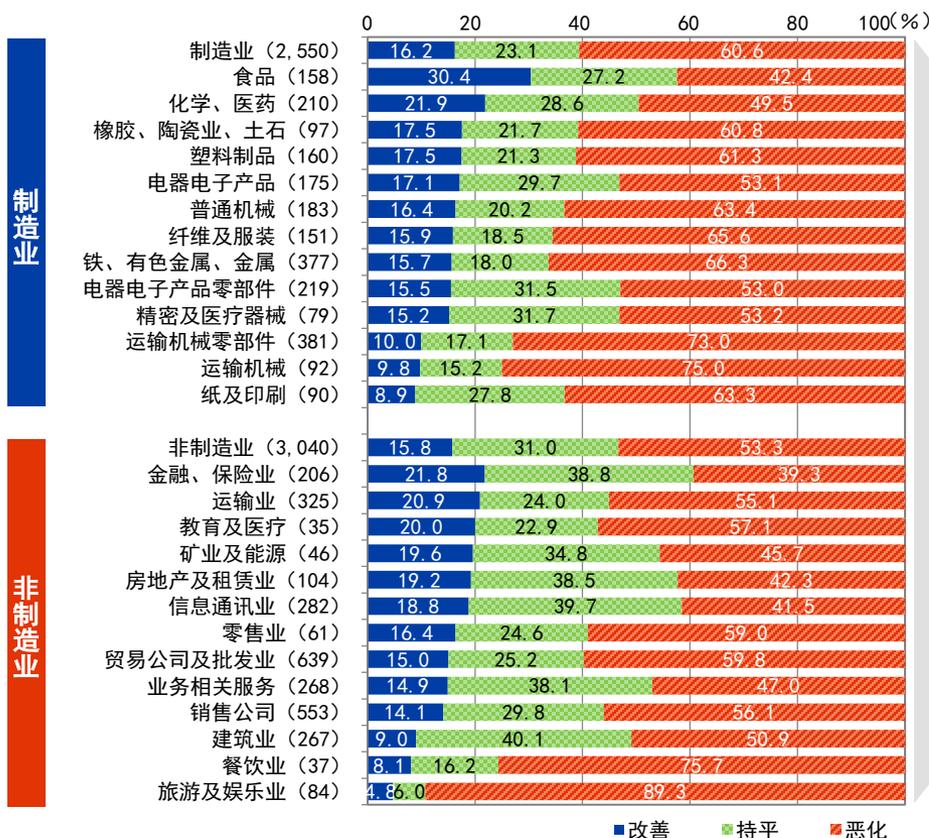
印度



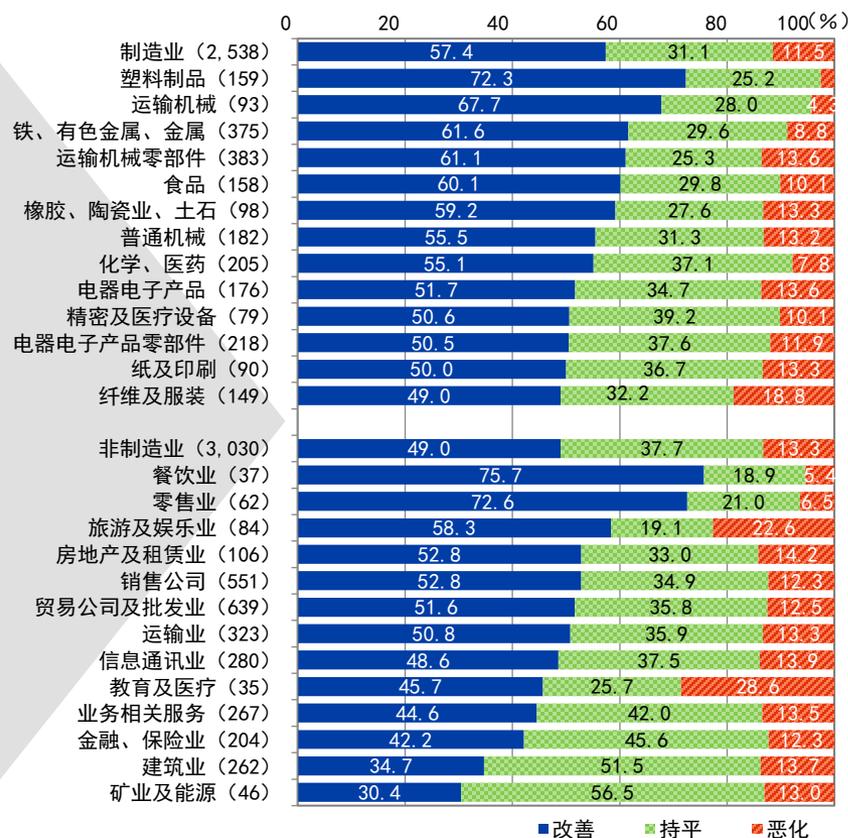
1 | 营业利润预期 (8)

- 关于2020年的营业利润预测，回答“改善”的企业占比与2019年的调查结果相比，制造业（31.1%→16.2%）、非制造业（34.8%→15.8%）均有所降低，分别降低了14.9个百分点和19.0个百分点。
- 将2021年预期中回答“改善”的企业占比与2019年调查中回答2020年预期“改善”的企业占比进行对比，制造业（57.4%）、非制造业（49.0%）均超过了2020年的预期。从行业来看，在餐饮业（75.7%）、零售业（72.6%）、塑料制品（72.3%）中回答“改善”的企业占比超过7成。

2020年营业利润预期（较2019年，按行业）

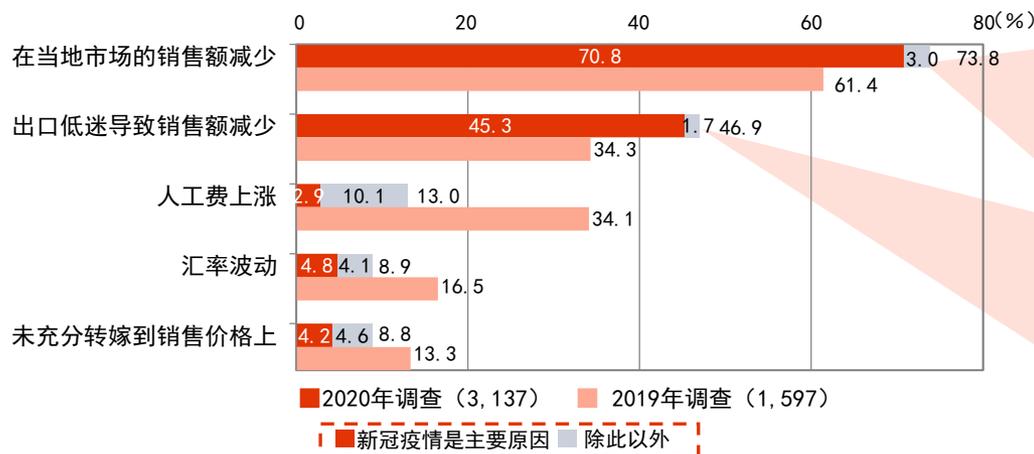


2021年营业利润预期（较2020年，按行业）

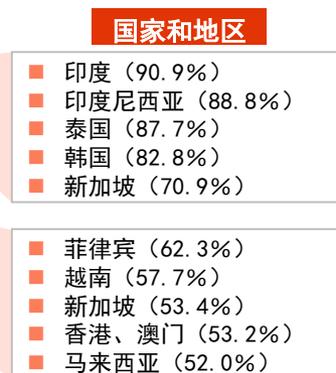


1 | 营业利润预期 (9)

2020年营业利润预测值恶化的理由
(对比2019年调查的“2019年营业利润预测值恶化的理由”)
(多选排前5位的项)

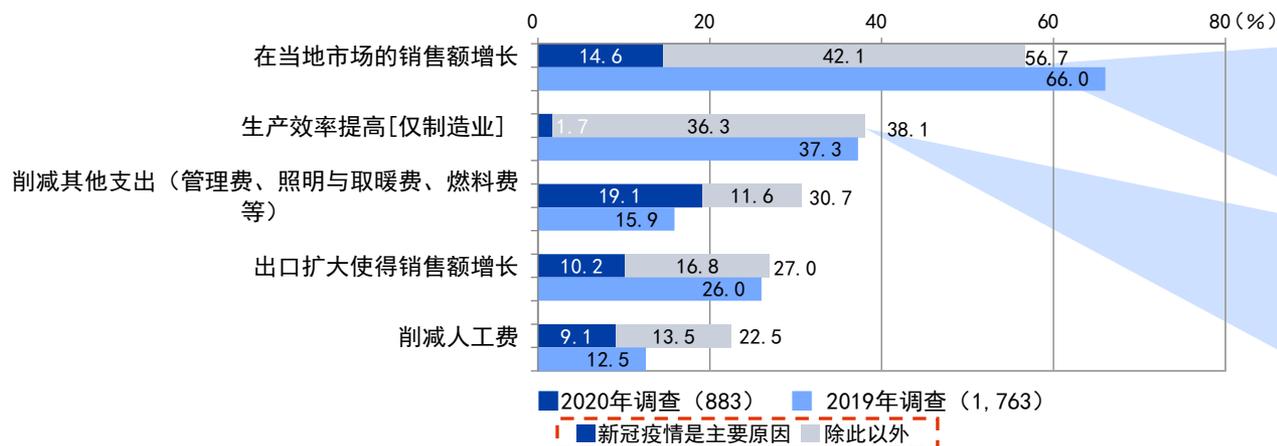


各国家和地区的回答比例
(前5位)

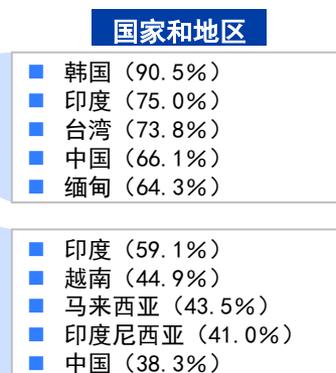


(注) 有效答卷企业数在30家以上的国家和地区、行业

2020年营业利润预测值改善的理由
(对比2019年调查的“2019年营业利润预测值改善的理由”)
(多选排前5位的项)



各国家和地区的回答比例
(前5位)

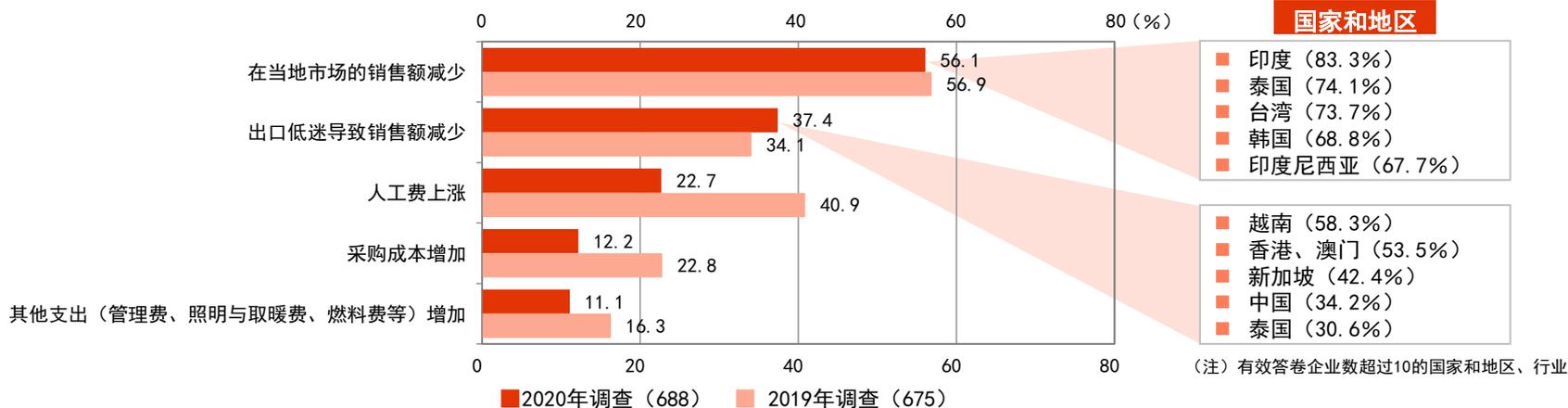


(注) 有效答卷企业数在10家以上的国家和地区、行业

1 | 营业利润预期 (10)

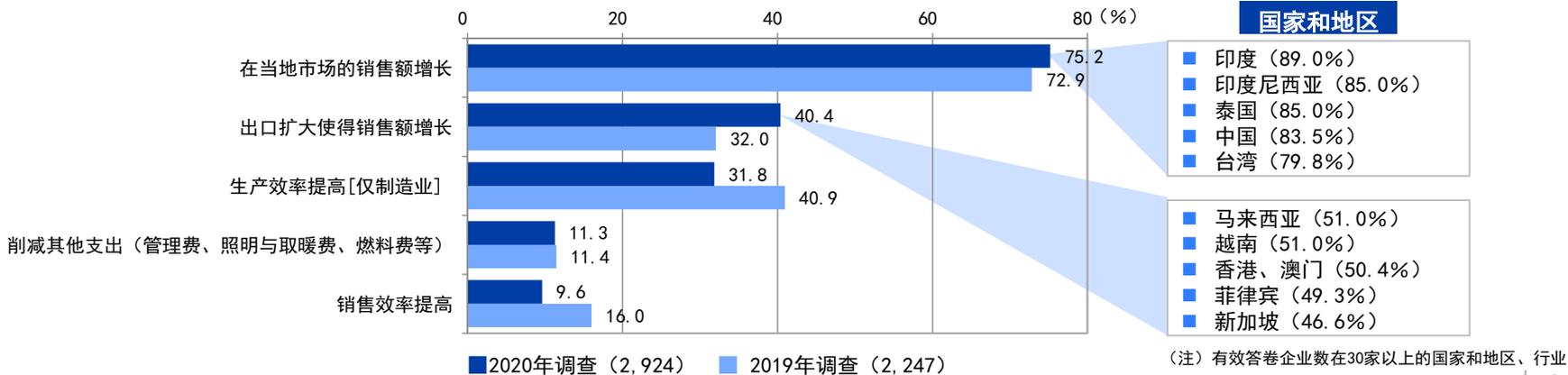
2021年营业利润预期值恶化的理由
(对比2019年调查的“2020年营业利润预期值恶化的理由”)
(多选排前5位的项)

各国家和地区的回答比例
(前5位)



2021年营业利润预期值改善的理由
(对比2019年调查的“2020年营业利润预期值改善的理由”)
(多选排前5位的项)

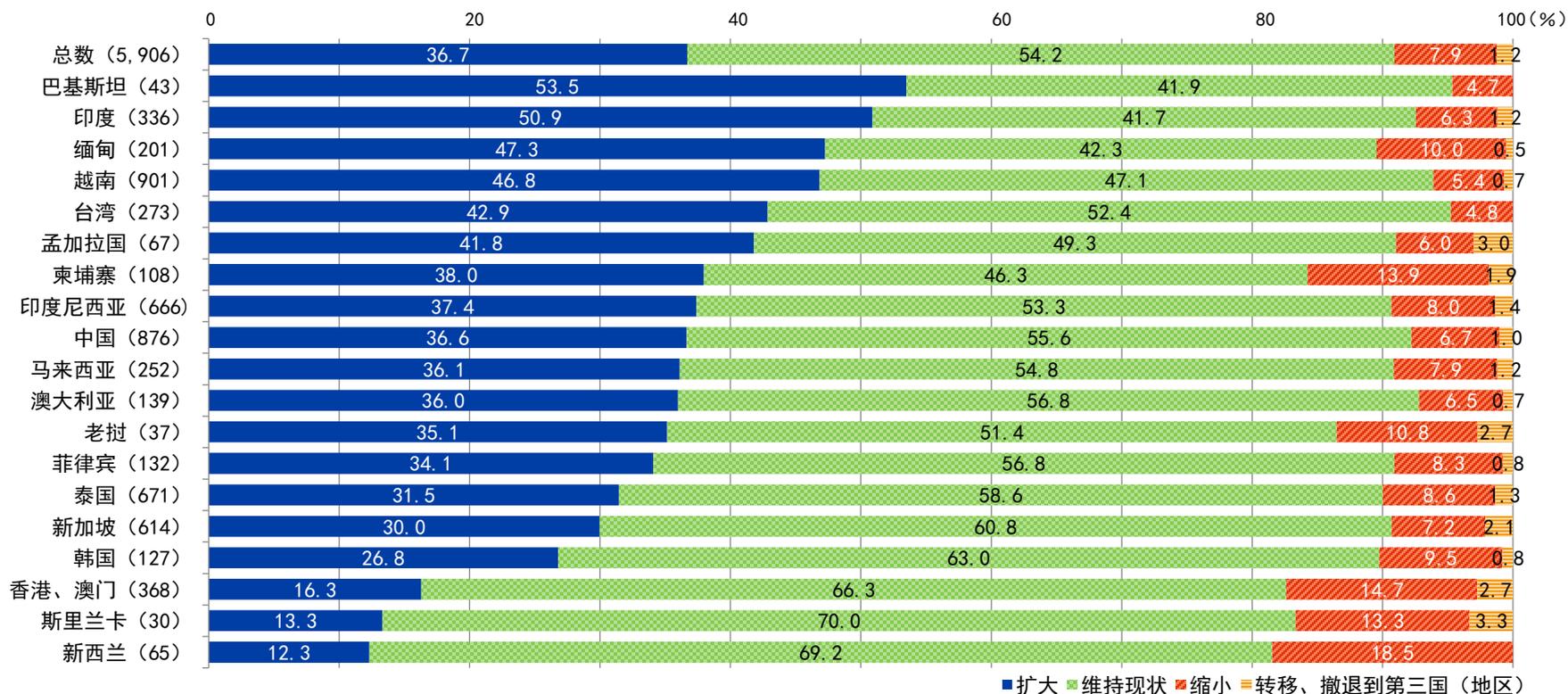
各国家和地区的回答比例
(前5位)



2 | 今后的业务开展（1）

- 关于今后1-2年业务开展的方向，回答“扩大”的企业占比为36.7%，较2019年的调查结果（48.9%）降低了12.2个百分点。此外，回答“缩小”或“转移、撤退到第三国（地区）”的企业占比为9.1%，较2019年的调查结果（4.7%）增长了4.4个百分点。
- 从国家和地区来看，在缅甸、柬埔寨、老挝、香港、澳门、斯里兰卡、新西兰，有超过10%的企业回答“缩小”。
- 在中国，回答“扩大”的企业占比为36.6%，较2019年的调查结果（43.2%）降低了6.6个百分点。

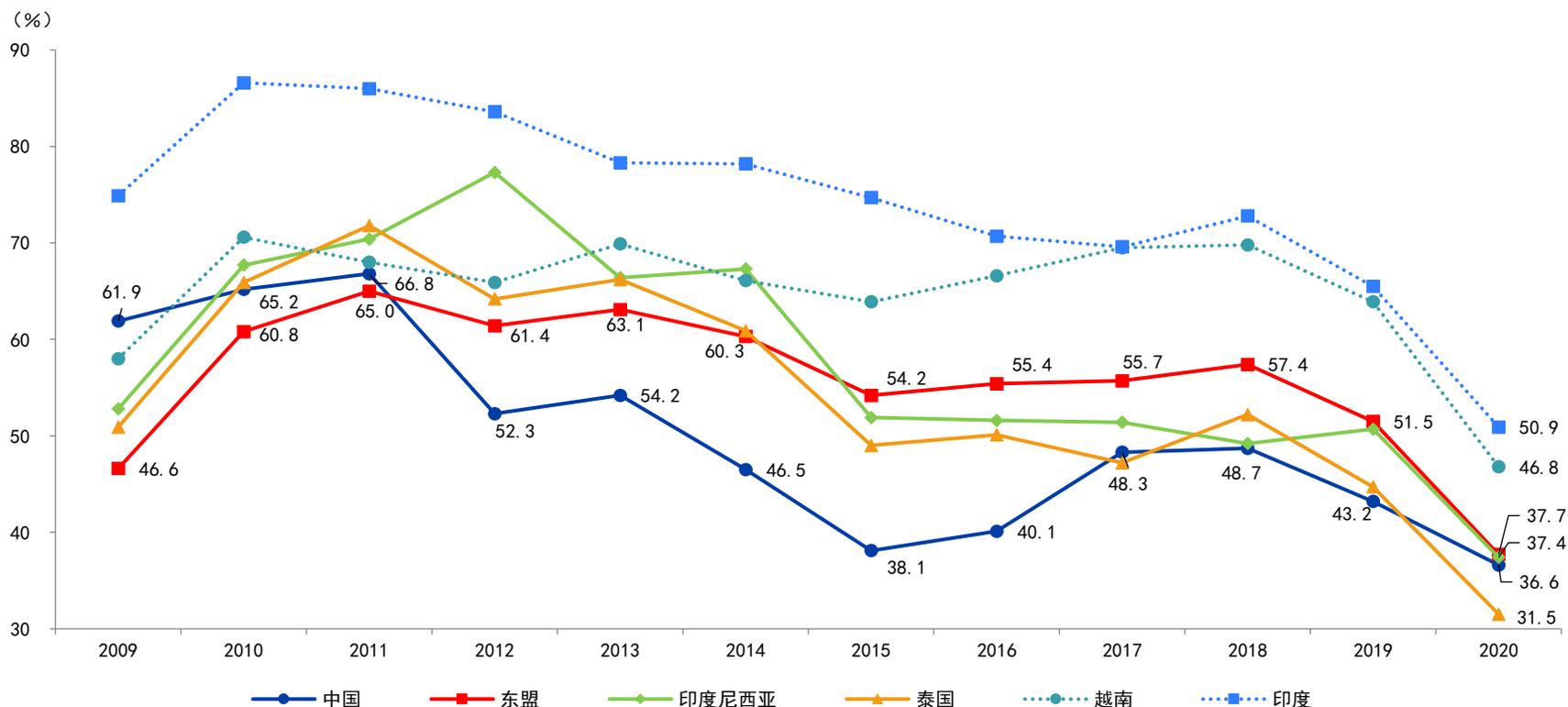
今后1-2年业务开展的方向（按国家和地区）



2 | 今后的业务开展 (2)

- 关于今后1-2年业务开展的方向，在中国、东盟、印度尼西亚、泰国、越南、印度，回答“扩大”的企业占比均有所降低，除去中国的5个国家和地区较2019年度的调查结果降低了10个百分点以上。与受到雷曼危机影响的2009年的调查结果相比，所有国家和地区均有所降低，刷新历史最低记录。
- 从2009年开始调查以来中国和东盟回答“扩大”的企业占比走势来看，2011年以前中国的水平高于东盟，但2012年出现反转，中国为52.3%，东盟为61.4%。2012年-2013年东盟高出中国9个百分点左右，而2014年-2016年该差距扩大到10个百分点以上。2017年以后东盟与中国之间的差距再次缩小，2020年中国与东盟的差距缩小到1.1个百分点。

今后1-2年“扩大”业务的企业占比走势 (2009年-2020年)



(注1) 东盟的数据是除文莱以外的9个国家的加权平均值。

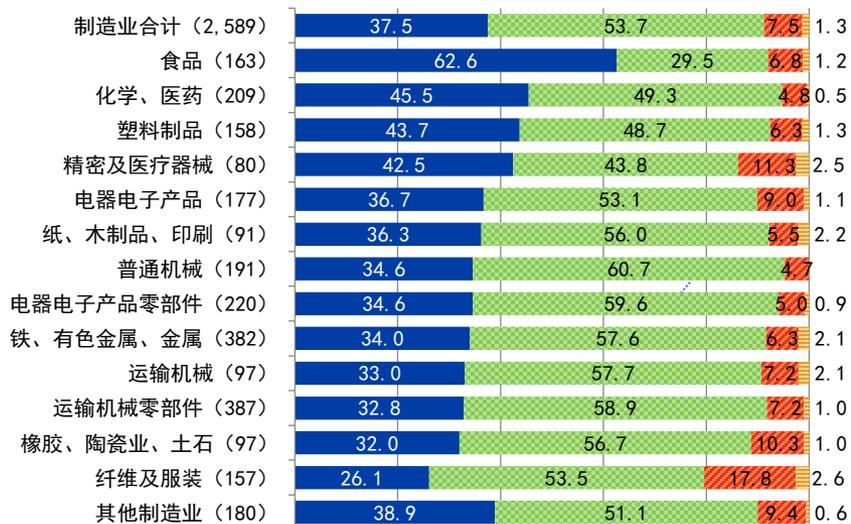
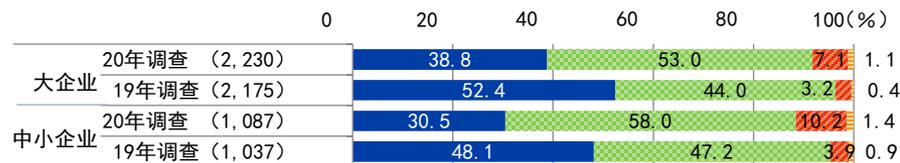
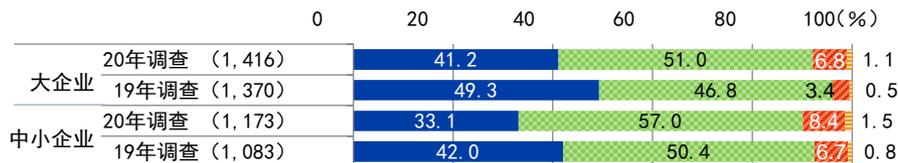
(注2) 柬埔寨、老挝分别自2010年、2011年之后包含在东盟的平均值中。

Copyright © 2020 JETRO. All rights reserved.

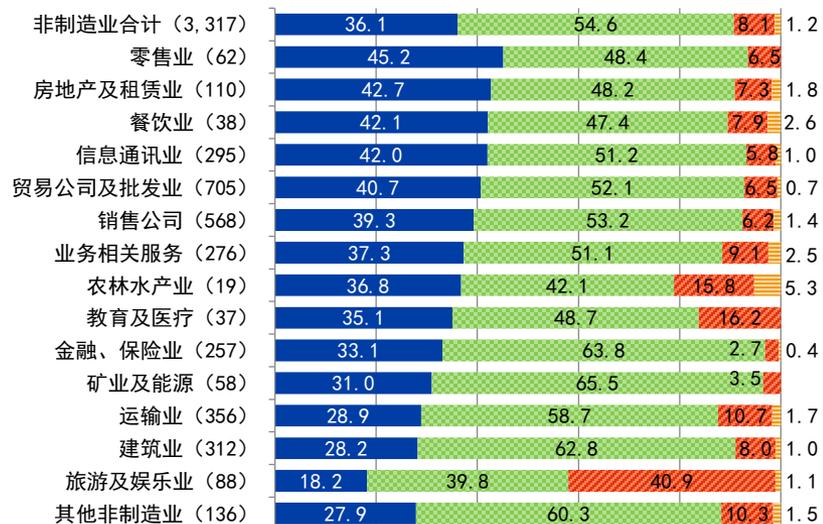
2 | 今后的业务开展 (3)

- 在所有行业中，回答“扩大”的企业占比较2019年的调查结果均有所降低。
- 在制造业中的精密及医疗器械、电器电子产品、橡胶、陶瓷业、土石、纤维及服装、其他制造业、以及非制造业中的餐饮业、业务相关服务、农林水产业、教育及医疗、运输业、旅游及娱乐业、其他非制造业，回答“缩小”“转移、撤退到第三国”的企业占比超过了10%。特别是旅游及娱乐业中回答“缩小”的企业占比最多，为40.9%。
- 从企业规模来看，无论是制造业还是非制造业，大企业扩大业务的倾向均超过中小企业。

今后1-2年业务开展的方向 (按行业、企业规模)



■ 扩大 ■ 维持现状 ■ 缩小 ■ 转移、撤退到第三国 (地区)



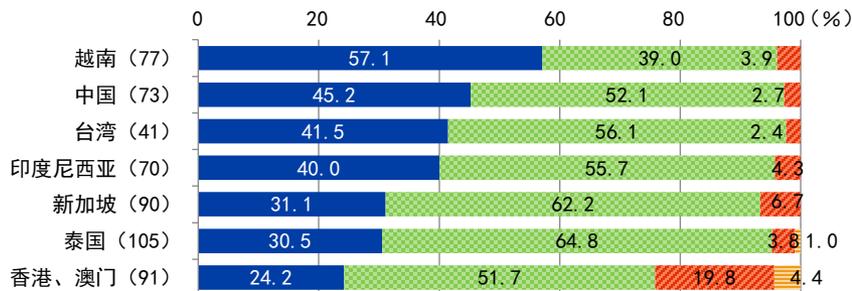
■ 扩大 ■ 维持现状 ■ 缩小 ■ 转移、撤退到第三国 (地区)

2 | 今后的业务开展 (4)

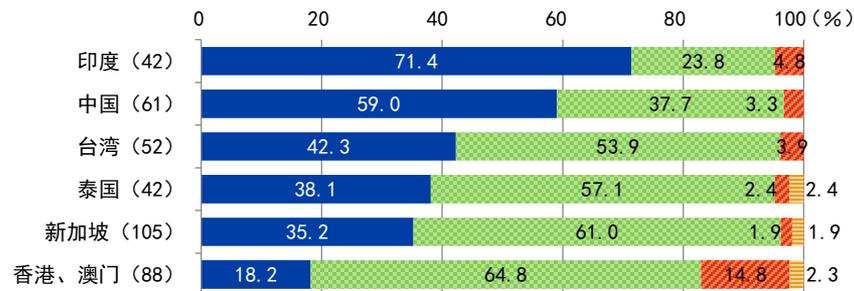
- 关于贸易公司及批发业回答“扩大”的企业占比，越南（57.1%）最高，其他国家和地区低于50%。
- 关于销售公司回答“扩大”的企业占比，印度（71.4%）较高。另一方面，泰国、新加坡为3成多，香港、澳门为1成多，扩大业务的意愿较低，多数企业将维持现状。
- 关于回答“缩小”“转移、撤退到第三国”的企业占比，香港、澳门高于其他国家和地区，贸易公司及批发业为24.2%，销售公司为17.1%。

今后1-2年业务开展的方向（按国家和地区的主要行业）

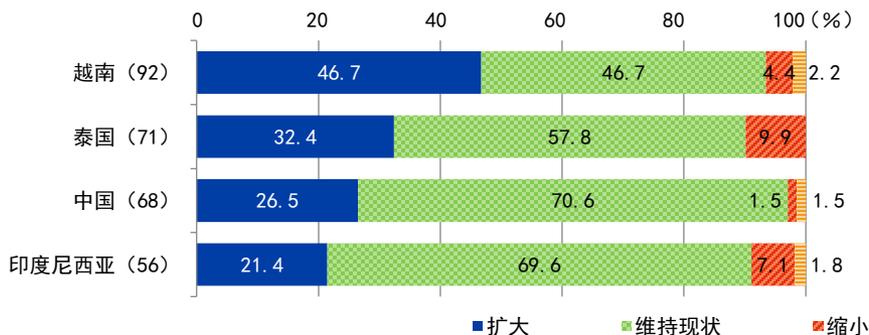
贸易公司及批发业



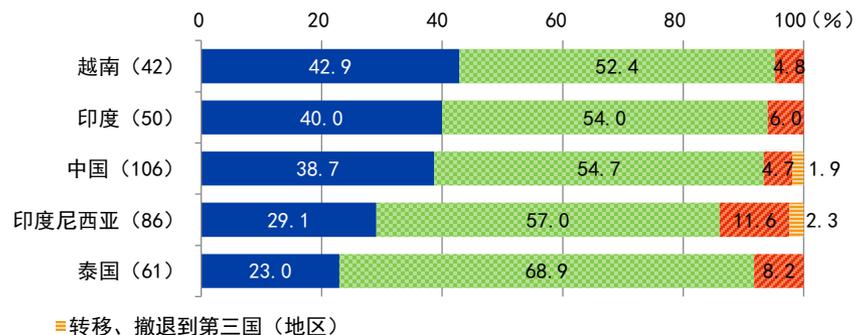
销售公司



铁、有色金属、金属

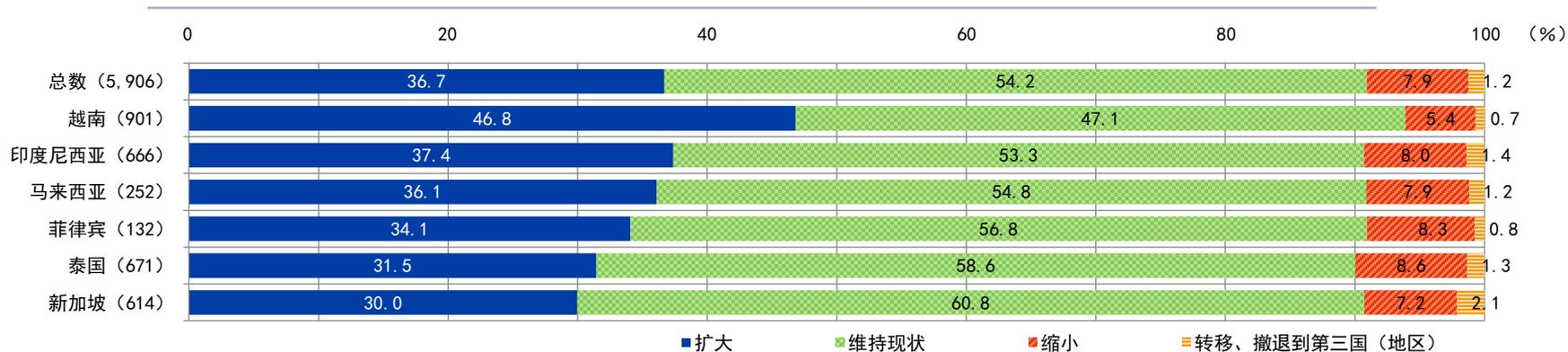


运输机械零部件

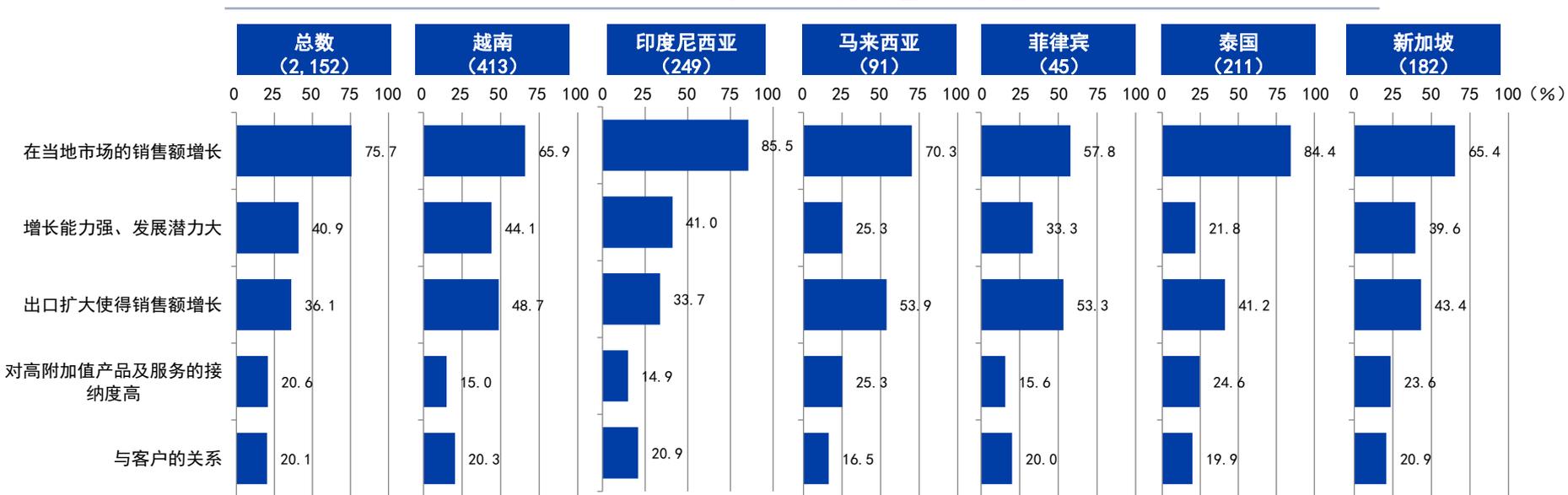


2 | 今后的业务开展 (5)

今后1-2年业务开展的方向

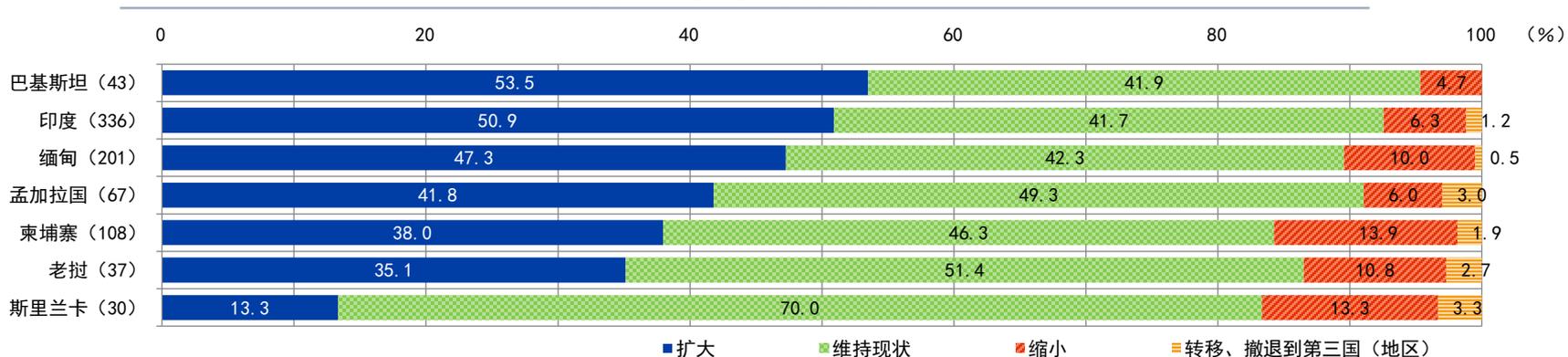


今后1-2年“扩大”业务的理由 多选

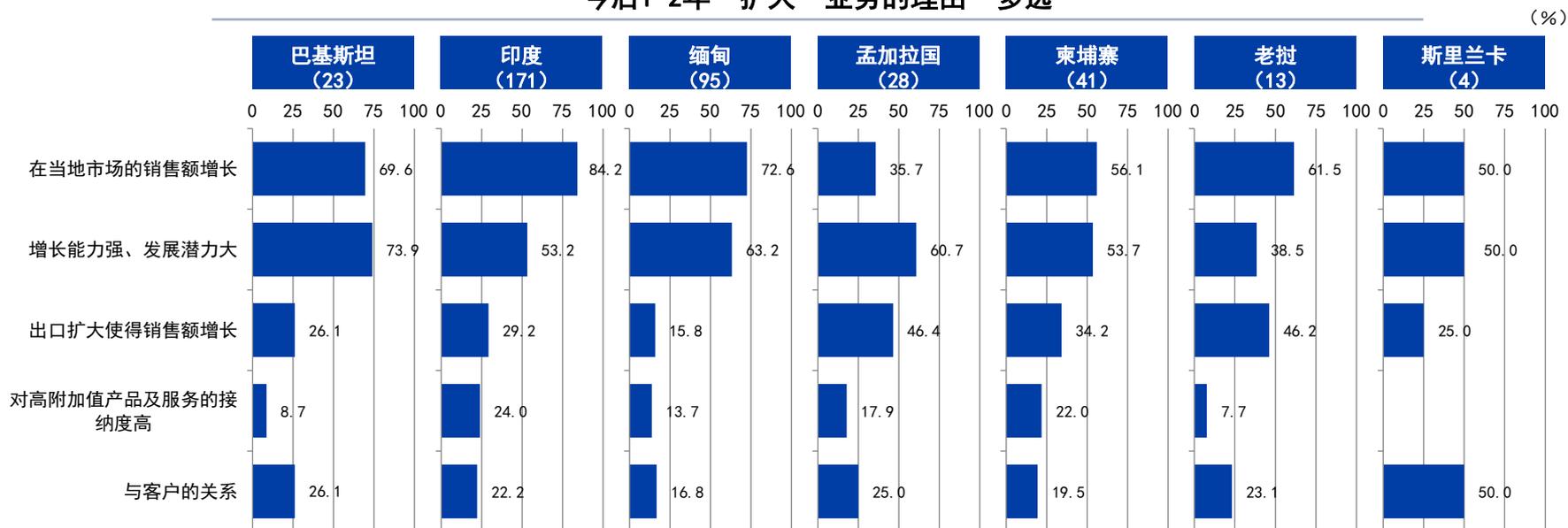


2 | 今后的业务开展 (6)

今后1-2年业务开展的方向

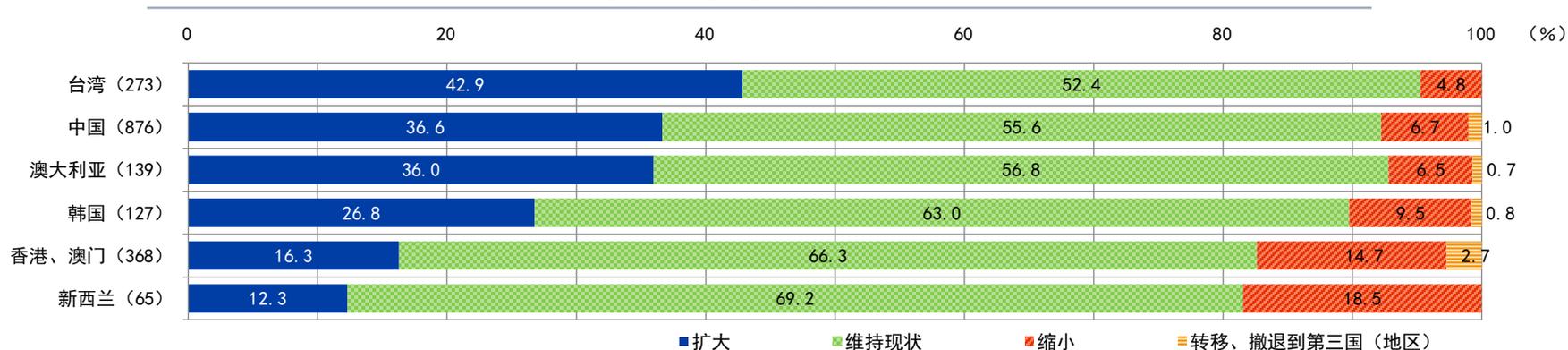


今后1-2年“扩大”业务的理由 多选

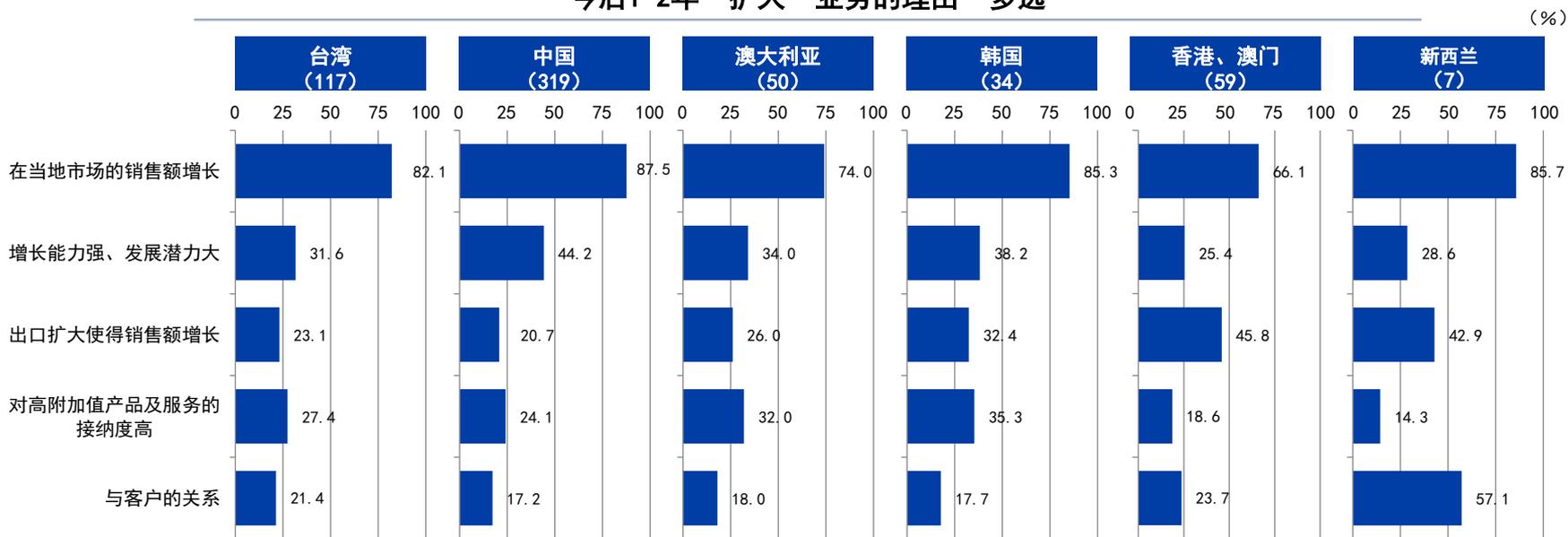


2 | 今后的业务开展 (7)

今后1-2年业务开展的方向



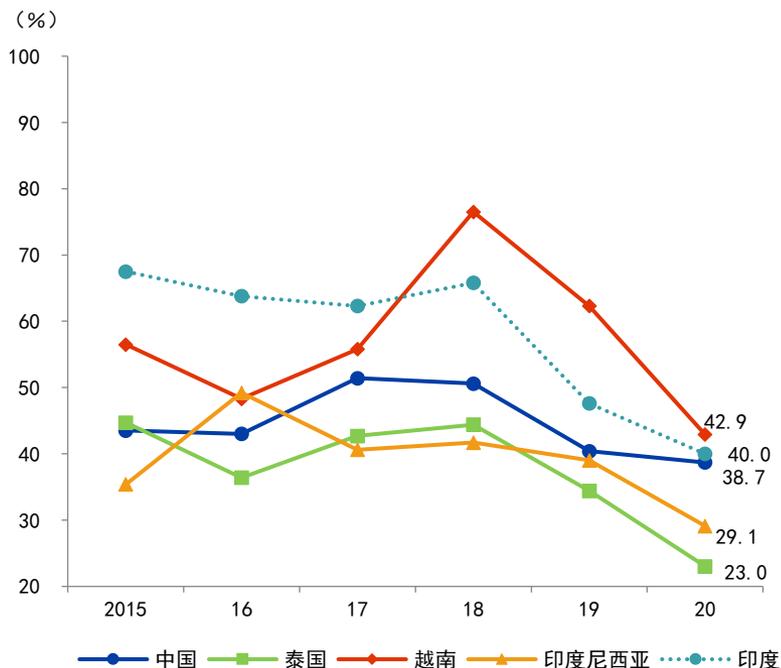
今后1-2年“扩大”业务的理由 多选



2 | 今后的业务开展 (8)

- 关于今后1-2年业务开展的方向，从2015年以来各国家和地区回答“扩大”的运输机械零部件的企业占比走势来看，2015年-2016年基本呈下降趋势，2017年-2018年除部分国家和地区外呈增长趋势，而在2019年-2020年越南、印度、中国、印度尼西亚、泰国均有所降低。
- 关于2020年调查结果中“扩大”业务的理由中同比大幅降低的项，越南为“在当地市场的销售额增长”，中国为“出口扩大使得销售额增长”，泰国为“增长能力强、发展潜力大”和“与客户的关系”。另一方面，关于“扩大”业务的理由中回答比例最高的项，印度、中国、印度尼西亚、泰国为“在当地市场的销售额增长”，越南为“出口扩大使得销售额增长”。

今后1-2年扩大业务的企业占比走势
(运输机械零部件, 2015年-2020年)

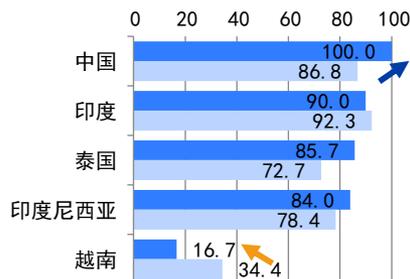


(注) 行业名在2019年以前为运输机械设备, 2020年改为运输机械零部件。

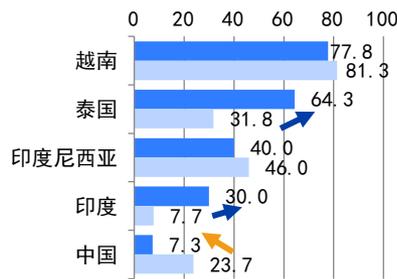
今后1-2年“扩大”业务的理由 多选

降低10个百分点以上 增长10个百分点以上 (%)

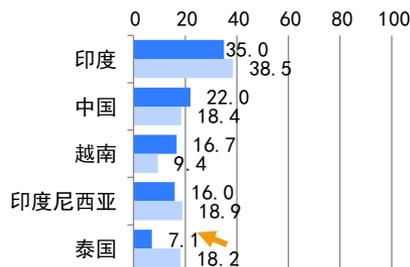
在当地市场的销售额增长



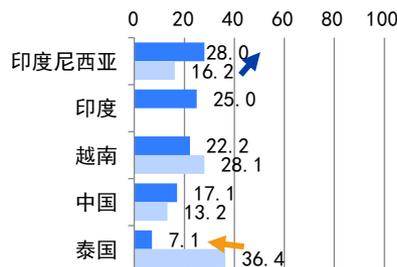
出口扩大使得销售额增长



增长能力强、发展潜力大



与客户的关系

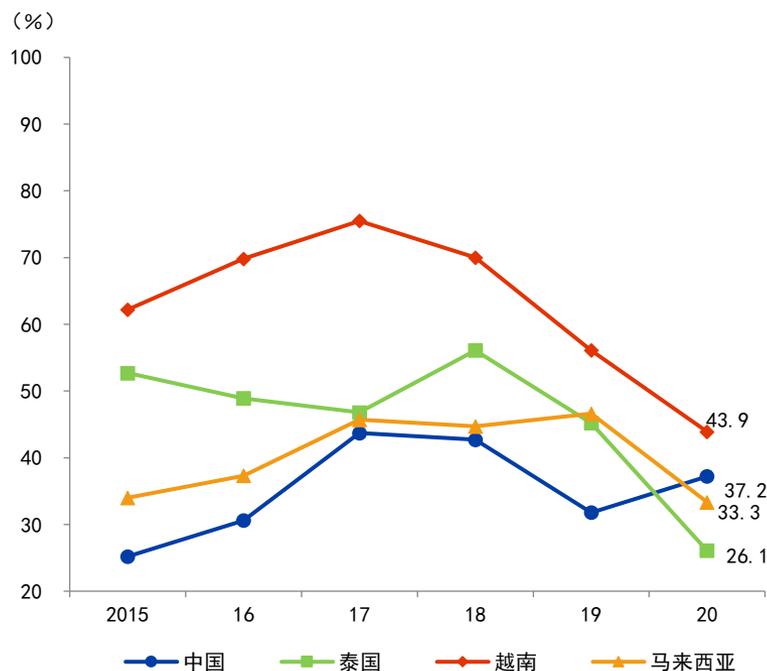


(注) 回答企业数 (2020年、2019年): 印度 (20、39)、中国 (41、38)、印度尼西亚 (25、37)、泰国 (14、22)、越南 (18、32)

2 | 今后的业务开展 (9)

- 关于今后1-2年业务开展的方向，从2015年以来回答“扩大”的主要4个国家电器电子产品零部件的企业占比走势来看，虽然2015年呈下降或持平趋势，但是除泰国以外，在2016年-2017年增长后，2018年又再次转为下降。2019年越南、中国、泰国降低了10个百分点以上。2020年中国较上年增长了5.4个百分点，而泰国、越南、马来西亚却降低了10个百分点以上。
- 关于2020年调查的“扩大”业务的理由中回答比例最高的项，中国为“在当地市场的销售额增长”，泰国、越南、马来西亚为“出口扩大使得销售额增长”。

今后1-2年扩大业务的企业占比走势
(电器电子产品零部件、2015年-2020年)

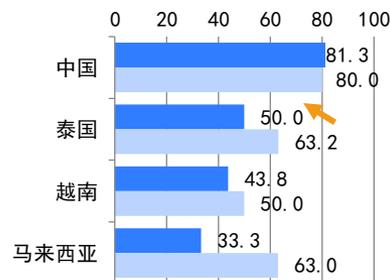


(注) 行业名在2019年以前为电气机械设备，2020年改为电器电子产品零部件。

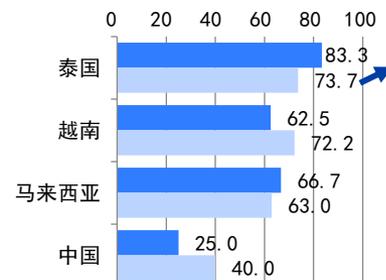
今后1-2年“扩大”业务的理由 多选

降低5个百分点以上 增长5个百分点以上 (%)

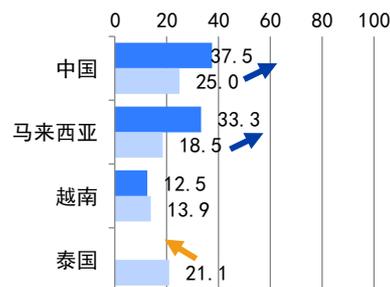
在当地市场的销售额增长



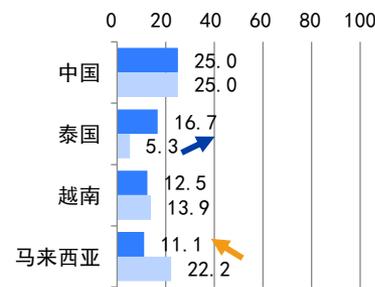
出口扩大使得销售额增长



增长能力强、发展潜力大



对高附加值产品及服务的
接纳度高



■ 20年调查

(注) 回答企业数 (2020年、2019年): 中国 (43、20)、泰国 (23、19)、马来西亚 (27、27)、越南 (41、36)

2 | 今后的业务开展 (10)

扩充的功能 (多选)

(%)

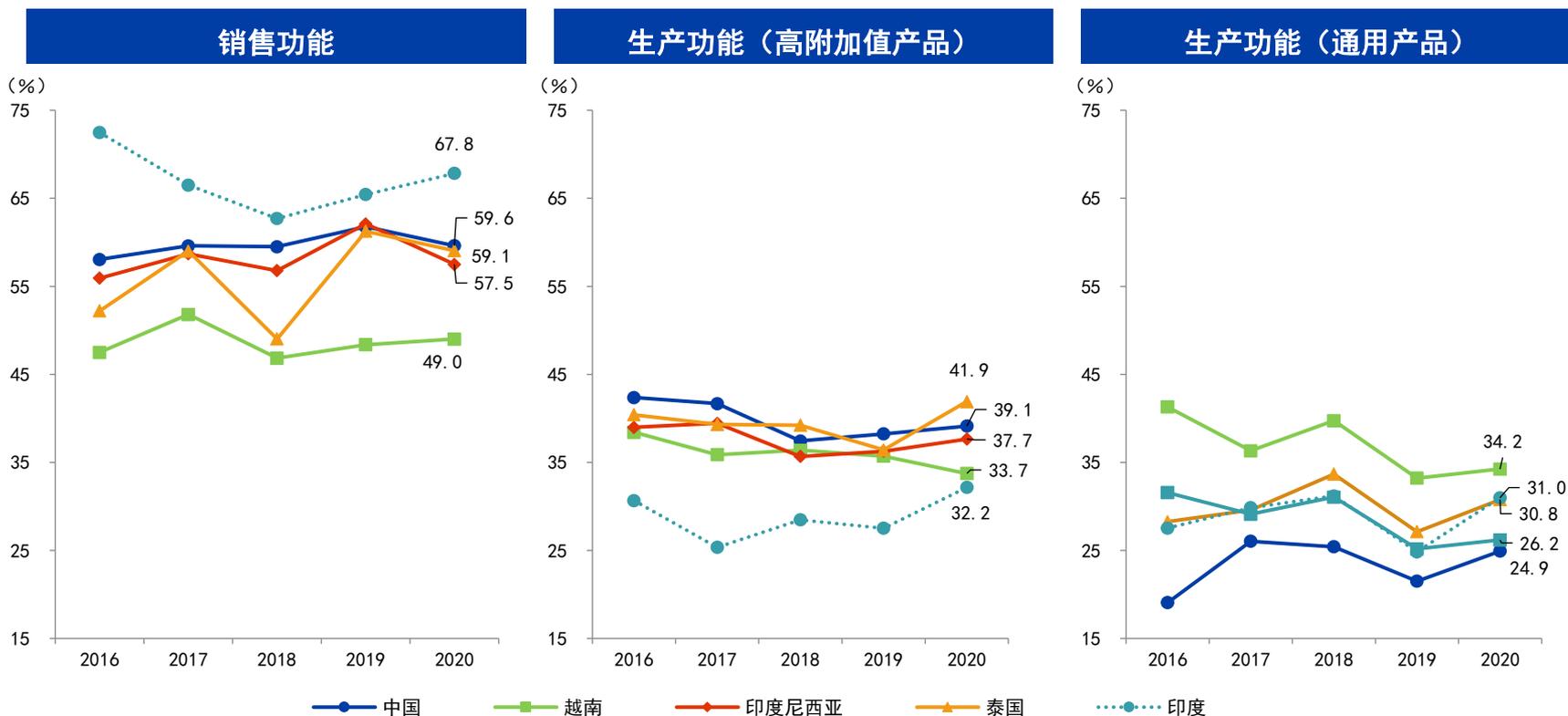


(注) 有效答卷企业数在30家以上的国家和地区。

2 | 今后的业务开展 (11)

- 回答扩大“销售功能”的企业占比方面，印度为67.8%，继续保持第一。印度、越南从2019年调查开始到2020年调查为止，分别增长了2.4个百分点、0.6个百分点。
- 关于回答扩大“生产功能（高附加值产品）”的企业占比，中国、泰国、印度尼西亚、越南、印度均继续超过3成。
- 关于回答扩大“生产（通用产品）”功能的企业占比，2019年呈下降趋势，但2020年5个国家均有所增长。

各国扩充功能的变化趋势（2016年-2020年）

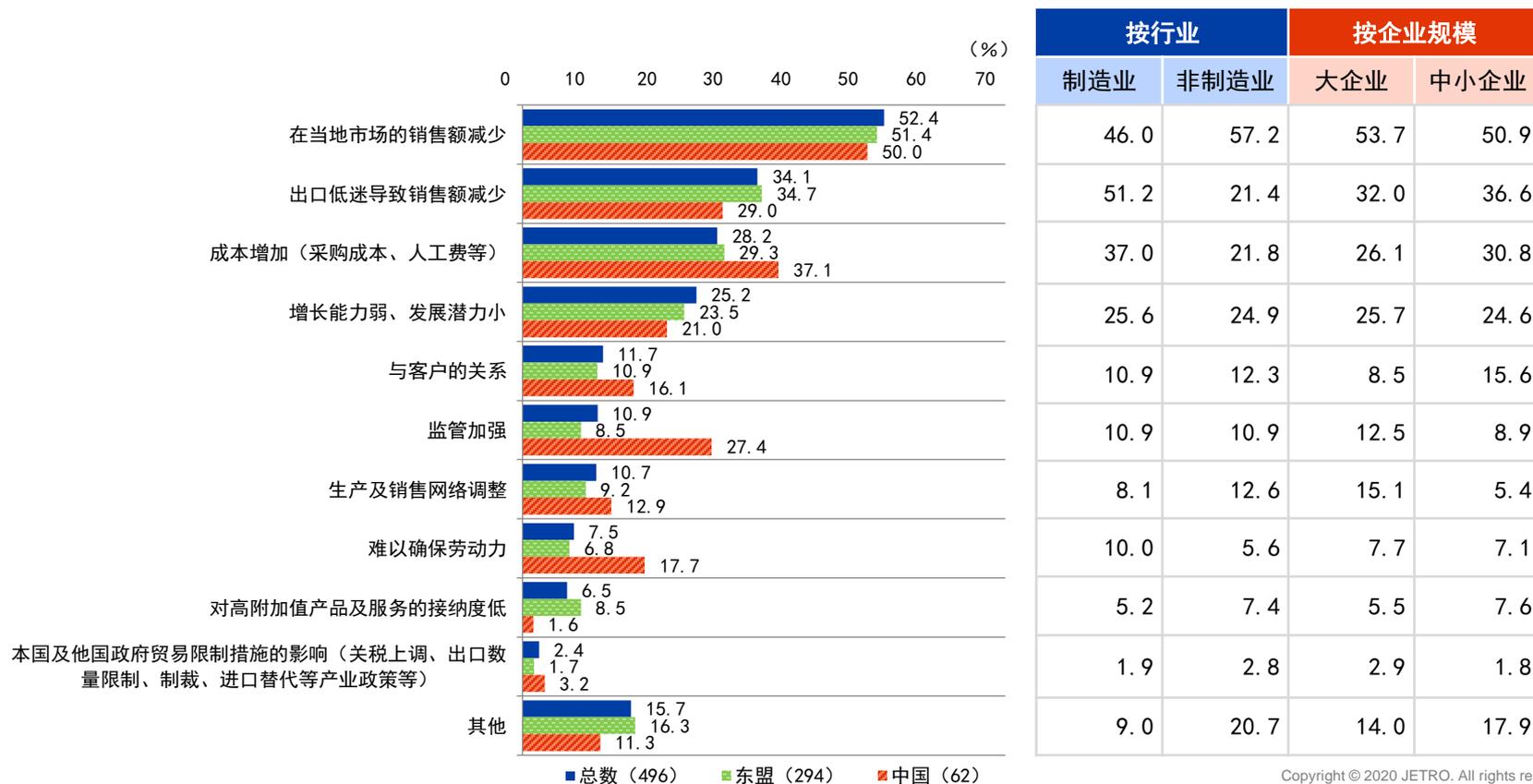


2 | 今后的业务开展 (12)

- 关于“缩小”或“转移、撤退”业务的理由，回答（多选）“在当地市场的销售额减少”（52.4%）的企业占比最高，其次是“出口低迷导致销售额减少”（34.1%）、“成本增加”（28.2%）。
- 将东盟和中国进行对比发现，中国回答“监管加强”“难以确保劳动力”的企业占比较东盟分别高出18.9个百分点和10.9个百分点。从行业来看，非制造业回答“在当地市场的销售额减少”的企业占比较制造业高出11.2个百分点。另外，制造业回答“出口低迷导致销售额减少”“成本增加”的企业占比较非制造业分别高出29.8个百分点和15.2个百分点。
- 将大企业和中小企业进行对比发现，大企业回答“生产及销售网络调整”的企业占比高出中小企业9.7个百分点。

业务缩小或转移、撤退的理由（多选）

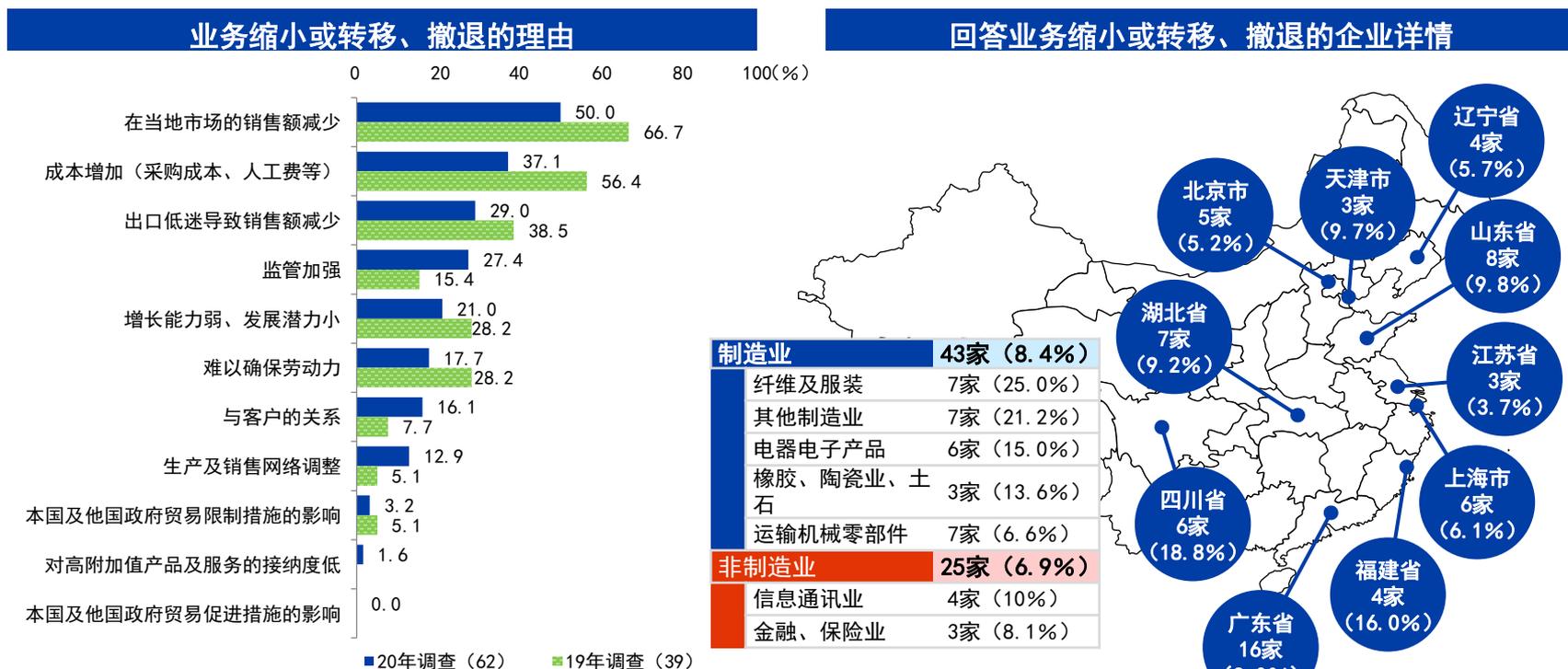
(%)



2 | 今后的业务开展 (13)

- 关于在华日资企业今后1-2年业务开展的方向，回答“缩小”或“转移、撤退到第三国（地区）”的企业占比为7.7%，较2019年调查结果（6.3%）增长了1.4个百分点。另一方面，回答“扩大”的较上年降低了6.6个百分点，为36.6%。
- 关于“缩小”或“转移、撤退”业务的理由，回答（多选）“在当地市场的销售额减少”（50.0%）的最多，其次为“成本增加”（56.4%）、“出口低迷导致销售额减少”（38.5%）。

在华日资企业今后1-2年业务开展的方向



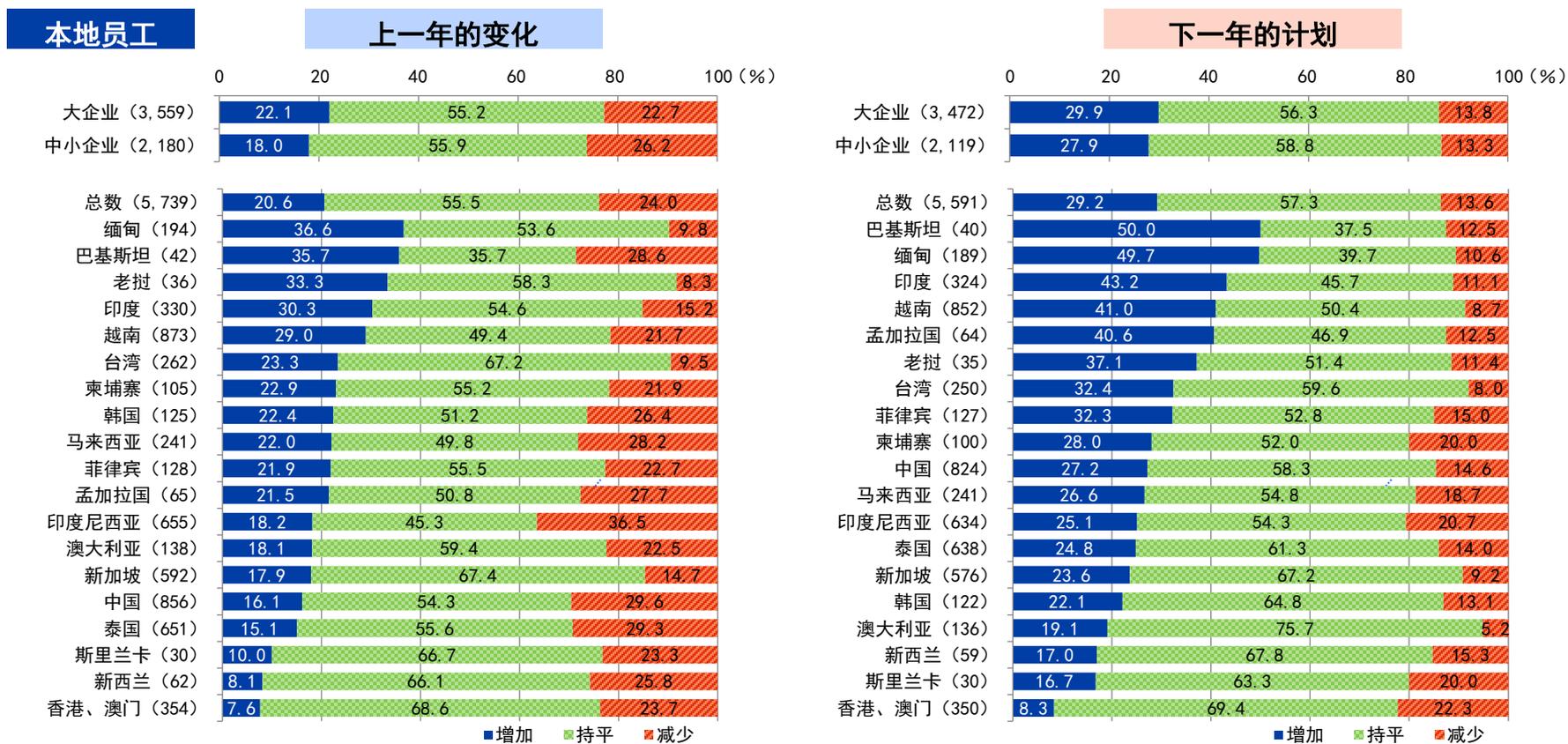
(注2) 回答“业务缩小”或“转移、撤退到第三国（地区）”的企业数量在3家以上的行业、省市。

(注3) 括弧内为各行业、省市的回答企业中回答“业务缩小”或“转移、撤退到第三国（地区）”的企业所占比例。

2 | 今后的业务开展 (14)

- 从国家和地区来看本地员工的增减，在上一年度的变化方面，回答“减少”（24.0%）的企业占比超出回答“增加”（20.6%）的企业占比3.4个百分点。
- 在下一年度的计划方面，回答“增加”的企业占比为29.2%，较2019年的调查结果（37.6%）降低了8.4个百分点。
- 除缅甸、老挝、印度、台湾、新加坡外，上一年所有国家和地区回答“减少”的企业占比均超过2成。在下一年度的计划方面，柬埔寨（20.0%）、印度尼西亚（20.7%）、斯里兰卡（20.0%）、香港、澳门（22.3%）相对较高。

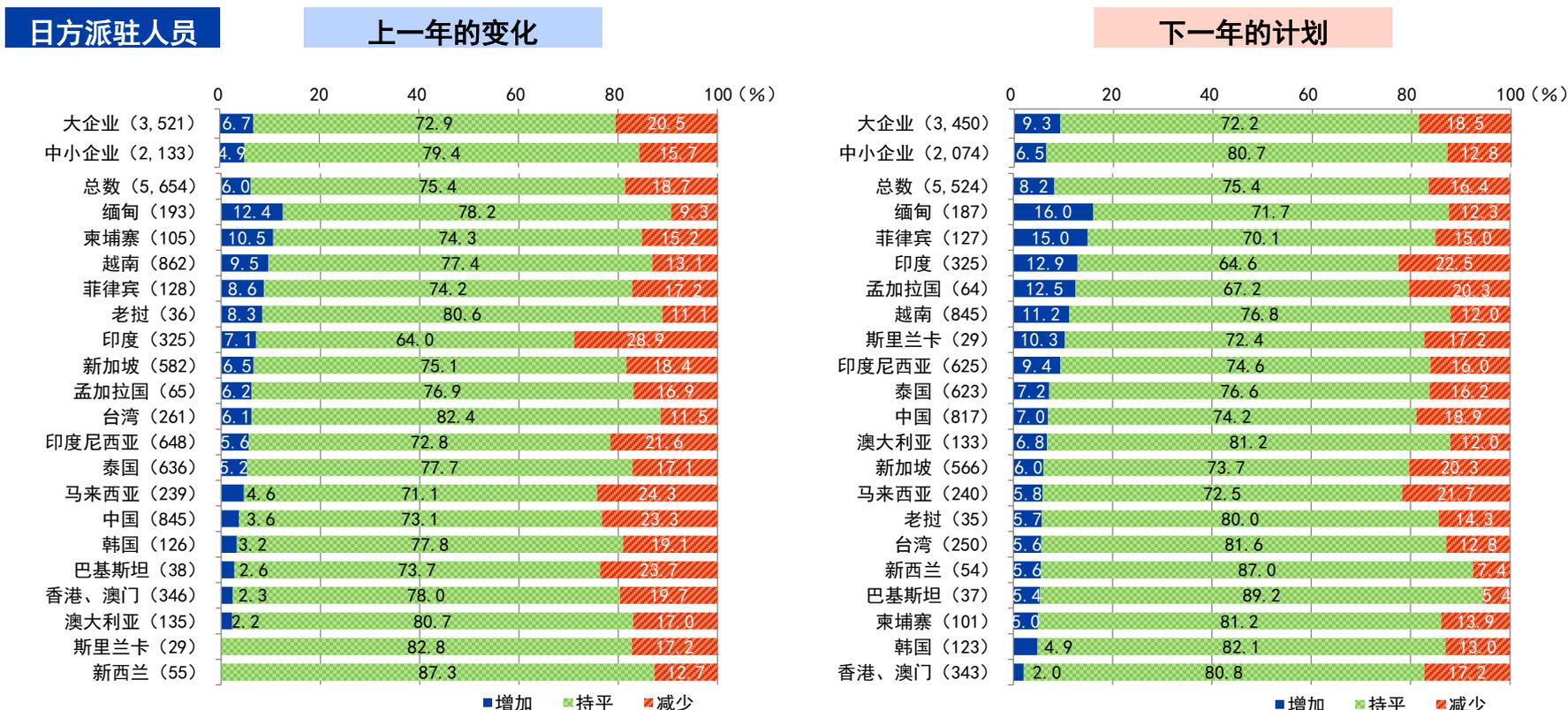
员工的增减（上一年的变化、今后的计划，按国家和地区）



2 | 今后的业务开展 (15)

- 从国家和地区来看日方派驻人员的增减，在上一年度的变化和下一年度的计划方面，所有国家和地区均回答“持平”的企业占比最高。
- 关于在上一年度的变化中回答“减少”的企业占比，印度（28.9%）最高，其次为马来西亚（24.3%）、巴基斯坦（23.7%）、中国（23.3%）、印度尼西亚（21.6%）。
- 关于在下一年度的计划中回答“增加”的企业占比，缅甸（16.0%）、菲律宾（15.0%）相对较高。另外，关于回答“减少”的企业占比，印度（22.5%）、马来西亚（21.7%）、孟加拉国（20.3%）、新加坡（20.3%）较高。

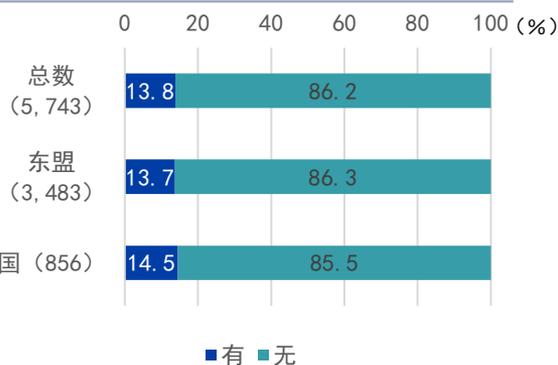
员工数量的增减（上一年的变化、今后的计划，按国家和地区）



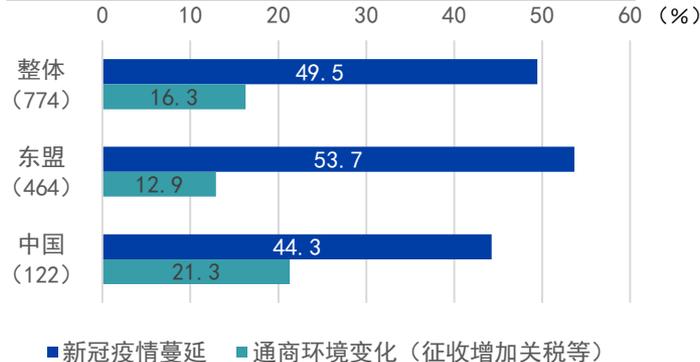
2 | 今后的业务开展 (16)

- 关于今后的业务开展，回答“有”销售客户调整计划的企业占比整体为13.8%。关于进行调整的理由（多选），“新冠疫情蔓延”为49.5%，“通商环境变化”为16.3%。
- 关于要变更的销售客户，日本（23.8%）排第1位，变更后的销售客户方面，越南（9.0%）排第1位。

销售客户调整计划



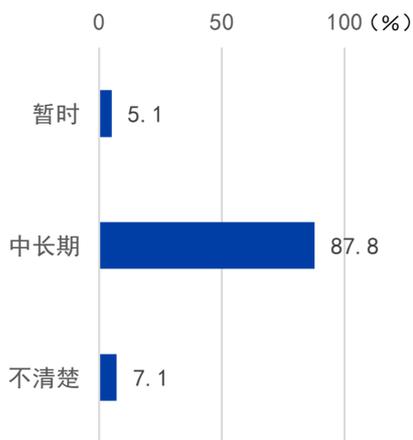
进行调整的理由



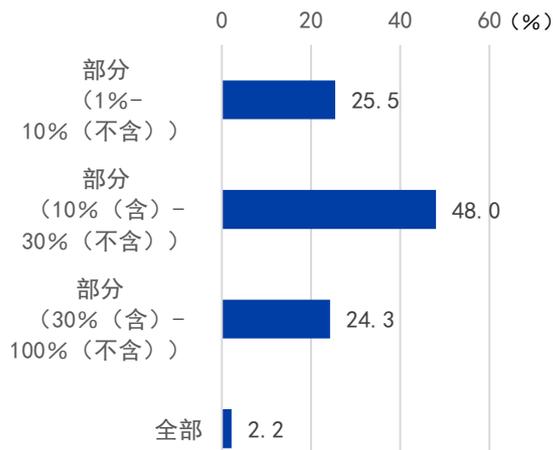
变更开始时期 (774)



销售客户调整时间 (771)



销售客户调整规模 (766)



要变更的销售客户 (458)

(前5位国家和地区)	
国家和地区名	占比 (%)
日本	23.8
中国	10.5
泰国	9.6
印度尼西亚	7.4
越南	5.5

变更后的销售客户 (458)

(前5位国家和地区)	
国家和地区名	占比 (%)
越南	9.0
日本	8.3
中国	6.1
泰国	5.9
亚洲其他国家和地区	4.6

2 | 今后的业务开展 (17)

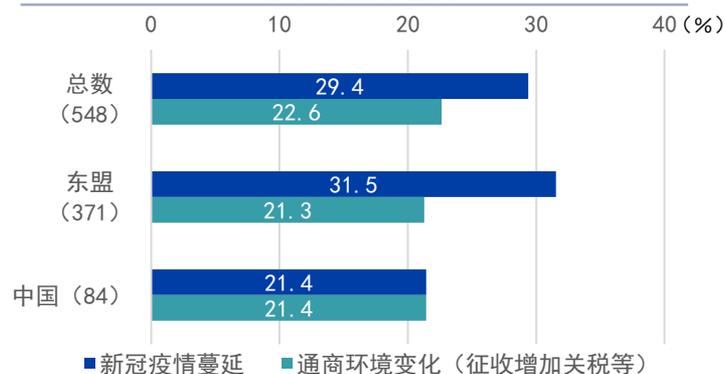
仅制造业

- 关于今后的业务开展，回答“有”供应商调整计划的制造业企业占比整体为22.3%。关于进行调整的理由（多选），“新冠疫情蔓延”为29.4%，“通商环境变化”为22.6%。
- 关于要变更的供应商，日本（34.5%）排第1位，变更后的供应商方面，越南（18.8%）排第1位。

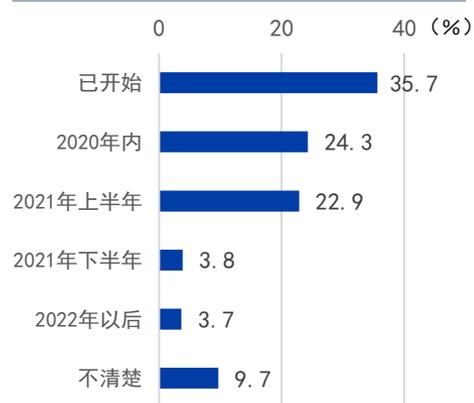
供应商调整计划



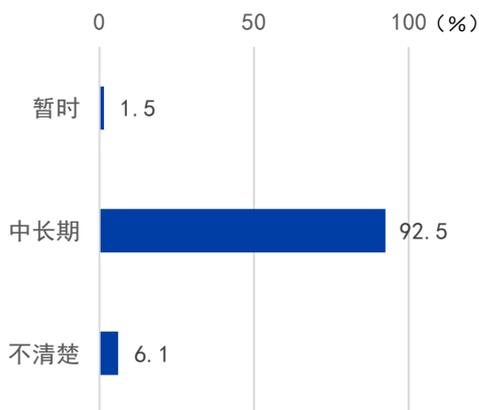
进行调整的理由



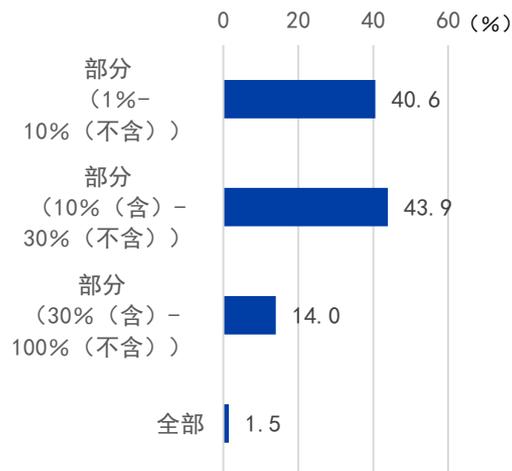
变更开始时期 (547)



供应商调整时间 (543)



供应商调整规模 (542)



要变更的供应商 (420)

(前5位国家和地区)	
国家和地区名	占比 (%)
日本	34.5
中国	24.0
泰国	11.2
越南	4.3
印度	4.0

变更后的供应商 (420)

(前5位国家和地区)	
国家和地区名	占比 (%)
越南	18.8
中国	12.9
泰国	9.3
印度尼西亚	8.3
印度	6.0

2 | 今后的业务开展 (18)

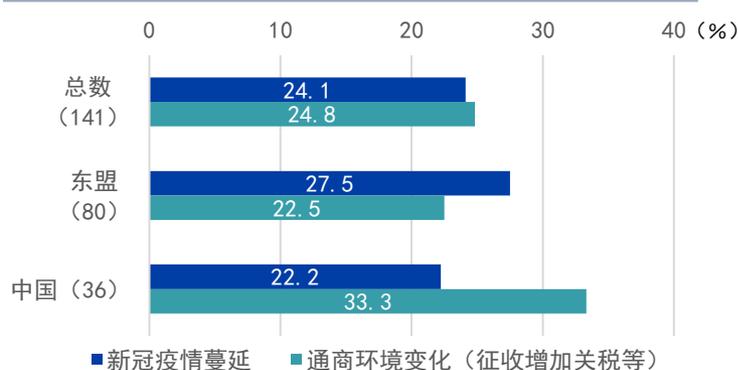
仅制造业

- 关于今后的业务开展，回答“有”产地调整计划的制造业企业占比整体为5.7%。关于进行调整的理由（多选），“新冠疫情蔓延”为24.1%，“通商环境变化”为24.8%。
- 关于要变更的产地，中国（25.7%）排第1位，变更后的产地方面，泰国（20.0%）排第1位，其次为越南（18.1%）。

产地调整计划



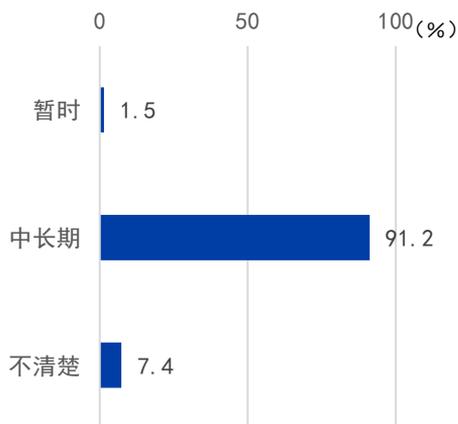
进行调整的理由



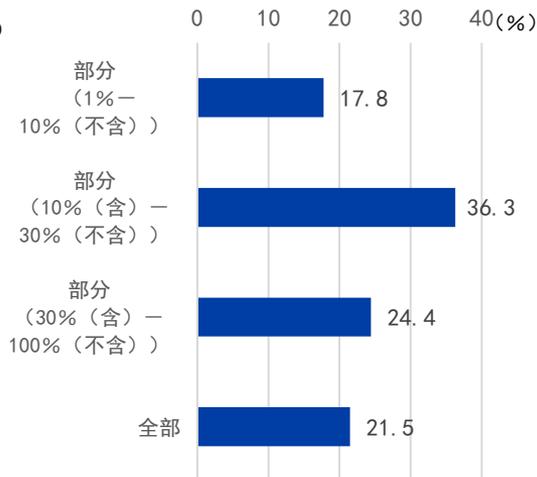
变更开始时期 (139)



产地调整时间 (136)



产地调整规模 (135)



要变更的产地 (105)

(前5位国家和地区)	
国家和地区名	占比 (%)
中国	25.7
日本	17.1
泰国	8.6
马来西亚	7.6
印度尼西亚	7.6

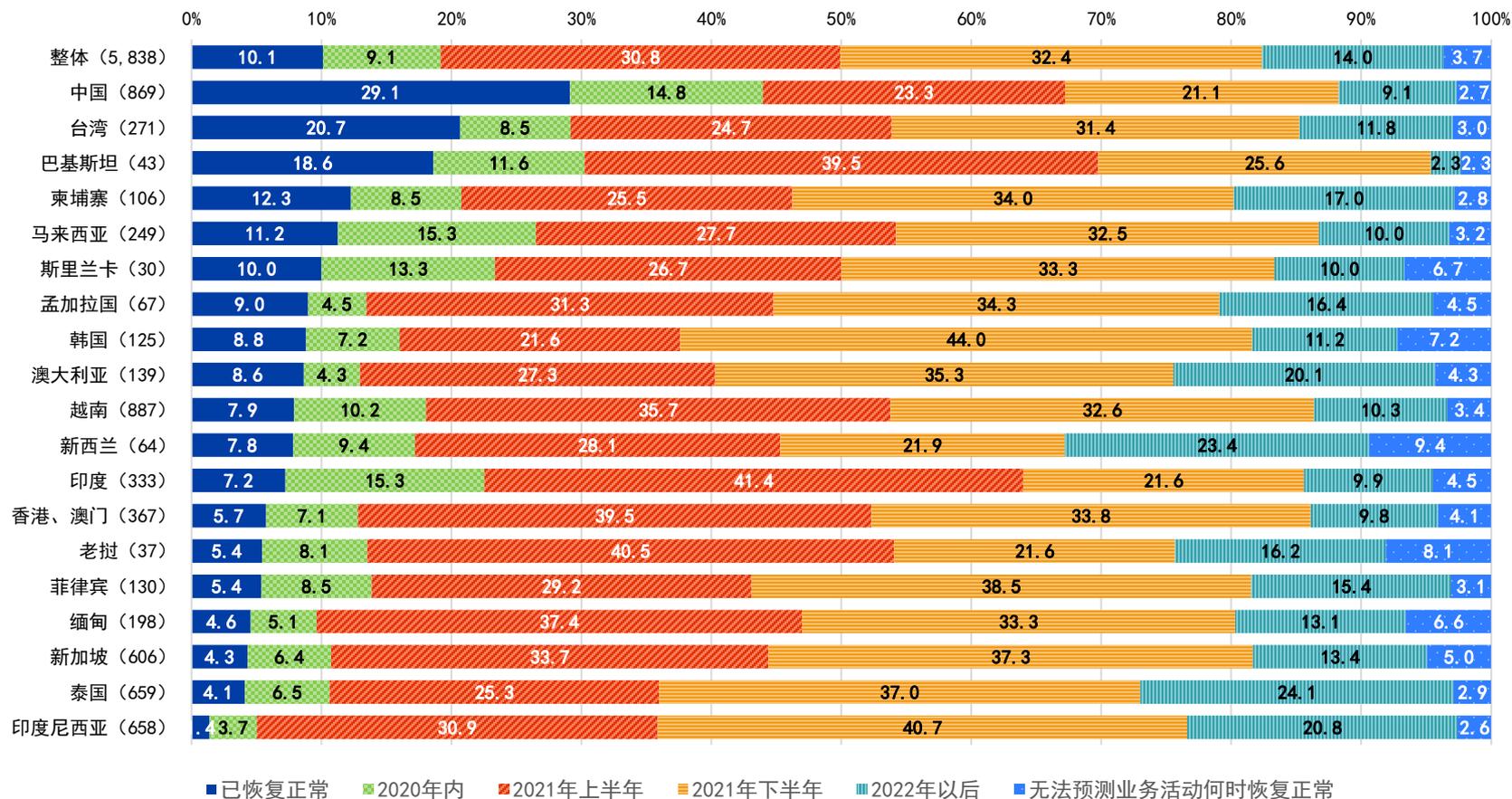
变更后的产地 (105)

(前5位国家和地区)	
国家和地区名	占比 (%)
泰国	20.0
越南	18.1
马来西亚	6.7
中国	5.7
印度	5.7

3 | 新冠疫情蔓延的影响 (1)

- 关于新冠疫情蔓延后业务恢复正常的时期的预期，回答“2021年上半年”“2021年下半年”的占比较大。
- 在中国、台湾，回答“已恢复正常”的企业占比超过20%。

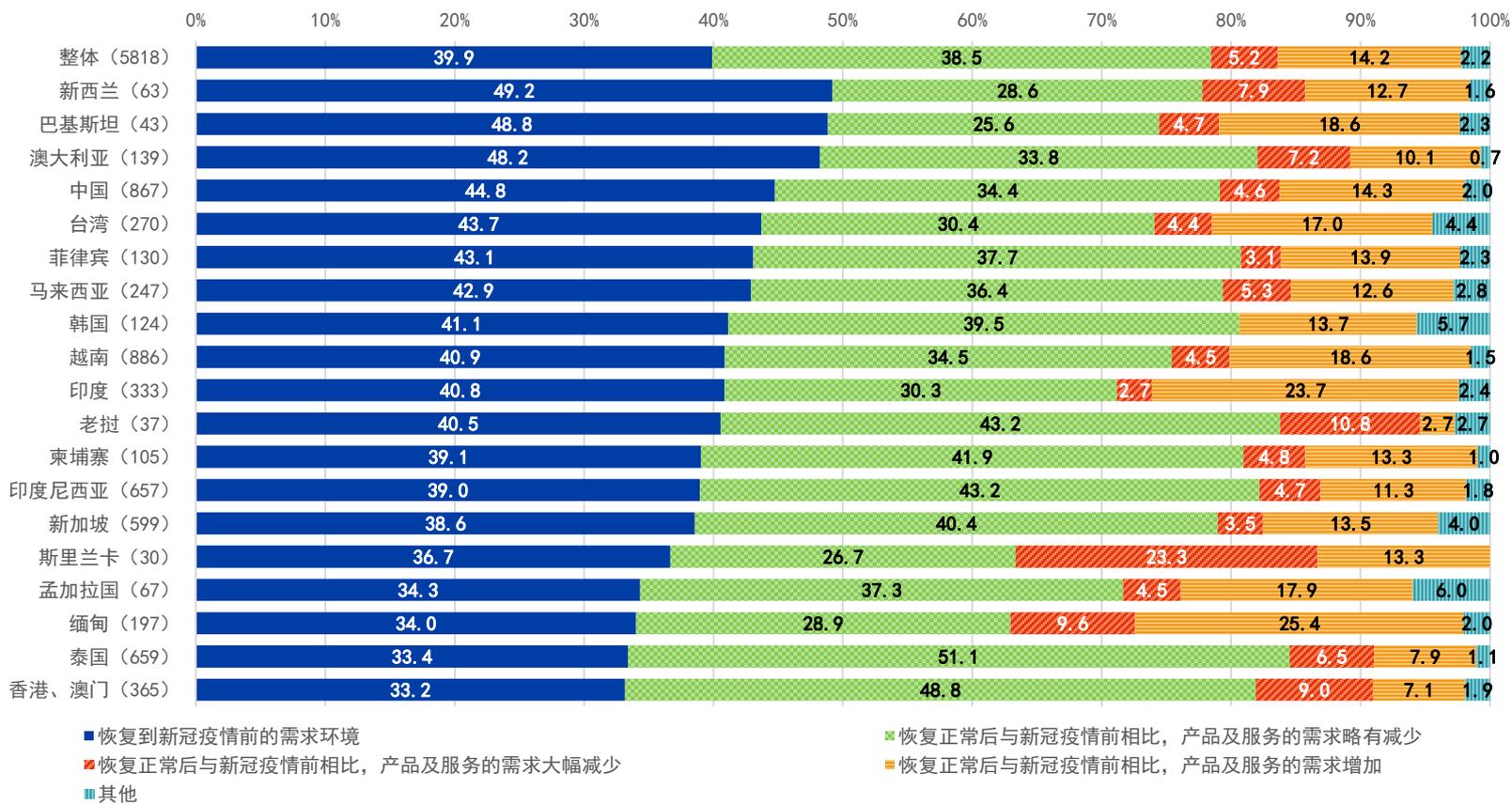
新冠疫情蔓延后业务活动恢复正常的时期



3 | 新冠疫情蔓延的影响 (2)

- 关于新冠疫情结束后的需求预期，回答“恢复到疫情前的需求环境”“与疫情前相比略有减少”的企业占比均约为4成。
- 在印度和缅甸，回答“较疫情前增加”的企业占比超过20%。

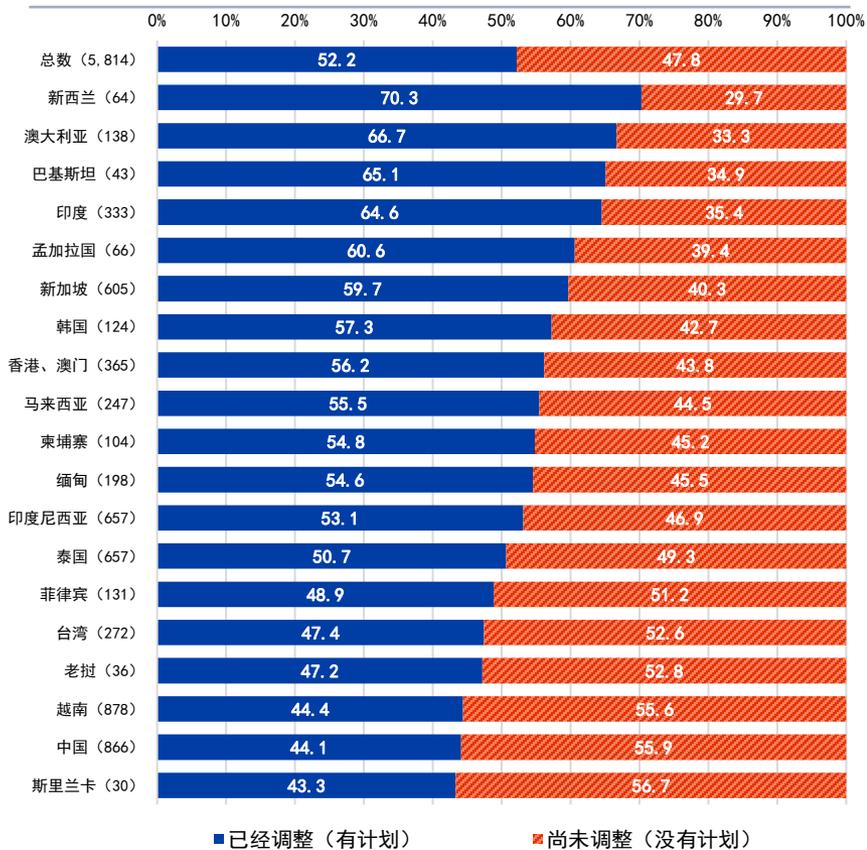
疫情结束后的需求环境预测



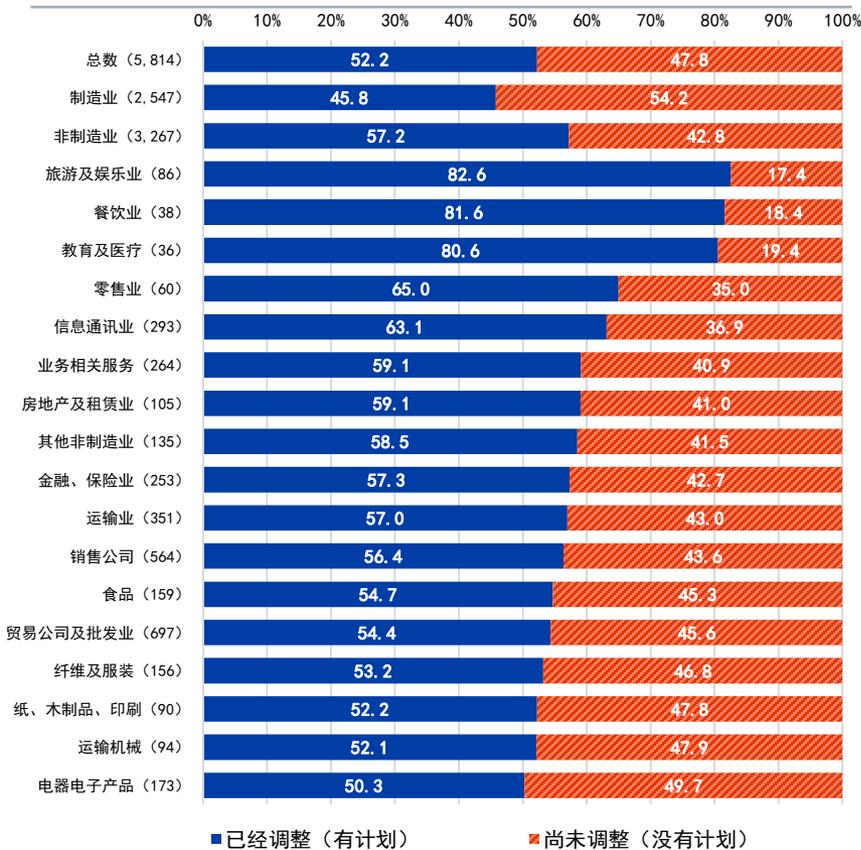
3 | 新冠疫情蔓延的影响 (3)

- 关于在受到新冠疫情蔓延影响的当地调整业务战略及商业模式的企业，回答“已经调整或者有调整计划”的企业占整体的52.2%。在“新西兰”（70.3%）、“澳大利亚”（66.7%）、“巴基斯坦”（65.1%）、“印度”（64.6%）、“孟加拉国”（60.6%）有超过6成的企业已经调整（或者有调整计划）。
- 从行业来看，“旅游及娱乐业”（82.6%）、“餐饮业”（81.6%）、“教育及医疗”（80.6%）等接触型业务的内需型企业回答“已经调整或者有调整计划”的回答率超过8成。

业务战略及商业模式有无调整（按国家和地区）



业务战略及商业模式有无调整（按行业）

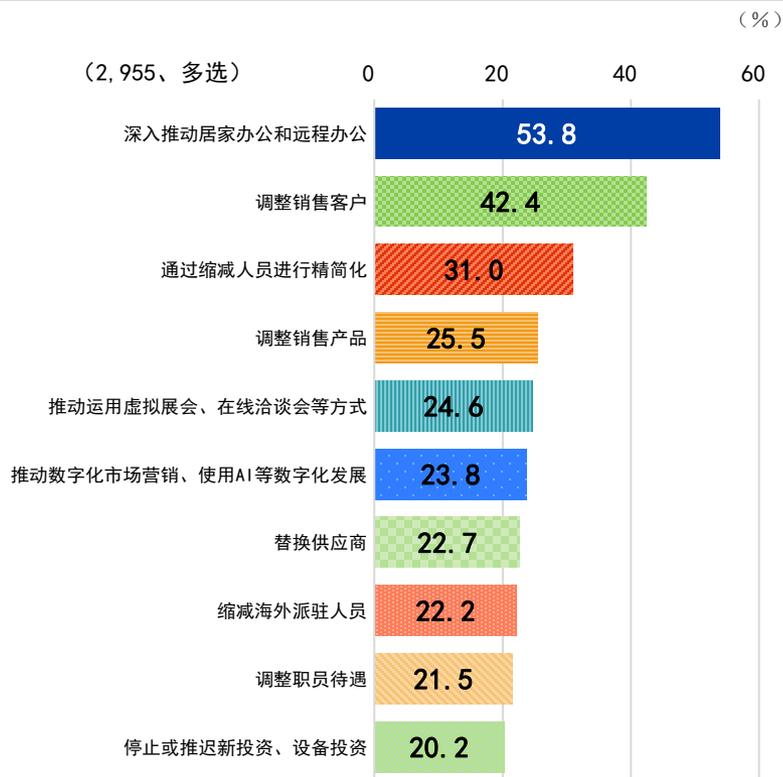


(注) 展示“已经调整（有计划）”回答率超过50%的行业

3 | 新冠疫情蔓延的影响 (4)

- 关于具体调整内容，回答“深入推动居家办公和远程办公”的企业占比最多，为53.8%。其次为“调整销售客户”（42.4%）、“通过缩减人员进行精简”（31.0%）、“调整销售产品”（25.5%）。总体来看，很多企业将重点放在改变销售战略及改变经营管理体制上。
- 从地区来看，东盟出现了替换供应商等供应链相关改变。东北亚、东南亚、大洋洲出现了“推动运用虚拟展会、在线洽谈会等方式”“推动数字化市场营销、使用AI等数字化发展”等数字化转型的动向。

具体调整内容（前10项）



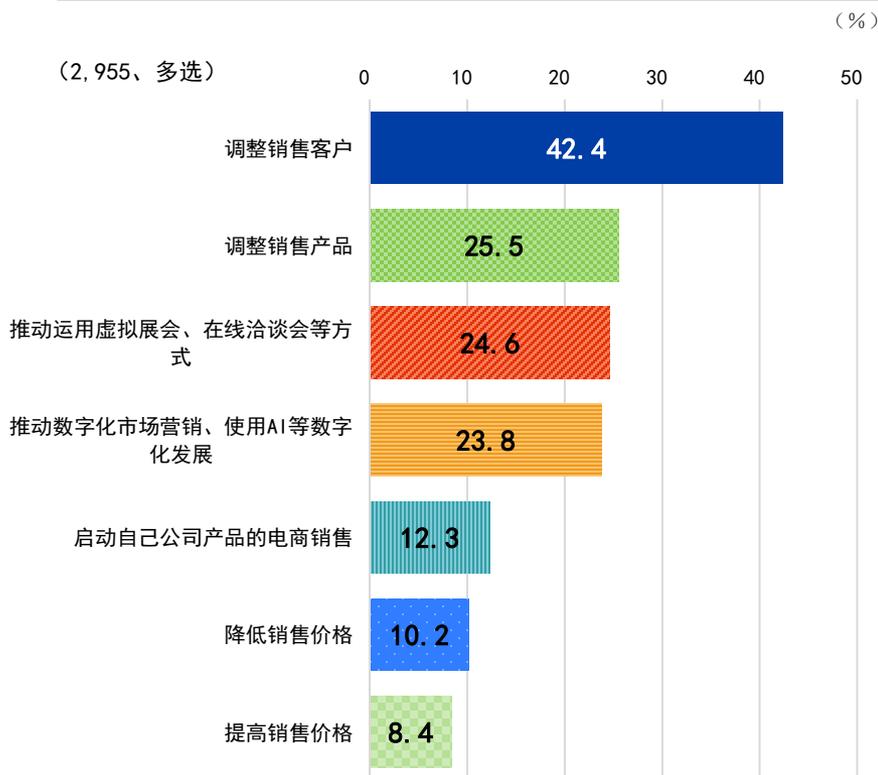
具体调整内容（按地区，前5项）

地区	调整内容	占比 (%)
东北亚 (767、多选)	1. 深入推动居家办公和远程办公	51.1
	2. 调整销售客户	42.1
	3. 通过缩减人员进行精简	30.5
	4. 调整销售产品	29.9
	5. 推动运用虚拟展会、在线洽谈会等方式	26.5
东盟 (1,768、多选)	1. 深入推动居家办公和远程办公	51.1
	2. 调整销售客户	43.0
	3. 通过缩减人员进行精简	32.0
	4. 替换供应商	24.2
	5. 调整销售产品	23.6
东南亚 (286、多选)	1. 深入推动居家办公和远程办公	68.9
	2. 调整销售客户	42.7
	3. 缩减海外派驻人员	31.5
	4. 推动运用虚拟展会、在线洽谈会等方式	30.1
	5. 推动数字化市场营销、使用AI等数字化发展	29.4
大洋洲 (134、多选)	1. 深入推动居家办公和远程办公	73.1
	2. 推动数字化市场营销、使用AI等数字化发展	38.1
	3. 推动虚拟展会、在线洽谈会等措施运用	35.1
	4. 调整销售客户	34.3
	5. 通过缩减人员进行精简	32.8

3 | 新冠疫情蔓延的影响 (5)

- 关于销售战略项目的相关具体调整内容，回答“调整销售客户”（42.4%）的企业占比最多，其次为“调整销售产品”（25.5%）、“推动运用虚拟展会、在线洽谈会等方式”（24.6%）。另外，调整价格的企业数并不太多。
- 从国家和地区来看，在泰国、柬埔寨，回答“调整销售客户”的企业占比超过5成。从行业来看，制造业相关排名靠前。除澳大利亚、新加坡等发达国家回答“推动运用虚拟展会、在线洽谈会等方式”的回答率较高外，印度的回答率也很高。从行业来看，非制造业是引进的最佳时机。

具体调整内容（销售战略）



具体调整内容（排名靠前的国家和地区、行业）

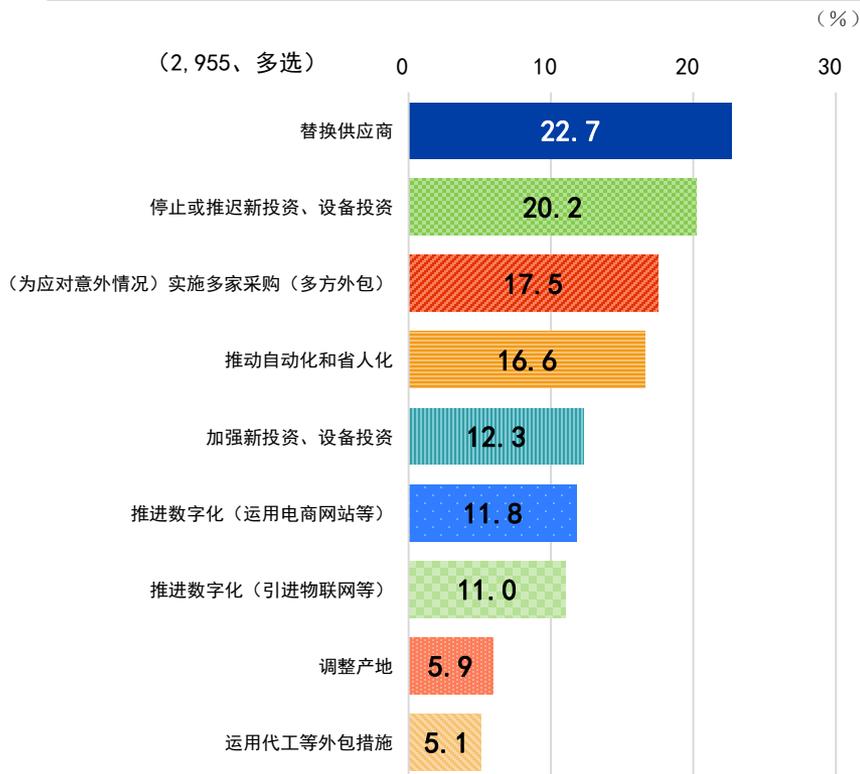
调整销售客户		推动运用虚拟展会、在线洽谈会等方式	
按国家和地区		按国家和地区	按行业
1. 泰国 (322)	53.1	1. 澳大利亚 (90)	35.6
2. 柬埔寨 (53)	52.8	2. 印度 (207)	35.3
3. 中国 (369)	46.1	3. 新加坡 (350)	35.1
4. 菲律宾 (62)	45.2	4. 新西兰 (44)	34.1
5. 印度 (207)	44.4	5. 韩国 (71)	32.4
		1. 纤维及服装 (80)	67.5
		2. 纸、木制品、印刷 (45)	62.2
		3. 塑料制品 (75)	58.7
		4. 食品 (83)	55.4
		5. 橡胶、陶瓷业、土石 (30)	53.3
		1. 旅游及娱乐业 (69)	49.3
		2. 销售公司 (314)	41.4
		3. 信息通讯业 (181)	37.0
		4. 运输机械 (48)	35.4
		5. 教育及医疗 (28)	32.1

(注) 展示有效答卷企业数在20家以上的排名靠前的国家和地区、行业。

3 | 新冠疫情扩大的影响 (6)

- 关于采购及生产战略项目的相关具体调整内容，回答“替换供应商”（22.7%）的企业占比最多，其次为“停止或推迟新投资、设备投资”（20.2%）、“实施多家采购”（17.5%）。重新考虑供应商和推迟投资成为企业在采购及生产方面的主要战略。另外，考虑“调整产地”等供应链大变动的企业仅为5.9%。
- 从国家和地区来看，在泰国、柬埔寨、越南等湄公河流域国家，回答“替换供应商”的企业占比尤其突出。从行业来看，涉及较广，制造业各行业的比例较高。回答“停止或推迟新投资、设备投资”的企业占比没有太大的地区差异，但运输机械相关投资推迟的占比尤其突出，占据5成。

具体调整内容（采购及生产战略）



具体调整内容（排名靠前的国家和地区、行业）

替换供应商		（单位：%）	
按国家和地区		按行业	
1. 泰国 (322)	32.0	1. 运输机械零部件 (162)	42.0
2. 柬埔寨 (53)	28.3	2. 电器电子产品零部件 (82)	36.6
3. 越南 (383)	26.6	3. 普通机械 (79)	35.4
4. 印度 (207)	26.1	4. 铁、有色金属、金属 (160)	34.4
5. 中国 (369)	24.9	5. 纤维及服装 (80)	32.5

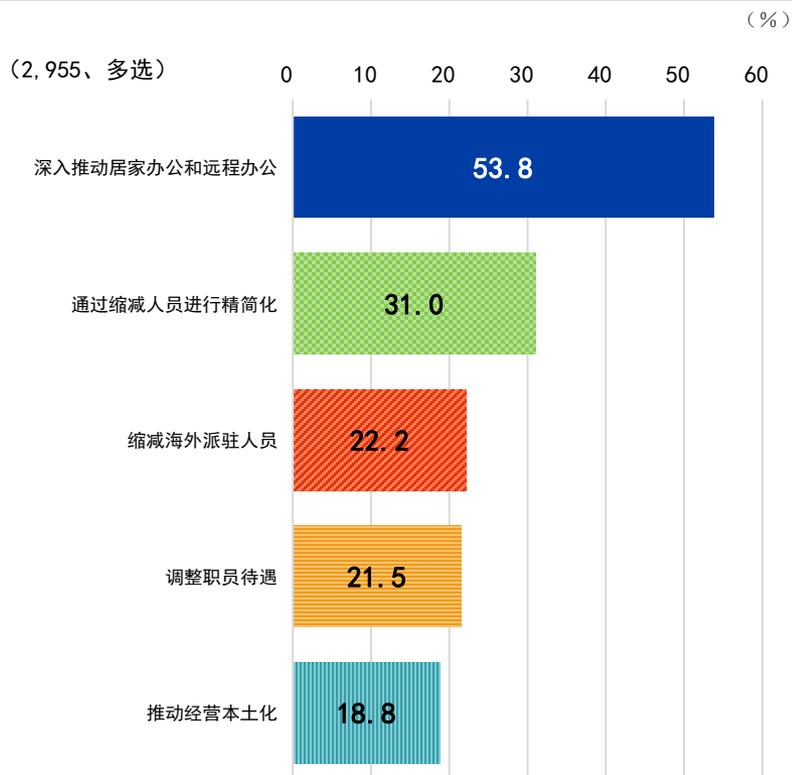
停止或推迟新投资、设备投资		（单位：%）	
按国家和地区		按行业	
1. 印度尼西亚 (341)	31.4	1. 运输机械零部件 (162)	53.7
2. 马来西亚 (134)	26.9	2. 运输机械 (48)	52.1
3. 泰国 (322)	26.4	3. 橡胶、陶瓷业、土石 (30)	43.3
4. 新西兰 (44)	25.0	4. 电器电子产品零部件 (82)	42.7
5. 印度 (207)	23.2	5. 塑料制品 (75)	41.3

（注）展示有效答卷企业数在20家以上的排名靠前的国家和地区、行业。

3 | 新冠疫情扩大的影响 (7)

- 关于管理及经营体制项目的相关具体调整内容，回答“深入推动居家办公和远程办公”（53.8%）的企业占比最多。其次为“通过缩减人员进行精简”（31.0%）、“缩减海外派驻人员”（22.2%）。与调整职员待遇相比，通过缩减人员推动精简化的趋势尤其突出。
- 从国家和地区来看，在韩国、新加坡、澳大利亚等发达国家、印度、巴基斯坦等东南亚国家，回答“深入推动居家办公和远程办公”的企业占比较多。从行业来看，以非制造业为中心回答率较高。印度尼西亚回答“通过缩减人员进行精简”的企业占比最高。从行业来看，以运输机械零部件为中心的制造业、接触型产业的旅游相关及餐饮业的回答率较高。

具体调整内容（管理及经营体制）



具体调整内容（排名靠前的国家和地区、行业）

(单位: %)

深入推动居家办公和远程办公

按国家和地区

1. 韩国 (71)	78.9
2. 新加坡 (350)	78.3
3. 澳大利亚 (90)	76.7
4. 巴基斯坦 (28)	75.0
5. 印度 (207)	70.1

按行业

1. 金融和保险业 (141)	80.1
2. 信息通讯业 (181)	70.2
3. 销售公司 (314)	68.8
4. 运输机械 (48)	66.7
4. 旅游及娱乐业 (69)	66.7

通过缩减人员进行精简

按国家和地区

1. 印度尼西亚 (341)	46.3
2. 马来西亚 (134)	37.3
3. 中国 (369)	36.3
4. 柬埔寨 (53)	34.0
5. 澳大利亚 (90)	33.3

按行业

1. 运输机械零部件 (162)	59.9
2. 橡胶、陶瓷业、土石 (30)	56.7
3. 旅游及娱乐业 (69)	56.5
4. 餐饮业 (31)	51.6
5. 电器电子产品零部件 (82)	47.6

(注) 展示有效答卷企业数在20家以上的排名靠前的国家和地区、行业。

3 | 新冠疫情蔓延的影响 (8)

- 关于各项开始着手调整的时期，有些企业回答“计划今年内着手开始”“疫情蔓延后着手开始”，从今年实施的新冠疫情蔓延后的对策来看，亚洲大洋洲的各国家和地区正在“推动运用虚拟展会、在线洽谈会等方式”“深入推动居家办公和远程办公”。此外，在几乎所有国家和地区回答“停止或推迟新投资、设备投资”的比例较高。各国家和地区企业今年的总体方向是停止新增投资，继续执行居家办公，并逐步构筑将销售手段重点放在数字化上的商业模式。

调整时期回答“计划今年内着手开始”“疫情蔓延后着手开始”的企业占比

(单位：%)

	调整销售战略				调整采购及生产战略				调整管理及经营体制				
	调整销售客户	调整销售产品	推动运用虚拟展会、在线洽谈会等方式	推动数字化市场营销、使用AI等数字化发展	替换供应商	(为应对意外情况)实施多家采购(多方外包)	停止或推迟新投资、设备投资	推动自动化和省人化	深入推动居家办公和远程办公	推动经营本土化	通过缩减人员进行精简化	缩减海外派驻人员	调整职员待遇
整体	60.2	62.9	83.5	53.0	53.6	50.2	72.9	32.7	85.6	34.2	60.4	49.9	67.8
柬埔寨	64.0	78.6	58.3	37.5	53.3	50.0	—	27.3	88.9	57.1	87.5	57.1	75.0
印度尼西亚	61.9	62.8	81.0	55.9	48.1	48.5	71.7	31.8	91.0	42.9	61.0	52.9	73.0
马来西亚	63.0	58.1	89.3	46.2	55.2	67.9	64.7	35.7	89.5	25.0	45.8	37.1	65.5
缅甸	71.4	64.7	86.4	31.6	75.0	46.2	66.7	58.3	71.9	25.0	69.6	55.6	72.4
菲律宾	50.0	72.7	85.7	54.5	60.0	—	50.0	36.4	88.9	23.1	81.3	56.3	75.0
新加坡	60.5	66.7	79.7	55.9	55.9	53.7	83.9	48.0	85.7	23.5	53.6	46.4	64.7
泰国	53.4	52.4	68.8	49.2	50.0	48.9	66.2	23.5	85.9	41.3	63.6	48.2	75.0
越南	60.6	69.0	89.4	57.1	55.6	51.5	71.2	28.6	85.5	31.7	69.5	50.8	61.7
印度	61.1	68.8	86.6	57.9	57.7	61.0	77.8	41.7	83.1	30.6	76.0	73.9	85.7
澳大利亚	76.9	68.4	87.1	47.4	70.0	—	88.9	14.4	85.3	—	76.7	43.8	85.0
新西兰	70.6	70.0	85.7	63.6	—	—	80.0	—	87.5	—	75.0	—	77.8
中国	64.0	60.4	83.1	44.3	53.9	50.0	83.3	30.7	89.9	38.0	43.9	43.7	55.3
香港、澳门	50.7	56.3	91.5	66.7	50.0	45.7	63.6	45.8	83.0	41.9	52.5	29.3	63.2
台湾	63.8	60.5	82.9	56.1	55.6	35.3	83.3	20.0	81.6	14.3	60.0	35.3	31.3
韩国	56.0	58.8	90.9	58.1	25.0	28.6	—	—	83.3	25.0	50.0	—	46.7

注1：展示答卷企业数在400家以上的项。

注2：主要国家和地区栏的“—”表示答卷企业数少于10家。各项回答企业数较少的老挝、孟加拉国、巴基斯坦、斯里兰卡没有展示。

注3：回答企业占比超过70%的已标色。

注4：多选

4 | 经营上的问题（1）

- 关于经营上的问题，回答“员工工资上涨”的企业占比最多（56.4%），其次是“客户订货量减少”（48.2%）、“主要销售市场低迷（消费低迷）”（42.7%）。与2019年调查结果相比，回答改善（回答率减少）的项为“竞争对手崛起（成本方面的竞争）”（降低14.4个百分点）、“员工工资上涨”（降低9.4个百分点）、“主要客户要求降价”（降低4.1个百分点），回答恶化（回答率增加）的项为“客户订货量减少”（增长16.5个百分点）、“主要销售市场低迷（消费低迷）”（增长7.6个百分点）、“新顾客开拓停滞”（增长3.0个百分点）。
- 受新冠疫情影响，全球经济低迷，虽然工资上涨得到抑制，但订货量减少、消费低迷成为面临的重大课题。
- 从国家和地区来看，在工资上涨方面，印度尼西亚（77.4%）超过7成，其次为韩国（66.7%）、越南（65.8%）、中国（63.3%）。在客户订货量减少方面，印度尼西亚（62.9%）、泰国（62.4%）超过6成，其次为马来西亚（54.3%）、香港、澳门（52.6%）。
- 从行业来看，在“员工工资上涨”方面，制造业比非制造业高出18.5个百分点。

所有地区共同存在的问题（前10项、多选）

回答项目		2020年调查 (%)	2019年调查 (%)	增减 (百分点)	按行业		按企业规模	
					制造业	非制造业	大企业	中小企业
第1位	员工工资上涨	56.4	65.8	-9.4	66.7	48.2	57.4	54.7
第2位	客户订货量减少	48.2	31.7	16.5	53.0	44.2	44.7	53.6
第3位	主要销售市场低迷（消费低迷）	42.7	35.1	7.6	44.7	41.0	44.9	39.3
第4位	新顾客开拓停滞	41.9	38.9	3.0	43.8	37.7	39.8	41.5
第5位	员工素质	40.4	43.5	-3.1	36.4	46.6	39.4	45.8
第6位	竞争对手崛起（成本方面的竞争）	33.4	47.8	-14.4	37.6	29.9	36.1	29.3
第7位	主要客户要求降价	28.7	32.8	-4.1	34.3	23.9	28.1	29.5
第8位	报关等各项手续繁琐	25.8	26.6	-0.8	32.7	20.3	25.8	25.9
第9位	税务（法人税、转移定价调整等）负担	25.7	27.1	-1.4	29.6	22.6	27.7	22.4
第10位	本地货币兑换美元汇率波动	24.2	27.8	-3.6	30.3	19.4	26.9	19.8

4 | 经营上的问题 (2)

所有地区共同存在的问题 (前10项, 多选, 各国家和地区的回答率 (%))



(注) 有效答卷企业数在10家以上的国家和地区。

4 | 经营上的问题 (3)

所有地区共同存在的问题 (前10项, 多选, 各国家和地区的回答率 (%))



(注) 有效答卷企业数在10家以上的国家和地区。

4 | 经营上的问题（4）

各国家和地区存在的问题（前5项，多选）

（%）

新加坡		2020年	2019年	印度尼西亚		2020年	2019年
1	新顾客开拓停滞（274）	48.9	41.9	1	员工工资上涨（497）	77.4	84.0
2	主要销售市场低迷（消费低迷）（263）	47.0	36.8	2	客户订货量减少（381）	62.9	32.8
3	员工工资上涨（270）	46.1	56.5	3	主要销售市场低迷（消费低迷）（324）	53.5	38.7
4	成本削减接近极限（54）	45.4	36.5	4	原材料及零部件当地采购困难（182）	52.6	59.4
5	客户订货量减少（250）	44.6	27.3	5	员工素质（331）	51.6	55.0
马来西亚		2020年	2019年	越南		2020年	2019年
1	员工工资上涨（145）	59.2	67.0	1	员工工资上涨（572）	65.8	72.0
2	客户订货量减少（132）	54.3	37.0	2	原材料及零部件当地采购困难（253）	56.4	56.2
3	员工素质（127）	51.8	53.7	3	客户订货量减少（392）	48.6	24.1
4	主要销售市场低迷（消费低迷）（120）	49.4	41.6	4	新顾客开拓停滞（330）	40.9	38.4
5	成本削减接近极限（63）	45.7	47.2	5	质量管理困难（181）	40.3	49.9
泰国		2020年	2019年	菲律宾		2020年	2019年
1	客户订货量减少（393）	62.4	39.9	1	原材料及零部件当地采购困难（31）	56.4	58.6
2	员工工资上涨（332）	51.7	63.5	2	员工素质（63）	48.1	53.3
3	主要销售市场低迷（消费低迷）（322）	51.1	36.9	3	报关时间长（54）	42.9	36.9
4	员工素质（300）	46.7	47.0	4	税务（法人税、转移定价调整等）负担（49）	38.9	43.8
5	成本削减接近极限（158）	46.3	42.2	5	客户订货量减少（48）	38.7	23.7

（注1）除“无特别问题”外，回答率靠前的5项。淡粉色表示未进入“3.经营上的问题（1）”整体调查地区总数前10的项目。

（注2）粉色表示较上年增长10个百分点以上的项，淡蓝色表示较上年降低10个百分点以上的项。

4 | 经营上的问题 (5)

各国家和地区存在的问题 (前5项, 多选)

(%)

印度		2020年	2019年
1	员工工资上涨 (189)	58.5	73.3
2	主要销售市场低迷 (消费低迷) (167)	53.0	50.6
3	原材料及零部件当地采购困难 (69)	50.4	44.9
4	客户订货量减少 (157)	49.8	34.4
5	质量管理困难 (61)	44.5	53.7
巴基斯坦		2020年	2019年
1	本地货币兑换美元汇率波动 (33)	78.6	82.1
2	进口关税高 (29)	70.7	66.7
3	跨境汇款相关限制严格 (28)	66.7	53.9
4	报关时间长 (26)	63.4	56.7
5	原材料及零部件当地采购困难 (12)	60.0	47.1
斯里兰卡		2020年	2019年
1	原材料及零部件当地采购困难 (7)	70.0	66.7
1	质量管理困难 (7)	70.0	50.0
3	本地货币兑换美元汇率波动 (14)	48.3	28.6
3	报关时间长 (14)	48.3	40.7
5	新顾客开拓停滞 (11)	44.0	27.6
孟加拉国		2020年	2019年
1	原材料及零部件当地采购困难 (18)	66.7	70.8
2	报关时间长 (37)	56.1	66.7
3	缺电及停电 (15)	55.6	66.7
4	客户订货量减少 (23)	48.9	14.6
5	员工工资上涨 (32)	48.5	50.8

柬埔寨		2020年	2019年
1	原材料及零部件当地采购困难 (21)	60.0	70.3
2	员工工资上涨 (58)	55.2	75.7
3	税务 (法人税、转移定价调整等) 负担 (52)	52.5	48.7
4	员工素质 (48)	45.7	55.0
5	客户订货量减少 (38)	40.0	18.8
老挝		2020年	2019年
1	原材料及零部件当地采购困难 (8)	50.0	70.6
2	员工素质 (17)	46.0	50.0
3	质量管理困难 (7)	43.8	52.9
3	新顾客开拓停滞 (14)	43.8	38.7
3	缺电及停电 (7)	43.8	47.1
3	物流基础设施不完善 (7)	43.8	29.4
缅甸		2020年	2019年
1	原材料及零部件当地采购困难 (18)	60.0	65.4
1	缺电及停电 (18)	60.0	69.2
3	本地货币兑换美元汇率波动 (96)	50.3	44.7
4	员工素质 (95)	49.2	56.8
5	新顾客开拓停滞 (71)	43.0	37.0

(注1) 除“无特别问题”外, 回答率排名前5项。淡粉色表示未进入“3. 经营上的问题 (1)”整体调查地区总数前10的项。

(注2) 粉色表示较上年增长10个百分点以上的项, 淡蓝色表示较上年降低10个百分点以上的项目。

4 | 经营上的问题 (6)

各国家和地区存在的问题 (前5项, 多选)

(%)

中国		2020年	2019年
1	员工工资上涨 (545)	63.3	73.7
2	环境管制趋于严格 (227)	46.7	43.5
3	成本削减接近极限 (224)	46.1	42.1
4	竞争对手崛起 (成本方面的竞争) (374)	44.8	50.0
5	新顾客开拓停滞 (350)	42.0	41.4

香港、澳门		2020年	2019年
1	客户订货量减少 (181)	52.6	42.7
2	新顾客开拓停滞 (175)	50.9	45.5
3	主要销售市场低迷 (消费低迷) (162)	47.1	42.1
4	员工工资上涨 (168)	46.8	60.1
5	采购成本增加 (17)	43.6	47.1

台湾		2020年	2019年
1	竞争对手崛起 (成本方面的竞争) (106)	41.7	50.4
2	成本削减接近极限 (31)	40.3	46.4
3	新顾客开拓停滞 (100)	39.4	34.6
3	主要销售市场低迷 (消费低迷) (100)	39.4	38.5
5	员工素质 (91)	34.3	35.8

韩国		2020年	2019年
1	员工工资上涨 (82)	66.7	65.4
2	主要销售市场低迷 (消费低迷) (65)	52.9	51.1
3	客户订货量减少 (59)	48.0	40.6
4	新顾客开拓停滞 (55)	44.7	38.4
5	竞争对手崛起 (成本方面的竞争) (53)	43.1	55.6

澳大利亚		2020年	2019年
1	主要销售市场低迷 (消费低迷) (56)	43.1	35.4
2	员工工资上涨 (57)	42.5	55.1
3	本地货币兑换日元汇率波动 (45)	34.4	35.6
4	本地货币兑换美元汇率波动 (42)	32.1	42.5
5	员工素质 (42)	31.3	28.9

新西兰		2020年	2019年
1	主要销售市场低迷 (消费低迷) (26)	41.9	37.4
2	客户订货量减少 (25)	40.3	20.9
3	员工工资上涨 (23)	37.1	51.7
4	新顾客开拓停滞 (19)	30.7	29.7
5	采购成本增加 (5)	26.3	60.0
5	人才 (技术人员) 招聘难 [仅制造业] (5)	26.3	30.8
5	原材料及零部件当地采购困难 (5)	26.3	32.0

(注1) 除“无特别问题”外, 回答率排名前5项。淡粉色表示未进入“3. 经营上的问题 (1)”整体调查地区总数前10的项。

(注2) 粉色表示较上年增长10个百分点以上的项, 淡蓝色表示较上年降低10个百分点以上的项。

4 | 经营上的问题 (7)

- 关于经营上的问题，与2019年调查结果相比，出现改善（回答率减少）的项为“竞争对手崛起”。在2019年调查结果中，在共同存在的问题中，该项位居第2位，在2020年调查结果中排名掉落第6位（降低14.4个百分点）。从国家和地区来看，孟加拉国（降低24.6个百分点）减少幅度最大，其次为印度尼西亚（降低23.4个百分点）、马来西亚（降低22.3个百分点）、柬埔寨（降低21.7个百分点）、缅甸（降低21.3个百分点）。
- 与2019年调查结果相比，恶化（回答率增加）的项为“客户订货量减少”。在2019年调查结果中，在共同存在的问题中，该项位居第11位，在2020年调查结果中排名攀升到第2位（增长16.5个百分点）。从国家和地区来看，孟加拉国（增长34.4个百分点）增长幅度最大，其次为印度尼西亚（增长30.1个百分点）、越南（增长24.5个百分点）、泰国（增长22.4个百分点）、柬埔寨（增长21.3个百分点）。

较上年回答率**改善**的项目
(减少幅度排名前10的国家和地区的回答率)

竞争对手崛起 (成本方面的竞争)		2020年调查 (%)	2019年调查 (%)	增减 (百分点)
第1位	孟加拉国	19.2	43.8	-24.6
第2位	印度尼西亚	28.6	51.9	-23.4
第3位	马来西亚	30.9	53.2	-22.3
第4位	柬埔寨	21.1	42.7	-21.7
第5位	缅甸	30.9	52.2	-21.3
第6位	新加坡	28.8	48.8	-20.0
第7位	印度	34.6	53.0	-18.4
第8位	菲律宾	17.7	35.9	-18.1
第9位	越南	31.6	48.0	-16.4
第9位	澳大利亚	26.9	40.4	-13.5

较上年回答率**恶化**的项目
(增长幅度排名前10的国家和地区的回答率)

客户 订货量减少		2020年调查 (%)	2019年调查 (%)	增减 (百分点)
第1位	孟加拉国	48.9	14.6	34.4
第2位	印度尼西亚	62.9	32.8	30.1
第3位	越南	48.6	24.1	24.5
第4位	泰国	62.4	39.9	22.4
第5位	柬埔寨	40.0	18.8	21.3
第6位	新西兰	40.3	20.9	19.4
第7位	缅甸	36.4	17.4	19.0
第8位	马来西亚	54.3	37.0	17.4
第9位	新加坡	44.6	27.3	17.3
第10位	印度	49.8	34.4	15.5

(注) 有效答卷企业数在10家以上的国家和地区。

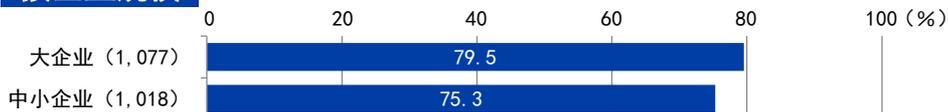
5 | 原材料及零部件采购 (1)

- 设日本的制造成本为100时，当地平均制造成本为77.5，较2019年调查结果（78.5）降低了1.0个百分点。
- 从行业来看，“化学、医药”、运输机械等的制造成本较高，而纤维及服装的制造成本较低，为63.5。
- 从国家和地区来看，澳大利亚的制造成本高于日本。新西兰、韩国的制造成本约为日本的9成，而老挝、孟加拉国的制造成本不到5成。

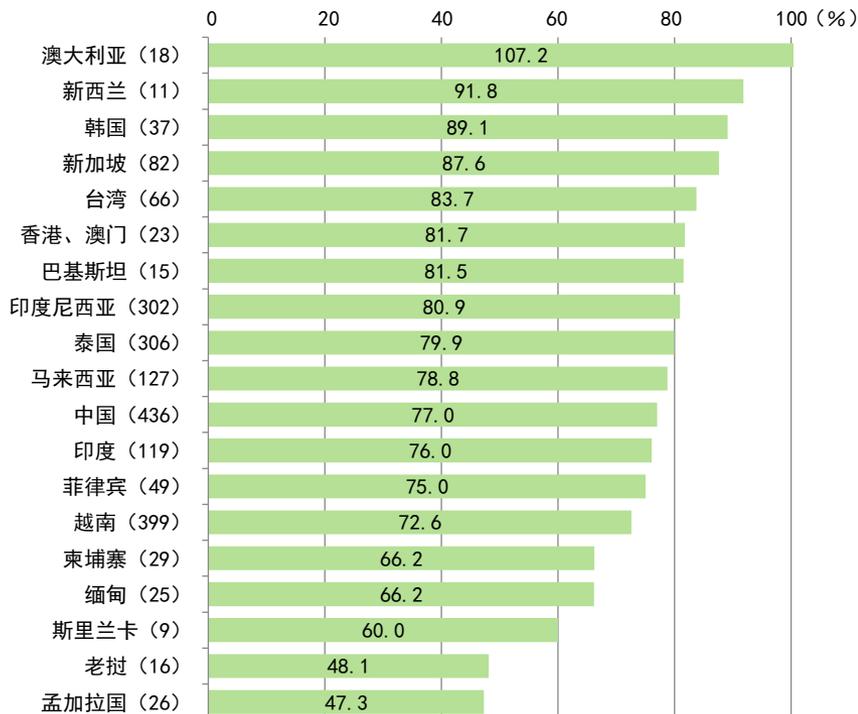
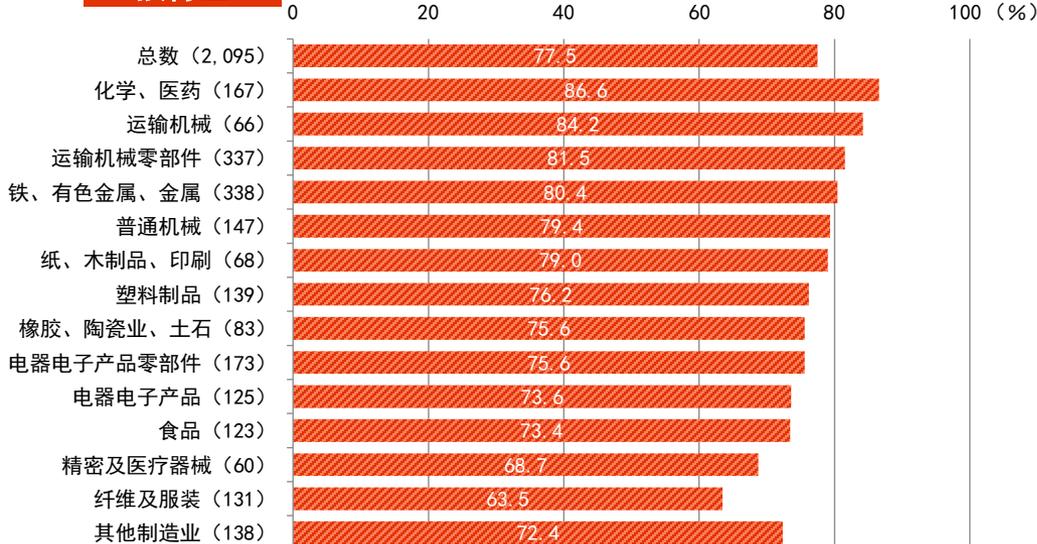
日本制造成本按100计算时对应的当地制造成本
(按企业规模、行业)

日本制造成本按100计算时对应的当地制造成本
(按国家和地区)

按企业规模



按行业

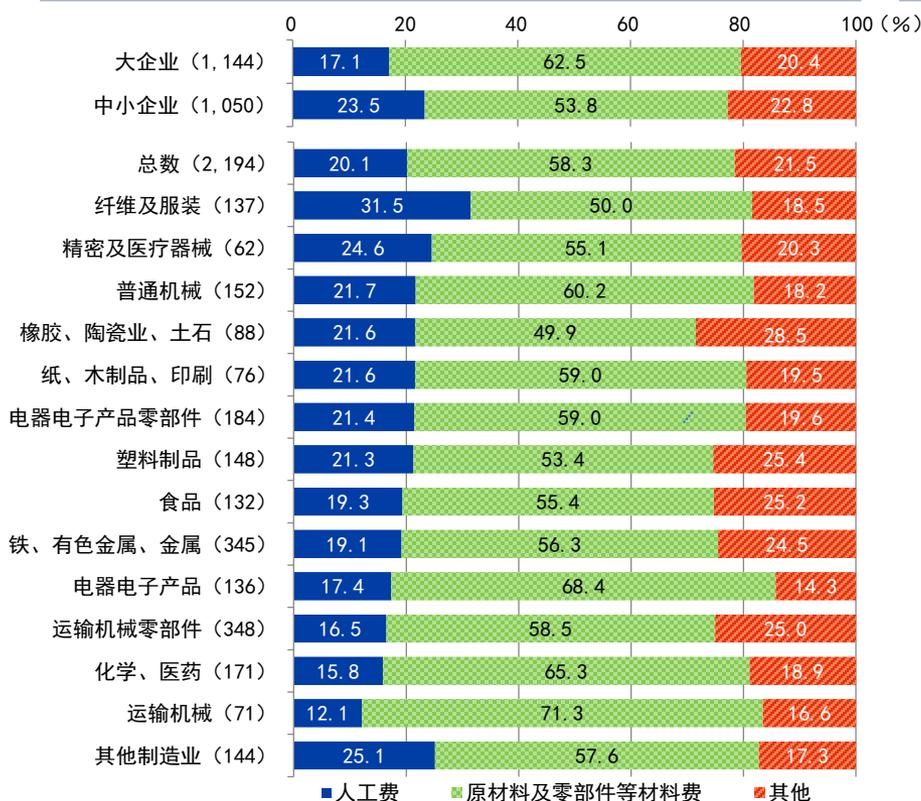


(注) 此处对“制造成本”的定义是：用于产品制造的费用，包括生产现场的材料费、劳务费以及其他经费。

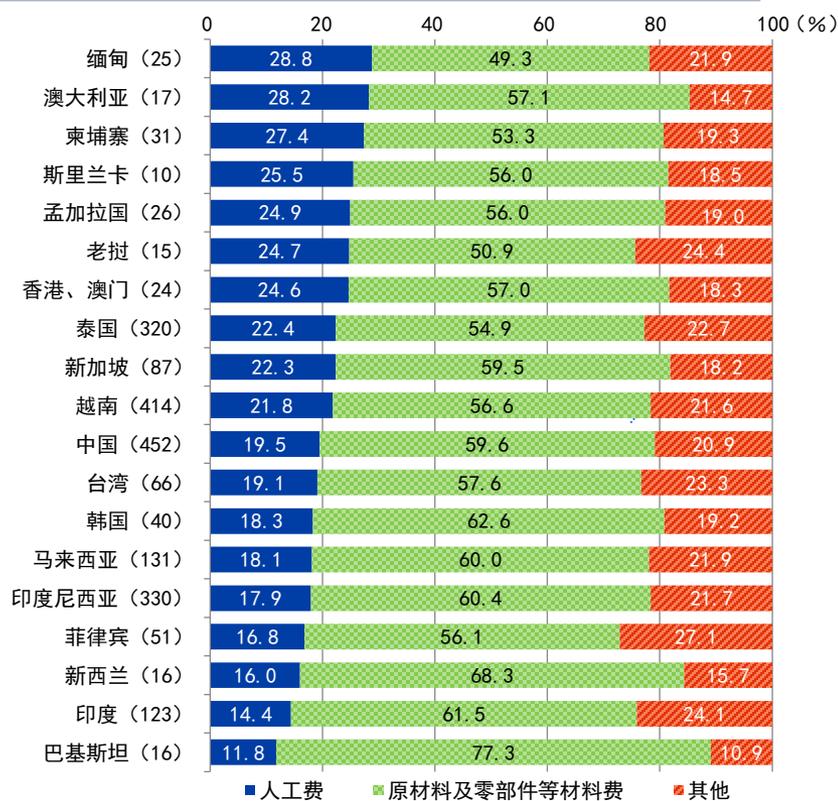
5 | 原材料及零部件采购 (2)

- 材料费在制造成本中所占的平均比例为58.3%（同比降低0.2个百分点），人工费在制造成本中所占的平均比例为20.1%（同比增长0.2个百分点增）。
- 从国家和地区来看，缅甸、澳大利亚、柬埔寨人工费的比例相对较高。从行业来看，纤维及服装行业的人工费的比例约为3成，而运输机械、电器电子产品行业的材料费的比例约为7成。

人工费和材料费在制造成本中所占的比例
(按企业规模、行业)



人工费和材料费在制造成本中所占的比例
(按国家和地区)



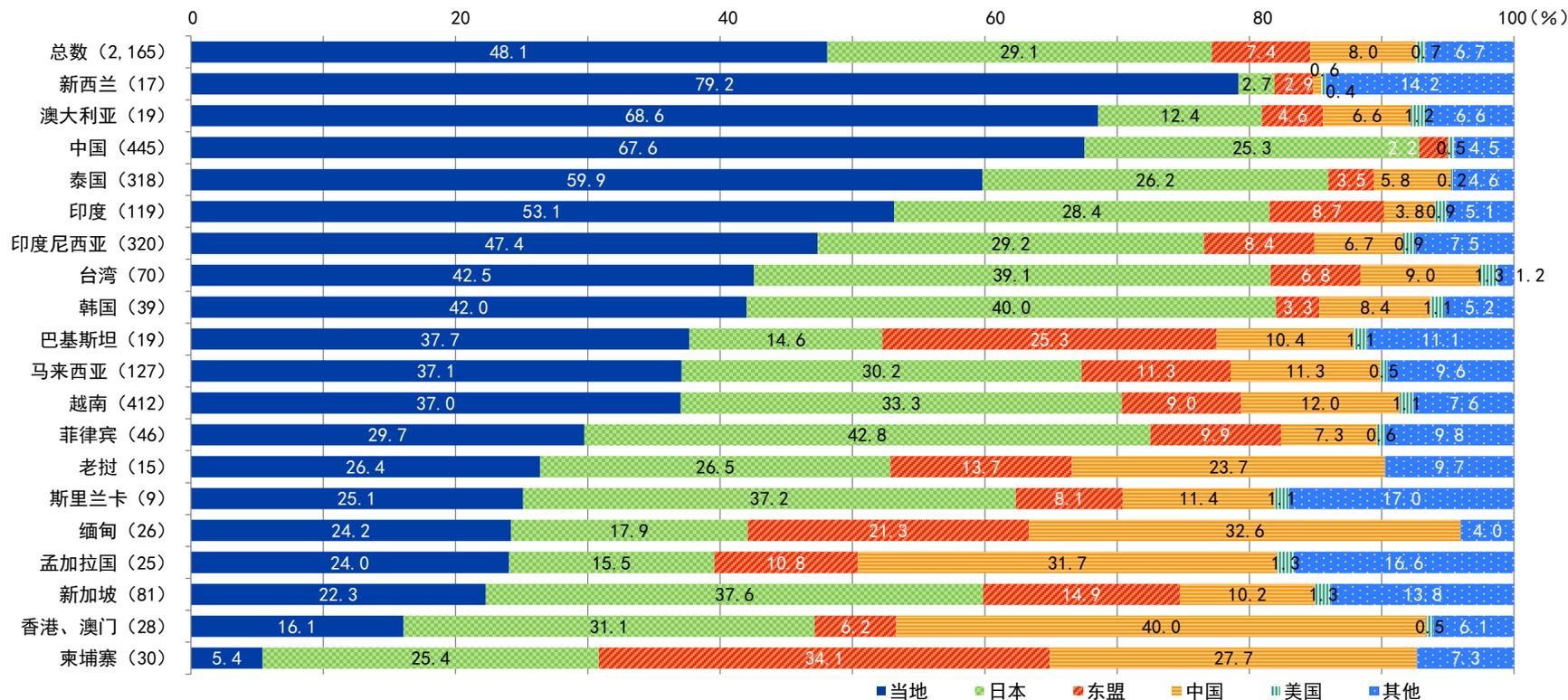
(注) 此处对“制造成本”的定义是：用于产品制造的费用，包括生产现场的材料费、劳务费以及其他经费。

5 | 原材料及零部件采购 (3)

仅制造业

- 海外日资企业48.1%的原材料及零部件在当地采购，剩余部分主要从日本、中国、东盟采购。
- 本地采购率较2019年度调查结果(47.9%)增长了0.2个百分点。新西兰(79.2%)最高，柬埔寨(5.4%)最低。
- 从日本、东盟、中国的采购率较2019年度调查结果分别为降低0.2个百分点、增长0.6个百分点、增长0.7个百分点。
- 从日本、东盟、中国的采购率最高的国家和地区分别为菲律宾、柬埔寨、香港、澳门。

原材料及零部件的供应商详情 (按国家和地区, 回答率100%)

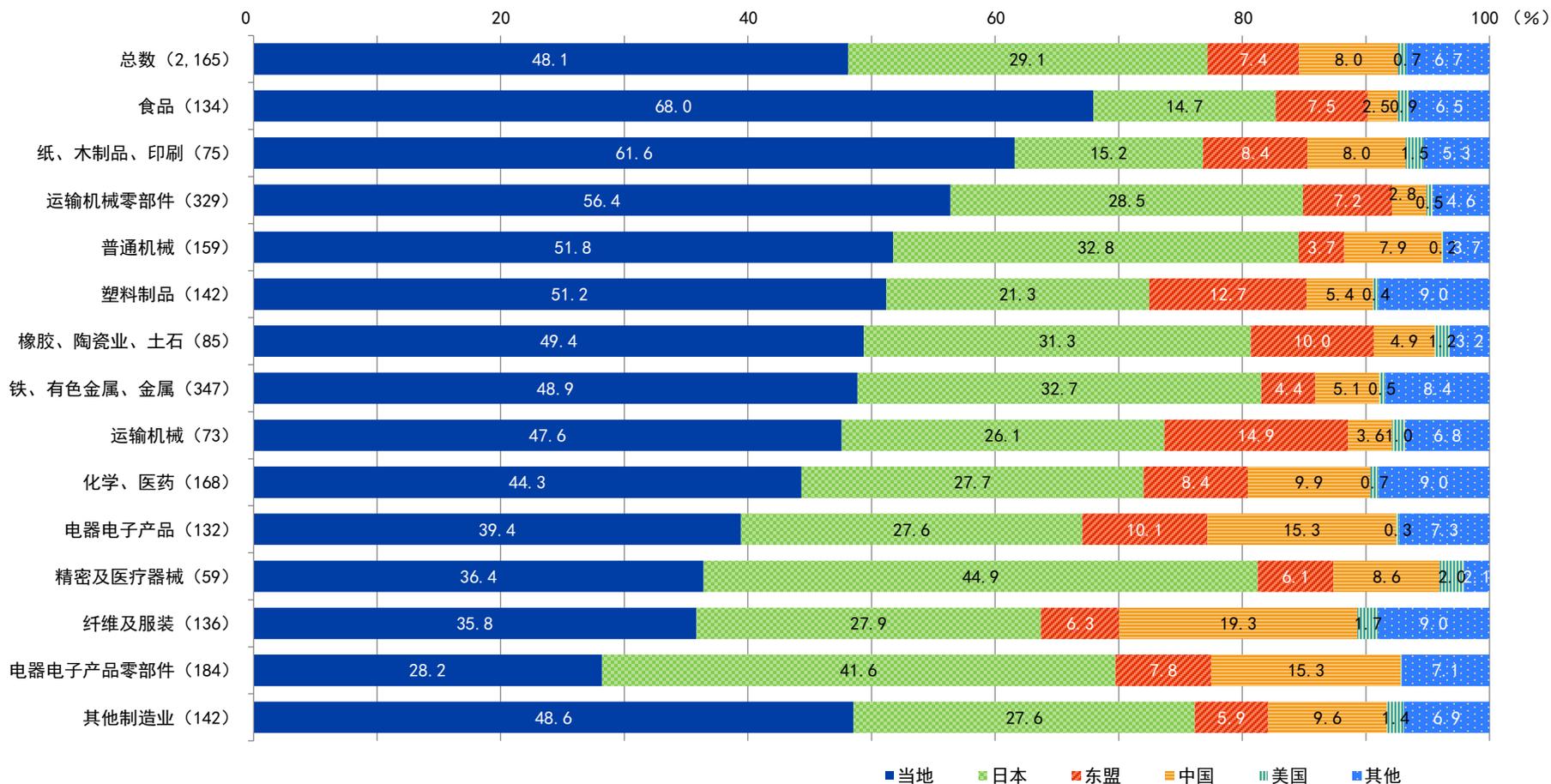


5 | 原材料及零部件采购 (4)

仅制造业

- 从行业来看原材料及零部件的供应商，食品的本地采购率较高，为68.0%。
- 从日本、东盟、中国的采购率最高的行业分别为精密及医疗器械、运输机械、纤维及服装。

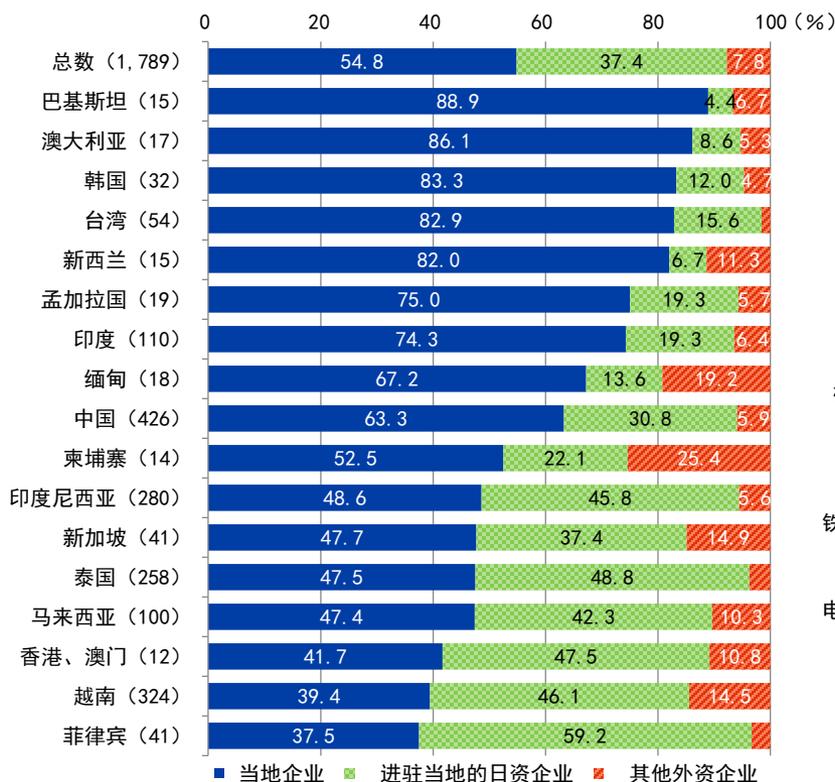
原材料及零部件的供应商详情 (按行业, 回答率100%)



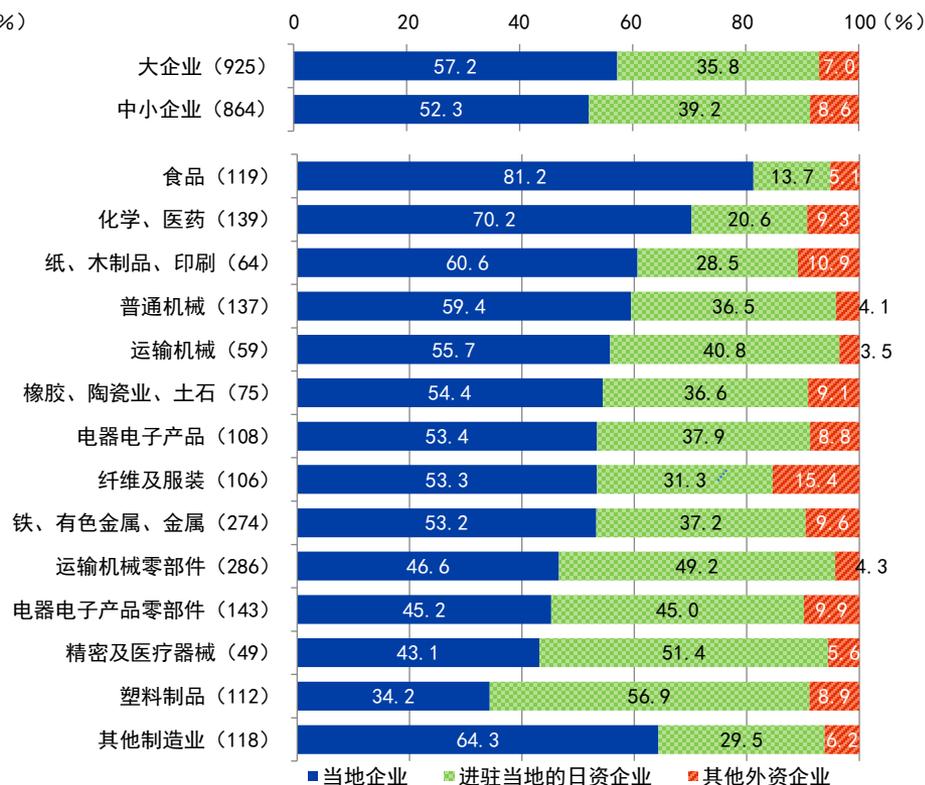
5 | 原材料及零部件采购 (5)

- 当地供应商的具体情况为，当地企业占比最高，为54.8%，较2019年度调查结果（51.9%）增长了2.9个百分点。
- 从进驻当地的日资企业的采购比例最高的国家和地区为菲律宾（59.2%）。
- 从行业来看，食品当地企业占比最高，为81.2%。另一方面，塑料制品、精密及医疗器械、运输机械等进驻当地的日资企业占比相对较高。

原材料及零部件的当地供应商详情
(按国家和地区, 回答率100%)



原材料及零部件的当地供应商详情
(按企业规模、行业, 回答率100%)

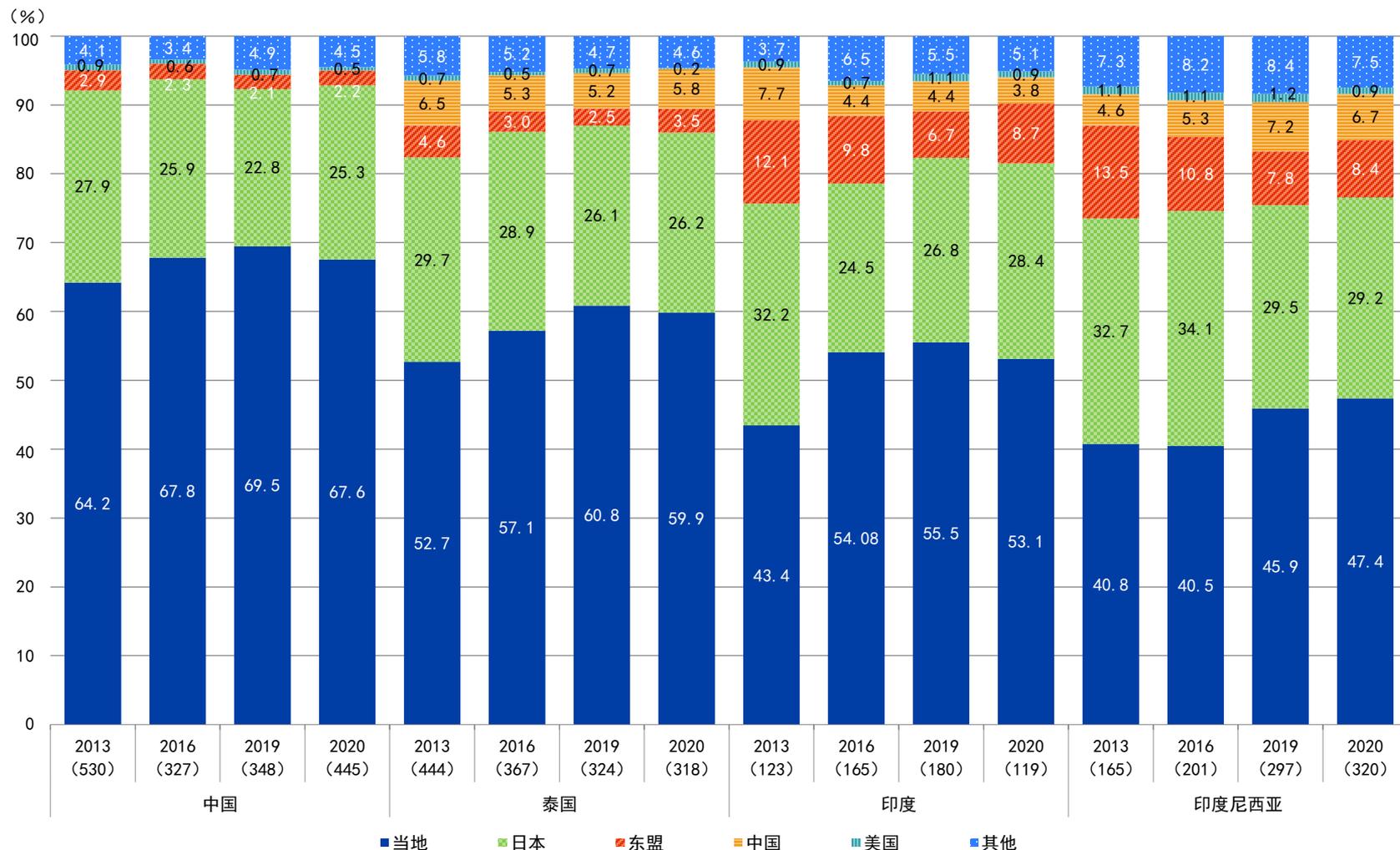


(注) 有效答卷企业数在10家以上的国家和地区。

5 | 原材料及零部件采购 (6)

仅制造业

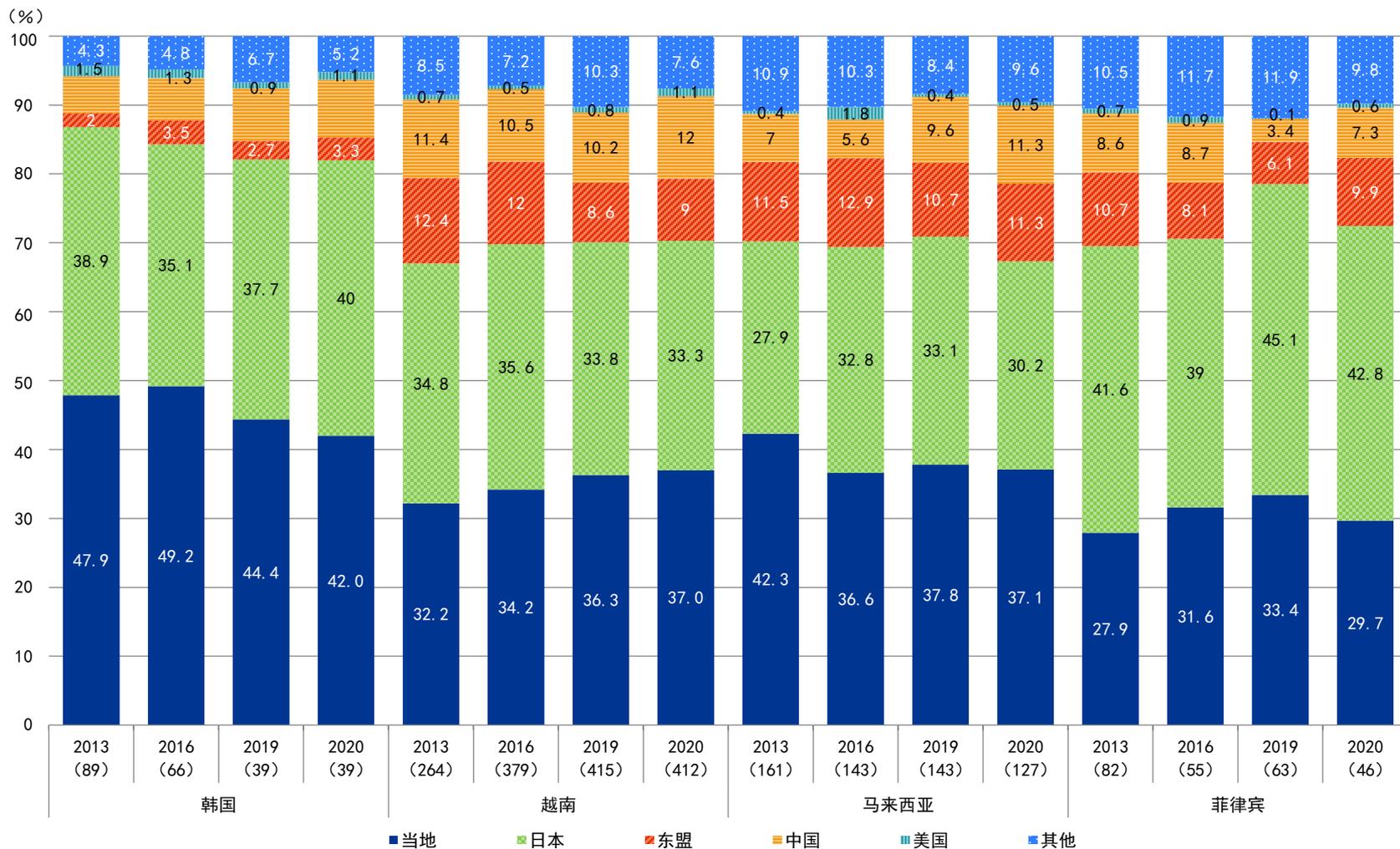
主要国家采购地明细的变化趋势 (2013年调查、2016年调查、2019年调查、2020年调查对比)



5 原材料及零部件采购 (7)

仅制造业

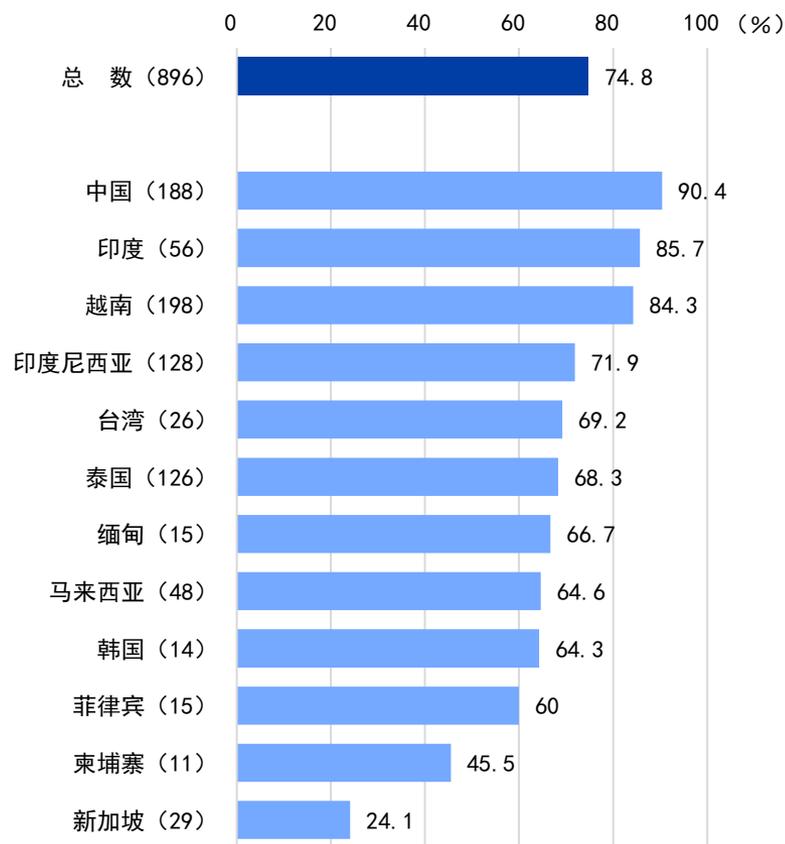
主要国家采购地明细的变化趋势 (2013年调查、2016年调查、2019年调查、2020年调查对比)



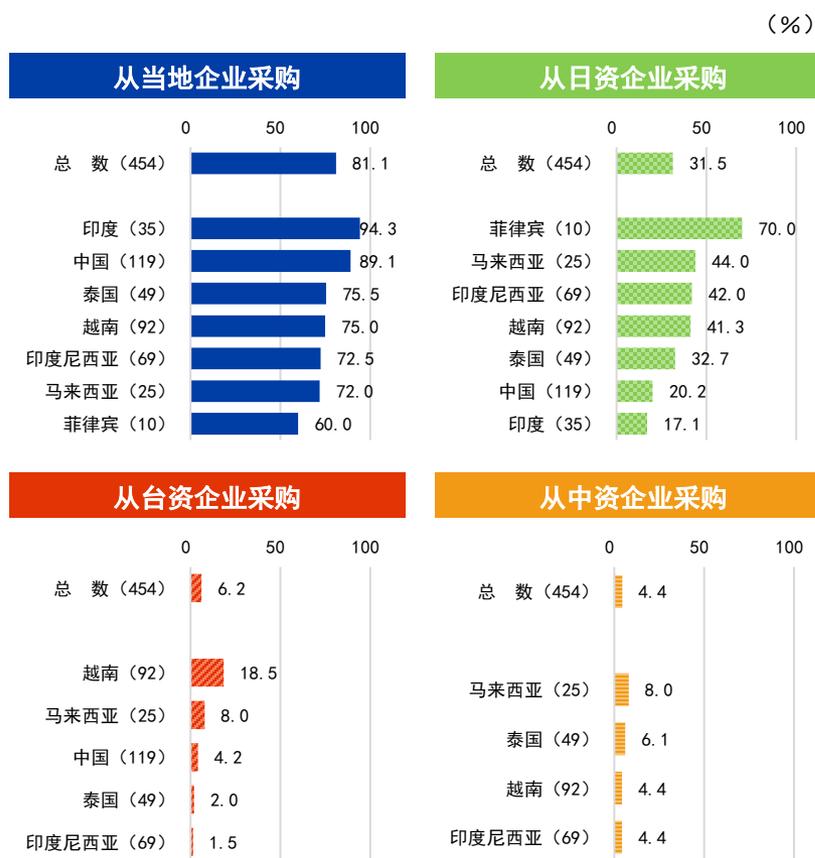
5 | 原材料及零部件采购 (8)

- 2,165家企业中有896家(41.4%)未来1-3年扩大采购。其中有74.8%的企业预计扩大当地采购。
- 扩大当地采购的企业中，扩大从当地企业、日资企业采购的比例分别约为8成和3成(有效答卷企业数为454家)。

未来1-3年预计扩大当地采购(按国家和地区)



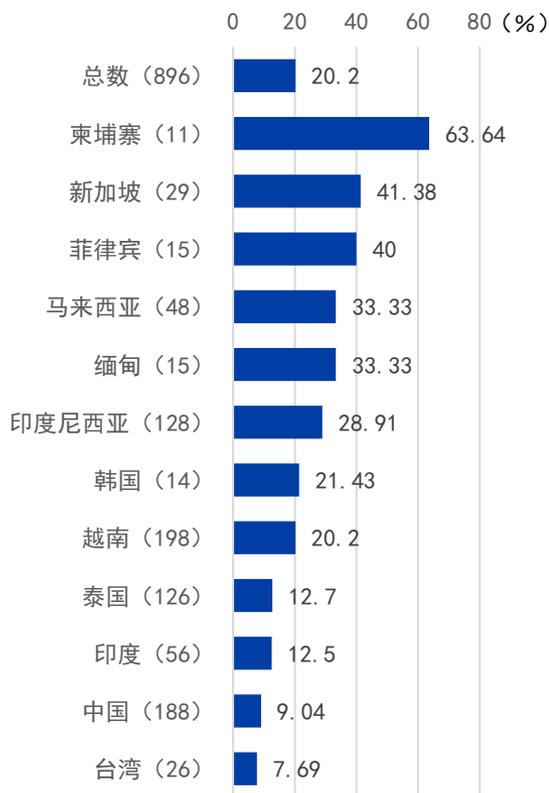
(注) 有效答卷企业数在10家以上的国家和地区。



5 | 原材料及零部件采购 (9)

- 未来1-3年扩大采购的企业中，扩大从东盟采购的比例为20.2%，以柬埔寨、新加坡、菲律宾等东盟境内为中心。
- 扩大从日本采购的比例为15.0%，从日本采购较多的菲律宾的比例最高。
- 扩大从中国采购的比例为12.2%，特别是东北亚较高。

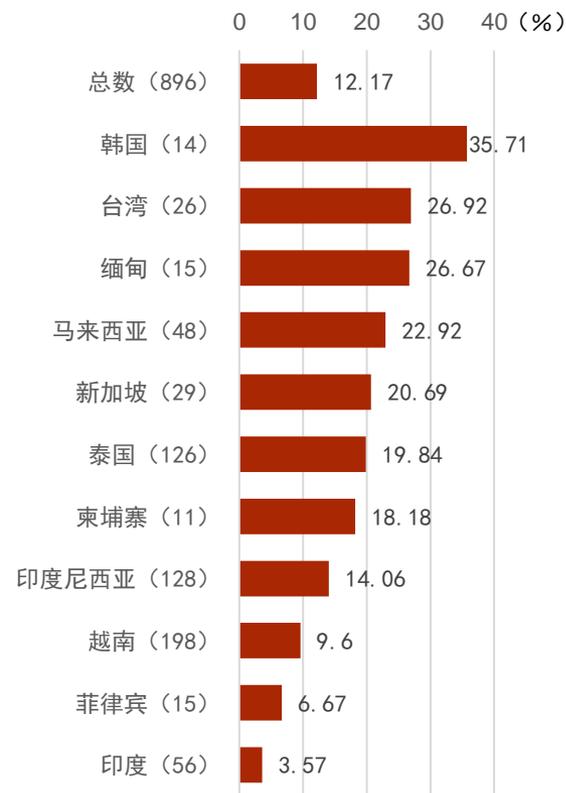
扩大从东盟采购的比例



扩大从日本采购的比例



扩大从中国采购的比例

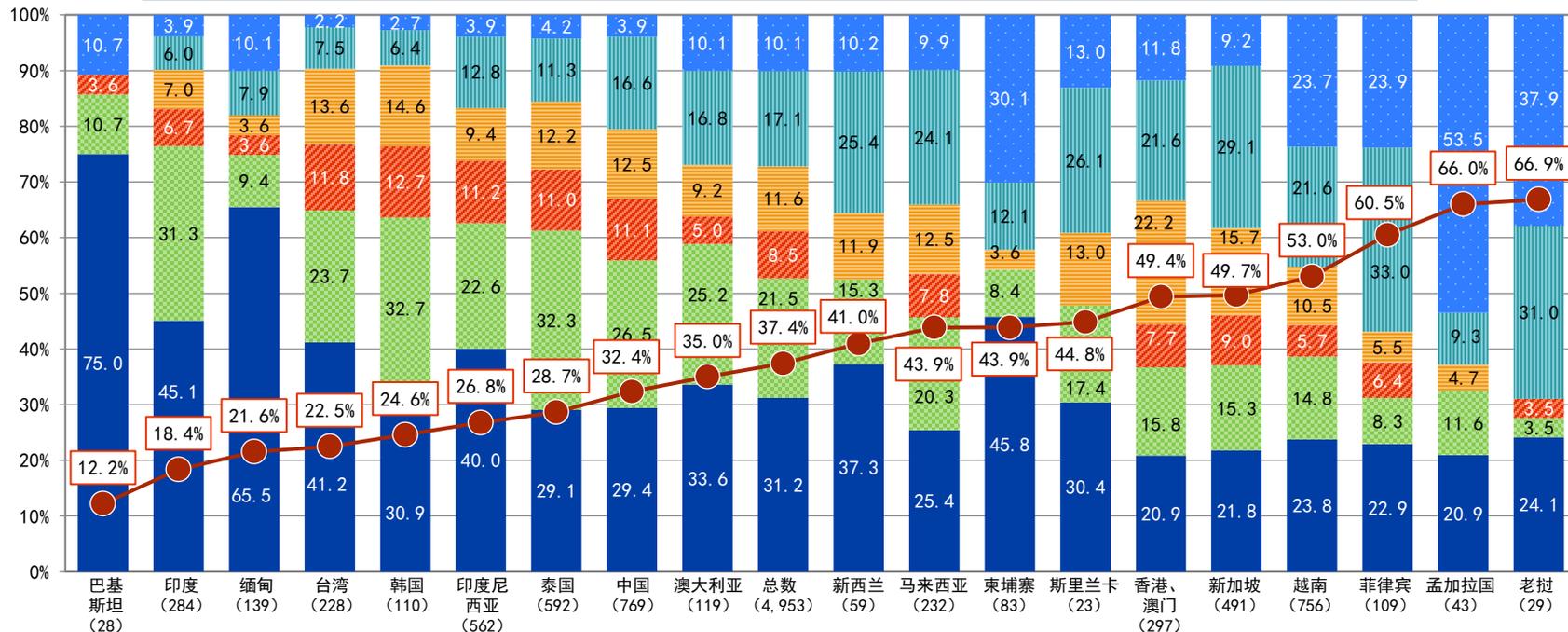


(注) 有效答卷企业数在10家以上的国家和地区。

6 | 进出口情况 (1)

- 海外日资企业的出口额在当地销售额中所占平均比例为37.4%（同比增长0.9个百分点）。
- 从国家和地区来看，老挝（66.9%）、孟加拉国（66.0%）、菲律宾（60.5%）、越南（53.0%）的占比均超过了5成。而巴基斯坦（12.2%）、印度（18.4%）企业在国内销售方面的占比较大，出口比例不足2成。
- 关于纯出口型企业（出口比例为100%）的占比，孟加拉国（53.5%）、老挝（37.9%）、柬埔寨（30.1%）较高。而关于纯内销型企业（出口比例为0%）的占比，巴基斯坦（75.0%）超过了7成。

出口额在销售额中所占的比例（按国家和地区，回答率0%–100%）



0% 1-25% (不含) 25-50% (不含) 50-75% (不含) 75-100% (不含) 100% —●— 平均

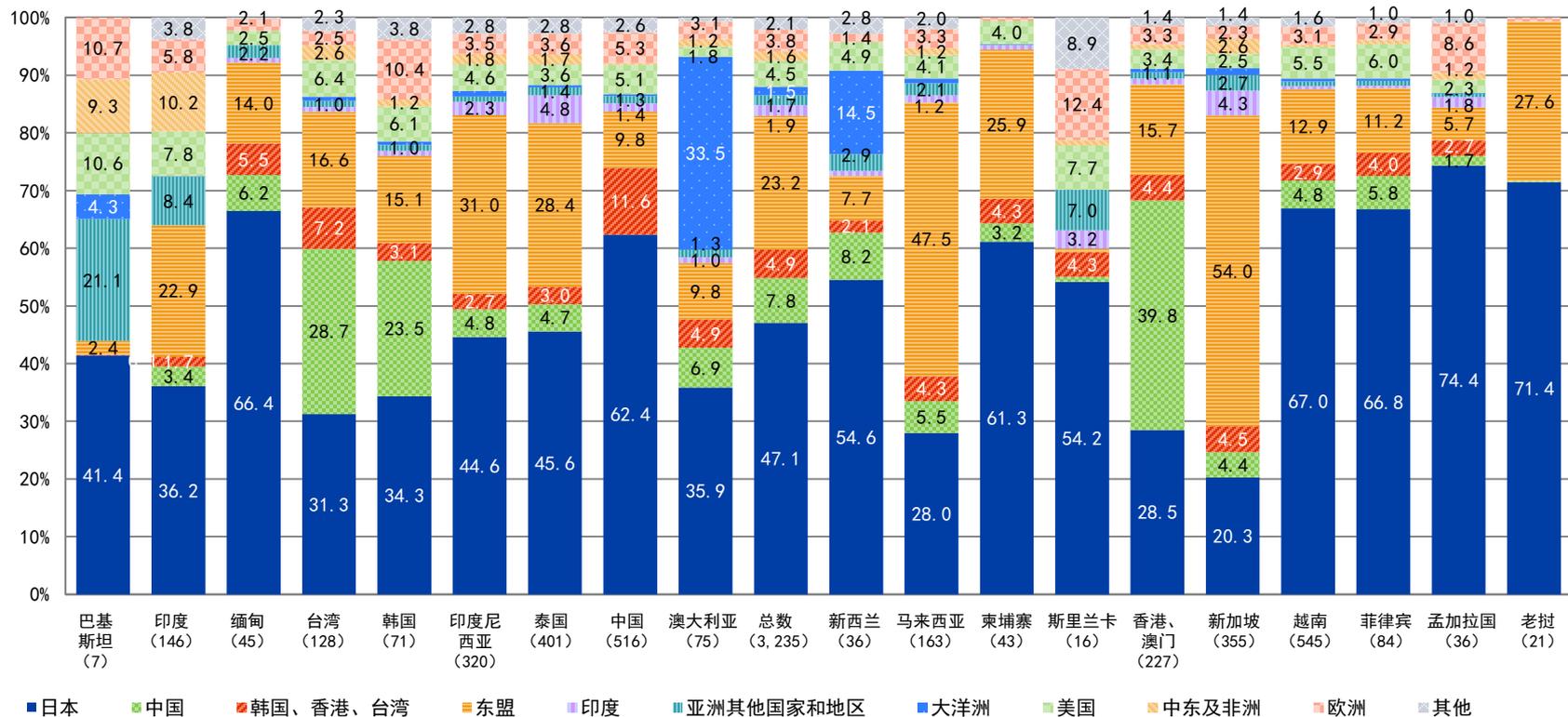
内销型 (出口比例低于50%)

出口型 (50%以上)

6 | 进出口情况 (2)

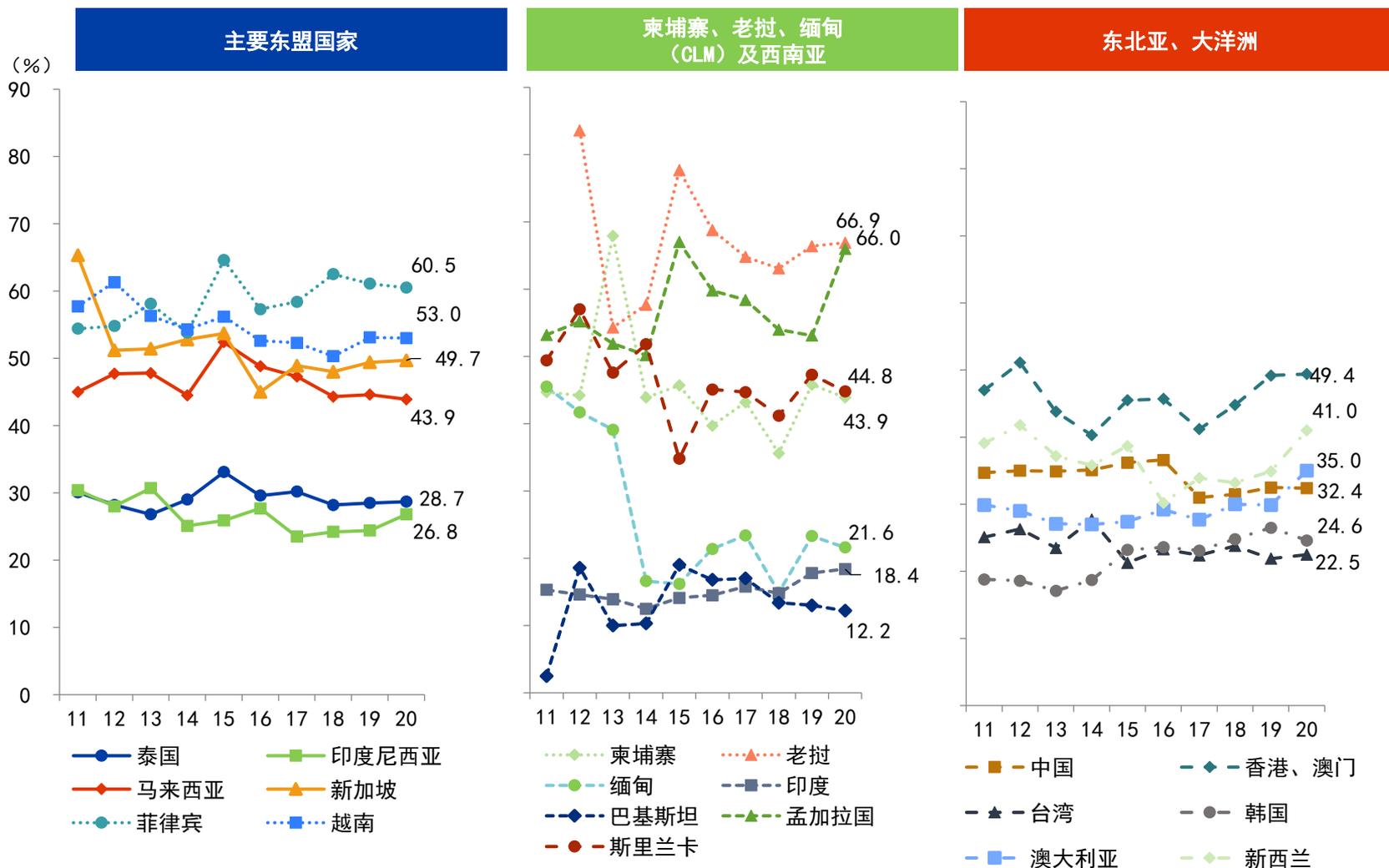
- 关于海外日资企业的出口目的地详情（平均），日本为47.1%（同比增长1.8个百分点），东盟为23.2%（增长0.2个百分点），中国为7.8%（增长1.2个百分点）。
- 在上一页出口型（平均出口比例50%以上）的国家和地区（老挝、孟加拉国、菲律宾、越南）中，日本在出口目的地中所占比例约为7成。此外，在内销型的缅甸、中国、新西兰、柬埔寨、斯里兰卡中，超过5成的出口目的地为日本。

出口目的地详情 (按国家和地区, 回答率100%)



6 | 进出口情况 (3)

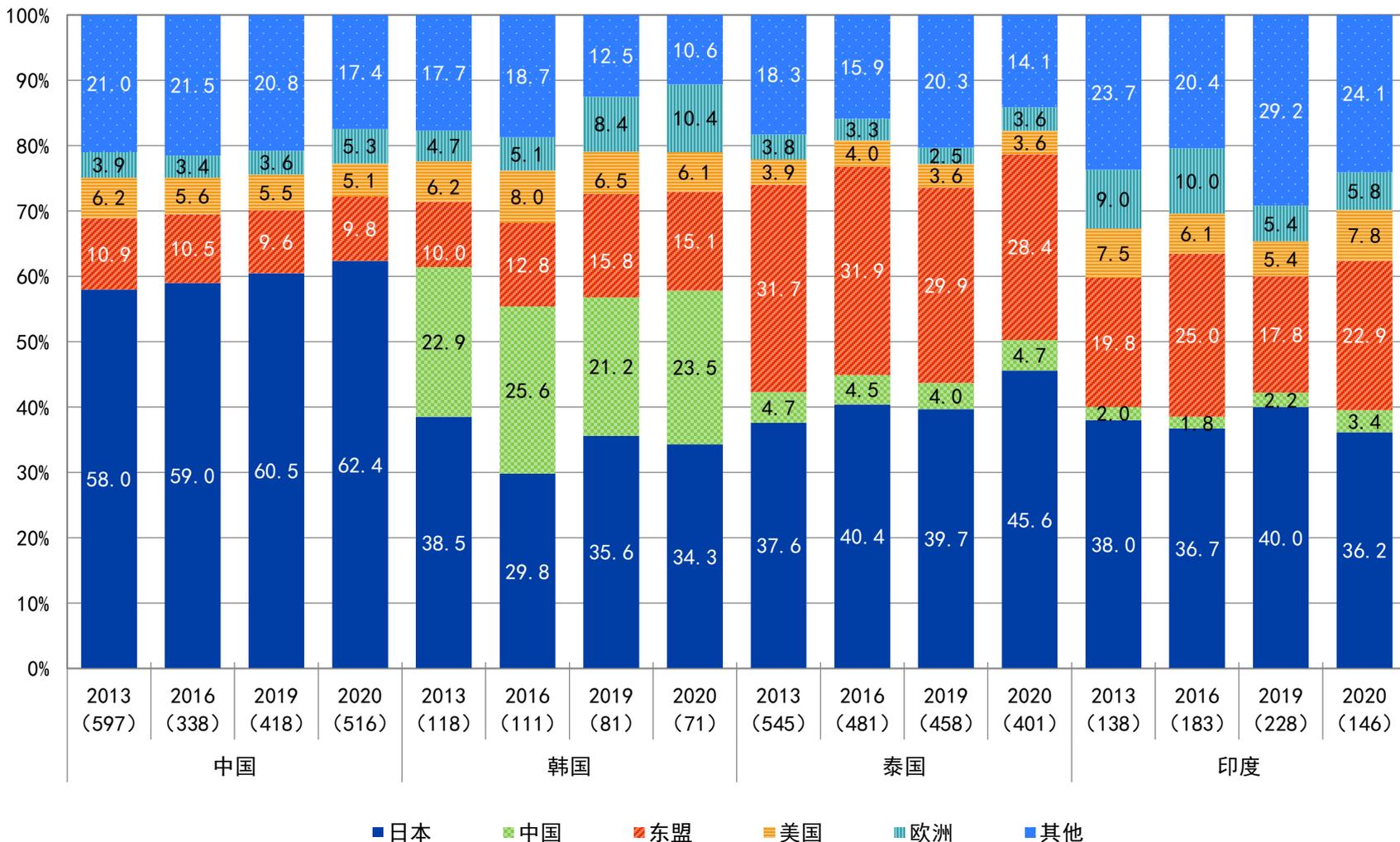
出口额在销售额中所占的比例 平均值的变化趋势 (2011年-2020年)



(注) 2009年-2010年的香港、澳门不包括澳门。

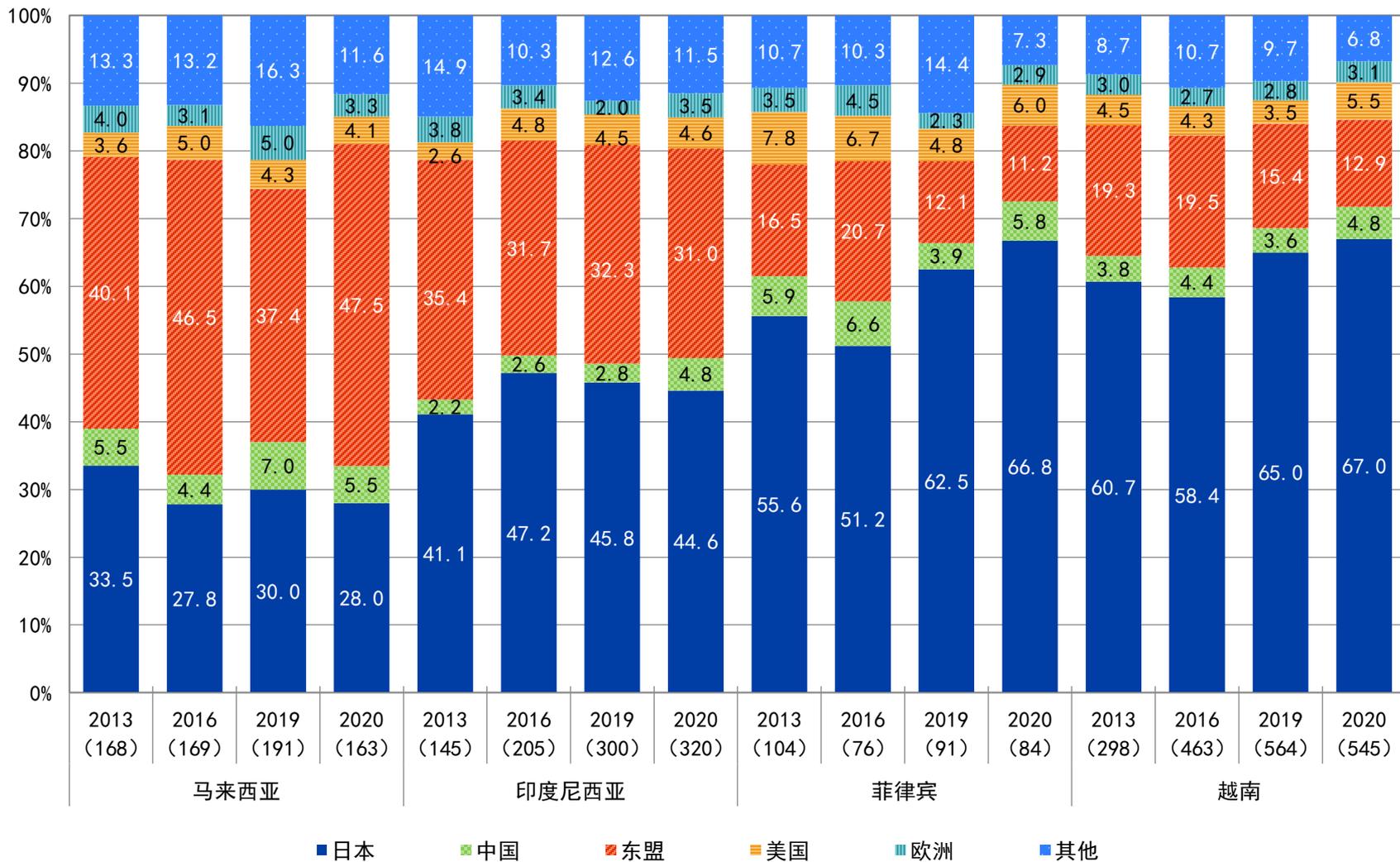
6 | 进出口情况 (4)

主要国家出口目的地详情的变化趋势 (2013年、2016年、2019年、2020年调查对比)



6 | 进出口情况 (5)

主要国家出口目的地详情的变化趋势 (2013年、2016年、2019年、2020年调查对比)

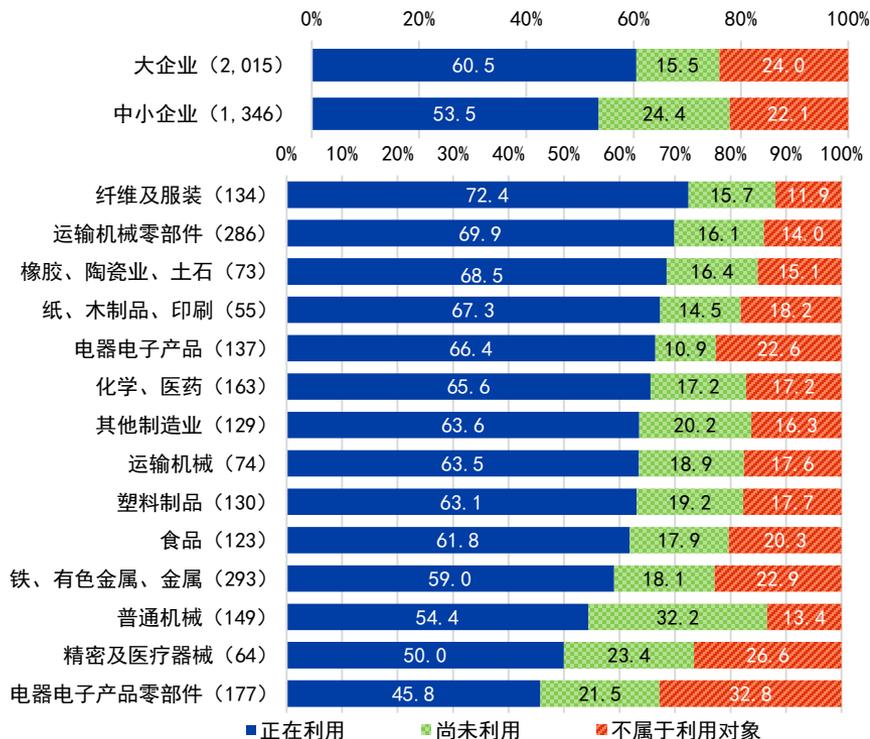


6 | 进出口情况 (6)

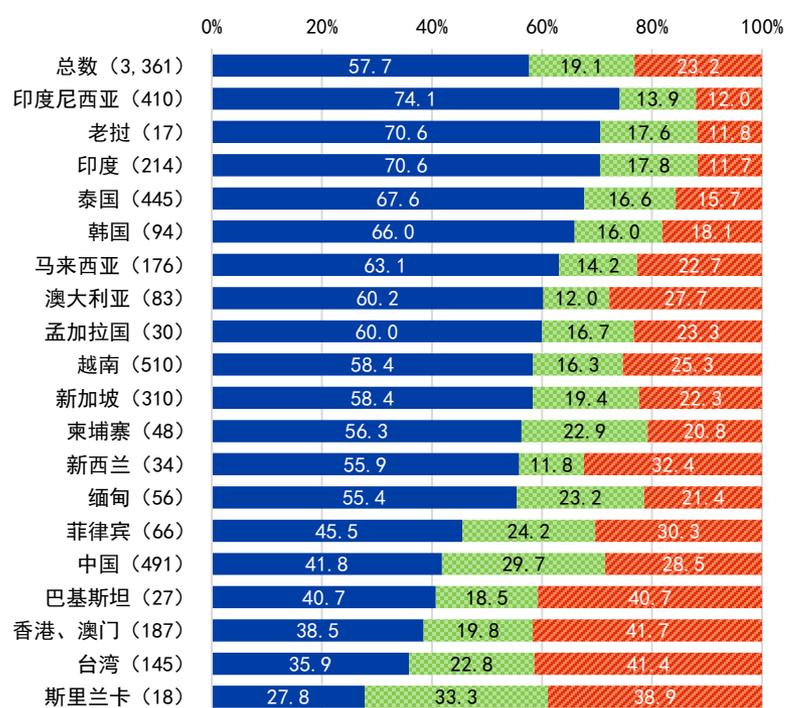
是否利用现有（已生效）FTA/EPA（仅开展进出口业务的企业）



FTA/EPA利用率（整体，按企业规模，按行业）



FTA/EPA利用率（按国家和地区）



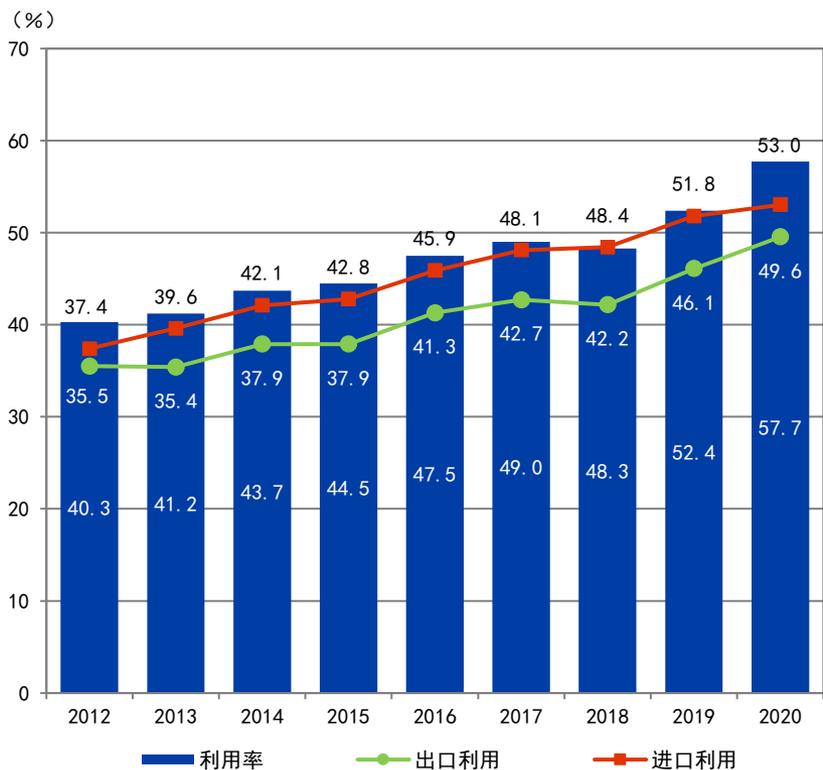
(注) 利用率根据（利用FTA/EPA/GSP的企业数/开展进出口业务的企业数）计算得出。

6 | 进出口情况 (7)

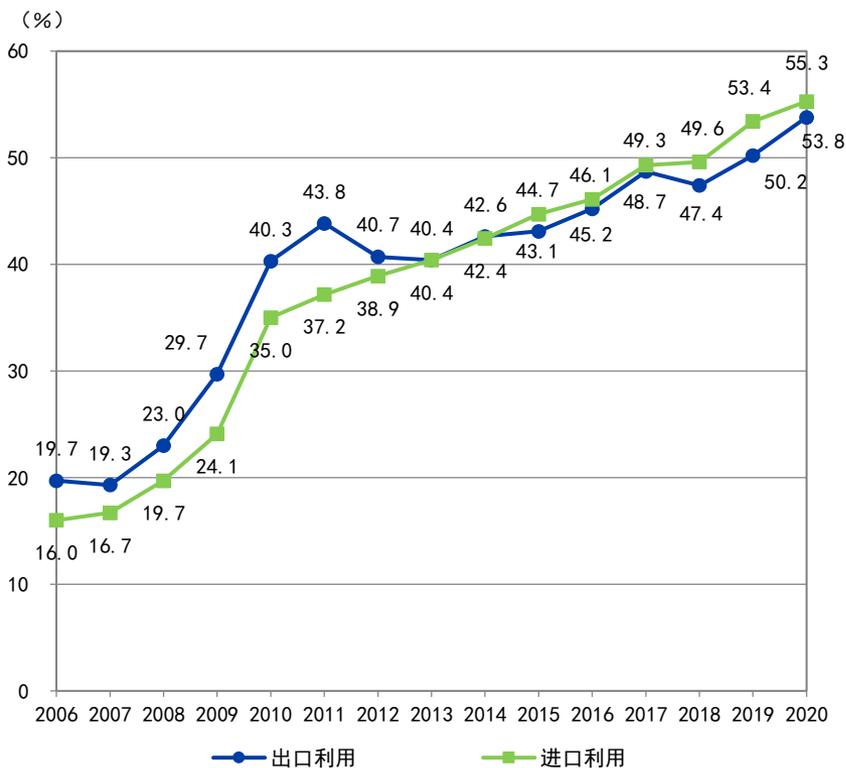
- 在开展进出口业务的海外日资企业中，利用FTA/EPA/GSP（普通特惠关税制度）的企业占比为57.7%。其中将因进出口商品关税为0%等理由而回答不属于利用对象的企业排除在外后，利用率为75.2%（上一页）。
- 从2006年开始长期来看东盟的日资企业，出口、进口的利用率均有所增长。

是否利用现有（已生效）FTA/EPA（仅开展进出口业务的企业）

FTA/EPA的利用率的走势（2012年-2020年）



东盟的日资企业的FTA/EPA利用率的走势（2006年-2020年）



(注) 利用率在2019年以前根据（至少利用1个EPA/FTA的企业数/开展进出口业务的企业数）计算得出。2020年根据（利用FTA/EPA/GSP的企业数/开展进出口业务的企业数）计算得出。出口（进口）利用根据（在出口（进口）中至少利用1个EPA/FTA的企业数/开展出口（进口）业务的企业数）计算得出。

6 | 进出口情况 (8)

FTA/EPA的利用情况 (东盟)

	出口				进口			
	对象国家和地区	企业数	利用企业数	利用率 (%)	对象国家和地区	企业数	利用企业数	利用率 (%)
泰国	东盟	151	88	58.3	东盟	92	57	62.0
	中国	65	34	52.3	中国	132	65	49.2
	日本	205	82	40.0	日本	328	187	57.0
	韩国	19	13	68.4	韩国	32	20	62.5
	印度	54	28	51.9				
	美国 (GSP)	28	13	46.4				
越南	东盟	142	77	54.2	东盟	155	75	48.4
	中国	78	33	42.3	中国	147	54	36.7
	日本	298	119	39.9	日本	355	141	39.7
	日本 (GSP)	22	18	81.8				
	韩国	43	25	58.1	韩国	48	19	39.6
	香港	29	10	34.5	香港	36	7	19.4
	印度	33	21	63.6				
	墨西哥	16	11	68.8				
印度尼西亚	东盟	140	99	70.7	东盟	189	141	74.6
	中国	54	37	68.5	中国	145	92	63.4
	日本	157	82	52.2	日本	315	208	66.0
	韩国	27	20	74.1	韩国	66	39	59.1
	印度	32	21	65.6	印度	31	18	58.1
	美国 (GSP)	41	17	41.5				
	欧盟 (GSP)	33	17	51.5				
新加坡	东盟	176	92	52.3	东盟	102	44	43.1
	中国	58	27	46.6	中国	88	28	31.8
	日本	94	42	44.7	日本	181	63	34.8
	韩国	33	17	51.5	韩国	33	9	27.3
	台湾	34	14	41.2	台湾	37	5	13.5
	香港	35	7	20.0				
	澳大利亚	52	21	40.4				
	新西兰	22	10	45.5				
	印度	74	34	45.9				
	斯里兰卡	24	7	29.2				
美国	36	12	33.3					
马来西亚	东盟	86	52	60.5	东盟	88	52	59.1
	中国	44	24	54.5	中国	65	30	46.2
	日本	69	31	44.9	日本	128	57	44.5
	韩国	16	12	75.0	韩国	29	12	41.4
	印度	26	15	57.7				
菲律宾								
缅甸	日本	32	11	34.4	日本	38	12	31.6
					东盟	26	15	57.7

(注) 双边FTA/EPA包含在多边FTA/EPA中。FTA/EPA利用率根据 (FTA/EPA利用企业数/进出口企业数) 计算得出。
企业数 (有效答卷企业数在20家以上) 或利用企业数 (有效答卷企业数在10家以上) 的国家和地区。

6 | 进出口情况 (9)

FTA/EPA的利用情况 (东亚、印度、澳大利亚)

	出口				进口			
	对象国家和地区	企业数	利用企业数	利用率 (%)	对象国家和地区	企业数	利用企业数	利用率 (%)
中国	东盟	107	48	44.9	东盟	68	42	61.8
	韩国	72	23	31.9	韩国	45	15	33.3
	香港	89	23	25.8	香港	54	11	20.4
	台湾	44	10	22.7	台湾	31	12	38.7
	新加坡	36	13	36.1				
香港、澳门	中国	118	25	21.2	中国	104	19	18.3
	东盟	77	22	28.6	东盟	53	17	32.1
台湾	中国	54	27	50.0	中国	62	21	33.9
	新加坡	20	6	30.0				
韩国	东盟	23	14	60.9	东盟	22	17	77.3
	中国	42	19	45.2	中国	40	27	67.5
	欧盟	24	16	66.7	欧盟	17	12	70.6
	美国	21	13	61.9				
印度	东盟	42	21	50.0	东盟	85	61	71.8
	日本	55	20	36.4	韩国	21	13	61.9
					日本	158	94	59.5
澳大利亚	日本	27	10	37.0	东盟	26	16	61.5
					中国	21	11	52.4
					日本	45	24	53.3

(注) 双边FTA/EPA包含在多边FTA/EPA中。FTA/EPA利用率根据 (FTA/EPA利用企业数/进出口企业数) 计算得出。
企业数 (有效答卷企业数在20家以上) 或利用企业数 (有效答卷企业数在10家以上) 的国家和地区。

6 | 进出口情况（10）

- 在海外日资企业尚未利用FTA/EPA的理由中，回答占比最多的是“不知道制度及手续”（40.9%）。
- 在进驻东盟的日资企业中，该项回答占比较高的国家和地区依次为柬埔寨、新加坡、越南。

尚未利用FTA、EPA的理由（多选） 进驻东盟的日资企业

尚未利用的原因	总数	(件数、%)								
		东盟	越南	泰国	新加坡	印度尼西亚	马来西亚	菲律宾	缅甸	柬埔寨
有效答卷企业数	601	329	82	71	55	54	25	16	13	11
不知道制度及手续	40.9	42.6	48.8	33.8	52.7	35.2	24.0	43.8	46.2	72.7
不知道商品是否适用	35.8	33.1	37.8	29.6	43.6	22.2	28.0	31.3	15.4	54.6
进出口的数量及金额较小	28.3	28.0	30.5	39.4	16.4	29.6	24.0	18.8	23.1	9.1
客户没有提出要求	15.8	15.5	18.3	11.3	25.5	5.6	24.0	0.0	30.8	9.1
手续繁琐，成本高 (取得原产地证书等)	13.0	17.0	8.5	22.5	14.6	33.3	20.0	0.0	7.7	9.1
业务负担过重 (需要确认是否满足原产地规则等)	10.8	12.2	7.3	16.9	16.4	14.8	12.0	0.0	7.7	9.1
属于通过贸易公司等间接出口	10.3	9.1	11.0	5.6	16.4	9.3	4.0	6.3	7.7	0.0
其他	7.8	9.1	9.8	9.9	5.5	5.6	16.0	25.0	7.7	0.0

(注) 仅限有效答卷企业数在10家以上的国家和地区

6 | 进出口情况 (11)

- 在进驻东北亚的日资企业尚未利用FTA/EPA的理由中，回答占比最高的是“不知道制度及手续”（40.4%）。
- 而在东南亚、大洋洲，回答“不知道商品是否适用”的企业占比均最高，分别为46.9%、40.0%。

尚未利用FTA、EPA的理由（多选） 进驻东亚、东南亚、大洋洲的日资企业

（件数、%）

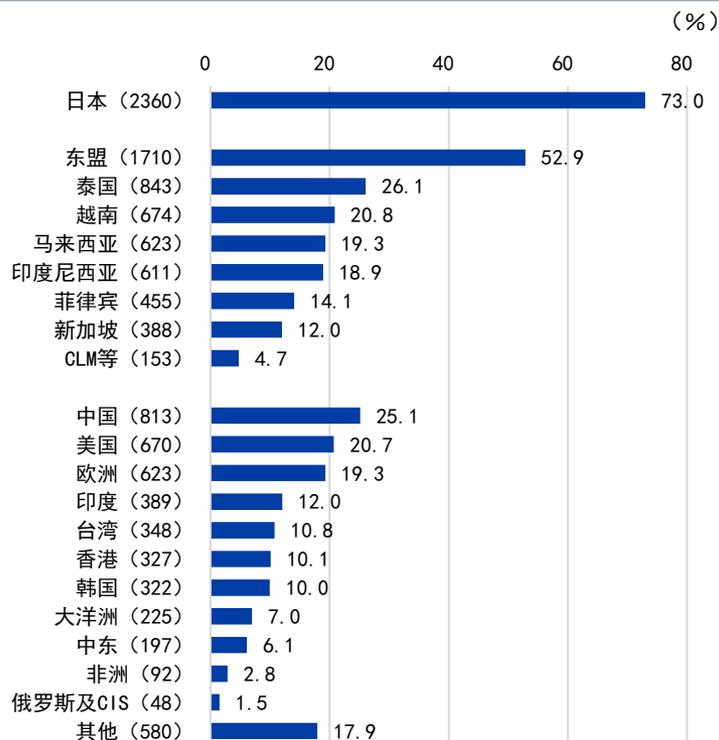
尚未利用的原因	东北亚	中国	香港、 澳门	台湾	韩国	西南 亚	印度	大洋 洲
有效答卷企业数	213	135	34	31	13	49	35	10
不知道制度及手续	40.4	45.2	29.4	35.5	30.8	36.7	25.7	20.0
不知道商品是否适用	37.1	41.5	41.2	22.6	15.4	46.9	40.0	40.0
进出口的数量及金额较小	30.5	32.6	14.7	32.3	46.2	26.5	22.9	0.0
客户没有提出要求	17.4	12.6	29.4	22.6	23.1	8.2	5.7	30.0
手续繁琐，成本高 （取得原产地证书等）	4.7	5.9	5.9	0.0	0.0	24.5	31.4	0.0
业务负担过重 （需要确认是否满足原产地规则等）	4.2	3.0	8.8	0.0	15.4	32.7	42.9	0.0
属于通过贸易公司等间接出口	13.2	14.8	14.7	9.7	0.0	6.1	5.7	10.0
其他	4.7	4.4	2.9	9.7	0.0	10.2	14.3	20.0

（注）仅限有效答卷企业数在10家以上的国家和地区

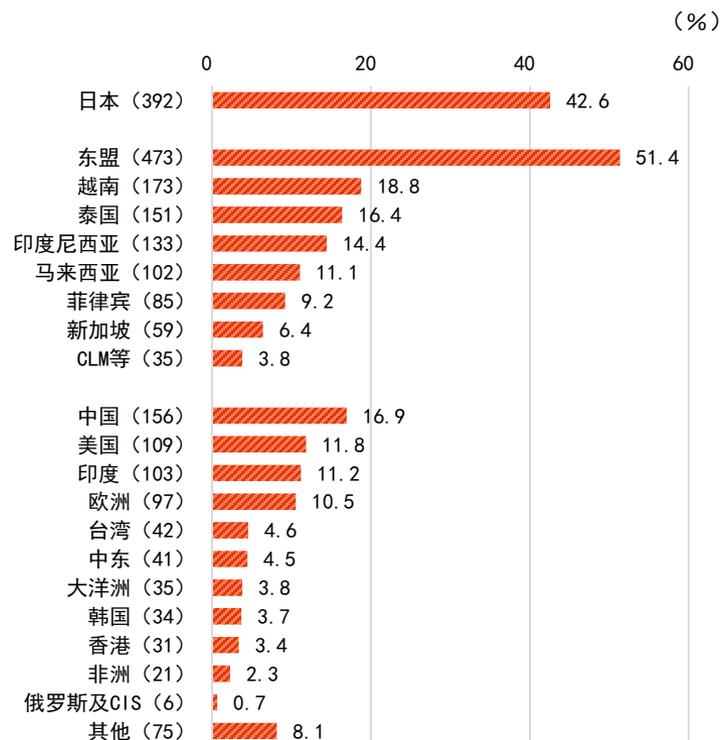
6 | 进出口情况 (12)

- 开展出口业务的海外日资企业（有效答卷企业数3,235家）中有73.0%的企业开展对日出口业务，而关于未来1-3年预计扩大出口额的国家和地区（921家），回答东盟的企业最多，为473家（51.4%），其中越南排名靠前。
- 此外，从扩大出口额的国家和地区来看（下一页），新加坡、泰国、马来西亚、印度尼西亚等东盟日资企业中扩大对东盟出口的企业较多。
- 越南日资企业扩大对美出口的企业占比（22.8%）较高（下一页）。

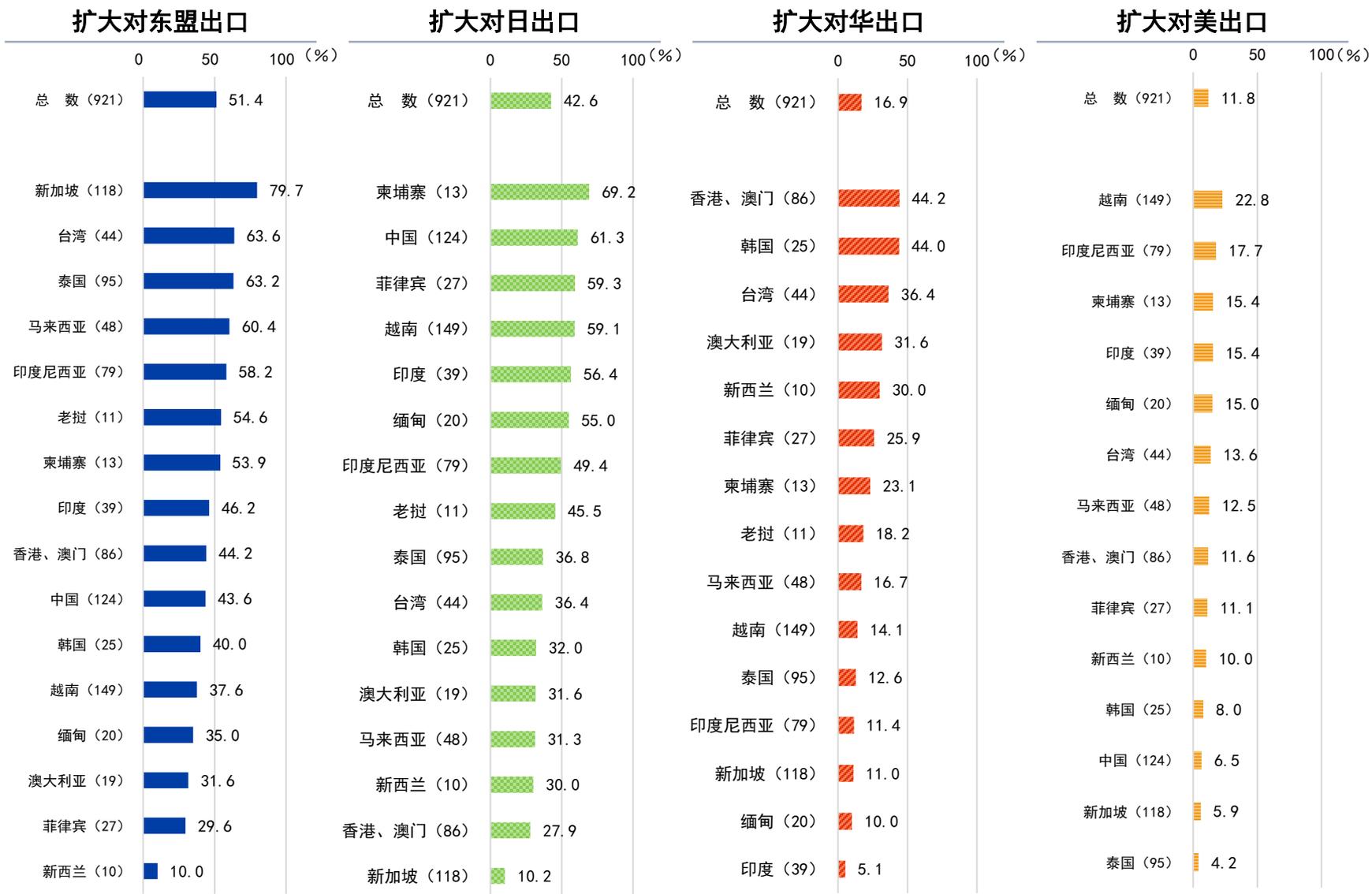
出口目的地的详情
(按国家和地区, 多选, 3,235)



未来1-3年预计扩大出口额的国家和地区
(多选, 921)



6 | 进出口情况 (13)

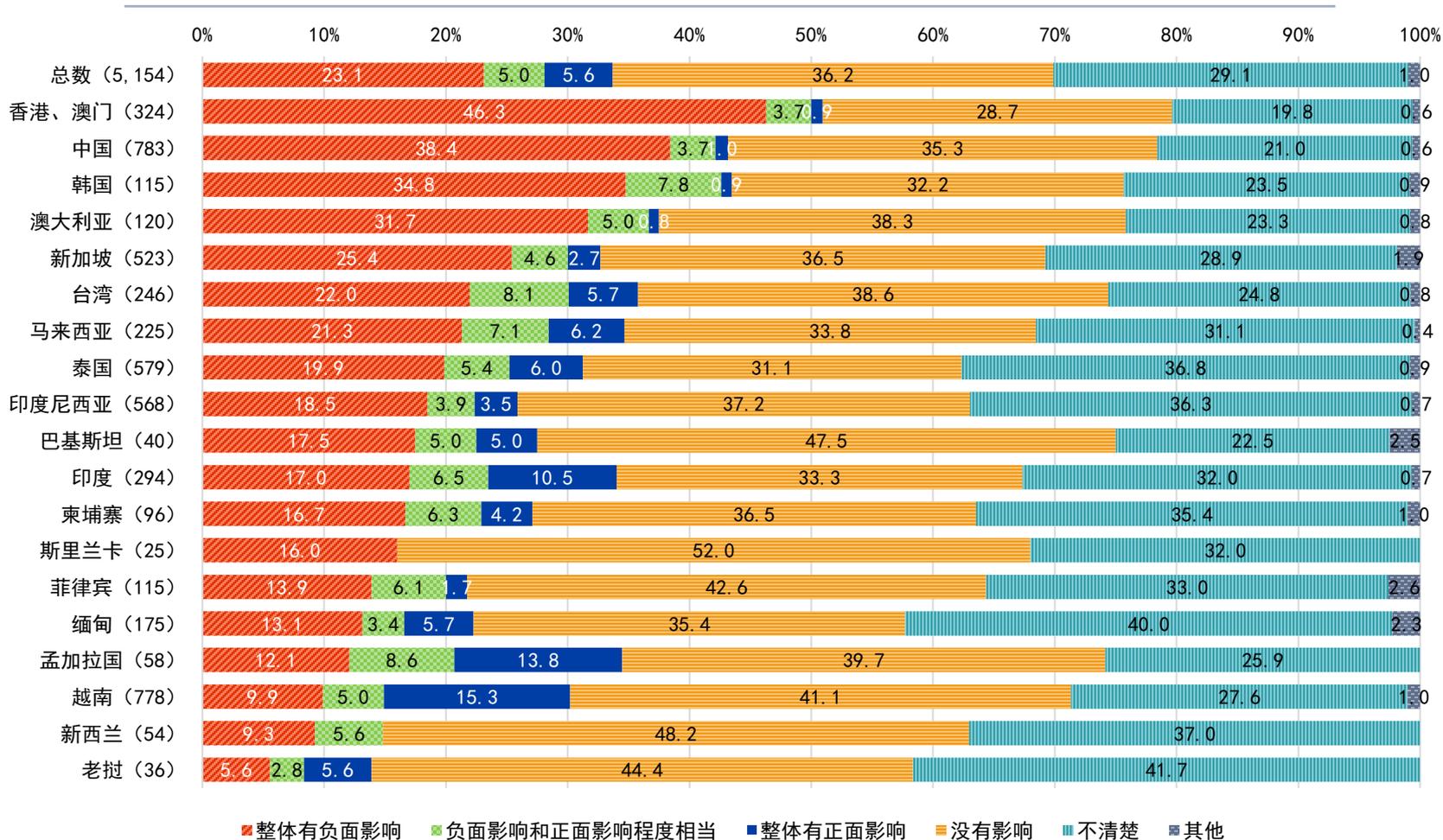


(注) 仅限有效答卷企业数在10家以上的国家和地区

7 | 通商环境变化的影响 (1)

- 从给2020年业绩带来的影响来看，整体回答“没有影响”“不清楚”的占比较大，但香港、澳门（46.3%）、中国（38.4%）、韩国（34.8%）、澳大利亚（31.7%）回答“有负面影响”的企业占比超过3成。

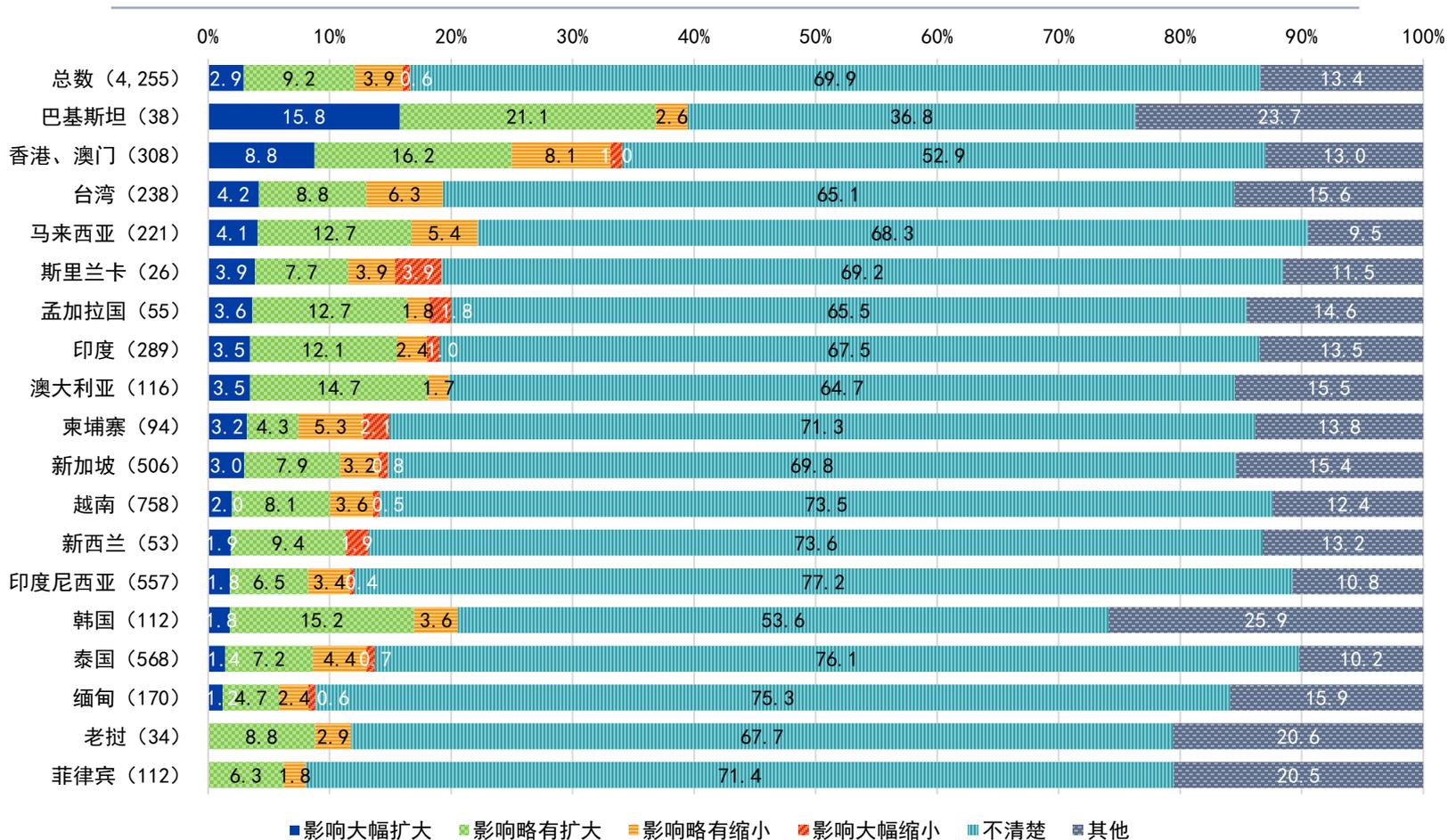
通商环境变化给2020年业绩带来的影响



7 | 营商环境变化的影响 (2)

- 从营商环境变化给业绩带来的影响的大小（较2019年）来看，整体回答“不清楚”的企业占比约为7成。
- 巴基斯坦（15.8%）、香港、澳门（8.8%）回答“大幅扩大”的企业占比较多。除以上国家和地区外，韩国（15.2%）、澳大利亚（14.7%）回答“略有扩大”的企业占比较多。“其他”（13.4%）这项回答中多数为“没有影响”。

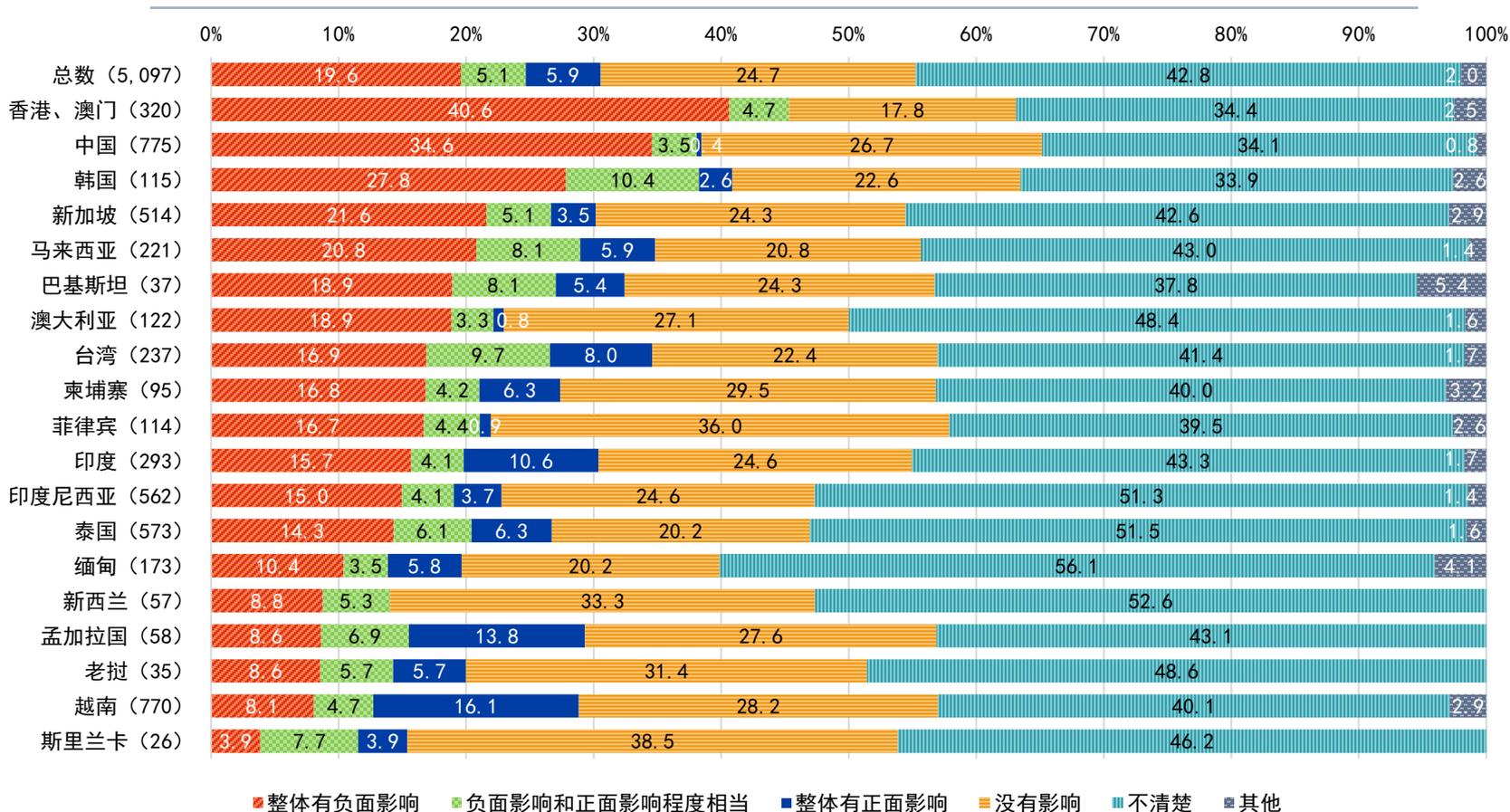
营商环境变化给业绩带来的影响的大小（较2019年）



7 | 通商环境变化的影响 (3)

- 从通商环境变化给未来2-3年业绩带来的影响来看，整体回答“不清楚”（42.8%）的企业占比最多，虽然有所担心但认为前途尚不明朗的观点较多。另外，香港、澳门（40.6%）回答“有负面影响”的企业占比最多，而中国（34.6%）、韩国（27.8%）、新加坡（21.6%）、马来西亚（20.8%）均超过2成。
- 另一方面，越南（16.1%）、孟加拉国（13.8%）、印度（10.6%）回答“有正面影响”的企业占比较多。

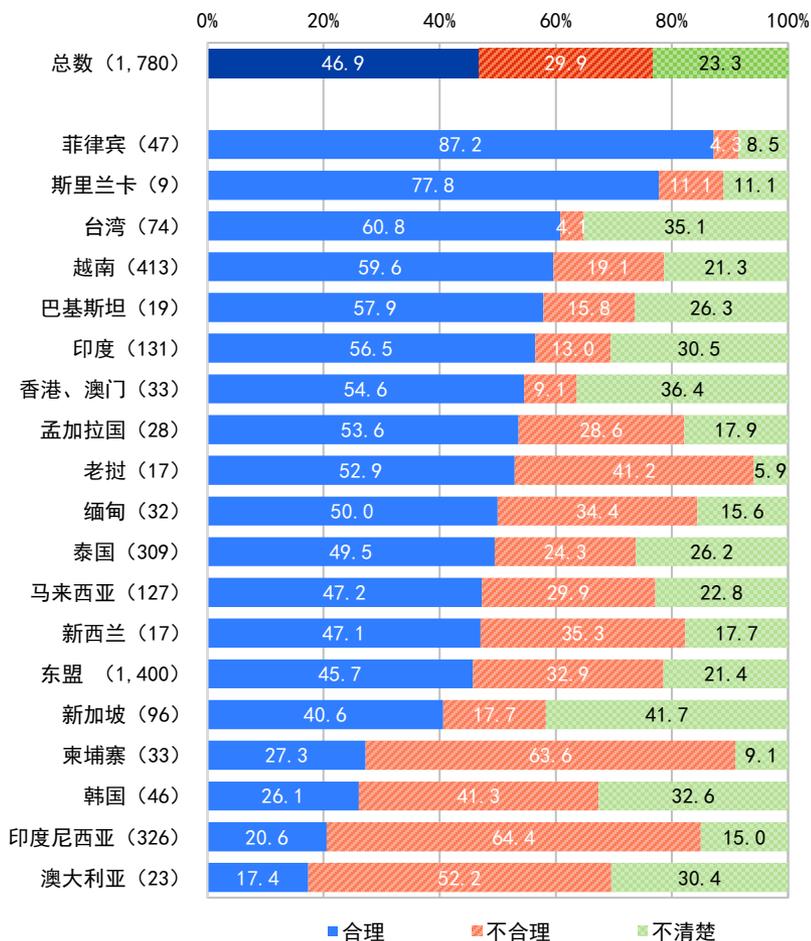
通商环境变化给未来2-3年业绩带来的影响



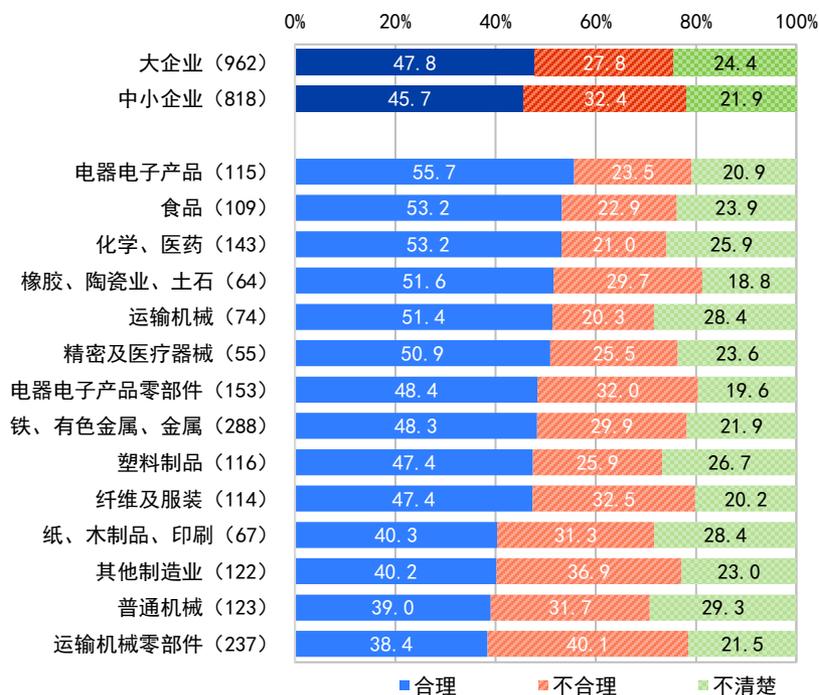
8 | 生产效率、创新、数字化 (1)

从生产效率来看，所在国家和地区政府设定的最低工资金额是否合理？

按国家和地区

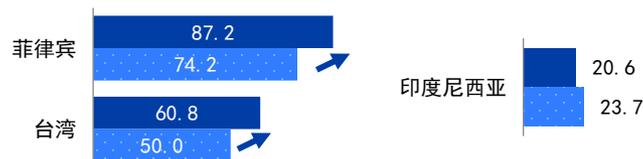


按企业规模、行业



回答合理的企业占比变化

增长10个百分点以上



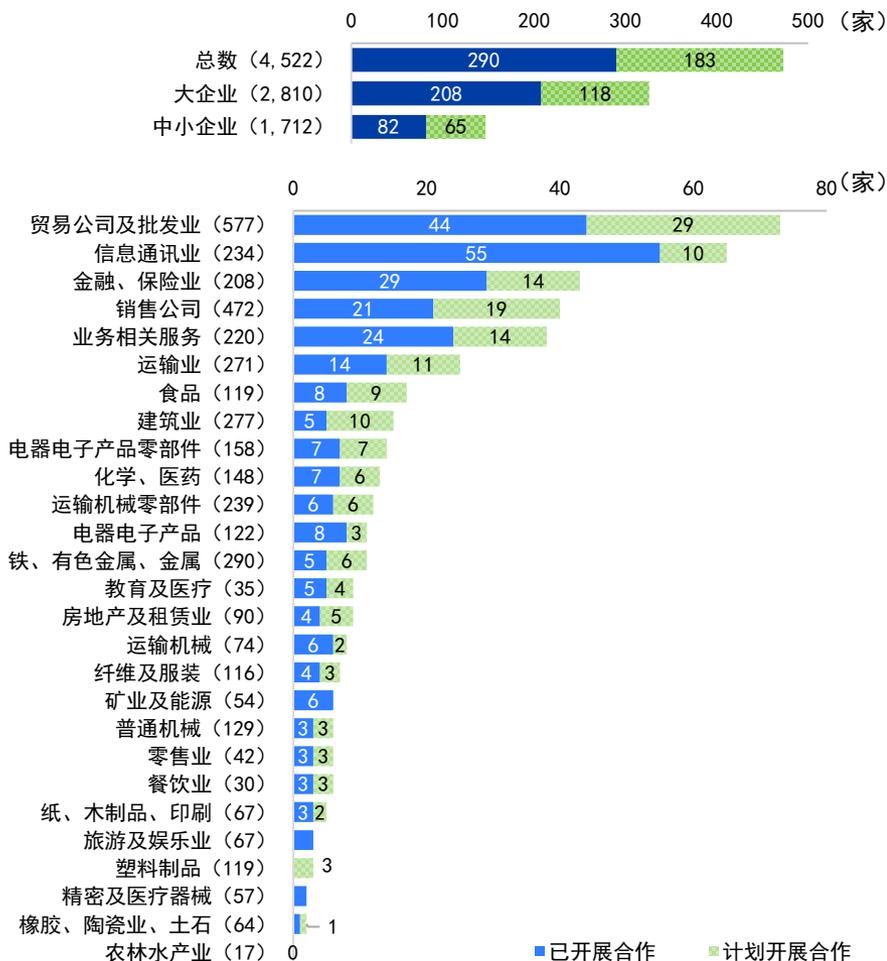
(注1) 回答企业数 (2019年、2020年)：菲律宾 (62、47)、台湾 (58、74)、印度尼西亚 (274、326)
 (注2) 有效答卷企业数在50家以上的国家和地区。

8 | 生产效率、创新、数字化 (2)

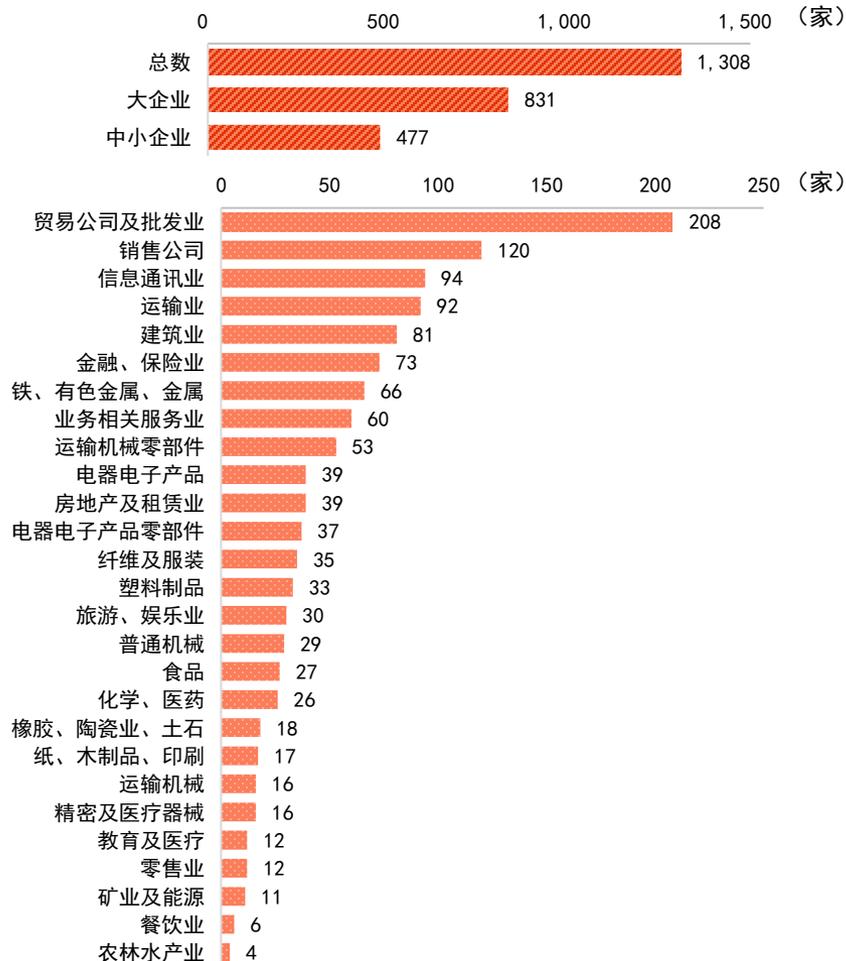
与当地初创企业合作

(注) 右图的有效答卷企业数与左图相同。

已开展或计划开展合作的企业 (按企业规模、行业)



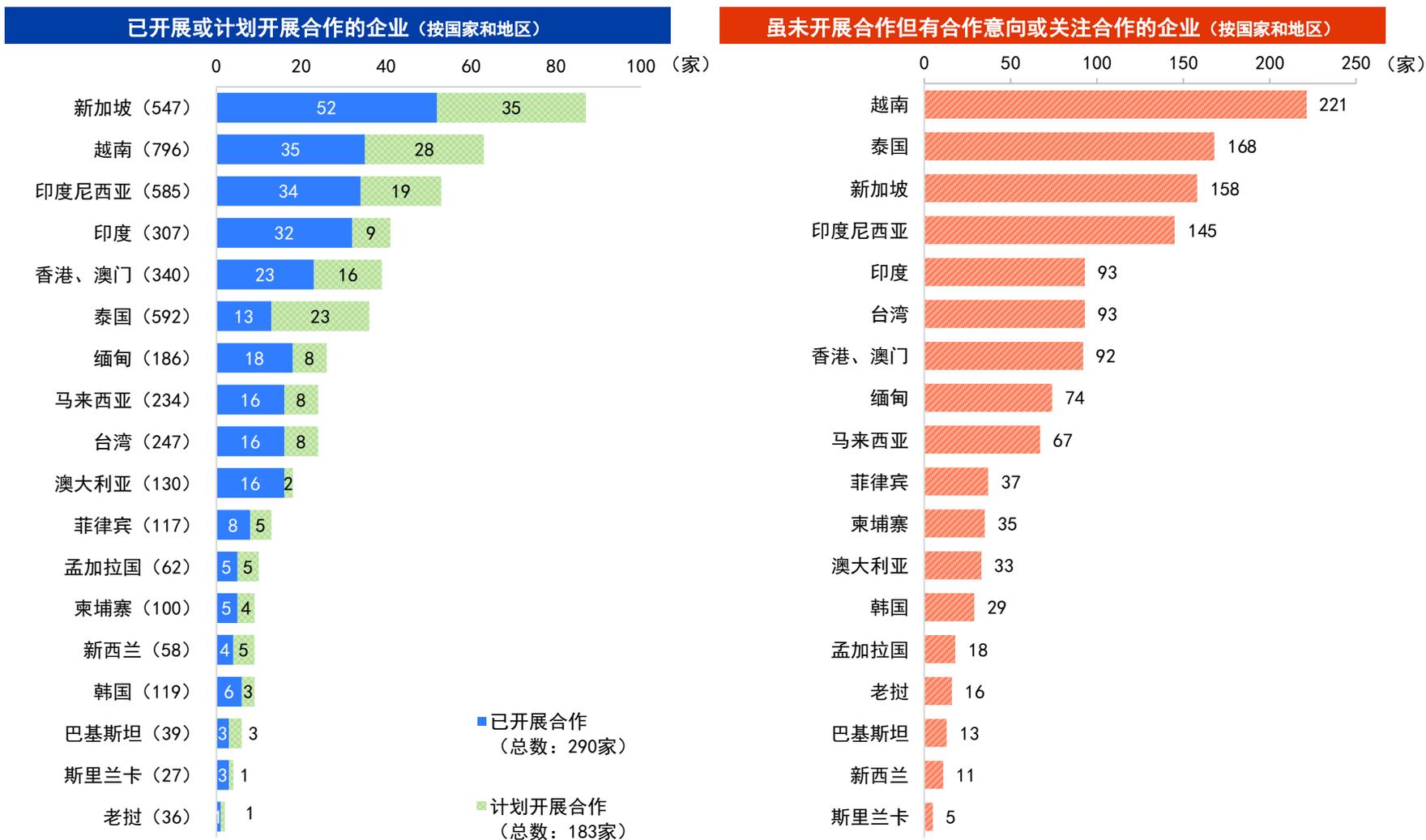
虽未开展合作但有合作意向或关注合作的企业 (按企业规模、行业)



8 | 生产效率、创新、数字化 (3)

与当地初创企业合作

(注) 右图的有效答卷企业数与左图相同。

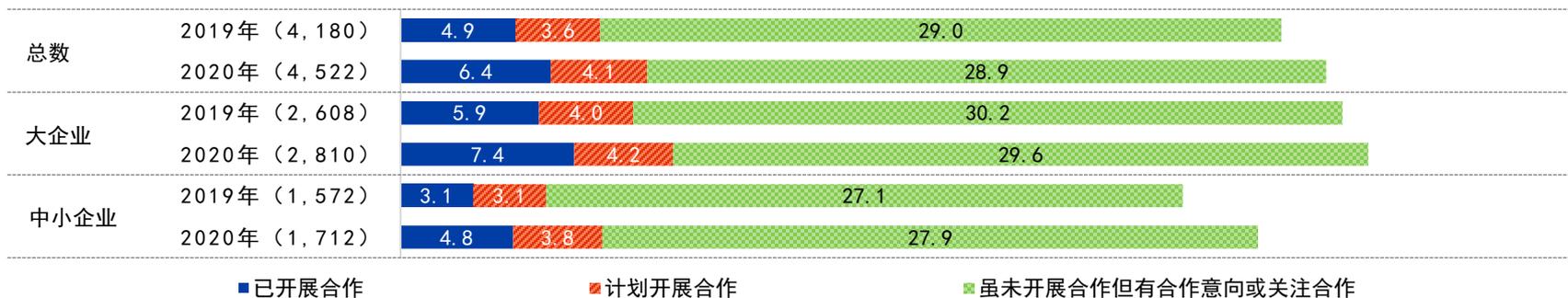


8 | 生产效率、创新、数字化（4）

与当地初创企业合作

已开展或计划开展合作的企业以及虽未开展合作但有合作意向或关注合作的企业占比（同比）

(%)



■ 已开展合作

■ 计划开展合作

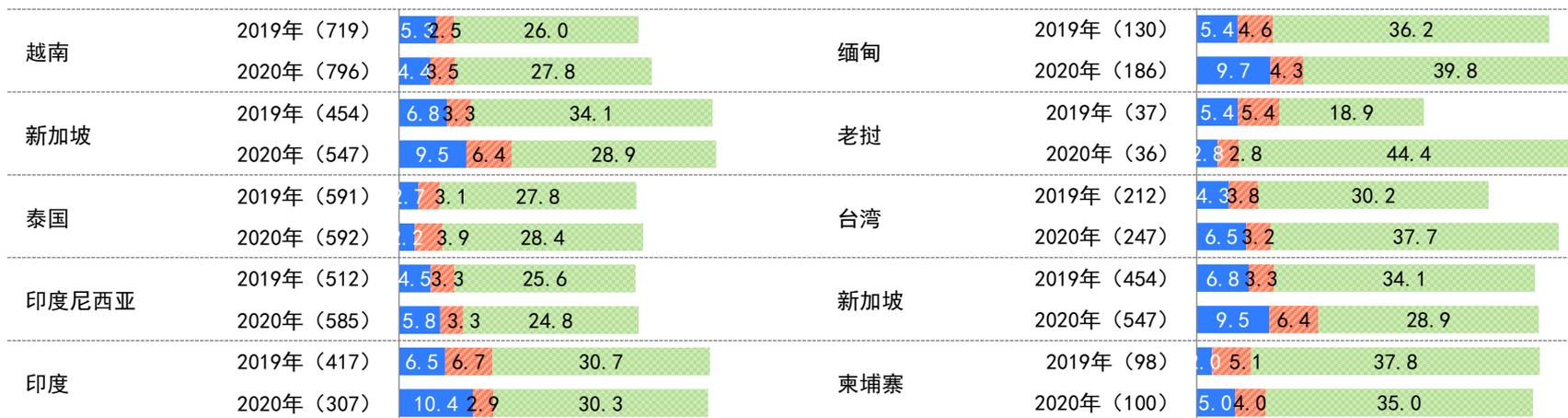
■ 虽未开展合作但有合作意向或关注合作

企业数前5位的国家和地区

(%)

占比前5位的国家和地区

(%)



8 | 生产效率、创新、数字化（5）

在与当地初创企业合作中的目标市场（按国家和地区，多选）

（单位：家）

所在国家和地区	有效答卷企业数	当地	东盟	日本	中国	韩国、台湾、香港	印度	美国	欧洲	大洋洲	南亚（不含印度）	中东	非洲
总数	1,682	969	752	548	197	152	132	123	91	79	64	40	39
东盟	1,182	676	613	371	75	91	96	70	56	38	36	18	17
东亚	262	142	86	99	105	44	23	26	15	11	7	5	5
东南亚	168	113	38	65	12	13	8	25	18	2	21	16	16
大洋洲	70	38	15	13	5	4	5	2	2	28	0	1	1
越南	275	180	115	115	16	19	8	23	19	6	3	2	2
新加坡	230	101	172	78	19	33	45	18	11	18	16	10	7
泰国	197	116	100	66	12	13	14	6	6	2	2	1	1
印度尼西亚	191	113	88	37	10	9	11	6	5	6	9	2	4
香港、澳门	123	49	37	42	73	27	9	10	6	5	2	2	2
印度	116	87	25	46	3	8	0	18	9	1	11	11	12
台湾	105	66	41	43	26	14	11	10	7	5	3	1	2
缅甸	92	59	39	17	2	6	3	2	3	2	2	0	1
马来西亚	88	46	45	20	3	2	7	9	6	4	4	3	1
澳大利亚	50	25	12	7	4	4	5	1	2	21	0	1	1
菲律宾	49	28	19	21	6	1	5	4	2	0	0	0	0
柬埔寨	42	25	22	10	5	7	2	2	3	0	0	0	0
韩国	34	27	8	14	6	3	3	6	2	1	2	2	1
孟加拉国	27	11	8	12	8	5	7	5	8	1	6	4	2
新西兰	20	13	3	6	1	0	0	1	0	7	0	0	0
老挝	18	8	13	7	2	1	1	0	1	0	0	0	1
巴基斯坦	16	10	3	5	0	0	1	1	0	0	3	1	2
斯里兰卡	9	5	2	2	1	0	0	1	1	0	1	0	0

（注）有效答卷企业在100家以上的市场为红色，50家以上的市场为橙色，10家以上的市场为绿色。

8 | 生产效率、创新、数字化 (6)

当前是否利用电商 (EC) 网站开展销售?

(%)

总数 (4,507)

13.0

8.5

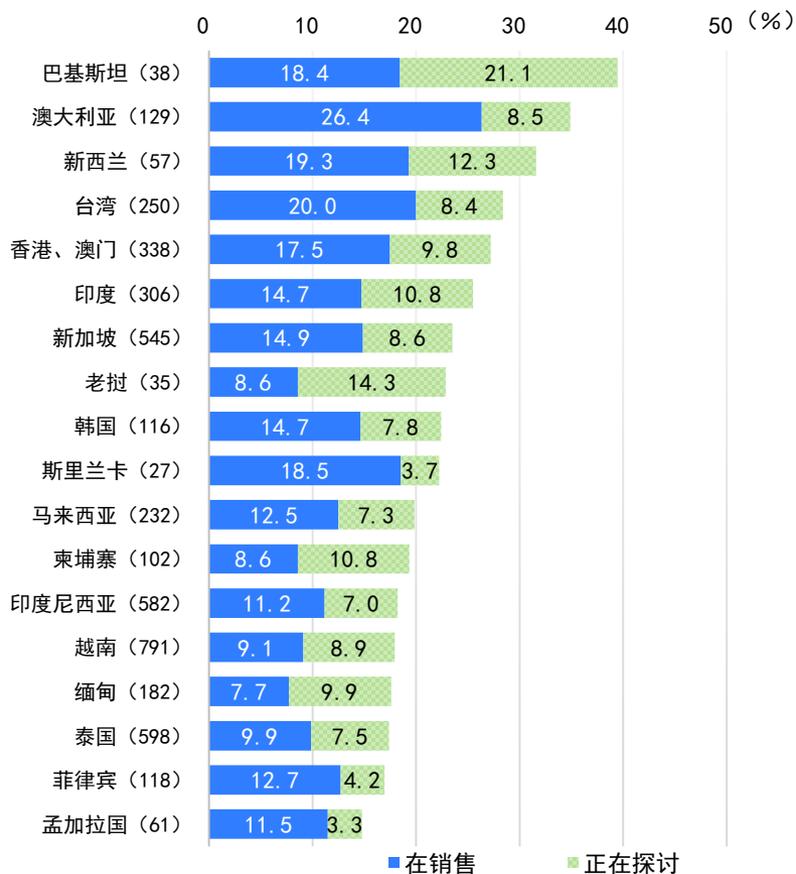
78.5

■ 在销售

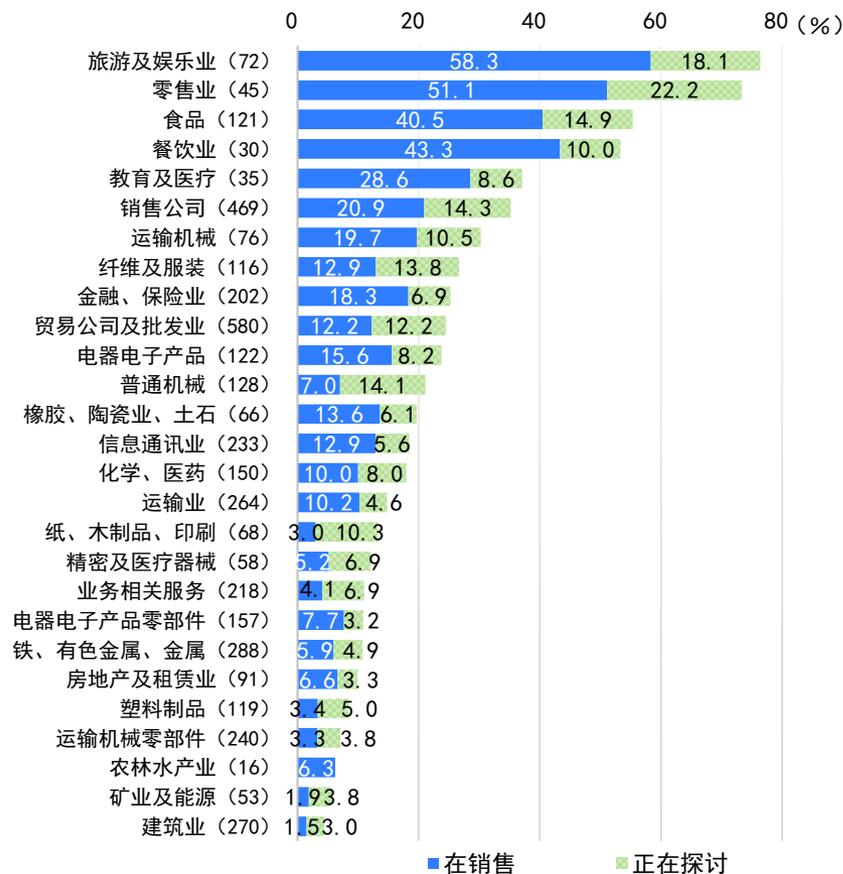
■ 正在探讨

■ 没有销售

按国家和地区



按行业



8 | 生产效率、创新、数字化 (7)

利用电商 (EC) 网站开展销售的企业销售工具

(%)

在线商城等
电商网站及应用上销售
(B2C-EC、B2B2C)



通过自己公司网站等
直接面向消费者销售 (D2C)



通过企业间交易网站、
EDI订单系统 (※) 等
面向企业销售 (B2B-EC)



线上与实体店
联合措施
(全渠道、O2O)



(注) 有效答卷企业数在10家以上的国家和地区

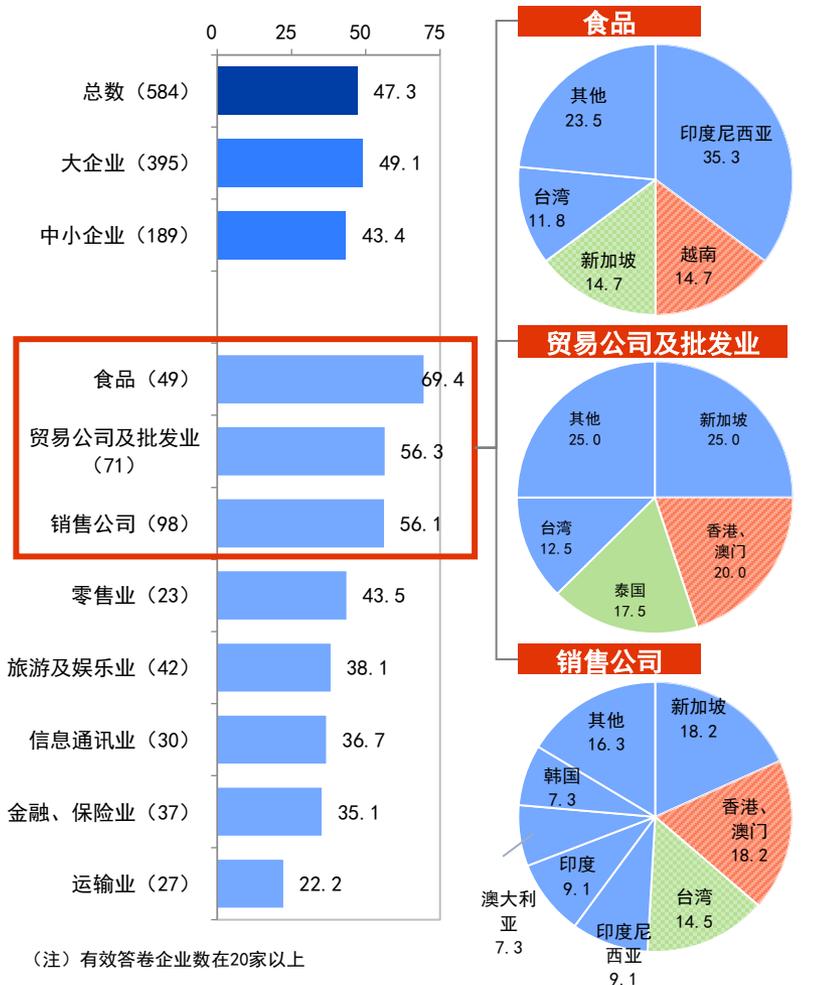
(※) EDI是Electronic Data Interchange (电子数据交换) 的简称。

8 | 生产效率、创新、数字化 (8)

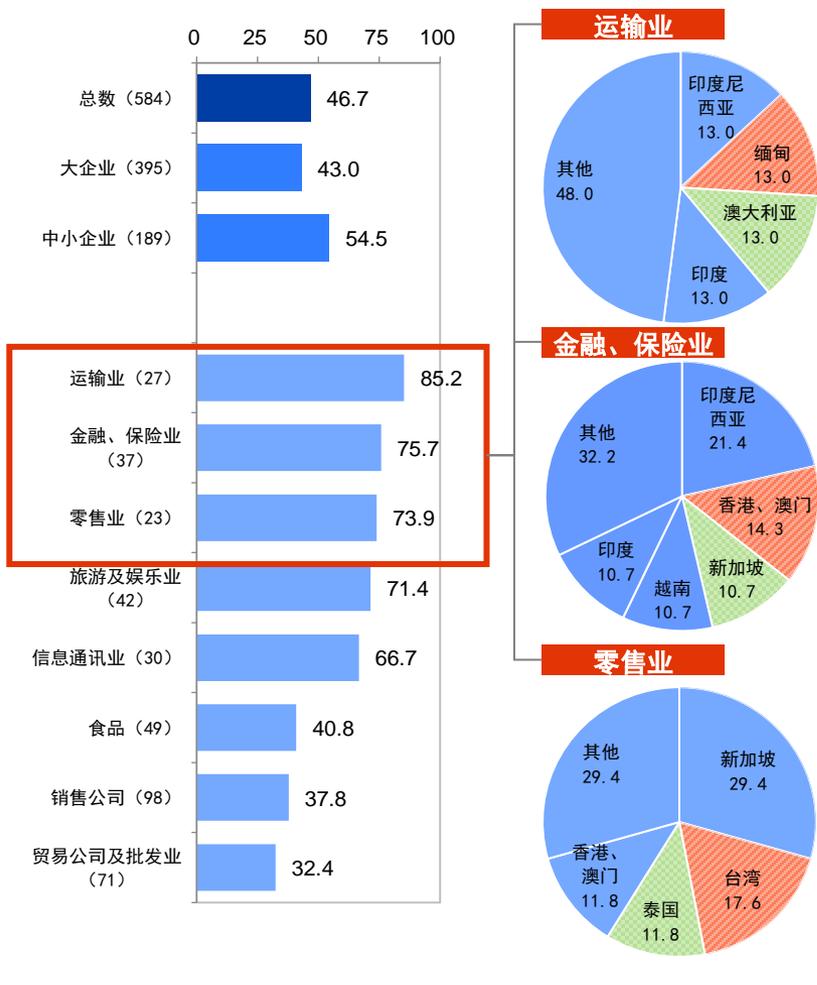
利用电商 (EC) 网站开展销售的企业销售工具

(%)

在在线商城等电子商务网站及
应用上销售 (B2C-EC、B2B2C)



通过自己公司等
直接面向消费者销售 (D2C)



(注) 有效答卷企业数在20家以上

8 | 生产效率、创新、数字化 (9)

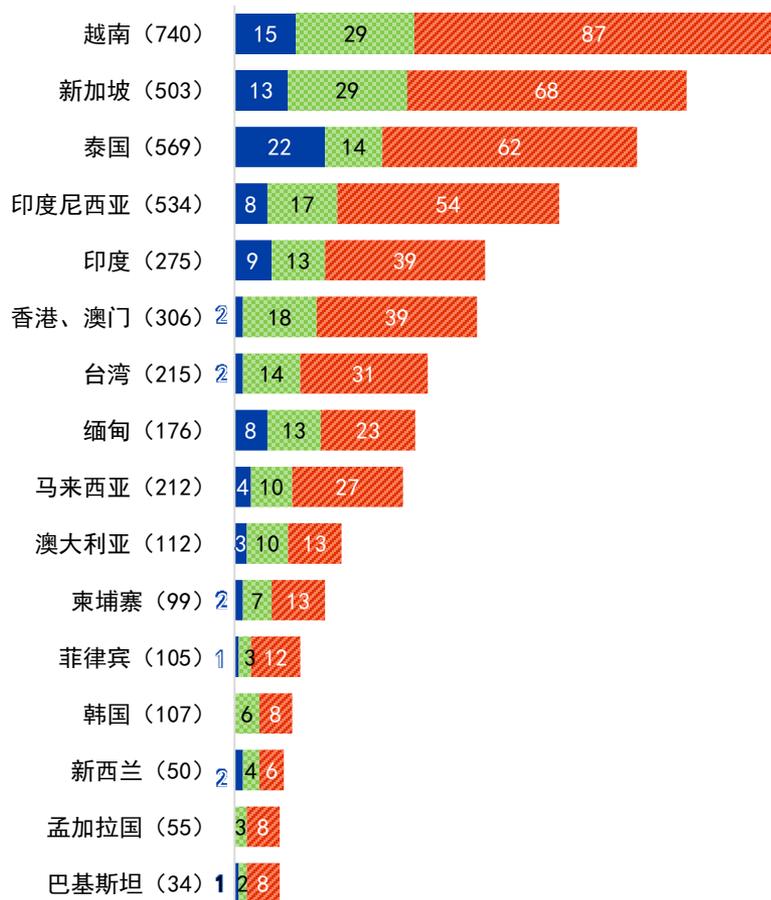
计划在BtoB交易中引进电商

按国家和地区

(家)

按行业

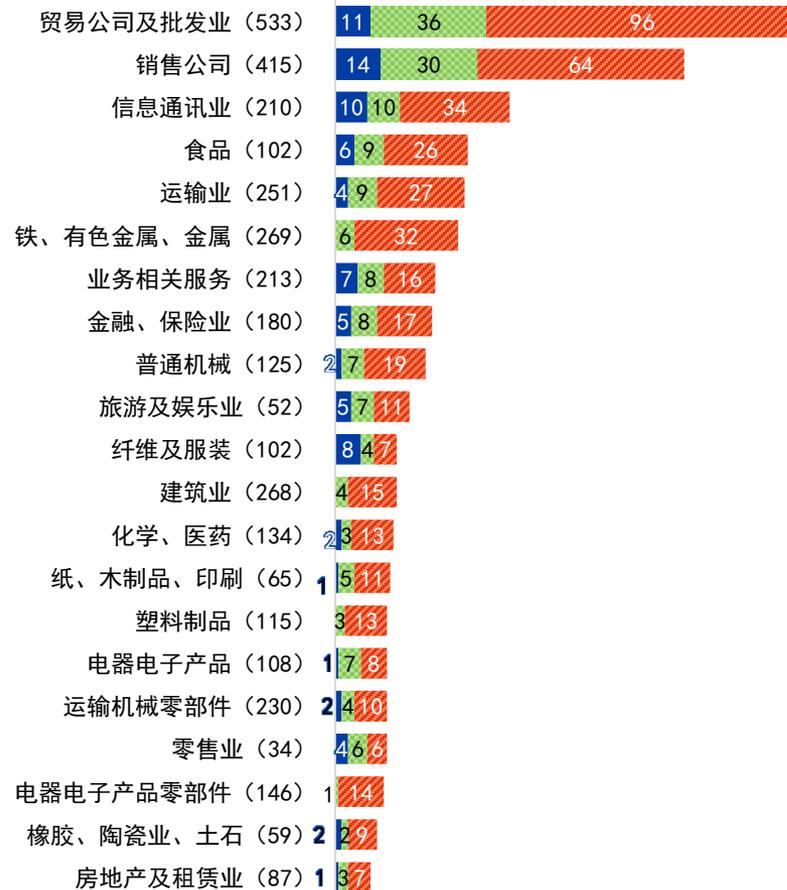
(家)



■ 计划1年内引进

■ 引进时期尚未确定, 正在探讨

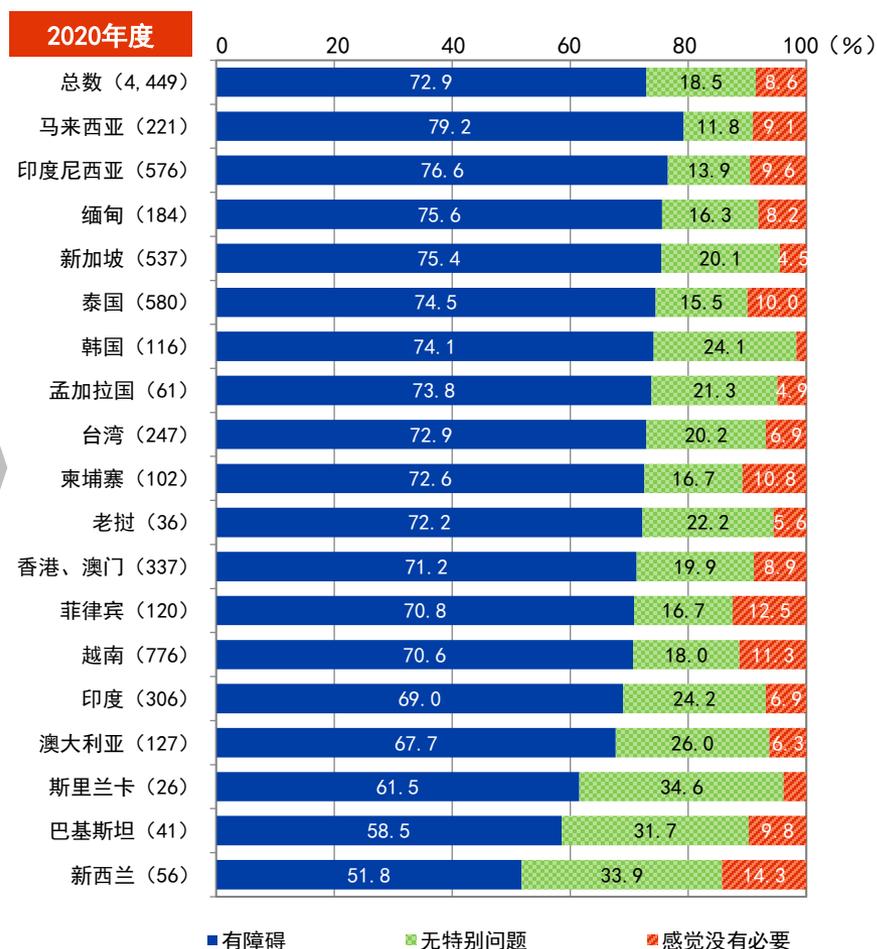
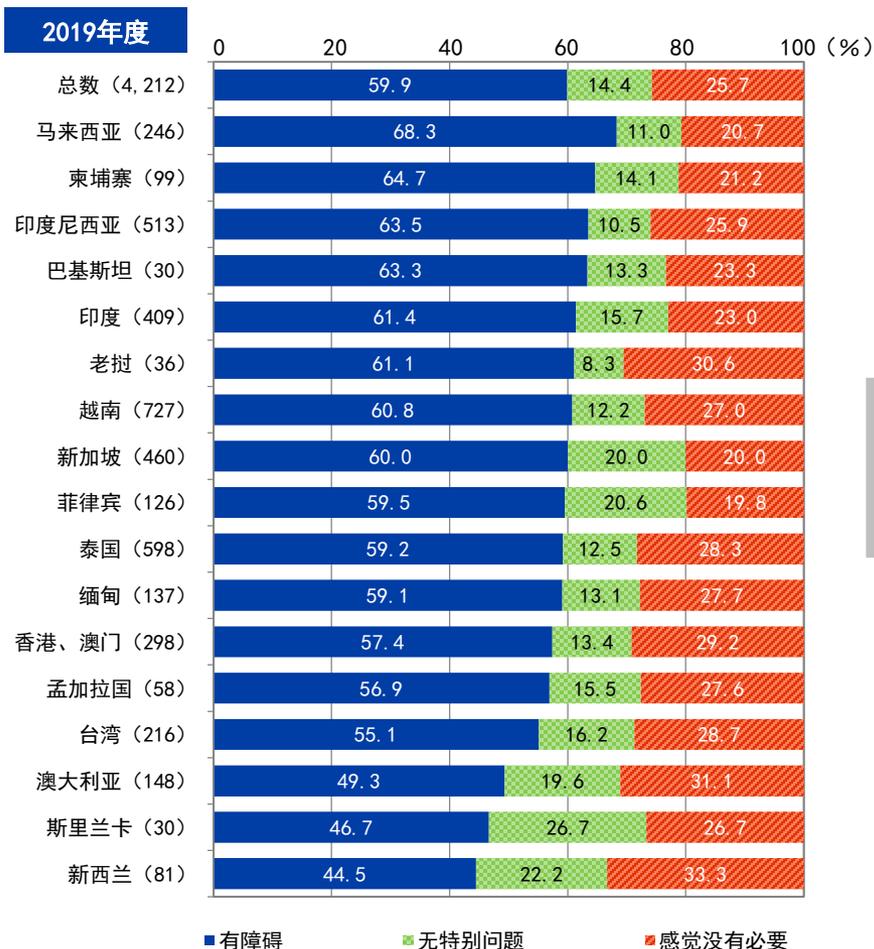
■ 引进时期尚未确定, 计划探讨



(注) 各项目回答企业数合计在10家以上的国家和地区、行业

8 | 生产效率、创新、数字化 (10)

引进数字技术有无障碍 (按国家和地区)

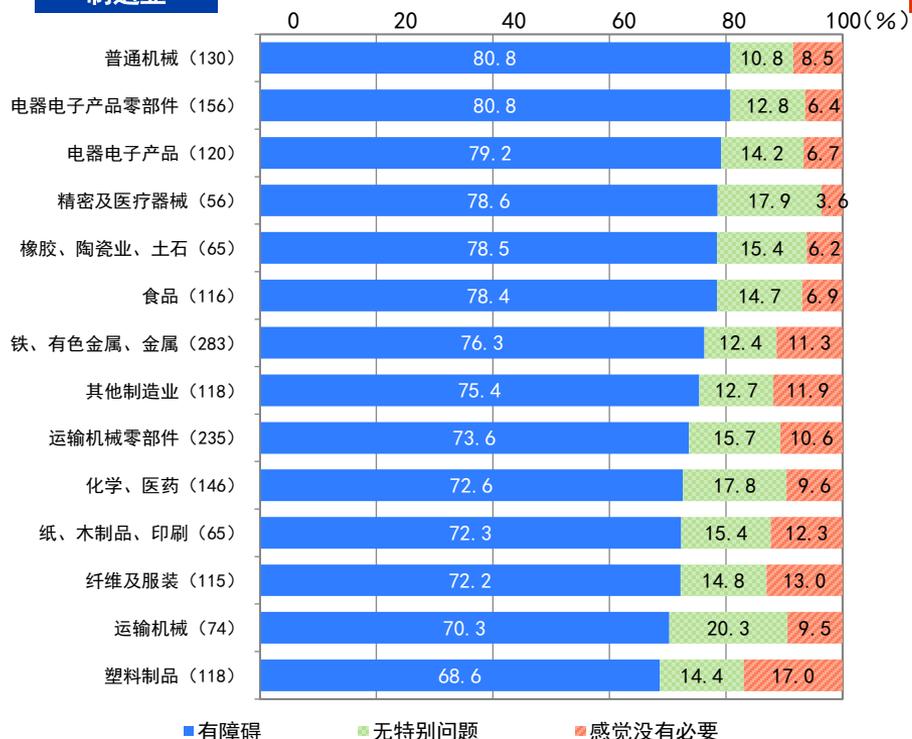


8 | 生产效率、创新、数字化 (11)

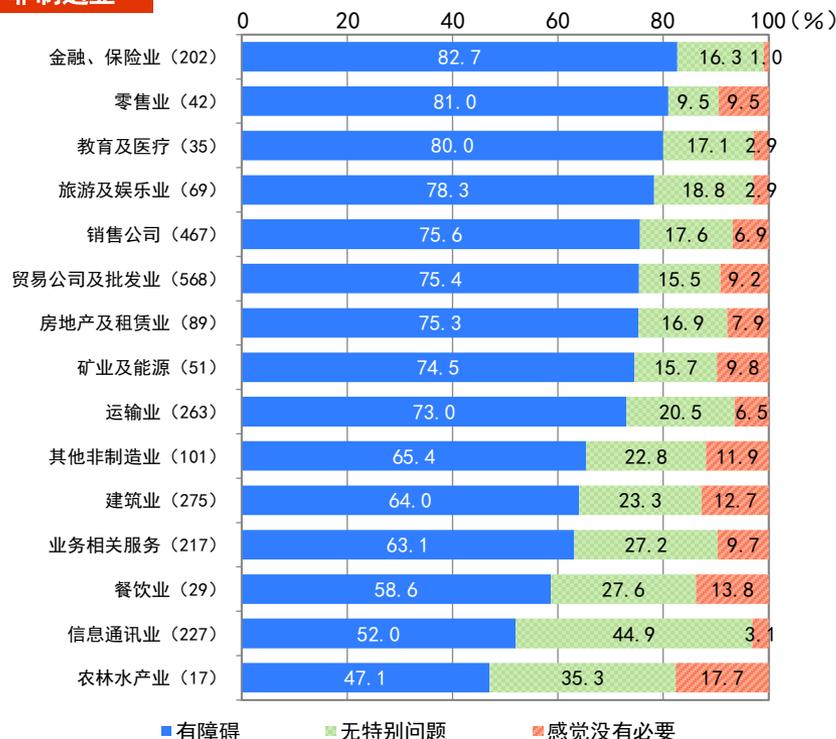
引进数字技术有无障碍 (按行业)



制造业



非制造业

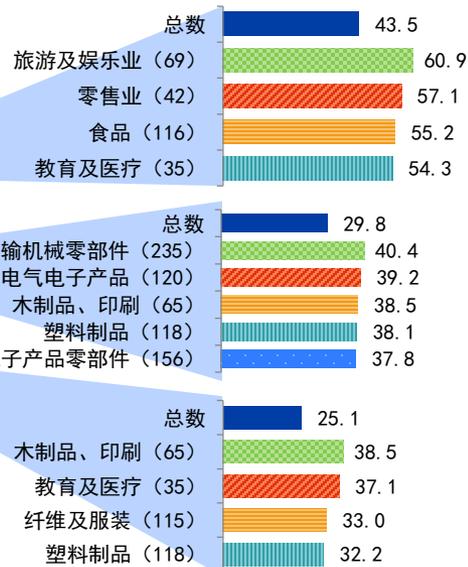


8 | 生产效率、创新、数字化（12）

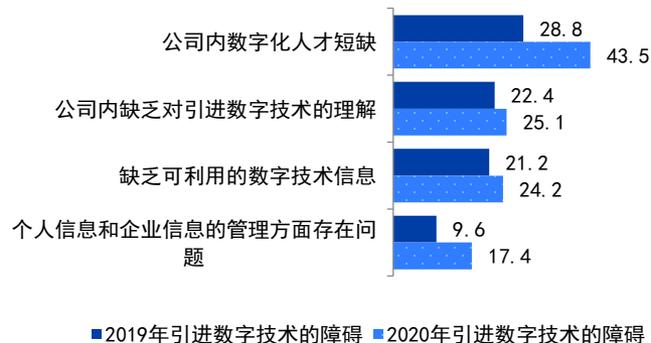
引进数字技术过程中的障碍（多选）

排名	回答项 (前10项)	总数 (%) (4,449)	按企业规模	
			大企业 (2,774)	中小企业 (1,675)
第1位	公司内缺乏了解数字技术的人才	43.5	43.3	43.9
第2位	引进成本昂贵	29.8	30.9	28.1
第3位	公司内职员缺乏对引进数字技术的理解	25.1	25.9	23.6
第4位	缺乏可利用的数字技术相关信息	24.2	23.9	24.8
第5位	个人信息和企业信息的管理方面存在问题	17.4	19.3	14.2
第6位	信息通讯相关基础设施短缺（互联网等）	16.3	16.2	16.4
第7位	难以改变行业传统的商业习惯	14.5	15.9	12.2
第8位	难以与现有公司内信息基础设施整合	8.8	10.4	6.0
第9位	总公司及地区统筹公司没有指示	7.9	8.7	6.5
第10位	存在要求在原件上签字等阻碍引进数字技术的制度	7.6	8.9	5.3

回答率与平均值差距较大的行业



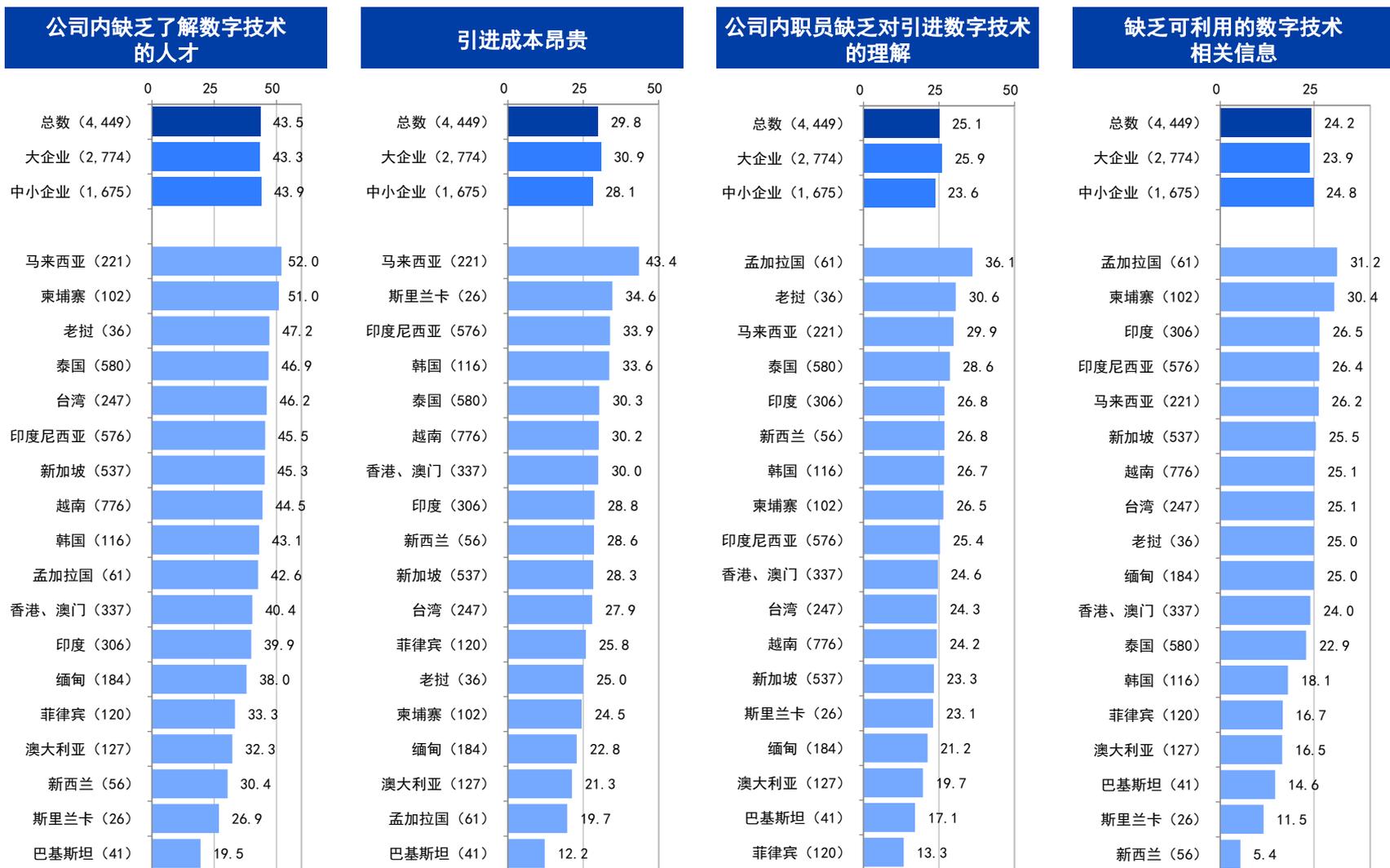
回答率较去年的变化



8 | 生产效率、创新、数字化 (13)

引进数字技术过程中的障碍 (按国家和地区, 多选)

(%)



8 | 生产效率、创新、数字化 (14)

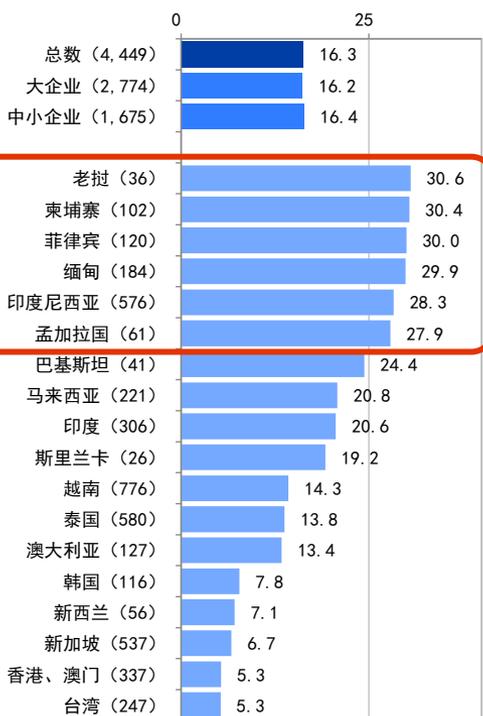
引进数字技术过程中的障碍 (按国家和地区, 多选)

(%)

个人信息和企业信息的管理方面存在问题



信息通讯相关基础设施短缺 (互联网等)

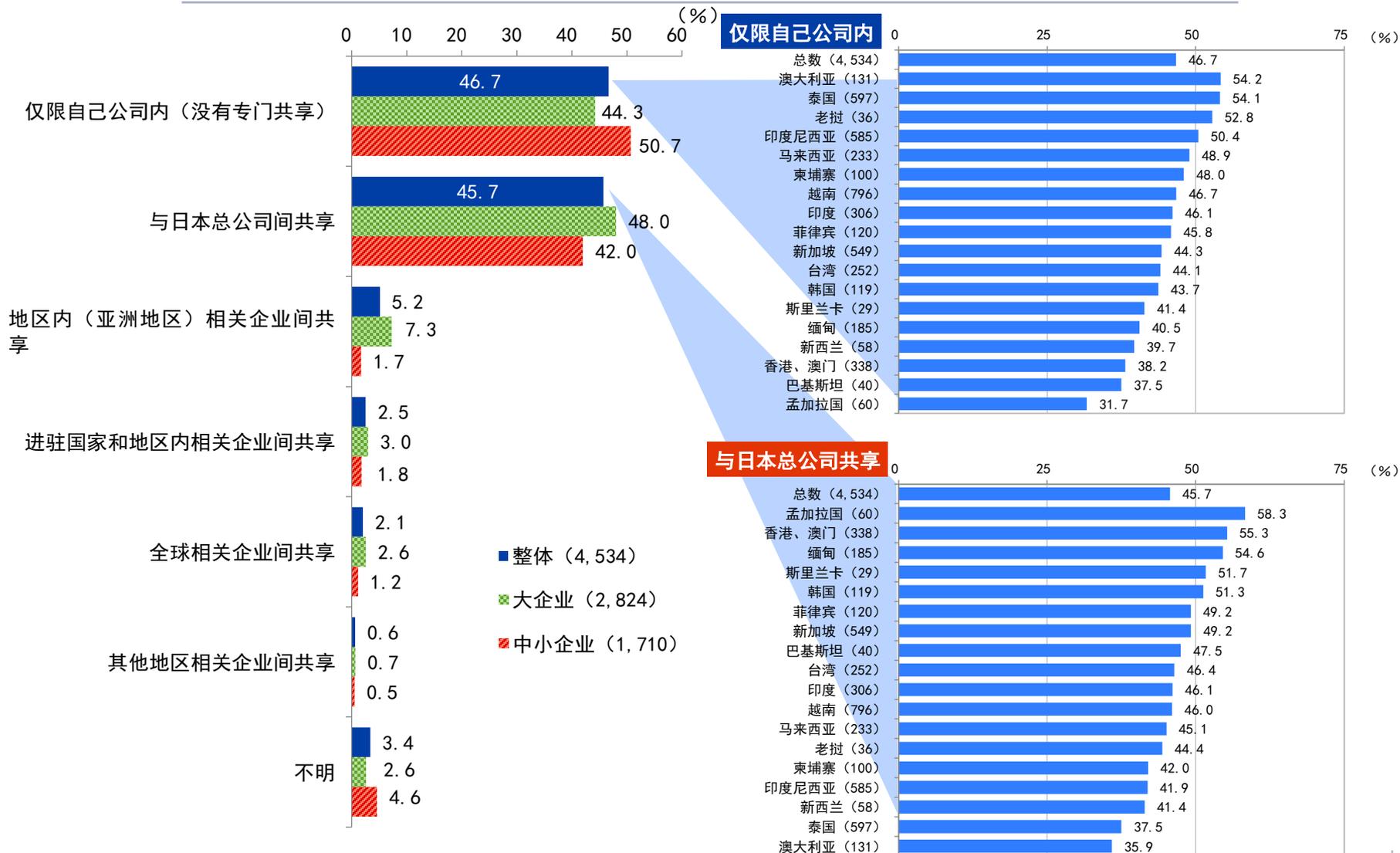


难以改变行业传统的商业习惯



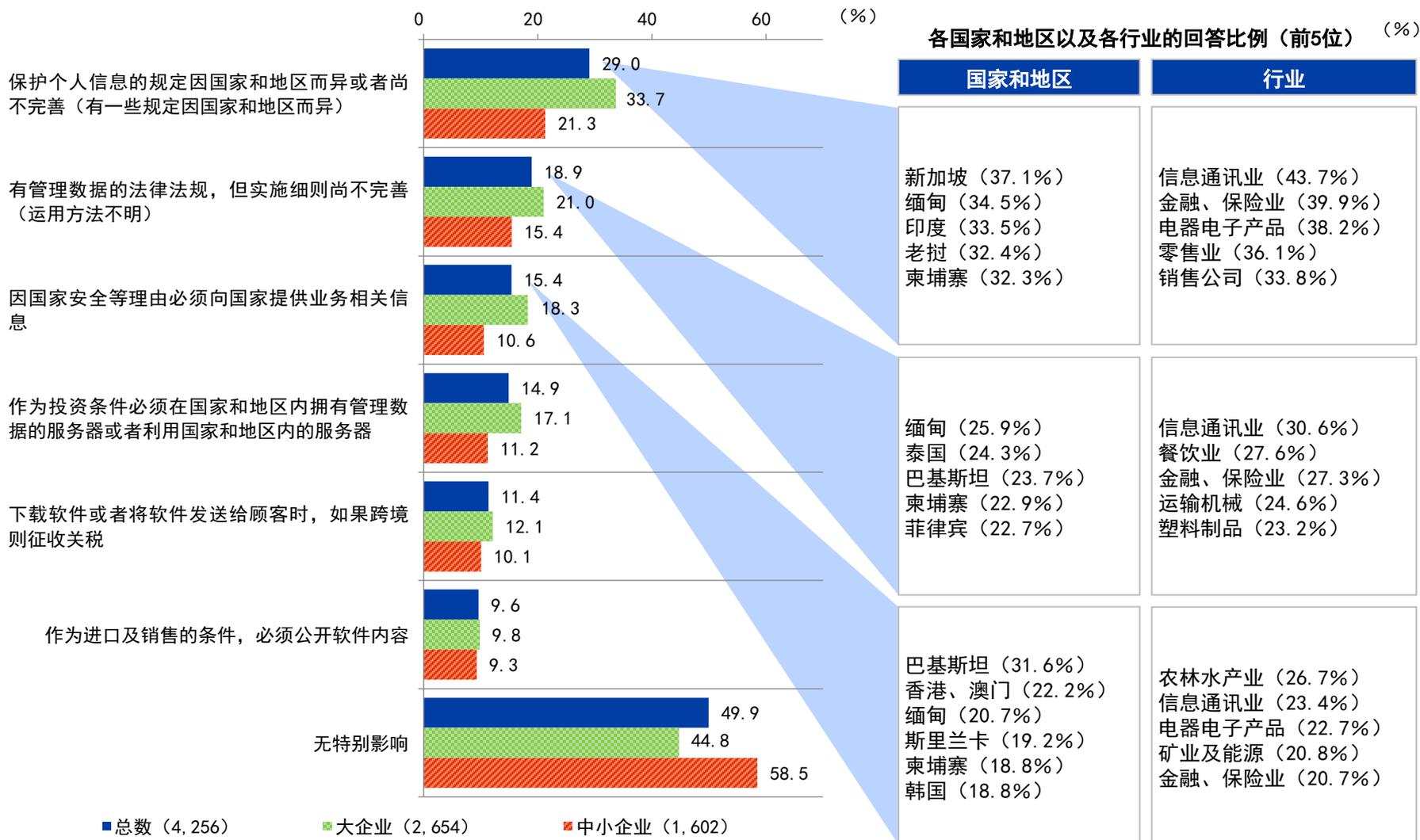
8 | 生产效率、创新、数字化 (15)

自己公司持有个人信息（顾客信息、员工工资信息）的共享比例（多选）



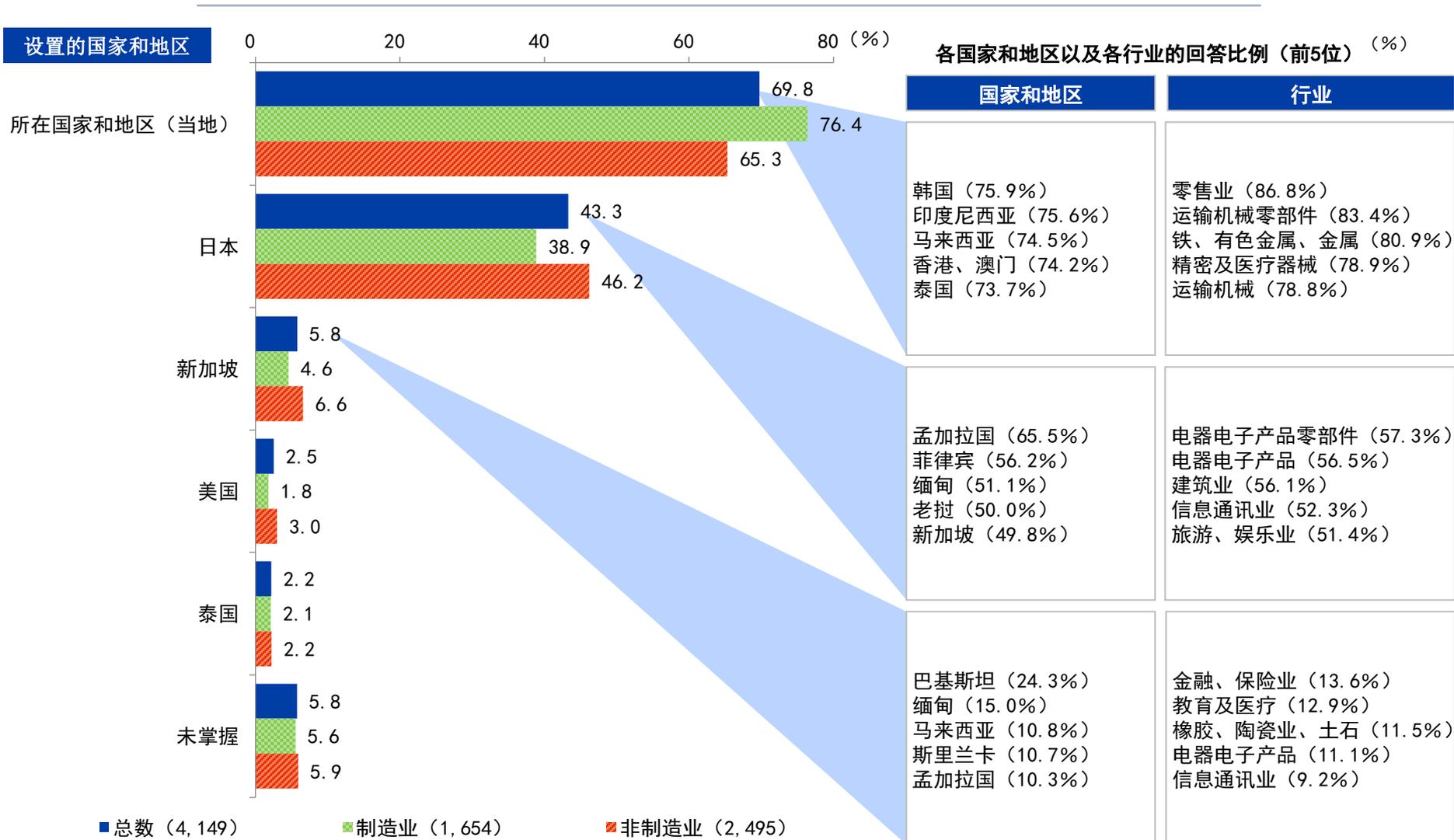
8 | 生产效率、创新、数字化 (16)

在使用个人及企业信息上影响较大的措施 (多选)



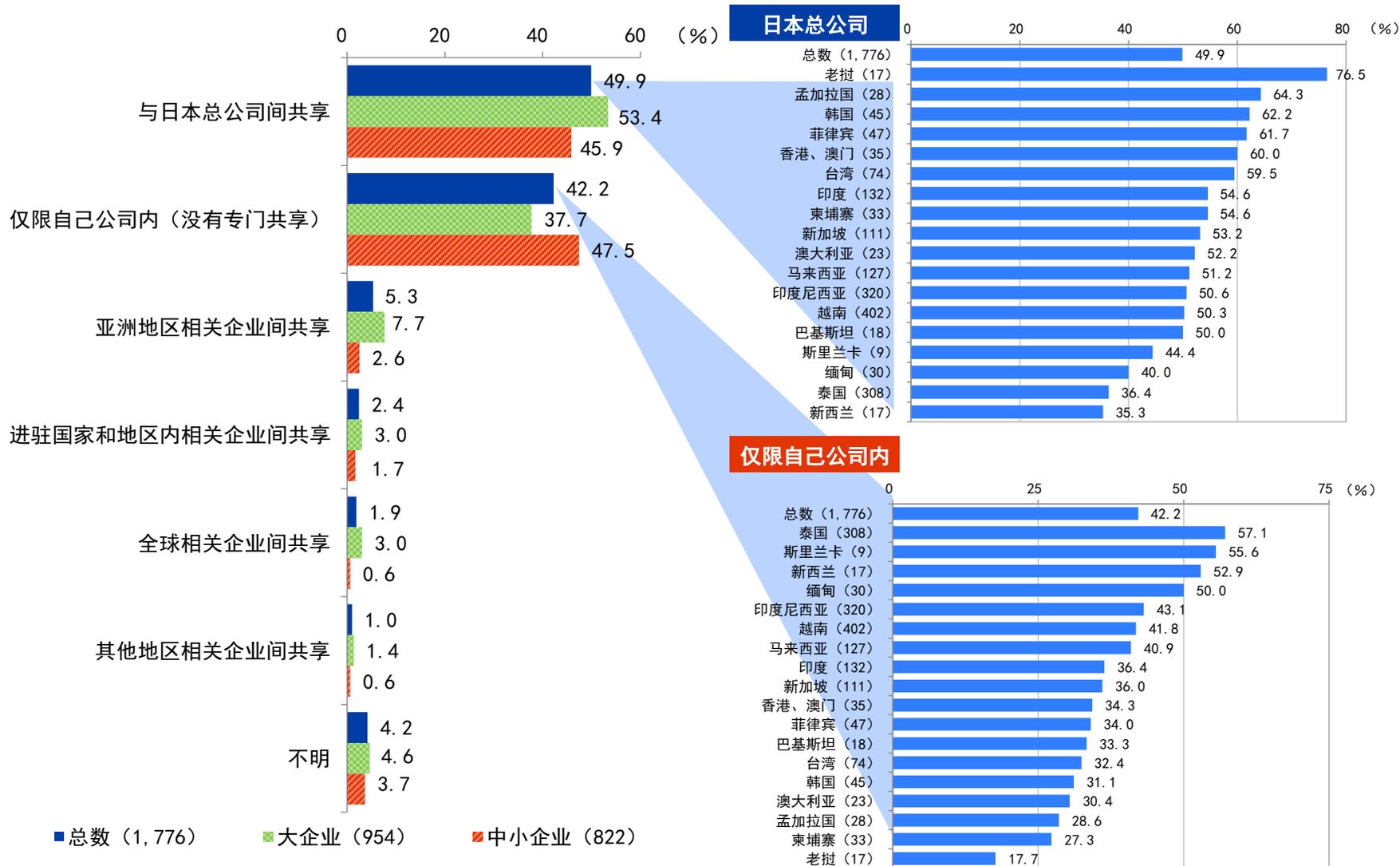
8 | 生产效率、创新、数字化 (17)

设置管理顾客信息服务器的国家和地区 (多选)



8 | 生产效率、创新、数字化 (18)

制造相关数据的共享对象 (多选) (采购、库存、生产线等信息)



8 | 生产效率、创新、数字化 (19)

制造相关数据（采购、库存、生产线等信息）的共享对象（按行业，多选）

(%)



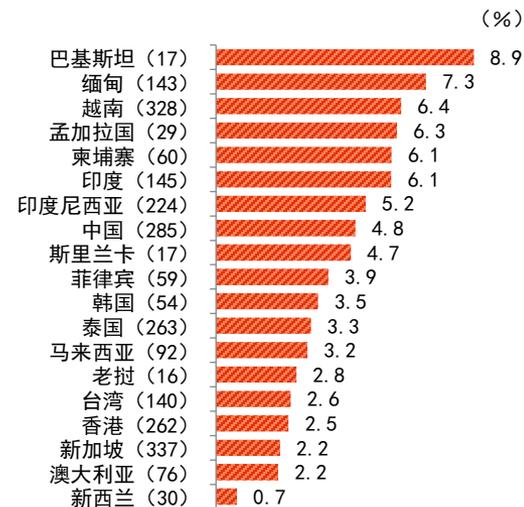
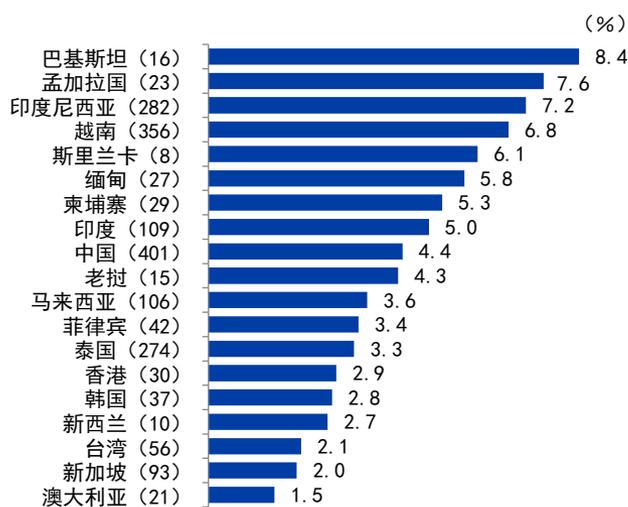
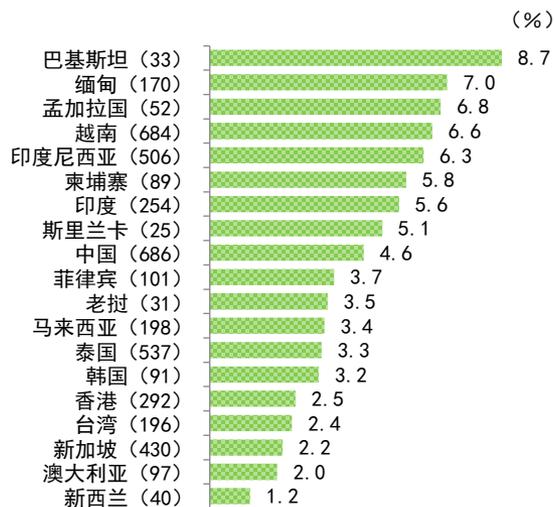
9 | 工资 (1) 同比增长率

总数

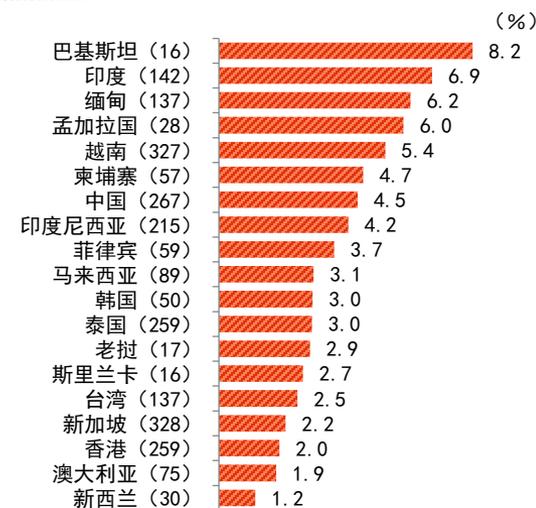
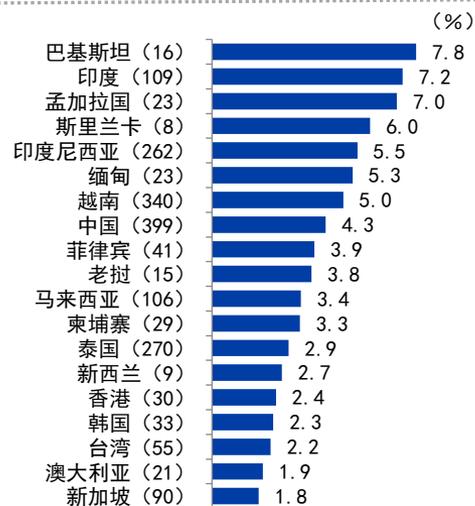
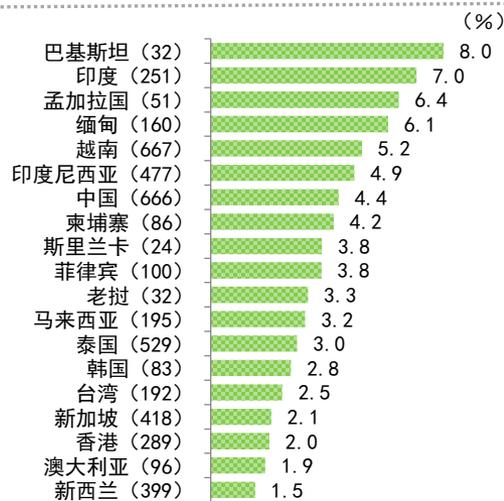
制造业

非制造业

2020年 ← 2019年

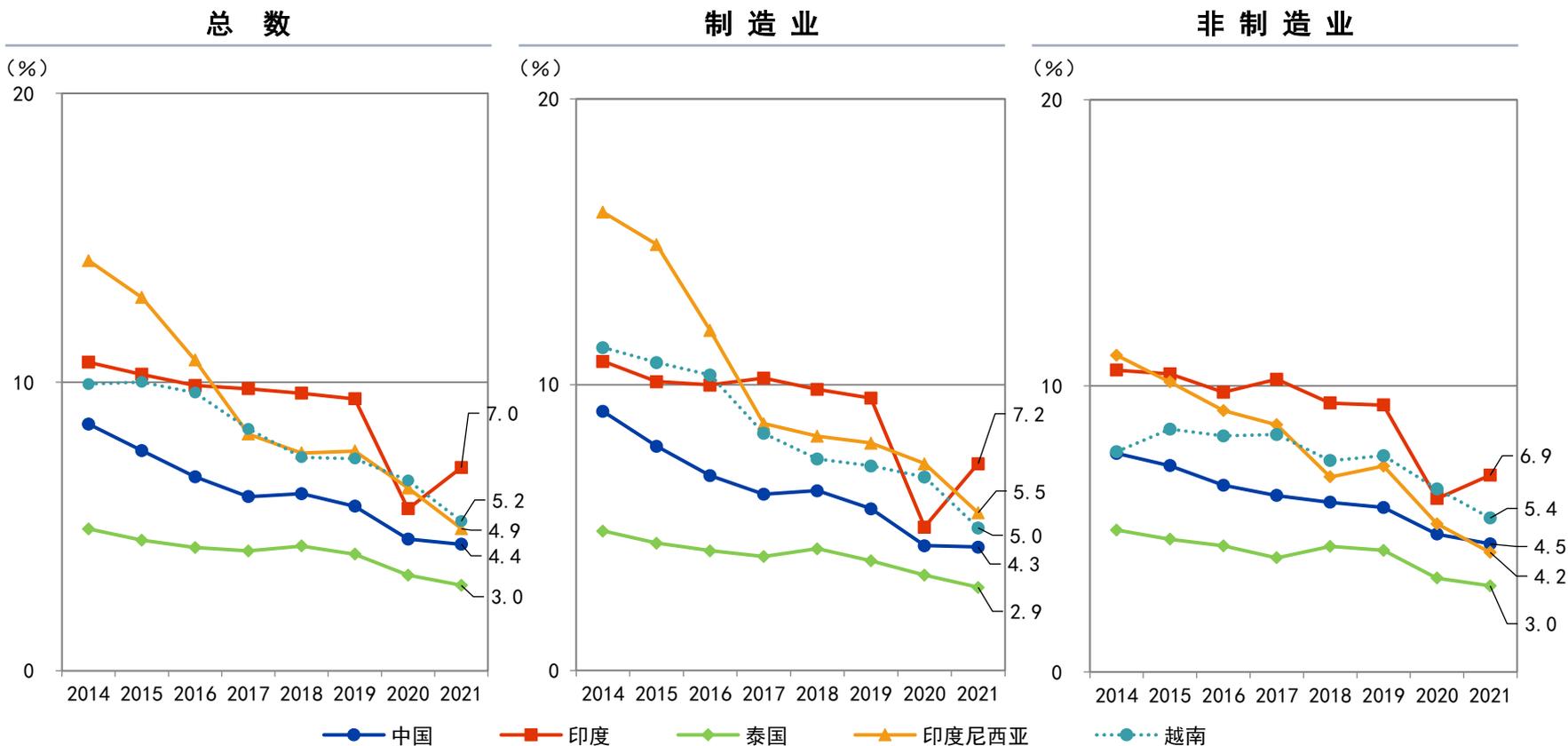


2021年 ← 2020年



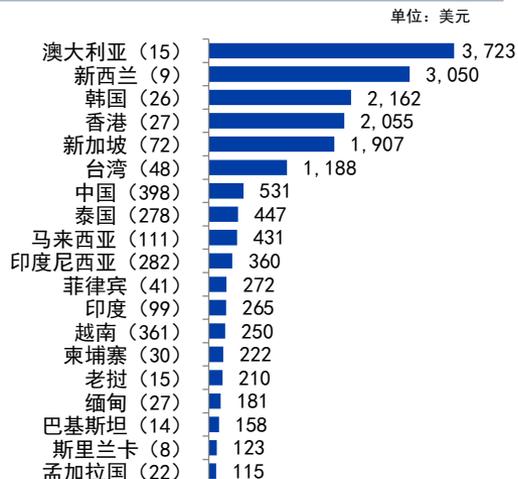
9 | 工资 (2) 同比增长率 (中国及主要国家的变化趋势)

- 在2020年的工资增长率 (总数, 下同) 方面, 中国及主要国家有所降低, 印度降低了3.8个百分点。中国、泰国、印度尼西亚、越南分别降低了1.1个百分点、0.7个百分点、1.3个百分点、0.8个百分点。
- 中国的工资增长率在2011年达到12.9%的峰值后逐年降低, 2020年为4.6%, 2021年 (预测) 为4.4%, 持续呈下降趋势。
- 印度尼西亚的工资增长率在2013年达到24.7%的峰值后逐年降低, 2020年为6.3%, 2021年 (预测值) 为4.9%, 持续呈下降趋势。
- 关于2021年 (预测值) 的工资增长率, 中国、泰国、印度尼西亚、越南预计缓慢下降, 仅印度预计增长1.4个百分点。

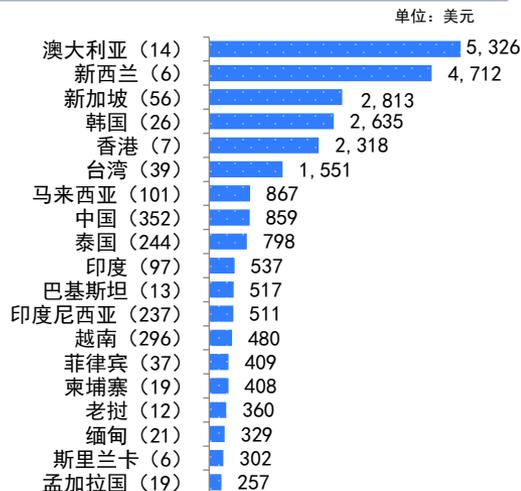


(注) 2021年为预测值。

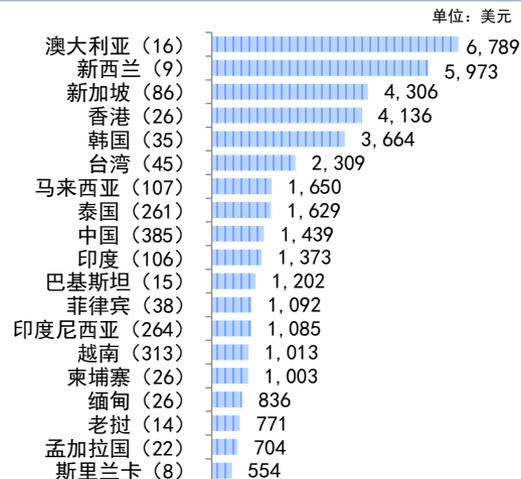
制造业/工人



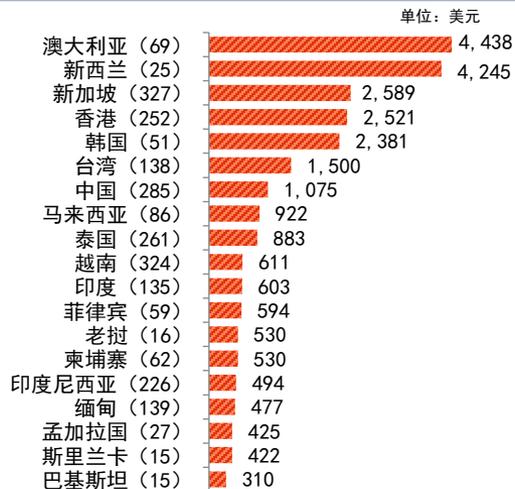
制造业/工程师



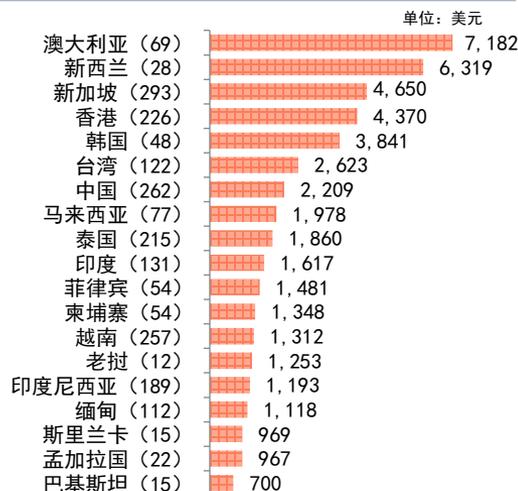
制造业/管理人员



非制造业/职员



非制造业/管理人员

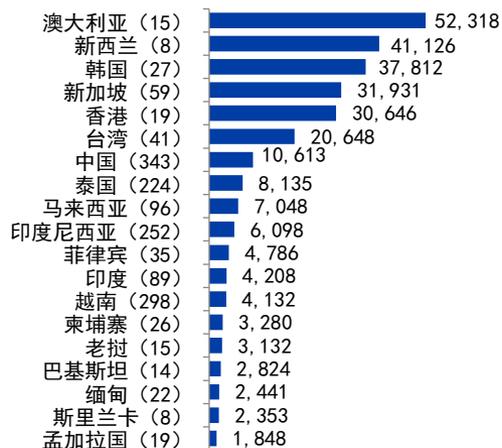


- 基本工资: 除去各种津贴后的工资, 截至2020年8月。
- 工人: 正式雇佣的普通工人, 有三年左右工作经验。但包工劳动者及试用期员工除外。
- 工程师: 正式雇佣的骨干技术人员, 专科学校或大学本科以上学历, 且有五年左右工作经验。
- 管理人员 (制造业): 正式雇佣的销售科长级别, 大学本科以上学历, 且有十年左右工作经验。
- 职员: 正式雇佣的一般职务, 有三年左右工作经验。但派遣员工及试用期员工除外。
- 管理人员 (非制造业): 正式雇佣的销售科长级别, 大学本科以上学历, 且有十年左右工作经验。

注: 柬埔寨以外的国家和地区的工资都是使用本国或本地区的货币 (但缅甸可选择本国货币或美元)。各职务种类的本国或本地区货币工资的平均值, 按照2020年8月的平均汇率 (各国家和地区央行公布, 中国为外汇管理局公布) 换算成美元。缅甸由于各企业使用的币种不同 (本国货币或美元), 因此将使用本国货币的企业回答的数据换算成美元后, 再取平均值。

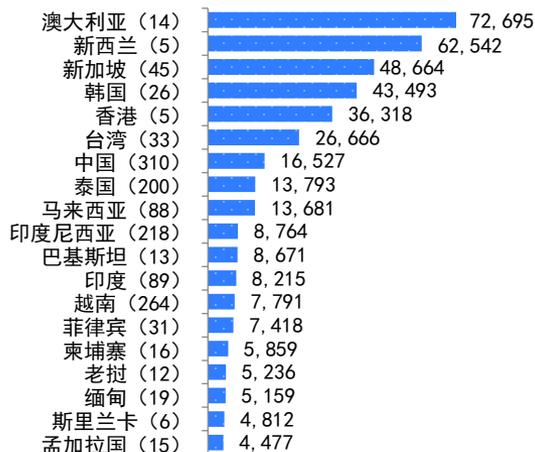
制造业/工人

单位: 美元



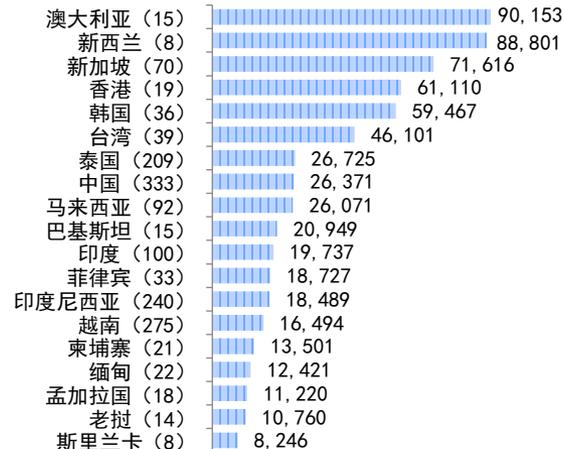
制造业/工程师

单位: 美元



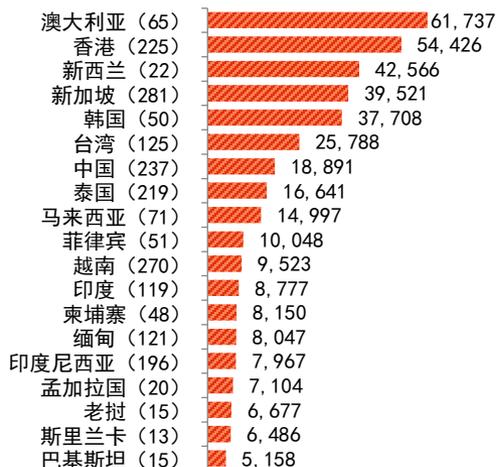
制造业/管理人员

单位: 美元



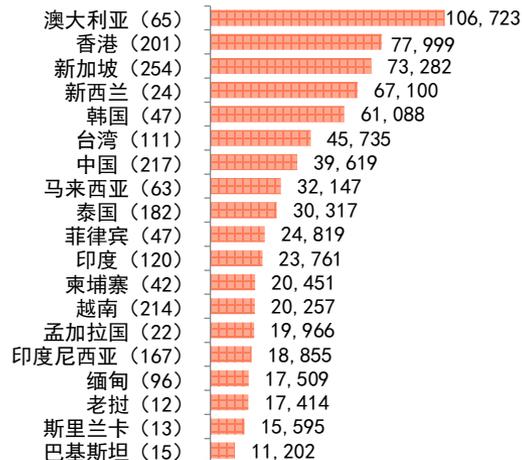
非制造业/职员

单位: 美元



非制造业/管理人员

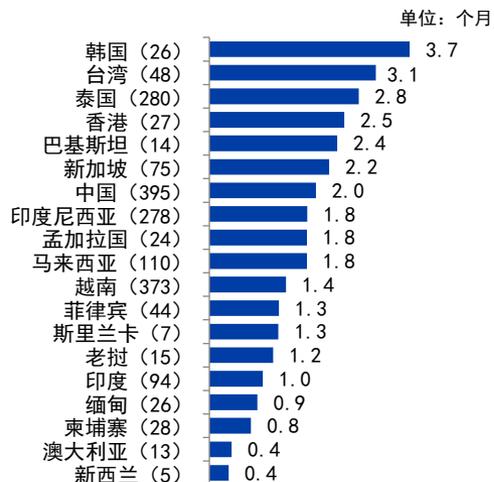
单位: 美元



- 全年实际负担额: 企业对每一位员工负担的总额 (基本工资、各项津贴、社会保险、加班和奖金等) 的全年合计值。不包括退休金。截至2020年(度)。
- 工人、工程师、管理人员 (制造业)、职员、管理人员 (非制造业): 参照上一页。
- 注: 柬埔寨以外的国家和地区的工资都是使用本国家或地区的货币 (但缅甸可选择本国货币或美元)。各职务种类的本国或本地区货币全年实际负担额的平均值, 按照2020年8月的平均汇率 (各国家或地区央行公布, 中国为外汇管理局公布) 换算成美元。缅甸由于各企业使用的币种不同 (本国货币或美元), 因此将使用本国货币的企业回答的数据换算成美元后, 再取平均值。

9 | 工资 (5) 奖金

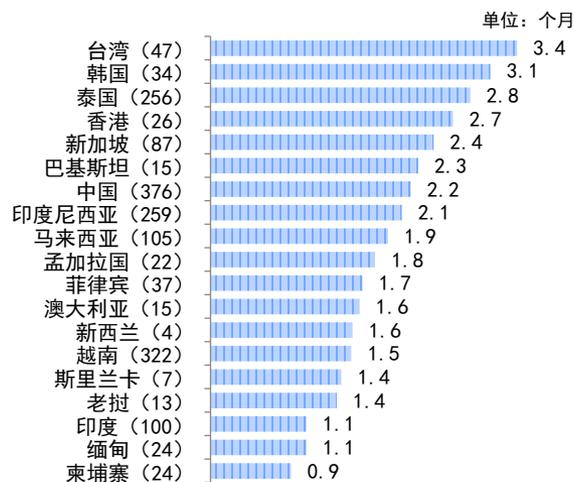
制造业/工人



制造业/工程师



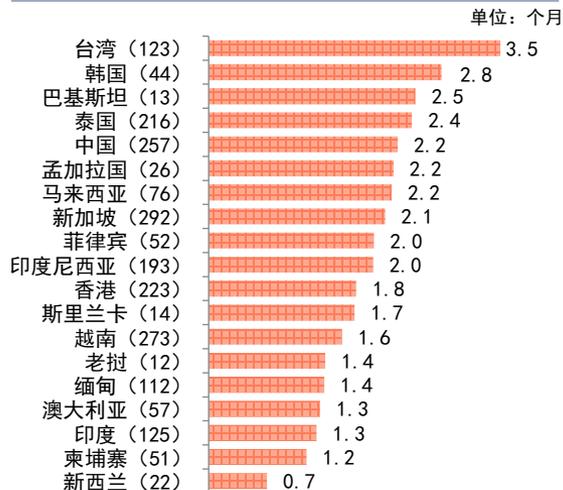
制造业/管理人员



非制造业/职员



非制造业/管理人员



请您在阅读完报告后配合完成问卷调查（所需时间：约1分钟）。

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20200017>



相关咨询请联系：

日本贸易振兴机构（JETRO）

海外调查部

亚洲大洋洲课、中国北亚课



0081-3-3582-5179（亚洲大洋洲课）
0081-3-3582-5181（中国北亚课）



ORF@jetro.go.jp（亚洲大洋洲课）
ORG@jetro.go.jp（中国北亚课）



邮编107-6006
日本国东京都港区赤坂1-12-32 ARK森大厦6楼

■ 免责条款

请本报告所提供信息的使用人员自行判断相关信息并承担因使用本报告所提供信息而产生的责任。JETRO尽量注意提供准确信息，但对于因本报告提供的信息导致使用者利益受损等情况，JETRO概不负责，敬请谅解。

未经允许，严禁转载