



2021年度

海外日资企业实况调查 | 全球篇

——业务恢复正常任重道远。

推进提高销售价格及调整供应商——

(7,575家海外日资企业的动向调查)

日本贸易振兴机构 (JETRO)

海外调查部

2021年11月30日

本年度调查概要

调查目的：掌握海外日资企业活动的实际状况，并将调查结果广泛提供给日本企业和政策负责人。

调查方法：利用JETRO海外事务所的网络，在82个国家和地区选出18,932家日资企业（日方出资比例超过10%的本地法人、日本企业的分公司或派驻人员办事处），采取在线发放和回收问卷的方式，以这些企业为对象开展问卷调查。其中，7,575家企业提交了有效答卷。有效回答率为40%。

本年度调查的特点：汇报内容除了景气度创历史新低的上年后的业绩恢复状况、投资及业务战略的变动情况外，还包括建立脱碳等可持续发展业务的措施的最新动向

本报告的内容：按主要地区汇报结果之前，首先汇报全球共同的提问项目（1. 营业利润预期、2. 今后的业务开展、3. 脱碳措施、4. 数字相关技术的应用）的结果。

■ 各地区调查概要

地区	对象企业数	有效答卷企业数	回答率	实施时间	对象国家和地区
北美	1,878	978	52.1	9月8日-9月28日	2个国家
中南美	714	509	71.3	8月24日-9月24日	7个国家
欧洲	1,454	881	60.6	9月3日-9月24日	22个国家
俄罗斯	121	84	69.4	9月10日-9月30日	1个国家
亚洲大洋州（注）	14,175	4,635	32.7	8月25日-9月24日	20个国家和地区
中东	255	230	90.2	9月1日-9月30日	10个国家
非洲	335	258	77.0	9月1日-9月30日	20个国家
所有地区小计	18,932	7,575	40.0		82个国家和地区

（注）包括东北亚（中国、香港、澳门、台湾、韩国）、东盟（不含文莱）、东南亚（印度、孟加拉国、巴基斯坦、斯里兰卡）及大洋洲（澳大利亚、新西兰）。

主要调查结果

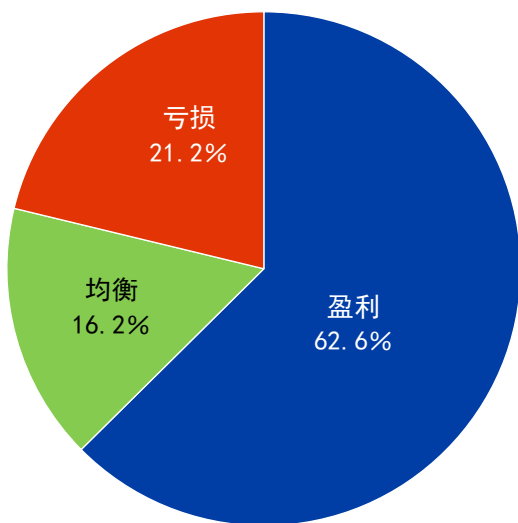
- ❖ 2021年日资企业的业绩在全球范围内有所提升，但是恢复势头不够强劲。**盈利企业占比虽超过6成，但仍是过去10年第二低。**恢复速度甚至不及雷曼危机刚刚结束后的2010年。部分行业因行情复苏、需求增长而发展旺盛，而旅游等服务业则受经济活动受限的直接冲击，**行业间差距进一步扩大。**
- ❖ 今后1-2年预计“扩大”业务的日资企业占比较上年增加，但受新冠疫情常态化的影响，**前景尚不明朗，并未恢复到疫情前（2019年）的水平。**
- ❖ 随着经济活动逐渐恢复，半导体供不应求、钢铁等原材料价格上涨、集装箱短缺导致海外运输成本增加等**供应链的混乱对广大行业造成影响。**在不得已将增加的生产成本转嫁到价格上的情况下，采取“调整销售价格”措施的企业占比较上年增加约8成。此外，采取调整供应商、多家采购措施以巩固供应链的企业占比较上年分别增加6成、4成。
- ❖ 已采取**脱碳（温室气体减排）**措施的企业占比超过3成，但**大企业与中小企业的措施开展情况存在较大差距。**现已明显出现出资对象国的法律法规、碳税等税收政策强制要求企业采取措施的情况。
- ❖ 日资企业中运用电子商务、云技术以加强营销功能并拓展销售客户的情况逐渐增多。另外，**超过半数的企业面临着数字技术人才短缺的难题。**

1-1 | 盈利企业占比仅高于上年，为过去10年的较低水平

- 海外日资企业（有效答卷企业数7,267家）中2021年预计“盈利”的企业为62.6%，而亏损为21.2%。盈利占比虽然较创下历史最低记录的上年（48.0%）有所增加，**但是却为过去10年第二低**。
- “银行”“精密仪器”“销售公司”中，有约8成因需求恢复而预计盈利，“宾馆及旅游”持续受新冠疫情限制出行的影响，继上年后有超过85%的企业预计亏损，行业间差距进一步扩大。

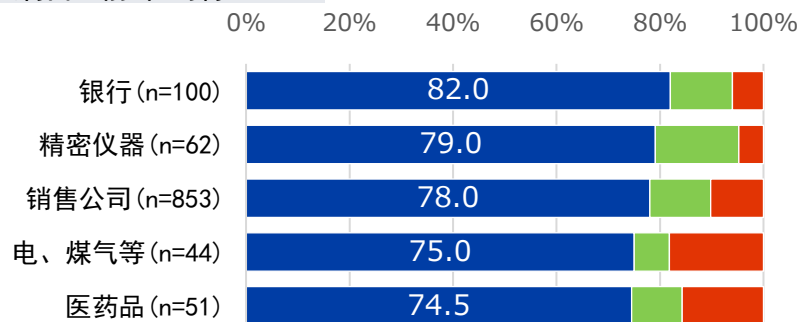
海外日资企业2021年营业利润预期

所有地区合计 (n=7,267)

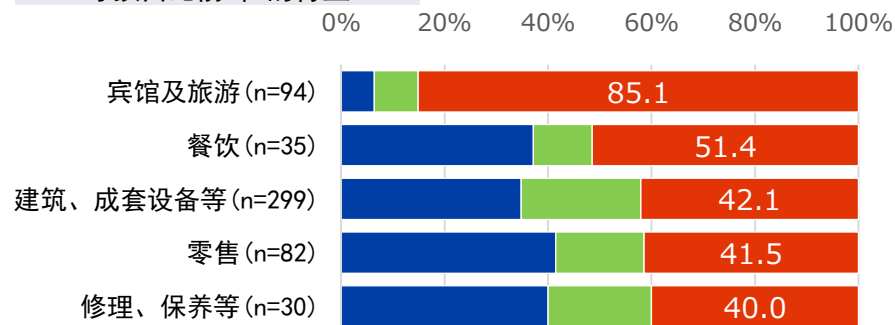


各主要行业预期（盈利、亏损占比排名前5位的行业）

盈利占比前5位的行业



亏损占比前5位的行业



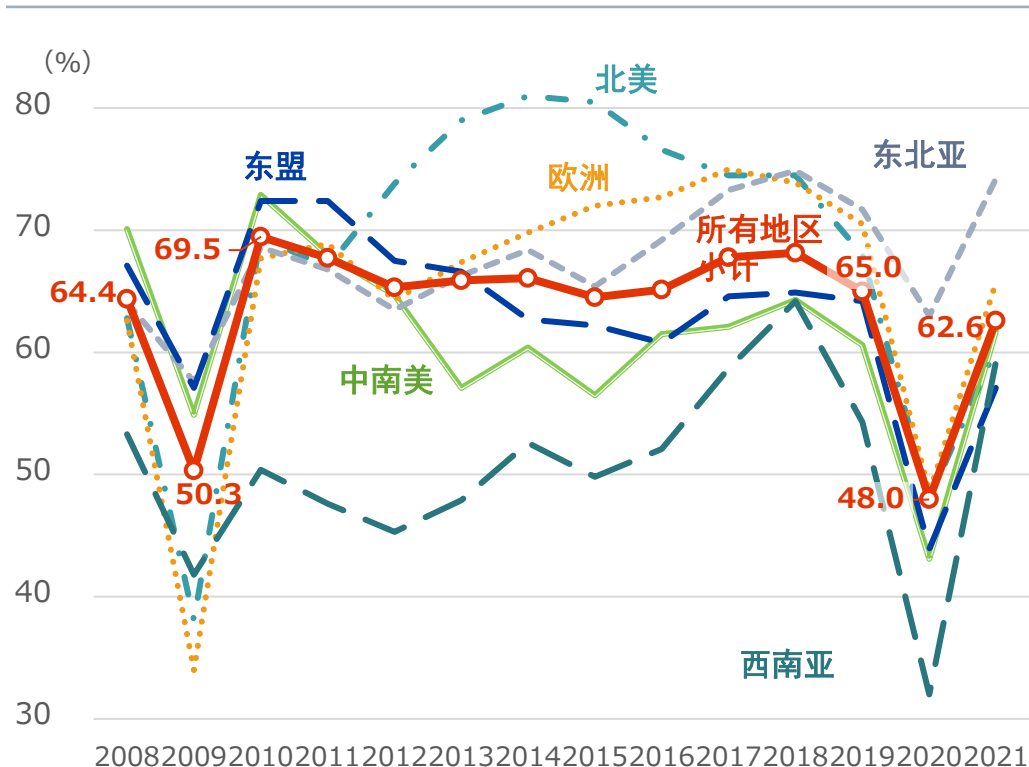
(注) 只列出n=30以上的行业。

1-2 | 东盟盈利企业占比不足6成

- 盈利企业占比较上年增加14.6个百分点，但是与雷曼危机后的2010年（69.5%，较上年增加19.2个百分点）相比，**恢复缓慢**。从地区来看，**盈利企业占比在东盟较低，为57.1%**，欧洲、北美同样尚未恢复到2019年水平。
- 从国家来看，2021年中国、韩国“盈利”企业占比分别为72.2%、85.3%，均超过2019年占比。另一方面，越南、墨西哥新冠疫情再次快速蔓延，“亏损”占比将近3成。

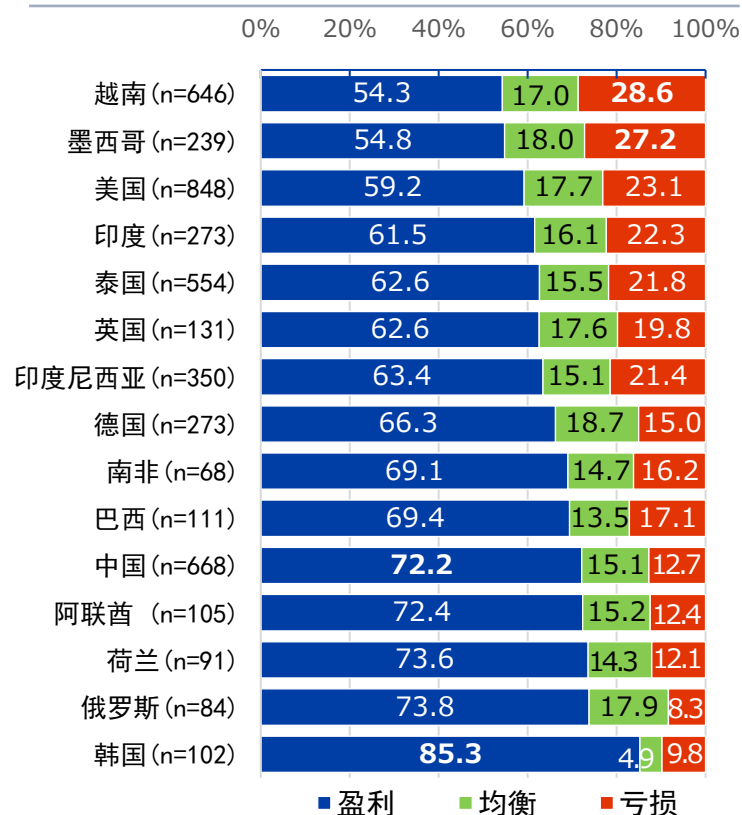
（注）营业利润预期的盈利、亏损、均衡占比将能够按主要地区以相同条件获取数据的2008年以后的数值作为比较对象

盈利企业占比的变化趋势（按主要地区）



（注）所有地区小计包括俄罗斯（2013、2015-2021）、大洋洲（2008-2021）、中东（2015-2021）、非洲（2013-2021）。

主要国家2021年营业利润预期

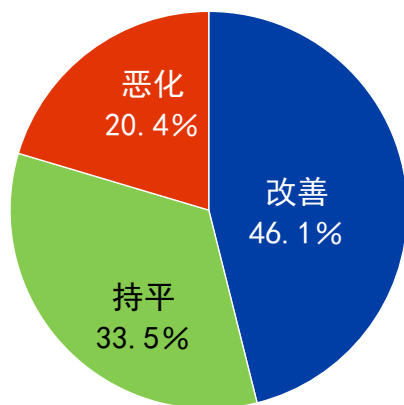


1-3 | 较2019年（新冠疫情前）“恶化”的仍有3成

- 2021年营业利润预测较上年“改善”的企业占比将近5成，较上年调查结果增加了30.5个百分点。改善的最主要原因是上年销售额触底反弹。另一方面，回答销售额因新冠疫情而增长的企业也有2成左右。
- 另外，较上年“恶化”的企业依然超过2成。此外，较2019年“恶化”的企业占比为3成。对很多企业而言，将业绩恢复到新冠疫情前的水平正仍面临着困难。

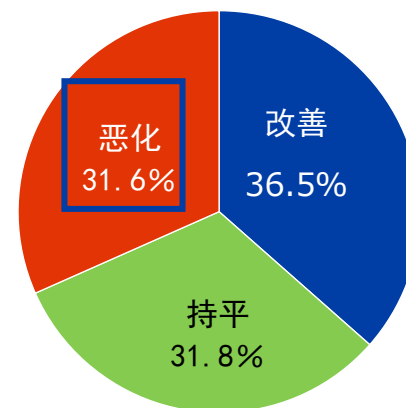
2021年营业利润预测（较上年）

所有地区合计（n=7,249）



2021年营业利润预测（较2019年）

所有地区合计（n=7,209）



营业利润预测（较上年）改善的原因（n=3,315） ※多选

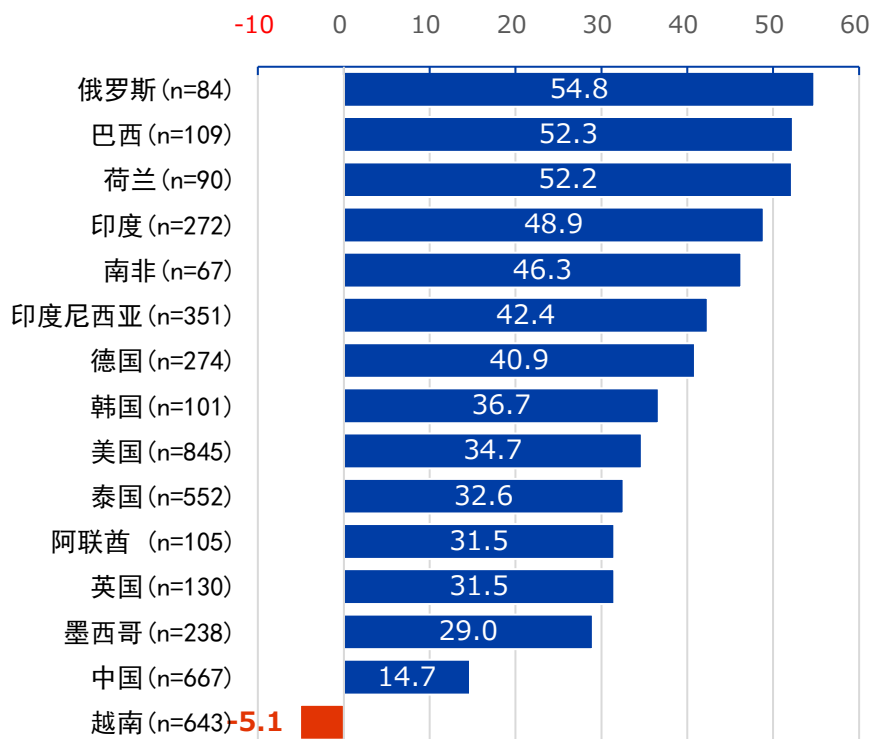
改善原因（从高到低的顺序）	回答比例	主要原因：上年销售额因新冠疫情减少后反弹（增长）	主要原因：销售额因新冠疫情增长	其他主要原因
1 在当地市场的销售额增加	73.8%	61.2%	18.5%	32.1%
2 出口扩大使得销售增长	35.3%	59.5%	20.2%	31.3%

1-4 | 疫情再次蔓延下的限制营业产生了巨大影响

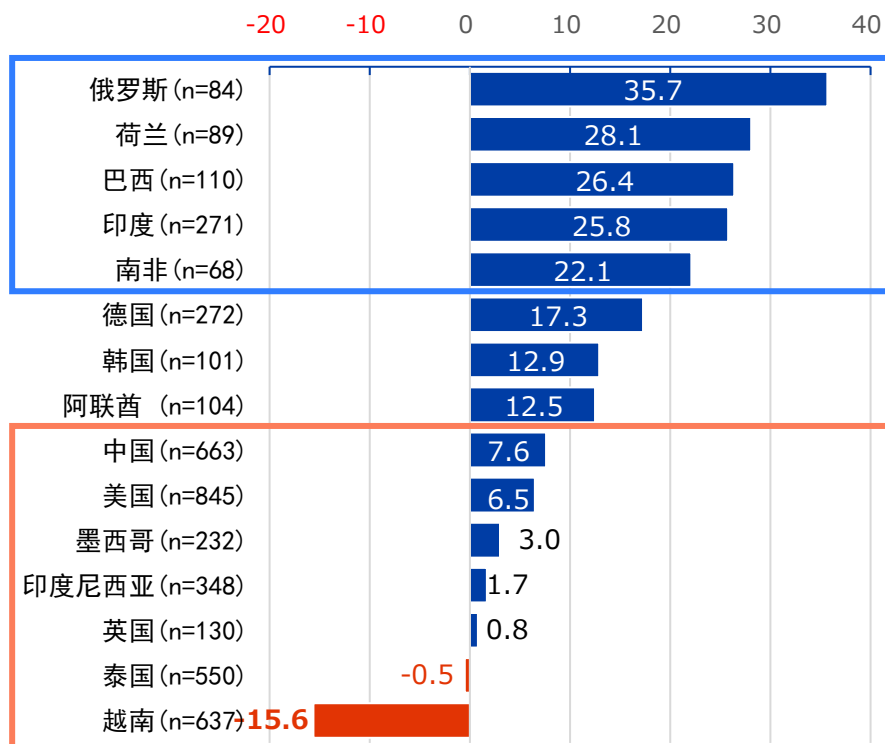
- 较新冠疫情前（2019年），表示景气度的DI值（注）在俄罗斯、荷兰、巴西、印度、南非超过20个百分点，在中国、美国、墨西哥、印度尼西亚、英国、泰国、越南不足10个百分点。
- 调查期间越南正处于新冠疫情德尔塔毒株感染高峰，受限制营业导致“开工率下降”这一主要原因影响，较上年预计“恶化”的企业占比将近4成。较2019年回答“恶化”的企业占比超过回答“改善”的企业占比15.6个百分点。

（注）DI值为Diffusion Index的简称。在本调查中，该值是回答“改善”的企业占比（%）减去回答“恶化”的企业占比后所得数值。

主要国家2021年营业利润预测DI值（较上年）



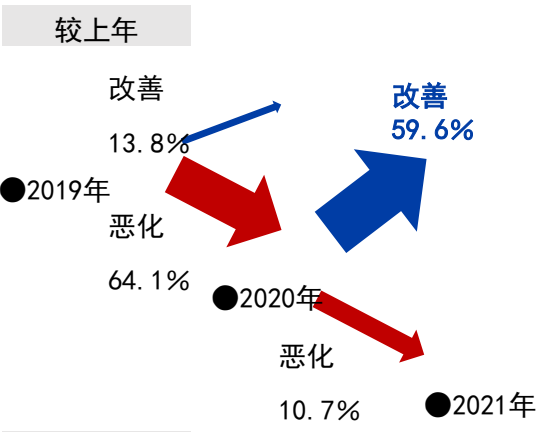
主要国家2021年营业利润预测DI值（较2019年）



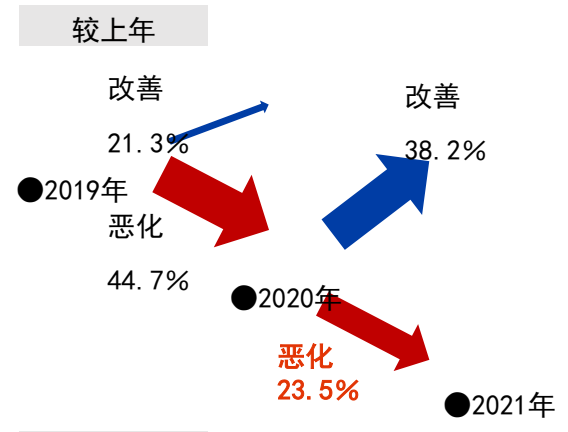
1-5 | 越南较2019年“恶化”的企业超过4成

- 上年调查中“恶化”超过6成的印度触底反弹。2021年较2019年“改善”占比约为5成。
- 另一方面，上年调查中“恶化”占比相对较低的中国在2021年“恶化”超过2成。在汽车市场增长乏力、采购成本增加等背景下，在运输机械及其零部件上“恶化”占比相对较高。
- 越南的“恶化”占比较上年和2019年均为4成左右，在主要国家中预期最糟糕。

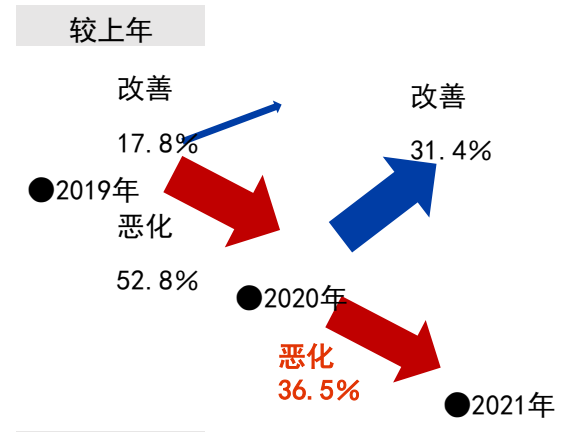
印度【恶化→改善】



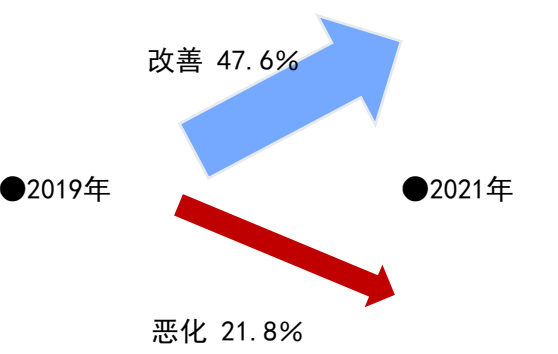
中国【恶化→改善或恶化】



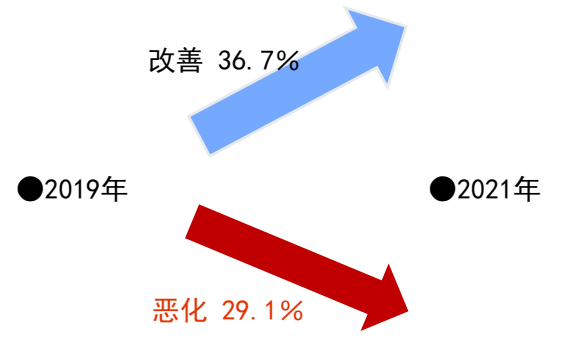
越南【恶化→恶化】



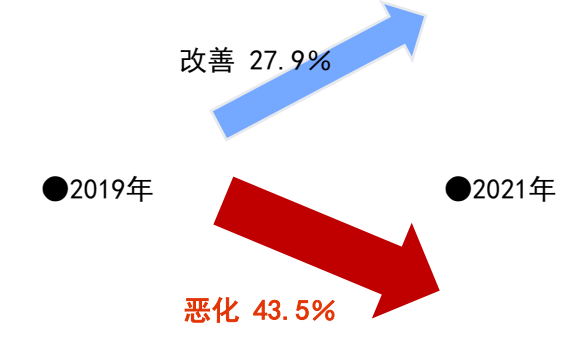
较2019年



较2019年



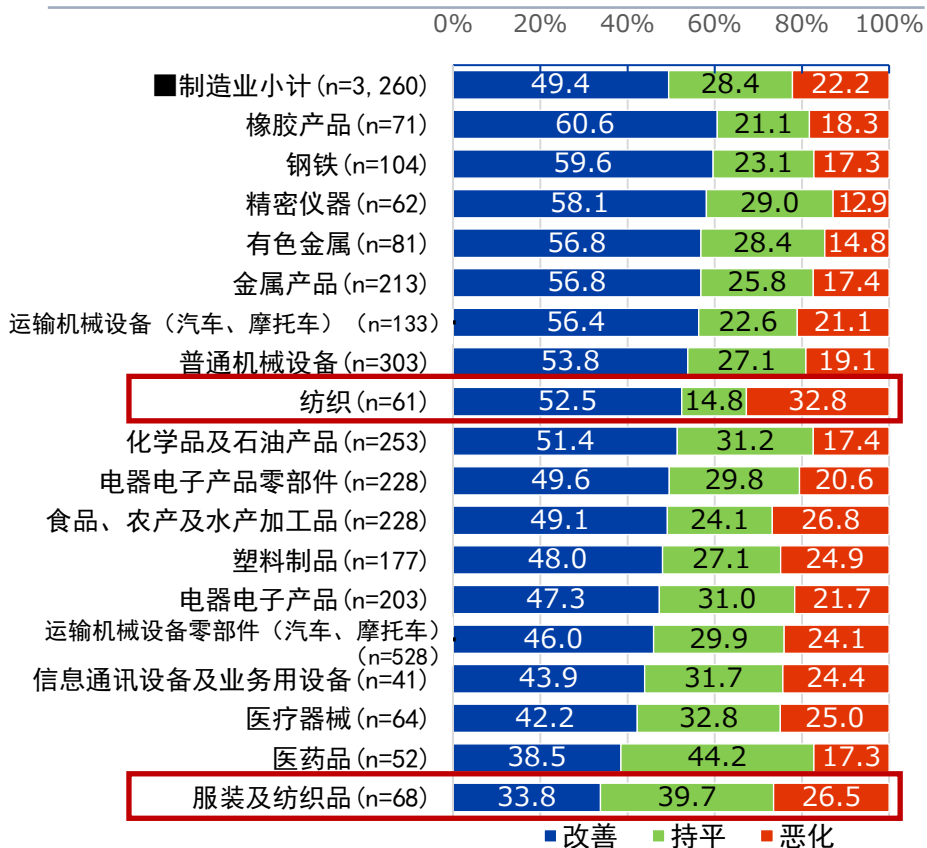
较2019年



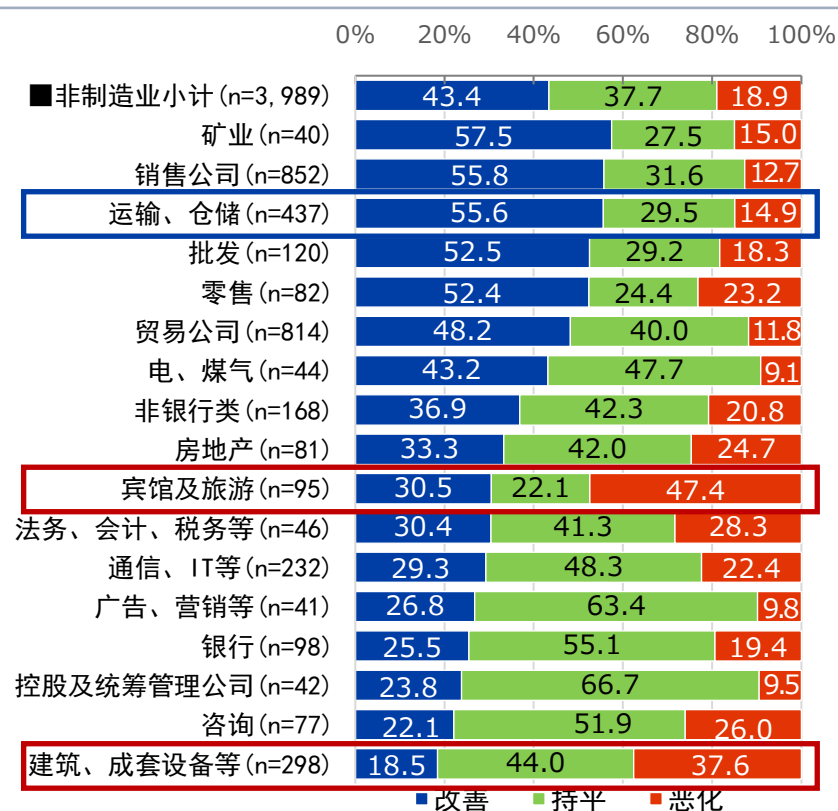
1-6 | 行业间差距扩大

- 制造业中，除了纺织的“恶化”占比超过3成外，**服装及纺织品的“改善”“恶化”均为3成左右**。这是因为**随着自主隔离常态化，进驻地市场及出口市场的消费意愿降低**。
- 非制造业中，受限制出行影响较大的“**宾馆及旅游**”回答“恶化”的企业占比为47.4%，受新冠疫情影响而失去进驻地市场的“**建筑、成套设备等**”回答“恶化”的企业占比为37.6%。
- 运输及仓储在“改善”的主要原因方面回答“**销售额因新冠疫情增长**”的企业占比相对较高。

2021年营业利润预测（制造业、按行业、较上年）



2021年营业利润预测（非制造业、按行业、较上年）

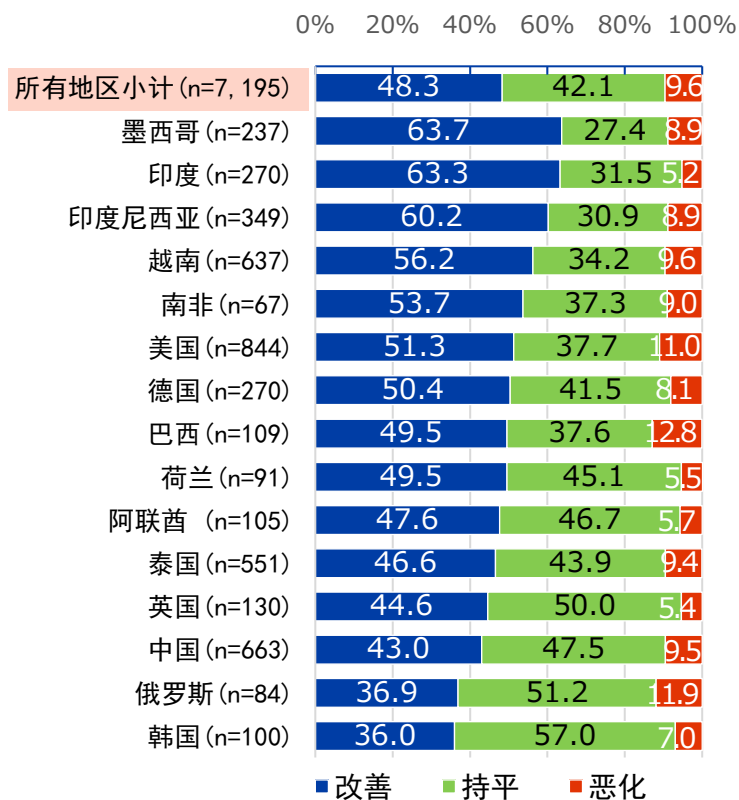


（注）只列出n=40以上的行业。

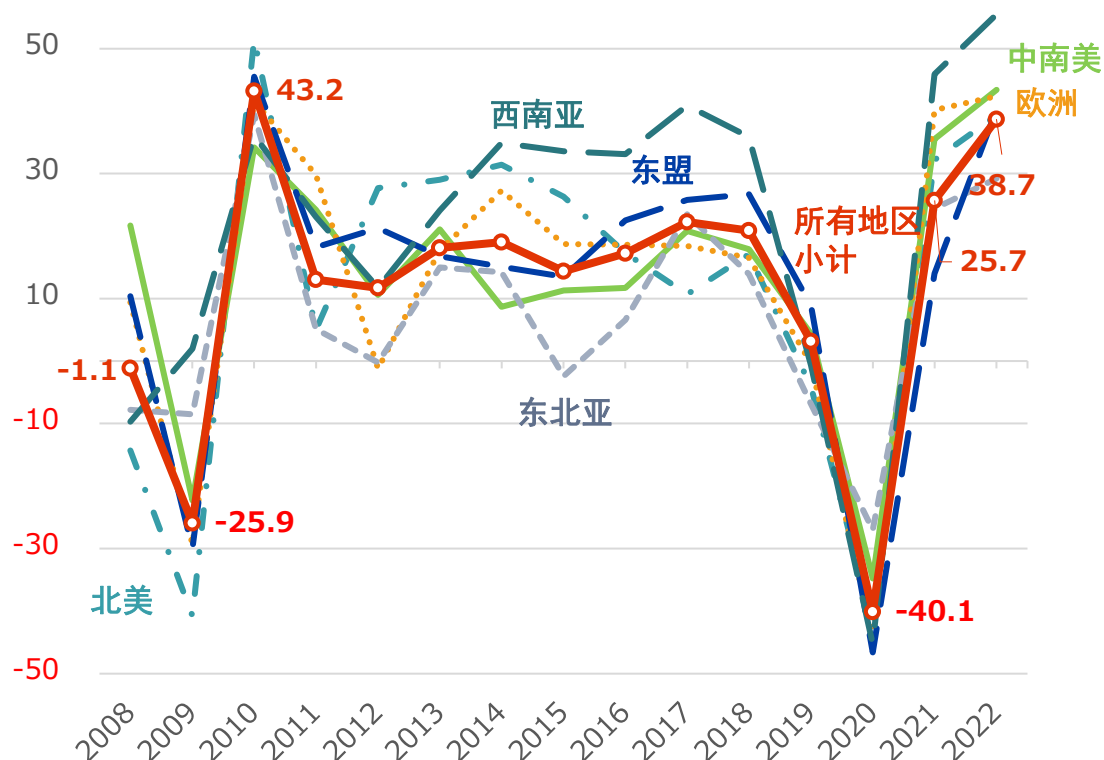
1-7 | 2022年以新兴国家为中心“改善”预期较强

- 2022年预期（较2021年）中，所有地区预计“改善”的企业占比为48.3%，预计“持平”的企业占比为42.1%，预计“恶化”的企业占比为9.6%。DI值为38.7个百分点，较2021年进一步高出13个百分点。从地区来看，东南亚最高，为55.5个百分点。在15个主要国家中，墨西哥、印度、印度尼西亚的DI值超过50个百分点。
- 另一方面，东北亚的DI值仅为29.2个百分点。中国、韩国回答2022年营业利润较上年“持平”的企业占多数，其占比分别为47.5%、57.0%。

主要国家2022年营业利润预测（较2021年）



各地区DI值的变化趋势（2008-2022年）

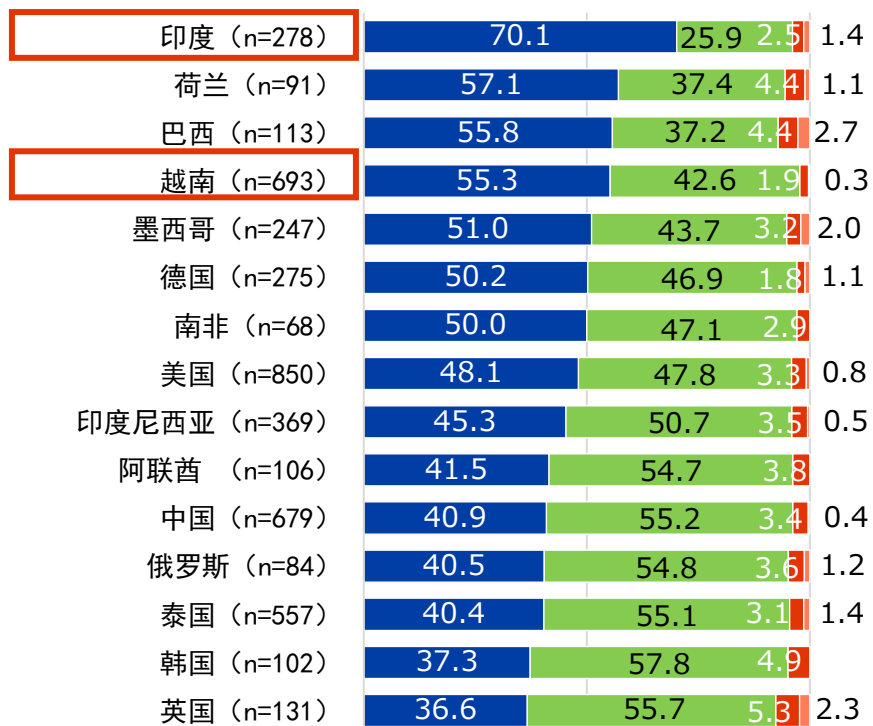


(注) 所有地区小计包括俄罗斯（2013、2015-2021）、大洋洲（2008-2021）、中东（2015-2021）、非洲（2013-2021）。

2-1 | 业务扩大意愿呈恢复趋势，但存在地区差异

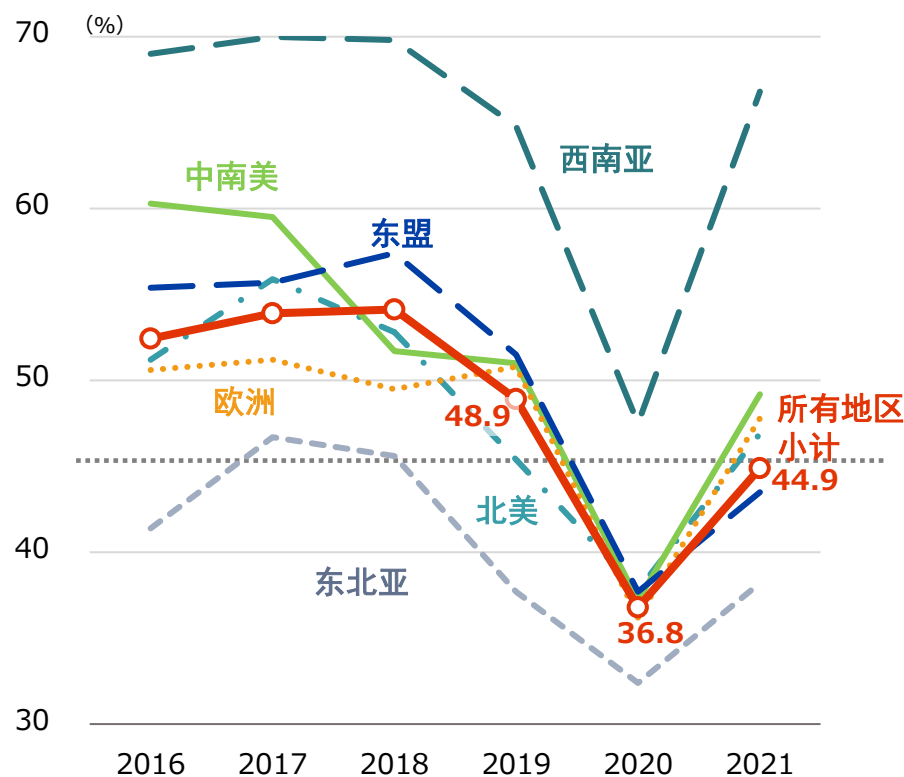
- 日资企业业务扩大意愿较上年快速恢复，但今后1-2年预计“扩大”业务的企业占比为44.9%，尚未达到新冠疫情前的水平（2019年为48.9%）。这是因为受到新冠疫情再次蔓延及经济活动受限带来的未来不确定性的影响。
- 另一方面，印度7成企业有“扩大”意愿。**越南的营业利润预期虽然糟糕，但扩大意愿同样较高。**此外，较新冠疫情前（2019年），东南亚、北美、东北亚回答“扩大”的占比增加。

今后1-2年业务开展的方向（按主要国家）



■ 扩大 ■ 维持现状 ■ 缩小 ■ 转移、撤退到第三国（地区）

“扩大”占比的变化趋势（按地区）

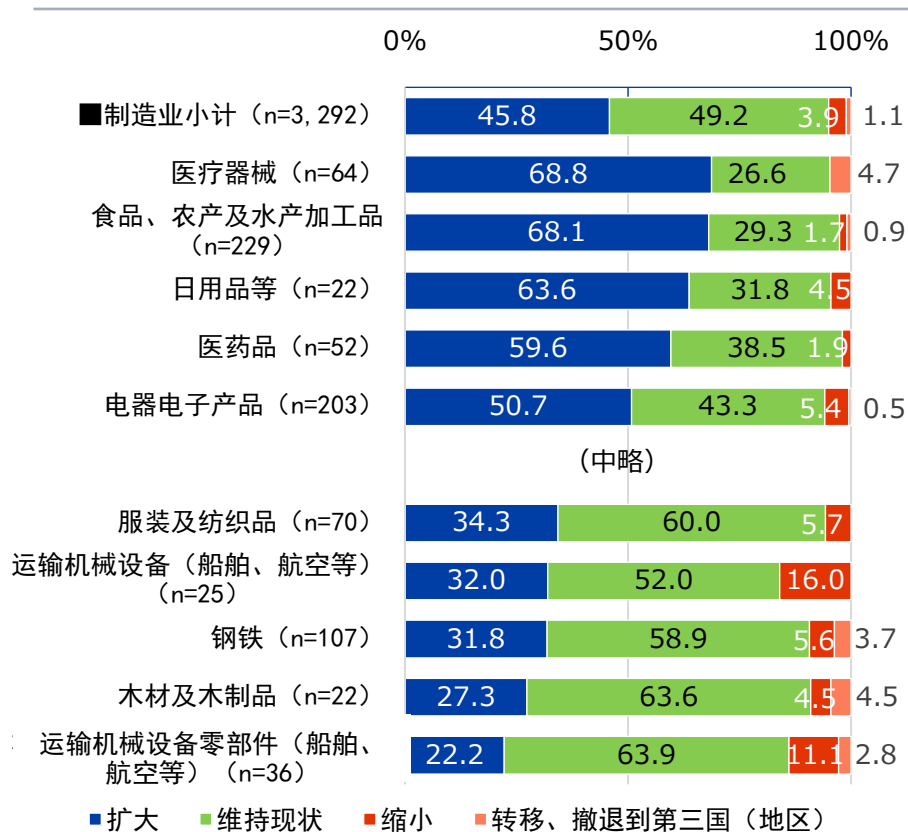


(注) 所有地区小计包括俄罗斯、大洋洲。

2-2 | 医疗器械、食品、BPO、人才等的业务扩大意愿较高

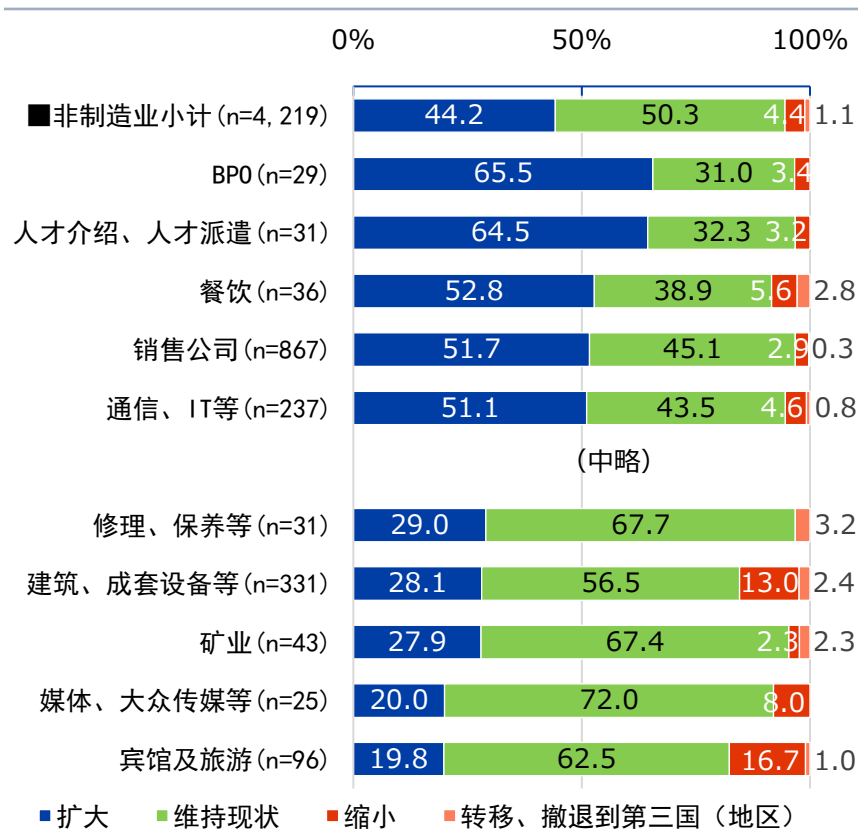
- 制造业中，**医疗器械、食品、农产及水产加工品**预计扩大业务的企业占比达到将近7成，比制造业整体高出2成以上。受新冠疫情影响，这些行业的需求坚挺，**部分行业受新冠疫情影响还出现特需**。
- 另外，服装及纺织品、航空产业等汽车以外的运输机械及其零部件受到自主隔离的后续影响，需求持续低迷，业务扩大意愿依然很低。此外，只有宾馆及旅游预计扩大业务的企业占比低于2成。

今后1-2年业务开展的方向（制造业、按行业）



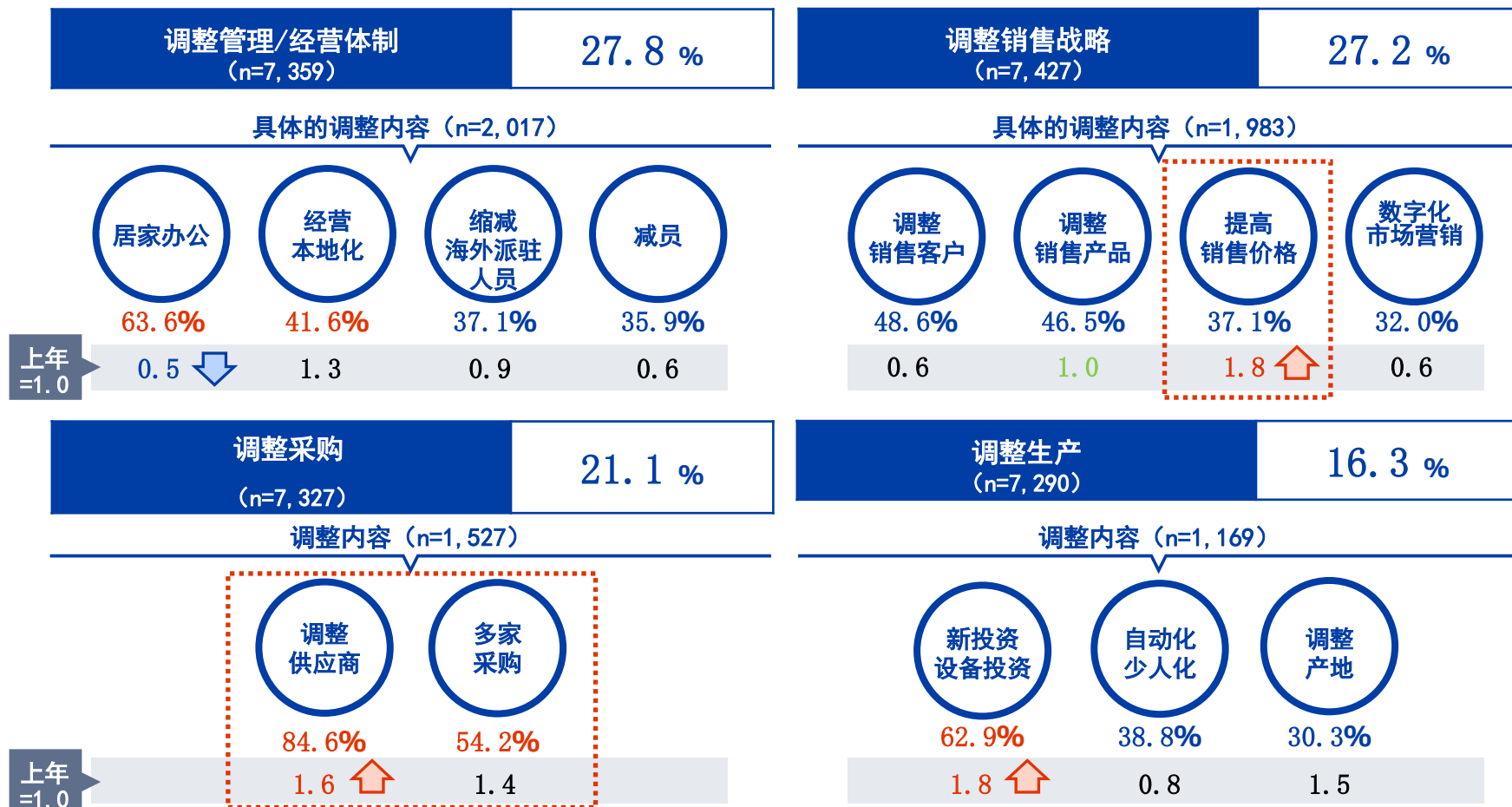
(注) 只列出n=20以上的“扩大”占比排名前5位和后5位的行业。

今后1-2年业务开展的方向（非制造业、按行业）



2-3 | 巩固供应链及提高销售价格不断推进

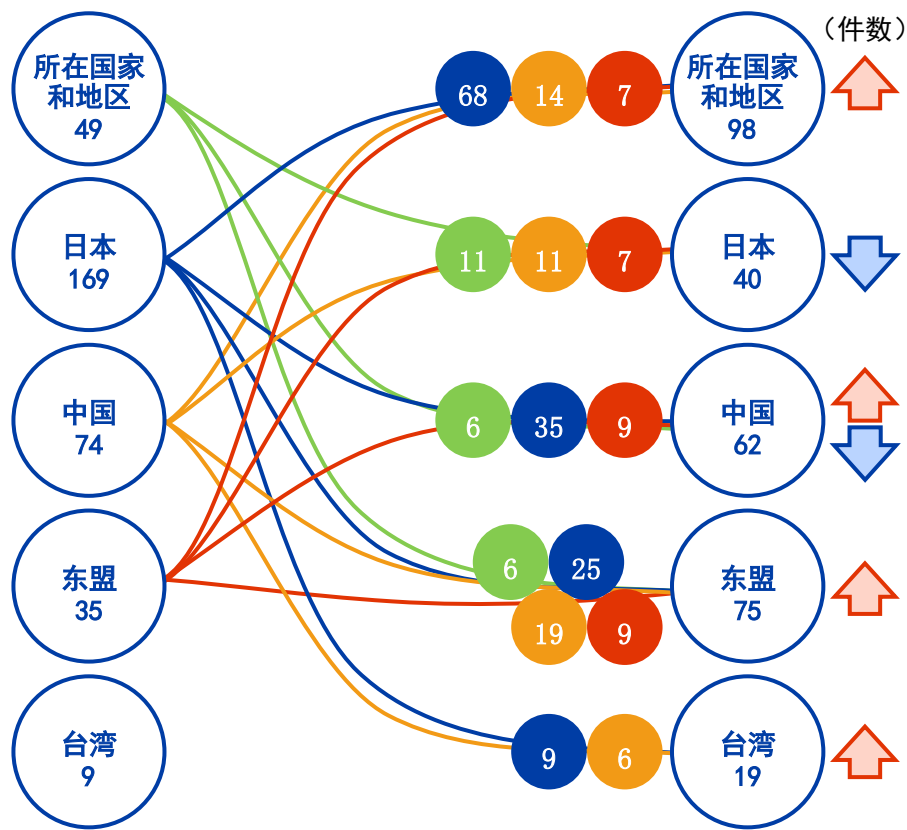
- 在调整业务战略方面，有大约3成企业对管理/经营体制进行了调整（包括计划调整在内）。此外有2成左右的企业对供应链（生产、销售、采购）进行了调整。
- 在不得已将增加的生产成本转嫁到价格的情况下，采取“调整销售价格”措施的企业占比较上年增加约8成。此外，采取调整供应商、多家采购措施的企业占比较上年分别增加6成、4成。



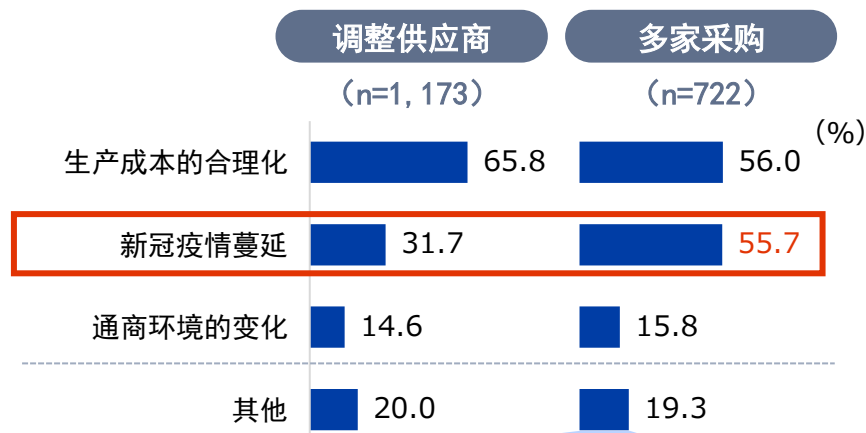
2-4 | 本地采购和多家采购同时推进

- 在日本企业建有紧密供应链的亚洲大洋洲地区，**很多企业在进驻地将从日本采购的零部件或材料改为本地采购**。在东盟，企业将日本采购品改为从中国采购的趋势不断加强。
- 另外，同时还出现了因通商环境变化等原因，将从中国采购改为本地采购或者从东盟采购的动向。
- 半导体、尼龙等零部件或材料供不应求导致**采购困难或者交货期延长**，**这加快了多家采购及调整供应商的进程**。

变更亚洲大洋洲地区的供应商（400件中的主要调整）



调整采购的理由（多选、前3项）



材料困境引发多元化	马来西亚、电器电子产品零部件
全球零部件原材料供不应求导致零部件采购困难	越南、电器电子产品零部件
美国寒潮导致原材料采购困难	印度、化学品及石油产品
包括自然灾害等在内的BCP应对	美国、化学品及石油产品

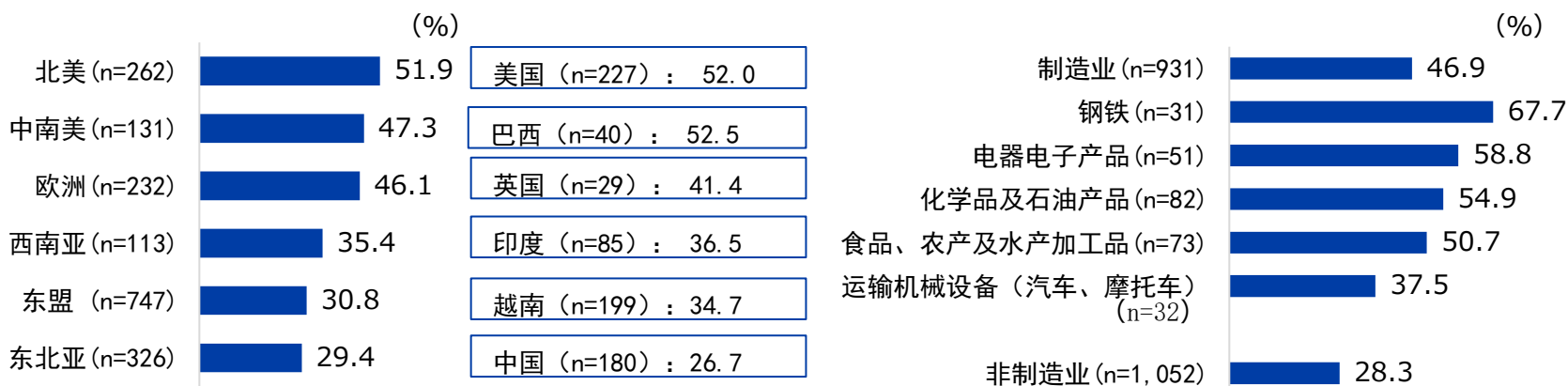
2-5 | 原材料价格上涨及物流成本增加的影响增大

- 随着经济活动从新冠疫情中恢复，供应链的混乱对广大行业造成影响，例如，半导体供不应求、钢铁等原材料价格上涨、集装箱短缺导致海外运输成本增加及日程安排推迟、原油价格高涨等。
- 全球范围内普遍通过将增加的零部件或材料采购成本、生产成本、运输成本转嫁到价格上来提高销售价格。实施时间约7成集中在2021年内（其中约5成已实施）。

提高销售价格的原因（n=660、多选、前2项）



提高销售价格的占比（包括计划提高的在内、主要地区和国家、行业）

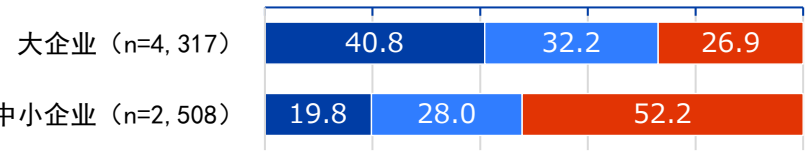
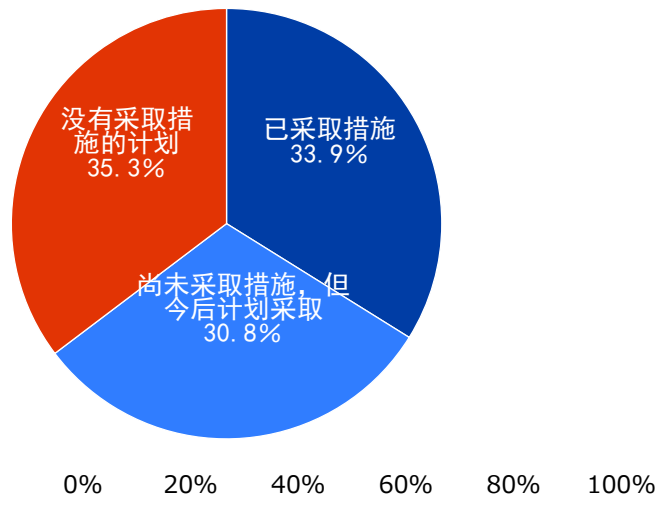


3-1 | 已采取措施和未采取措施的占比不相上下，企业规模产生的差距明显

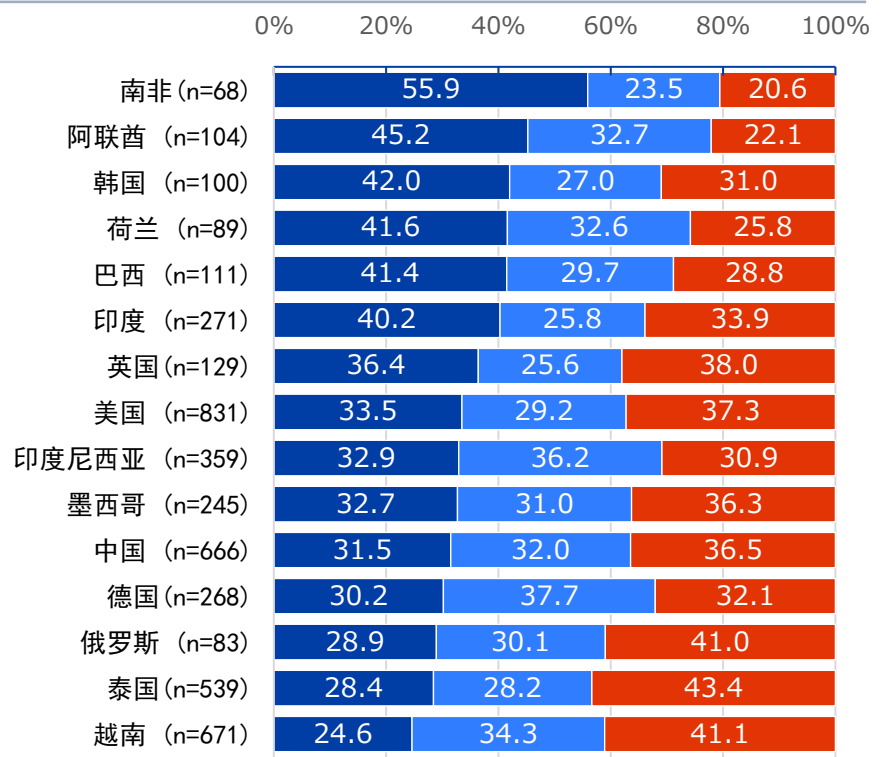
- 在脱碳（温室气体减排）方面，回答“**已采取措施**”（33.9%）或“**尚未采取措施，但今后计划采取**”（30.8%）的企业占比**总共超过6成**。
- 大企业**回答“已采取措施”的为**40.8%**，**中小企业**为**19.8%**，**差距巨大**。从主要国家来看，2019年开征碳税的南非占比最高，为55.9%。此外能源相关企业较多的阿联酋占比也将近5成。

脱碳措施的开展情况

所有地区合计 (n=7, 317)



脱碳措施的开展情况（按主要国家）

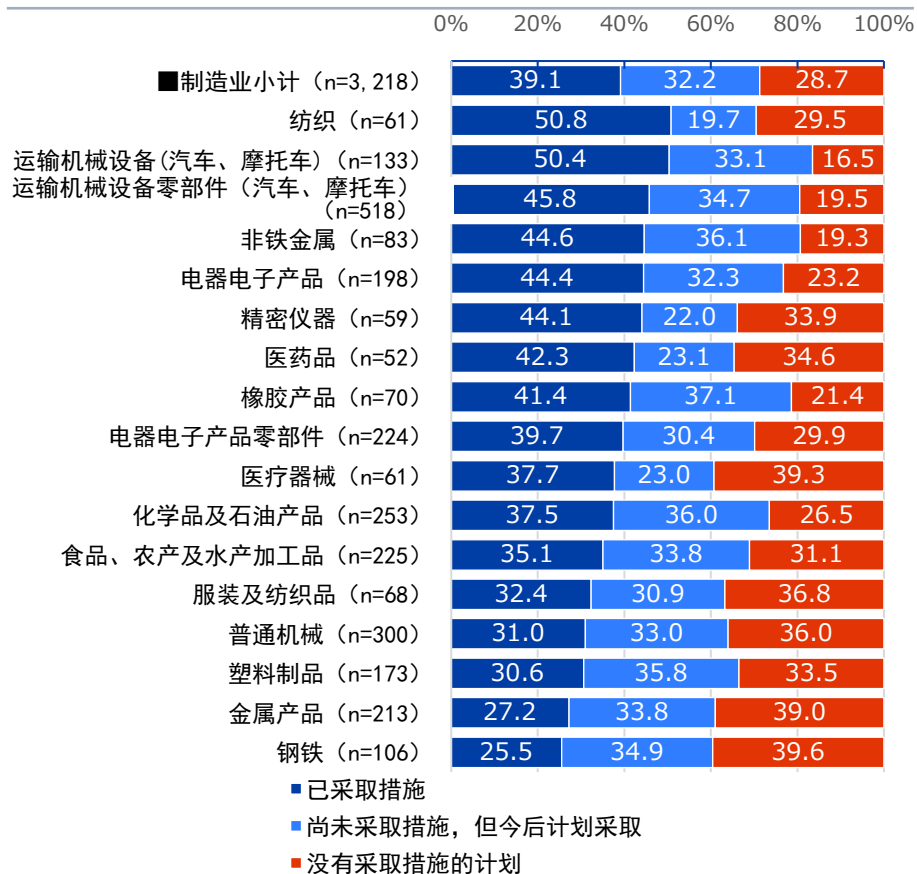


■ 已采取措施 ■ 尚未采取措施，但今后计划采取 ■ 没有采取措施的计划

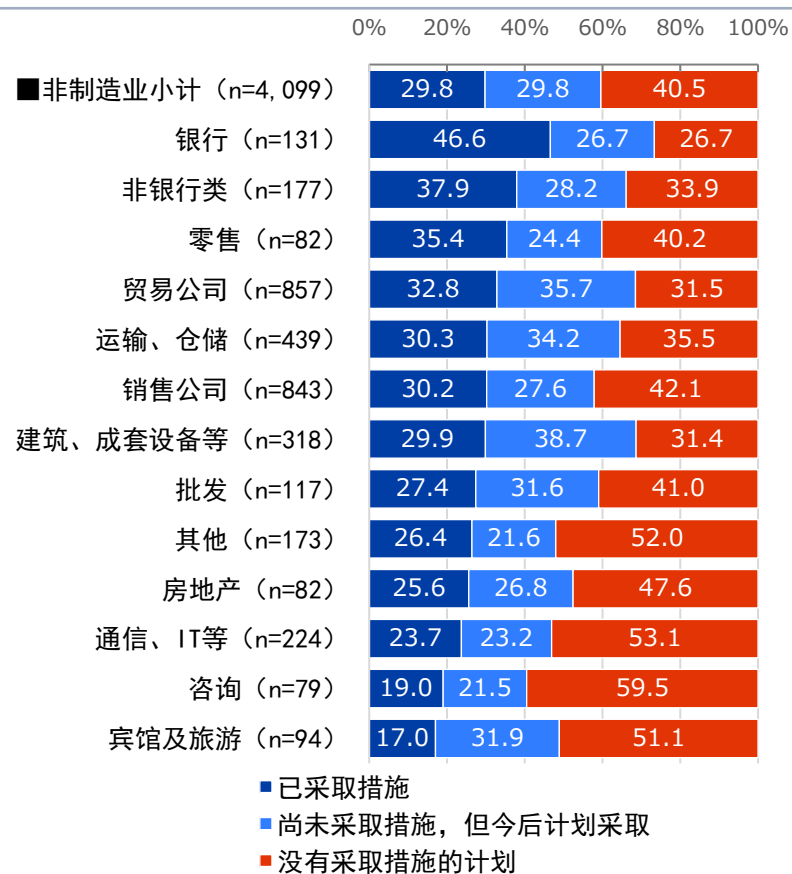
3-2 | 响应电动化潮流等，率先推进运输机械设备脱碳

- 制造业中，纺织、运输机械设备（汽车、摩托车）回答“已采取措施”的企业占比超过5成。纺织方面，有使用循环利用原料等的案例。运输机械设备的大环境是节能车、电动车的关注度及需求不断增加。
- 非制造业中，银行（46.6%）、非银行类（37.9%）方面的措施取得进展。具体有实施绿色金融和ESG项目投融资，还出现了限制对碳排放相关业务实施融资、限制受理其保险的动向等。

脱碳措施的开展情况（制造业、按行业）



脱碳措施的开展情况（非制造业、按行业）



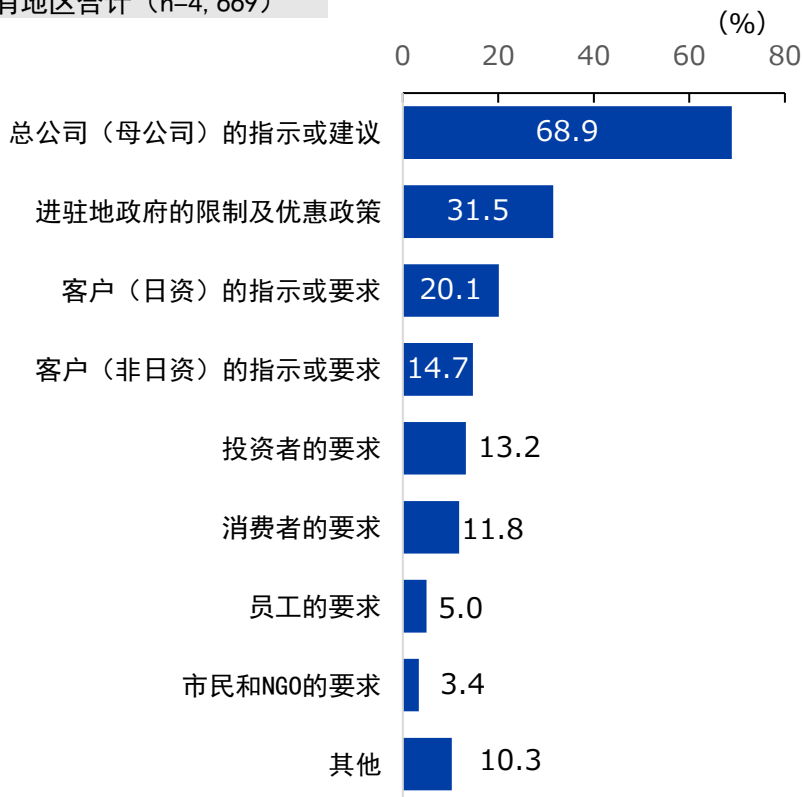
(注) 只列出n=50以上的行业。

3-3 | 除总公司指示外，进驻地的限制及优惠政策也是影响因素

- 在开展脱碳措施的原因方面，回答“**总公司的指示或建议**”的占比最多，**将近7成**。其次是“**进驻地政府的限制及税收优惠政策**”（**31.5%**）。此外，在运输、汽车、矿业及能源、化学品等行业，很多企业还表示是行业趋势的原因。
- 措施内容方面，回答“**节约能源资源**”的占比最多，约为6成，回答“**购买可再生能源及新能源电力**”“**开发环保新产品**”的占比超过3成。全球范围内还有许多其他措施案例，例如，发展光伏发电，公车车辆电动化，简化包装材料等。

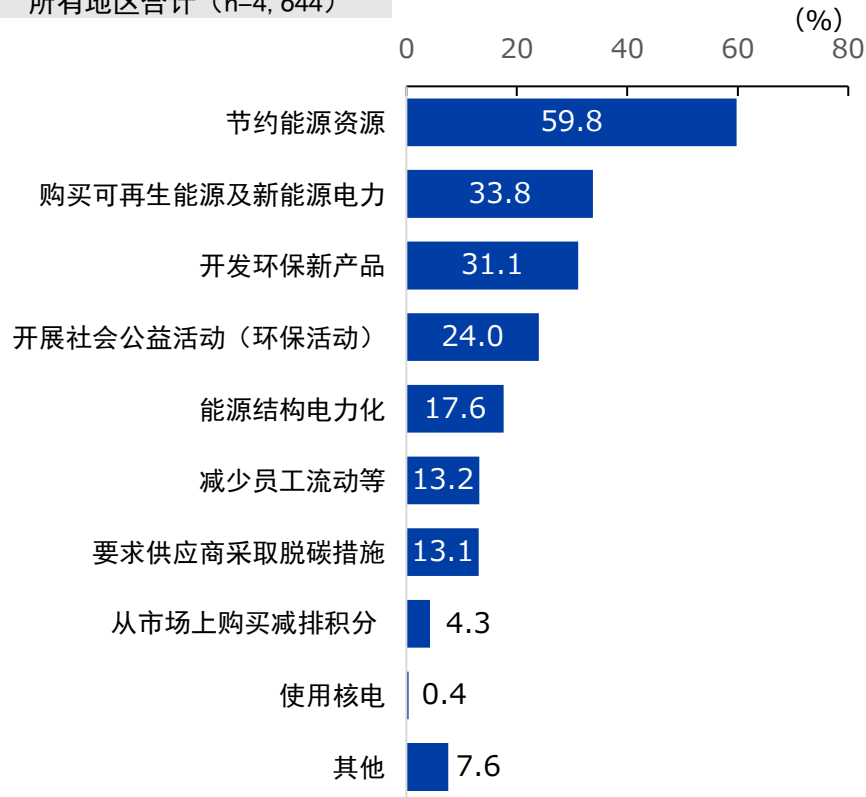
采取脱碳措施的原因（多选）

所有地区合计 (n=4,669)



脱碳措施的内容（多选）

所有地区合计 (n=4,644)



3-4 客户指示、投资者及消费者的要求也是影响因素

- 制造业中，许多产品要求提高制造工序中的电力能源利用效率，同时保护环境，除了应对总公司指示和当地法规外，客户、投资者、消费者等各方面的指示和要求一定程度上也会推动采取相应的措施。
- 在“进驻地政府的限制及优惠政策”方面，排名靠前的国家中，汽车和零部件制造业占了很大比例。这与中国和印度加强尾气排放管控，欧盟2035年起实施新车零排放标准（管控）有关。此外，南非在2019年开征碳税以及气候变动法案已经提交国会审议，在这个大背景下，采取脱碳措施的必要性日益增大。

采取脱碳措施的原因（各项目前5位国家/前5位行业）

（单位：%）

总公司（母公司）的指示或建议			
按国家		按行业	
俄罗斯（n=49）	81.6	银行（n=93）	90.3
韩国（n=69）	79.7	电器电子产品（n=151）	82.1
巴西（n=76）	78.9	非银行类（n=114）	79.8
墨西哥（n=155）	78.1	橡胶产品（n=55）	78.2
阿联酋（n=80）	76.3	贸易公司（n=582）	73.7

进驻地政府的限制及优惠政策			
按国家		按行业	
中国（n=421）	49.9	运输机械设备（汽车、摩托车）（n=110）	49.1
荷兰（n=64）	39.1	电器电子产品（n=151）	41.7
南非（n=54）	38.9	普通机械设备（n=190）	37.9
英国（n=78）	38.5	化学品及石油产品（n=179）	36.3
印度（n=177）	37.3	橡胶产品（n=55）	34.5

客户（日资）的指示或要求			
按国家		按行业	
墨西哥（n=155）	29.7	运输机械设备零部件（汽车、摩托车）（n=412）	38.6
泰国（n=302）	28.8	运输、仓储（n=280）	28.9
南非（n=54）	25.9	塑料制品（n=115）	28.7
印度尼西亚（n=245）	25.7	建筑、成套设备等（n=216）	27.3
越南（n=394）	24.1	贸易公司（n=582）	26.8

客户（非日资）的指示或要求			
按国家		按行业	
德国（n=182）	29.1	化学品及石油产品（n=179）	22.9
南非（n=54）	27.8	电器电子产品零部件（n=156）	22.4
荷兰（n=64）	23.4	建筑、成套设备等（n=216）	19.4
阿联酋（n=80）	22.5	贸易公司（n=582）	19.4
英国（n=78）	21.8	有色金属（n=64）	17.2

投资者的要求			
按国家		按行业	
南非（n=54）	37.0	银行（n=93）	35.5
荷兰（n=64）	25.0	贸易公司（n=582）	21.0
英国（n=78）	21.8	食品、农产及水产加工品（n=150）	18.7
阿联酋（n=80）	21.3	非银行类（n=114）	16.7
印度尼西亚（n=245）	14.3	运输、仓储（n=280）	16.4

消费者的要求			
按国家		按行业	
南非（n=54）	24.1	食品、农产及水产加工品（n=150）	28.7
巴西（n=76）	21.1	运输机械设备（汽车、摩托车）（n=110）	19.1
英国（n=78）	19.2	销售公司（n=478）	18.4
阿联酋（n=80）	13.8	批发（n=67）	14.9
德国（n=182）	13.7	普通机械设备（n=190）	14.2

（注）只列出n=50以上的行业。

3-5 | 除节约能源资源外，光伏发电等不断推进

- “节约能源资源”措施包括使用LED照明、无纸化办公、材料简化及循环利用等。
- 在“采购可再生能源及新能源电力”方面引进光伏发电最多。另外，在某些出资对象国家和地区，很多企业难以转向使用可再生能源及新能源发电电力，例如，政府法律法规及激励政策不透明或复杂，采购不到100%使用可再生能源发的电力等。
- 在欧洲，很多企业推进公车电动化，而且运输业中也有将运输形态转换为铁路运输的事例。

脱碳措施的内容（各项目前5位国家和前5位行业）

（单位：%）

节约能源资源			
按国家		按行业	
韩国 (n=69)	71.0	运输机械设备零部件（汽车、摩托车） (n=416)	76.2
墨西哥 (n=155)	69.7	塑料制品 (n=113)	72.6
美国 (n=510)	66.1	电器电子产品 (n=151)	72.2
巴西 (n=76)	64.5	金属产品 (n=129)	69.0
南非 (n=53)	64.2	钢铁 (n=64)	68.8

购买可再生能源及新能源电力（太阳能、风能、水力、地热、潮汐能、生物质能、氢能等）			
按国家		按行业	
南非 (n=53)	54.7	运输机械设备（汽车、摩托车）(n=110)	54.5
巴西 (n=76)	46.1	食品、农产及水产加工品 (n=148)	48.0
印度 (n=176)	40.9	电器电子产品零部件 (n=156)	46.2
墨西哥 (n=155)	36.8	运输机械设备零部件（汽车、摩托车）(n=416)	45.7
泰国 (n=300)	36.3	化学品及石油产品 (n=181)	43.6

开发环保新产品			
按国家		按行业	
韩国 (n=69)	42.0	销售公司 (n=475)	48.4
巴西 (n=76)	39.5	化学品及石油产品 (n=181)	48.1
荷兰 (n=64)	39.1	运输机械设备（汽车、摩托车）(n=110)	46.4
英国 (n=77)	39.0	电器电子产品 (n=151)	42.4
美国 (n=510)	37.5	橡胶产品 (n=55)	41.8

开展社会公益活动（环保活动）			
按国家		按行业	
南非 (n=53)	34.0	橡胶产品 (n=55)	50.9
巴西 (n=76)	32.9	银行 (n=88)	37.5
荷兰 (n=64)	28.1	非银行类 (n=113)	37.2
韩国 (n=69)	27.5	运输机械设备（汽车、摩托车）(n=110)	35.5
阿联酋 (n=81)	27.2	通信、IT等 (n=103)	31.1

能源（热、运输燃料等）结构电力化（建筑电气化、引进电动车等）			
按国家		按行业	
荷兰 (n=64)	35.9	运输、仓储 (n=279)	34.4
南非 (n=53)	26.4	运输机械设备（汽车、摩托车）(n=110)	28.2
德国 (n=177)	24.9	批发 (n=68)	26.5
巴西 (n=76)	21.1	贸易公司 (n=576)	26.0
英国 (n=77)	20.8	电器电子产品 (n=151)	23.8

减少员工流动等（减少出差、乘坐公共交通工具、废除公车、深入实施远程办公）			
按国家		按行业	
巴西 (n=76)	23.7	通信、IT等 (n=103)	31.1
俄罗斯 (n=48)	22.9	非银行类 (n=113)	23.9
英国 (n=77)	19.5	销售公司 (n=475)	20.0
南非 (n=53)	18.9	建筑、成套设备等 (n=213)	17.8
荷兰 (n=64)	18.8	电器电子产品 (n=151)	17.2

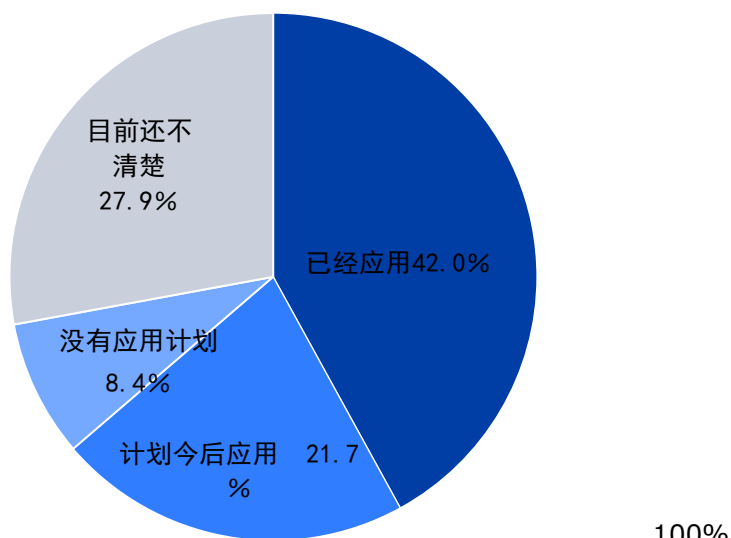
（注）只列出n=50以上的行业。

4-1 | 超4成企业已经应用数字技术

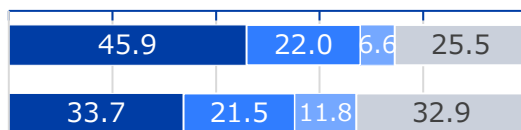
- 所有地区已经应用数字技术的企业占比为42.0%。**大洋洲、非洲超过5成**。北美、中东也有将近5成的企业应用。另一方面，东北亚回答没有应用计划的企业占比最多，为11.0%。
- 在非洲，越来越多的企业**希望应用数字技术来解决社会问题**，包括电力及基础设施不足、无法获得金融服务等。除了新技术新构思在社会上实际应用的措施有所进展外，对当地初创企业的出资也在不断扩大。

数字技术的应用情况

所有地区合计 (n=7, 339)

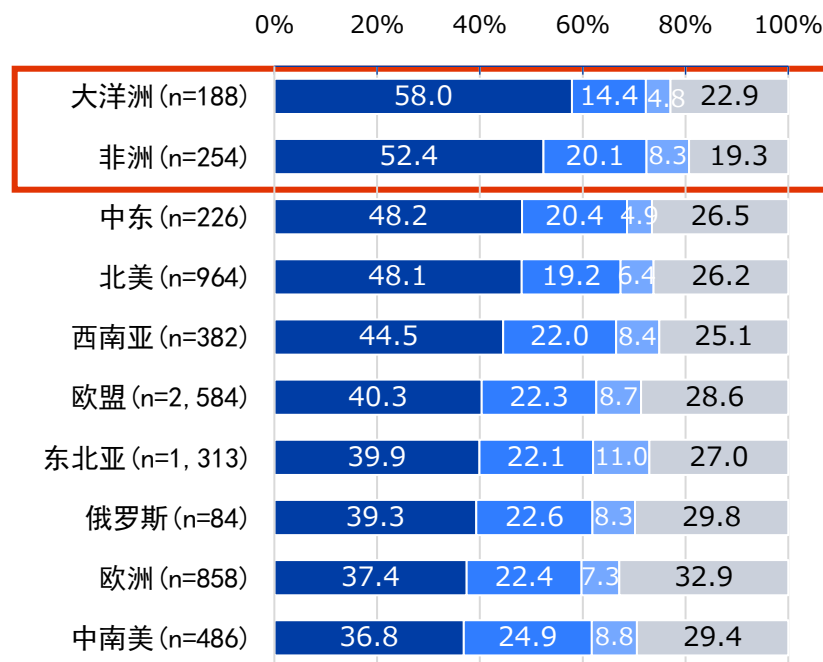


大企业 (n=4, 331)



中小企业 (n=2, 516)

数字技术的应用情况（按地区）

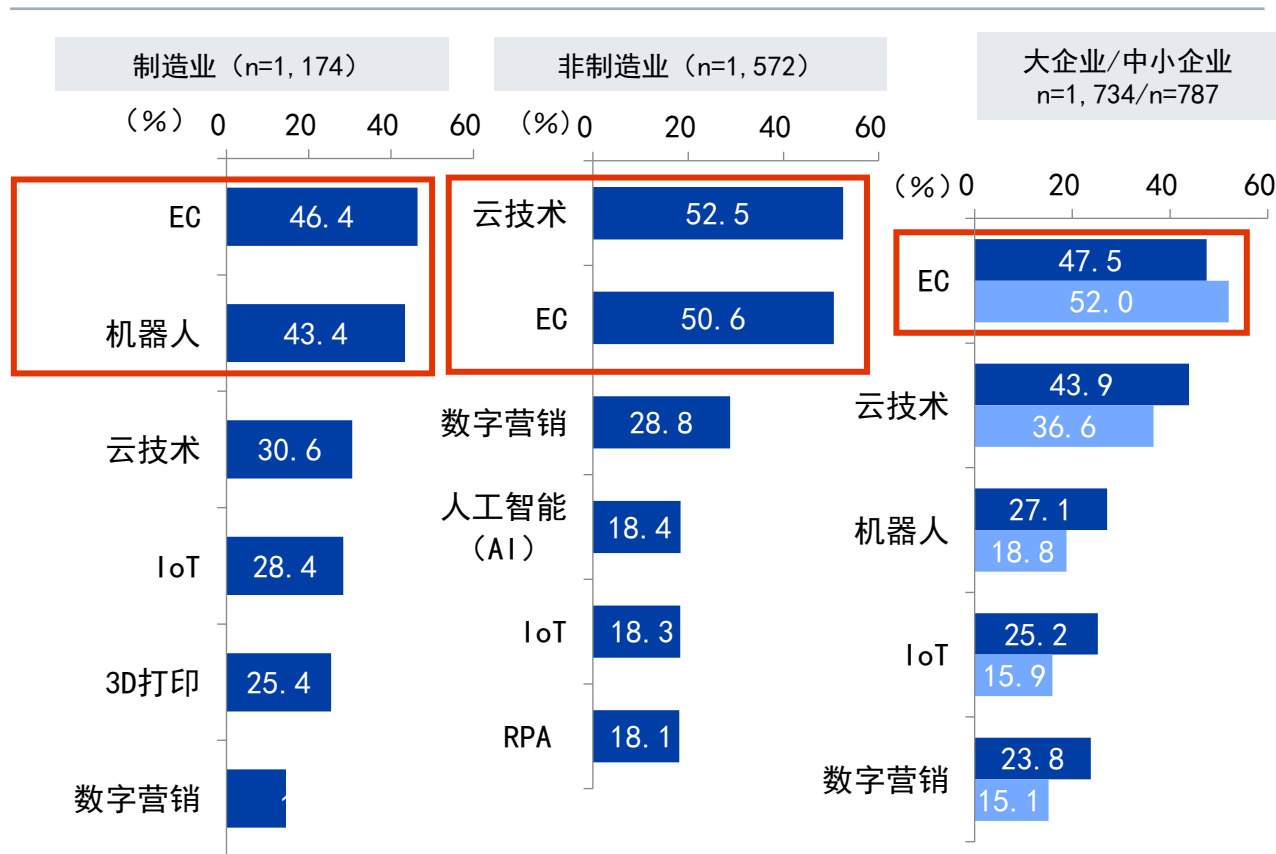


- 已经应用
- 计划今后应用
- 没有应用计划
- 目前还不清楚

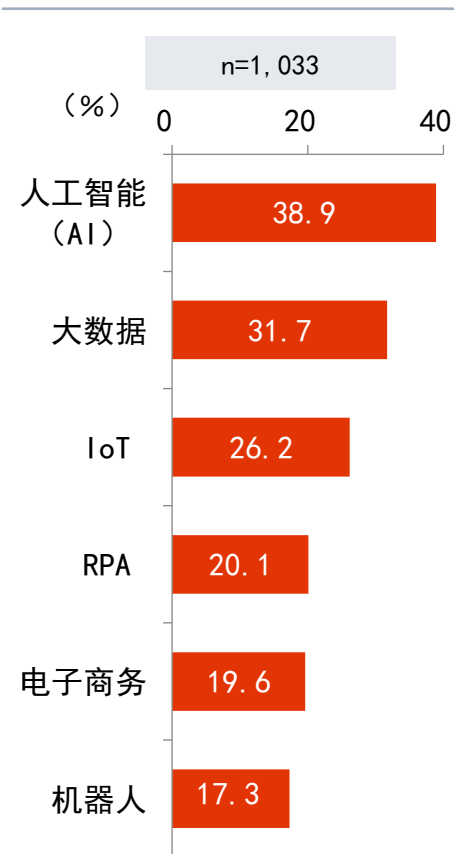
4-2 | 从以电子商务、云技术为中心到应用AI、大数据

- 在已经应用数字技术的数字企业中，**制造业中的电子商务（EC）、机器人、非制造业中的云技术和电子商务**的占比较高。此外，中小企业应用的数字技术中，电子商务占比尤为高。
- 另一方面，在今后研究应用的技术方面，不管企业规模是大是小，是制造业还是非制造业，回答人工智能、大数据的企业占比均较高。

已经应用的技术



正在研究应用的技术



(注) 只列出前6位技术。按规模仅列出5项技术。n仅为回答已经应用的技术的企业。

4-3 | 已应用数字技术的日本企业的措施案例

- MEDRING是日本的初创企业，目标是在越南推广智能诊所，开发电子云病历。应用大数据，通过积累诊断数据、运用AI来提高医疗水平，并开发医疗AI。
- UMITRON针对几乎为推进DX的水产业（养虾产业），开发利用IoT/AI对池中虾的状态进行自动分析的技术。其目标是提高生产效率，保护环境，减轻劳动负担。

日本-东盟 亚洲DX（ADX）促进项目

- 日本企业与本地企业携手合作
- 应用数字技术
- 解决经济及社会课题

向实证项目提供经费补贴
2020年度通过22个项目



进驻地：越南

- 在亚洲范围内推广智能连锁诊所，运用医疗大数据平台。
- 通过提高越南诊所的质量和促进诊所质量标准化，防止患者向高级医疗机构集中，同时提高患者享受医疗服务的便捷性。
- 日本企业可访问医疗大数据，从事制药、仪器及医疗AI开发工作。



进驻地：泰国

- 针对泰国支柱产业养虾业，独立开发全球首个利用IoT/AI对池中虾进行自动分析的技术。
- 在目前尚未推进DX的该领域，通过提高生产效率，保护自然环境，减轻劳动负担，为实现SDGs做贡献。



4-4 | 确认销售及营销方面的获益

- 在电子商务、云技术、数字营销领域，许多企业认为在应用数字技术“加强营销和拓展销售客户”方面最受益。
- 在应用数字营销和大数据的获益方面，回答“能够创造新商业模式”的企业超过5成。

应用各技术的获益

(单位：%，多选)

电子商务 (n=1,332)	
1 加强营销和拓展销售客户	58.5
2 稳定并提高产品和服务的质量	51.5
3 能够应对工资上涨及劳动力短缺	47.2

云技术 (n=1,173)	
1 加强营销和拓展销售客户	51.9
2 稳定并提高产品和服务的质量	49.2
3 可提高、优化开发及生产工序及业务的效率	45.4

机器人 (n=639)	
1 稳定并提高产品和服务的质量	74.6
2 能够应对工资上涨及劳动力短缺	66.7
3 可提高、优化开发及生产工序及业务的效率	65.4

数字营销 (n=619)	
1 加强营销和拓展销售客户	88.0
2 稳定并提高产品和服务的质量	53.0
3 能够创造新商业模式	50.6

IoT (n=617)	
1 稳定并提高产品和服务的质量	70.2
2 可提高、优化开发及生产工序及业务的效率	55.6
3 加强营销和拓展销售客户	50.2

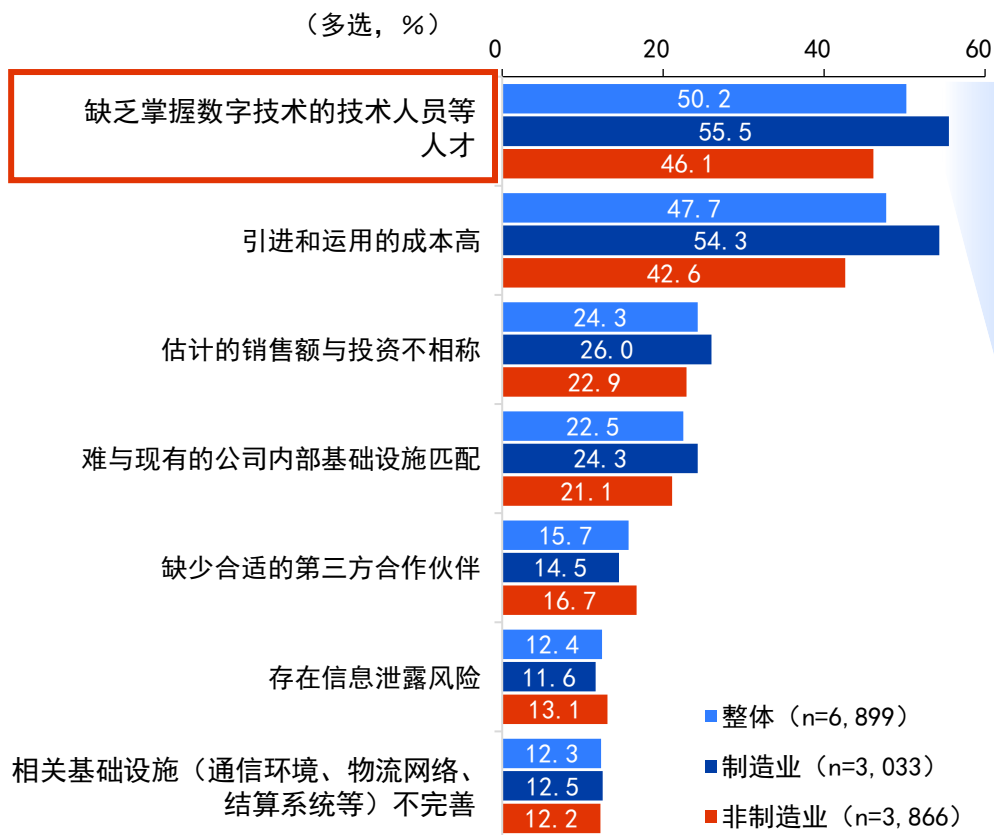
大数据 (n=425)	
1 稳定并提高产品和服务的质量	67.5
2 加强营销和拓展销售客户	62.4
3 能够创造新商业模式	53.4

(注) 仅列出前6位技术和前3项获益。

4-5 | 最大课题是技术类人才短缺

- 在应用数字技术面临的课题中，回答人才短缺的占比最多，为50.2%。特别是制造业，回答占比为55.5%。
- 人才最短缺的地区依次为北美、东盟、东北亚，均超过50%。按行业来看，“橡胶产品”“运输机械设备零部件（汽车、摩托车）”等较高。

应用数字技术面临的课题



(注) 仅列出前7项。

人才最短缺的行业

按行业	
1 橡胶产品 (n=69)	63.8
2 运输机械设备零部件 (汽车、摩托车) (n=497)	62.8
3 金属产品 (n=204)	59.3
4 电器电子产品零部件 (n=216)	58.3
5 精密仪器 (n=58)	56.9
6 建筑、成套设备等 (n=309)	56.3

(注) 仅列出n=50以上的行业。