

**2020年度
アジア・オセアニア進出日系企業実態調査
～ASEAN6カ国の比較とマレーシアの特徴～**

2021年2月
ジェトロ・クアラルンプール事務所

JETRO 調査のポイント

営業利益見込みは減退

- 2020年の営業利益見込みにおける黒字比率のASEAN平均は43.9%、赤字比率は37.1%だった。前年（2019年度）調査ではそれぞれ64.2%、17.1%であったため、各国とも営業利益の大幅な悪化となった。（スライド4）
- 在マレーシア日系企業の営業利益見込みの黒字比率は50.0%で、ASEAN平均を上回った。
- **資金繰り悪化はインドネシア、マレーシアでやや顕著**
- 新型コロナウイルスの影響により、「資金繰りが悪化した」という企業はインドネシア、マレーシアで特に多く、中でも、「取引先からの入金遅延」が課題となっている。（スライド7）

マレーシアでは36.1%が拡大意欲、「食料品」「精密・医療機器」「運輸」が堅調

- 今後1～2年の事業展開の方向性では、ASEAN各国とも「拡大」を選択した比率は、前回調査に比べ10～20ポイント下がった。（スライド8）
- 在マレーシア日系企業は36.1%が「拡大」意欲、前回比下がり幅はASEAN6カ国で最も小さかった（6.7ポイント減）。特に、拡大する機能では「生産（高付加価値品）」が44.4%とASEAN6カ国で最も高く、製造業では食料品、精密・医療機器、非製造業では運輸業が6割を上回り、拡大意欲が高い結果となった。（スライド10）

ASEANにおける新型コロナウイルス後のビジネス正常化時期は「2021年後半」が大勢

- 新型コロナウイルス後のビジネスの正常化時期については、ASEAN6カ国とも「2021年後半」を見込む企業の比率が最も高かった。各国で、約半数の企業が新型コロナウイルスの影響によって事業戦略等の見直しを行うとしており、サプライチェーンの見直し、デジタル技術の導入などが目立った。（スライド12,14）

従来 of 労務課題に加え、新型コロナウイルスによる販売への影響が経営課題の上位に

- 経営上の問題点として、従来から上位に上がる「従業員の賃金上昇」、「原材料・部品の現地調達への厳しさ」、「限界に近づきつつあるコスト削減」のほか、「取引先からの発注量の減少」「主要販売市場の低迷(消費低迷)」、「新規顧客の開拓が進まない」などの項目が上位に挙がっており、新型コロナウイルスの影響による影響とみられる。（スライド15,16）
- マレーシアでは、特に「従業員の質」を問題視する企業の割合が他のASEAN諸国に比べ最多だった。

デジタル技術導入には、人材・コストの課題が山積みか

- 新型コロナウイルスの影響も後押しして、デジタル技術の導入を検討する企業は、ASEAN6カ国ともに約半数程度となっている。人材やコスト面に課題を抱える企業の比率は各国とも総じて高いが、特にマレーシアでは人材やコストへの課題を感じている企業が多い傾向がみられた。（スライド21,22）

JETRO 0. 基本情報

調査目的

- アジア・オセアニアにおける日系企業活動の実態を把握し、その結果を広く提供することを目的とする。

調査対象

- 北東アジア5カ国・地域、ASEAN9カ国、南西アジア4カ国、オセアニア2カ国の計20カ国・地域に進出する日系企業（日本側による直接、間接の出資比率が10%以上の企業および日本企業の支店・駐在員事務所）。

調査時期

- 2020年（令和2年）8月24日～9月25日

回収状況

- 1万4,399社に回答を依頼し、5,976社より有効回答を得た。国・地域別の内訳は右表の通り（有効回答率41.5%）。

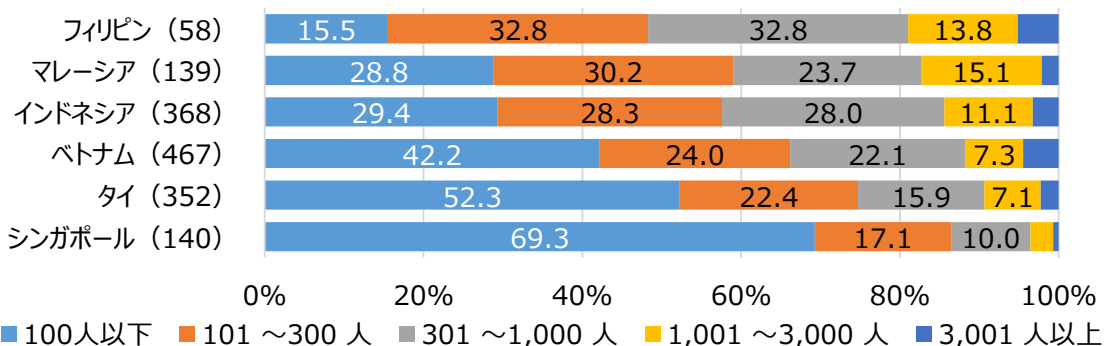
備考

- 調査は1987年より実施し、本年度は第34回目。
- 2007年度調査より非製造業も調査対象に追加。
- 各スライドのカッコ内の数値は有効回答企業数を示す。
- 図表の数値は四捨五入しているため、合計が必ずしも100%とはならない。
- 台湾の調査については、公益財団法人日本台湾交流協会の協力を得て実施した。

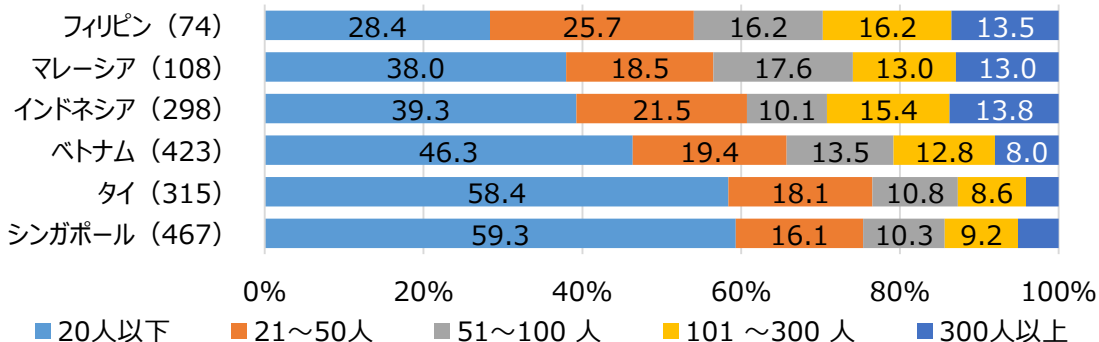
(社、%)

	調査対象 企業数	調査企業数		内訳		有効 回答率
		有効回答	構成比	製造業	非製造業	
ASEAN	9,882	3,623	60.6	1,645	1,978	36.7
ベトナム	1,786	905	15.1	474	431	50.7
タイ	2,775	680	11.4	361	319	24.5
インドネシア	1,997	674	11.3	371	303	33.8
シンガポール	1,113	622	10.4	143	479	55.9
マレーシア	946	257	4.3	147	110	27.2
フィリピン	471	133	2.2	59	74	28.2

従業員数（製造業）



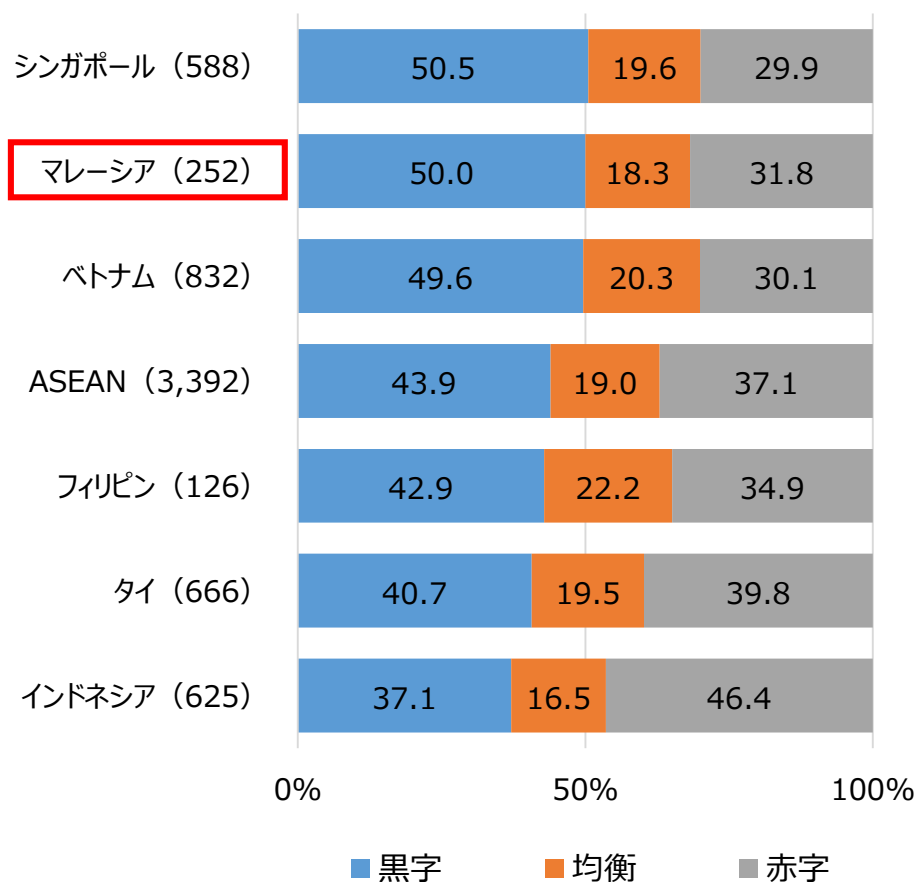
従業員数（非製造業）



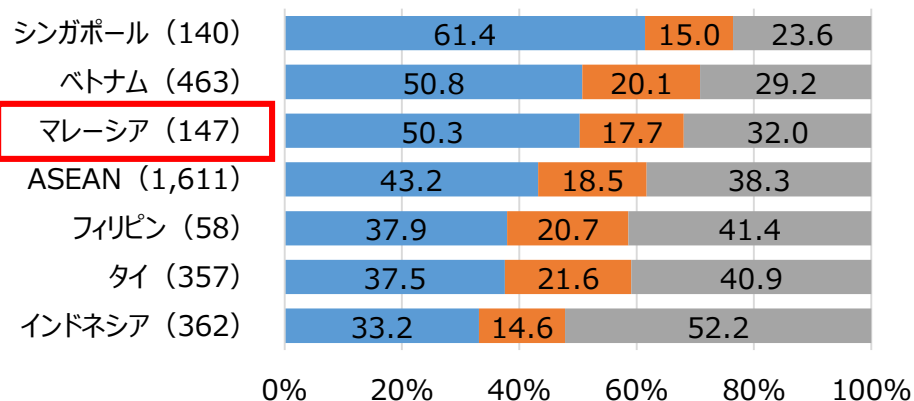
JETRO 1. 2020年の営業利益見込み（国別）

- 2020年の営業利益見込みにおける黒字比率のASEAN平均は43.9%、赤字比率は37.1%だった。前年（2019年度）調査ではそれぞれ64.2%、17.1%であったため、各国とも営業利益の大幅な悪化となった。
- マレーシア、ベトナム、シンガポールの黒字比率はASEAN平均を上回った。この3カ国では非製造業よりも製造業の営業利益見込みにおける黒字比率の方が高かった。

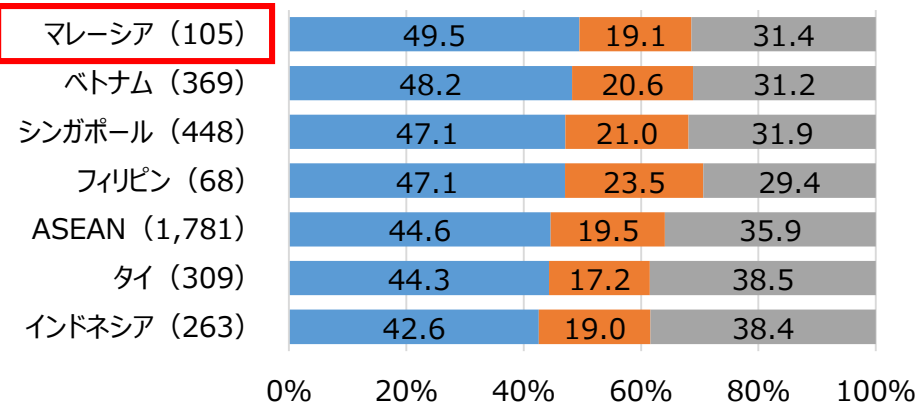
2020年の営業利益見込み



2020年の営業利益見込み（製造業）



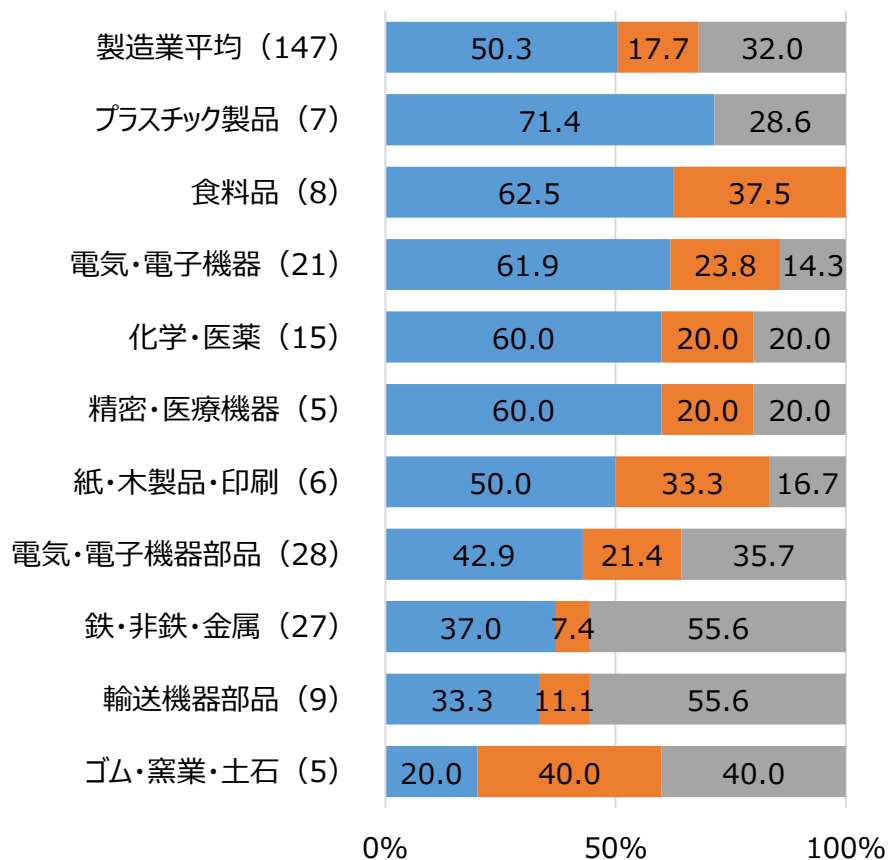
2020年の営業利益見込み（非製造業）



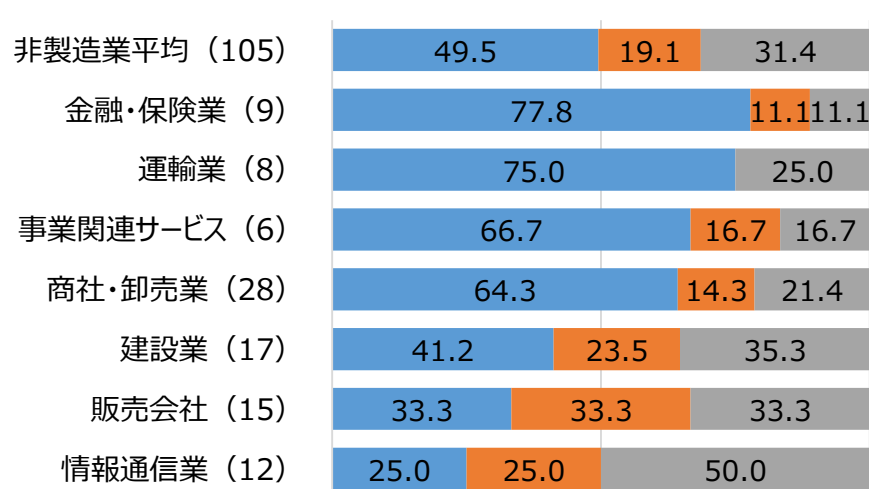
JETRO 1. 2020年の営業利益見込み（マレーシア）

- 製造業では、プラスチック製品、食料品、電気・電子機器、化学・医薬、精密・医療機器が、マレーシアの平均を約10~20ポイント上回り黒字比率が高かった。非製造業では、金融・保険、運輸、事業関連サービス、商社・卸売業が黒字比率6割を超えた。
- 企業規模別では、大企業に比べて中小企業の方が、黒字比率が低く、特に非製造業の中小企業における黒字比率が低かった。

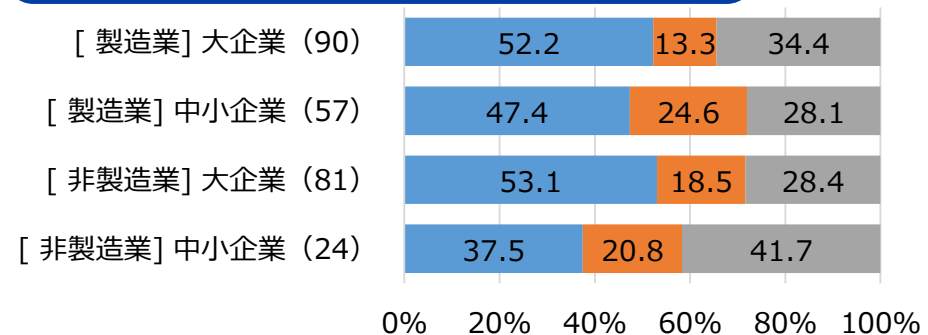
2020年の営業利益見込み（製造業）



2020年の営業利益見込み（非製造業）



2020年の営業利益見込み（企業規模、業種別）

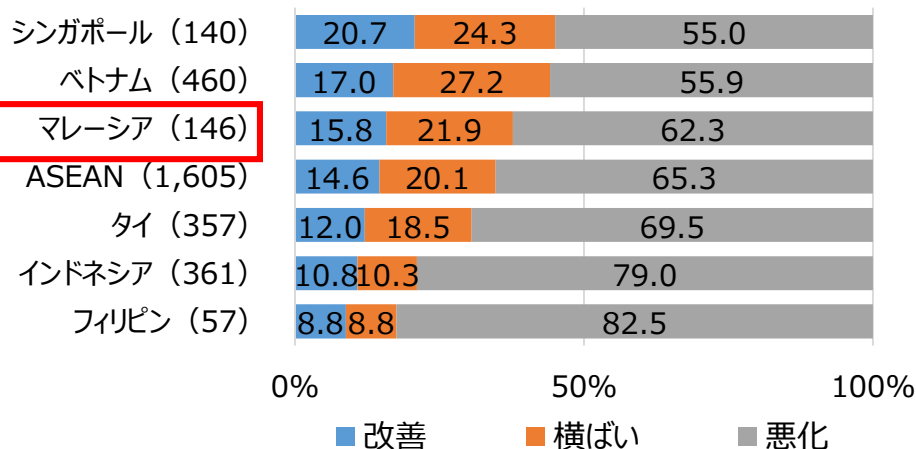


(注) 5社以上の業種のみ ■ 黒字 ■ 均衡 ■ 赤字

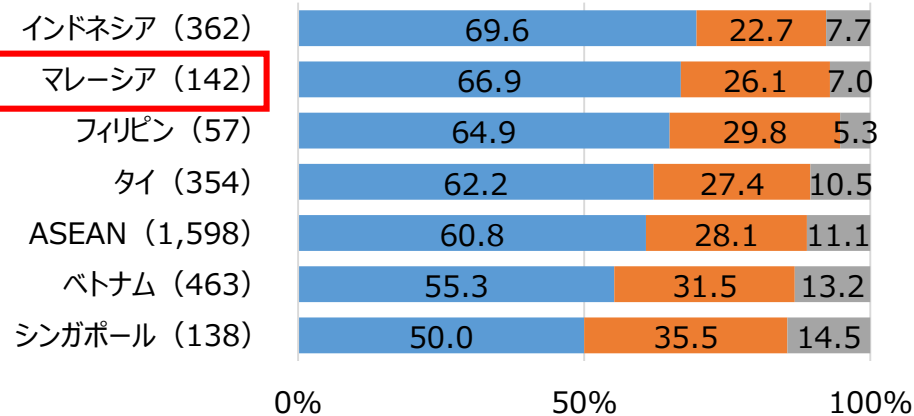
JETRO 1. 営業利益見込み（前年比較・国別）

- 2019年と比較した2020年の営業利益見込みは、ASEAN6カ国で共通して半数以上の企業が「悪化」となった。
- シンガポール、ベトナムは製造業、非製造業ともに「改善」を見込み比率が相対的に高く、インドネシア、タイが「悪化」の比率が高い傾向にある。マレーシアはほぼASEAN平均並みと、ASEAN6カ国では中間に位置する。
- 2021年の営業利益見通しは、2020年と比較では大半が「改善」で、非製造業に比べ製造業のほうがその比率が高かった。

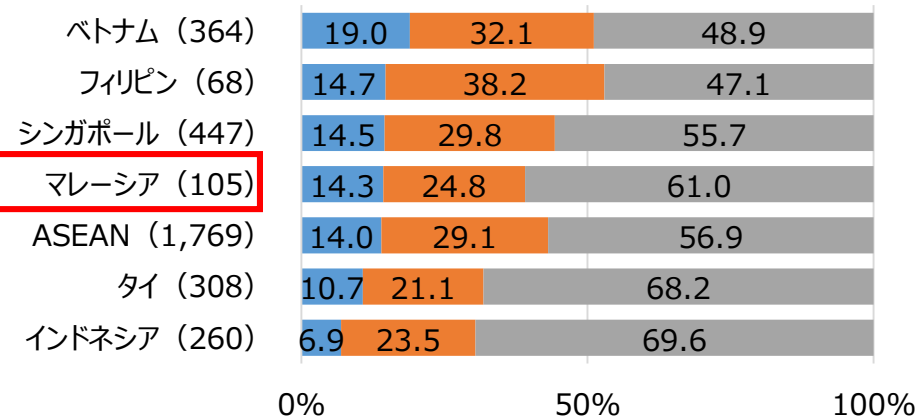
2020年の営業利益見込み（製造業、19年比較）



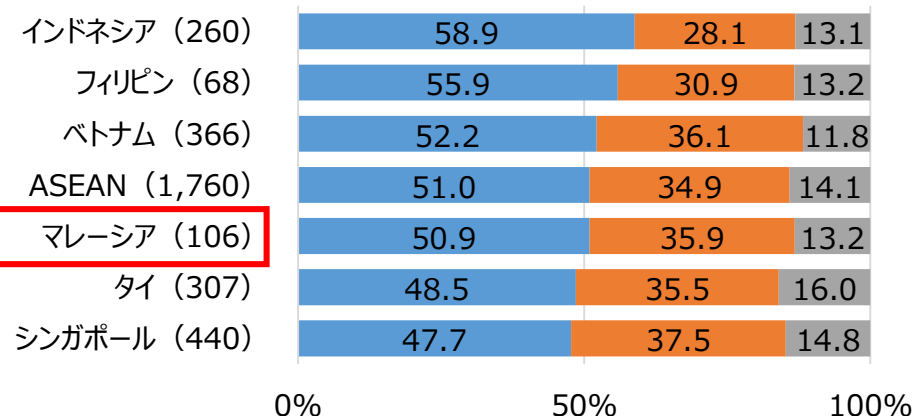
2021年の営業利益見通し（製造業、20年比較）



2020年の営業利益見込み（非製造業、19年比較）



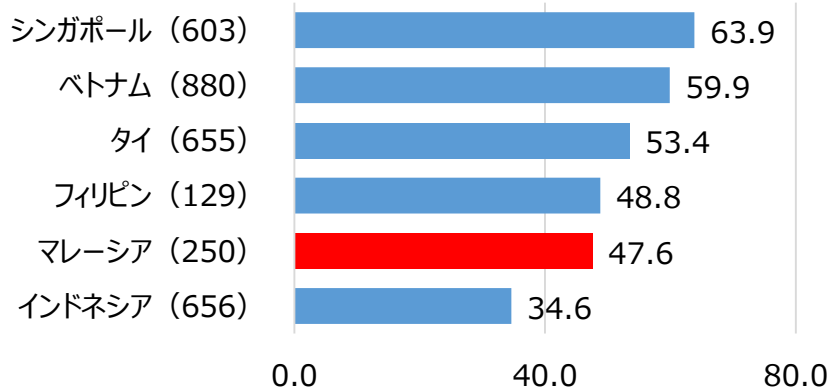
2021年の営業利益見通し（非製造業、20年比較）



JETRO 2. 新型コロナウイルスによる資金繰りの影響（国別）

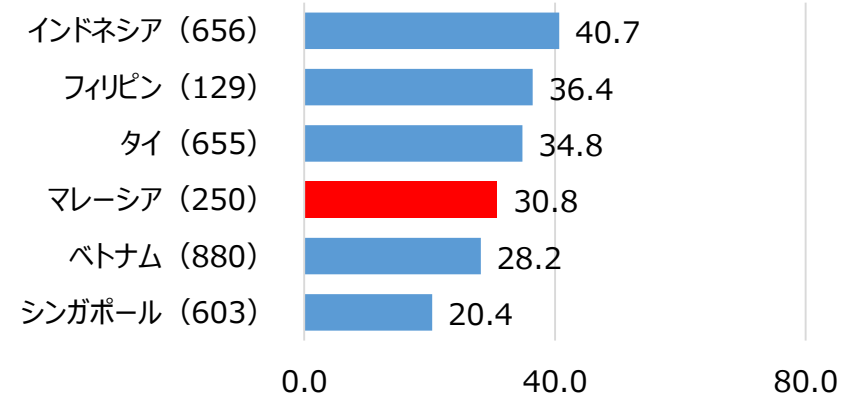
- 新型コロナウイルスによる資金繰りの影響について、「資金繰りは悪化していない」と答えた企業の比率が高いのは、シンガポール、ベトナムで、入金や支払いのトラブルも比較的少ない。
- 対して、インドネシア、マレーシアは、取引先からの入金に影響がある企業の比率がそれぞれ約3割程度と、比較的高い。

資金繰りは悪化していない

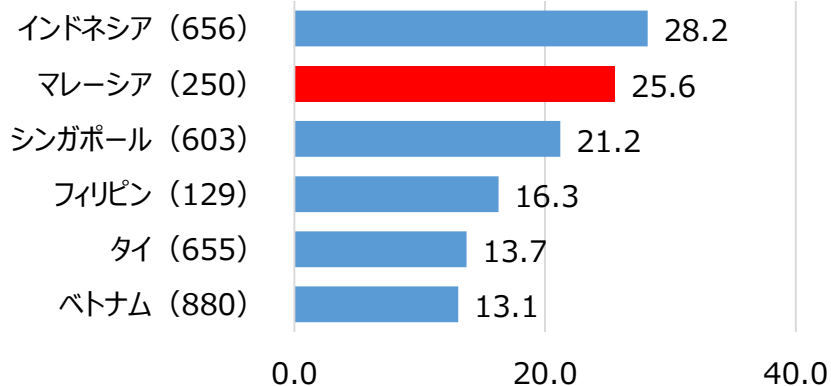


資金繰りが悪化しているが、支払いや入金に影響はない

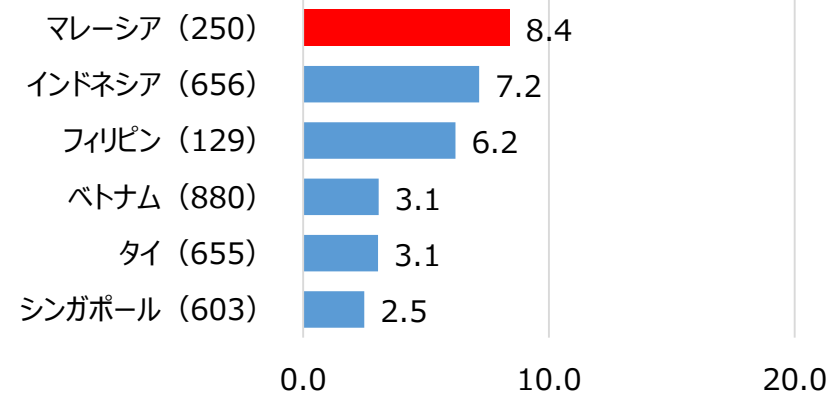
(%)



取引先（商品・サービスの提供先）から自社への支払い（入金）に遅延が発生

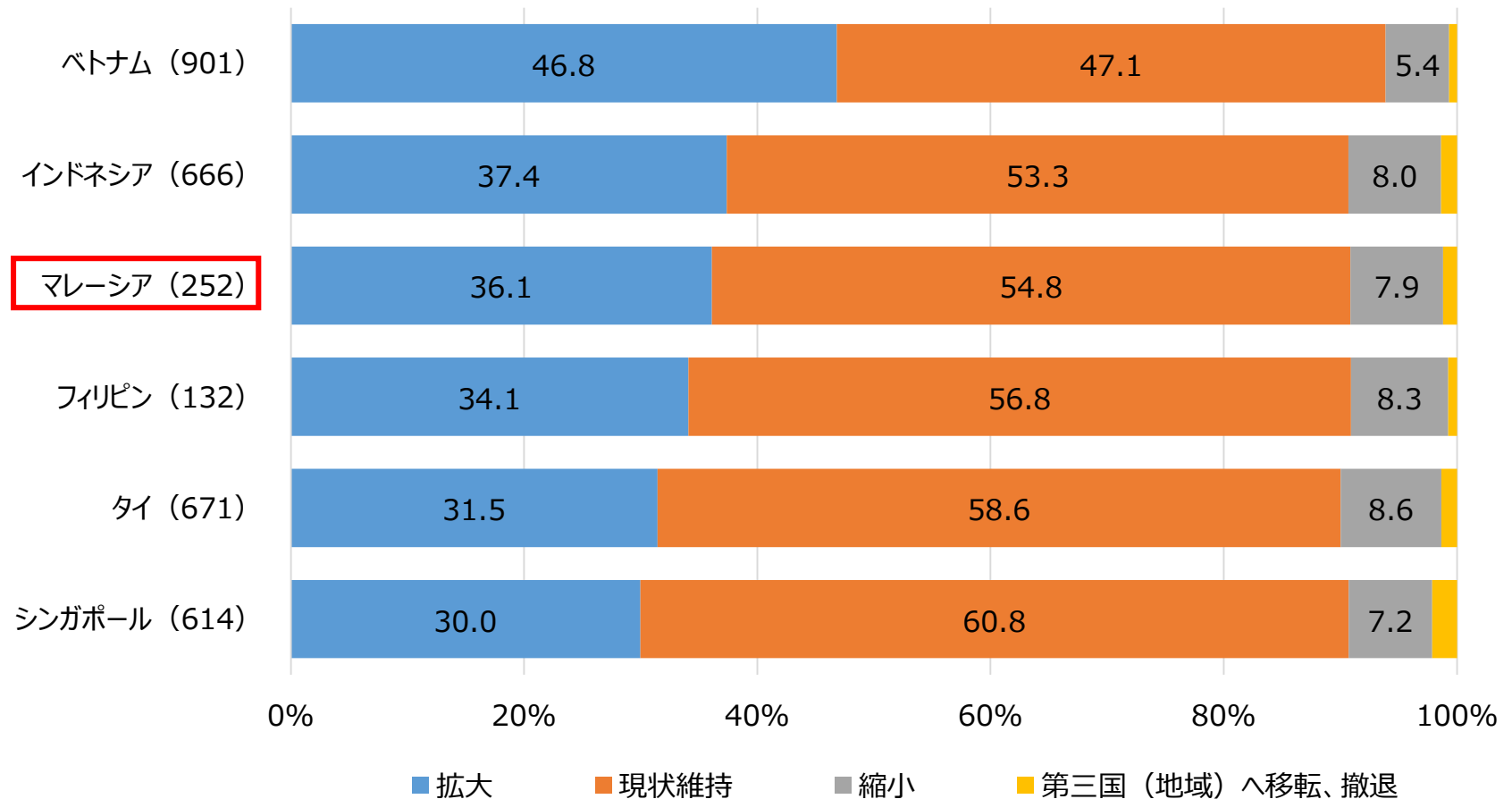


自社から取引先（部品・材料のサプライヤー／仕入れ先、サービス提供元）への支払いに遅延が発生



JETRO 3. 今後1～2年の事業展開の方向性（国別）

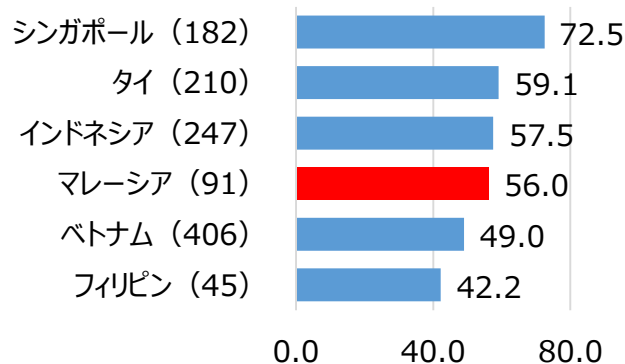
- 今後1～2年の事業展開の方向性を見ると、「拡大」と答えた比率は、前回調査に比べ各国とも約10～20ポイント程度下がった。
- 前回調査（2019年度）と比較して、「拡大」比率の下落幅が最も高いのはフィリピン（17.7ポイント）、ベトナム（17.1ポイント）だった。対して、マレーシアは最も下落幅が小さく、6.0ポイント減で36.1%を維持した。



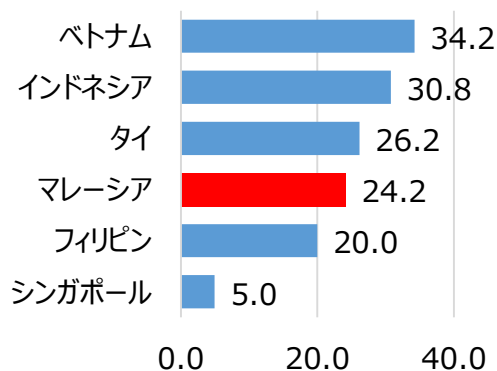
JETRO 3. 今後1～2年の事業展開の方向性 (拡大する機能)

- 「拡大」を選んだ企業のうち、拡大する機能として最も多くの企業が選んだのは「販売機能」の拡大だった。
- マレーシアでは、「生産機能（高付加価値品）」「研究開発」「物流」などが、他のASEAN諸国と比較して、高い比率となった。

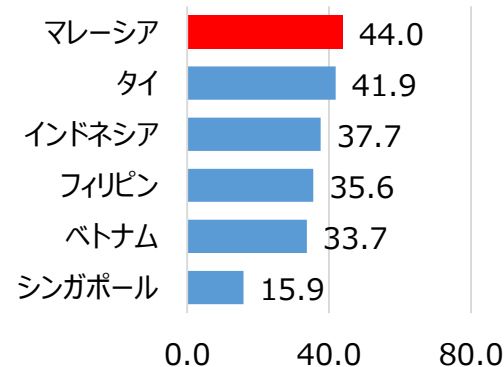
販売機能



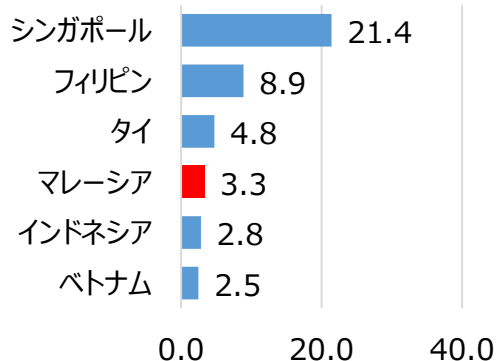
生産機能（汎用品）



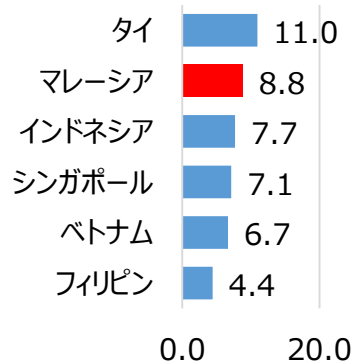
生産機能（高付加価値品） (%)



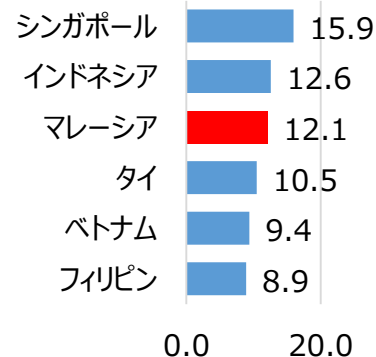
地域統括機能



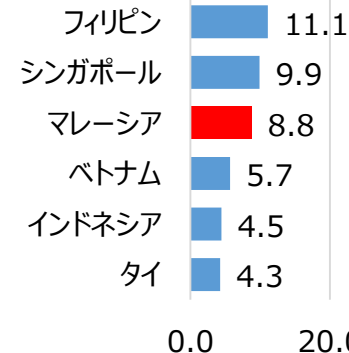
研究開発



物流



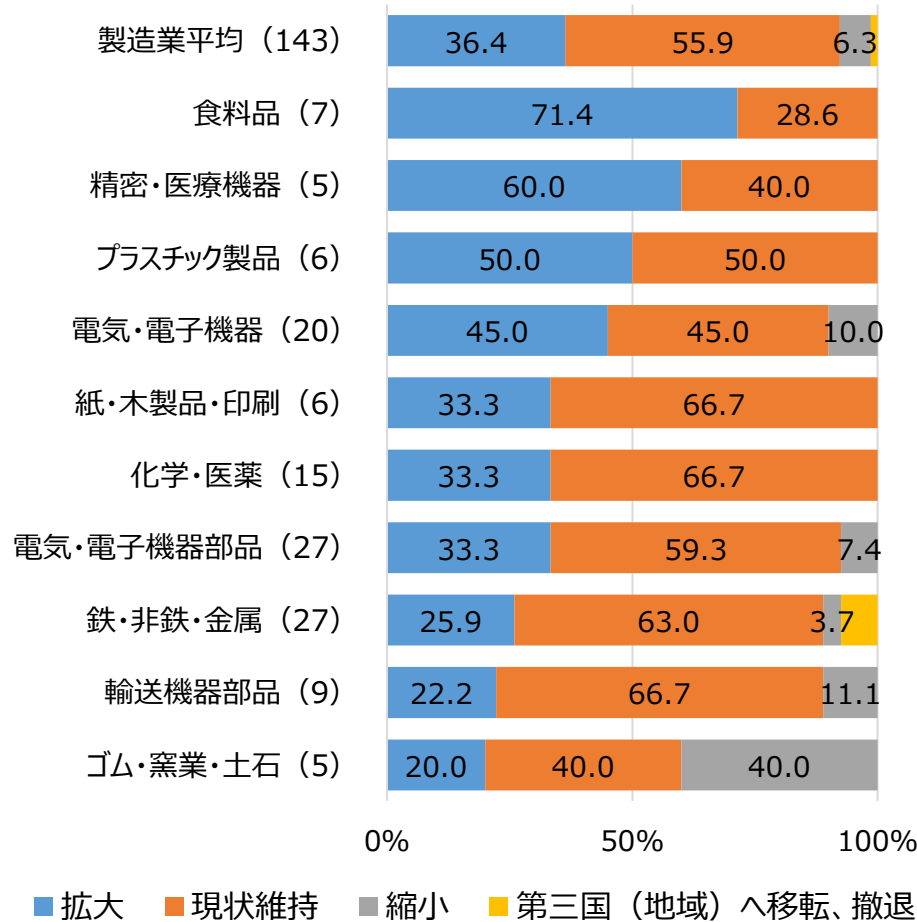
サービス事務機能(シェアードサービスセンター、コールセンター など)



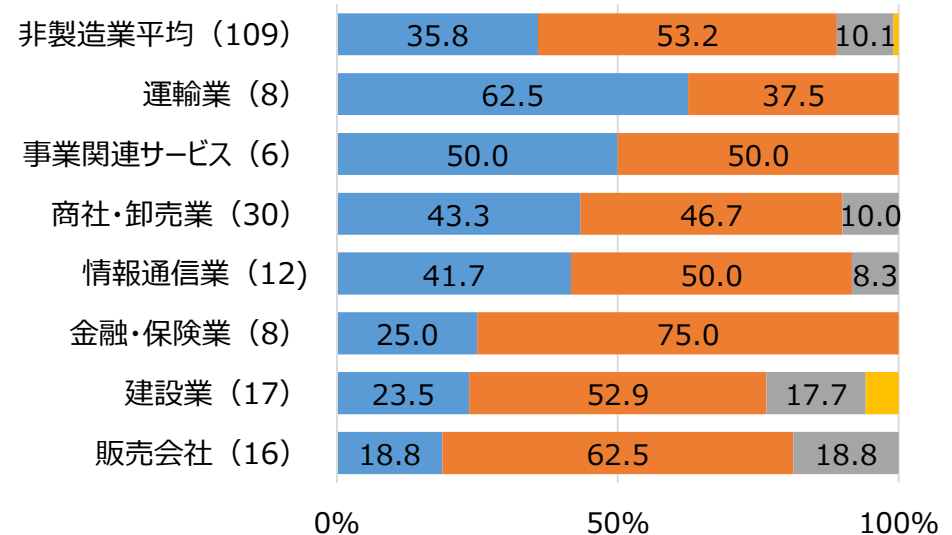
JETRO 3. 今後1～2年の事業展開の方向性 (マレーシア)

- マレーシア進出の日系製造業では、食料品、精密・医療機器、プラスチック製品、電気・電子機器において、マレーシア全体平均に比べて「拡大」を選択した企業の比率が高かった。
- 同じく非製造業では、運輸業、事業関連サービス、商社・卸売業がASEAN全体平均を上回った。

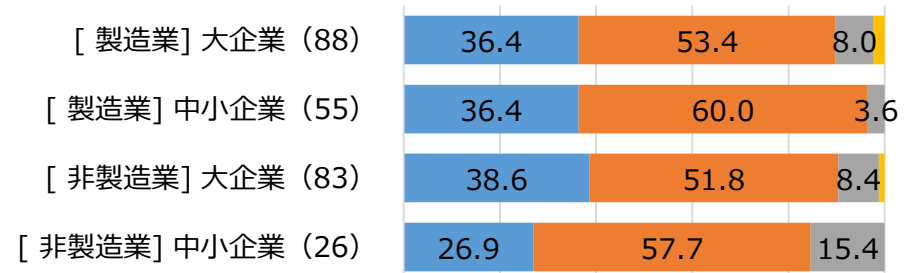
今後1～2年の事業展開の方向性 (製造業)



今後1～2年の事業展開の方向性 (非製造業)



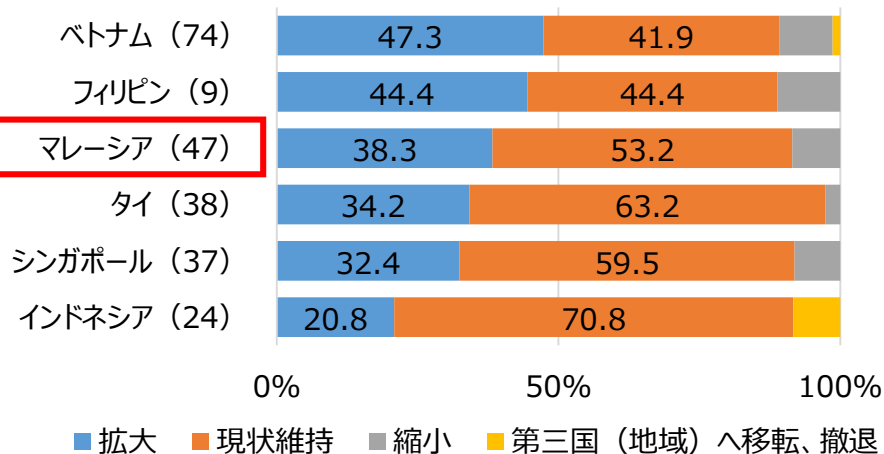
今後1～2年の事業展開の方向性 (企業規模、業種)



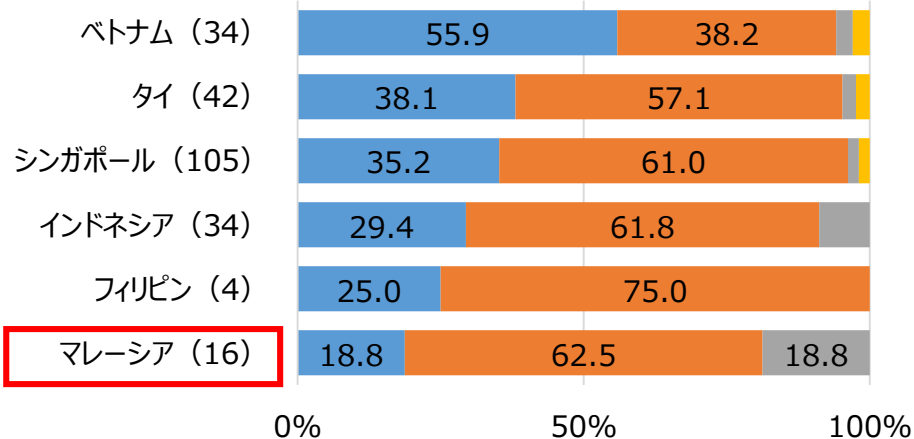
JETRO 3. 今後1～2年の事業展開の方向性（業種別）

- マレーシアの主要産業である電気・電子製品及び部品では、マレーシアの「拡大」比率は38.3%と、マレーシア全体の平均を上回った。同分野では、ベトナム、フィリピンが拡大意欲が旺盛。
- 非製造業では、運輸業がマレーシアがASEAN6カ国中で最も拡大意欲が高かった反面、販売会社は18.8%と最下位だった。

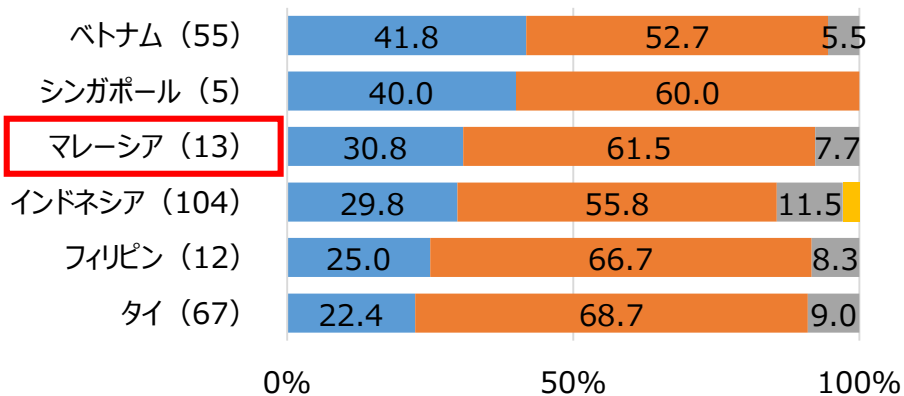
今後1～2年の事業展開の方向性（電気・電子製品及び部品）



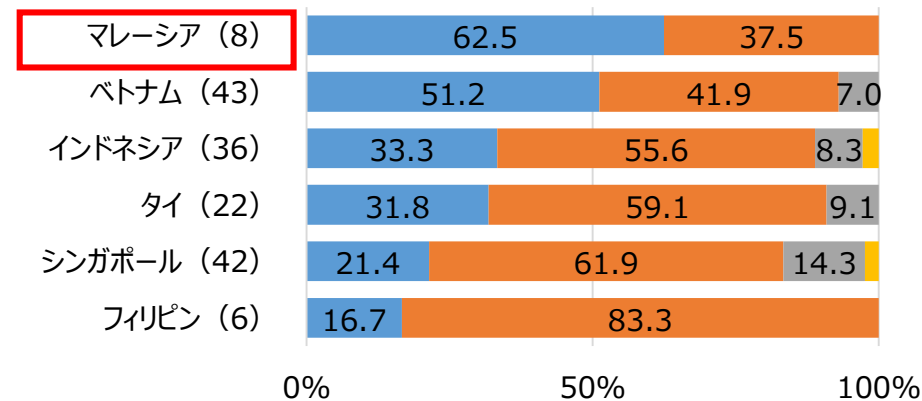
今後1～2年の事業展開の方向性（販売会社）



今後1～2年の事業展開の方向性（輸送機器及び部品）

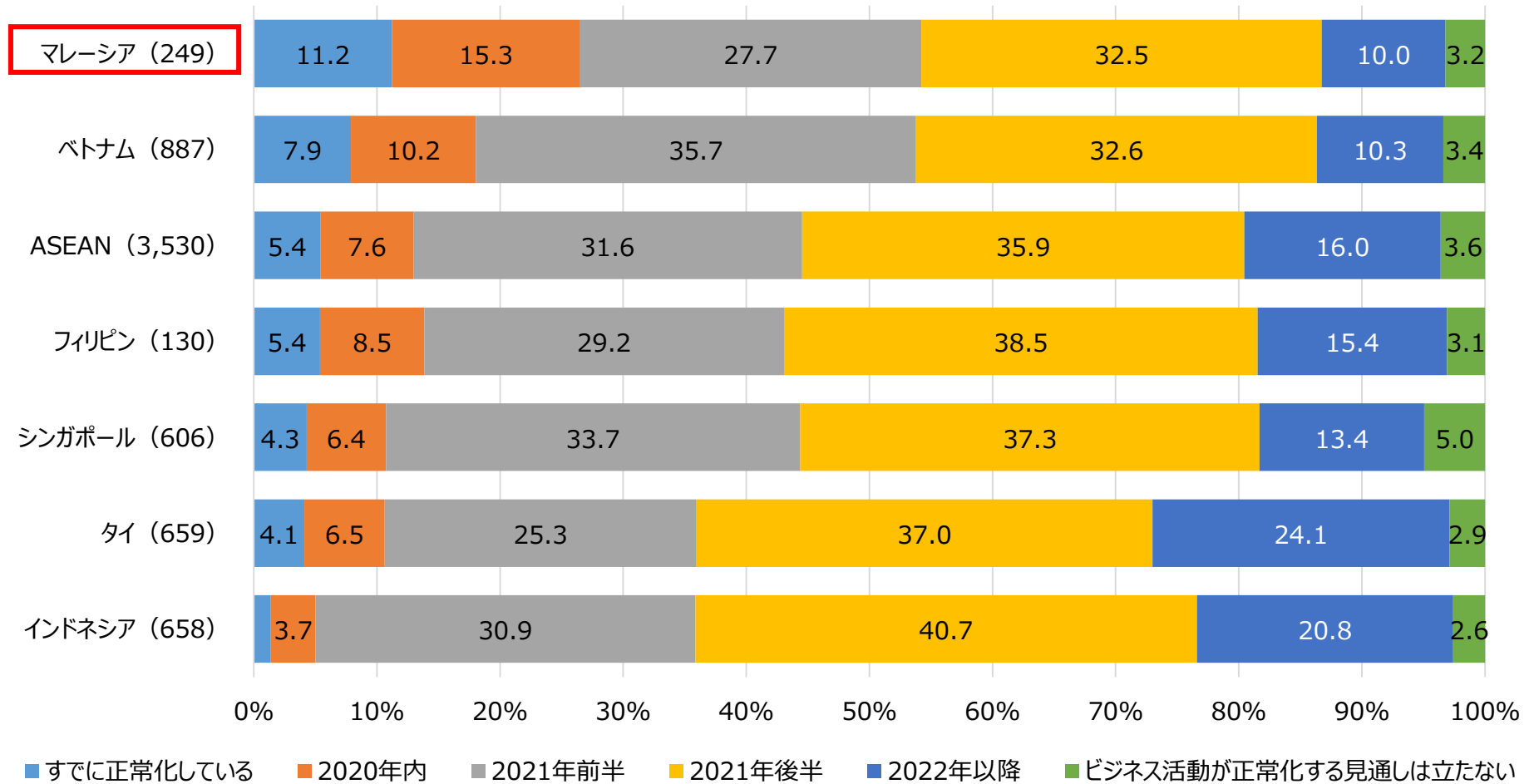


今後1～2年の事業展開の方向性（運輸）



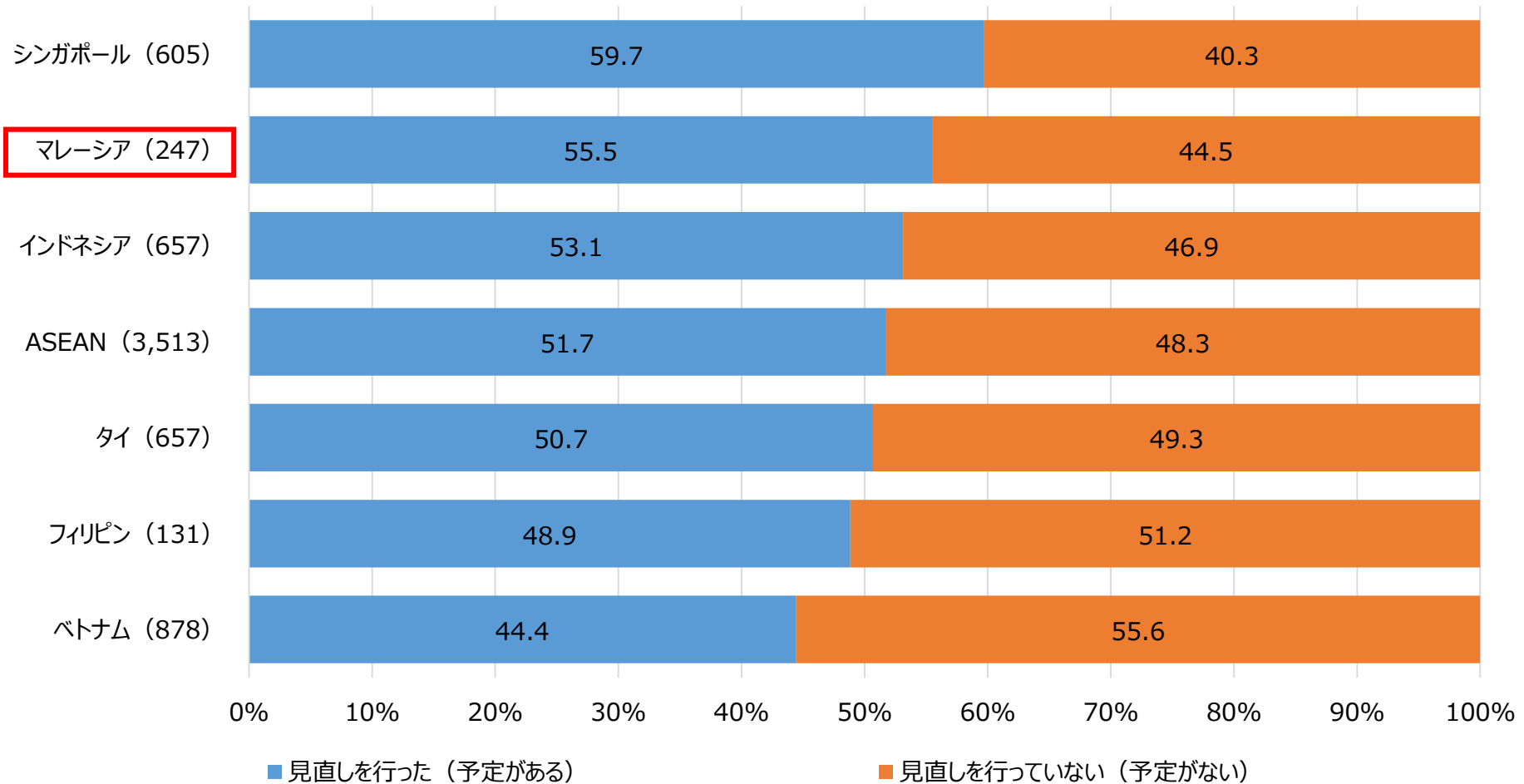
JETRO 4. 新型コロナ後のビジネス正常化時期（国別）

- 新型コロナウイルス感染拡大後、ビジネス活動が正常化する時期について、「すでに正常化している」と答えた比率は、調査時点（2020年8～9月）で、マレーシアが11.2%と最も高かった。他方、「2022年以降」と回答した企業の比率は、タイが24.1%と高かった。
- ASEAN6カ国全体でみると、「2021年後半」を選択する企業の比率が高かった。



JETRO 5. 新型コロナウイルス後の事業戦略の見直し（国別）

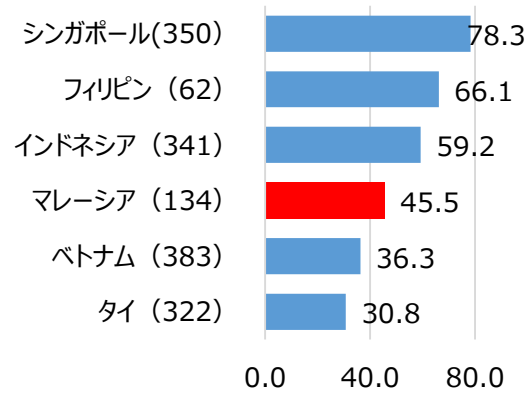
- 新型コロナウイルスの感染拡大を受けた現地での事業戦略やビジネスモデルの見直しを行う企業について、ASEAN6カ国とも、およそ半数程度の企業が「見直しを行った(予定がある)」を選択し、同様の傾向を示した。



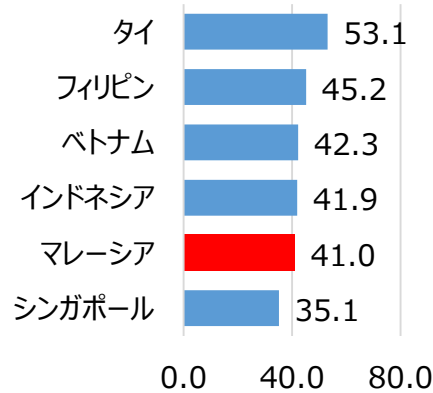
JETRO 5. 新型コロナ後の事業戦略の見直し内容 (国別)

- 「見直しを行った(予定がある)」を選択した企業が行う見直しの内容として上位に挙げた項目を見ると、販売先の見直しに加え、テレワーク、バーチャル展示会・オンライン商談会、デジタルマーケティング・AIの利用拡大など、デジタル技術の導入・活用が目立った。

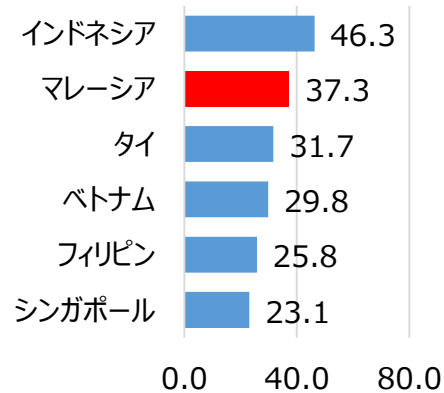
在宅勤務やテレワークの活用拡大



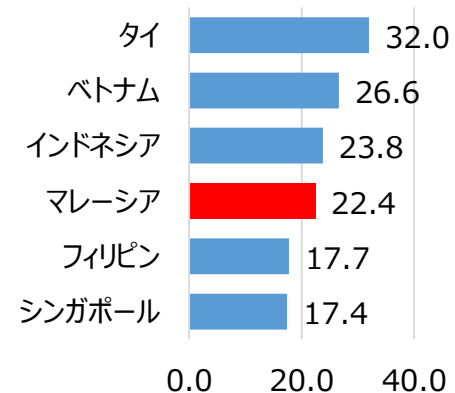
販売先の見直し



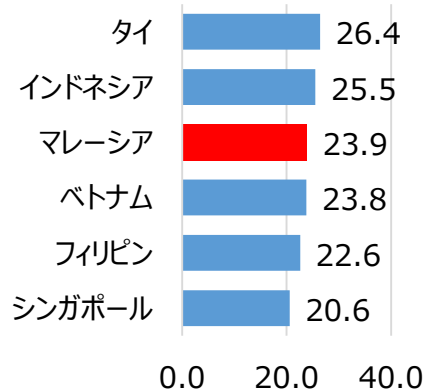
人員削減による合理化



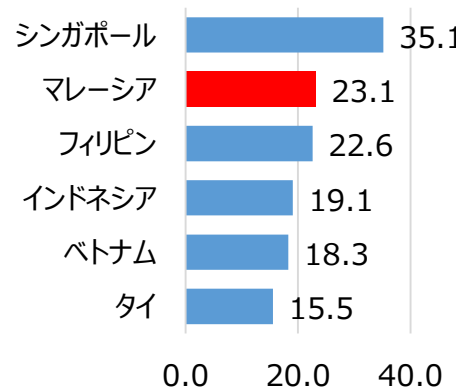
調達先の切り替え



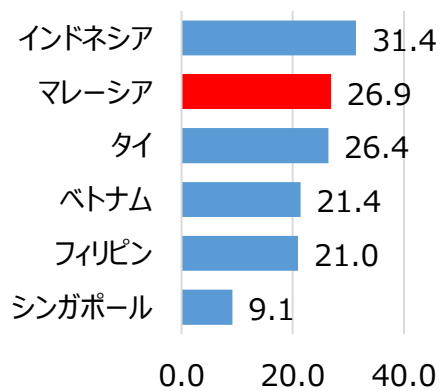
販売製品の見直し



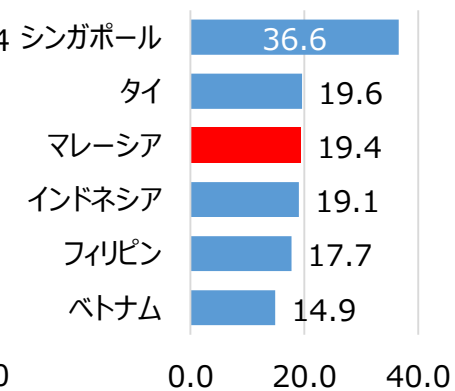
バーチャル展示会、オンライン商談会などの活用の推進



新規投資/ 設備投資の中止・延期



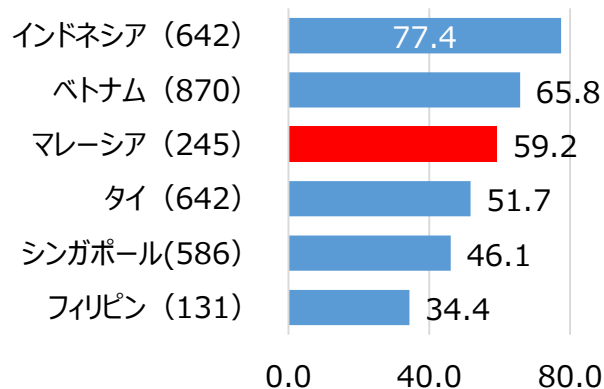
デジタルマーケティング、AI利用などデジタル化の推進



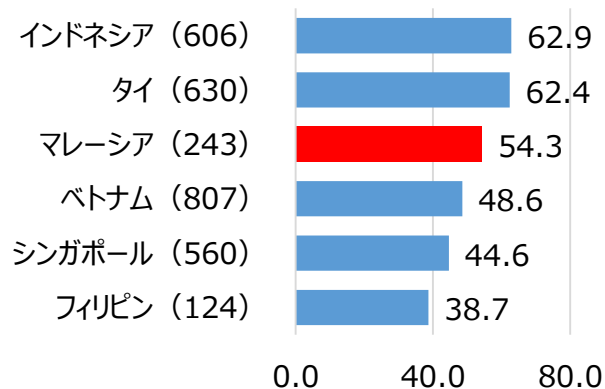
JETRO 6. 経営上の問題点（国別、上位1～5位）

- 経営上の問題点として、ASEAN平均の上位10項目を見ると、従来から上位に上がる「従業員の賃金上昇」、「原材料・部品の現地調達への厳しさ」、「限界に近付きつつあるコスト削減」のほか、「取引先からの発注量の減少」「主要販売市場の低迷(消費低迷)」、「新規顧客の開拓が進まない」などの項目が上位に挙がっており、新型コロナウイルスの影響による影響とみられる。
- マレーシアでは、特に「従業員の質」を問題視する企業の割合が他のASEAN諸国に比べ最多だった。

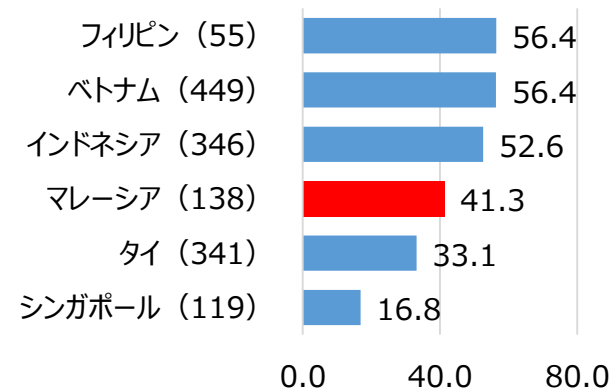
従業員の賃金上昇



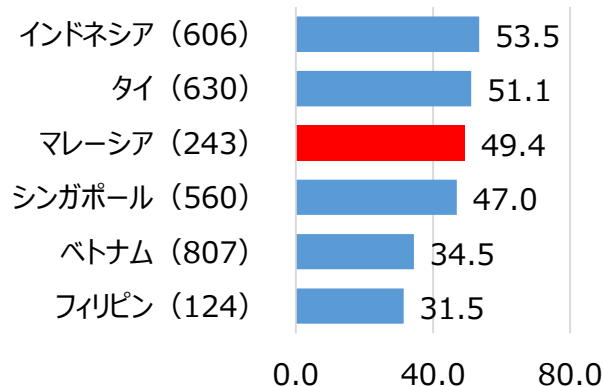
取引先からの発注量の減少



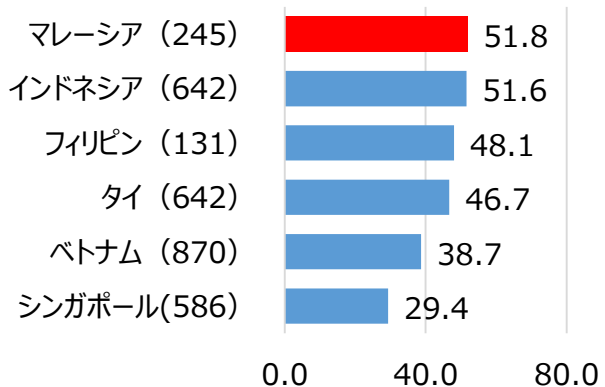
原材料・部品の現地調達の難しさ



主要販売市場の低迷(消費低迷)

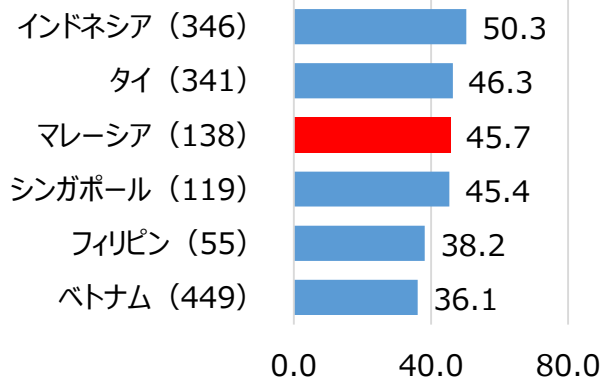


従業員の質

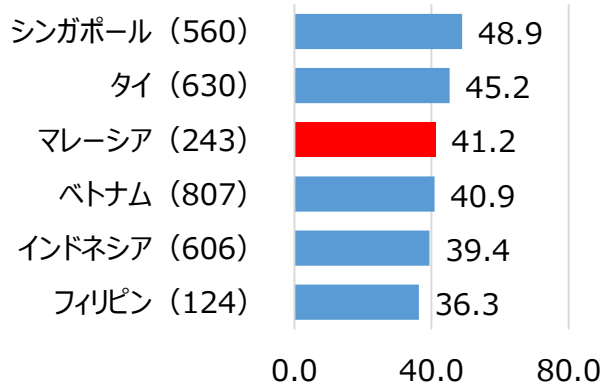


JETRO 6. 経営上の問題点 (国別、上位6~10位)

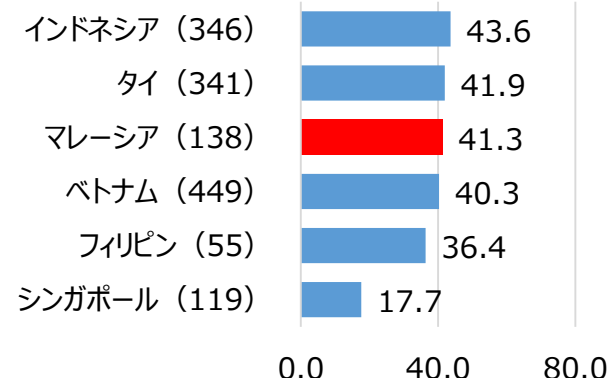
限界に近づきつつあるコスト削減



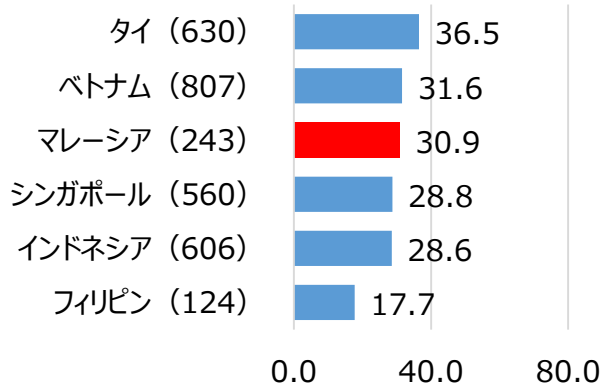
新規顧客の開拓が進まない



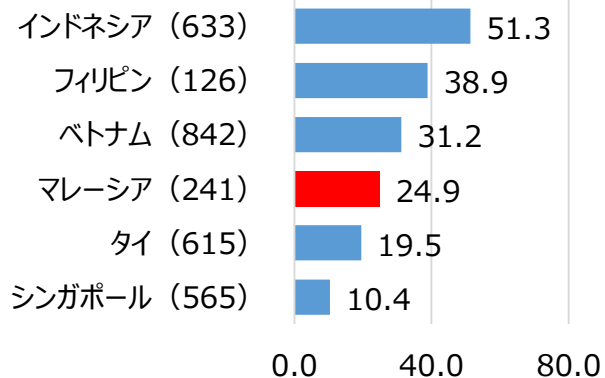
品質管理の難しさ



競合相手の台頭(コスト面で競合)

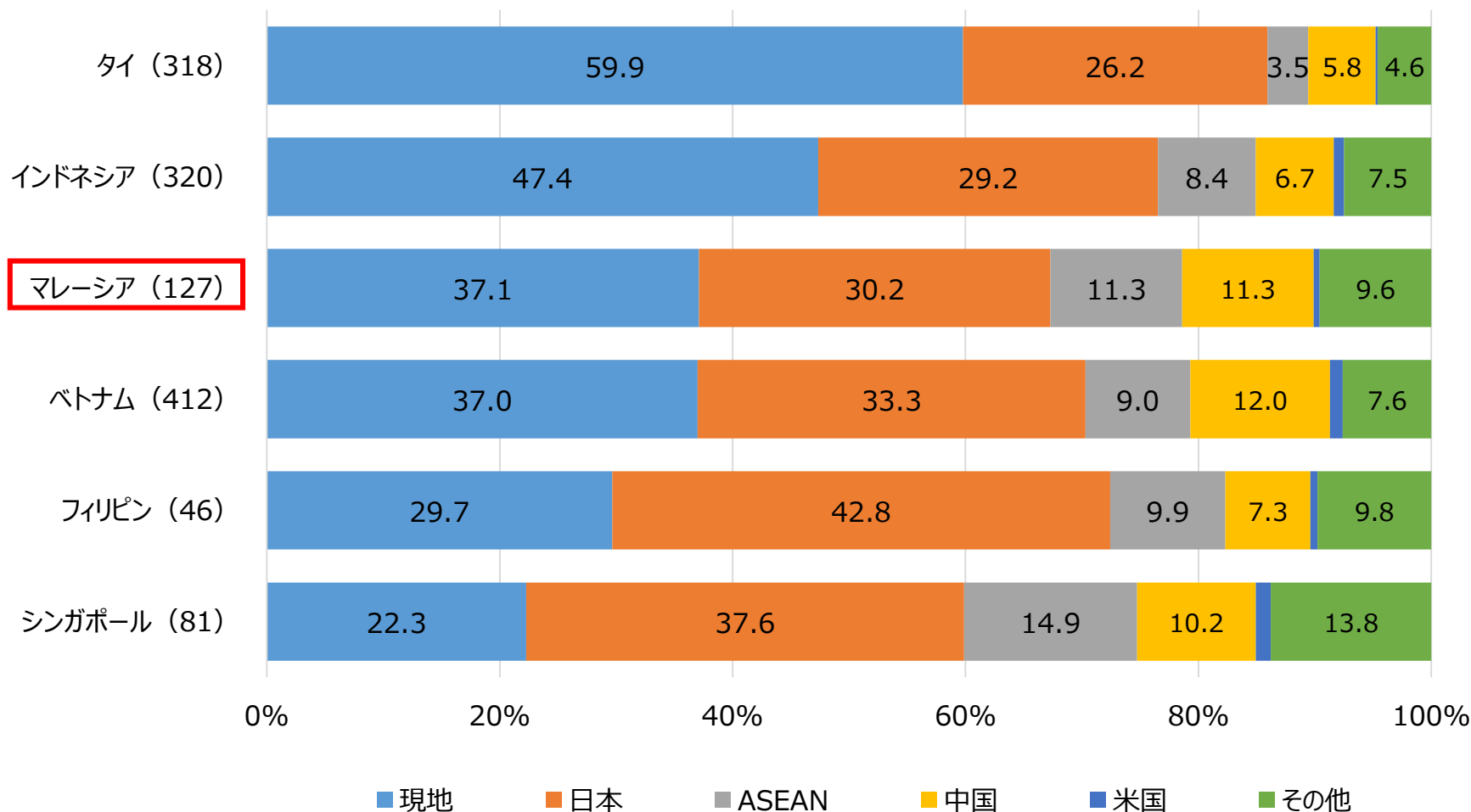


税務(法人税、移転価格課税など)の負担



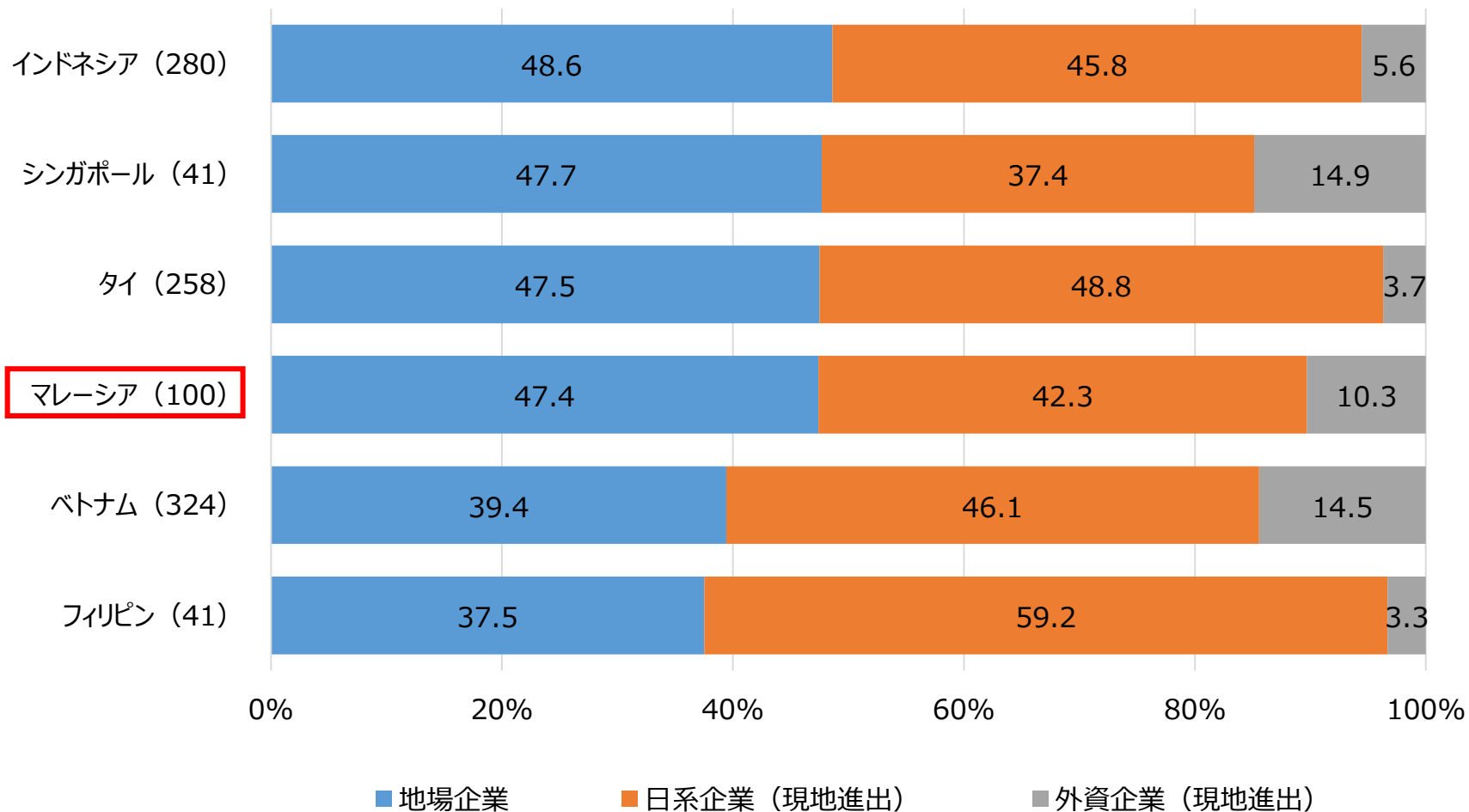
JETRO 7. 調達先の内訳① (国別)

- 現地調達率の比率が高いのは、タイ (59.9%)、インドネシア (47.7%)、対して低いのはフィリピン (29.7%)、シンガポール (22.3%) だった。
- ASEAN域内からの調達比率は、シンガポール、マレーシアにおいて比較的高い傾向にある。



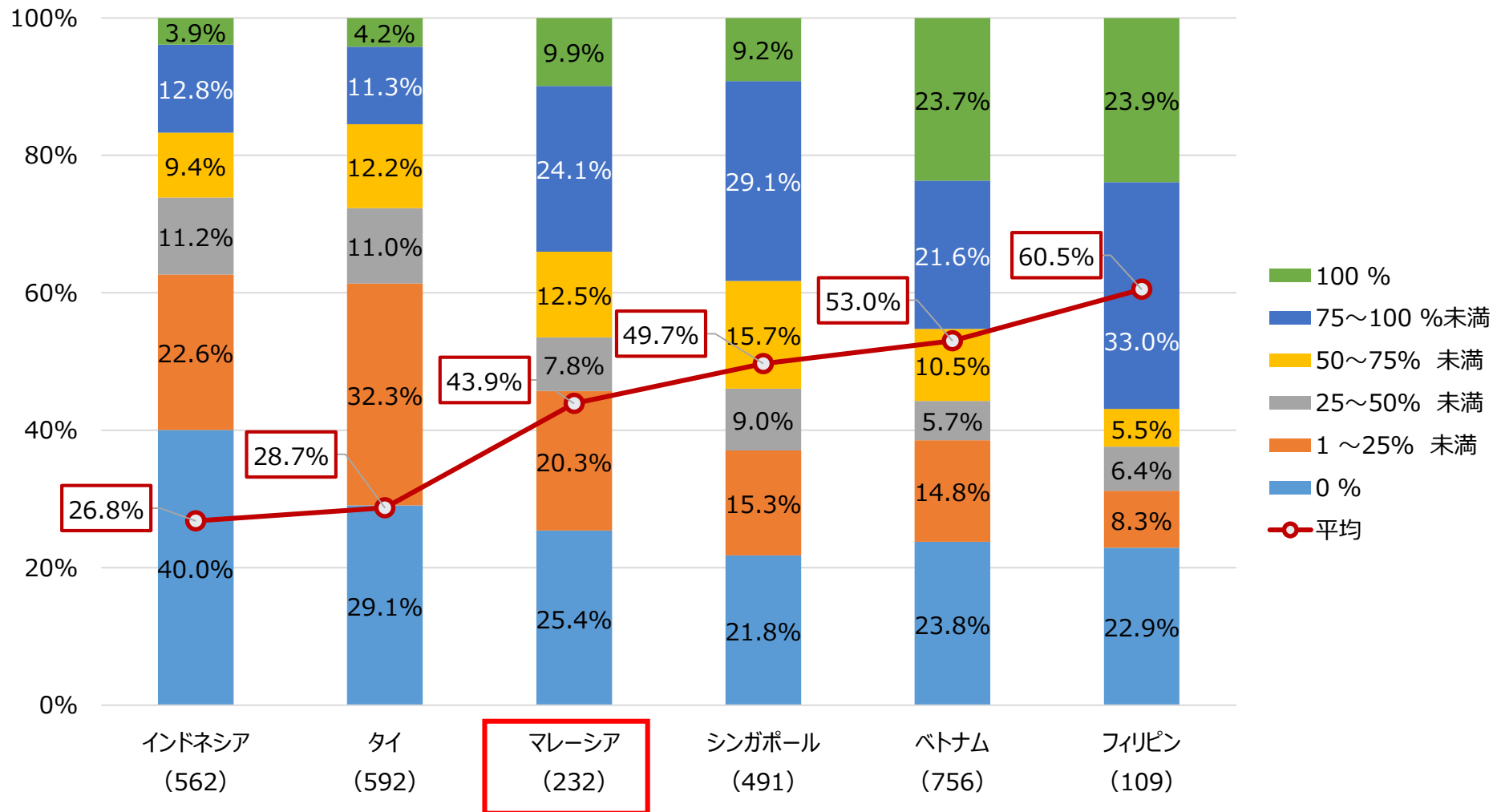
JETRO 7. 調達先の内訳② (国別)

- インドネシア、シンガポール、タイ、マレーシアでは、現地調達のうち、5割弱が地場企業から調達している。



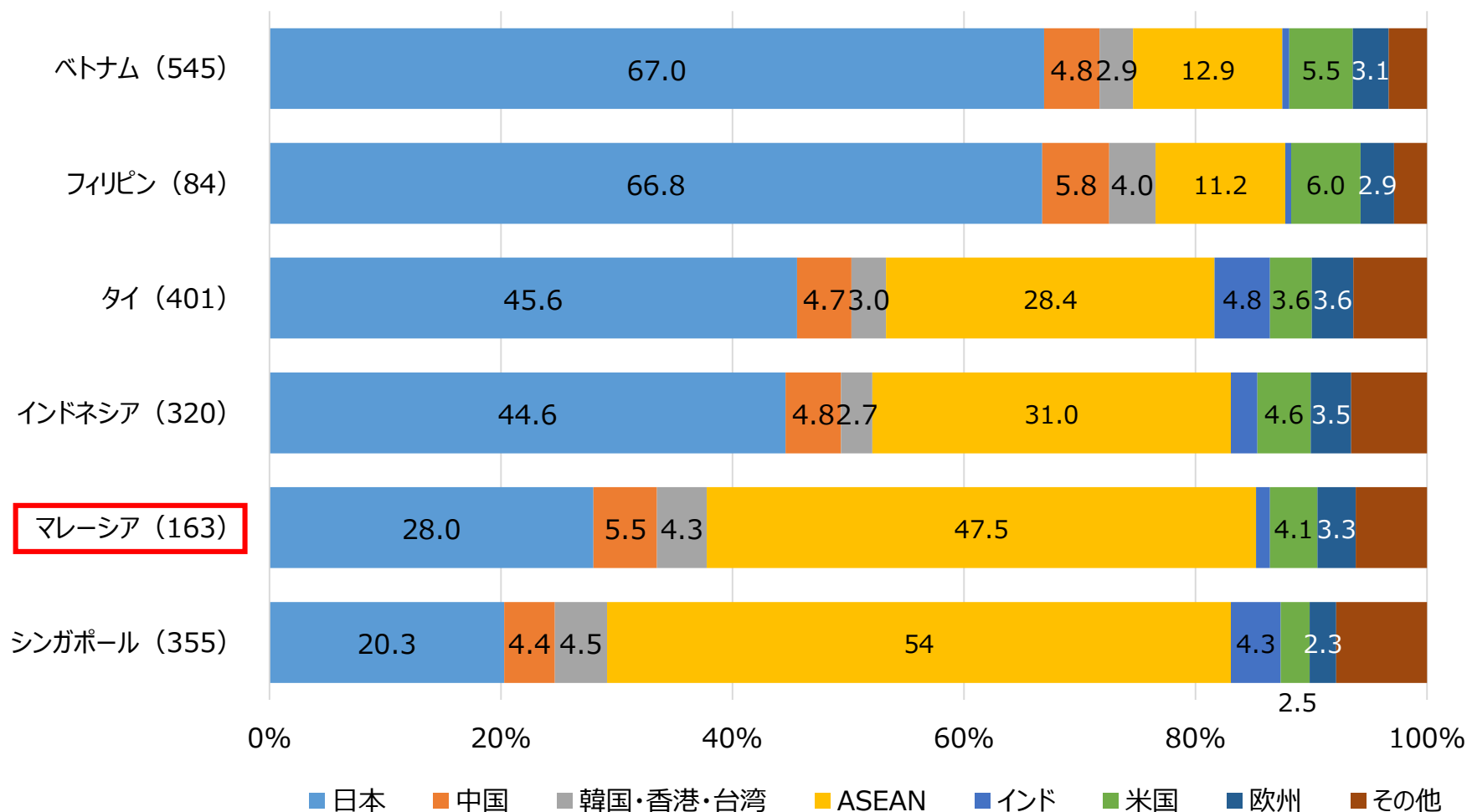
JETRO 8. 輸出比率（国別）

- ASEAN6カ国では、フィリピン、ベトナム、シンガポール、マレーシアが「輸出型」、インドネシア、タイが「内需型」。
- 特に、フィリピン、ベトナムでは2割以上が全量輸出している。



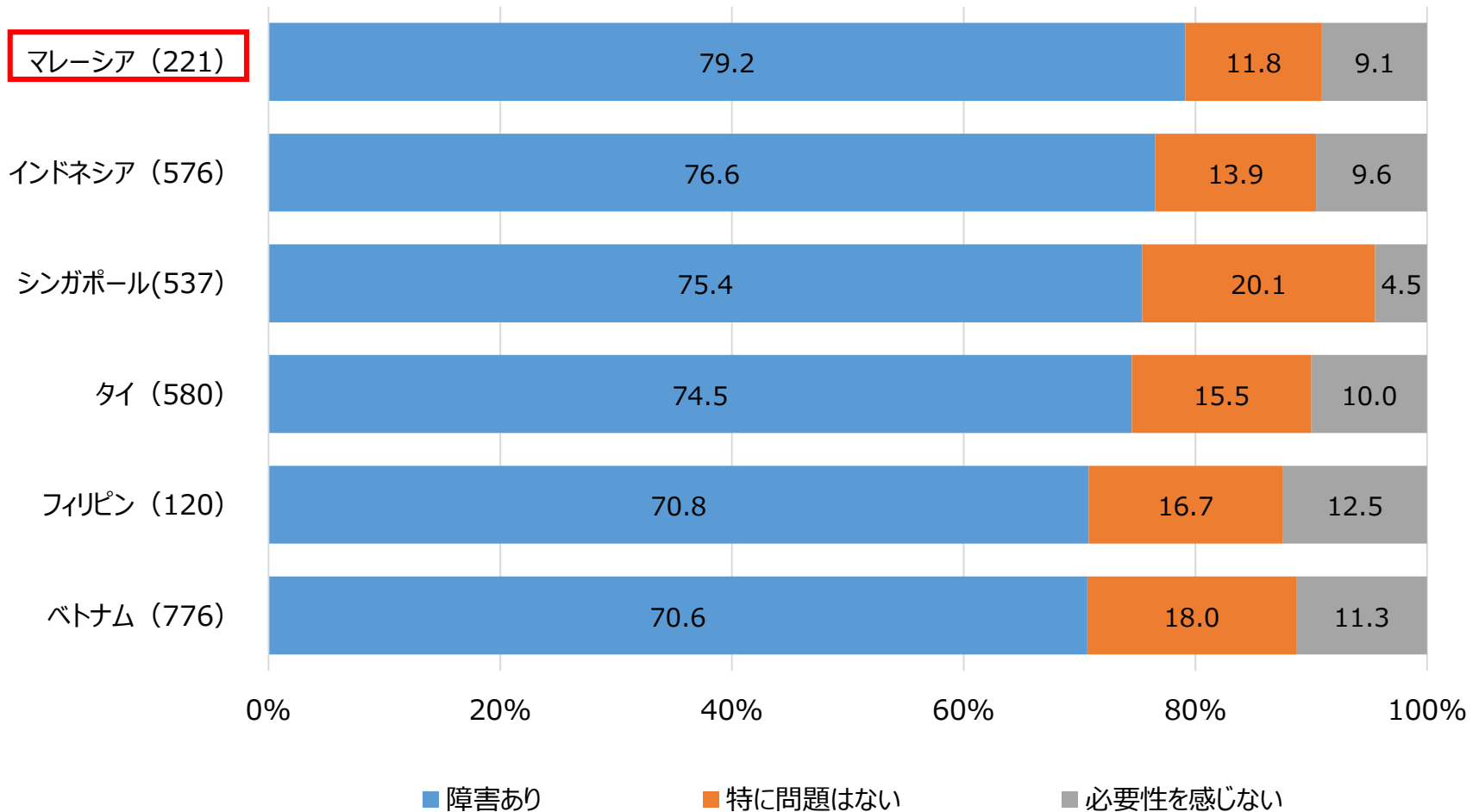
JETRO 8. 輸出先の内訳 (国別)

- シンガポール、マレーシアでは、ASEAN向け輸出の比率が最も高く、それぞれ54.0%、47.5%となった。
- 対して、輸出型のベトナム、フィリピンでは、約7割が日本向けとなっている。
- ASEAN各国からの中国、米国向け輸出は昨年と比較してほぼ変化はなかった。



JETRO 9. デジタル技術導入の障害の有無（国別）

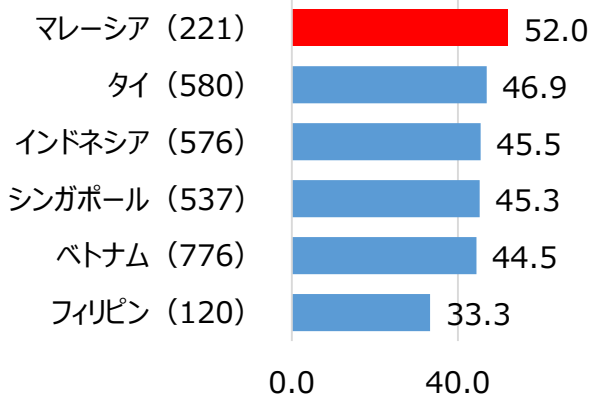
- 各国とも9割以上がデジタル技術導入が必要と考えている。
- 「障害あり」と答えた企業の比率は各国とも大体同程度の比率となっており、課題を抱える企業が多い。



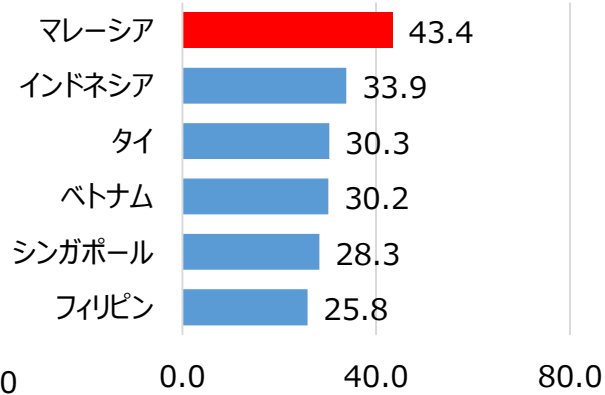
JETRO 9. デジタル技術導入の障害（国別）

- デジタル技術導入における具体的な障害の上位項目を見ると、マレーシアは各項目とも比較的高い比率となっている。
- 特にデジタル技術に詳しい人材不足、従業員の理解不足など、人の問題が大きい。

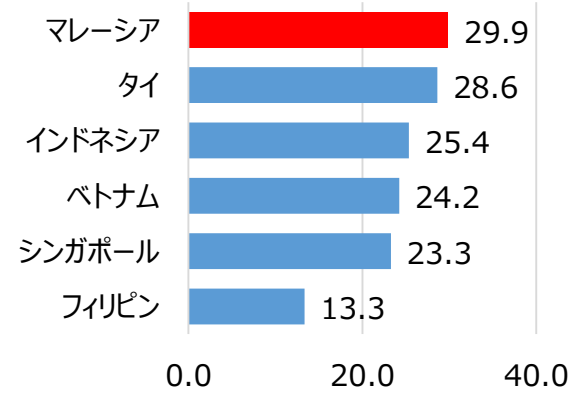
社内でデジタル技術に詳しい人材が不足している



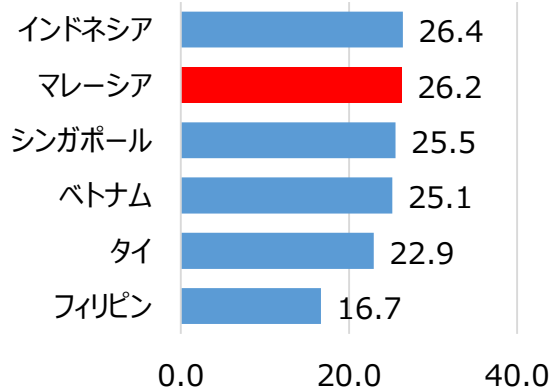
導入コストが高額である



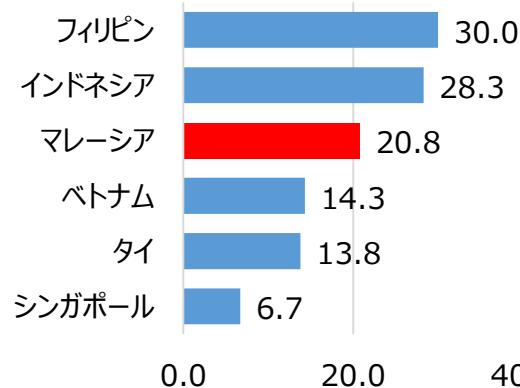
社内スタッフのデジタル技術導入に関する理解が不足している



利用可能なデジタル技術に関する情報が不足している



情報通信関連のインフラが不足している（インターネットなど）



個人情報・企業情報の管理上懸念がある

