
06-ERA
70H-101FA
24

平成 18 年度日本企業の海外事業展開 に関するアンケート調査

～ 国内外での事業展開、中国におけるビジネス展開、アジアのビジネス環境、
アジア大洋州における FTA と原産地規制、京都メカニズムに関する取り組み～

2007 年 3 月

日本貿易振興機構（ジェトロ）
経済分析部

はじめに

日本の景気拡大が戦後最長を更新したとみられる中、日本企業は海外、国内事業を活発化させています。2006年の日本の海外への直接投資は、前年に比べ11%増の503億ドル（速報値、ジェットロがドル換算）となり、90年のバブル期を上回り、過去最高を記録しました。インド、ブラジル、南アフリカなどの新興市場向け投資が拡大した一方、中国向けは、7年ぶりに減少に転じており、今後、日本企業がどの国・地域で投資を活発化させるのかに、大きな関心が集まっています。東アジアでは、主要国がFTAへの取り組みを強化している中、実際に日本企業がどの程度FTAを活用しているのか、複数のFTAが存在する中、原産地規則などの問題は深刻化しているのか、などが注目されています。また、京都議定書が発効して2年目に入り、京都メカニズムを含めた温室効果ガスの排出削減に向けた日本企業の取り組みは本格化しております。

本調査ではこうした事情に鑑み、日本企業の海外・国内事業展開への取り組み、中国におけるビジネス展開、アジアのビジネス環境、アジア大洋州におけるFTAと原産地規則、京都メカニズムに対する取り組みについてその動向を分析しています。

本調査は2006年11月、ジェットロメンバーズのうち、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」に該当する2,537社に調査票を送付し、729社（有効回答率28.7%）の回答を取りまとめたものです。なお、第5章の「京都メカニズムに対する取り組み」部分は、調査範囲を海外事業展開に関心のある非製造業に拡大し、計3,174社に調査票を送付し、891社（有効回答率28.1%）の回答を得ました。

本調査にご協力頂いた企業の方々には、この場を借りて深くお礼申し上げます。本報告書が日本企業の海外・国内事業展開に関する動向分析の参考となれば幸いです。

なお本調査は、株式会社 日本統計センターに作業の一部を委託しました。

2007年3月

日本貿易振興機構
経済分析部国際経済研究課
TEL：03-3582-5177
FAX：03-3585-7289

目 次

調査実施概要	1
結果のまとめ	2
. 回答企業のプロフィール	17
1. 事業内容	17
2. 資本金および従業員数	18
3. 海外拠点の有無	20
4. 海外拠点の設置状況(所在と機能)	22
5. 形態別分類	26
. 海外・国内事業展開への取り組み	28
1. 事業展開に占める海外市場の割合とその見通し	28
2. 2010年度と2005年度の売上高と営業利益の比較	37
3. 海外での今後の事業展開	38
4. 日本国内での今後の事業展開	40
5. 海外で拡大する機能とその国・地域	42
6. 国内で拡大する機能	50
7. 2006年9月に発生したタイのクーデターの影響	52
8. 海外および日本国内での生産拠点・機能の再編について	54
. 中国におけるビジネス展開、アジアのビジネス環境	60
1. 中国とのビジネス関係	60
2. 中国との今後のビジネス展開	63
3. ビジネス拡大の具体的な内容	65
4. アジア主要国のビジネス上のリスク・問題点	67
. アジア大洋州におけるFTAと原産地規制	70
1. アジア大洋州で発効しているFTAの優遇税率の利用状況	70
2. 複数の原産地規制が存在することによる輸出ビジネスの問題点	73
3. 原産地規制の今後の方向性	74

・京都メカニズムに対する取り組み	75
1. 回答企業のプロフィール	75
2. 京都メカニズムに関する取り組み状況	87
3. 京都メカニズムに関する取り組みを行う理由	89
4. CDM / JIの取り組み形態	91
5. CDM / JIビジネスの対象国	93
6. CDM / JIビジネスに取り組まない理由	95
7. CDM / JIの取り組みに向けて必要なこと	97
付属資料 アンケート調査票	99

調査実施概要

1. 調査目的

本調査は、海外・国内事業展開への取り組み、中国における事業展開・アジアビジネス環境、アジアにおけるFTAと原産地規則に加え、京都メカニズムに関する取り組みについても、その動向を分析するものである。

2. 調査概要

(1) 調査対象企業

ジェットロメンバー企業のうち、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」に該当する2,537社
上記に、ジェットロメンバー企業のうち、海外事業展開に関心のある「非製造業」637社を加えた3,174社（京都メカニズムに関する取り組みについてのみ調査した）

(2) 調査方法

調査票（巻末に添付）を郵送し、本調査への協力を依頼した。なお、本調査にご協力頂いた企業のうち、希望者に対しては本調査報告書を送付する。

(3) 調査期間

調査票発送 2006年11月20日
回収締切 2006年12月13日

(4) 回収状況

	発送総数	有効回収数	有効回答数
	2,537社	729社	28.7%
	3,174社	891社	28.1%

3. 調査項目

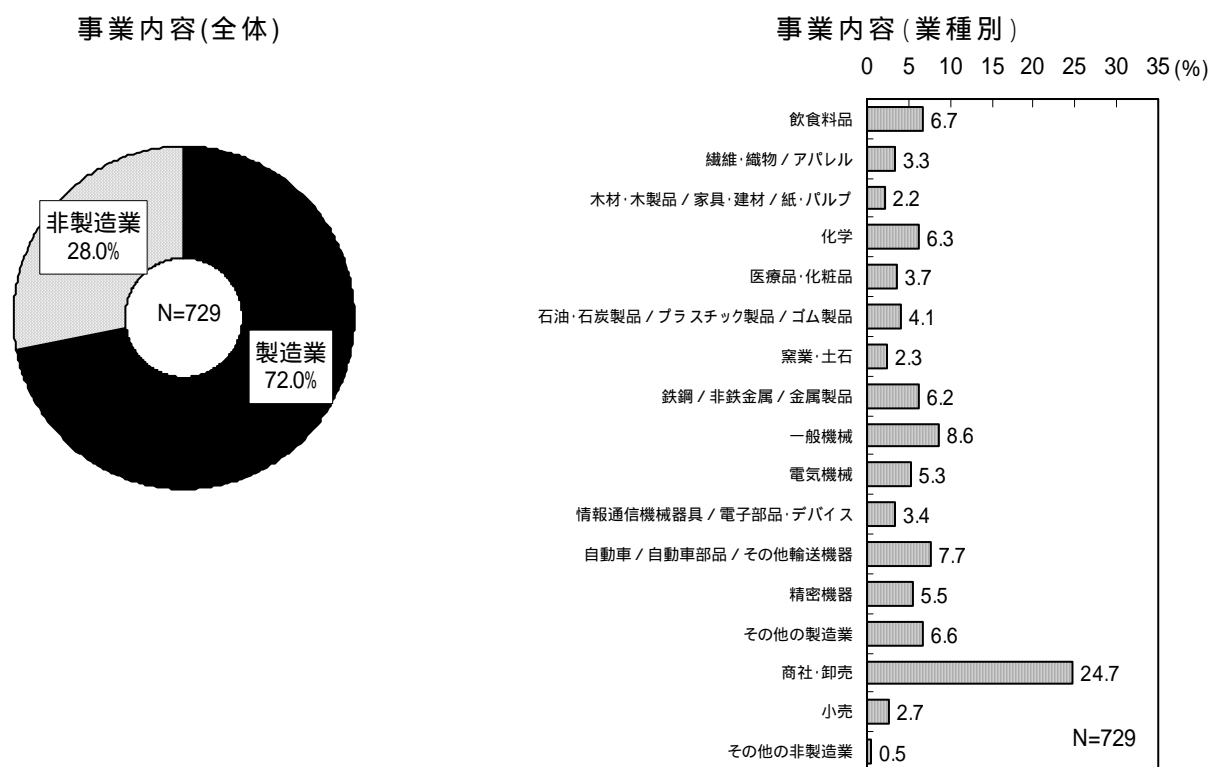
- (1) 回答企業のプロフィール
- (2) 海外・国内事業展開への取り組み
- (3) 中国におけるビジネス展開、アジアのビジネス環境
- (4) アジア大洋州におけるFTAと原産地規制
- (5) 京都メカニズムに関する取り組み

結果のまとめ

1. 回答企業のプロフィール

< 事業内容 >

調査の回答企業は729社で、そのうち「製造業」は72.0% (525社)、「非製造業」は28.0% (204社)となっている。業種別にみると、「商社・卸売」が24.7% (180社)で最も多く、以下「一般機械」が8.6% (63社)、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」が7.7% (56社)と続く。

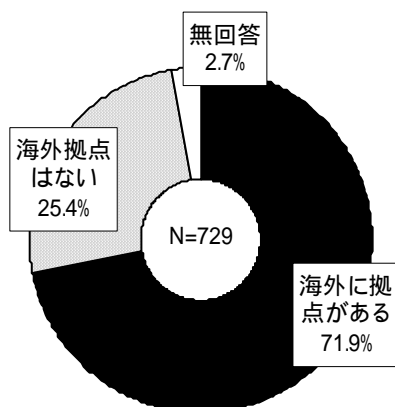


< 海外拠点の設置状況 >

回答企業729社のうち、「海外に拠点がある」企業は71.9% (524社)となっている。海外に拠点を持つ企業を業種別にみると、「製造業」が76.9% (403社)、「非製造業」が23.1% (121社)、規模別にみると、「大企業」が55.0% (288社)、「中小企業」が45.0% (236社)となっている。

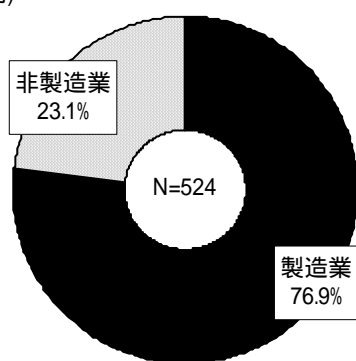
海外拠点の有無を業種別にみると、「化学」が89.1% (41社)で海外に拠点を持つ比率が高く、以下「繊維・織物/アパレル」が87.5% (21社)、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」が85.7% (48社)となっている。

海外拠点の有無(全体)

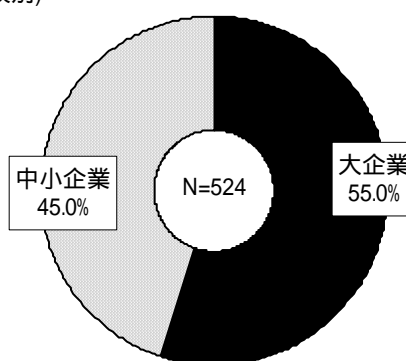


海外拠点がある企業の内訳(業種別、規模別)

(業種別)

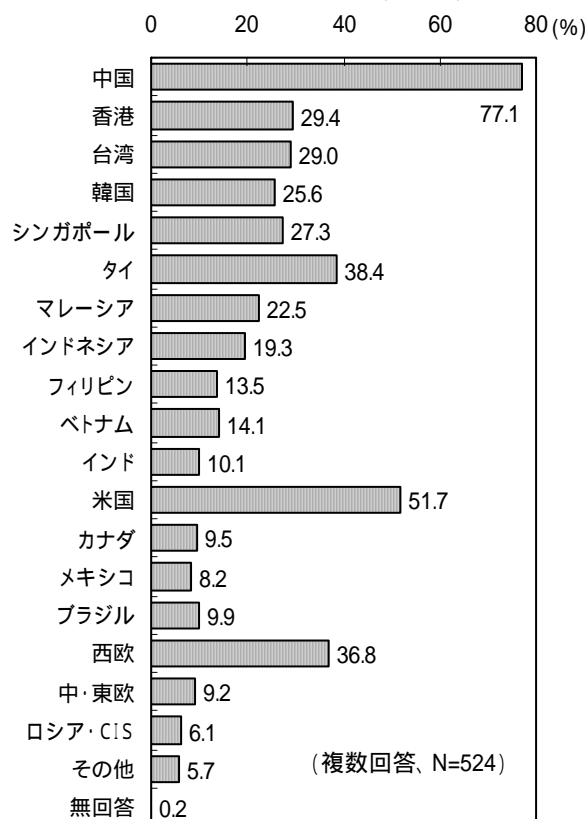


(規模別)



海外に拠点を持つ企業 524 社の拠点の所在地をみると、「中国」が 404 社(77.1%)で最も多く、以下「米国」が 271 社(51.7%)、「タイ」が 201 社(38.4%)、「西欧」が 193 社(36.8%)と続く。

海外拠点の所在(全体)

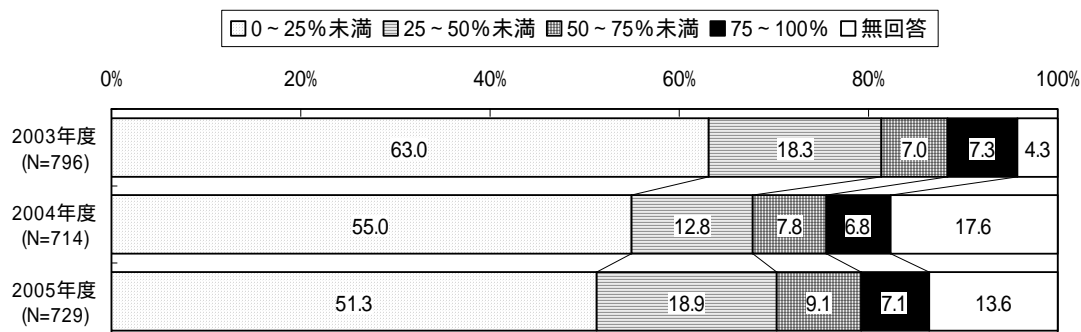


2. 海外・国内事業展開への取り組み

< 事業展開に占める海外市場の割合とその見通し >

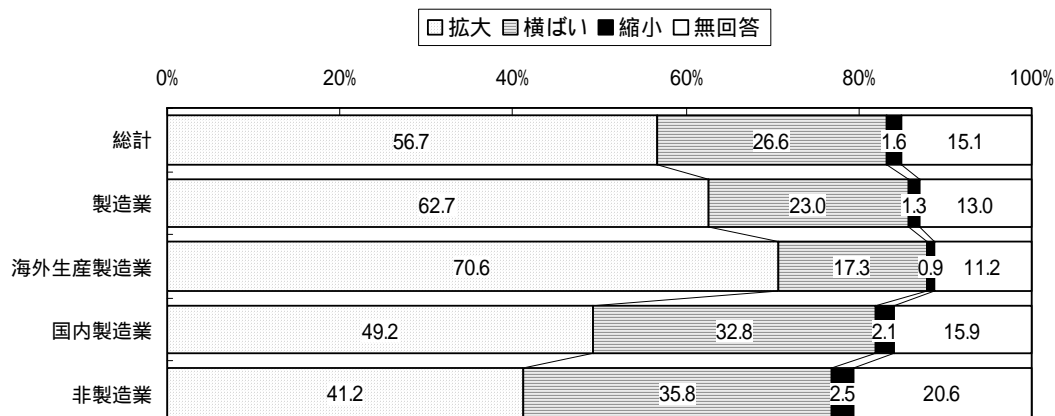
2005年度売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合について、「0～25%未満」と答えた企業が51.3%(374社)と最も多く、次いで「25～50%未満」が18.9%(138社)で、平均海外シェアは25.3%となっている。2003、2004年度の実績と比較すると、無回答の比率が高く単純な比較ができないため、無回答を除いた構成でみると、「全体」では売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合が年々増加している。

売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合(経年比較)



一方、今後(3年程度)の増減の見通しは、「拡大」が56.7%(413社)、「横ばい」が26.6%(194社)で、「縮小」は1.6%(12社)にとどまる。

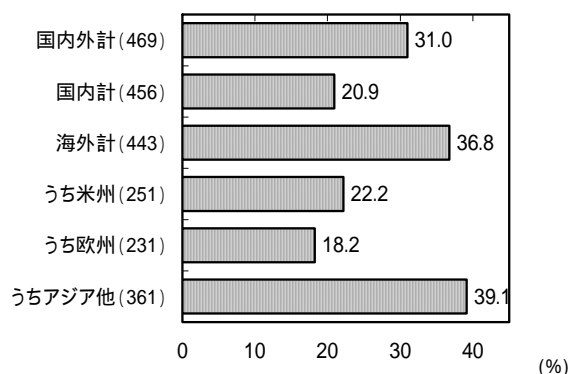
売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減見通し(形態別)



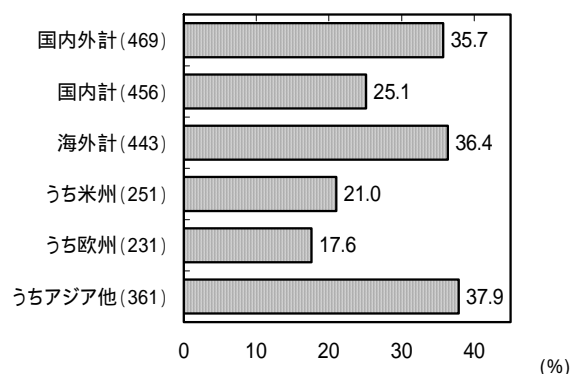
< 2010年度と2005年度の売上高と営業利益の比較 >

2010年度の国内および海外における売上高・営業利益の伸びは、2005年度と比較して、国内では2割程度と見込まれるのに対し、海外は3割超の伸びが見込まれており、回答企業の海外市場への期待度が高い。特に、アジア(大洋州・その他地域を含む)における売上・利益は4割近い伸びが見込まれており、米州・欧州の2割程度を大きく上回っている。

2010年度と2005年度の売上高の比較



2010年度と2005年度の営業利益の比較

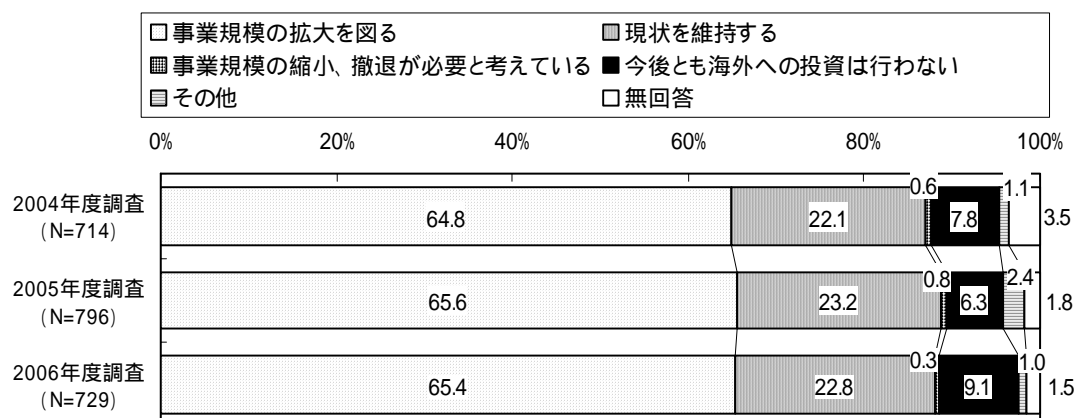


[注]カッコ内は回答者数、数値は回答のあった伸び率の平均値

< 海外での今後の事業展開 >

海外における今後(3年程度)の事業展開(新規投資、既存拠点の拡充)について、回答企業729社のうち、65.4%(477社)の企業が「事業規模の拡大を図る」と回答し、2005年度調査(65.6%)に続き、高水準を維持している。「現状を維持する」が22.8%(166社)、「今後とも海外への投資は行わない」が9.1%(66社)等となっている。

海外での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)

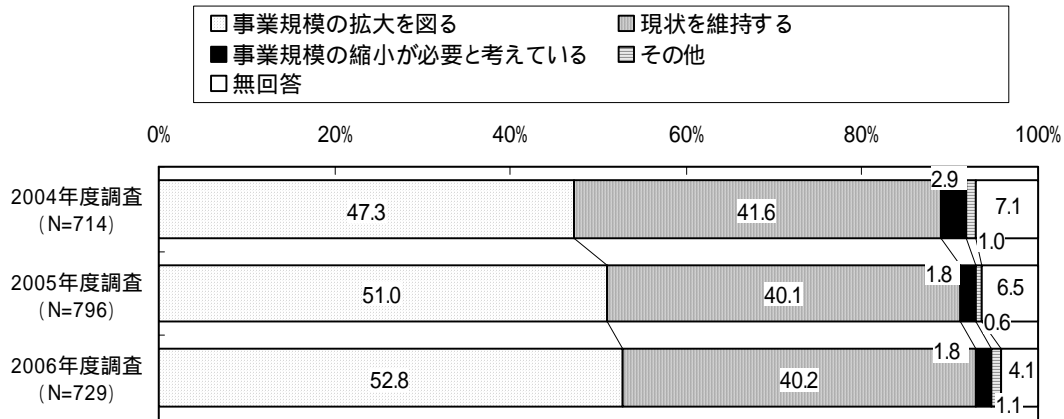


< 日本国内での今後の事業展開 >

日本国内における今後(3年程度)の事業展開(新規投資や既存拠点の拡充)について、回答企業729社のうち、「事業規模の拡大を図る」企業が52.8%(385社)と最も多く、次いで「現状を維持する」が40.2%(293社)となっている。

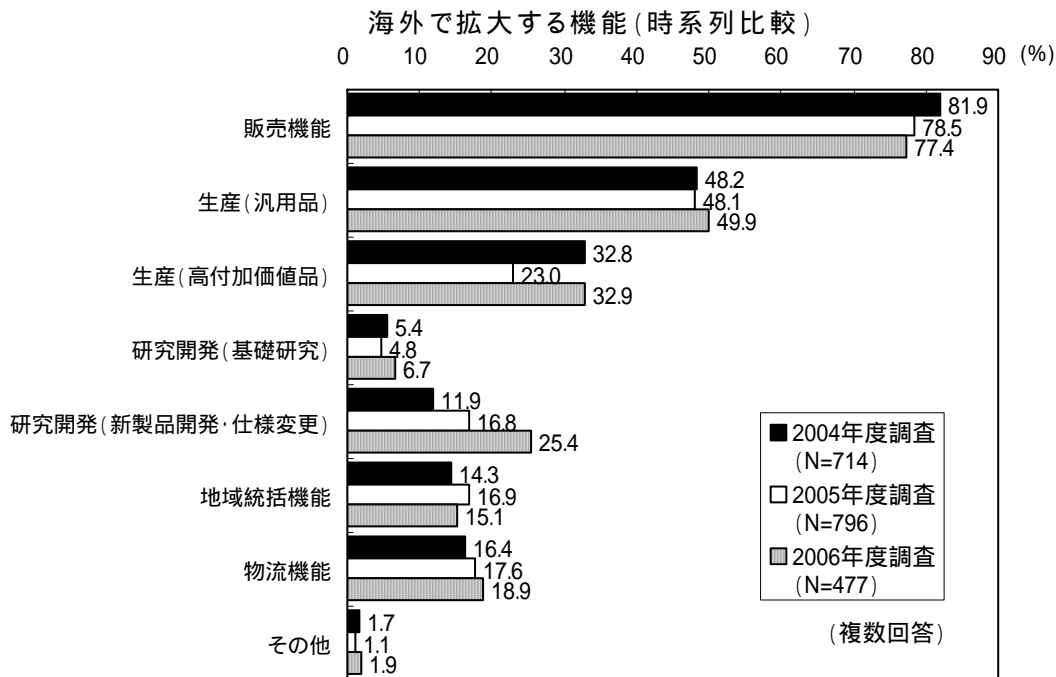
2004、2005年度調査と比較すると、景気回復などを反映し、「事業規模の拡大を図る」企業が、前年より1.8ポイント増加し、2年連続で増加している。

国内での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)



< 海外で拡大する機能とその国・地域 >

海外で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業 477 社に具体的にどのような機能を拡大しようとしているか尋ねたところ、「販売機能」が 77.4% (369 社) で最も比率が高く、次いで「生産(汎用品)」が 49.9% (238 社) となっている。



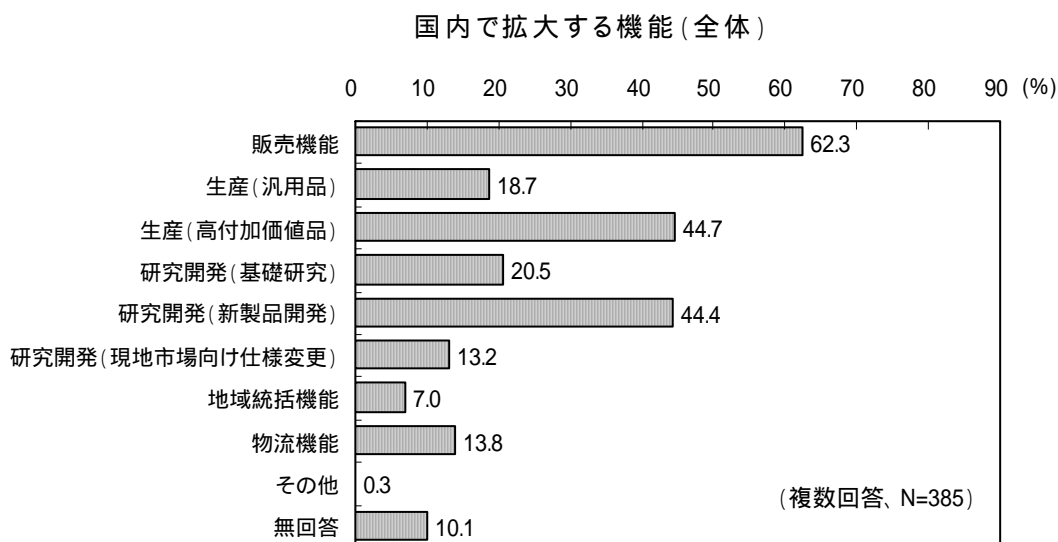
[注] 「研究開発(新製品開発・仕様変更)」の2006・2005年度調査は、「研究開発(新製品開発)」または「研究開発(現地市場向け仕様変更)」の合計。2004年度は「研究開発(新製品・デザイン)」。

今後、海外で事業を拡大する回答した企業 477 社にそれぞれの機能の展開対象とされる国・地域を尋ねたところ、「販売機能」「生産(汎用品)」など、いずれの機能においても中国への関心の高さが最も高いが、「生産(汎用品)」は3.1ポイント低下した。2005年度調査との比較では、ベトナム、インドで販売、生産機能両面で、ブラジル、ロシア・CISでも販売が上昇しており、新興市場国への事業マインドの拡大がみられる。

< 国内で拡大する機能 >

日本で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業 385 社に、具体的にどのような機能を拡大しようとしているのか尋ねたところ、「販売機能」が 62.3% (240 社) で最も比率が高く、以下「生産 (高付加価値品)」が 44.7% (172 社)、「研究開発 (新製品開発)」が 44.4% (171 社) と続く。

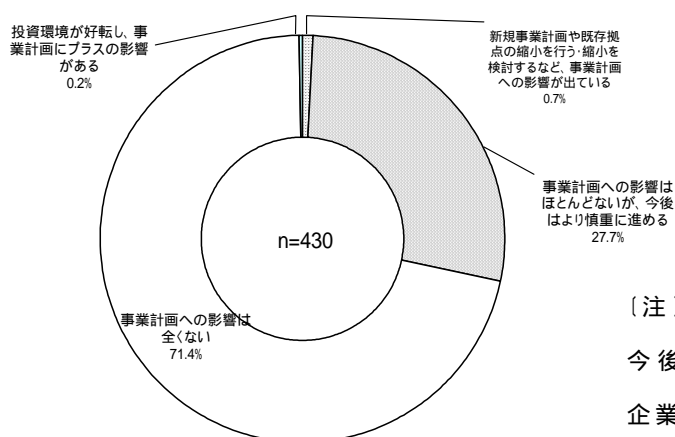
国内と海外で拡大する機能を比較すると、「生産 (高付加価値品)」、「研究開発 (新製品開発)」、「研究開発 (基礎研究)」は、日本国内で拡大する方針を持つ企業が多く、一方「生産 (汎用品)」は、海外が国内より大きく上回っている。



< 2006 年 9 月に発生したタイのクーデターの影響 >

2006 年 9 月にタイで発生したクーデターについて、タイとの事業関係および今後の展開予定のある企業 (430 社) のうち、「事業計画への影響はまったくない」が 71.4% と多くを占めたが、27.7% の企業が「事業計画への影響はほとんどないが、今後はより慎重に進める」と回答しており、一部企業のマインドに影響を与えている。

2006 年 9 月に発生したタイのクーデターの影響

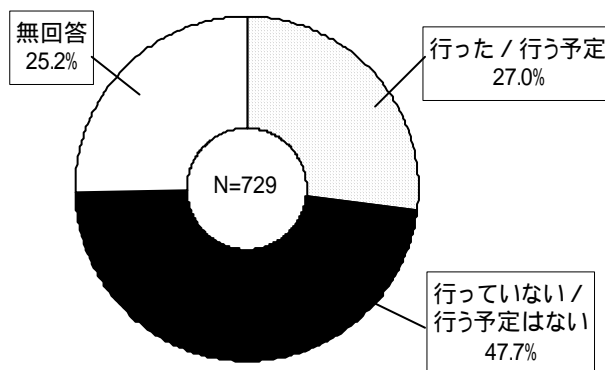


[注] タイとの事業関係、今後の展開予定がある企業 430 社が母数 (N)。

< 海外および日本国内での生産拠点・機能の再編について >

海外および日本での生産拠点・機能の再編（生産拠点の完全移管、または生産品目、生産機能の一部移管、但し日本国内での再編は除く）を過去2～3年間の間に行った／今後2～3年間の間に行う予定があるか尋ねたところ、回答企業の27.0%（197社）は「行った／行う予定」と回答している。

海外および日本国内での生産拠点・機能の再編（全体）



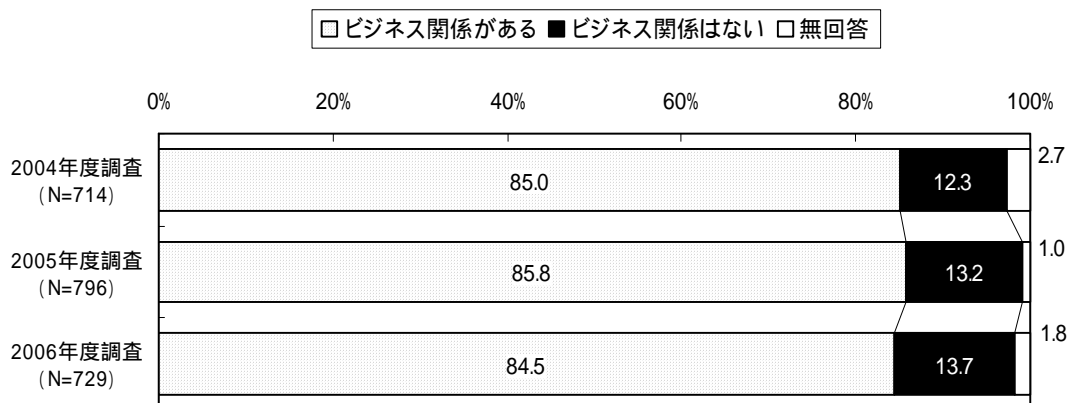
再編を「行った／行う予定である」と回答した企業197社に、再編内容を尋ねたところ、生産拠点・機能の総再編件数（243件）のうち、移管元は「日本」（67.9%）が最も多く、移管先は「中国」（49.4%）が多い。移管元と移管先の組み合わせでは「日本から中国」が91件（37.4%）で最も多く、以下「日本からタイ」（9.1%）、「日本からマレーシア」「中国からベトナム」（各々3.7%）、「日本から韓国」（3.3%）と続く。再編する機能は、「生産（汎用品）」（75.7%）が7割半ばで最も多く、次いで「生産（高付加価値品）」（27.6%）で、生産機能の再編が中心となっている。再編する理由は、「生産コスト・人件費が上昇してきたため」が55.6%で最も比率が高く、以下「機能を一箇所に集中したほうが、効率的であるため」（15.6%）、「現地販売が不振であるため」（9.1%）と続く。

3. 中国とのビジネス関係

< 中国とのビジネス関係 >

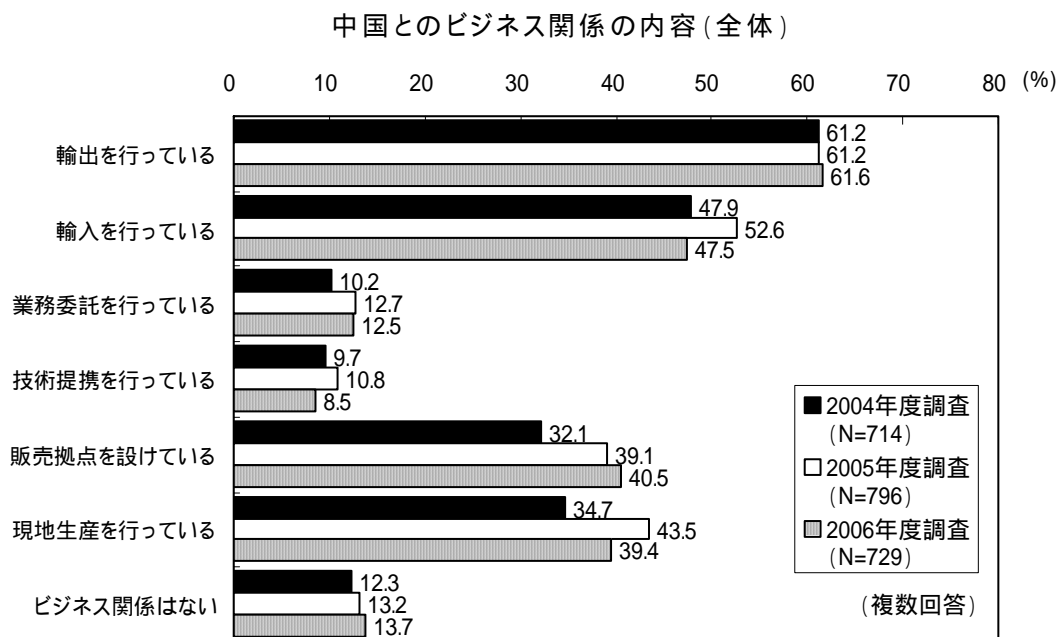
現在、中国と貿易、業務委託、技術提携、直接投資などのビジネス関係がある企業は84.5%（616社）で、大多数の企業が中国と何らかのビジネス関係を有している。

中国とのビジネス関係の有無（時系列比較）



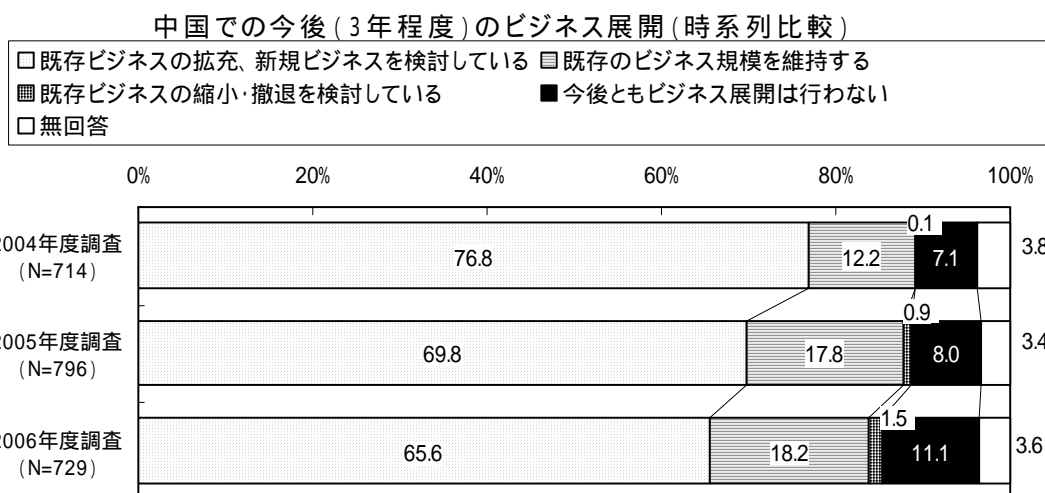
< ビジネス拡大の具体的な内容 >

中国とのビジネス関係の具体的な内容は、「輸出を行っている」が 61.6% (449 社) で最も比率が高く、以下「輸入を行っている」が 47.5% (346 社)、「販売拠点を設けている」が 40.5% (295 社)、「現地生産を行っている」が 39.4% (287 社) と続く。2004、2005 年度調査と比較すると、「輸出を行っている」、「販売拠点を設けている」は若干増加し、他の内容は 2005 年度より減少傾向となっている。



< 中国との今後のビジネス展開 >

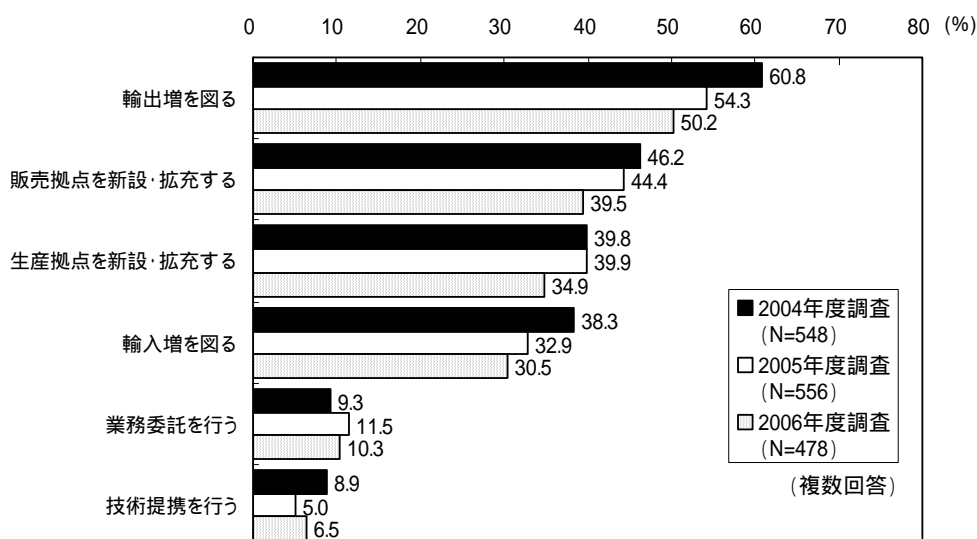
今後 (3 年程度) のビジネス展開 (貿易、業務委託、技術提携、直接投資) は、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」が 65.6% (478 社) で最も比率が高いが、2004、2005 年度調査と比較すると、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」割合は高いままだが、2004 年度調査と比較して 11.2 ポイント低下し、反対に「既存のビジネス規模を維持する」は 6.0 ポイント、「今後ともビジネス展開は行わない」は 4.0 ポイント増加している。



< ビジネス拡大の具体的な内容 >

前項で「既存のビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」と回答した企業 478 社に、ビジネス拡大の具体的な内容を尋ねたところ、「輸出増を図る」が 50.2% (240 社) で最も比率が高く、以下「販売拠点を新設・拡充する」が 39.5% (189 社)、「生産拠点を新設・拡充する」が 34.9% (167 社)、「輸入増を図る」が 30.5% (146 社) で、3割～4割と多様な広がりをみせている。

ビジネス拡大の具体的な内容(時系列比較)



< アジア主要国のビジネス上のリスク・問題点 >

ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している国のリスク・問題点について尋ねたところ、「政治・社会的に不安定」では「フィリピン」(52.5%)、「インドネシア」(50.4%)、「中国」(41.3%)と答えた企業が多く、「為替リスクが高い」は「インドネシア」(23.5%)が最も多く、人民元の切り上げ問題を抱える中国(20.5%)が続いている。「インフラが未整備」では「インド」(57.2%)、「ベトナム」(47.9%)が非常に高い水準にあり、「インド」、「ベトナム」では日本企業の事業拡大意欲が高まっている一方、インフラの未整備に大きな課題を抱えている。「法制度が未整備、運用に問題あり」、「知的財産権の保護に問題あり」、「税務上のリスク・問題あり」では、中国がそれぞれ 59.9%、59.2%、33.2%と、他の国と比べて最も多く、知財侵害などを中心とした法制度の運用面や税制面でリスクが認識されている。

(単位: %)

順位	政治・社会的に不安定		為替リスクが高い		インフラが未整備		法制度が未整備、運用に問題あり	
1	フィリピン	52.5	インドネシア	23.5	インド	57.2	中国	59.9
2	インドネシア	50.4	中国	20.5	ベトナム	47.9	インド	35.3
3	中国	41.3	タイ	9.1	フィリピン	32.2	ベトナム	32.2
4	タイ	28.3	ベトナム	8.5	インドネシア	29.8	インドネシア	28.2
5	インド	15.4	フィリピン	7.9	中国	21.6	フィリピン	13.0
6	ベトナム	9.7	インド	6.5	マレーシア	7.8	マレーシア	6.5
7	マレーシア	3.3	マレーシア	5.3	タイ	7.4	タイ	5.9
8	シンガポール	0.8	シンガポール	3.3	シンガポール	0.0	シンガポール	0.0
順位	関連産業が集積・発展していない		知的財産権の保護に問題あり		人件費が高い、上昇している		税務上のリスク・問題あり	
1	ベトナム	31.4	中国	59.2	シンガポール	39.3	中国	33.2
2	フィリピン	20.9	インド	13.9	中国	28.4	インド	17.9
3	インド	18.4	ベトナム	11.9	タイ	20.4	インドネシア	15.5
4	インドネシア	15.1	インドネシア	9.2	マレーシア	13.9	ベトナム	10.2
5	マレーシア	12.7	フィリピン	9.0	インドネシア	5.5	タイ	7.6
6	タイ	6.2	タイ	6.2	ベトナム	5.1	フィリピン	7.3
7	中国	4.7	マレーシア	4.1	フィリピン	4.0	マレーシア	6.5
8	シンガポール	3.7	シンガポール	1.6	インド	3.5	シンガポール	2.0

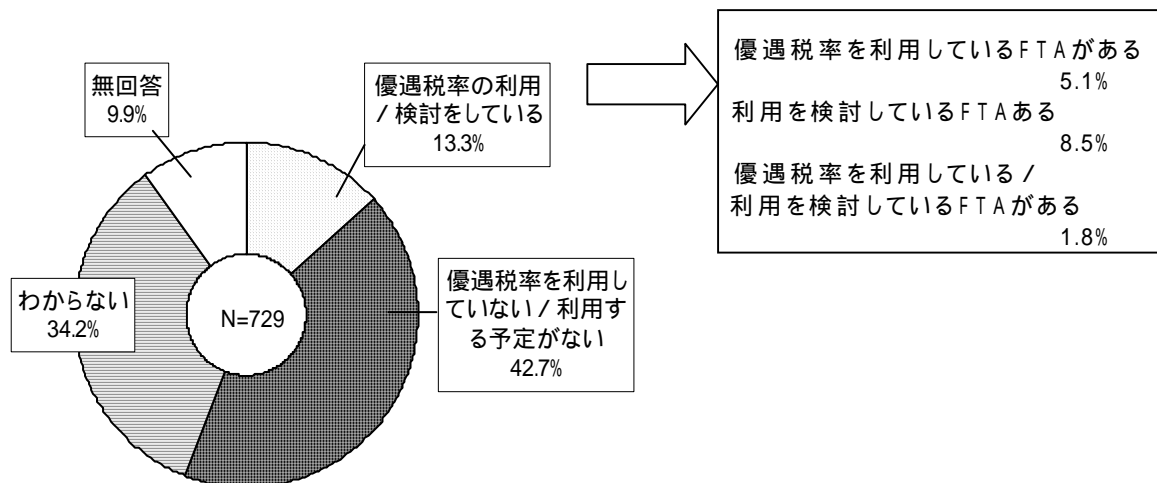
(n = 中国:596、タイ:353、インドネシア:238、マレーシア:245、フィリピン:177、シンガポール:244、ベトナム:236、インド:201)
 [注] 母数(n)は、現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している企業。

4 . アジア大洋州における F T A と原産地規制

< アジア大洋州で発効している F T A の優遇税率の利用状況 >

アジア大洋州域内(日本、ASEAN、中国、韓国、インド、オーストラリア、ニュージーランド)で発効している FTA(アリーハーベストを含む)の輸出ビジネスにおける優遇税率の活用状況について、「優遇税率を利用している/利用を検討している」割合は 13.3%(97 社)であった。一方、「優遇税率を利用していない/利用する予定がない」は 42.7%であった。また、「わからない」も 34.2%(249 社)にのぼっているが、こうした背景には FTA に対する認知度が高まっていないこともあるとみられる。

アジア大洋州で発効している FTA の優遇税率の利用状況(全体)

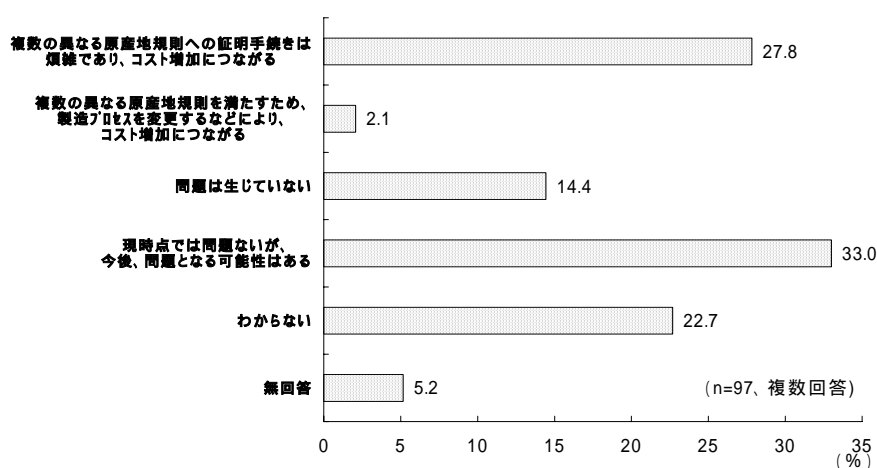


輸出ビジネスで優遇税率を利用している FTA の内訳は、AFTA(ASEAN 自由貿易地域) (24 件) が最も多く、日本-マレーシア(15 件)、タイ-オーストラリア(8 件)が続いている。利用を検討している FTA の内訳は、日本-マレーシア(24 件) が最も多く、同 FTA に対する期待が高い。中国-ASEAN(21 件)、AFTA(20 件)、タイ-インド(14 件)が続いている。タイ-インド間 FTA は 82 品目のアーリーハーベストのみが実施されているにすぎないが、利用(6 件)、利用を検討しているとともに上位にあり、拡大するインド市場を ASEAN からアプローチする企業姿勢が見受けられる。

< 複数の原産地規制が存在することによる輸出ビジネスの問題点 >

優遇税率を利用している / 利用を検討していると回答した企業 97 社に、原産地規則 (FTA の優遇税率を適用する際、物品の原産国を判断する基準) の問題について尋ねたところ、「現時点では問題ないが、今後問題となる可能性はある」が 33.0% (32 社) で最も比率が高い。

複数の原産地規制が存在することによる輸出ビジネスの問題点 (全体)

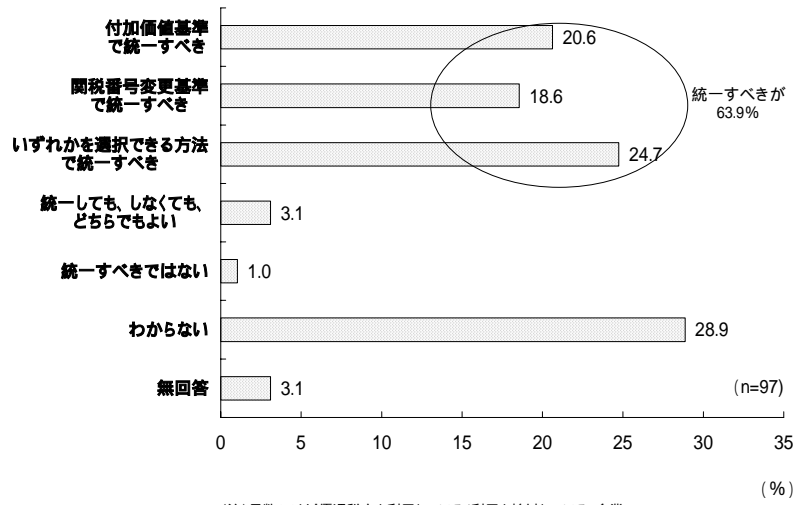


[注] 母数 (n) は「優遇税率を利用している / 利用を検討している」企業。

< 原産地規制の今後の方向性 >

原産地規制の今後の方向性について、「付加価値基準 (物品に対する付加価値で原産国を判断する方法) で統一すべきである」が 20.6% (20 社)、「関税番号変更基準 (関税番号の変更により物品の原産国を判断する方法) で統一すべきである」が 18.6% (18 社)、「付加価値基準か関税番号変更基準のいずれかを選択できる方法で統一すべきである」が 24.7% (24 社) で、何らかの方法で統一すべきが 63.9% となっている。ただし、「わからない」は 28.9% (28 社) で多い。

原産地規制の今後の方向性(全体)



5 . 京都メカニズムに対する取り組み

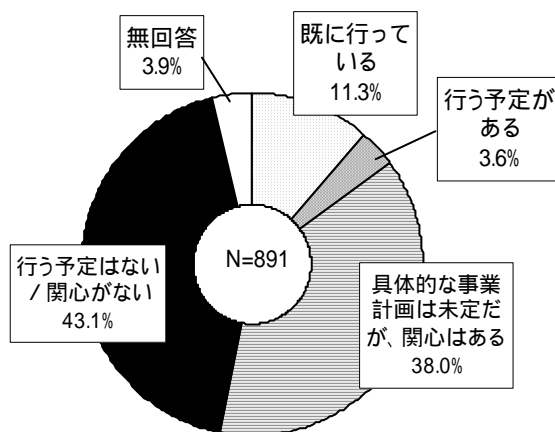
< 回答企業のプロフィール >

回答企業は 891 社で、製造業が 60.3% (537 社)、非製造業が 39.7% (354 社)となっている。

< 京都メカニズムに関する取り組み状況 >

京都メカニズム(CDM/JI)に関する取り組みや関連ビジネスの実態については、「既に行っている」が 11.3% (101 社)、「行う予定がある」が 3.6% (32 社)、「具体的な事業計画は未定だが、関心はある」が 38.0% (339 社)の3者を合わせた『実施/実施予定/関心あり』の合計は 52.9%で半数以上となる。これに対し、「行う予定はない/関心がない」企業は 43.1% (384 社)となっている。

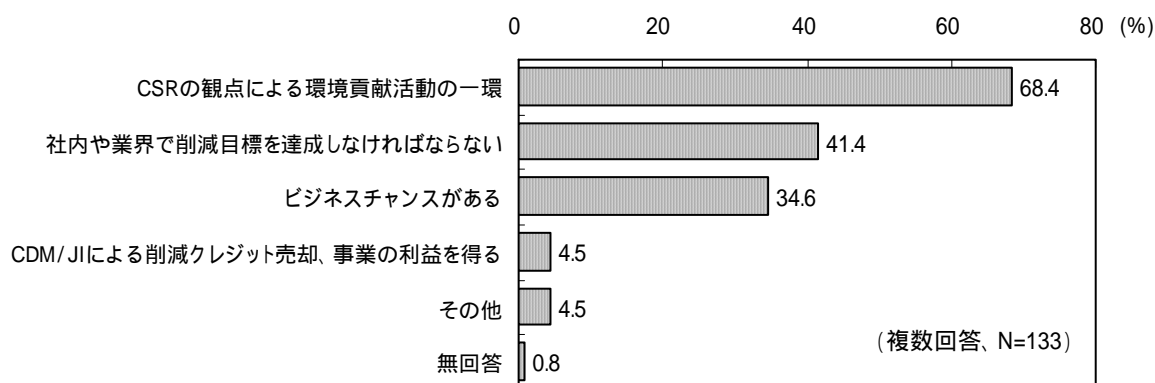
京都メカニズムに関する取り組み状況 (全体)



< 京都メカニズムに関する取り組みを行う理由 >

「既に行っている」「行う予定がある」と回答した企業 133 社にその理由を尋ねたところ、「CSR (企業の社会的責任) の観点による環境貢献活動の一環として」と回答する企業が 68.4% (91 社)で最も比率が高く、以下「社内や業界の温室効果ガス(GHG)削減目標を達成しなければならないため」が 41.4% (55 社)、「ビジネスチャンス(自社の技術や製品を販売、仲介、コンサル等)があるため」が 34.6% (46 社)と続く。

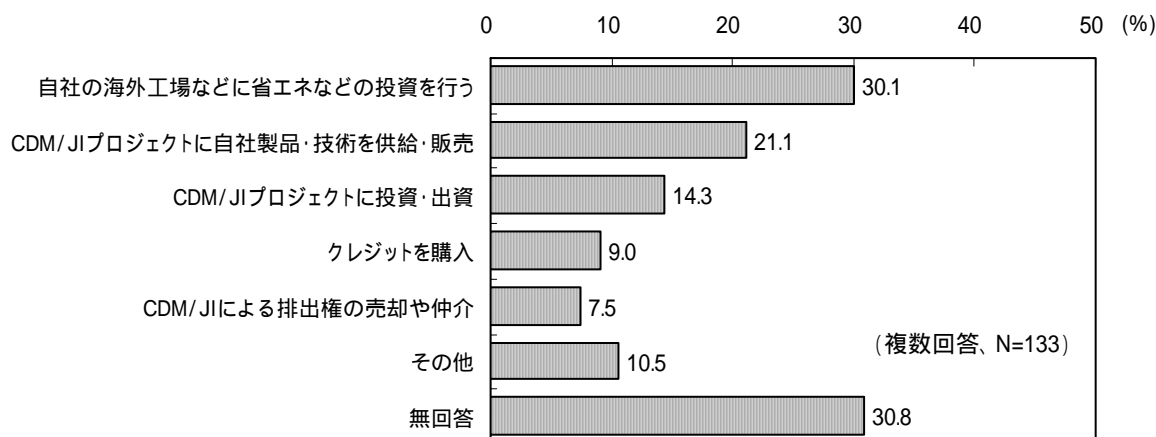
京都メカニズムに関する取り組みを実施/実施予定の理由 (全体)



< C D M / J I の取り組み形態 >

京都メカニズムに関する取り組みを「既に行っている」、「行う予定がある」と回答した企業 133 社に実施あるいは実施を予定している具体的な取り組み形態について尋ねたところ、「自社の海外工場などに省エネなどの投資を行う」が 30.1% (40 社) で最も比率が高く、次いで「CDM / JIプロジェクトに自社製品・技術を供給・販売する」が 21.1% (28 社) となっている。

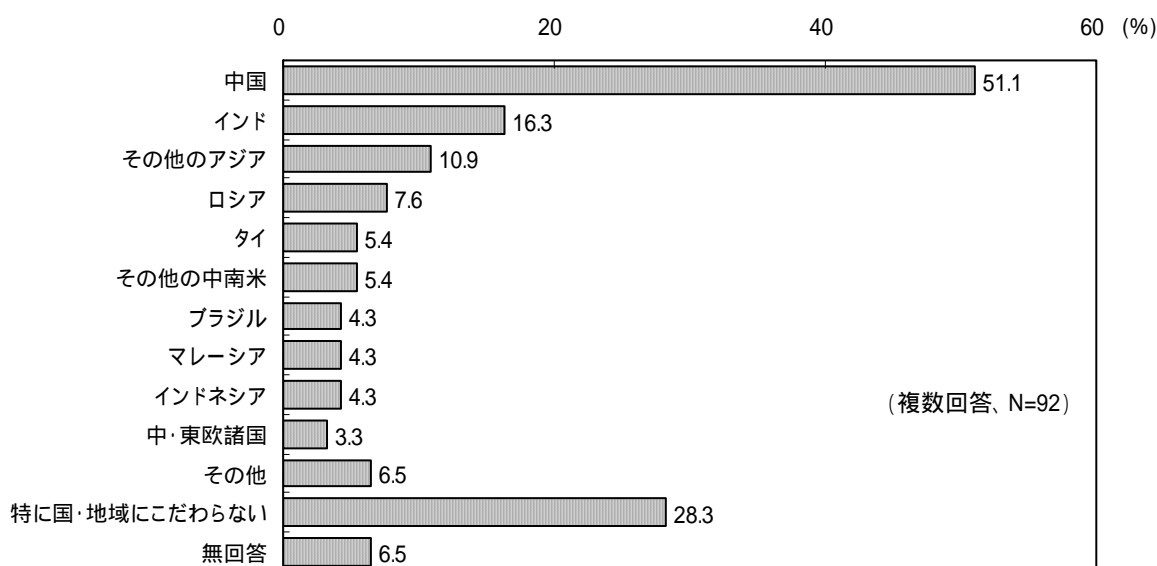
CDM / JIへの取り組み形態 (全体)



< C D M / J I ビジネスの対象国 >

CDM / JIの取り組み・ビジネスを行う対象国 (ホスト国)・地域は、「中国」が 51.1% (47 社) で最も比率が高く、次いでインドが 16.3% (15 社) と続き、アジア重視の傾向が強い。一方、「特にこだわらない」企業も 28.3% (26 社) ある。

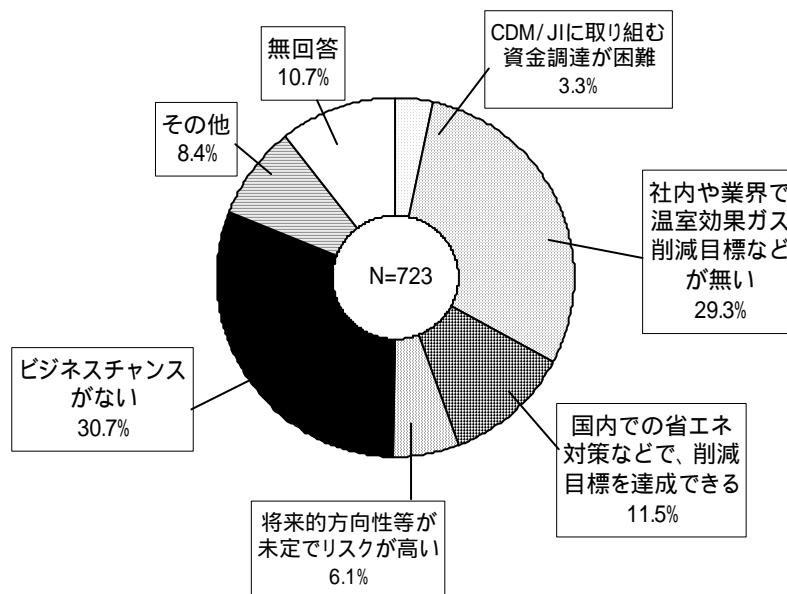
CDM / JIビジネス対象国・地域 (全体)



< CDM / JIビジネスに取り組まない理由 >

京都メカニズムに関する取り組みに対し、「具体的な事業計画は未定だが、関心はある」、「行う予定はない / 関心がない」と回答した企業 723 社に CDM / JIビジネスに取り組まない理由を尋ねたところ、「ビジネスチャンス(自社の技術や製品を販売、仲介、コンサル等)がないため」が 30.7% (222 社)、「社内や業界で温室効果ガス(GHG)削減目標などが無いため」が 29.3% (212 社) で 2 大理由を形成している。

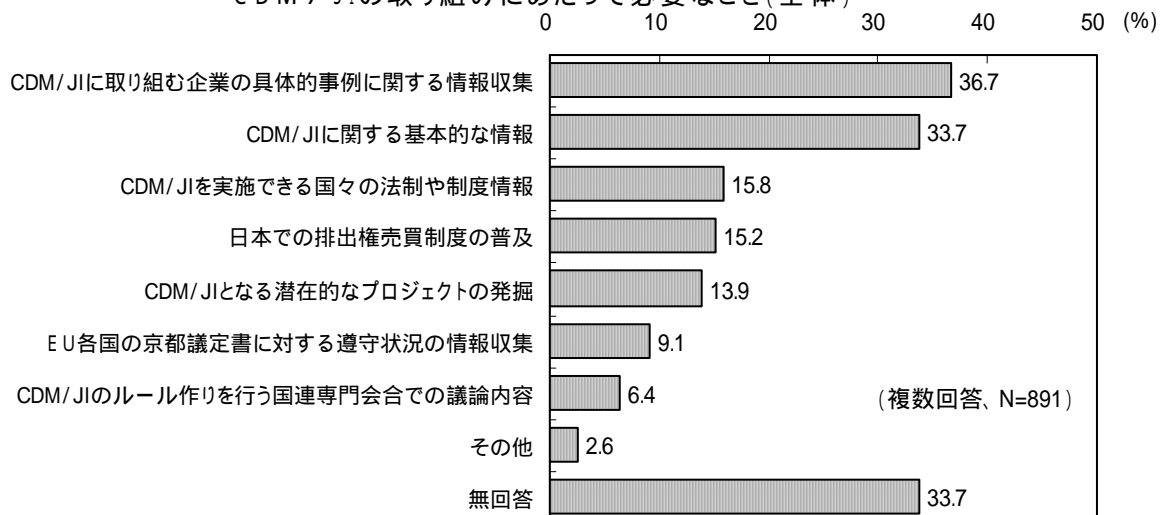
京都メカニズムに関する取り組みを未検討している理由(全体)



< CDM / JIの取り組みに向けて必要なこと >

CDM / JIの取り組みにあたり最も重要なことは、「CDM / JIに取り組む企業の具体的事例に関する情報収集」が 36.7% (327 社)、「CDM / JIプロジェクトの形成方法など、京都メカニズムに関する基本的な知識」が 33.7% (300 社) で多い。

CDM / JIの取り組みにあたって必要なこと(全体)



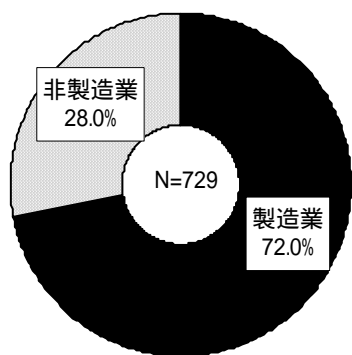
． 回答企業のプロフィール

1 ． 事業内容

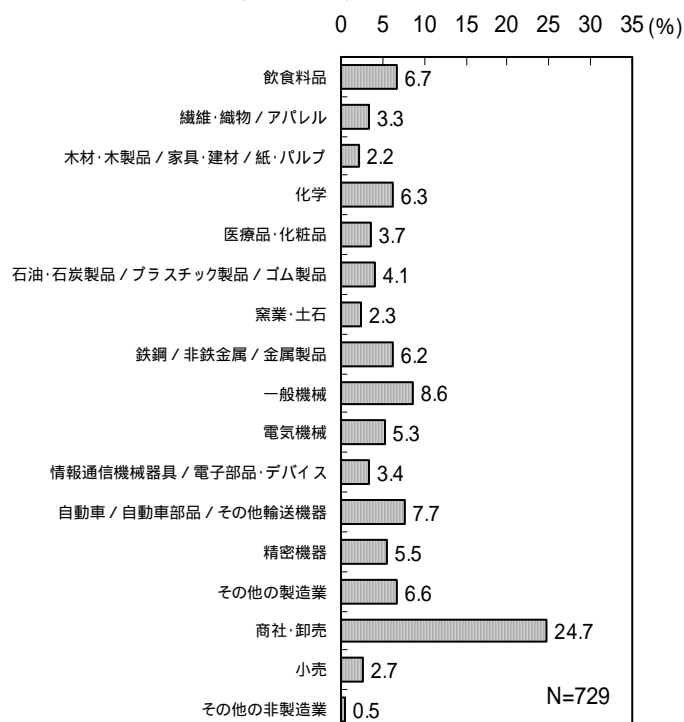
調査の回答企業は 729 社で、そのうち「製造業」は 72.0% (525 社)、「非製造業」は 28.0% (204 社)となっている。

業種別にみると、「商社・卸売」が 24.7% (180 社)で最も多く、以下「一般機械」が 8.6% (63 社)、「自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器」が 7.7% (56 社)と続く。

図表 1 事業内容(全体)



図表 2 事業内容(業種別)



図表 3 業種別回答企業数

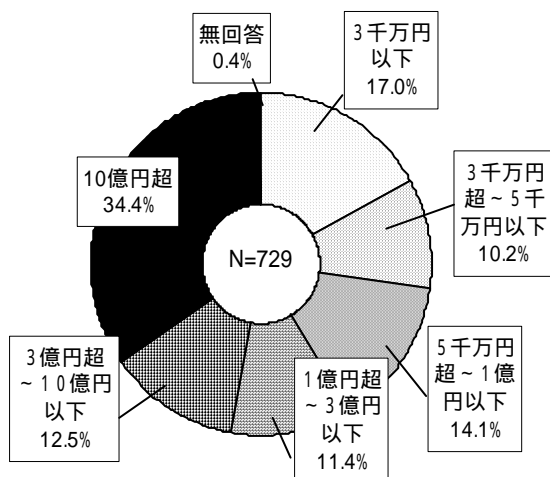
業種	(社、%)	
	合計	構成比
総計	729	100.0
製造業	525	72.0
飲食料品	49	6.7
繊維・織物 / アパレル	24	3.3
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	16	2.2
化学	46	6.3
医療品・化粧品	27	3.7
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	30	4.1
窯業・土石	17	2.3
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	45	6.2
一般機械	63	8.6
電気機械	39	5.3
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	25	3.4
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	56	7.7
精密機器	40	5.5
その他の製造業	48	6.6
非製造業	204	28.0
商社・卸売	180	24.7
小売	20	2.7
その他の非製造業	4	0.5

2. 資本金および従業員数

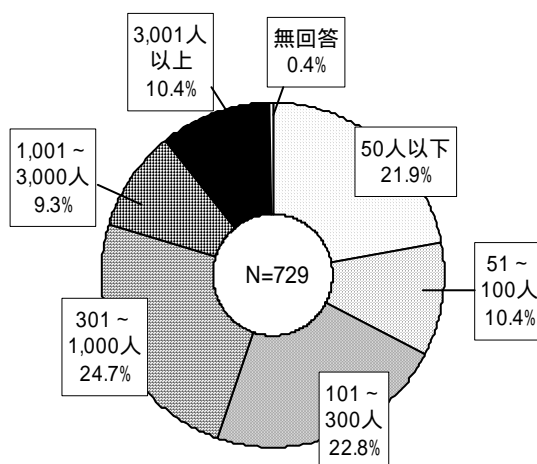
回答企業の資本金、従業員数をみると、資本金は「10億円超」の企業が34.4%(251社)、従業員数は「301~1,000人」の企業が24.7%(180社)で最も比率が高い。

資本金と従業員数をもとに下記の中小企業基本法に基づいた要件で大企業と中小企業に分類すると、「大企業」は43.1%(314社)、「中小企業」は56.9%(415社)となる。

図表 4 資本金(全体)



図表 5 従業員数(全体)



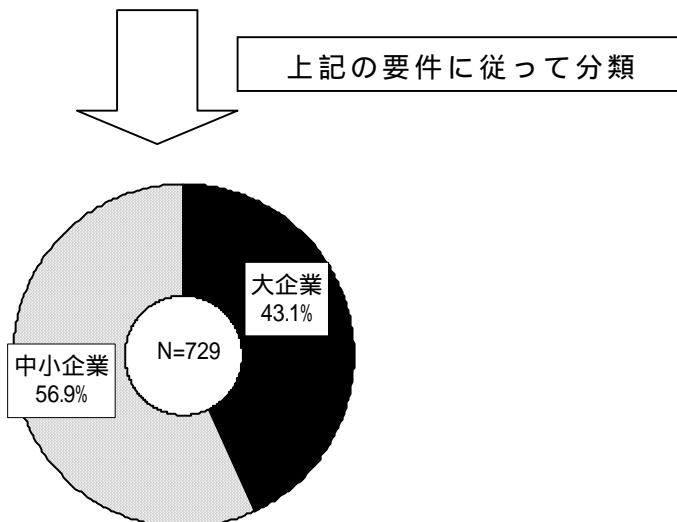
< 企業規模分類要件 >

		中小企業	大企業
製造業・その他の業種	資本金	3億円以下、300人以下のいずれかを満たすこと。	中小企業の定義外全企業
	常時雇用従業員数		
卸売業	資本金	1億円以下、100人以下のいずれかを満たすこと。	中小企業の定義外全企業
	常時雇用従業員数		
小売業	資本金	5千万円以下、50人以下のいずれかを満たすこと。	中小企業の定義外全企業
	常時雇用従業員数		
サービス業	資本金	5千万円以下、100人以下のいずれかを満たすこと。	中小企業の定義外全企業
	常時雇用従業員数		

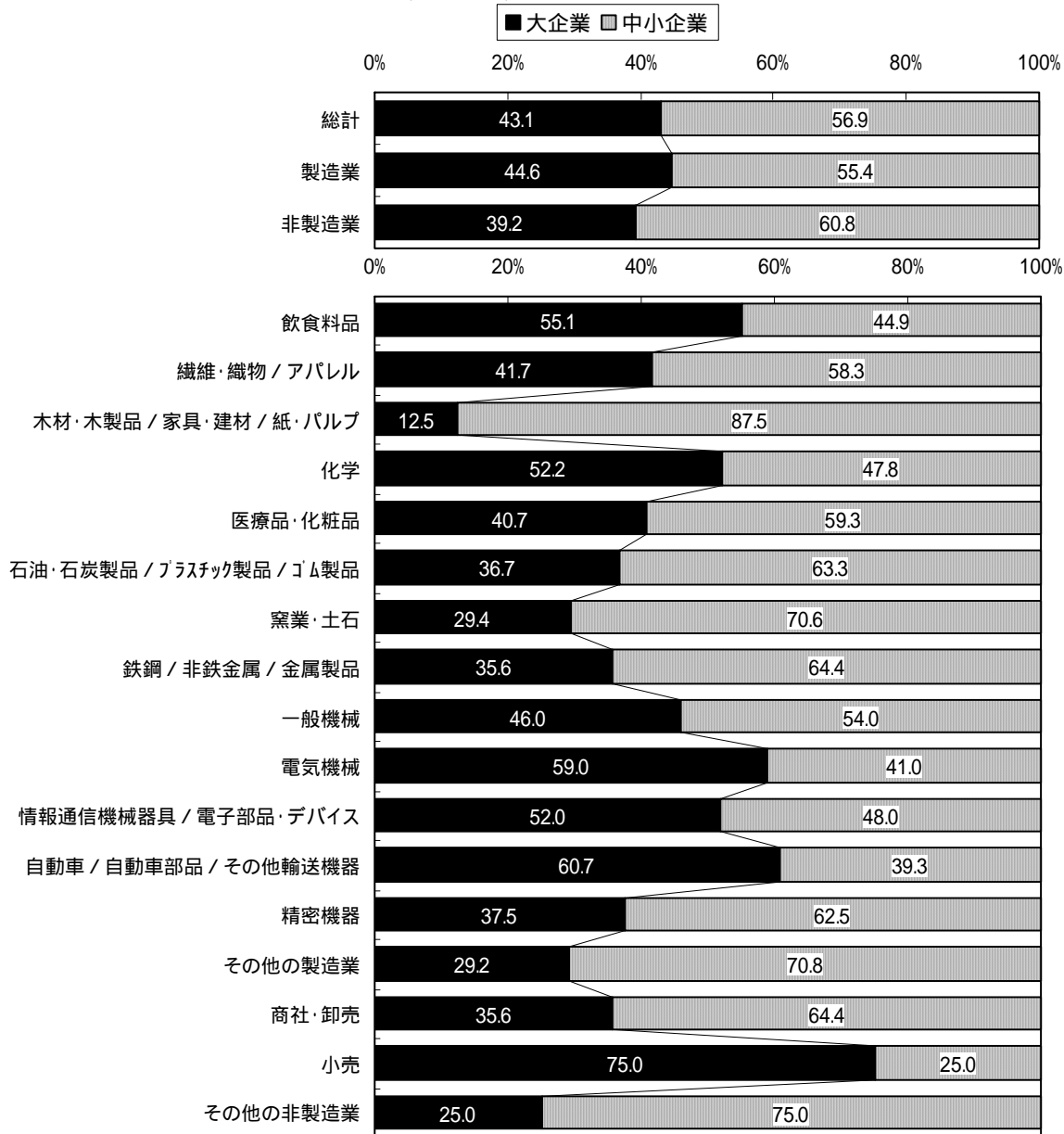
(注) 中小企業の定義は中小企業基本法に基づく。

詳細は <http://www.chusho.meti.go.jp/soshiki/teigi.html> を参照。

図表 6 大企業・中小企業分類



図表 7 大企業・中小企業分類(業種別)



(注) 各業種の母数(N)は、図表 8を参照。

図表 8 資本金・従業員規模分類(業種別)

業種	社数	資本金						従業員数 (%)					
		~3千万円	~5千万円	~1億円	~3億円	~10億円	10億円超	50人以下	~100人	~300人	~1,000人	~3,000人	3,001人以上
総計	729	17.0	10.2	14.1	11.4	12.5	34.4	21.9	10.4	22.8	24.7	9.3	10.4
製造業	525	13.3	9.3	15.6	9.9	11.4	40.2	15.0	7.8	24.0	28.2	11.0	13.5
飲食料品	49	8.2	4.1	16.3	12.2	10.2	49.0	8.2	2.0	20.4	34.7	24.5	10.2
繊維・織物/アパレル	24	20.8	25.0	8.3	-	4.2	41.7	25.0	16.7	16.7	29.2	8.3	4.2
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	25.0	37.5	18.8	-	6.3	12.5	37.5	-	43.8	12.5	-	6.3
化学	46	4.3	4.3	15.2	6.5	13.0	56.5	10.9	6.5	26.1	37.0	10.9	8.7
医療品・化粧品	27	18.5	7.4	14.8	7.4	22.2	29.6	18.5	11.1	22.2	25.9	7.4	14.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	20.0	3.3	10.0	26.7	10.0	30.0	16.7	6.7	33.3	26.7	3.3	13.3
窯業・土石	17	5.9	11.8	11.8	23.5	17.6	23.5	11.8	11.8	35.3	29.4	11.8	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	20.0	15.6	20.0	8.9	6.7	28.9	20.0	15.6	24.4	22.2	6.7	11.1
一般機械	63	6.3	9.5	19.0	7.9	11.1	46.0	14.3	7.9	22.2	33.3	4.8	17.5
電気機械	39	10.3	2.6	17.9	7.7	10.3	51.3	10.3	7.7	15.4	30.8	15.4	20.5
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	20.0	4.0	8.0	4.0	8.0	56.0	16.0	8.0	16.0	12.0	16.0	32.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	8.9	8.9	10.7	5.4	14.3	51.8	10.7	3.6	14.3	26.8	17.9	26.8
精密機器	40	17.5	7.5	20.0	12.5	10.0	32.5	7.5	10.0	37.5	25.0	12.5	7.5
その他の製造業	48	18.8	10.4	18.8	16.7	14.6	20.8	22.9	6.3	27.1	29.2	6.3	4.2
非製造業	204	26.5	12.3	10.3	15.2	15.2	19.6	39.7	17.2	19.6	15.7	4.9	2.5
商社・卸売	180	27.2	13.3	11.1	15.0	15.6	16.7	41.1	18.3	20.6	16.1	2.8	0.6
小売	20	20.0	5.0	5.0	10.0	15.0	45.0	20.0	10.0	15.0	10.0	25.0	20.0
その他の非製造業	4	25.0	-	-	50.0	-	25.0	75.0	-	-	25.0	-	-

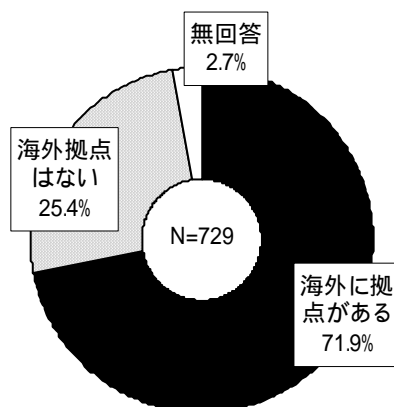
3 . 海外拠点の有無

回答企業 729 社のうち、「海外に拠点がある」企業は 71.9% (524 社)となっている。

海外に拠点を持つ企業を業種別にみると、「製造業」が 76.9% (403 社)、「非製造業」が 23.1% (121 社)、規模別にみると、「大企業」が 55.0% (288 社)、「中小企業」が 45.0% (236 社)となっている。

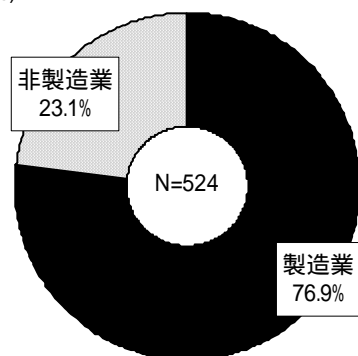
海外拠点の有無を業種別にみると、「化学」が 89.1% (41 社)で海外に拠点を持つ比率が高く、以下「繊維・織物 / アパレル」が 87.5% (21 社)、「自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器」が 85.7% (48 社)となっている。

図表 9 海外拠点の有無(全体)

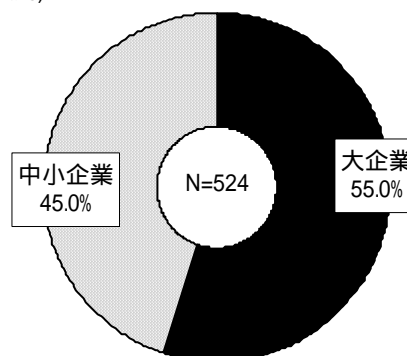


図表 10 海外拠点がある企業の内訳(業種別、規模別)

(業種別)



(規模別)



図表 11 海外拠点の所有比率(規模別、業種別)

(%)

業種	総計	大企業	中小企業
総計	71.9	91.7	56.9
製造業	76.8	94.4	62.5
飲食料品	73.5	85.2	59.1
繊維・織物 / アパレル	87.5	100.0	78.6
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	68.8	100.0	64.3
化学	89.1	100.0	77.3
医療品・化粧品	59.3	90.9	37.5
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	83.3	100.0	73.7
窯業・土石	64.7	100.0	50.0
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	71.1	87.5	62.1
一般機械	73.0	93.1	55.9
電気機械	76.9	95.7	50.0
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	84.0	100.0	66.7
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	85.7	100.0	63.6
精密機器	75.0	93.3	64.0
その他の製造業	72.9	85.7	67.6
非製造業	59.3	83.8	43.5
商社・卸売	60.0	87.5	44.8
小売	60.0	73.3	20.0
その他の非製造業	25.0	-	33.3

(注) 各業種の母数(N)は、図表 12 を参照。

図表 12 海外拠点の有無(規模別、業種別社数)

	総数			大企業			中小企業		
	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし
総計	729	524	185	314	288	24	415	236	161
製造業	525	403	111	234	221	13	291	182	98
飲食料品	49	36	13	27	23	4	22	13	9
繊維・織物 / アパレル	24	21	3	10	10	-	14	11	3
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	16	11	5	2	2	-	14	9	5
化学	46	41	5	24	24	-	22	17	5
医療品・化粧品	27	16	11	11	10	1	16	6	10
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	30	25	4	11	11	-	19	14	4
窯業・土石	17	11	4	5	5	-	12	6	4
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	45	32	12	16	14	2	29	18	10
一般機械	63	46	14	29	27	2	34	19	12
電気機械	39	30	9	23	22	1	16	8	8
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	25	21	4	13	13	-	12	8	4
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	56	48	7	34	34	-	22	14	7
精密機器	40	30	10	15	14	1	25	16	9
その他の製造業	48	35	10	14	12	2	34	23	8
非製造業	204	121	74	80	67	11	124	54	63
商社・卸売	180	108	64	64	56	7	116	52	57
小売	20	12	8	15	11	4	5	1	4
その他の非製造業	4	1	2	1	-	-	3	1	2

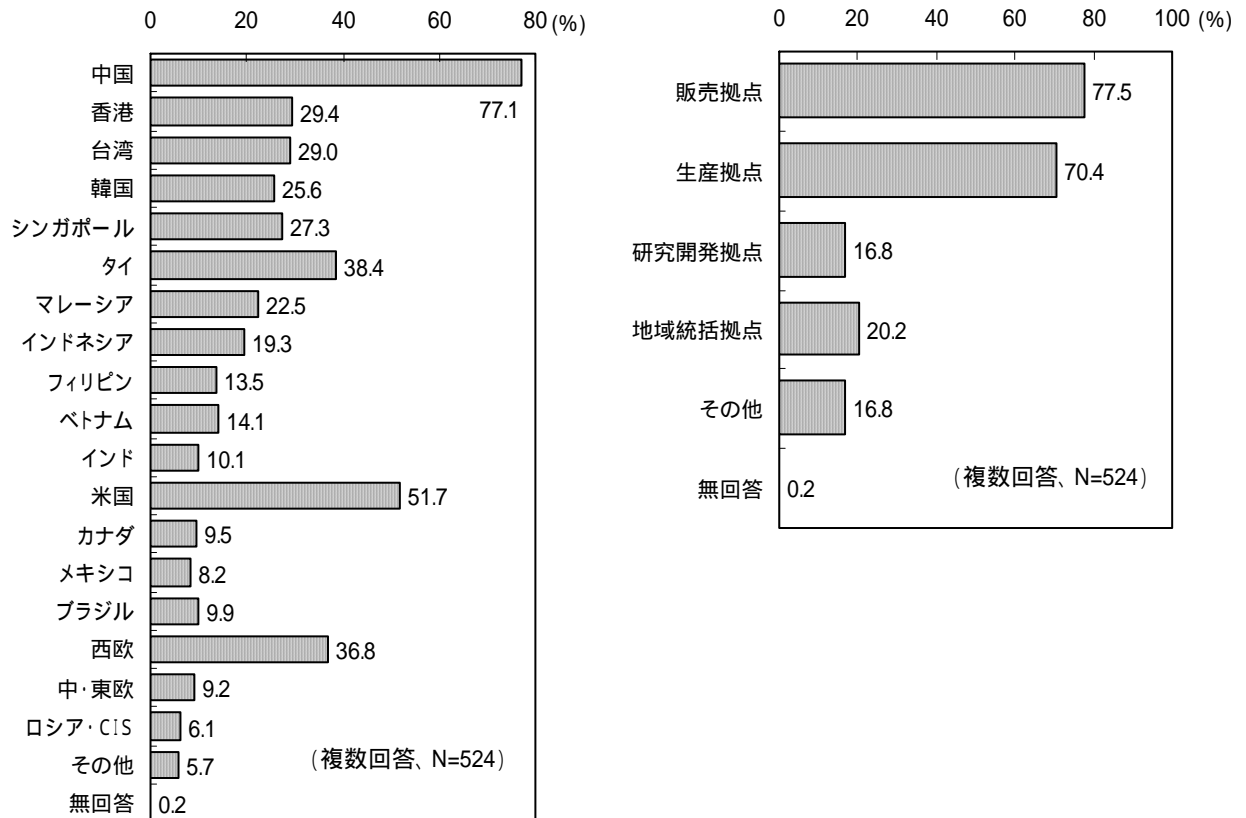
4 . 海外拠点の設置状況（所在と機能）

海外に拠点を持つ企業 524 社の拠点の所在地をみると、「中国」が 404 社 (77.1%) で最も多く、以下「米国」が 271 社 (51.7%)、「タイ」が 201 社 (38.4%)、「西欧」が 193 社 (36.8%) と続く。

2005 年度調査と比較すると、「米国」(前回調査 50.0%)、「西欧」(前回調査 35.2%)等に拠点を所有する企業の比率が増加している。

海外拠点の機能は同一国・地域内の拠点数を尋ねていないため、同じ国に3つ販売拠点があっても拠点数は1つとカウントする。「販売拠点」は拠点総数が 1,791 件 (406 社) で、海外に販売拠点を所有している企業 (524 社) のうち 77.5% を占め最も比率が高い。次いで「生産拠点」は拠点総数が 1,068 件 (369 社) で、海外に拠点を所有している企業の 70.4% となっている。

図表 13 海外拠点の所在と機能 (全体)



業種別に海外拠点の機能をみると、「製造業」では「生産拠点」が 81.9%と最も多く、「販売拠点」(76.9%)を 5.0 ポイント上回っている。また、「情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス」(47.6%)、「電気機械」(40.0%)は他の業種より「地域統括拠点」を有する企業の比率が高い。

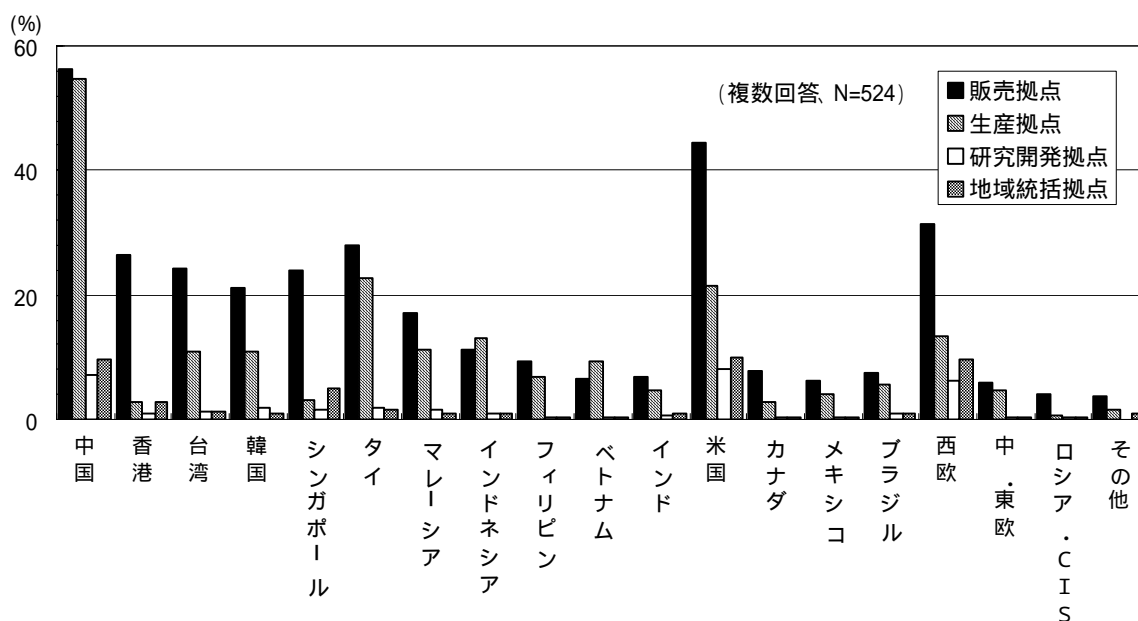
図表 14 海外拠点の所在と機能(規模別、業種別)

(複数回答、%)

業種	社数	販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	地域統括拠点	その他
総計	524	77.5	70.4	16.8	20.2	16.8
大企業	288	86.1	77.8	23.6	25.7	19.1
中小企業	236	66.9	61.4	8.5	13.6	14.0
製造業	403	76.9	81.9	20.8	22.8	13.4
飲食料品	36	83.3	88.9	30.6	11.1	5.6
繊維・織物 / アパレル	21	57.1	90.5	14.3	19.0	9.5
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	11	45.5	81.8	-	36.4	-
化学	41	92.7	80.5	19.5	14.6	12.2
医療品・化粧品	16	75.0	62.5	37.5	31.3	12.5
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	25	72.0	68.0	4.0	24.0	20.0
窯業・土石	11	81.8	100.0	9.1	9.1	-
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	32	56.3	84.4	9.4	15.6	9.4
一般機械	46	95.7	82.6	19.6	19.6	13.0
電気機械	30	83.3	80.0	30.0	40.0	30.0
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	21	90.5	90.5	38.1	47.6	9.5
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	48	66.7	93.8	27.1	31.3	10.4
精密機器	30	80.0	73.3	23.3	16.7	20.0
その他の製造業	35	68.6	68.6	14.3	17.1	20.0
非製造業	121	79.3	32.2	3.3	11.6	28.1
商社・卸売	108	84.3	31.5	3.7	12.0	24.1
小売	12	41.7	33.3	-	8.3	66.7
その他の非製造業	1	-	100.0	-	-	-

国・地域別に拠点の設置状況をみると、中国には295社（海外に拠点を所有している企業の56.3%）が「販売拠点」を所有し、287社（同54.8%）が「生産拠点」を所有している。米国には233社（同44.5%）が「販売拠点」を所有し、112社（同21.4%）が「生産拠点」を所有している。海外に「販売拠点」がある企業は中国、米国、西欧の順に多く、「生産拠点」は中国、タイ、米国の順となっている。「研究開発拠点」は、米国の42社（同8.0%）で最も多く、以下、中国が37社（同7.1%）、西欧が33社（同6.3%）と続く。「地域統括拠点」も、米国が52社（同9.9%）で最も多く、以下、西欧が51社（同9.7%）、中国が50社（同9.5%）と続く。

図表 15 海外拠点の所在と機能（国・地域別）



図表 16 海外拠点の所在と機能（国・地域別）

(複数回答、%)

	販売拠点		生産拠点		研究開発拠点		地域統括拠点		その他		拠点所有社数	
	社数	%	社数	%	社数	%	社数	%	社数	%	社数	%
中国	295	56.3	287	54.8	37	7.1	50	9.5	37	7.1	404	77.1
香港	138	26.3	15	2.9	4	0.8	15	2.9	13	2.5	154	29.4
台湾	128	24.4	57	10.9	6	1.1	7	1.3	7	1.3	152	29.0
韓国	111	21.2	57	10.9	10	1.9	5	1.0	8	1.5	134	25.6
シンガポール	126	24.0	16	3.1	8	1.5	26	5.0	8	1.5	143	27.3
タイ	146	27.9	119	22.7	10	1.9	8	1.5	13	2.5	201	38.4
マレーシア	90	17.2	58	11.1	8	1.5	5	1.0	8	1.5	118	22.5
インドネシア	59	11.3	68	13.0	4	0.8	5	1.0	5	1.0	101	19.3
フィリピン	48	9.2	36	6.9	2	0.4	1	0.2	7	1.3	71	13.5
ベトナム	34	6.5	48	9.2	1	0.2	2	0.4	11	2.1	74	14.1
インド	35	6.7	25	4.8	3	0.6	5	1.0	6	1.1	53	10.1
米国	233	44.5	112	21.4	42	8.0	52	9.9	20	3.8	271	51.7
カナダ	41	7.8	14	2.7	1	0.2	2	0.4	2	0.4	50	9.5
メキシコ	32	6.1	21	4.0	1	0.2	1	0.2	2	0.4	43	8.2
ブラジル	40	7.6	29	5.5	4	0.8	4	0.8	5	1.0	52	9.9
西欧	164	31.3	70	13.4	33	6.3	51	9.7	23	4.4	193	36.8
中・東欧	31	5.9	24	4.6	2	0.4	2	0.4	3	0.6	48	9.2
ロシア・CIS	21	4.0	3	0.6	2	0.4	1	0.2	7	1.3	32	6.1
その他	19	3.6	9	1.7	-	-	4	0.8	6	1.1	30	5.7
拠点所有社数	406	77.5	369	70.4	88	16.8	106	20.2	88	16.8	524	100.0
拠点総数	1,791	341.8	1,068	203.8	178	40.0	246	46.9	191	36.5	3,474	663.0

図表 17 販売拠点の所在(業種別)

(複数回答、%)

	飲食物品	繊維・ 織物/ アパレル	木材・ 木製品 /家具・建 材/ 紙・パ ルプ	化学	医療 品・化 粧品	石油・ 石炭製 品/ プラ スチック 製品/ ゴム製 品	窯業・ 土石	鉄鋼/ 非鉄金 属/ 金属製 品	一般 機械	電気 機械	情報通 信機械 器具/ 電子部 品・デ バイス	自動車 /自動 車部品 /その 他輸送 機器	精密 機器	その 他の 製造業	商社・ 卸売	小売	その 他の 非製 造業
社数	30	12	5	38	12	18	9	18	44	25	19	32	24	24	91	5	-
中国	73.3	75.0	80.0	65.8	75.0	66.7	66.7	77.8	77.3	80.0	89.5	87.5	75.0	58.3	64.8	80.0	-
香港	30.0	66.7	-	23.7	16.7	38.9	33.3	44.4	22.7	36.0	78.9	18.8	41.7	29.2	37.4	20.0	-
台湾	33.3	16.7	-	42.1	41.7	16.7	44.4	27.8	31.8	44.0	57.9	40.6	29.2	25.0	22.0	20.0	-
韓国	23.3	16.7	-	31.6	16.7	22.2	22.2	22.2	36.4	48.0	47.4	34.4	41.7	12.5	18.7	-	-
シンガポール	13.3	16.7	-	31.6	8.3	33.3	22.2	44.4	38.6	52.0	63.2	15.6	37.5	29.2	30.8	-	-
タイ	30.0	41.7	-	28.9	16.7	27.8	55.6	38.9	45.5	40.0	47.4	59.4	50.0	16.7	29.7	20.0	-
マレーシア	13.3	8.3	-	15.8	16.7	16.7	33.3	11.1	29.5	40.0	52.6	34.4	37.5	12.5	13.2	20.0	-
インドネシア	6.7	25.0	-	18.4	16.7	5.6	11.1	5.6	27.3	16.0	15.8	34.4	4.2	-	12.1	-	-
フィリピン	3.3	16.7	-	5.3	25.0	11.1	22.2	5.6	18.2	20.0	26.3	25.0	12.5	4.2	5.5	-	-
ベトナム	3.3	-	-	5.3	8.3	5.6	22.2	11.1	13.6	-	10.5	18.8	20.8	-	6.6	-	-
インド	-	-	-	7.9	-	5.6	11.1	5.6	20.5	12.0	10.5	21.9	12.5	4.2	4.4	-	-
米国	63.3	66.7	40.0	52.6	33.3	50.0	55.6	61.1	70.5	72.0	73.7	71.9	62.5	58.3	42.9	20.0	-
カナダ	10.0	-	20.0	-	-	11.1	22.2	-	20.5	20.0	21.1	21.9	16.7	4.2	3.3	-	-
メキシコ	3.3	-	-	2.6	8.3	5.6	-	-	18.2	8.0	15.8	28.1	8.3	4.2	3.3	-	-
ブラジル	3.3	-	-	10.5	8.3	-	-	11.1	18.2	16.0	15.8	18.8	20.8	8.3	4.4	-	-
西欧	23.3	25.0	40.0	36.8	41.7	27.8	11.1	55.6	65.9	60.0	68.4	53.1	50.0	50.0	20.9	-	-
中・東欧	3.3	-	-	-	8.3	-	11.1	5.6	13.6	20.0	15.8	21.9	16.7	4.2	1.1	-	-
ロシア・CIS	-	-	-	2.6	-	5.6	11.1	5.6	2.3	16.0	5.3	15.6	12.5	-	3.3	-	-
その他	3.3	8.3	-	-	-	5.6	-	-	4.5	4.0	5.3	6.3	4.2	4.2	7.7	20.0	-

図表 18 生産拠点の所在(業種別)

(複数回答、%)

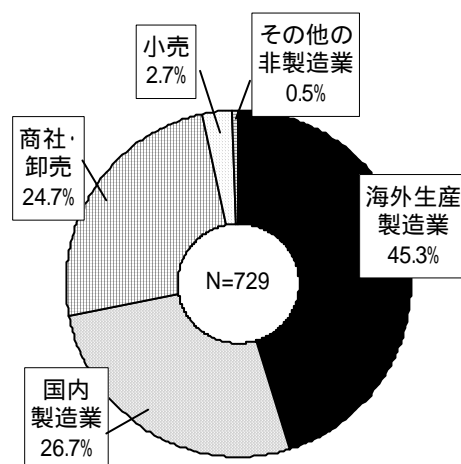
	飲食物品	繊維・ 織物/ アパレル	木材・ 木製品 /家具・建 材/ 紙・パ ルプ	化学	医療 品・化 粧品	石油・ 石炭製 品/ プラ スチック 製品/ ゴム製 品	窯業・ 土石	鉄鋼/ 非鉄金 属/ 金属製 品	一般 機械	電気 機械	情報通 信機械 器具/ 電子部 品・デ バイス	自動車 /自動 車部品 /その 他輸送 機器	精密 機器	その 他の 製造業	商社・ 卸売	小売	その 他の 非製 造業
社数	32	19	9	33	10	17	11	27	38	24	19	45	22	24	34	4	1
中国	78.1	89.5	66.7	72.7	90.0	64.7	63.6	74.1	89.5	87.5	78.9	80.0	77.3	75.0	70.6	75.0	-
香港	6.3	10.5	-	-	-	-	-	-	2.6	4.2	21.1	2.2	-	12.5	2.9	-	-
台湾	9.4	5.3	-	27.3	20.0	17.6	36.4	14.8	13.2	25.0	21.1	31.1	-	4.2	2.9	-	-
韓国	9.4	5.3	-	33.3	-	11.8	18.2	22.2	15.8	33.3	26.3	20.0	13.6	-	2.9	-	-
シンガポール	6.3	-	-	18.2	-	-	-	3.7	5.3	-	10.5	-	-	4.2	5.9	-	-
タイ	25.0	36.8	22.2	45.5	-	41.2	54.5	33.3	26.3	20.8	15.8	66.7	18.2	20.8	20.6	25.0	-
マレーシア	12.5	5.3	33.3	15.2	10.0	23.5	36.4	14.8	7.9	20.8	47.4	24.4	4.5	4.2	5.9	-	-
インドネシア	15.6	31.6	-	18.2	20.0	17.6	18.2	25.9	15.8	8.3	10.5	35.6	-	16.7	17.6	25.0	-
フィリピン	6.3	10.5	-	6.1	10.0	17.6	9.1	7.4	7.9	8.3	26.3	20.0	9.1	4.2	2.9	-	-
ベトナム	6.3	15.8	-	6.1	10.0	11.8	18.2	25.9	7.9	12.5	15.8	15.6	18.2	16.7	11.8	25.0	-
インド	-	5.3	-	6.1	-	-	-	7.4	10.5	8.3	-	24.4	9.1	4.2	-	-	-
米国	28.1	15.8	22.2	42.4	10.0	35.3	9.1	33.3	34.2	33.3	21.1	62.2	27.3	12.5	14.7	-	-
カナダ	6.3	-	11.1	-	-	11.8	9.1	-	5.3	-	-	8.9	-	4.2	2.9	-	-
メキシコ	3.1	-	-	6.1	10.0	-	-	7.4	2.6	12.5	10.5	20.0	-	-	-	-	-
ブラジル	3.1	15.8	-	15.2	10.0	-	-	7.4	10.5	4.2	5.3	20.0	4.5	4.2	-	-	-
西欧	18.8	5.3	11.1	24.2	10.0	11.8	9.1	18.5	31.6	25.0	15.8	26.7	18.2	25.0	5.9	-	-
中・東欧	-	-	-	-	10.0	-	9.1	7.4	10.5	8.3	5.3	22.2	4.5	-	5.9	-	-
ロシア・CIS	-	-	-	-	-	-	-	3.7	-	-	5.3	-	4.5	-	-	-	-
その他	3.1	5.3	-	-	-	5.9	-	-	-	-	-	2.2	-	4.2	8.8	-	100.0

5. 形態別分類

海外に生産拠点を所有している／していないをもとに、製造業のうち海外に生産拠点を所有している企業を「海外生産製造業」、海外に生産拠点を所有していない企業を「国内製造業」と分類すると、回答企業 729 社のうち、「海外生産製造業」が 45.3% (330 社)、「国内製造業」が 26.7% (195 社)となっている。

「国内製造業」に分類される企業であっても、37.4%は海外に生産機能以外の何らかの機能を所有している。大企業だけに限定すれば、「国内製造業」の6割強の企業が海外に拠点を所有している。

図表 19 形態別企業分類



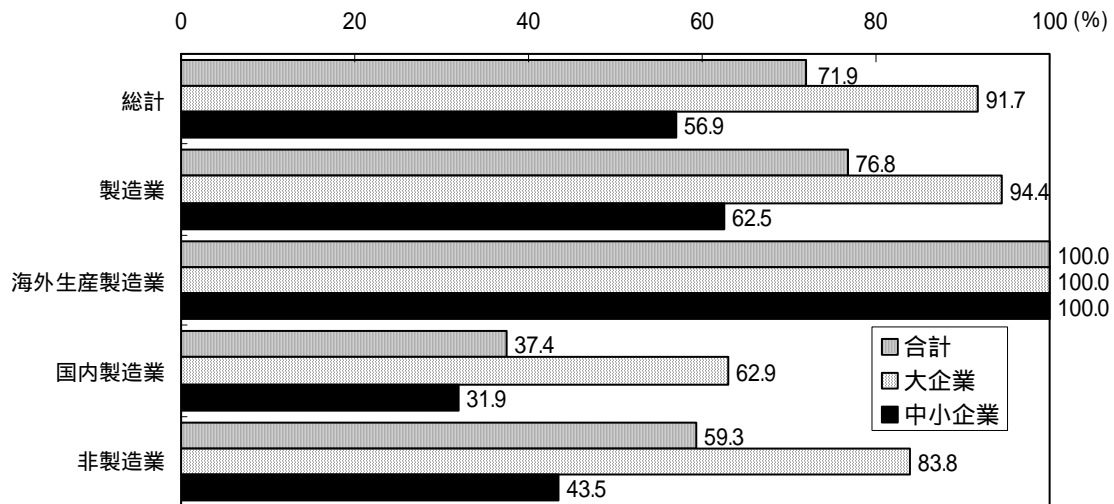
図表 20 形態別資本金規模

	社数	(%)						
		3千万円以下	3千万円超～5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超～10億円以下	10億円超	無回答
総計	729	17.0	10.2	14.1	11.4	12.5	34.4	0.4
製造業	525	13.3	9.3	15.6	9.9	11.4	40.2	0.2
海外生産製造業	330	8.8	6.1	11.2	7.6	10.9	55.5	-
国内製造業	195	21.0	14.9	23.1	13.8	12.3	14.4	0.5
非製造業	204	26.5	12.3	10.3	15.2	15.2	19.6	1.0

図表 21 形態別従業員規模

	社数	(%)						
		50人以下	51～100人	101～300人	301～1,000人	1,001～3,000人	3,001人以上	無回答
総計	729	21.9	10.4	22.8	24.7	9.3	10.4	0.4
製造業	525	15.0	7.8	24.0	28.2	11.0	13.5	0.4
海外生産製造業	330	8.5	4.2	18.8	32.4	15.2	20.9	-
国内製造業	195	26.2	13.8	32.8	21.0	4.1	1.0	1.0
非製造業	204	39.7	17.2	19.6	15.7	4.9	2.5	0.5

図表 22 海外拠点の所有比率(形態別)



[注]各形態の母数(N)は、図表 23 を参照

図表 23 海外拠点の所有件数(形態別)

	総数			大企業			中小企業		
	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし
総計	729	524	185	314	288	24	415	236	161
製造業	525	403	111	234	221	13	291	182	98
海外生産製造業	330	330	-	199	199	-	131	131	-
国内製造業	195	73	111	35	22	13	160	51	98
非製造業	204	121	74	80	67	11	124	54	63

図表 24 業種別形態分類

業種	社数	海外生産製造業 (%)	
		海外生産製造業 (%)	国内製造業 (%)
製造業計	525	62.9	37.1
飲食料品	49	65.3	34.7
繊維・織物 / アパレル	24	79.2	20.8
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	16	56.3	43.8
化学	46	71.7	28.3
医療品・化粧品	27	37.0	63.0
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	30	56.7	43.3
窯業・土石	17	64.7	35.3
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	45	60.0	40.0
一般機械	63	60.3	39.7
電気機械	39	61.5	38.5
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	25	76.0	24.0
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	56	80.4	19.6
精密機器	40	55.0	45.0
その他の製造業	48	50.0	50.0

海外・国内事業展開への取り組み

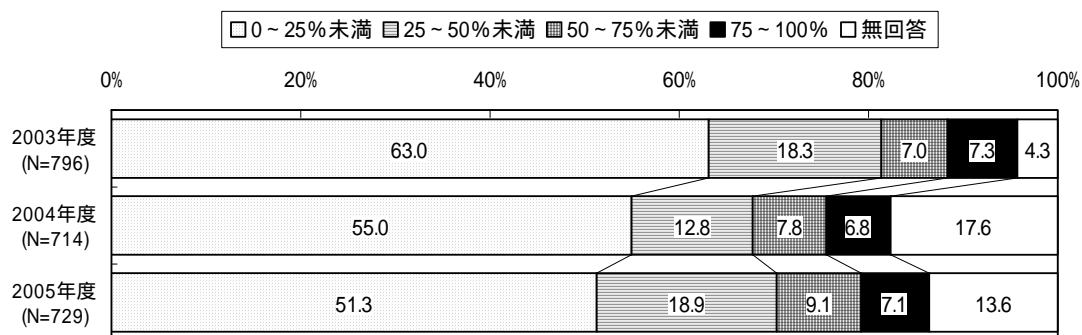
1. 事業展開に占める海外市場の割合とその見通し

(1) 売上高

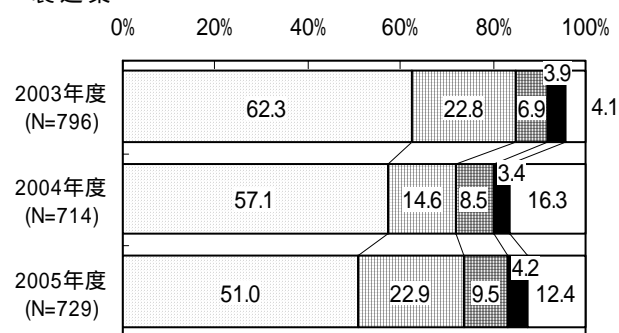
2005年度売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合について、「0～25%未満」と答えた企業が51.3%(374社)と最も多く、次いで「25～50%未満」が18.9%(138社)で、平均海外シェアは25.3%となっている。

2003、2004年度の実績と比較すると、無回答の比率が高く単純な比較ができないため、無回答を除いた表を作成した(＜参考＞を参照)。「全体」では売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合が「50%以上」と答えた企業が、年々増加している。

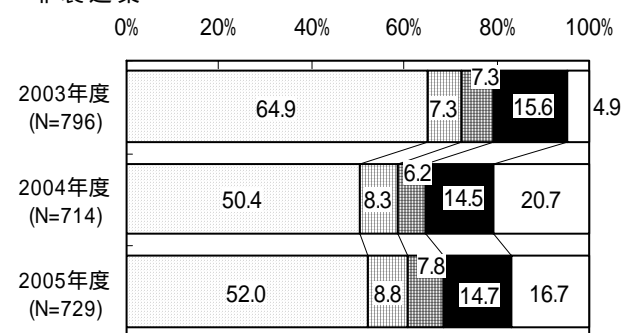
図表 1 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合(経年比較)



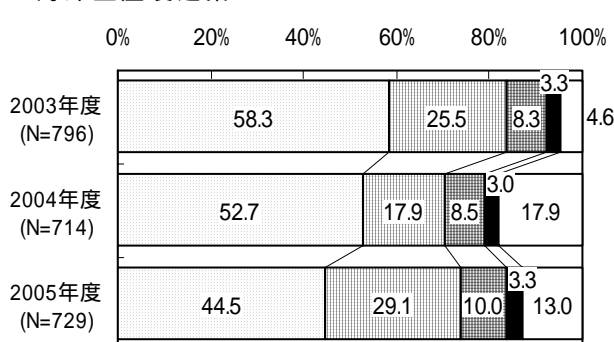
< 製造業 >



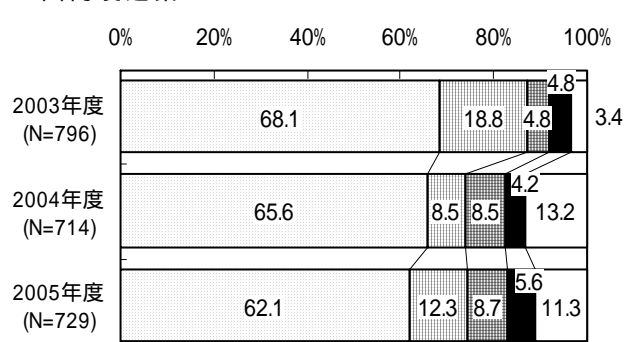
< 非製造業 >



< 海外生産製造業 >



< 国内製造業 >



<参考> 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合(無回答を除いた経年比較)

		(%)		
		0~25% 未満	25~50% 未満	50%以上
全体	2003年度	66	19	15
	2004年度	67	16	18
	2005年度	59	22	19
製造業	2003年度	65	24	11
	2004年度	68	17	14
	2005年度	58	26	16
非製造業	2003年度	68	8	24
	2004年度	64	10	26
	2005年度	51	33	15
海外生産製造業	2003年度	61	27	12
	2004年度	64	22	14
	2005年度	70	14	16
国内製造業	2003年度	70	19	10
	2004年度	76	10	15
	2005年度	62	11	27

業種別にみると、平均海外シェアが3割を超えて高いのは、「情報通信機械器具/電子部品・デバイス」、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」、「商社・卸売」となっている。

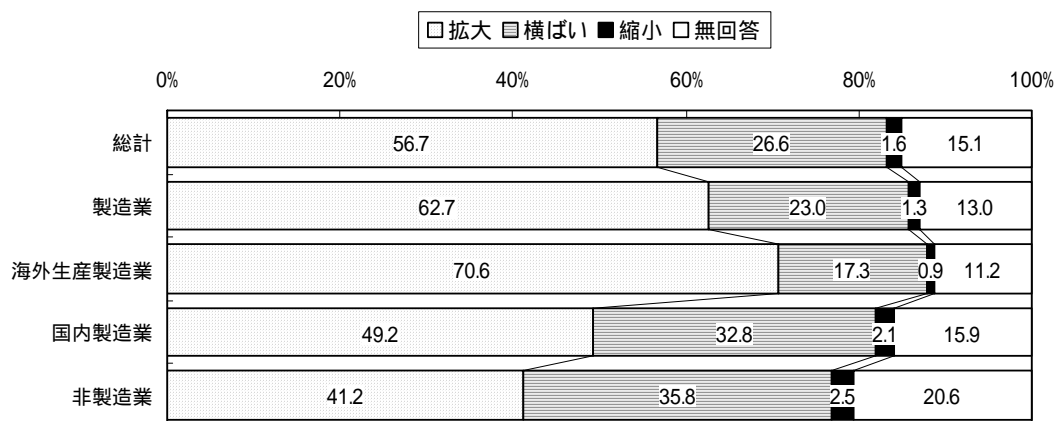
図表 2 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合(企業属性別)

	社数	2005年度売上高海外市場シェア					平均海外 シェア
		0~25% 未満	25~50% 未満	50~75% 未満	75~100%	無回答	
総計	729	51.3	18.9	9.1	7.1	13.6	25.3
大企業	314	50.0	26.1	9.6	2.2	12.1	23.4
中小企業	415	52.3	13.5	8.7	10.8	14.7	26.8
製造業	525	51.0	22.9	9.5	4.2	12.4	23.9
海外生産製造業	330	44.5	29.1	10.0	3.3	13.0	26.3
国内製造業	195	62.1	12.3	8.7	5.6	11.3	19.9
非製造業	204	52.0	8.8	7.8	14.7	16.7	29.0
飲食料品	49	75.5	4.1	-	-	20.4	7.3
繊維・織物/アパレル	24	45.8	29.2	4.2	8.3	12.5	25.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	56.3	6.3	6.3	-	31.3	9.9
化学	46	52.2	32.6	6.5	2.2	6.5	23.5
医薬品・化粧品	27	55.6	7.4	3.7	3.7	29.6	14.1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	63.3	10.0	13.3	-	13.3	20.4
窯業・土石	17	47.1	29.4	11.8	-	11.8	21.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	57.8	22.2	6.7	4.4	8.9	20.5
一般機械	63	42.9	34.9	11.1	4.8	6.3	28.7
電気機械	39	46.2	20.5	17.9	7.7	7.7	30.1
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	44.0	16.0	20.0	8.0	12.0	33.2
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	35.7	32.1	12.5	7.1	12.5	32.4
精密機器	40	45.8	27.1	6.3	6.3	14.6	26.1
その他の製造業	48	52.0	8.8	7.8	14.7	16.7	25.4
商社・卸売	180	50.0	9.4	8.3	15.0	17.2	30.3
小売	20	65.0	5.0	5.0	10.0	15.0	18.4
その他の非製造業	4	75.0	-	-	25.0	-	23.8

一方、今後(3年程度)の増減の見通しは、「拡大」が56.7%(413社)、「横ばい」が26.6%(194社)で、「縮小」は1.6%(12社)にとどまる。

「海外生産製造業」(70.6%)や「大企業」(65.9%)で今後の拡大を見通す企業が多い。

図表 3 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減見通し(形態別)



(注)各形態の母数(N)は、図表 4を参照

図表 4 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減見通し(企業属性別)

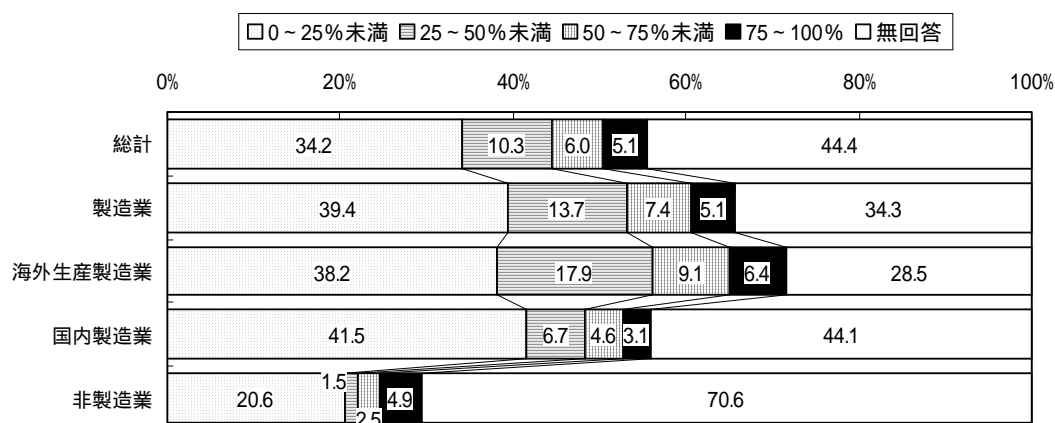
	社数	拡大 (%)	横ばい (%)	縮小 (%)	無回答 (%)
総計	729	56.7	26.6	1.6	15.1
大企業	314	65.9	20.4	1.6	12.1
中小企業	415	49.6	31.3	1.7	17.3
製造業	525	62.7	23.0	1.3	13.0
海外生産製造業	330	70.6	17.3	0.9	11.2
国内製造業	195	49.2	32.8	2.1	15.9
非製造業	204	41.2	35.8	2.5	20.6
飲食料品	49	69.4	14.3	-	16.3
繊維・織物/アパレル	24	62.5	20.8	-	16.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	56.3	31.3	-	12.5
化学	46	84.8	6.5	2.2	6.5
医療品・化粧品	27	44.4	33.3	-	22.2
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	70.0	20.0	3.3	6.7
窯業・土石	17	52.9	29.4	-	17.6
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	60.0	26.7	-	13.3
一般機械	63	68.3	22.2	-	9.5
電気機械	39	46.2	43.6	2.6	7.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	52.0	24.0	4.0	20.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	66.1	17.9	1.8	14.3
精密機器	40	60.0	35.0	-	5.0
その他の製造業	48	58.3	16.7	4.2	20.8
商社・卸売	180	42.8	33.9	2.2	21.1
小売	20	30.0	45.0	5.0	20.0
その他の非製造業	4	25.0	75.0	-	-

(2) 生産高

生産高(連結ベース)に占める海外市場の割合は、平均 24.0%となっている。

業種別にみると、平均海外シェアは「繊維・織物/アパレル」が 49.4%で特に高く、他に「窯業・土石」(38.6%)、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」(32.3%)、「情報通信機械器具/電子部品・デバイス」(31.7%)も高い。

図表 5 生産高(連結ベース)に占める海外市場の割合(形態別)



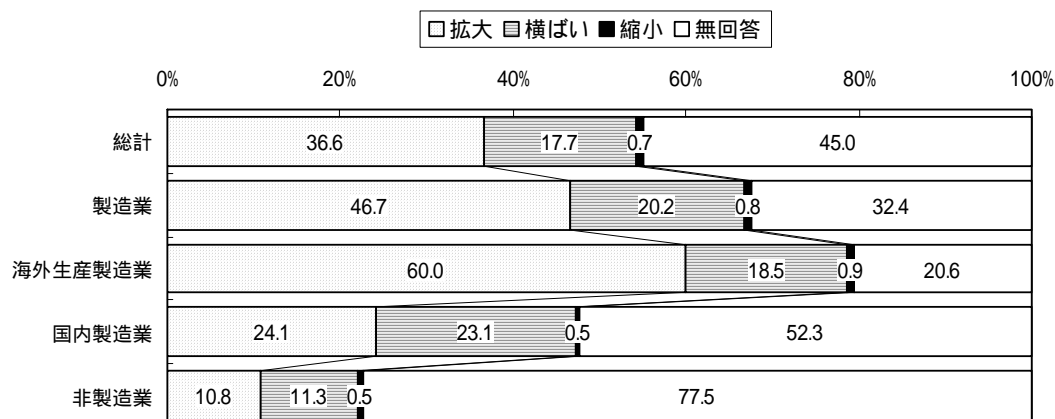
(注)各形態の母数(N)は、図表 6を参照

図表 6 生産高(連結ベース)に占める海外市場の割合(企業属性別)

	社数	2005年度売上高海外市場シェア					平均海外シェア
		0~25%未満	25~50%未満	50~75%未満	75~100%	無回答	
総計	729	34.2	10.3	6.0	5.1	44.4	24.0
大企業	314	31.8	14.6	6.7	5.1	41.7	26.9
中小企業	415	35.9	7.0	5.5	5.1	46.5	21.6
製造業	525	39.4	13.7	7.4	5.1	34.3	24.2
海外生産製造業	330	38.2	17.9	9.1	6.4	28.5	28.1
国内製造業	195	41.5	6.7	4.6	3.1	44.1	15.7
非製造業	204	20.6	1.5	2.5	4.9	70.6	22.8
飲食料品	49	40.8	6.1	-	-	53.1	8.0
繊維・織物/アパレル	24	20.8	16.7	16.7	25.0	20.8	49.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	37.5	6.3	-	6.3	50.0	19.1
化学	46	52.2	8.7	2.2	4.3	32.6	16.8
医薬品・化粧品	27	37.0	-	3.7	7.4	51.9	20.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	46.7	3.3	13.3	-	36.7	18.3
窯業・土石	17	11.8	29.4	29.4	-	29.4	38.6
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	42.2	15.6	4.4	6.7	31.1	23.1
一般機械	63	46.0	17.5	1.6	1.6	33.3	17.8
電気機械	39	48.7	7.7	15.4	-	28.2	21.5
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	32.0	20.0	16.0	4.0	28.0	31.7
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	28.6	21.4	8.9	7.1	33.9	32.3
精密機器	40	40.0	27.5	2.5	7.5	22.5	24.6
その他の製造業	48	39.6	10.4	10.4	8.3	31.3	26.8
商社・卸売	180	18.9	1.7	2.8	3.9	72.8	22.3
小売	20	30.0	-	-	15.0	55.0	30.6
その他の非製造業	4	50.0	-	-	-	50.0	0.0

今後(3年程度)の増減の見通しは、「拡大」が36.6%に対し、「縮小」が0.7%と低い。

図表 7 生産高(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減の見通し(形態別)



(注)各形態の母数(N)は、図表 8を参照

図表 8 生産高(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減見通し(企業属性別)

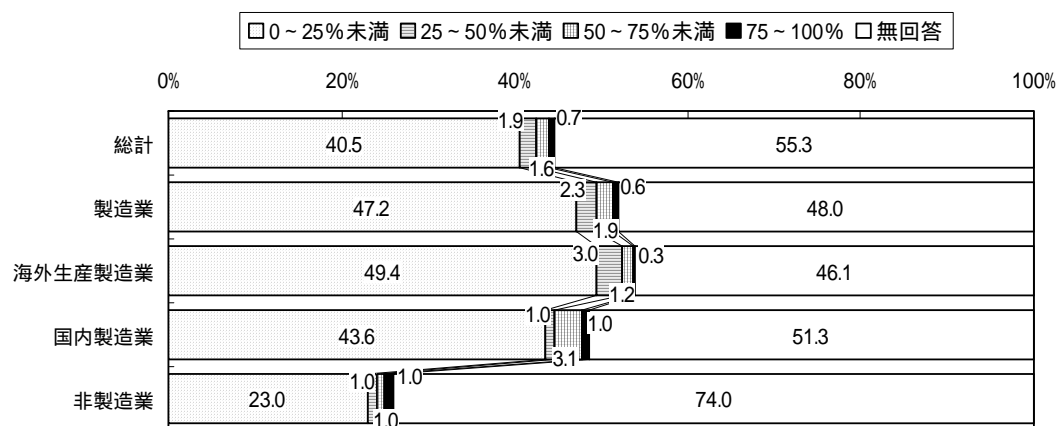
	社数	拡大 (%)	横ばい (%)	縮小 (%)	無回答 (%)
総計	729	36.6	17.7	0.7	45.0
大企業	314	47.1	15.9	0.3	36.6
中小企業	415	28.7	19.0	1.0	51.3
製造業	525	46.7	20.2	0.8	32.4
海外生産製造業	330	60.0	18.5	0.9	20.6
国内製造業	195	24.1	23.1	0.5	52.3
非製造業	204	10.8	11.3	0.5	77.5
飲食料品	49	44.9	6.1	-	49.0
繊維・織物/アパレル	24	62.5	20.8	-	16.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	37.5	18.8	-	43.8
化学	46	63.0	6.5	-	30.4
医療品・化粧品	27	33.3	29.6	-	37.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	56.7	16.7	-	26.7
窯業・土石	17	58.8	35.3	-	5.9
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	46.7	22.2	-	31.1
一般機械	63	52.4	17.5	1.6	28.6
電気機械	39	28.2	43.6	-	28.2
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	36.0	24.0	4.0	36.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	50.0	14.3	-	35.7
精密機器	40	42.5	27.5	-	30.0
その他の製造業	48	37.5	20.8	4.2	37.5
商社・卸売	180	9.4	9.4	0.6	80.6
小売	20	20.0	25.0	-	55.0
その他の非製造業	4	25.0	25.0	-	50.0

(3) 研究開発費

研究開発費(連結ベース)に占める海外市場の割合は、平均 6.8%となっている。

業種別には、「繊維・織物/アパレル」、「小売」、「石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品」の平均海外シェアが 10%台と、研究開発分野における海外シェアが高い。

図表 9 研究開発費(連結ベース)に占める海外市場の割合(形態別)



(注)各形態の母数(N)は、図表 10を参照

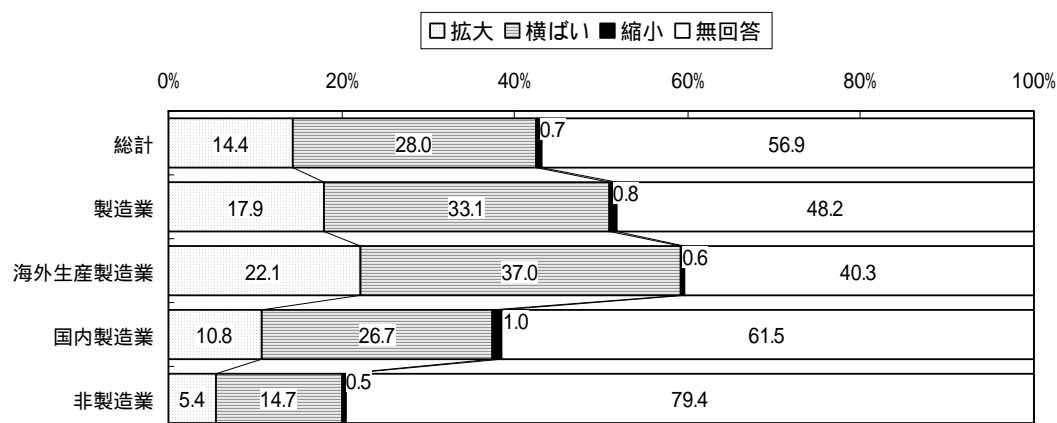
図表 10 研究開発費(連結ベース)に占める海外市場の割合(企業属性別)

	社数	2005年度売上高海外市場シェア (%)					平均海外シェア (%)
		0~25%未満	25~50%未満	50~75%未満	75~100%	無回答	
総計	729	40.5	1.9	1.6	0.7	55.3	6.8
大企業	314	40.8	1.9	0.6	0.3	56.4	5.0
中小企業	415	40.2	1.9	2.4	1.0	54.5	8.1
製造業	525	47.2	2.3	1.9	0.6	48.0	6.6
海外生産製造業	330	49.4	3.0	1.2	0.3	46.1	6.4
国内製造業	195	43.6	1.0	3.1	1.0	51.3	6.9
非製造業	204	23.0	1.0	1.0	1.0	74.0	7.9
飲食料品	49	30.6	2.0	-	-	67.3	4.3
繊維・織物/アパレル	24	50.0	-	4.2	4.2	41.7	15.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	37.5	-	6.3	-	56.3	8.6
化学	46	52.2	2.2	2.2	-	43.5	7.0
医療品・化粧品	27	37.0	-	3.7	-	59.3	7.5
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	36.7	6.7	-	3.3	53.3	11.5
窯業・土石	17	52.9	-	-	-	47.1	2.9
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	53.3	2.2	2.2	2.2	40.0	9.7
一般機械	63	49.2	-	1.6	-	49.2	3.8
電気機械	39	59.0	-	-	-	41.0	2.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	40.0	8.0	-	-	52.0	5.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	53.6	1.8	-	-	44.6	3.7
精密機器	40	52.5	2.5	5.0	-	40.0	6.6
その他の製造業	48	45.8	6.3	4.2	-	43.8	8.7
商社・卸売	180	20.6	1.1	1.1	0.6	76.7	7.3
小売	20	40.0	-	-	5.0	55.0	12.1
その他の非製造業	4	50.0	-	-	-	50.0	0.0

今後(3年程度)の増減の見通しは、「横ばい」が28.0%(204社)で最も比率が高く、「拡大」が14.4%(105社)、「縮小」が0.7%(5社)となっている。

業種別にみると、大半の業種では「横ばい」が最も多くなっているが、「繊維・織物/アパレル」、「飲食料品」は「拡大」が「横ばい」を上回り、海外研究開発投資の拡大姿勢がうかがえる。

図表 11 研究開発費(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減見通し(形態別)



[注] 各形態の母数(N)は、図表 12を参照

図表 12 研究開発費(連結ベース)に占める海外市場の割合の見通し(企業属性別)

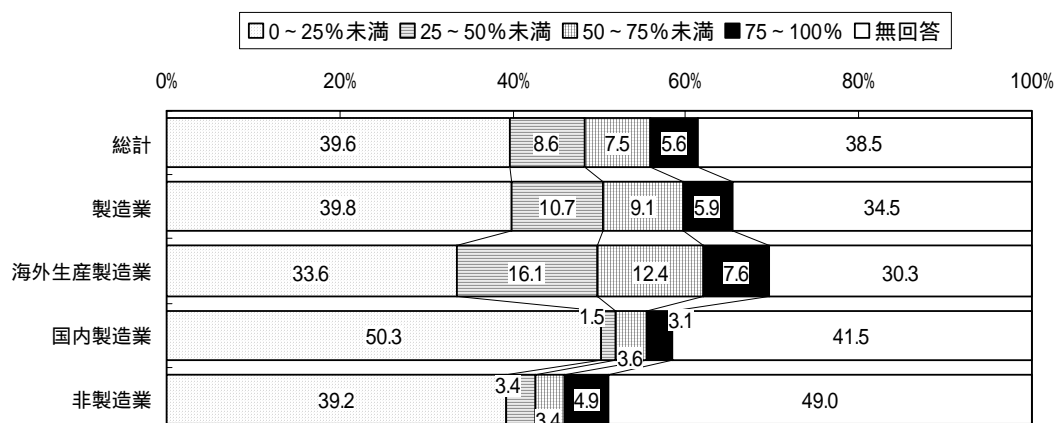
	社数	拡大 (%)	横ばい (%)	縮小 (%)	無回答 (%)
総計	729	14.4	28.0	0.7	56.9
大企業	314	15.6	32.5	0.3	51.6
中小企業	415	13.5	24.6	1.0	61.0
製造業	525	17.9	33.1	0.8	48.2
海外生産製造業	330	22.1	37.0	0.6	40.3
国内製造業	195	10.8	26.7	1.0	61.5
非製造業	204	5.4	14.7	0.5	79.4
飲食料品	49	20.4	18.4	-	61.2
繊維・織物/アパレル	24	33.3	25.0	-	41.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	6.3	31.3	-	62.5
化学	46	19.6	30.4	-	50.0
医療品・化粧品	27	22.2	29.6	3.7	44.4
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	20.0	36.7	-	43.3
窯業・土石	17	23.5	35.3	-	41.2
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	17.8	37.8	-	44.4
一般機械	63	11.1	34.9	1.6	52.4
電気機械	39	17.9	46.2	-	35.9
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	8.0	32.0	4.0	56.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	14.3	39.3	-	46.4
精密機器	40	22.5	37.5	-	40.0
その他の製造業	48	18.8	27.1	2.1	52.1
商社・卸売	180	3.9	12.8	0.6	82.8
小売	20	15.0	30.0	-	55.0
その他の非製造業	4	25.0	25.0	-	50.0

(4) 従業員数

従業員数の海外比率は、平均 23.7%である。

企業属性別にみると、「海外生産製造業」、「情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス」、「繊維・織物 / アパレル」、「自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器」は平均海外シェアが3割以上と高い。

図表 13 従業員数(連結ベース)に占める海外市場の割合(形態別)



(注) 各形態の母数(N)は、図表 14を参照

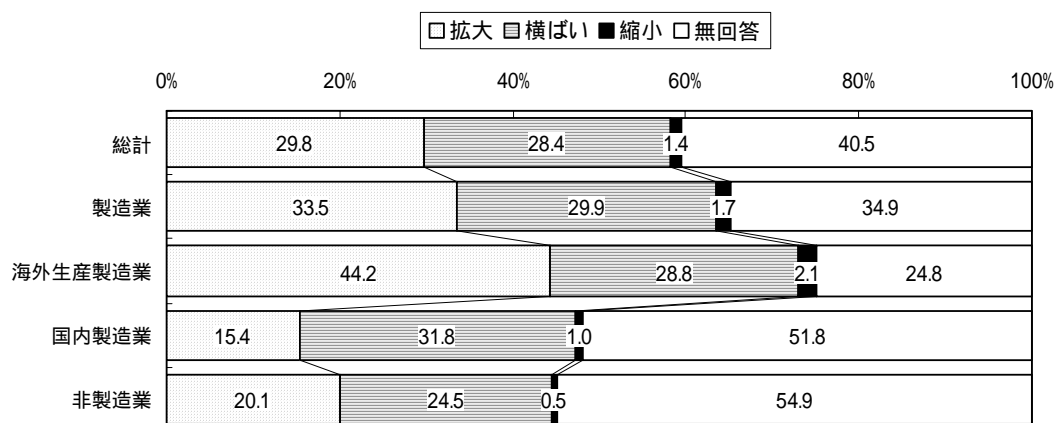
図表 14 従業員数(連結ベース)に占める海外市場の割合(企業属性別)

	社数	2005年度売上高海外市場シェア					平均海外シェア (%)
		0~25%未満	25~50%未満	50~75%未満	75~100%	無回答	
総計	729	39.6	8.6	7.5	5.6	38.5	23.7
大企業	314	36.6	12.4	11.8	4.8	34.4	28.0
中小企業	415	41.9	5.8	4.3	6.3	41.7	20.1
製造業	525	39.8	10.7	9.1	5.9	34.5	25.5
海外生産製造業	330	33.6	16.1	12.4	7.6	30.3	32.5
国内製造業	195	50.3	1.5	3.6	3.1	41.5	11.3
非製造業	204	39.2	3.4	3.4	4.9	49.0	17.9
飲食料品	49	30.6	4.1	2.0	4.1	59.2	16.8
繊維・織物 / アパレル	24	29.2	16.7	16.7	16.7	20.8	40.8
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	16	37.5	-	6.3	-	56.3	11.7
化学	46	50.0	13.0	6.5	2.2	28.3	19.4
医薬品・化粧品	27	33.3	3.7	3.7	3.7	55.6	17.3
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	30	46.7	6.7	10.0	3.3	33.3	18.6
窯業・土石	17	35.3	11.8	17.6	-	35.3	23.6
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	45	46.7	13.3	2.2	4.4	33.3	20.3
一般機械	63	38.1	17.5	7.9	1.6	34.9	20.2
電気機械	39	43.6	15.4	10.3	5.1	25.6	27.1
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	25	24.0	8.0	20.0	16.0	32.0	46.2
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	56	35.7	10.7	17.9	8.9	26.8	35.9
精密機器	40	50.0	5.0	12.5	10.0	22.5	27.8
その他の製造業	48	43.8	12.5	4.2	8.3	31.3	22.8
商社・卸売	180	37.2	3.9	3.3	5.6	50.0	19.7
小売	20	55.0	-	5.0	-	40.0	7.9
その他の非製造業	4	50.0	-	-	-	50.0	0.0

今後(3年程度)の増減の見通しは、「拡大」が29.8%(217社)、「横ばい」が28.4%(207社)でほぼ同じ比率となっている。

企業属性別にみると、「大企業」、「海外生産製造業」、「化学」、「石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品」、「繊維・織物/アパレル」、「窯業・土石」などでは拡大志向が強い。

図表 15 従業員数(連結ベース)に占める海外市場の割合の見通し(形態別)



〔注〕各形態の母数(N)は、図表 16を参照

図表 16 従業員数(連結ベース)に占める海外市場の割合の増減見通し(企業属性別)

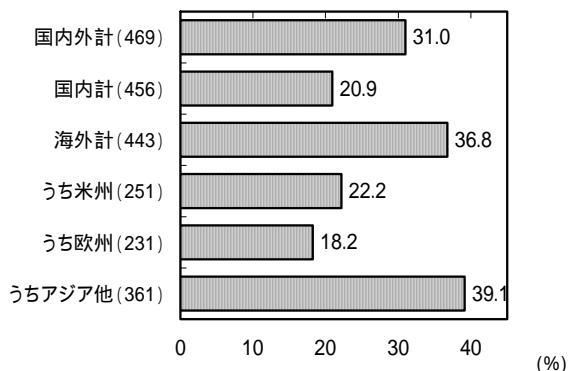
	社数	拡大	横ばい	縮小	無回答
総計	729	29.8	28.4	1.4	40.5
大企業	314	38.2	29.9	1.3	30.6
中小企業	415	23.4	27.2	1.4	48.0
製造業	525	33.5	29.9	1.7	34.9
海外生産製造業	330	44.2	28.8	2.1	24.8
国内製造業	195	15.4	31.8	1.0	51.8
非製造業	204	20.1	24.5	0.5	54.9
飲料品	49	26.5	18.4	2.0	53.1
繊維・織物/アパレル	24	41.7	37.5	-	20.8
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	6.3	25.0	6.3	62.5
化学	46	50.0	19.6	-	30.4
医療品・化粧品	27	22.2	37.0	3.7	37.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	50.0	30.0	-	20.0
窯業・土石	17	41.2	23.5	-	35.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	28.9	35.6	-	35.6
一般機械	63	31.7	31.7	3.2	33.3
電気機械	39	35.9	35.9	-	28.2
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	24.0	28.0	4.0	44.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	39.3	30.4	-	30.4
精密機器	40	32.5	42.5	-	25.0
その他の製造業	48	27.1	25.0	6.3	41.7
商社・卸売	180	19.4	24.4	0.6	55.6
小売	20	25.0	25.0	-	50.0
その他の非製造業	4	25.0	25.0	-	50.0

2. 2010年度と2005年度の売上高と営業利益の比較

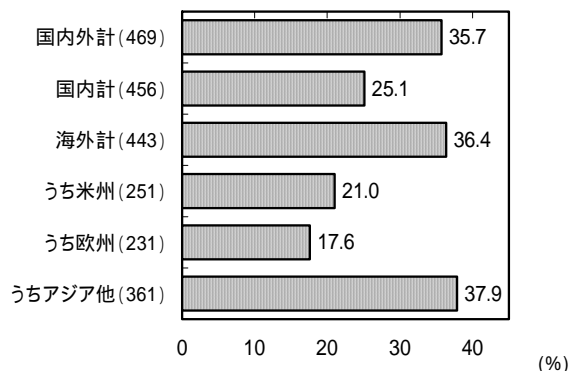
2010年度の国内および海外における売上高・営業利益の伸びは、2005年度と比較して、国内では2割程度と見込まれるのに対し、海外は3割超の伸びが見込まれており、回答企業の海外市場への期待度が高い。

特に、アジア（大洋州・その他地域を含む）における売上・利益は4割近い伸びが見込まれており、米州・欧州の2割程度を大きく上回っている。

図表 17 2010年度と2005年度の売上高の比較



図表 18 2010年度と2005年度の営業利益の比較



〔注〕カッコ内は回答者数、数値は回答のあった伸び率の平均値

図表 19 2010年度と2005年度の売上高の比較

	縮小		不変	拡大						平均	中央値
	0%未満	0%		拡大計	0%超～10%未満	10～20%未満	20～30%未満	30～50%未満	50～100%未満		
国内外計	2.3	4.0	58.0	11.1	15.9	12.2	8.2	4.0	6.6	31.0	15.0
国内計	7.4	8.0	47.2	12.8	15.0	8.6	3.7	2.5	4.7	20.9	10.0
海外計	1.5	7.5	51.7	8.4	14.4	8.0	7.1	7.3	6.6	36.8	15.0
米州	1.4	8.0	25.1	8.4	7.5	2.5	3.3	1.4	2.1	22.2	6.0
欧州	1.9	8.9	20.9	8.0	5.3	2.6	1.6	1.5	1.8	18.2	5.0
アジア他	1.1	3.4	45.0	10.2	10.8	7.8	5.8	4.3	6.2	39.1	15.0

図表 20 2010年度と2005年度の営業利益の比較

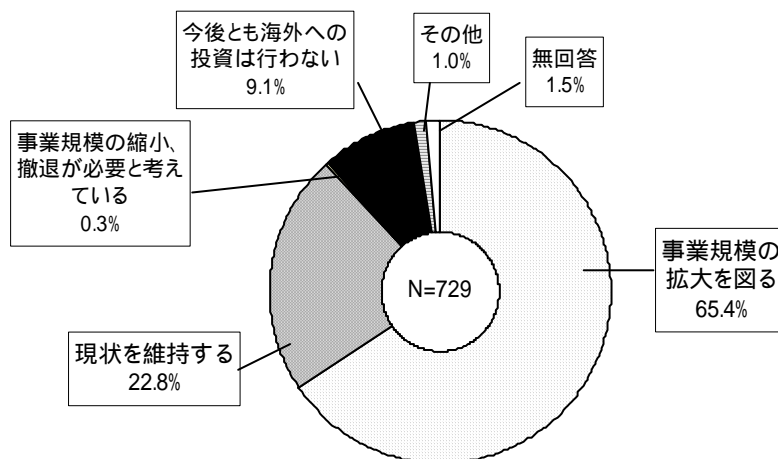
	縮小		不変	拡大						平均	中央値
	0%未満	0%		拡大計	0%超～10%未満	10～20%未満	20～30%未満	30～50%未満	50～100%未満		
国内外計	2.9	3.4	48.4	11.4	13.6	6.7	5.2	4.9	6.6	35.7	15.0
国内計	5.9	6.9	39.0	13.7	10.3	4.4	2.5	3.4	4.7	25.1	7.0
海外計	2.5	7.4	40.2	9.2	11.8	5.2	4.7	3.7	5.6	36.4	10.0
米州	1.9	7.4	18.2	6.9	5.2	2.1	0.8	1.9	1.4	21.0	5.0
欧州	1.5	8.8	14.3	6.3	3.7	1.1	0.7	1.2	1.2	17.6	5.0
アジア他	1.9	3.3	34.3	8.9	9.6	5.2	3.7	2.5	4.4	37.9	10.0

3. 海外での今後の事業展開

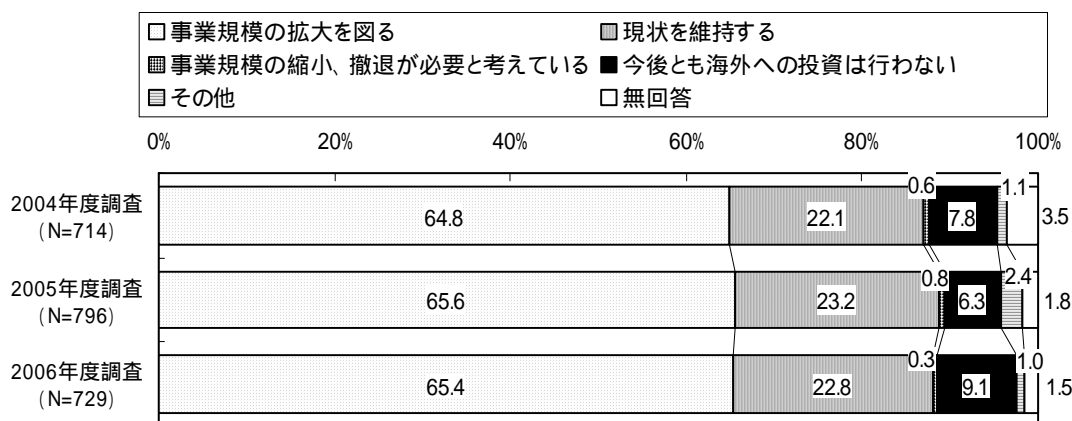
海外における今後(3年程度)の事業展開(新規投資、既存拠点の拡充)について、回答企業729社のうち、65.4%(477社)の企業が「事業規模の拡大を図る」と回答し、2005年度調査(65.6%)に続き、高水準を維持している。「現状を維持する」が22.8%(166社)、「今後とも海外への投資は行わない」が9.1%(66社)等となっている。

2004、2005年度調査と比較すると、ほとんど変化がなく、企業の海外拡大意欲が高い。

図表 21 海外での今後(3年程度)の事業展開(全体)



図表 22 海外での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)

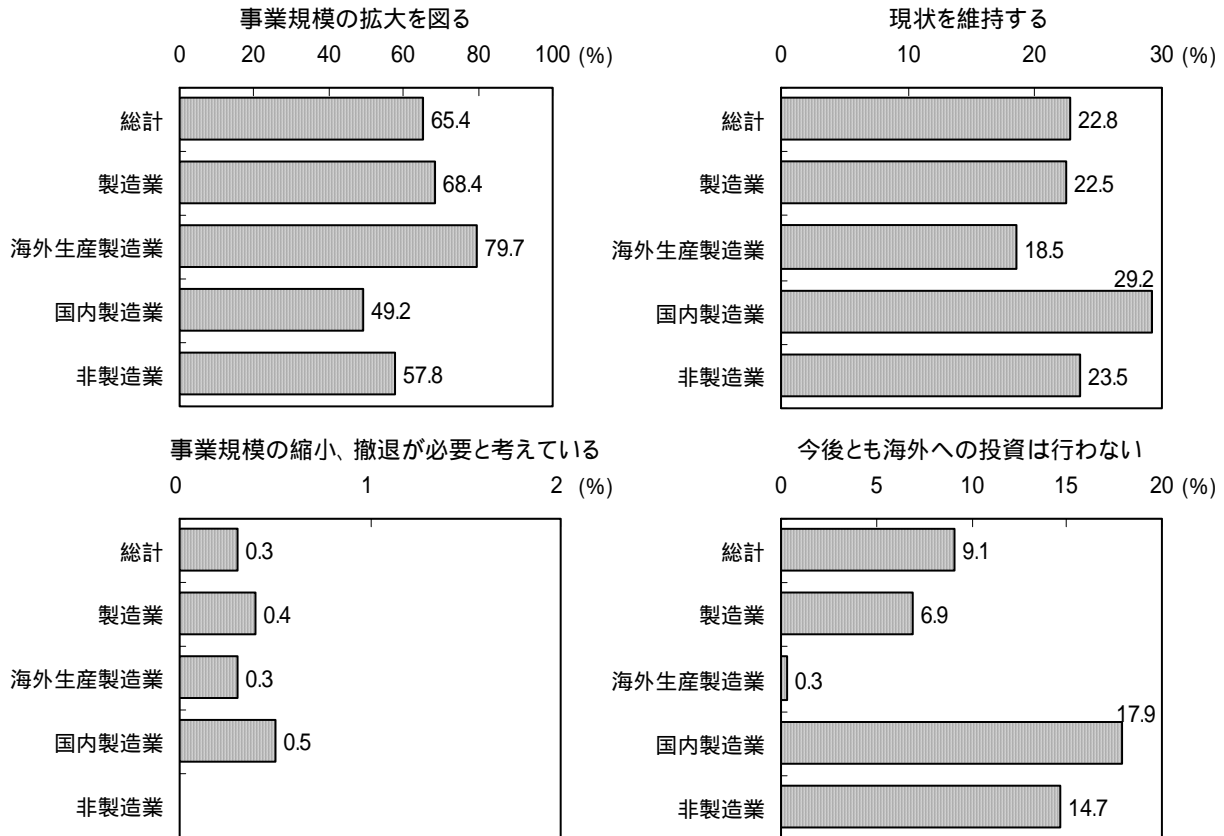


規模別にみると、「事業規模の拡大を図る」は「大企業」(75.5%)が「中小企業」(57.8%)より17.7ポイント高くなっているが、「現状を維持する」は「中小企業」(25.5%)が「大企業」(19.1%)より6.4ポイント高い。大企業がより海外事業展開に積極的であることがうかがえる。

形態別にみると、「事業規模の拡大を図る」との回答は、「海外生産製造業」が79.7%、「非製造業」が57.8%、「国内製造業」が49.2%となっている。

業種別にみると、「化学」、「飲食料品」、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」で、特に海外での事業拡大意欲が強い。

図表 23 海外での今後(3年程度)の事業展開(形態別)



(注) 各形態の母数(N)は、図表 24を参照

図表 24 海外での今後(3年程度)の事業展開(企業属性別)

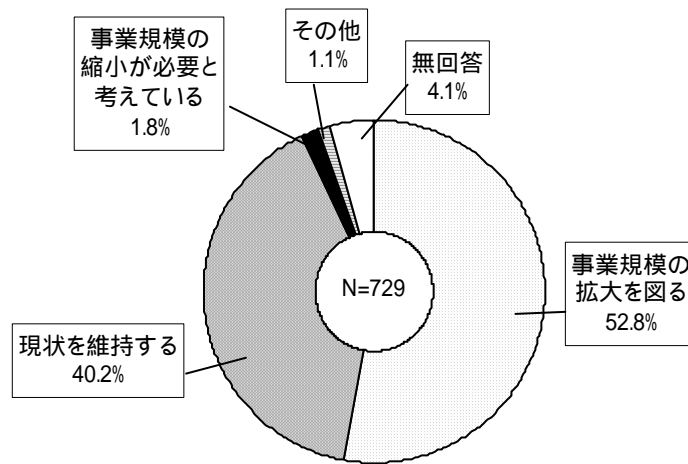
	社数	事業規模の拡大を図る	現状を維持する	事業規模の縮小、撤退が必要と考えている	今後とも海外への投資は行わない	その他
総計	729	65.4	22.8	0.3	9.1	1.0
大企業	314	75.5	19.1	0.3	3.5	0.6
中小企業	415	57.8	25.5	0.2	13.3	1.2
製造業	525	68.4	22.5	0.4	6.9	1.1
海外生産製造業	330	79.7	18.5	0.3	0.3	0.6
国内製造業	195	49.2	29.2	0.5	17.9	2.1
非製造業	204	57.8	23.5	-	14.7	0.5
飲食料品	49	73.5	16.3	2.0	8.2	-
繊維・織物 / アパレル	24	66.7	29.2	-	4.2	-
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	16	68.8	18.8	-	12.5	-
化学	46	87.0	6.5	-	6.5	-
医療品・化粧品	27	63.0	14.8	-	18.5	-
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	30	70.0	26.7	-	-	3.3
窯業・土石	17	64.7	29.4	-	5.9	-
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	45	62.2	24.4	-	11.1	2.2
一般機械	63	66.7	27.0	-	4.8	1.6
電気機械	39	64.1	23.1	2.6	7.7	-
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	25	60.0	36.0	-	-	4.0
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	56	71.4	21.4	-	7.1	-
精密機器	40	62.5	27.5	-	5.0	5.0
その他の製造業	48	66.7	22.9	-	6.3	-
商社・卸売	180	58.3	25.6	-	13.3	0.6
小売	20	50.0	10.0	-	25.0	-
その他の非製造業	4	75.0	-	-	25.0	-

4 . 日本国内での今後の事業展開

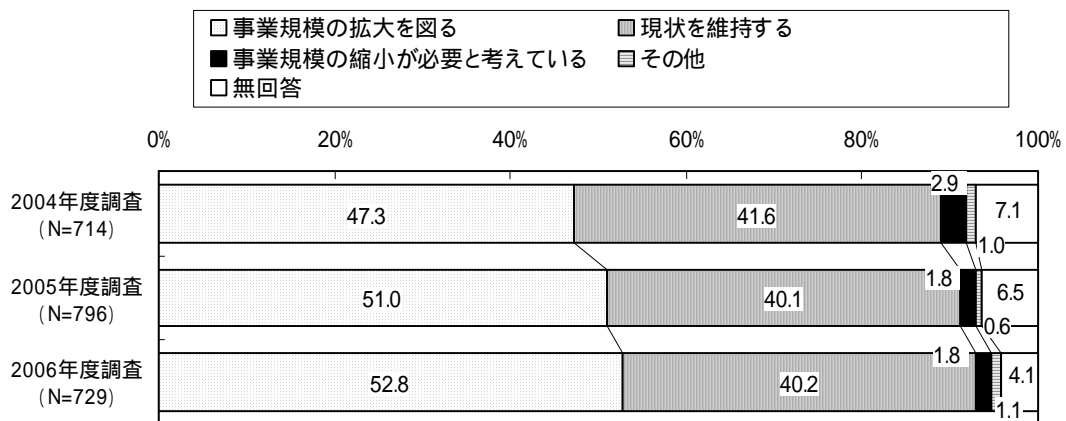
日本国内における今後(3年程度)の事業展開(新規投資や既存拠点の拡充)について、回答企業729社のうち、「事業規模の拡大を図る」企業が52.8%(385社)と最も多く、次いで「現状を維持する」が40.2%(293社)となっている。

2004、2005年度調査と比較すると、景気回復などを反映し、「事業規模の拡大を図る」企業が、前年より1.8ポイント増加し、2年連続で増加している。

図表 25 国内での今後(3年程度)の事業展開(全体)



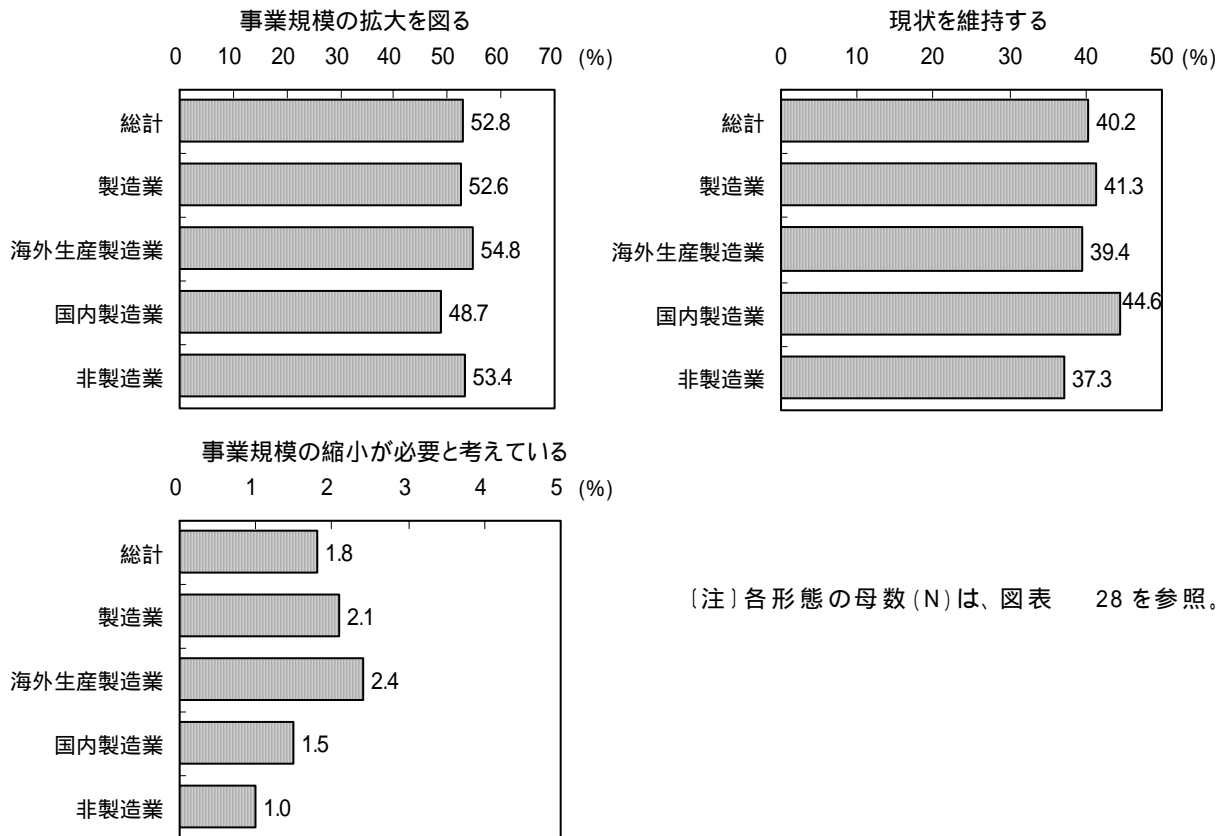
図表 26 国内での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)



形態別にみると、「国内製造業」は「現状を維持する」比率がやや高いほかは、大きな差はみられない。

業種別にみると、「木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ」、「精密機器」、「小売」で、「事業規模の拡大を図る」が特に多い。

図表 27 国内での今後(3年程度)の事業展開(形態別)



[注] 各形態の母数(N)は、図表 28 を参照。

図表 28 国内での今後(3年程度)の事業展開(企業属性別)

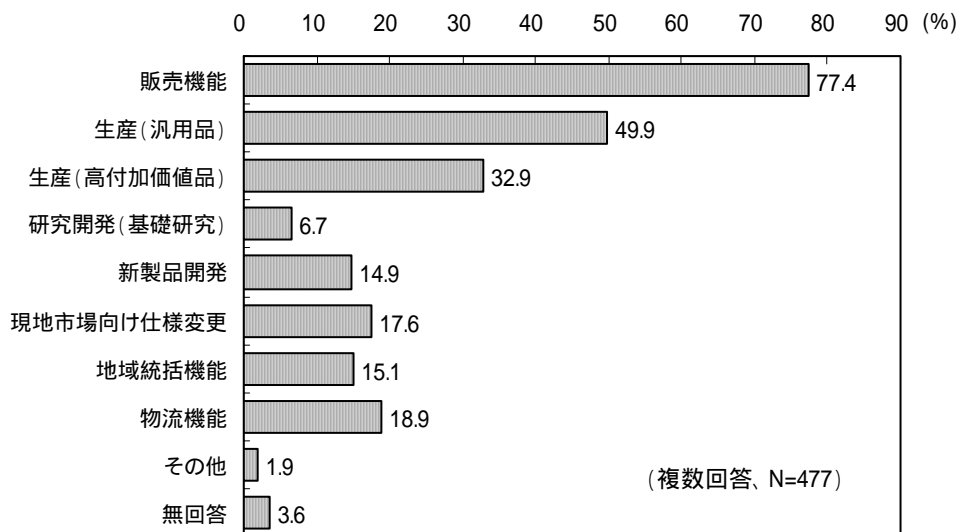
	社数	事業規模の拡大を図る (%)	現状を維持する (%)	事業規模の縮小が必要と考えている (%)	その他 (%)
総計	729	52.8	40.2	1.8	1.1
大企業	314	55.4	38.9	1.0	0.3
中小企業	415	50.8	41.2	2.4	1.7
製造業	525	52.6	41.3	2.1	0.6
海外生産製造業	330	54.8	39.4	2.4	0.3
国内製造業	195	48.7	44.6	1.5	1.0
非製造業	204	53.4	37.3	1.0	2.5
飲食料品	49	59.2	32.7	-	-
繊維・織物 / アパレル	24	50.0	29.2	16.7	-
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	16	75.0	25.0	-	-
化学	46	58.7	39.1	-	-
医療品・化粧品	27	55.6	29.6	-	-
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	30	53.3	36.7	6.7	-
窯業・土石	17	47.1	47.1	5.9	-
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	45	57.8	33.3	2.2	4.4
一般機械	63	38.1	60.3	1.6	-
電気機械	39	51.3	46.2	-	-
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	25	44.0	56.0	-	-
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	56	46.4	48.2	1.8	-
精密機器	40	65.0	30.0	2.5	2.5
その他の製造業	48	50.0	43.8	-	-
商社・卸売	180	52.2	37.8	1.1	2.8
小売	20	60.0	35.0	-	-
その他の非製造業	4	75.0	25.0	-	-

5. 海外で拡大する機能とその国・地域

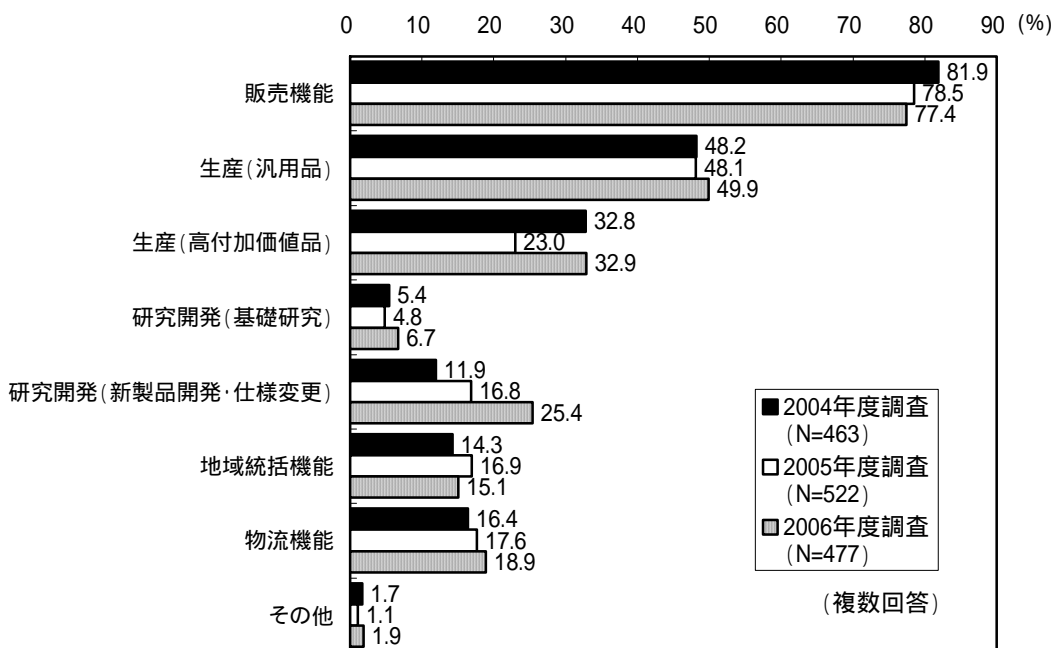
海外で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業 477 社に具体的にどのような機能を拡大しようとしているか尋ねたところ、「販売機能」が 77.4% (369 社) で最も比率が高く、次いで「生産 (汎用品)」が 49.9% (238 社) となっている。

2004、2005 年度調査と比較すると、「販売機能」は年々減少する一方、「研究開発 (新製品開発・仕様変更)」は増加している。

図表 29 海外で拡大する機能 (全体)



図表 30 海外で拡大する機能 (時系列比較)



(注) 「研究開発 (新製品開発・仕様変更)」の 2006・2005 年度調査は、「研究開発 (新製品開発)」または「研究開発 (現地市場向け仕様変更)」の合計。2004 年度は「研究開発 (新製品・デザイン)」。

図表 31 海外で拡大する機能(企業属性別)

(複数回答、%)

	社数	販売機能	生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(基礎研究)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)	地域統括機能	物流機能	その他
総計	477	77.4	49.9	32.9	6.7	14.9	17.6	15.1	18.9	1.9
大企業	237	80.6	57.0	36.7	6.8	16.9	19.4	21.1	21.5	2.5
中小企業	240	74.2	42.9	29.2	6.7	12.9	15.8	9.2	16.3	1.3
製造業	359	75.8	59.3	36.5	7.2	16.4	21.4	17.0	18.1	1.4
海外生産製造業	263	73.0	69.6	43.7	8.4	19.4	25.5	19.0	19.8	1.1
国内製造業	96	83.3	31.3	16.7	4.2	8.3	10.4	11.5	13.5	2.1
非製造業	118	82.2	21.2	22.0	5.1	10.2	5.9	9.3	21.2	3.4
飲食料品	36	83.3	52.8	33.3	8.3	30.6	27.8	13.9	13.9	-
繊維・織物/アパレル	16	87.5	68.8	75.0	18.8	25.0	25.0	12.5	31.3	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	11	72.7	36.4	27.3	9.1	18.2	9.1	-	18.2	-
化学	40	75.0	47.5	40.0	12.5	20.0	32.5	15.0	22.5	-
医薬品・化粧品	17	70.6	47.1	29.4	5.9	35.3	5.9	23.5	17.6	5.9
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	21	81.0	66.7	38.1	-	4.8	4.8	4.8	9.5	4.8
窯業・土石	11	90.9	54.5	36.4	9.1	9.1	9.1	18.2	9.1	9.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	28	57.1	75.0	28.6	7.1	17.9	10.7	10.7	17.9	3.6
一般機械	42	95.2	61.9	35.7	-	9.5	26.2	23.8	14.3	2.4
電気機械	25	80.0	64.0	36.0	12.0	16.0	24.0	20.0	24.0	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	15	66.7	73.3	46.7	-	6.7	13.3	6.7	33.3	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	40	50.0	70.0	40.0	2.5	5.0	17.5	27.5	10.0	-
精密機器	25	76.0	56.0	32.0	20.0	16.0	32.0	16.0	12.0	-
その他の製造業	32	81.3	50.0	25.0	3.1	18.8	28.1	21.9	28.1	-
商社・卸売	105	82.9	19.0	22.9	4.8	9.5	3.8	10.5	21.9	2.9
小売	10	80.0	50.0	10.0	10.0	10.0	10.0	-	20.0	10.0
その他の非製造業	3	66.7	-	33.3	-	33.3	66.7	-	-	-

今後、海外で事業を拡大すると回答した企業 477 社にそれぞれの機能の展開対象とされる国・地域を尋ねたところ、「販売機能」「生産(汎用品)」など、いずれの機能においても中国への関心が最も高い。「販売機能」「研究開発(新製品開発)」は中国、米国、西欧、「生産(汎用品)」は中国、タイ、ベトナム、「生産(高付加価値品)」は中国、タイ、米国、「研究開発(基礎研究)」は中国、西欧、タイ、米国、「研究開発(現地市場向け仕様変更)」は中国、米国、タイ、「地域統括機能」「物流機能」は中国、西欧、米国となっている。

2005 年度調査と比較すると、ベトナム、インドで販売、生産機能両面で、ブラジル、ロシア・CIS でも販売が上昇しており、新興市場国への事業マインドの拡大がみられる。また、米国で生産(汎用品)が 3.2 ポイント増、西欧で販売機能が 2.9 ポイント増、生産(高付加価値品)が 2.6 ポイント増で、拡大意欲が 2005 年度と比べて拡大している。

図表 32 海外で拡大する機能・地域

(複数回答、%)

	販売機能	生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(基礎研究)	研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)	地域統括機能	物流機能	その他
中国	56.4	33.5	20.5	3.1	14.7	7.3	11.7	7.5	11.3	0.8
香港	8.0	0.8	0.8	-	1.5	0.4	1.0	0.6	1.9	-
台湾	11.1	2.9	1.7	0.4	2.1	0.8	1.9	0.6	1.0	0.4
韓国	14.0	3.6	2.9	0.8	2.3	1.5	1.9	0.8	1.5	0.6
シンガポール	6.7	0.6	0.6	-	1.3	0.6	0.8	2.5	1.9	-
タイ	18.0	11.5	6.5	1.3	5.7	2.7	3.4	1.5	2.7	0.2
マレーシア	7.1	3.4	1.7	0.2	2.1	1.0	1.3	0.2	1.0	-
インドネシア	5.9	3.8	1.7	-	1.0	0.4	0.8	-	0.4	-
フィリピン	2.5	2.1	0.2	-	1.0	-	1.0	0.2	1.0	-
ベトナム	10.7	8.4	2.7	0.4	1.7	0.8	0.8	0.2	1.7	0.2
インド	15.5	5.7	1.7	0.4	2.3	0.8	1.7	0.6	0.6	0.4
米国	27.7	7.8	6.3	1.3	7.1	4.8	4.0	3.8	3.4	0.2
カナダ	1.3	0.4	0.8	0.2	0.8	0.4	0.4	0.2	0.2	-
メキシコ	2.1	1.0	0.2	-	0.4	0.2	0.4	-	0.2	0.2
ブラジル	6.1	1.3	0.8	-	1.0	0.2	0.8	0.2	-	-
西欧	19.9	4.0	5.7	1.5	4.4	3.1	2.7	4.6	3.6	0.2
中・東欧	8.0	2.9	1.7	-	0.6	-	0.6	-	0.4	-
ロシア・CIS	10.7	0.8	0.4	0.2	0.6	0.2	0.4	0.2	-	0.2
その他	4.8	1.3	0.6	-	1.3	1.0	0.8	0.2	-	-

[注] 今後海外で事業を拡大すると回答した企業 477 社が母数(N)。

図表 33 海外で拡大する機能・地域

(複数回答、%)

順位	販売機能			生産(汎用品)			生産(高付加価値品)		
	国名	06年実績	増減	国名	06年実績	増減	国名	06年実績	増減
1	中国	56.4	1.8	中国	33.5	3.1	中国	20.5	5.2
2	米国	27.7	1.8	タイ	11.5	2.7	タイ	6.5	0.4
3	西欧	19.9	2.9	ベトナム	8.4	3.2	米国	6.3	1.5
4	タイ	18.0	0.6	米国	7.8	3.2	西欧	5.7	2.6
5	インド	15.5	2.3	インド	5.7	3.4	韓国	2.9	1.8

[注] 増減は2005年度調査と比較、今後海外で事業を拡大すると回答した企業が母数(N)。2006年度調査の(N)は477、2005年度の(N)は522。

図表 34 海外で拡大する機能と国・地域(2005年度からの増減)

(複数回答、%ポイント)

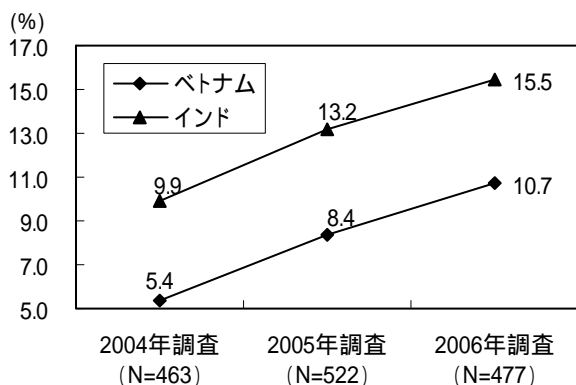
	販売機能	生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(基礎研究)	研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)	地域統括機能	物流機能	その他
中国	1.8	3.1	5.2	1.0	2.2	0.9	1.1	1.9	0.4	0.2
香港	1.4	0.2	0.2	0.2	0.7	0.2	0.4	0.2	0.2	0.2
台湾	0.6	0.2	0.6	0.2	0.4	0.2	0.2	0.0	0.0	0.2
韓国	1.7	0.7	1.8	0.8	0.8	0.9	0.6	0.2	0.7	0.4
シンガポール	1.5	0.4	0.4	0.0	0.5	0.0	0.4	0.2	0.4	0.0
タイ	0.6	2.7	0.4	0.0	1.2	1.5	1.6	1.8	0.2	0.0
マレーシア	2.5	1.1	1.1	0.2	0.4	0.2	0.2	0.6	0.6	0.0
インドネシア	1.6	0.8	0.2	0.0	0.9	0.6	0.5	0.8	1.1	0.4
フィリピン	0.2	0.0	0.2	0.0	0.4	0.4	0.6	0.0	0.4	0.0
ベトナム	2.3	3.2	1.7	0.4	1.1	0.4	0.4	0.0	1.5	0.2
インド	2.3	3.4	0.9	0.4	1.0	0.4	0.7	0.2	0.2	0.2
米国	1.8	3.2	1.5	1.0	1.3	1.0	2.9	1.6	0.2	0.2
カナダ	0.8	0.2	0.6	0.0	0.4	0.2	0.0	0.2	0.0	0.0
メキシコ	1.1	0.8	0.0	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
ブラジル	3.2	0.2	0.6	0.2	0.1	0.6	0.2	0.0	0.2	0.2
西欧	2.9	0.7	2.6	0.6	1.9	0.7	1.9	1.1	0.4	0.0
中・東欧	1.5	1.8	0.2	0.2	0.0	0.4	0.4	0.2	0.2	0.0
ロシア・CIS	2.8	0.2	0.2	0.0	0.4	0.4	0.2	0.2	0.4	0.0
その他	1.7	0.2	0.2	0.4	0.5	0.2	0.4	0.4	0.2	0.2

[注] %ポイントは2005年度調査と比較、今後海外で事業を拡大すると回答した企業が母数(N)。2006年度調査の(N)は477、2005年度の(N)は522。

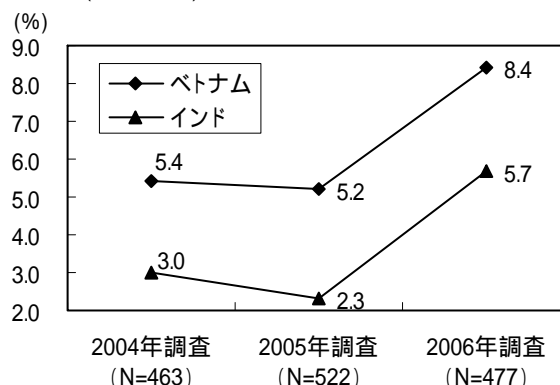
ベトナムとインドに焦点を絞って、2005 年度調査と比較すると、両国への事業拡大意欲が大幅に増している。ベトナムでは「生産(汎用品)」が3.2ポイント、「販売」が2.3ポイント増加している。また、インドも「生産(汎用品)」が3.4ポイント、「販売機能」が2.3ポイント増加している。インド、ベトナムにおける販売機能の拡大意欲は2年連続で増しているが、これは両国の市場規模と成長性に注目が集まっているためだと思われる。また、2006年に生産機能の拡大意欲が両国で大幅に増した背景は、国内市場への関心の高さに加え、ベトナム向けは、「チャイナ+1」の動きもあるとみられる。

図表 35 ベトナム、インドで拡大する機能(時系列比較) (複数回答)

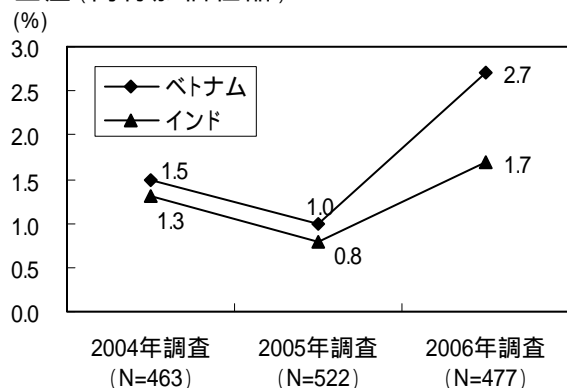
< 販売機能 >



< 生産(汎用品) >



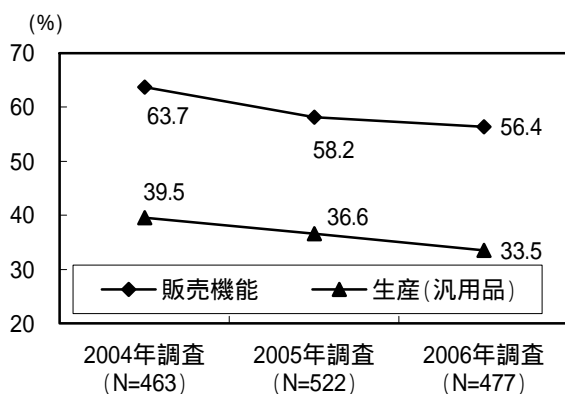
< 生産(高付加価値品) >



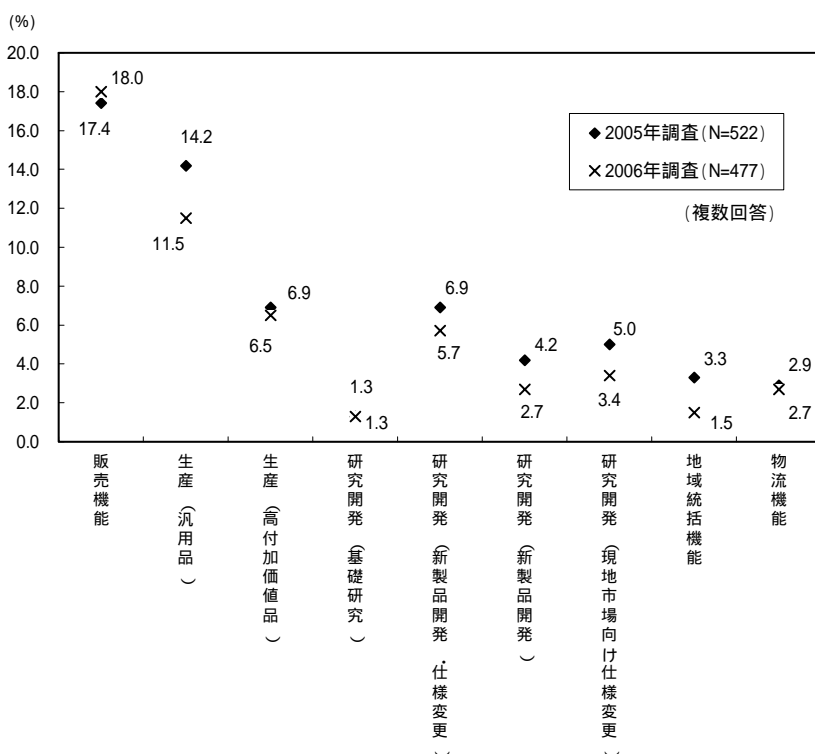
中国での事業拡大意欲は、全ての機能で第1位となっており、引き続き高水準にあるが、機能別にみた前回調査との比較では、生産（汎用品）が3.1ポイント低下した。生産（汎用品）は2年連続で大きく低下しており(04年度：39.5%、05年度：36.6%、06年度：33.5%)、人件費上昇や一部品目に対する輸出時の増徴税（付加価値税）還付率引き下げなど投資環境の変化を受けた結果とみられる。一方、生産（高付加価値品）は、5.2ポイント上昇し、一部に高付加価値品へのシフトもみられる。

タイへの事業拡大意欲は生産（汎用品）、生産（高付加価値品）で中国に続き第2位となるなど高水準にあるが、ほとんどの機能で05年度から低下した。特に、生産（汎用品）については、05年度から2.7ポイント減と大きく低下した。

図表 36 中国で拡大する機能（時系列比較）



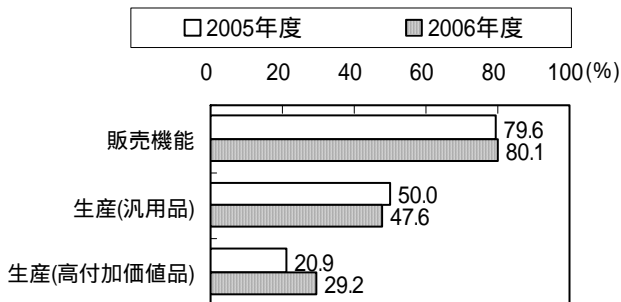
図表 37 タイで拡大する機能（時系列比較）



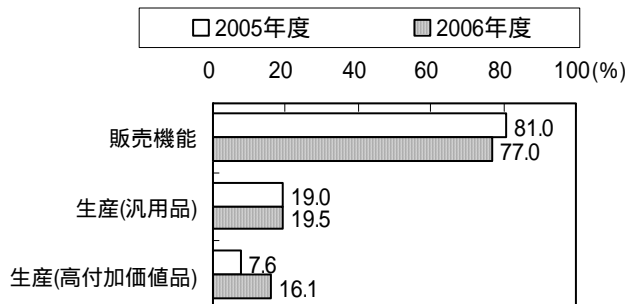
「販売機能」、「生産(汎用品)」、「生産(高付加価値品)」について、国・地域別に 2005 年度調査と比較した。中国、韓国、ベトナム、インド、米国、西欧では「生産(高付加価値品)」の機能が拡大し、ベトナム、インド、米国では「生産(汎用品)」の機能も拡大している。一方、タイは「生産(汎用品)」、「生産(高付加価値品)」の機能の比率が減少している。

図表 38 国・地域別にみた拡大する機能(時系列比較) (複数回答)

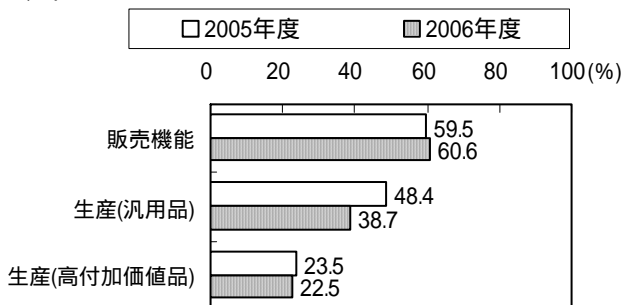
< 中国 >



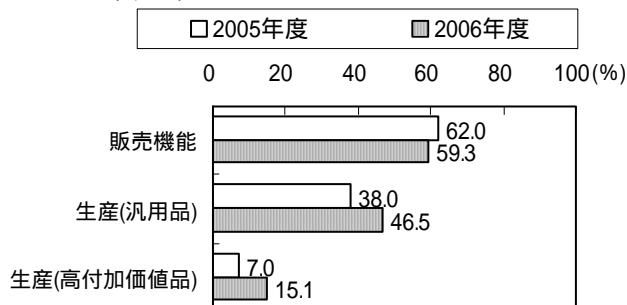
< 韓国 >



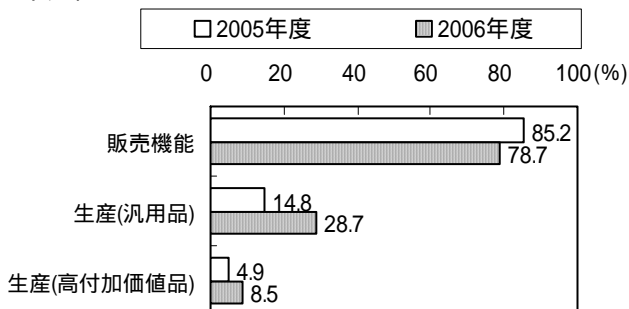
< タイ >



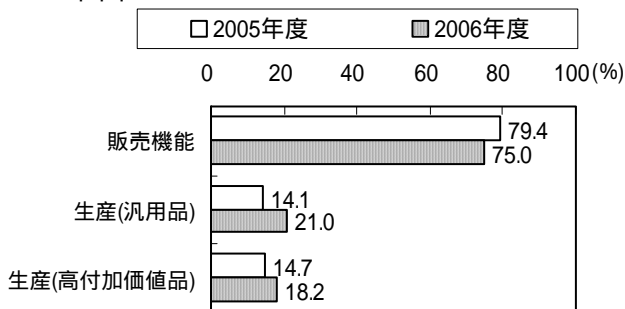
< ベトナム >



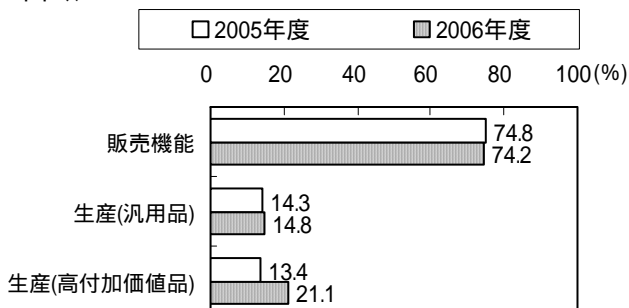
< インド >



< 米国 >



< 西欧 >



[注] 拡大する対象国・地域として回答が多かった上位6ヶ国をグラフ化した。

国・地域別に拡大する機能をみると、ロシア・CIS、香港、シンガポールは「販売機能」に集中し、「生産（汎用品、高付加価値品とも）」をあげた企業は少ない。

一方、中国、マレーシア、インドネシア、メキシコ、タイ等は「販売機能」のほかに、「生産（汎用品）」をあげている企業が多い。

図表 39 国・地域別にみた拡大する機能

(複数回答、%)

	回答社数	販売機能	生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(基礎研究)	研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更)		地域統括機能	物流機能	その他	
						研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)				
中国	336	80.1	47.6	29.2	5.1	21.1	10.7	17.3	11.0	16.4	1.2
香港	48	79.2	8.3	8.3	2.1	16.7	6.3	12.5	8.3	20.8	-
台湾	71	74.6	19.7	11.3	2.8	14.1	5.6	12.7	4.2	7.0	2.8
韓国	87	77.0	19.5	16.1	4.6	12.6	8.0	10.3	4.6	8.0	3.4
シンガポール	48	66.7	6.3	6.3	-	12.5	6.3	8.3	25.0	20.8	-
タイ	142	60.6	38.7	22.5	4.2	19.0	9.2	11.3	4.9	9.2	0.7
マレーシア	49	69.4	32.7	16.3	2.0	20.4	10.2	12.2	2.0	10.2	-
インドネシア	42	66.7	42.9	19.0	-	11.9	4.8	9.5	-	4.8	-
フィリピン	21	57.1	47.6	4.8	-	23.8	-	23.8	4.8	23.8	-
ベトナム	86	59.3	46.5	15.1	2.3	9.3	4.7	4.7	1.2	9.3	1.2
インド	94	78.7	28.7	8.5	2.1	11.7	4.3	8.5	3.2	3.2	2.1
米国	176	75.0	21.0	18.2	4.5	19.9	13.6	11.9	10.8	9.7	0.6
カナダ	10	60.0	20.0	40.0	10.0	40.0	20.0	20.0	10.0	10.0	-
メキシコ	16	62.5	31.3	6.3	-	12.5	6.3	12.5	-	6.3	6.3
ブラジル	34	85.3	17.6	14.7	-	14.7	2.9	11.8	2.9	-	-
西欧	128	74.2	14.8	21.1	6.3	17.2	12.5	10.9	17.2	14.1	0.8
中・東欧	50	76.0	28.0	16.0	2.0	6.0	-	6.0	-	4.0	-
ロシア・CIS	55	92.7	7.3	3.6	1.8	5.5	1.8	3.6	1.8	-	1.8
その他	31	74.2	19.4	9.7	-	19.4	16.1	12.9	3.2	-	-

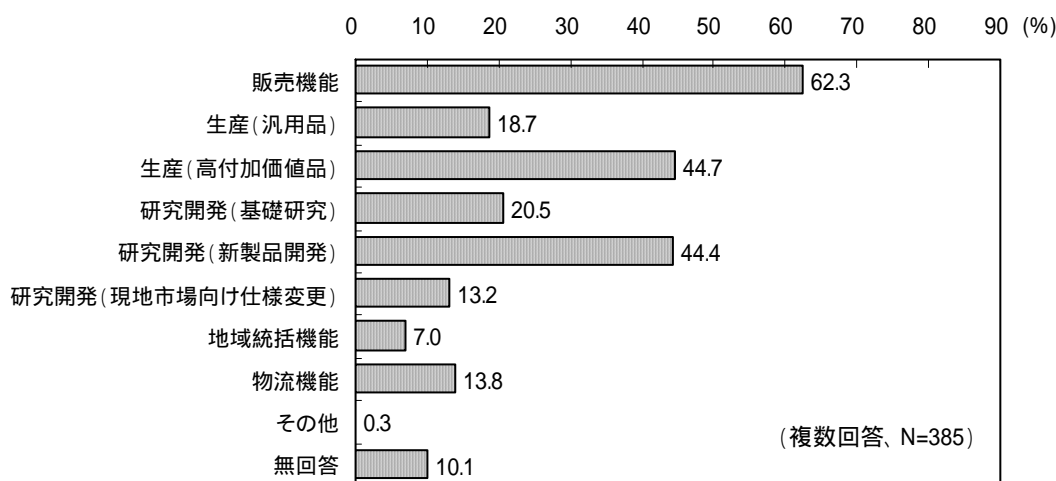
6. 国内で拡大する機能

日本で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業 385 社に、具体的にどのような機能を拡大しようとしているのか尋ねたところ、「販売機能」が 62.3% (240 社) で最も比率が高く、以下「生産(高付加価値品)」が 44.7% (172 社)、「研究開発(新製品開発)」が 44.4% (171 社) と続く。

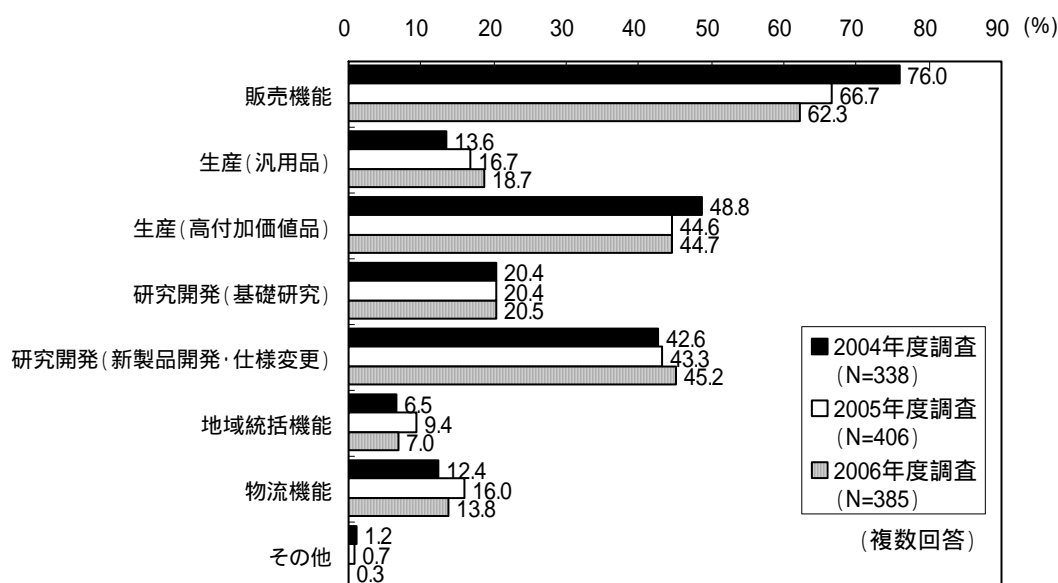
2004、2005 年度調査と比較すると、「販売機能」は年々減少し、「生産(汎用品)」は増加しているが、他の機能では大きな変化はみられない。

国内と海外で拡大する機能を比較すると、生産(高付加価値品)では国内が 44.7%、海外は 32.9%と国内が海外を大きく上回り、研究開発(基礎研究と新製品開発)でも国内が上回っており、国内では高付加価値品の生産と研究開発を重視する企業が多い。生産(汎用品)では国内が 18.7%の一方、海外は 49.9%と海外が国内を大きく上回り、研究開発(現地市場向け仕様変更)でも海外が上回っている

図表 40 国内で拡大する機能(全体)

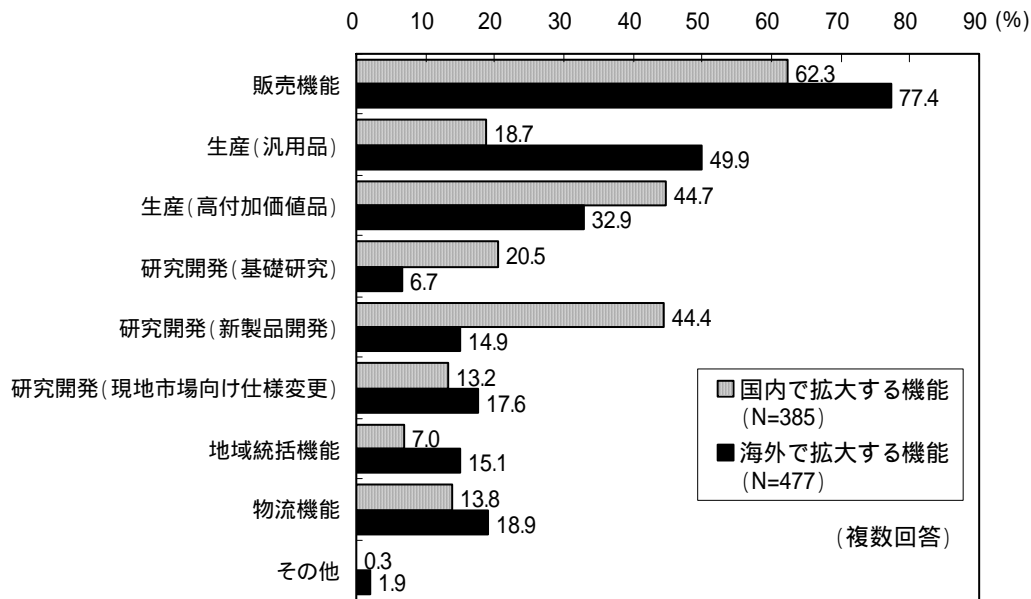


図表 41 国内で拡大する機能(時系列比較)



(注)「研究開発(新製品開発・仕様変更)」の2006・2005年度調査は、「研究開発(新製品開発)」または「研究開発(現地市場向け仕様変更)」の合計。2004年度は「研究開発(新製品・デザイン)」。

図表 42 国内と海外で拡大する機能



図表 43 国内で拡大する機能(企業属性別)

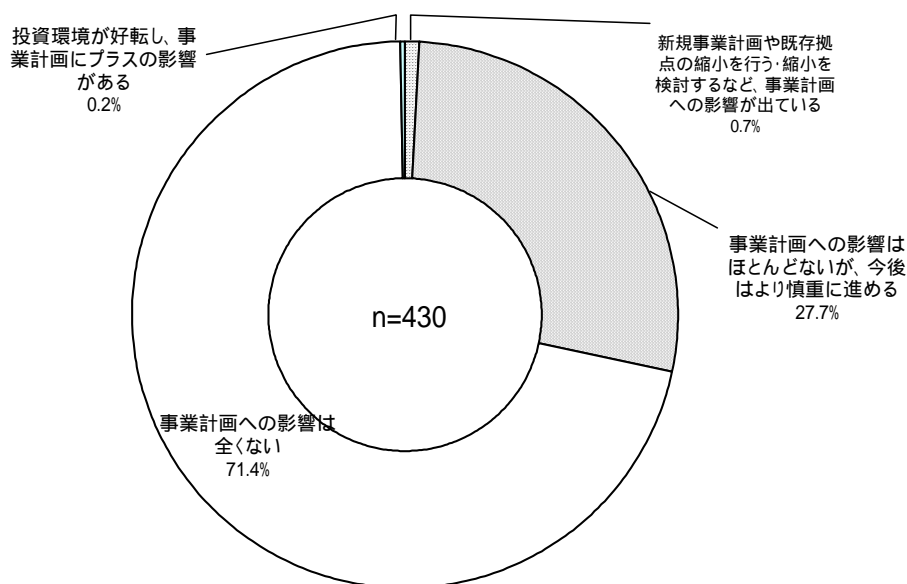
(複数回答、%)

	社数	販売機能	生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(基礎研究)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)	地域統括機能	物流機能	その他
総計	385	62.3	18.7	44.7	20.5	44.4	13.2	7.0	13.8	0.3
大企業	174	57.5	18.4	50.0	23.0	46.6	12.1	7.5	17.2	-
中小企業	211	66.4	19.0	40.3	18.5	42.7	14.2	6.6	10.9	0.5
製造業	276	54.3	23.9	55.4	27.2	55.1	15.9	9.1	12.7	-
海外生産製造業	181	48.6	26.0	58.6	31.5	58.6	15.5	10.5	13.3	-
国内製造業	95	65.3	20.0	49.5	18.9	48.4	16.8	6.3	11.6	-
非製造業	109	82.6	5.5	17.4	3.7	17.4	6.4	1.8	16.5	0.9
飲食料品	29	58.6	34.5	48.3	20.7	55.2	17.2	3.4	17.2	-
繊維・織物/アパレル	12	83.3	25.0	41.7	50.0	66.7	16.7	25.0	33.3	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	12	50.0	16.7	50.0	25.0	33.3	16.7	8.3	25.0	-
化学	27	44.4	18.5	66.7	25.9	66.7	18.5	11.1	3.7	-
医療品・化粧品	15	73.3	33.3	40.0	26.7	46.7	20.0	6.7	13.3	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	16	43.8	18.8	68.8	12.5	43.8	18.8	12.5	12.5	-
窯業・土石	8	62.5	12.5	25.0	12.5	-	-	12.5	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	26	50.0	23.1	65.4	34.6	69.2	15.4	3.8	3.8	-
一般機械	24	70.8	20.8	58.3	29.2	54.2	12.5	4.2	-	-
電気機械	20	50.0	20.0	60.0	35.0	60.0	15.0	10.0	25.0	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	11	45.5	27.3	54.5	18.2	45.5	9.1	9.1	9.1	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	26	23.1	34.6	42.3	26.9	42.3	11.5	3.8	15.4	-
精密機器	26	53.8	26.9	57.7	19.2	65.4	7.7	7.7	7.7	-
その他の製造業	24	70.8	12.5	66.7	37.5	66.7	33.3	20.8	20.8	-
商社・卸売	94	86.2	5.3	18.1	4.3	17.0	6.4	2.1	18.1	1.1
小売	12	66.7	8.3	8.3	-	8.3	-	-	8.3	-
その他の非製造業	3	33.3	-	33.3	-	66.7	33.3	-	-	-

7 . 2006 年 9 月に発生したタイのクーデターの影響

2006 年 9 月にタイで発生したクーデターについて、タイとの事業関係および今後の展開予定のある企業 (430 社) のうち、「事業計画への影響はまったくない」が 71.4%と多くを占めたが、27.7%の企業が「事業計画への影響はほとんどないが、今後はより慎重に進める」と回答しており、一部企業のマインドに影響を与えている (なお、タイでは、2006 年 12 月 18 日の短期流入資本抑制策の導入や 2006 年末のバンコクでの連続爆弾テロ、2007 年 1 月 9 日の外国人事業法改正案の閣議承認などがあるが、本アンケートはこれ以前に行なわれており、こうした一連の動きは反映されていない)。

図表 44 2006 年 9 月に発生したタイのクーデターの影響



[注] タイとの事業関係、今後の展開予定がある企業 430 社が母数 (N)。

図表 45 2006年9月に発生したタイのクーデターの影響(企業属性別)

(%)

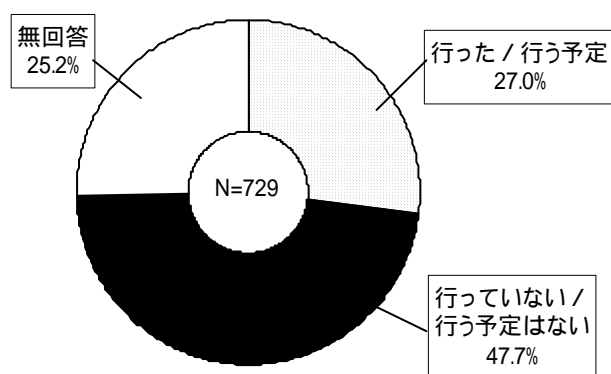
	社数	新規事業計画や既存拠点の縮小を行う・検討する	影響はほとんどないが、今後はより慎重に進める	影響は全くない	投資環境が好転し、事業計画にプラスの影響がある
総計	430	0.7	27.7	71.4	0.2
大企業	234	0.9	29.9	68.8	0.4
中小企業	196	0.5	25.0	74.5	-
製造業	324	0.6	27.5	71.9	-
海外生産製造業	230	0.9	28.7	70.4	-
国内製造業	94	-	24.5	75.5	-
非製造業	106	0.9	28.3	69.8	0.9
飲食料品	30	-	30.0	70.0	-
繊維・織物 / アパレル	12	-	16.7	83.3	-
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	8	-	12.5	87.5	-
化学	31	-	22.6	77.4	-
医療品・化粧品	13	-	23.1	76.9	-
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	17	-	17.6	82.4	-
窯業・土石	13	7.7	38.5	53.8	-
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	26	-	26.9	73.1	-
一般機械	45	-	31.1	68.9	-
電気機械	25	4.0	40.0	56.0	-
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	15	-	33.3	66.7	-
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	43	-	30.2	69.8	-
精密機器	28	-	21.4	78.6	-
その他の製造業	18	-	22.2	77.8	-
商社・卸売	96	1.0	30.2	68.8	-
小売	9	-	11.1	77.8	11.1
その他の非製造業	1	-	-	100.0	-

8. 海外および日本国内での生産拠点・機能の再編について

海外および日本での生産拠点・機能の再編（生産拠点の完全移管、または生產品目、生産機能の一部移管、但し日本国内での再編は除く）を過去2～3年間の間に行った／今後2～3年間の間に行う予定があるか尋ねたところ、回答企業の27.0%（197社）は「行った／行う予定」と回答している。

企業属性別にみると、「海外生産製造業」、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」、「繊維・織物／アパレル」は「行っていない／行う予定はない」より「行った／行う予定」と回答した企業が多い。

図表 46 海外および日本国内での生産拠点・機能の再編（全体）



図表 47 海外および日本国内での生産拠点・機能の再編（企業属性別）

	社数	行った／ 行う予定 (%)	行っていない／ 行う予定はない (%)
総計	729	27.0	47.7
大企業	314	33.4	46.8
中小企業	415	22.2	48.4
製造業	525	33.1	45.7
海外生産製造業	330	43.6	39.7
国内製造業	195	15.4	55.9
非製造業	204	11.3	52.9
飲食料品	49	10.2	61.2
繊維・織物／アパレル	24	41.7	37.5
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	16	31.3	50.0
化学	46	32.6	50.0
医療品・化粧品	27	33.3	48.1
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	30	33.3	46.7
窯業・土石	17	35.3	35.3
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	45	33.3	46.7
一般機械	63	33.3	47.6
電気機械	39	33.3	43.6
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	25	48.0	44.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	56	41.1	42.9
精密機器	40	37.5	40.0
その他の製造業	48	31.3	37.5
商社・卸売	180	10.6	52.2
小売	20	15.0	55.0
その他の非製造業	4	25.0	75.0

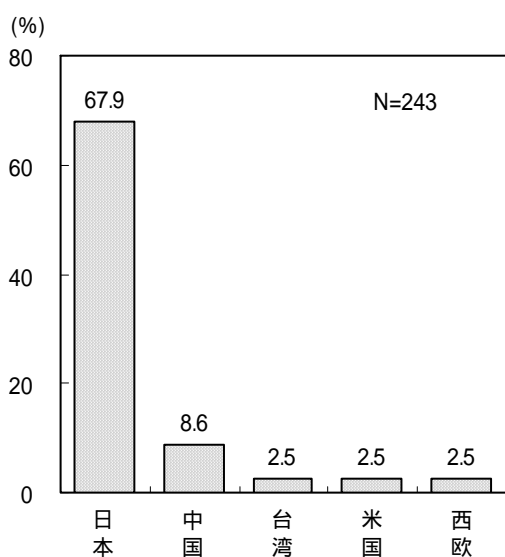
再編を「行った／行う予定である」と回答した企業 197 社に、再編内容を尋ねた。

生産拠点・機能の全再編件数(243 件)のうち、移管元は「日本」(67.9%)が最も多く、移管先は「中国」(49.4%)が多い。

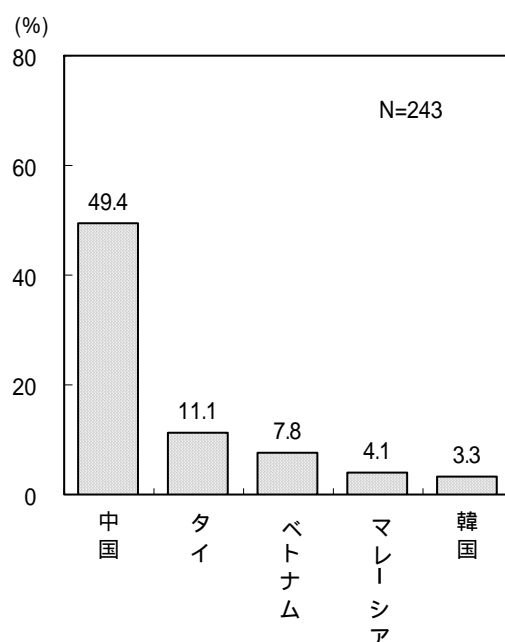
移管元と移管先の組み合わせでは「日本から中国」が91件(37.4%)で最も多く、以下「日本からタイ」(9.1%)、「日本からマレーシア」「中国からベトナム」(各々3.7%)、「日本から韓国」(3.3%)と続く。日本からアジアへの移管が上位を占めるなか、「中国からベトナム」の移管が目立つ。

「ASEAN」を中心にみると、「日本からASEAN」が48件(19.8%)で最も多い。「ASEANから中国」は6件にとどまっているが、ASEAN域内での再編は10件あった。

図表 48 生産拠点・機能の再編<移管元>



図表 49 生産拠点・機能の再編<移管先>



図表 50 移管元・移管先の上位件数

(複数回答、%)			
移管元	移管先	件数	構成比
日本	中国	91	37.4
日本	タイ	22	9.1
日本	マレーシア	9	3.7
中国	ベトナム	9	3.7
日本	韓国	8	3.3
日本	ベトナム	7	2.9
日本	フィリピン	5	2.1
日本	インド	5	2.1
日本	米国	5	2.1
米国	中国	5	2.1
日本	ASEAN	48	19.8
中国	ASEAN	11	4.5
ASEAN	ASEAN	10	4.1
ASEAN	中国	6	2.5

[注]母数(N)は、生産拠点・機能の総再編件数。

図表 51 生産拠点・機能の再編 < 移管元 × 移管先 >

		移管元															
		回答数	日本	中国	香港	台湾	韓国	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	米国	メキシコ	西欧	中・東欧	その他
移管先	回答数	243	165	21	2	6	5	1	5	4	4	5	6	1	6	1	3
	日本	7	-	0.4	-	0.8	-	0.4	0.4	-	-	-	-	-	0.4	-	0.4
	中国	120	37.4	1.6	0.4	1.2	1.6	-	0.8	0.4	-	1.2	2.1	0.4	-	0.4	0.4
	台湾	4	1.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	韓国	8	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	シンガポール	5	0.4	-	0.4	-	-	-	0.4	0.4	0.4	-	-	-	-	-	-
	タイ	27	9.1	0.8	-	0.4	-	-	-	-	0.4	0.4	-	-	-	-	-
	マレーシア	10	3.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-	-
	インドネシア	5	1.6	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-	-	-	-	-
	フィリピン	7	2.1	-	-	-	0.4	-	-	-	0.4	-	-	-	-	-	-
	ベトナム	19	2.9	3.7	-	-	-	-	-	0.8	0.4	-	-	-	-	-	-
	インド	5	2.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	米国	8	2.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-	0.8	-	-
	メキシコ	2	0.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ブラジル	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4
	西欧	2	0.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-	-
	中・東欧	3	0.4	-	-	-	-	-	0.4	-	-	-	-	-	0.4	-	-
	その他	2	-	0.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

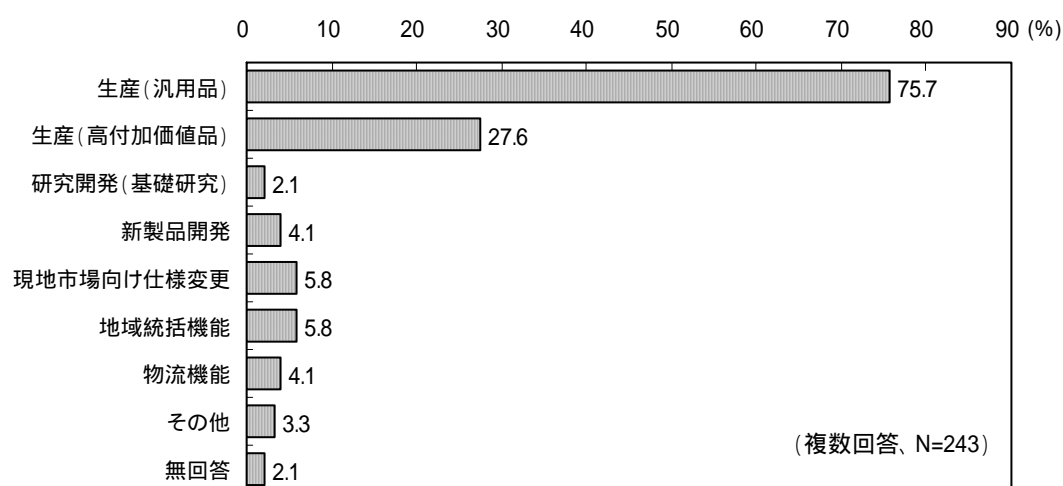
は、比率が高い上位5項目

再編する機能は、「生産(汎用品)」(75.7%)が7割半ばで最も多く、次いで「生産(高付加価値品)」(27.6%)で、生産機能の再編が中心となっている。

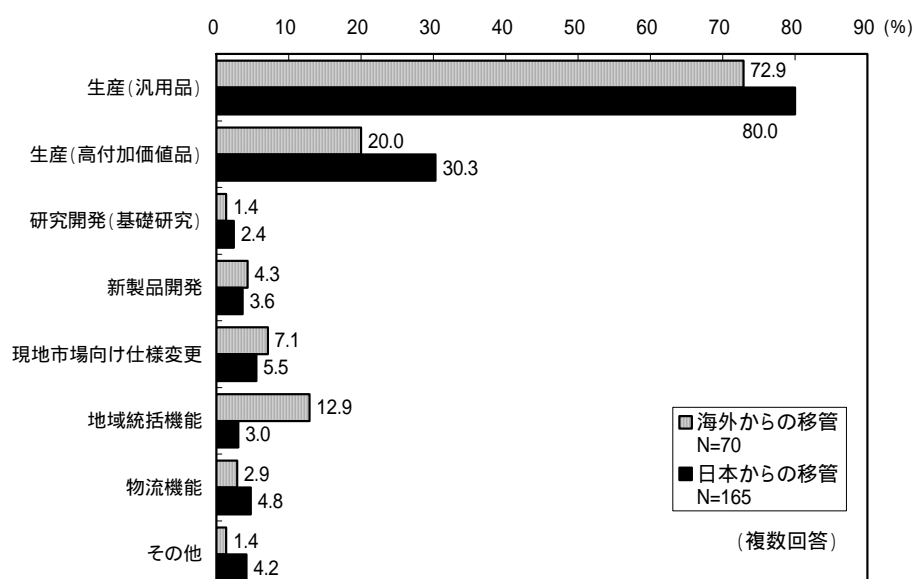
再編する理由は、「生産コスト・人件費が上昇してきたため」が55.6%で最も比率が高く、以下「機能を一箇所に集中したほうが、効率的であるため」(15.6%)、「現地販売が不振であるため」(9.1%)と続く。

再編の理由を海外からの移管、日本からの移管別にみると、両者とも「生産コスト・人件費が上昇してきたため」が過半数を超え、最も多く、次いで「機能を一箇所に集中したほうが、効率的であるため」(海外からの移管27.1%、日本からの移管10.9%)と続く。海外からの移管では、「機能を一箇所に集中するとリスクが高くなってきたため」(22.9%)、「現地販売が不振であるため」(15.7%)の比率が高い。

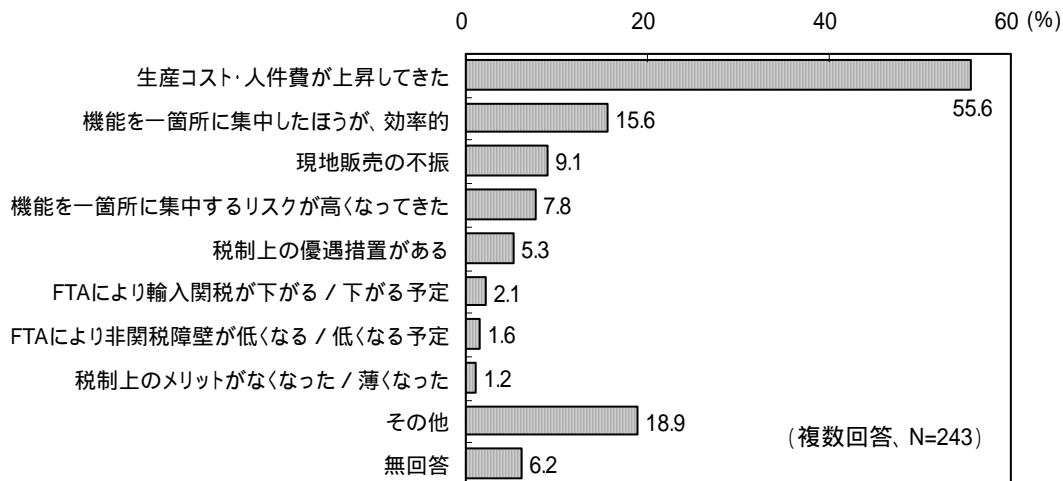
図表 52 生産拠点・機能の再編機能(全体)



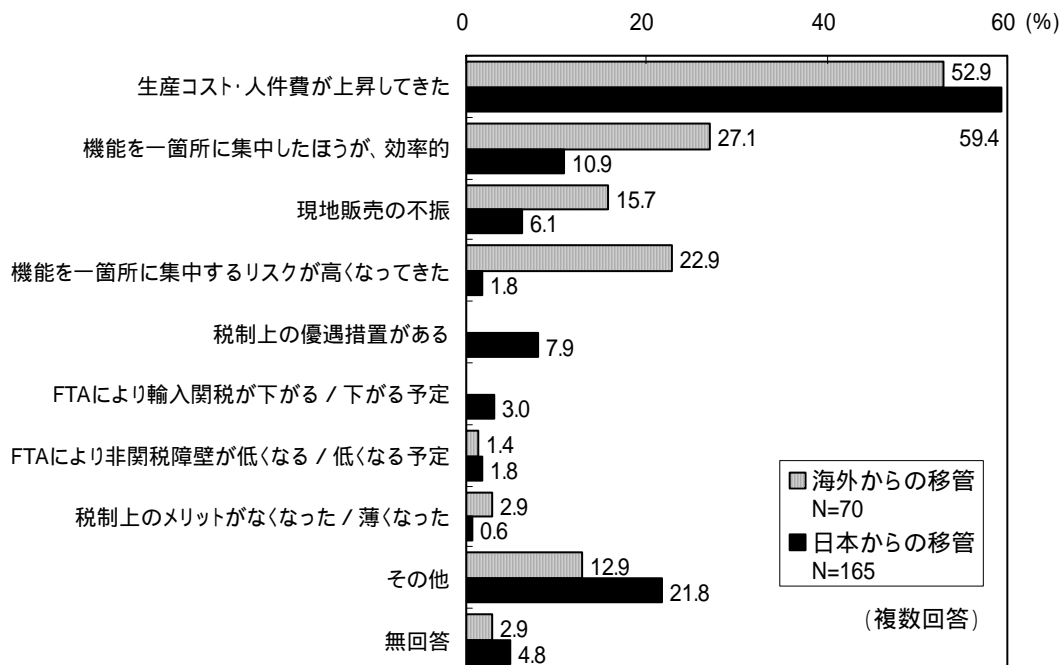
図表 53 生産拠点・機能の再編機能<海外からの移管、日本からの移管別>



図表 54 生産拠点・機能の再編理由(全体)



図表 55 生産拠点・機能の再編理由 < 海外からの移管、日本からの移管別 >



図表 56 生産拠点・機能の再編理由 < 移管元別 >

(複数回答、%)

移管元	件数	生産コスト・人件費が上昇してきた	機能を一箇所に集中したほうが、効率的	現地販売の不振	機能を一箇所に集中するリスクが高くなってきた	税制上の優遇措置がある	FTAにより輸入関税が下がる / 下がる予定	FTAにより非関税障壁が低くなる / 低くなる予定	税制上のメリットがなくなった / 薄くなった	その他
合計	243	55.6	15.6	9.1	7.8	5.3	2.1	1.6	1.2	18.9
日本	165	59.4	10.9	6.1	1.8	7.9	3.0	1.8	0.6	21.8
中国	21	57.1	14.3	-	47.6	-	-	4.8	9.5	9.5
台湾	6	50.0	16.7	16.7	-	-	-	-	-	33.3
韓国	5	100.0	40.0	20.0	-	-	-	-	-	-
タイ	5	40.0	40.0	-	20.0	-	-	-	-	20.0
フィリピン	5	40.0	-	60.0	20.0	-	-	-	-	40.0
米国	6	50.0	33.3	-	-	-	-	-	-	16.7
西欧	6	33.3	50.0	33.3	-	-	-	-	-	16.7

[注] 移管元の件数が5件以上の国を表にした。

中国から生産を移管する企業で「機能を一箇所に集中するリスクが高くなってきたため」を挙げる比率が高く(21社中10社、47.6%)、フィリピンから生産を移管する企業では「現地販売が不振であるため」を挙げる比率が高い(5社中3社)。

「日本から中国」への移管(91件)でみると、再編する機能では生産(汎用品)が84.6%(77件)と最も多く、生産(高付加価値品)が23.1%(21件)が続いている。再編する理由では生産コスト・人件費の上昇が65.9%(60件)が最も多い。「日本からタイ」への移管(22件)では、中国同様に生産(汎用品)機能が81.8%(18件)と多く、生産(高付加価値品)も40.9%(9件)にのぼった。再編の理由では、生産コスト・人件費の上昇が68.2%(15件)と高い。

「中国からベトナム」への移管(9件)でみると、生産(汎用品)機能の移管が100%を占め、理由では、生産コスト・人件費の上昇(88.9%、8件)に加え、機能を一箇所に集中するリスクが55.6%(5件)と高く、中国・ASEAN間での生産機能の再編、「チャイナ+1」の動きとみられる。

ASEANを中心に見ると、日本からASEANへの移管(48件)では、生産(高付加価値品)が35.4%(17件)、理由は「税制上の優遇がある」が14.6%(7件)と、全体(高付加価値品の移管27.6%、税制上の優遇がある5.3%)よりも高かった。

海外の拠点の日本への移管(7件)では、生産(汎用品)と生産(高付加価値品)がそれぞれ3件づつとなっている。

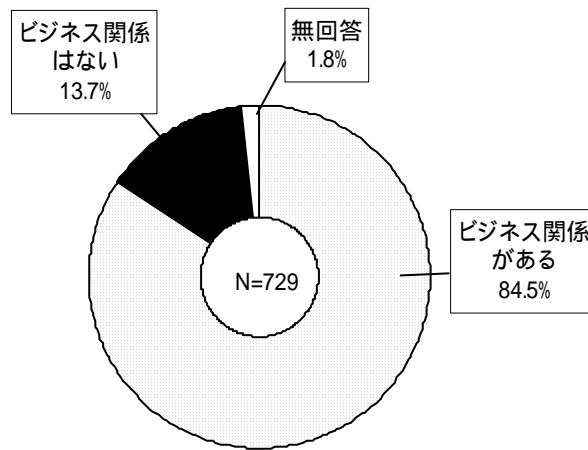
中国におけるビジネス展開、アジアのビジネス環境

1. 中国とのビジネス関係

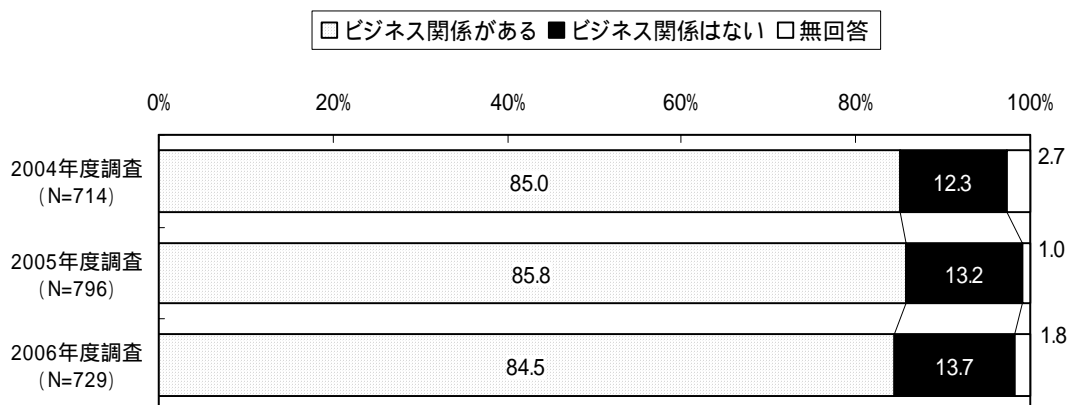
現在、中国と貿易、業務委託、技術提携、直接投資などのビジネス関係がある企業は84.5% (616社) で、大多数の企業が中国と何らかのビジネス関係を有している。

2004、2005年度調査と比較すると、ほとんど変化はない。

図表 1 中国とのビジネス関係の有無(全体)



図表 2 中国とのビジネス関係の有無(時系列比較)



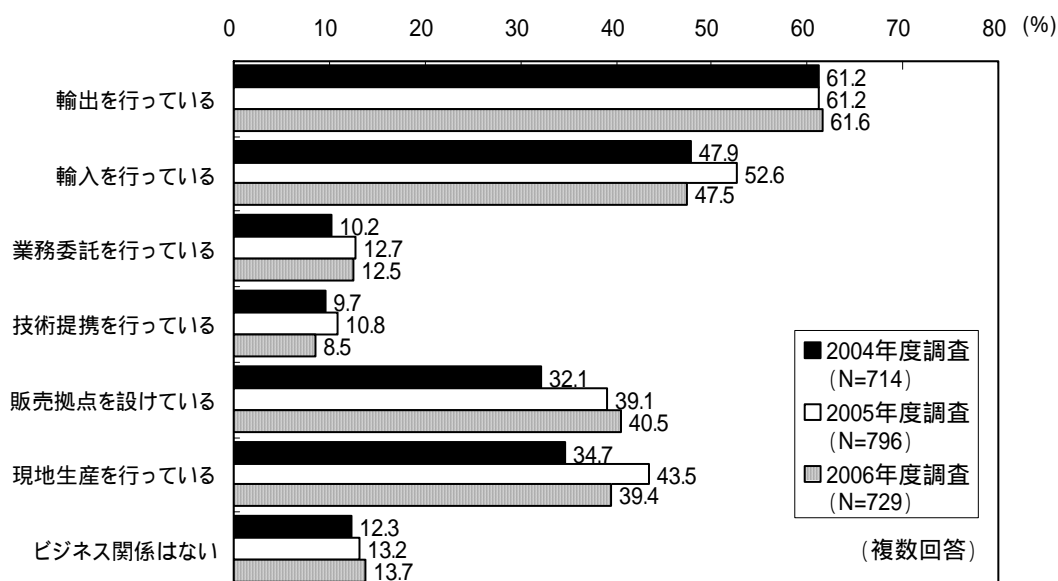
図表 3 中国とのビジネス関係の有無(企業属性別)

	社数	ビジネス 関係がある	ビジネス 関係はない
総計	729	84.5	13.7
大企業	314	93.9	5.7
中小企業	415	77.3	19.8
製造業	525	86.5	12.0
海外生産製造業	330	95.8	4.2
国内製造業	195	70.8	25.1
非製造業	204	79.4	18.1
飲食料品	49	91.8	6.1
繊維・織物/アパレル	24	100.0	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	81.3	12.5
化学	46	91.3	8.7
医療品・化粧品	27	59.3	33.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	86.7	10.0
窯業・土石	17	94.1	5.9
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	84.4	13.3
一般機械	63	87.3	12.7
電気機械	39	84.6	15.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	96.0	4.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	82.1	17.9
精密機器	40	87.5	12.5
その他の製造業	48	85.4	10.4
商社・卸売	180	82.2	15.6
小売	20	60.0	35.0
その他の非製造業	4	50.0	50.0

中国とのビジネス関係の具体的な内容は、「輸出を行っている」が 61.6% (449 社) で最も比率が高く、以下「輸入を行っている」が 47.5% (346 社)、「販売拠点を設けている」が 40.5% (295 社)、「現地生産を行っている」が 39.4% (287 社) と続く。

2004、2005 年度調査と比較すると、「輸出を行っている」、「販売拠点を設けている」は若干増加し、他の内容は 2005 年度より減少傾向となっている。

図表 4 中国とのビジネス関係の内容(全体)



中国とビジネス関係があるという616社に限ると、「輸出を行っている」は7割強、「輸入を行っている」は5割半ば、「販売拠点を設けている」、「現地生産を行っている」が4割半ばとなっている。また、「中国で現地生産を行っている」企業は、全体と比べ「販売拠点を設けている」比率が高く、現地での生産と販売が強く結びついていることがわかる。

企業属性別にみると、「中小企業」や「非製造業」は輸出入中心の関係が強い。

図表 5 中国とのビジネス関係の内容(中国とのビジネス展開内容別)

(複数回答、%)

	社数	輸出を行っている	輸入を行っている	業務委託を行っている	技術提携を行っている	販売拠点を設けている	現地生産を行っている
総計	729	61.6	47.5	12.5	8.5	40.5	39.4
中国とのビジネス関係あり	616	72.9	56.2	14.8	10.1	47.9	46.6
現地生産を行っている	287	72.8	63.8	20.2	16.7	69.0	100.0

図表 6 中国とのビジネス関係の内容(企業属性別)

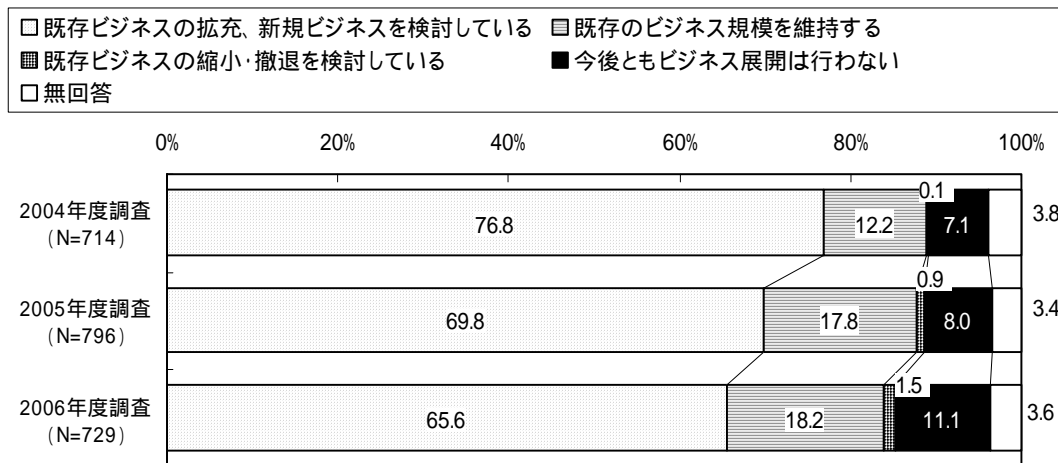
(複数回答、%)

	社数	輸出を行っている	輸入を行っている	業務委託を行っている	技術提携を行っている	販売拠点を設けている	現地生産を行っている	ビジネス関係はない
総計	729	61.6	47.5	12.5	8.5	40.5	39.4	13.7
大企業	314	73.6	52.5	15.6	13.1	64.0	58.0	5.7
中小企業	415	52.5	43.6	10.1	5.1	22.7	25.3	19.8
製造業	525	66.5	45.0	13.5	10.1	44.2	49.5	12.0
海外生産製造業	330	72.1	53.3	17.0	15.2	61.2	78.8	4.2
国内製造業	195	56.9	30.8	7.7	1.5	15.4	-	25.1
非製造業	204	49.0	53.9	9.8	4.4	30.9	13.2	18.1
飲食料品	49	59.2	55.1	16.3	14.3	44.9	51.0	6.1
繊維・織物/アパレル	24	58.3	75.0	20.8	8.3	37.5	70.8	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	37.5	56.3	18.8	6.3	25.0	37.5	12.5
化学	46	76.1	47.8	15.2	10.9	54.3	52.2	8.7
医薬品・化粧品	27	51.9	18.5	11.1	3.7	33.3	33.3	33.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	66.7	46.7	13.3	6.7	40.0	36.7	10.0
窯業・土石	17	70.6	64.7	11.8	5.9	35.3	41.2	5.9
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	57.8	53.3	13.3	4.4	31.1	44.4	13.3
一般機械	63	73.0	36.5	7.9	7.9	54.0	54.0	12.7
電気機械	39	69.2	51.3	20.5	10.3	51.3	53.8	15.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	84.0	60.0	20.0	12.0	68.0	60.0	4.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	66.1	39.3	10.7	28.6	50.0	64.3	17.9
精密機器	40	75.0	22.5	5.0	-	45.0	42.5	12.5
その他の製造業	48	66.7	35.4	14.6	8.3	29.2	37.5	10.4
商社・卸売	180	54.4	56.7	10.6	3.9	32.8	13.3	15.6
小売	20	5.0	40.0	5.0	5.0	20.0	15.0	35.0
その他の非製造業	4	25.0	-	-	25.0	-	-	50.0

2. 中国との今後のビジネス展開

今後(3年程度)のビジネス展開(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)は、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」が65.6%(478社)で最も比率が高いが、2004、2005年度調査と比較すると、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」割合は高いままだが、2004年度調査と比較して11.2ポイント低下し、反対に「既存のビジネス規模を維持する」は6.0ポイント、「今後ともビジネス展開は行わない」は4.0ポイント増加している。

図表 7 中国での今後(3年程度)のビジネス展開(時系列比較)



中国とのビジネス関係の内容別にみると、現在中国とビジネス関係がある企業では7割以上が「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」と回答している。

図表 8 中国との今後(3年程度)のビジネス展開(中国とのビジネス関係の内容別)

	社数	既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している	既存のビジネス規模を維持する	既存ビジネスの縮小・撤退を検討している	今後ともビジネス展開は行わない
総計	729	65.6	18.2	1.5	11.1
中国とのビジネス関係あり	616	74.8	21.6	1.8	-
中国とのビジネス関係なし	100	17.0	-	-	81.0
輸出のみを行っている	99	63.6	33.3	1.0	-
輸入のみを行っている	62	53.2	38.7	3.2	-
現地生産を行っている	287	80.5	17.1	1.4	-

企業属性別にみると、「中小企業」は「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」企業の割合が「大企業」に比べて低い。

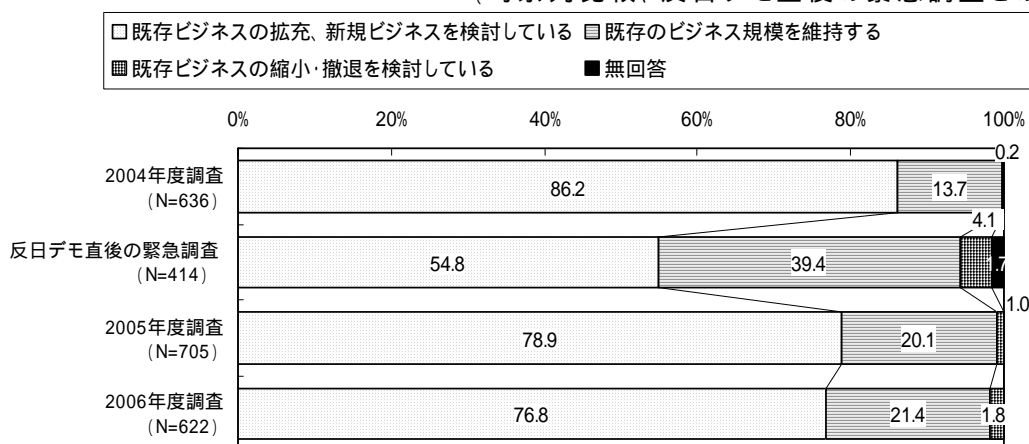
図表 9 中国との今後(3年程度)のビジネス展開(企業属性別)

	社数	既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している	既存のビジネス規模を維持する	既存ビジネスの縮小・撤退を検討している	今後ともビジネス展開は行わない
総計	729	65.6	18.2	1.5	11.1
大企業	314	76.1	16.9	1.0	5.1
中小企業	415	57.6	19.3	1.9	15.7
製造業	525	67.8	18.3	1.5	9.1
海外生産製造業	330	76.7	17.0	1.5	3.6
国内製造業	195	52.8	20.5	1.5	18.5
非製造業	204	59.8	18.1	1.5	16.2
飲食料品	49	75.5	12.2	2.0	4.1
繊維・織物/アパレル	24	62.5	33.3	4.2	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	56.3	18.8	-	6.3
化学	46	78.3	13.0	-	4.3
医療品・化粧品	27	55.6	11.1	-	22.2
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	73.3	16.7	-	6.7
窯業・土石	17	70.6	23.5	-	5.9
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	57.8	24.4	2.2	13.3
一般機械	63	71.4	19.0	-	6.3
電気機械	39	61.5	23.1	-	15.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	76.0	20.0	-	4.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	69.6	16.1	1.8	12.5
精密機器	40	65.0	15.0	7.5	12.5
その他の製造業	48	64.6	18.8	2.1	10.4
商社・卸売	180	62.2	17.8	1.7	13.9
小売	20	40.0	25.0	-	30.0
その他の非製造業	4	50.0	-	-	50.0

同一定義の母集団(中国とビジネス関係がある、もしくは、対中ビジネスに関心がある企業を対象)ベースで2004年度、反日デモ直後の緊急調査(2005年5月実施)、2005年度、2006年度調査の4時点と比較すると、中国とのビジネス関係は、2005年4月に中国各地で発生した反日デモ直後に、一時的に、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」企業の割合は54.8%に低下したが、2005年度調査では78.9%に回復した。2006年度調査では、2005年度から2.1ポイント減と、わずかながら、減少した。

図表 10 中国との今後(3年程度)のビジネス展開

(時系列比較、反日デモ直後の緊急調査との比較)



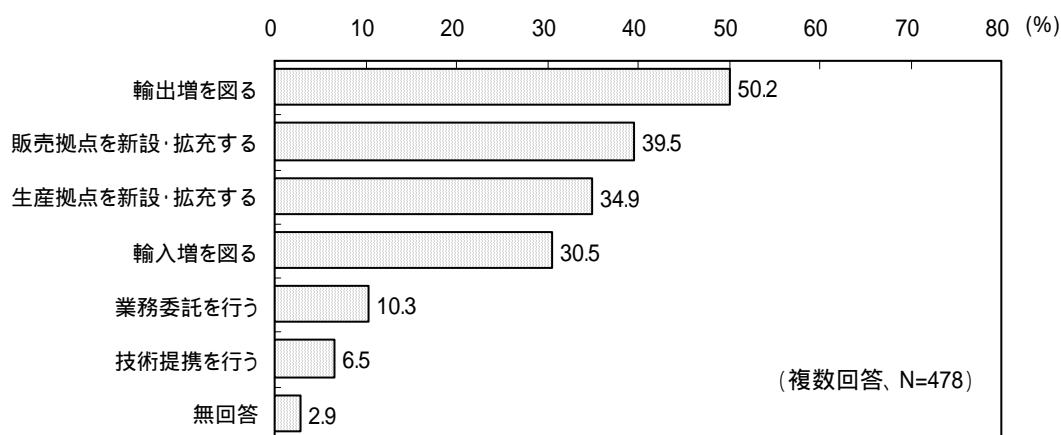
〔注〕比較可能にするため、緊急アンケート以外の調査の母数は「今後とも、ビジネス展開は行わない」、「無回答」を控除している。

3. ビジネス拡大の具体的な内容

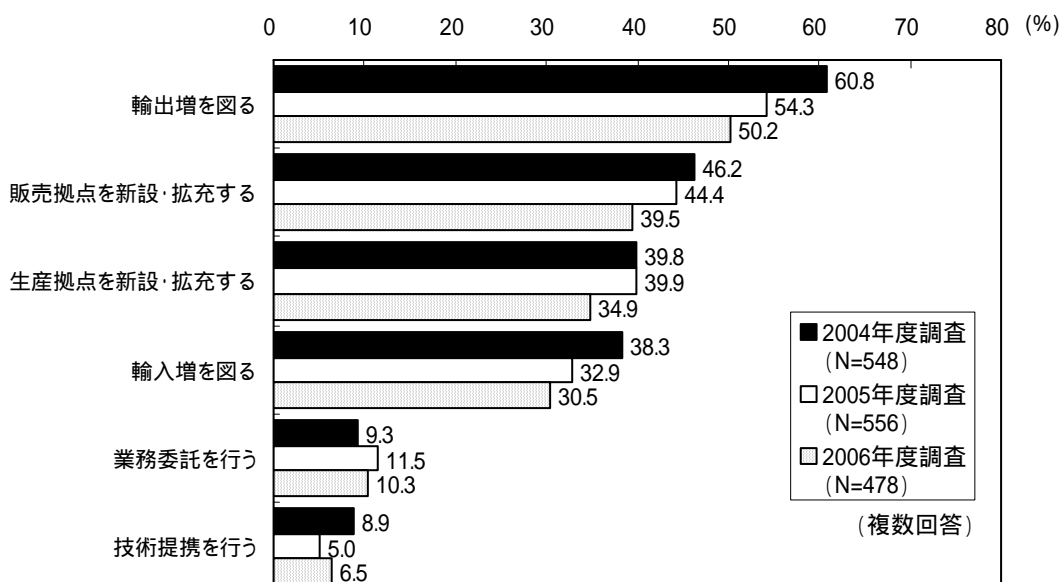
前項で「既存のビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」と回答した企業 478 社に、ビジネス拡大の具体的な内容を尋ねたところ、「輸出増を図る」が 50.2% (240 社) で最も比率が高く、以下「販売拠点を新設・拡充する」が 39.5% (189 社)、「生産拠点を新設・拡充する」が 34.9% (167 社)、「輸入増を図る」が 30.5% (146 社) で、3割～4割と多様な広がりを見せている。

2004、2005 年度調査と比較すると、基本的な構成に変化はないが、全体的に減少傾向にある。

図表 11 ビジネス拡大の具体的な内容(全体)



図表 12 ビジネス拡大の具体的な内容(時系列比較)



中国とのビジネス関係の内容別にみると、現在「中国とのビジネス関係なし」の企業は「輸出増を図る」企業が多い。現在、中国へ輸出のみ、あるいは中国からの輸入をのみを行っている企業は、既存の関係の拡充に力点が置かれている。

図表 13 ビジネス拡大の具体的な内容(中国とのビジネス関係の内容別)

(複数回答、%)

	社数	輸出増を図る	販売拠点を新設・拡充する	生産拠点を新設・拡充する	輸入増を図る	業務委託を行う	技術提携を行う
総計	478	50.2	39.5	34.9	30.5	10.3	6.5
中国とのビジネス関係あり	461	50.5	40.3	35.8	31.2	10.0	6.3
中国とのビジネス関係なし	17	41.2	17.6	11.8	11.8	17.6	11.8
輸出のみを行っている	63	84.1	14.3	4.8	12.7	3.2	1.6
輸入のみを行っている	33	9.1	9.1	12.1	84.8	15.2	6.1
現地生産を行っている	231	34.6	52.4	61.0	24.7	11.3	7.8

図表 14 ビジネス拡大の具体的な内容(企業属性別)

(複数回答、%)

	社数	輸出増を図る	販売拠点を新設・拡充する	生産拠点を新設・拡充する	輸入増を図る	業務委託を行う	技術提携を行う
総計	478	50.2	39.5	34.9	30.5	10.3	6.5
大企業	239	45.2	52.3	44.8	25.5	7.5	5.9
中小企業	239	55.2	26.8	25.1	35.6	13.0	7.1
製造業	356	49.2	40.4	42.7	22.5	11.5	6.2
海外生産製造業	253	40.3	48.6	55.7	19.8	12.3	7.1
国内製造業	103	70.9	20.4	10.7	29.1	9.7	3.9
非製造業	122	53.3	36.9	12.3	54.1	6.6	7.4
飲食料品	37	51.4	43.2	51.4	21.6	8.1	5.4
繊維・織物/アパレル	15	53.3	66.7	46.7	26.7	13.3	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	9	55.6	11.1	11.1	22.2	33.3	11.1
化学	36	41.7	38.9	52.8	13.9	2.8	5.6
医療品・化粧品	15	46.7	33.3	26.7	20.0	6.7	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	22	50.0	40.9	45.5	13.6	4.5	9.1
窯業・土石	12	66.7	33.3	25.0	33.3	8.3	8.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	26	34.6	26.9	53.8	34.6	26.9	3.8
一般機械	45	57.8	46.7	44.4	28.9	13.3	4.4
電気機械	24	54.2	50.0	37.5	41.7	20.8	8.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	19	36.8	47.4	47.4	21.1	31.6	15.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器	39	33.3	30.8	59.0	12.8	2.6	10.3
精密機器	26	53.8	38.5	26.9	11.5	-	3.8
その他の製造業	31	64.5	45.2	22.6	22.6	12.9	3.2
商社・卸売	112	56.3	36.6	11.6	55.4	4.5	6.3
小売	8	12.5	50.0	25.0	50.0	25.0	12.5
その他の非製造業	2	50.0	-	-	-	50.0	50.0

4 . アジア主要国のビジネス上のリスク・問題点

ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している国のリスク・問題点について尋ねたところ、「政治・社会的に不安定」では「フィリピン」(52.5%)、「インドネシア」(50.4%)、「中国」(41.3%)と答えた企業が多く、「為替リスクが高い」は「インドネシア」(23.5%)が最も多く、人民元の切り上げ問題を抱える中国(20.5%)が続いている。

「法制度が未整備、運用に問題あり」、「知的財産権の保護に問題あり」、「税務上のリスク・問題あり」では、中国がそれぞれ 59.9%、59.2%、33.2%と、他の国と比べて最も多く、知財侵害などを中心とした法制度の運用面や税制面でリスクが認識されている。「税務上のリスク」は、中国における労働集約型品目に対する輸出時の増徴税(付加価値税)の還付率引き下げ(2006年9月)や外資系企業に対する法人税の優遇税率の見直しの動きなどを反映しているとみられる。

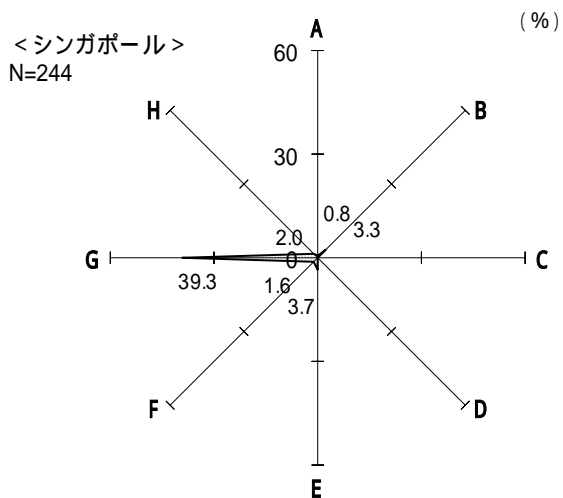
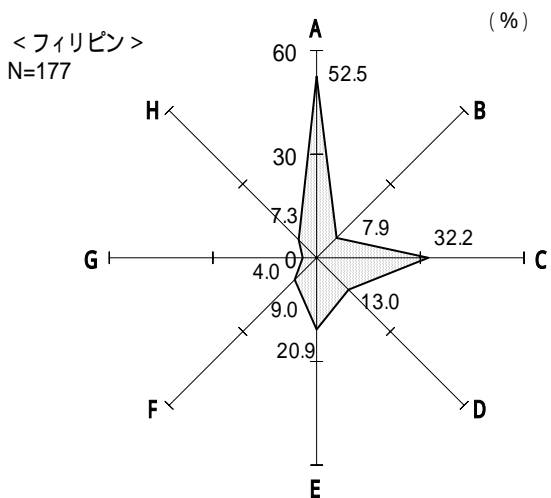
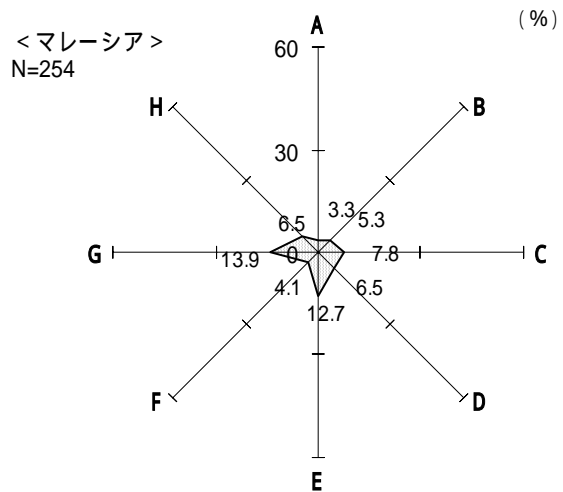
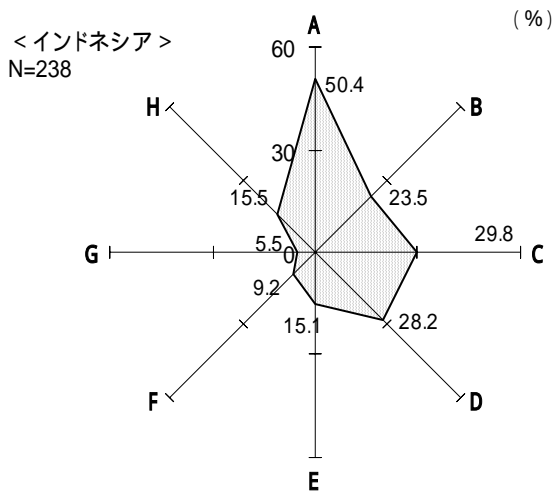
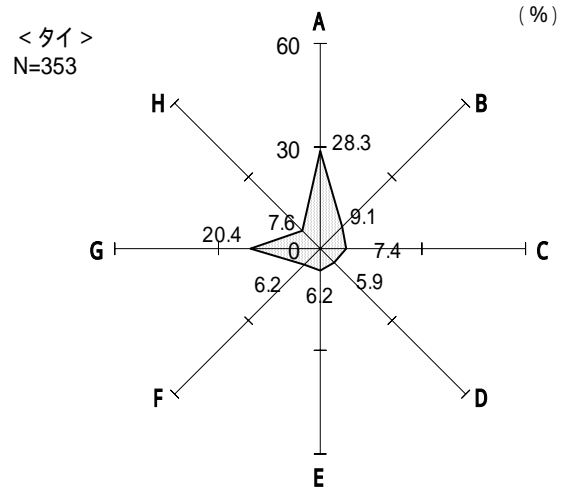
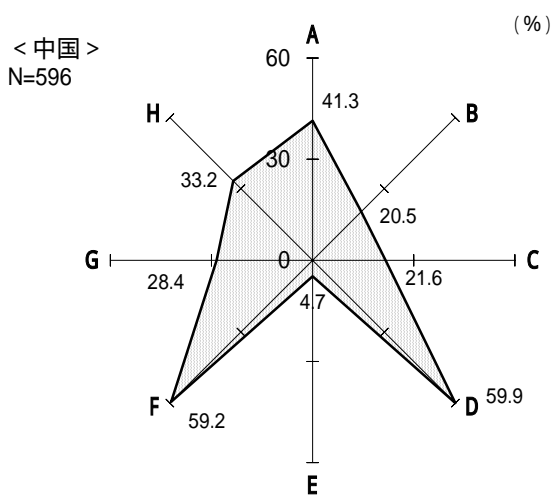
「インフラが未整備」ではインド(57.2%)、ベトナム(47.9%)が非常に高い水準にある。インド、ベトナムは日本企業の事業拡大意欲が高まっている一方、電力や物流面など各種インフラの未整備に大きな課題があると認識されている。「関連産業が集積・発展していない」でもベトナム、インドが上位にある一方、中国はこの面では極めて低い水準にある。また、「税務上のリスク・問題あり」でも、インドは 17.9%と中国に次いで多いが、これは、複雑な税制体系に対する日本企業の認識を反映したものとみられる。

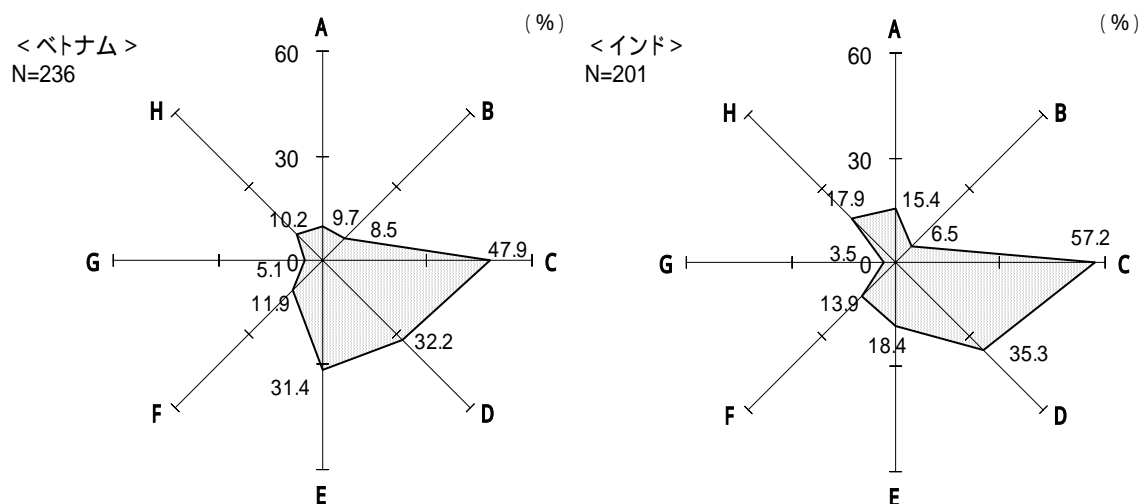
「人件費が高い、上昇している」では、シンガポール(39.3%)が最も多く、中国(28.4%)、タイ(20.4%)、マレーシア(13.9%)が続いている。

各国の「無回答」の比率をみると、「マレーシア」(55.9%)、「シンガポール」(52.9%)は半数を占め、リスク・問題が少ないという見方もできる。

図表 15 ビジネス関係がある / 新規ビジネスを検討している国のリスク・問題 (国別)

A 政治・社会的に不安定	B 為替リスクが高い	C インフラが未整備
D 法制度が未整備、運用に問題あり	E 関連産業が集積・発展していない	
F 知的財産権の保護に問題あり	G 人件費が高い、上昇している	
H 税務上のリスク・問題がある		





図表 16 ビジネス関係がある / 新規ビジネスを検討している国のリスク・問題 (無回答の比率)

	(%)							
	中国	タイ	マレーシア	シンガポール	インドネシア	ベトナム	インド	フィリピン
	5.5	38.2	26.9	55.9	29.9	52.9	28.8	20.9

図表 17 ビジネス関係がある / 新規ビジネスを検討している国のリスク・問題 (項目別)

(単位: %)

順位	政治・社会的に不安定		為替リスクが高い		インフラが未整備		法制度が未整備、運用に問題あり	
1	フィリピン	52.5	インドネシア	23.5	インド	57.2	中国	59.9
2	インドネシア	50.4	中国	20.5	ベトナム	47.9	インド	35.3
3	中国	41.3	タイ	9.1	フィリピン	32.2	ベトナム	32.2
4	タイ	28.3	ベトナム	8.5	インドネシア	29.8	インドネシア	28.2
5	インド	15.4	フィリピン	7.9	中国	21.6	フィリピン	13.0
6	ベトナム	9.7	インド	6.5	マレーシア	7.8	マレーシア	6.5
7	マレーシア	3.3	マレーシア	5.3	タイ	7.4	タイ	5.9
8	シンガポール	0.8	シンガポール	3.3	シンガポール	0.0	シンガポール	0.0
順位	関連産業が集積・発展していない		知的財産権の保護に問題あり		人件費が高い、上昇している		税務上のリスク・問題あり	
1	ベトナム	31.4	中国	59.2	シンガポール	39.3	中国	33.2
2	フィリピン	20.9	インド	13.9	中国	28.4	インド	17.9
3	インド	18.4	ベトナム	11.9	タイ	20.4	インドネシア	15.5
4	インドネシア	15.1	インドネシア	9.2	マレーシア	13.9	ベトナム	10.2
5	マレーシア	12.7	フィリピン	9.0	インドネシア	5.5	タイ	7.6
6	タイ	6.2	タイ	6.2	ベトナム	5.1	フィリピン	7.3
7	中国	4.7	マレーシア	4.1	フィリピン	4.0	マレーシア	6.5
8	シンガポール	3.7	シンガポール	1.6	インド	3.5	シンガポール	2.0

(n = 中国: 596、タイ: 353、インドネシア: 238、マレーシア: 245、フィリピン: 177、シンガポール: 244、ベトナム: 236、インド: 201)

[注] 母数(n)は、現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している企業。

・アジア大洋州における F T A と原産地規制

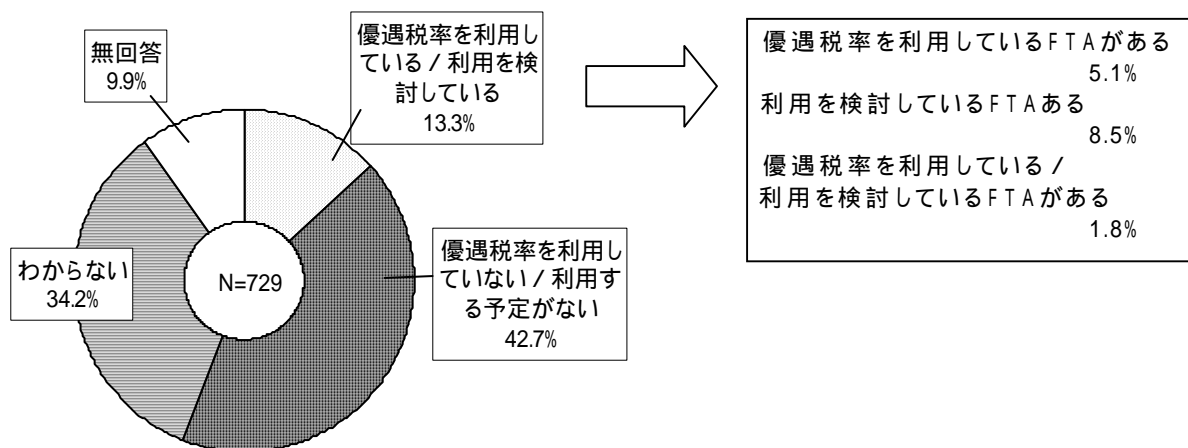
1 . アジア大洋州で発効している F T A の優遇税率の利用状況

アジア大洋州域内(日本、ASEAN、中国、韓国、インド、オーストラリア、ニュージーランド)で発効している FTA(アーリーハーベストを含む)の輸出ビジネスにおける優遇税率の活用状況について、「優遇税率を利用している / 利用を検討している」割合は 13.3%(97 社)で、このうち、「利用している」企業の割合は 5.1%(37 社)、「利用を検討している」企業の割合は 8.5%(62 社)であった(このうち、「優遇税率を利用している」と「利用を検討している」双方に回答した企業は 13 社)。

一方、「優遇税率を利用していない / 利用する予定がない」は 42.7%であった。また、「わからない」も 34.2%(249 社)にのぼっているが、こうした背景には FTA に対する認知度が高まっていないこともあるとみられる。

輸出ビジネスで優遇税制を利用している企業(37 社)のうち、31 社は海外生産製造業、6 社が商社・小売・卸売業と、海外で生産を行う企業の利用率が高い。また、大企業が 29 社、中小企業が 8 社と、大企業の利用率が高いのも特徴である。業種別では、自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器、化学、電気機械などで利用件数が多い。

図表 1 アジア大洋州で発効している FTA の輸出ビジネスにおける優遇税率の利用状況(全体)



アジア大洋州で発効している FTA (アーリーハーベスト含む)

日本	シンガポール	シンガポール	インド
日本	マレーシア	シンガポール	ニュージーランド
ASEAN自由貿易地域(AFTA)		シンガポール	オーストラリア
中国	ASEAN	タイ	インド
中国	香港	タイ	オーストラリア
中国	マカオ	タイ	ニュージーランド
シンガポール	韓国	オーストラリア	ニュージーランド

図表 2 アジア大洋州で発効しているFTAの優遇税率の利用状況(企業属性別)

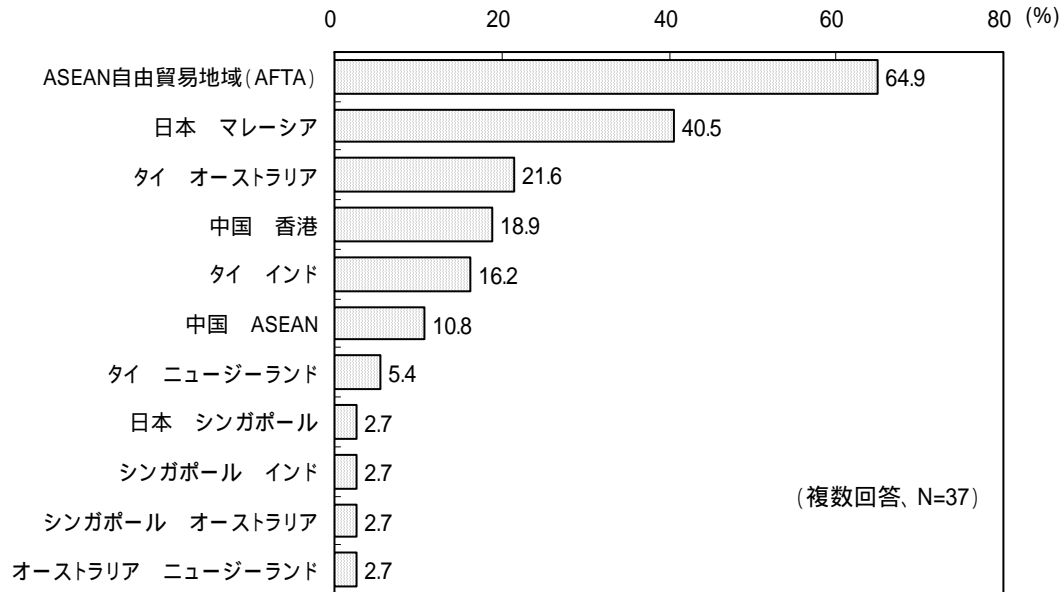
	社数	優遇税率を 利用している / 利用を検討 している	優遇税率を 利用していな い/ 利用する 予定がない	わからない
				(%)
総計	729	13.3	42.7	34.2
大企業	314	19.4	41.4	34.4
中小企業	415	8.7	43.6	34.0
製造業	525	14.7	39.6	37.0
海外生産製造業	330	19.7	37.0	37.0
国内製造業	195	6.2	44.1	36.9
非製造業	204	9.8	50.5	27.0
飲食料品	49	6.1	42.9	38.8
繊維・織物/アパレル	24	20.8	37.5	25.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	18.8	6.3	56.3
化学	46	19.6	41.3	32.6
医療品・化粧品	27	3.7	40.7	40.7
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	13.3	33.3	43.3
窯業・土石	17	29.4	47.1	23.5
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	13.3	37.8	37.8
一般機械	63	15.9	44.4	39.7
電気機械	39	17.9	41.0	41.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	25	-	60.0	40.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	30.4	32.1	30.4
精密機器	40	2.5	45.0	42.5
その他の製造業	48	12.5	35.4	31.3
商社・卸売	180	10.0	48.3	28.9
小売	20	10.0	60.0	15.0
その他の非製造業	4	-	100.0	-

輸出ビジネスで優遇税率を利用しているFTAの内訳は、AFTA(ASEAN自由貿易地域)(24件)が最も多く、日本-マレーシア(15件)、タイ-オーストラリア(8件)が続いている。アジア大洋州地域における日本企業のFTA利用の特徴は、日本企業の生産ネットワークが構築されているAFTAの利用が多いこと、2006年7月に発効したばかりの日本-マレーシアの利用が目立っていること、日本企業の重要な生産拠点となっているタイにおいて、インド、オーストラリアなどASEAN域外市場への輸出拠点としてFTAが利用されているケースがみられることが挙げられる。

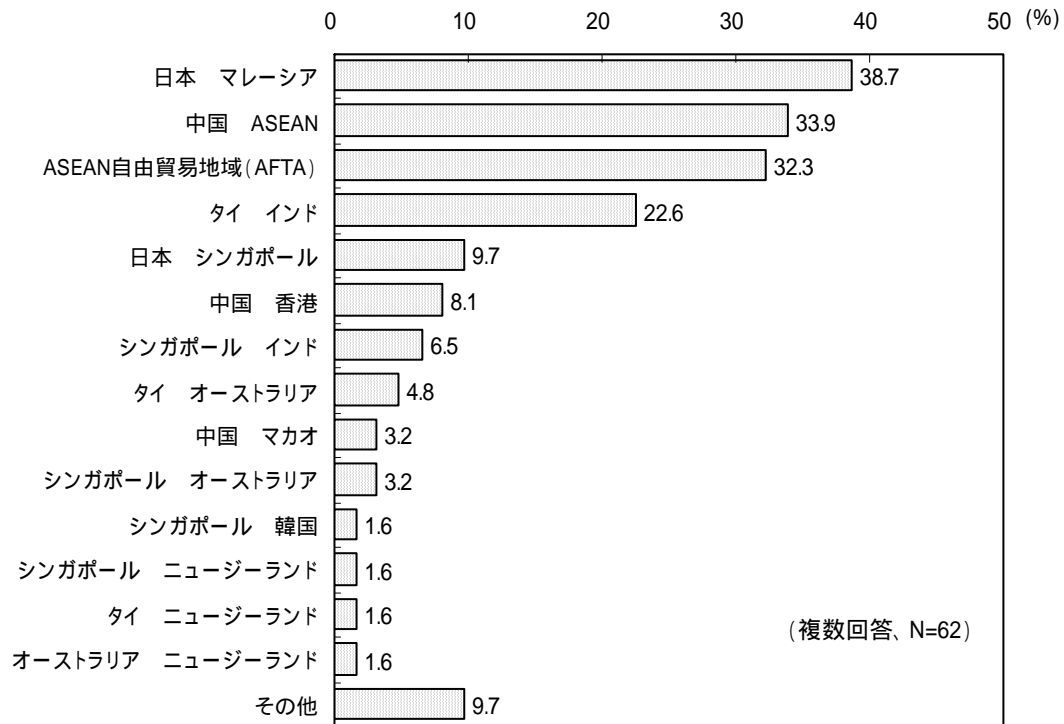
利用を検討しているFTAの内訳は、日本-マレーシア(24件)が最も多く、同FTAに対する期待が高い。中国-ASEAN(21件)、AFTA(20件)、タイ-インド(14件)が続いている。タイ-インド間FTAは82品目のアーリーハーベストのみが実施されているにすぎないが、利用(6件)、利用を検討しているともに上位にあり、拡大するインド市場をASEANからアプローチする企業姿勢が見受けられる。

利用、利用を検討しているFTAの中で、タイ-インド、タイ-オーストラリアが上位にみられることは、ASEAN+3のみならず、インド、オーストラリア、ニュージーランドを含めたASEAN+6によるFTA締結に対する日本企業の期待が強いことを反映しているとみられる。

図表 3 優遇税率を利用しているFTA(全体)



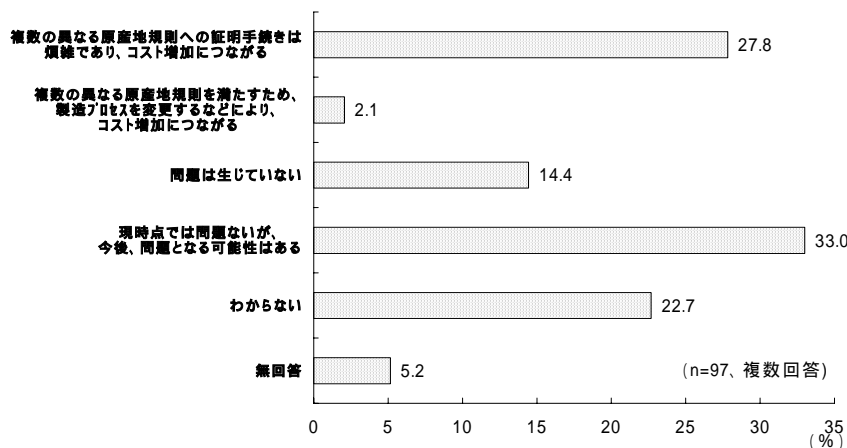
図表 4 利用を検討しているFTA(全体)



2. 複数の原産地規制が存在することによる輸出ビジネスの問題点

優遇税率を利用している / 利用を検討していると回答した企業 97 社に、原産地規則 (FTA の優遇税率を適用する際、物品の原産国を判定する基準) の問題について尋ねたところ、「現時点では問題ないが、今後、問題となる可能性はある」が、優遇税率を利用している、利用を検討している企業 (97 社) の 33.0% を占め、最も多かった。「複数の異なる原産地規則への証明手続きは煩雑であり、コスト増加につながる」とした企業の割合が 27.8% (27 件) で、「複数の異なる原産地規則を満たすため、製造プロセスを変更するなどにより、コスト増加につながる」は 2 件にとどまった。「問題は生じていない」は 14.4% (14 件) であった。

図表 5 複数の原産地規制が存在することによる輸出ビジネスの問題点 (全体)



[注] 母数 (n) は「優遇税率を利用している / 利用を検討している」企業。

図表 6 複数の原産地規制が存在することによる輸出ビジネスの問題点 (企業属性)

(複数回答、%)

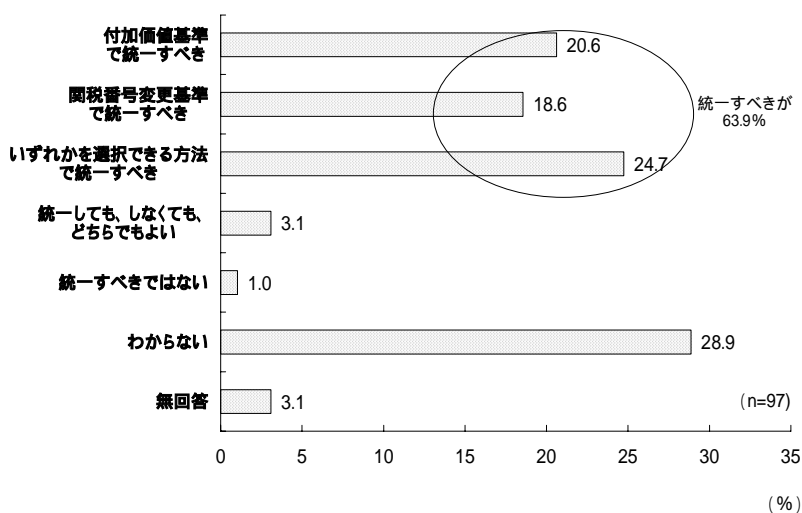
	社数	複数の異なる原産地規則への証明手続きは煩雑であり、コスト増加につながる	複数の異なる原産地規則を満たすため、製造プロセスを変更するなどにより、コスト増加につながる	問題は生じていない	現時点では問題ないが、今後、問題となる可能性はある	わからない
総計	97	27.8	2.1	14.4	33.0	22.7
大企業	61	27.9	3.3	16.4	41.0	18.0
中小企業	36	27.8	-	11.1	19.4	30.6
製造業	77	27.3	2.6	13.0	29.9	24.7
海外生産製造業	65	29.2	1.5	13.8	32.3	21.5
国内製造業	12	16.7	8.3	8.3	16.7	41.7
非製造業	20	30.0	-	20.0	45.0	15.0
飲食料品	3	66.7	-	-	-	33.3
繊維・織物 / アパレル	5	60.0	-	-	40.0	-
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	3	33.3	-	33.3	-	33.3
化学	9	11.1	11.1	33.3	11.1	33.3
医薬品・化粧品	1	100.0	-	-	-	-
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	4	-	-	-	-	100.0
窯業・土石	5	-	-	20.0	60.0	20.0
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	6	50.0	-	-	33.3	16.7
一般機械	10	20.0	-	-	80.0	-
電気機械	7	42.9	-	14.3	42.9	14.3
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	-	-	-	-	-	-
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	17	23.5	5.9	11.8	17.6	29.4
精密機器	1	-	-	-	100.0	-
その他の製造業	6	16.7	-	33.3	-	33.3
商社・卸売	18	33.3	-	22.2	44.4	11.1
小売	2	-	-	-	50.0	50.0
その他の非製造業	-	-	-	-	-	-

3. 原産地規制の今後の方向性

原産地規則の今後の方向性については、「付加価値基準か関税番号変更基準のいずれかを選択できる方法で統一すべき」(24.7%)が最も多く、「付加価値基準で統一すべき」(20.6%)、「関税番号変更基準で統一すべき」(18.6%)が続いており、「統一すべき」が合計で63.9%に及んでいる。ただし、「わからない」も28.9%を占めている。

なお、付加価値基準は、物品に対する付加価値で原産国を判断する方法であり、AFTA や ASEAN・中国 FTA で主として採用されている。関税番号変更基準は、最終財の関税番号(HSコード)が、投入財の関税番号から変化する製品に対して、原産国認定を行うもので、タイ-オーストラリアなどで主として採用されている。付加価値基準もしくは関税番号変更基準のいずれかを選択できる方法は、日本-マレーシアで採用されている。

図表 - 7 原産地規制の今後の方向性(全体)



図表 - 8 原産地規制の今後の方向性(企業属性別)

	社数	(右記のいずれかを選択できる方法で統一すべき)	付加価値基準で統一すべき	関税番号変更基準で統一すべき	統一しても、しなくても、どちらでもよい	統一すべきではない	わからない
総計	97	24.7	20.6	18.6	3.1	1.0	28.9
大企業	61	24.6	21.3	18.0	3.3	1.6	29.5
中小企業	36	25.0	19.4	19.4	2.8	-	27.8
製造業	77	22.1	23.4	15.6	2.6	1.3	31.2
海外生産製造業	65	20.0	26.2	15.4	3.1	1.5	30.8
国内製造業	12	33.3	8.3	16.7	-	-	33.3
非製造業	20	35.0	10.0	30.0	5.0	-	20.0
飲食料品	3	33.3	66.7	-	-	-	-
繊維・織物 / アパレル	5	20.0	20.0	20.0	-	-	40.0
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	3	-	66.7	33.3	-	-	-
化学	9	22.2	22.2	11.1	-	11.1	11.1
医療品・化粧品	1	100.0	-	-	-	-	-
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	4	25.0	-	-	-	-	75.0
窯業・土石	5	-	80.0	20.0	-	-	-
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	6	16.7	16.7	33.3	-	-	33.3
一般機械	10	20.0	10.0	30.0	-	-	40.0
電気機械	7	57.1	14.3	-	14.3	-	14.3
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	-	-	-	-	-	-	-
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	17	17.6	17.6	17.6	5.9	-	35.3
精密機器	1	-	-	-	-	-	100.0
その他の製造業	6	16.7	16.7	-	-	-	66.7
商社・卸売	18	33.3	11.1	33.3	-	-	22.2
小売	2	50.0	-	-	50.0	-	-
その他の非製造業	-	-	-	-	-	-	-

京都メカニズムに対する取り組み

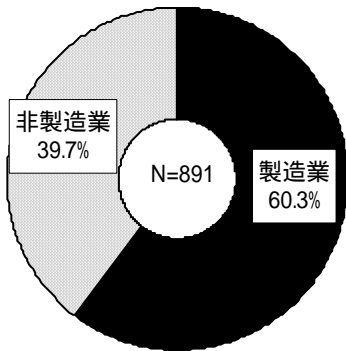
1. 回答企業のプロフィール

本章は、非製造業を中心に調査対象企業を拡大したので、あらためてプロフィールをまとめる。

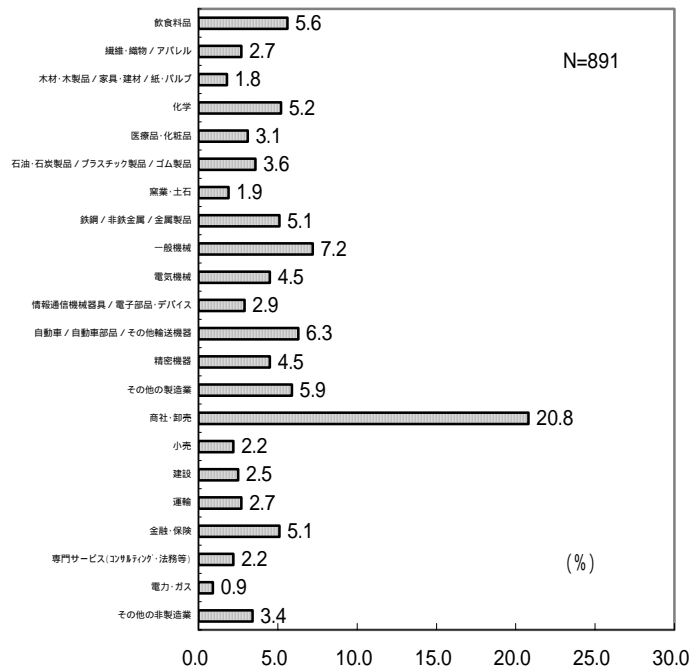
(1) 事業内容

回答企業は 891 社で、製造業が 60.3% (537 社)、非製造業が 39.7% (354 社) となっている。

図表 事業内容(全体)



図表 2 事業内容(業種別)



図表 3 業種別回答企業

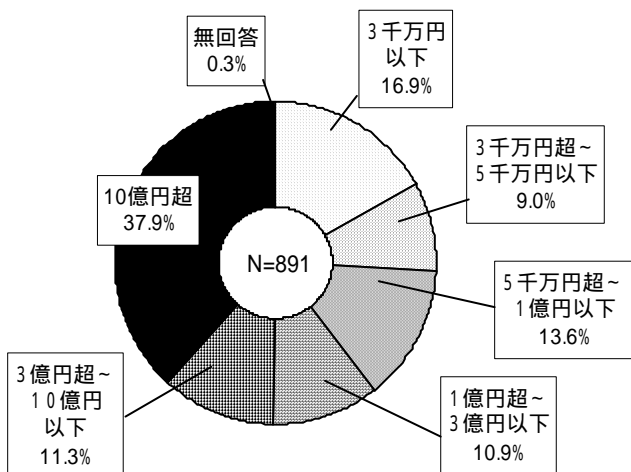
業種	(社、%)	
	合計	構成比
総計	891	100.0
製造業	537	60.3
飲食料品	50	5.6
繊維・織物 / アパレル	24	2.7
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	16	1.8
化学	46	5.2
医薬品・化粧品	28	3.1
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	32	3.6
窯業・土石	17	1.9
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	45	5.1
一般機械	64	7.2
電気機械	40	4.5
情報通信機器器具 / 電子部品・デバイス	26	2.9
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	56	6.3
精密機器	40	4.5
その他の製造業	53	5.9
非製造業	354	39.7
商社・卸売	185	20.8
小売	20	2.2
建設	22	2.5
運輸	24	2.7
金融・保険	45	5.1
専門サービス(コンサルティング・法務等)	20	2.2
電力・ガス	8	0.9
その他の非製造業	30	3.4

(2) 資本金および従業員数

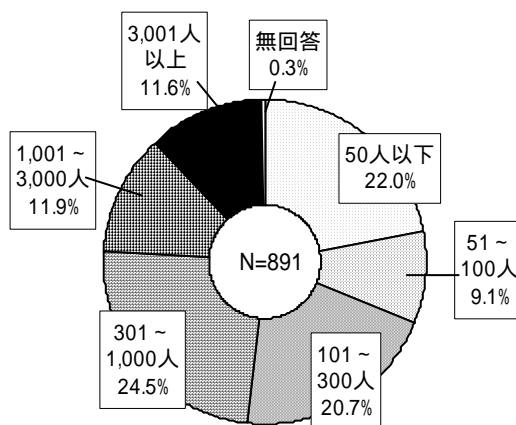
回答企業の資本金、従業員数をみると、資本金は「10億円超」の企業が37.9%(338社)、従業員数は「301~1,000人」の企業が24.5%(218社)で最も比率が高い。

資本金と従業員数をもとに、中小企業基本法に基づいた要件で大企業と中小企業に分類すると、「大企業」は46.2%(412社)、「中小企業」は53.8%(479社)となる。

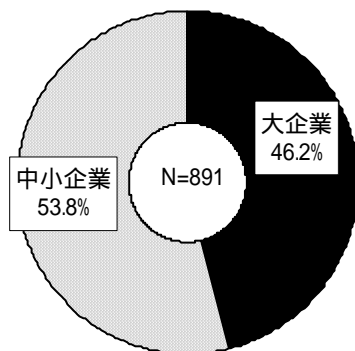
図表 4 資本金(全体)



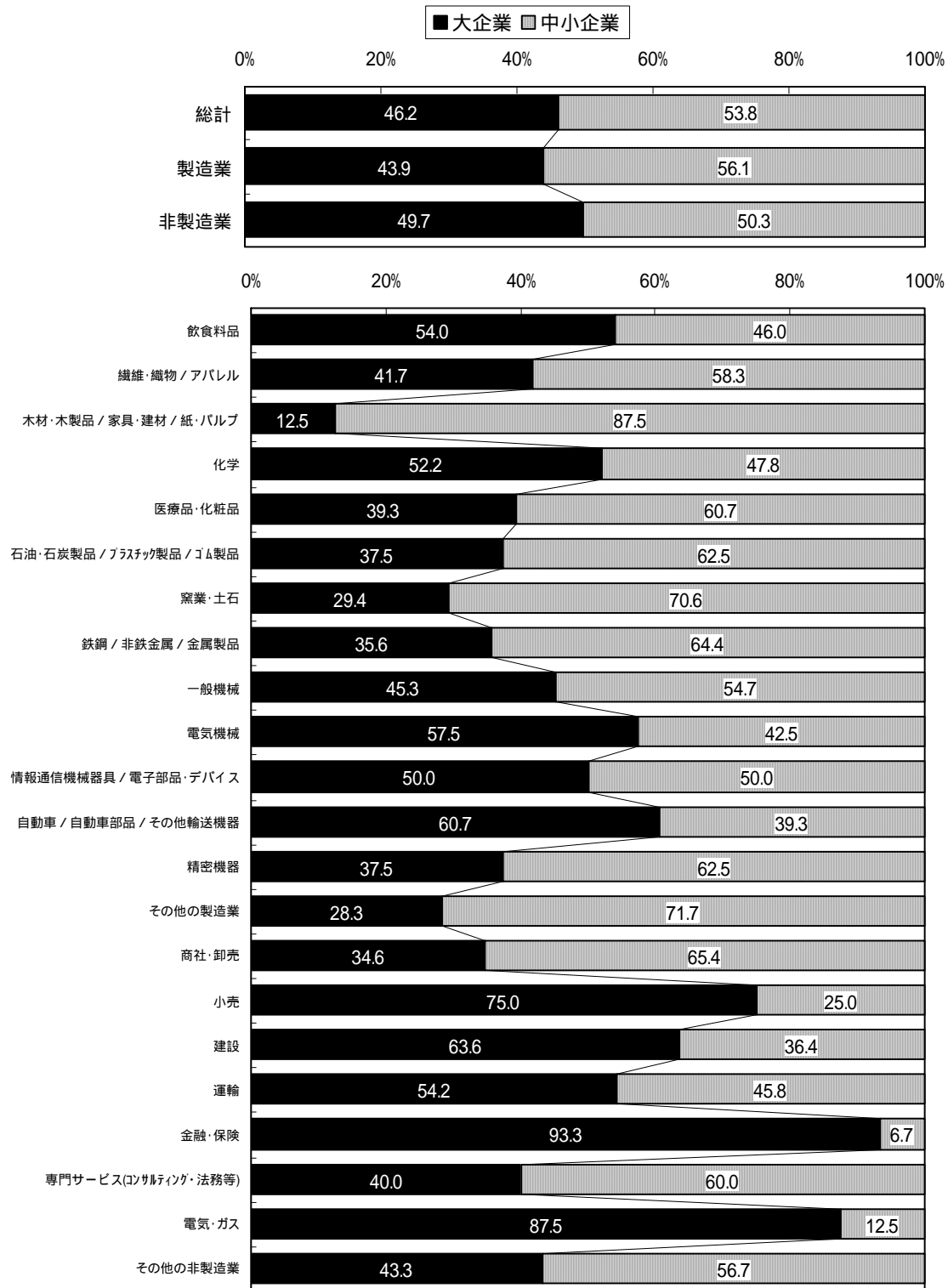
図表 5 従業員数(全体)



図表 6 大企業・中小企業分類



図表 7 大企業・中小企業分類(業種別)



[注] 各業種別の母数(N)は図表 8を参照。

[注] 建設、運輸、金融・保険、専門サービス、電気・ガス、その他の非製造業を合計した「商社・卸売、小売以外のその他の非製造業」は、大企業 = 76.9%、中小企業 = 23.1%

図表 8 資本金・従業員規模分類(業種別)

(%)

業種	資本金							従業員数					
	社数	～3千 万円	～5千 万円	～1億 円	～3億 円	～10 億円	10億 円超	50人 以下	～100人	～300人	～1,000 人	～3,000 人	3,001人 以上
総計	891	16.9	9.0	13.6	10.9	11.3	37.9	22.0	9.1	20.7	24.5	11.9	11.6
製造業	537	13.8	9.1	15.6	10.2	11.4	39.7	15.5	7.6	24.2	28.1	10.8	13.4
飲食料品	50	10.0	4.0	16.0	12.0	10.0	48.0	10.0	2.0	20.0	34.0	24.0	10.0
繊維・織物/アパレル	24	20.8	25.0	8.3	-	4.2	41.7	25.0	16.7	16.7	29.2	8.3	4.2
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	25.0	37.5	18.8	-	6.3	12.5	37.5	-	43.8	12.5	-	6.3
化学	46	4.3	4.3	15.2	6.5	13.0	56.5	10.9	6.5	26.1	37.0	10.9	8.7
医療品・化粧品	28	17.9	7.1	17.9	7.1	21.4	28.6	17.9	10.7	25.0	25.0	7.1	14.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	32	18.8	3.1	9.4	28.1	9.4	31.3	15.6	6.3	31.3	31.3	3.1	12.5
窯業・土石	17	5.9	11.8	11.8	23.5	17.6	23.5	11.8	11.8	35.3	29.4	11.8	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	20.0	15.6	20.0	8.9	6.7	28.9	20.0	15.6	24.4	22.2	6.7	11.1
一般機械	64	6.3	9.4	18.8	7.8	12.5	45.3	14.1	7.8	23.4	32.8	4.7	17.2
電気機械	40	12.5	2.5	17.5	7.5	10.0	50.0	12.5	7.5	15.0	30.0	15.0	20.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	26	23.1	3.8	7.7	3.8	7.7	53.8	19.2	7.7	15.4	11.5	15.4	30.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	8.9	8.9	10.7	5.4	14.3	51.8	10.7	3.6	14.3	26.8	17.9	26.8
精密機器	40	17.5	7.5	20.0	12.5	10.0	32.5	7.5	10.0	37.5	25.0	12.5	7.5
その他の製造業	53	18.9	9.4	18.9	18.9	13.2	20.8	22.6	5.7	28.3	28.3	5.7	5.7
非製造業	354	21.8	8.8	10.5	11.9	11.3	35.3	31.9	11.3	15.3	18.9	13.6	8.8
商社・卸売	185	28.1	13.0	10.8	15.1	15.1	16.8	42.7	17.8	20.0	15.7	2.7	0.5
小売	20	20.0	5.0	5.0	10.0	15.0	45.0	20.0	10.0	15.0	10.0	25.0	20.0
電気・ガス	8	12.5	-	-	-	-	87.5	12.5	-	-	-	25.0	62.5
その他の非製造業	141	14.2	4.3	11.3	8.5	6.4	55.3	20.6	3.5	9.9	25.5	25.5	14.9

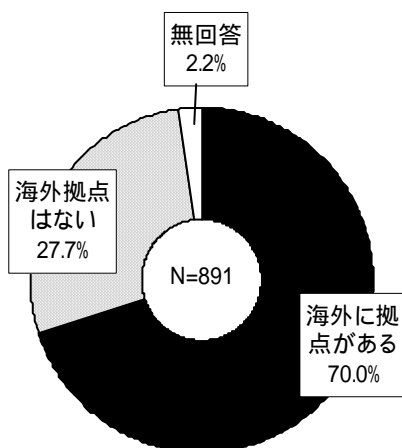
(3) 海外拠点の有無

回答企業 891 社のうち、「海外に拠点がある」企業は 70.0% (624 社) となっている。

海外に拠点を持つ企業を業種別にみると、「製造業」は 66.0% (412 社)、「非製造業」は 34.0% (212 社) となっている。

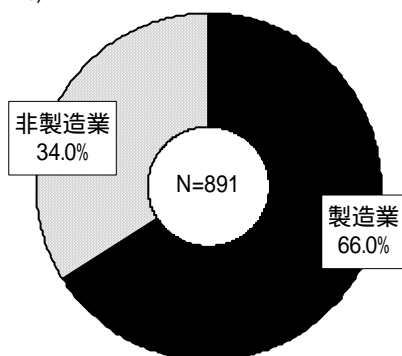
規模別にみると、「大企業」が 57.7% (360 社)、「中小企業」が 42.3% (264 社) となっている。

図表 9 海外拠点の有無(全体)

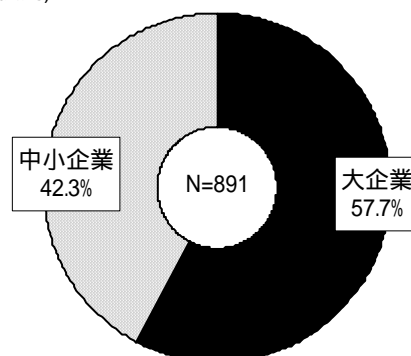


図表 10 海外拠点がある企業の内訳(業種別、規模別)

(業種別)



(規模別)



図表 11 海外拠点の所有比率(規模別、業種別)

業種	(%)		
	総計	大企業	中小企業
総計	70.0	87.4	55.1
製造業	76.7	94.5	62.8
飲食料品	74.0	85.2	60.9
繊維・織物 / アパレル	87.5	100.0	78.6
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	68.8	100.0	64.3
化学	89.1	100.0	77.3
医療品・化粧品	60.7	90.9	41.2
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	84.4	100.0	75.0
窯業・土石	64.7	100.0	50.0
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	71.1	87.5	62.1
一般機械	71.9	93.1	54.3
電気機械	75.0	95.7	47.1
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	80.8	100.0	61.5
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	85.7	100.0	63.6
精密機器	75.0	93.3	64.0
その他の製造業	75.5	86.7	71.1
非製造業	59.9	77.8	42.1
商社・卸売	58.9	87.5	43.8
小売	60.0	73.3	20.0
電気・ガス	50.0	57.1	-
その他の非製造業	61.7	73.3	41.2

(注) 各業種別の母数(N)は、図表 12を参照。

図表 12 海外拠点の有無(規模別、業種別社数)

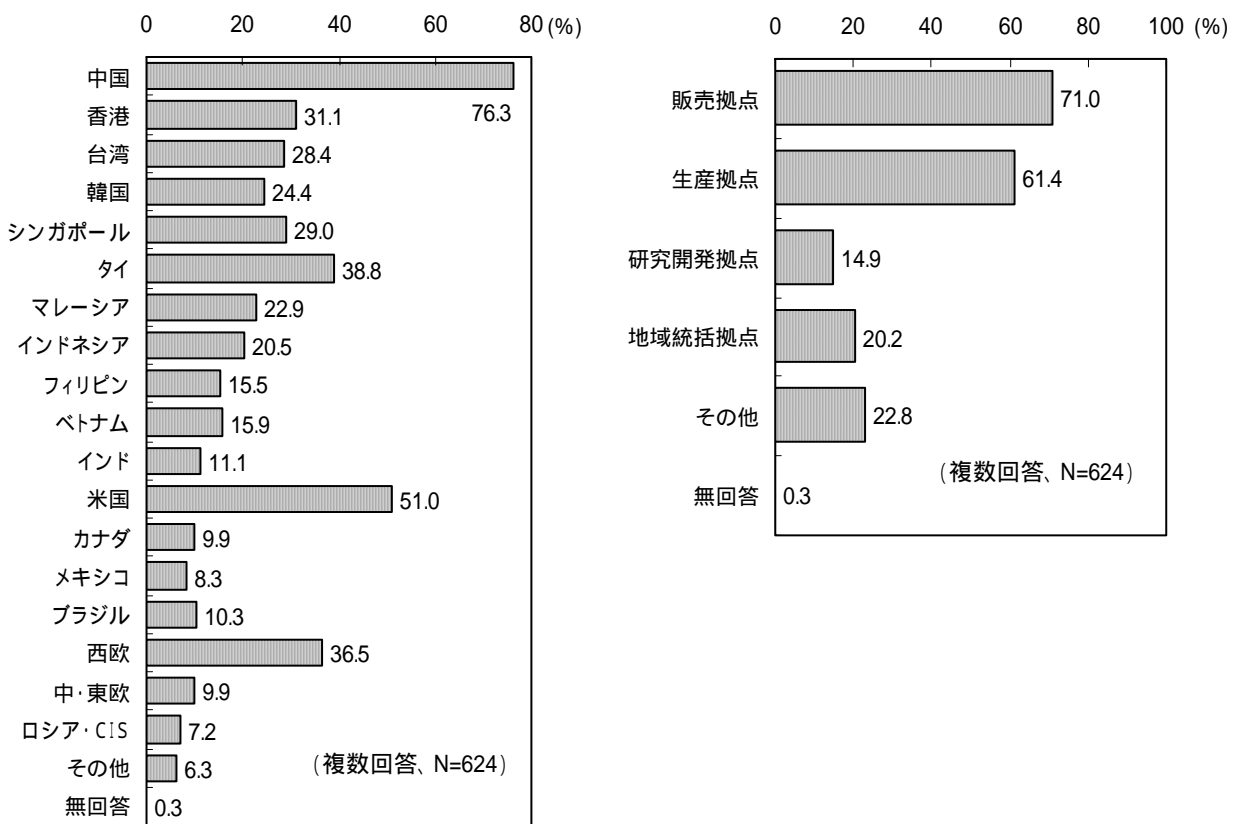
	総数			大企業			中小企業		
	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし
総計	891	624	247	412	360	50	479	264	197
製造業	537	412	114	236	223	13	301	189	101
飲食料品	50	37	13	27	23	4	23	14	9
繊維・織物 / アパレル	24	21	3	10	10	-	14	11	3
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	16	11	5	2	2	-	14	9	5
化学	46	41	5	24	24	-	22	17	5
医療品・化粧品	28	17	11	11	10	1	17	7	10
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	32	27	4	12	12	-	20	15	4
窯業・土石	17	11	4	5	5	-	12	6	4
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	45	32	12	16	14	2	29	18	10
一般機械	64	46	15	29	27	2	35	19	13
電気機械	40	30	10	23	22	1	17	8	9
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	26	21	5	13	13	-	13	8	5
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	56	48	7	34	34	-	22	14	7
精密機器	40	30	10	15	14	1	25	16	9
その他の製造業	53	40	10	15	13	2	38	27	8
非製造業	354	212	133	176	137	37	178	75	96
商社・卸売	185	109	68	64	56	7	121	53	61
小売	20	12	8	15	11	4	5	1	4
電気・ガス	8	4	4	7	4	3	1	-	1
その他の非製造業	141	87	53	90	66	23	51	21	30

(4) 海外拠点の設置状況(所在と機能)

海外に拠点を持つ企業 624 社の拠点の所在地をみると、「中国」が 476 社(76.3%)で最も多く、以下「米国」が 318 社(51.0%)、「タイ」が 242 社(38.8%)、「西欧」が 228 社(36.5%)と続く。

海外拠点の機能は同一国・地域内の拠点数を尋ねていないため、同じ国に3つ販売拠点があつたとしても拠点数は1つとカウントしている。「販売拠点」は拠点総数が 2,005 件で、海外に拠点を所有している企業の 71.0%(443 社)で最も比率が高い。次いで「生産拠点」は拠点総数が 1,101 件で、海外に拠点を所有している企業の 61.4%(383 社)となっている。

図表 13 海外拠点の所在と機能(全体)



図表 14 海外拠点の所在と機能(規模別、業種別)

(複数回答、%)

	社数	販売拠点	生産拠点	研究開発 拠点	地域統括 拠点	その他
総計	624	71.0	61.4	14.9	20.2	22.8
大企業	360	75.0	64.4	19.4	24.7	27.2
中小企業	264	65.5	57.2	8.7	14.0	16.7
製造業	412	76.0	81.3	20.6	22.3	13.8
飲食料品	37	81.1	89.2	29.7	10.8	5.4
繊維・織物 / アパレル	21	57.1	90.5	14.3	19.0	9.5
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	11	45.5	81.8	-	36.4	-
化学	41	92.7	80.5	19.5	14.6	12.2
医療品・化粧品	17	76.5	64.7	35.3	29.4	11.8
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	27	66.7	66.7	3.7	22.2	25.9
窯業・土石	11	81.8	100.0	9.1	9.1	-
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	32	56.3	84.4	9.4	15.6	9.4
一般機械	46	95.7	82.6	19.6	19.6	13.0
電気機械	30	83.3	80.0	30.0	40.0	30.0
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	21	90.5	90.5	38.1	47.6	9.5
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	48	66.7	93.8	27.1	31.3	10.4
精密機器	30	80.0	73.3	23.3	16.7	20.0
その他の製造業	40	65.0	65.0	15.0	15.0	20.0
非製造業	212	61.3	22.6	3.8	16.0	40.1
商社・卸売	109	83.5	31.2	3.7	11.9	24.8
小売	12	41.7	33.3	-	8.3	66.7
電気・ガス	4	25.0	25.0	-	25.0	75.0
その他の非製造業	87	37.9	10.3	4.6	21.8	54.0

海外拠点を所有している企業の比率

国・地域別に拠点の設置状況を見ると、中国には323社（海外に拠点を所有している企業の51.8%）が「販売拠点」を所有し、293社（同47.0%）が「生産拠点」を所有している。米国では252社（同40.4%）が「販売拠点」を所有し、114社（同18.3%）が「生産拠点」を所有している。また、タイでは164社（同26.3%）が「販売拠点」を、124社（同19.9%）が生産拠点を所有している。「研究開発拠点」は、米国の43社（同6.9%）、中国の39社（同6.3%）、西欧の34社（同5.4%）が最も多く、「地域統括拠点」も、米国が64社（同10.3%）で最も多く、以下、中国、西欧の59社（同9.5%）と続く。

図表 15 海外拠点の所在と機能（国、地域別）

（複数回答）

	販売拠点		生産拠点		研究開発拠点		地域統括拠点		その他		拠点所有社数	
	社数	%	社数	%	社数	%	社数	%	社数	%	社数	%
中国	323	51.8	293	47.0	39	6.3	59	9.5	76	12.2	476	76.3
香港	154	24.7	16	2.6	4	0.6	21	3.4	35	5.6	194	31.1
台湾	141	22.6	58	9.3	6	1.0	12	1.9	15	2.4	177	28.4
韓国	121	19.4	57	9.1	10	1.6	6	1.0	17	2.7	152	24.4
シンガポール	144	23.1	17	2.7	9	1.4	37	5.9	22	3.5	181	29.0
タイ	164	26.3	124	19.9	10	1.6	14	2.2	29	4.6	242	38.8
マレーシア	101	16.2	59	9.5	8	1.3	7	1.1	20	3.2	143	22.9
インドネシア	69	11.1	70	11.2	4	0.6	9	1.4	19	3.0	128	20.5
フィリピン	60	9.6	38	6.1	4	0.6	4	0.6	17	2.7	87	13.9
ベトナム	41	6.6	51	8.2	1	0.2	6	1.0	24	3.8	99	15.9
インド	42	6.7	26	4.2	4	0.6	7	1.1	13	2.1	69	11.1
米国	252	40.4	114	18.3	43	6.9	64	10.3	43	6.9	318	51.0
カナダ	47	7.5	15	2.4	2	0.3	2	0.3	6	1.0	62	9.9
メキシコ	36	5.8	23	3.7	1	0.2	2	0.3	5	0.8	52	8.3
ブラジル	45	7.2	29	4.6	5	0.8	4	0.6	11	1.8	64	10.3
西欧	180	28.8	71	11.4	34	5.4	59	9.5	40	6.4	228	36.5
中・東欧	37	5.9	25	4.0	2	0.3	3	0.5	10	1.6	62	9.9
ロシア・CIS	26	4.2	4	0.6	2	0.3	1	0.2	15	2.4	45	7.2
その他	22	3.5	11	1.8	1	0	6	1.0	9	1.4	39	6.3
拠点所有社数	443	71.0	383	61.4	93	14.9	126	20.2	142	22.8	624	100.0
拠点総数	2,005	321.3	1,101	176.4	189	30.3	323	51.8	426	68.3	4,044	648.1

図表 16 販売拠点の所在(業種別)

(複数回答、%)

	飲食料 品	繊維・ 織物/ アパレル	木材・ 木製品 /家具・建 材/紙・パ ルプ	化学	医療 品・化 粧品	石油・ 石炭製 品/プ ラス チック 製品/ ゴム製 品	窯業・ 土石	鉄鋼/ 非鉄金 属/金 属製品	一般 機械	電気 機械	情報通 信機械 器具/ 電子部 品・デ バイス	自動車 /自動 車部品 /その 他輸送 機器	精密 機器	その他 の製 造業	商社・ 卸売	小売	電気・ ガス	その他 の非製 造業
社数	30	12	5	38	13	18	9	18	44	25	19	32	24	26	91	5	1	33
中国	73.3	75.0	80.0	65.8	76.9	66.7	66.7	77.8	77.3	80.0	89.5	87.5	75.0	61.5	64.8	80.0	-	75.8
香港	30.0	66.7	-	23.7	15.4	38.9	33.3	44.4	22.7	36.0	78.9	18.8	41.7	26.9	37.4	20.0	-	48.5
台湾	33.3	16.7	-	42.1	38.5	16.7	44.4	27.8	31.8	44.0	57.9	40.6	29.2	26.9	22.0	20.0	-	36.4
韓国	23.3	16.7	-	31.6	15.4	22.2	22.2	22.2	36.4	48.0	47.4	34.4	41.7	15.4	18.7	-	-	27.3
シンガポール	13.3	16.7	-	31.6	7.7	33.3	22.2	44.4	38.6	52.0	63.2	15.6	37.5	30.8	30.8	-	-	51.5
タイ	30.0	41.7	-	28.9	15.4	27.8	55.6	38.9	45.5	40.0	47.4	59.4	50.0	19.2	29.7	20.0	100.0	48.5
マレーシア	13.3	8.3	-	15.8	15.4	16.7	33.3	11.1	29.5	40.0	52.6	34.4	37.5	11.5	13.2	20.0	-	33.3
インドネシア	6.7	25.0	-	18.4	15.4	5.6	11.1	5.6	27.3	16.0	15.8	34.4	4.2	-	12.1	-	-	30.3
フィリピン	3.3	16.7	-	5.3	23.1	11.1	22.2	5.6	18.2	20.0	26.3	25.0	12.5	3.8	5.5	-	-	36.4
ベトナム	3.3	-	-	5.3	7.7	5.6	22.2	11.1	13.6	-	10.5	18.8	20.8	-	6.6	-	-	21.2
インド	-	-	-	7.9	-	5.6	11.1	5.6	20.5	12.0	10.5	21.9	12.5	7.7	4.4	-	-	18.2
米国	63.3	66.7	40.0	52.6	30.8	50.0	55.6	61.1	70.5	72.0	73.7	71.9	62.5	53.8	42.9	20.0	-	57.6
カナダ	10.0	-	20.0	-	-	11.1	22.2	-	20.5	20.0	21.1	21.9	16.7	3.8	3.3	-	-	18.2
メキシコ	3.3	-	-	2.6	7.7	5.6	-	-	18.2	8.0	15.8	28.1	8.3	3.8	3.3	-	-	12.1
ブラジル	3.3	-	-	10.5	7.7	-	-	11.1	18.2	16.0	15.8	18.8	20.8	7.7	4.4	-	-	15.2
西欧	23.3	25.0	40.0	36.8	38.5	27.8	11.1	55.6	65.9	60.0	68.4	53.1	50.0	46.2	20.9	-	-	48.5
中・東欧	3.3	-	-	-	7.7	-	11.1	5.6	13.6	20.0	15.8	21.9	16.7	3.8	1.1	-	-	18.2
ロシア・CIS	-	-	-	2.6	-	5.6	11.1	5.6	2.3	16.0	5.3	15.6	12.5	-	3.3	-	-	15.2
その他	3.3	8.3	-	-	-	5.6	-	-	4.5	4.0	5.3	6.3	4.2	3.8	7.7	20.0	-	9.1

図表 17 生産拠点の所在(業種別)

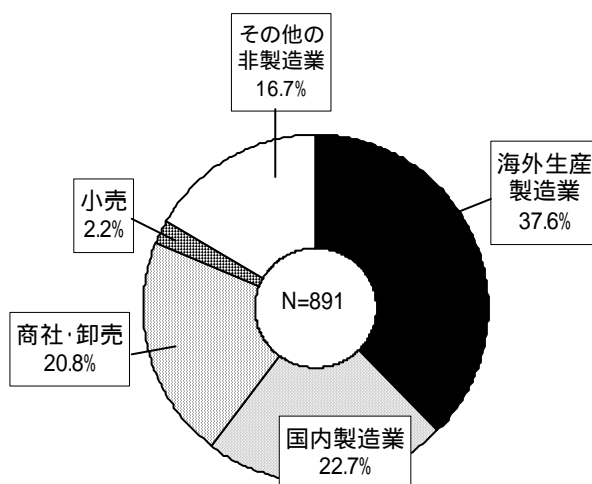
(複数回答、%)

	飲食料 品	繊維・ 織物/ アパレル	木材・ 木製品 /家具・建 材/紙・パ ルプ	化学	医療 品・化 粧品	石油・ 石炭製 品/プ ラス チック 製品/ ゴム製 品	窯業・ 土石	鉄鋼/ 非鉄金 属/金 属製品	一般 機械	電気 機械	情報通 信機械 器具/ 電子部 品・デ バイス	自動車 /自動 車部品 /その 他輸送 機器	精密 機器	その他 の製 造業	商社・ 卸売	小売	電気・ ガス	その他 の非製 造業
社数	33	19	9	33	11	18	11	27	38	24	19	45	22	26	34	4	1	9
中国	75.8	89.5	66.7	72.7	90.9	61.1	63.6	74.1	89.5	87.5	78.9	80.0	77.3	73.1	70.6	75.0	-	44.4
香港	6.1	10.5	-	-	-	-	-	-	2.6	4.2	21.1	2.2	-	15.4	2.9	-	-	0.0
台湾	9.1	5.3	-	27.3	18.2	16.7	36.4	14.8	13.2	25.0	21.1	31.1	-	7.7	2.9	-	-	0.0
韓国	9.1	5.3	-	33.3	-	11.1	18.2	22.2	15.8	33.3	26.3	20.0	13.6	-	2.9	-	-	0.0
シンガポール	6.1	-	-	18.2	-	-	-	3.7	5.3	-	10.5	-	-	7.7	5.9	-	-	0.0
タイ	27.3	36.8	22.2	45.5	-	38.9	54.5	33.3	26.3	20.8	15.8	66.7	18.2	23.1	20.6	25.0	100.0	22.2
マレーシア	12.1	5.3	33.3	15.2	9.1	22.2	36.4	14.8	7.9	20.8	47.4	24.4	4.5	7.7	5.9	-	-	0.0
インドネシア	15.2	31.6	-	18.2	18.2	16.7	18.2	25.9	15.8	8.3	10.5	35.6	-	19.2	17.6	25.0	-	11.1
フィリピン	6.1	10.5	-	6.1	9.1	16.7	9.1	7.4	7.9	8.3	26.3	20.0	9.1	11.5	2.9	-	-	0.0
ベトナム	9.1	15.8	-	6.1	9.1	11.1	18.2	25.9	7.9	12.5	15.8	15.6	18.2	19.2	11.8	25.0	-	11.1
インド	-	5.3	-	6.1	-	-	-	7.4	10.5	8.3	-	24.4	9.1	7.7	-	-	-	0.0
米国	27.3	15.8	22.2	42.4	9.1	33.3	9.1	33.3	34.2	33.3	21.1	62.2	27.3	15.4	14.7	-	-	11.1
カナダ	6.1	-	11.1	-	-	11.1	9.1	-	5.3	-	-	8.9	-	3.8	2.9	-	-	11.1
メキシコ	3.0	-	-	6.1	9.1	-	-	7.4	2.6	12.5	10.5	20.0	-	3.8	-	-	-	11.1
ブラジル	3.0	15.8	-	15.2	9.1	-	-	7.4	10.5	4.2	5.3	20.0	4.5	3.8	-	-	-	0.0
西欧	18.2	5.3	11.1	24.2	9.1	11.1	9.1	18.5	31.6	25.0	15.8	26.7	18.2	26.9	5.9	-	-	0.0
中・東欧	-	-	-	-	9.1	-	9.1	7.4	10.5	8.3	5.3	22.2	4.5	3.8	5.9	-	-	0.0
ロシア・CIS	-	-	-	-	-	-	-	3.7	-	-	5.3	-	4.5	3.8	-	-	-	0.0
その他	3.0	5.3	-	-	-	11.1	-	-	-	-	-	2.2	-	3.8	8.8	-	-	22.2

(5) 形態別分類

「海外生産製造業」と「国内製造業」の分類は、回答企業 891 社のうち、「海外生産製造業」が 37.6% (335 社)、「国内製造業」が 22.7% (202 社)となっている。

図表 18 形態別企業分類



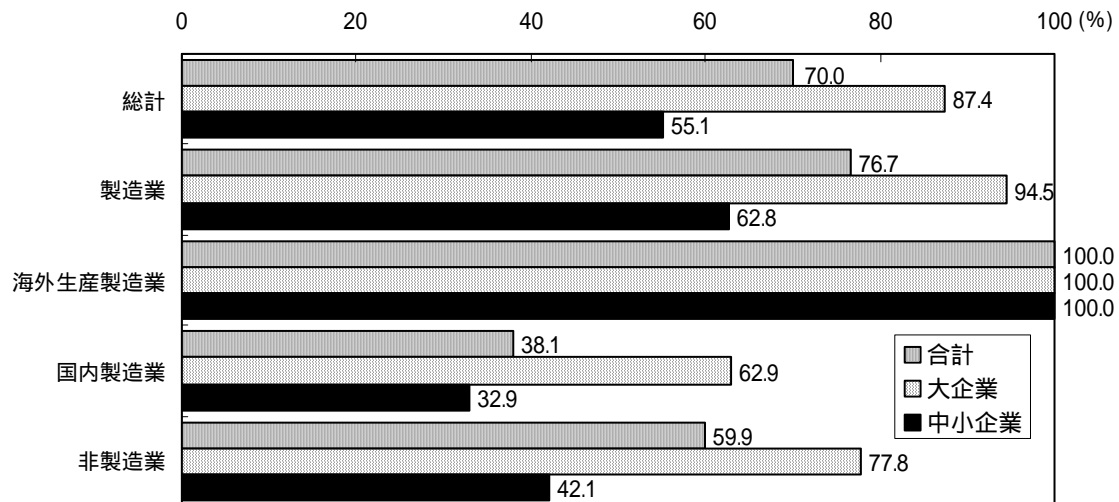
図表 19 形態別資本金規模

	社数	資本金規模 (%)						
		3千万円以下	3千万円超～5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超～10億円以下	10億円超	無回答
総計	891	16.9	9.0	13.6	10.9	11.3	37.9	0.3
製造業	537	13.8	9.1	15.6	10.2	11.4	39.7	0.2
海外生産製造業	335	9.3	6.0	11.3	7.5	10.7	55.2	-
国内製造業	202	21.3	14.4	22.8	14.9	12.4	13.9	0.5
非製造業	354	21.8	8.8	10.5	11.9	11.3	35.3	0.6

図表 20 形態別従業員規模

	社数	従業員規模 (%)						
		50人以下	51～100人	101～300人	301～1,000人	1,001～3,000人	3,001人以上	無回答
総計	891	22.0	9.1	20.7	24.5	11.9	11.6	0.3
製造業	537	15.5	7.6	24.2	28.1	10.8	13.4	0.4
海外生産製造業	335	9.0	4.2	18.8	32.2	14.9	20.9	-
国内製造業	202	26.2	13.4	33.2	21.3	4.0	1.0	1.0
非製造業	354	31.9	11.3	15.3	18.9	13.6	8.8	0.3

図表 21 海外拠点の所有比率(形態別)



[注] 各形態の母数(N)は、図表 22 を参照

図表 22 海外拠点の有無(形態別)

	総数			大企業			中小企業		
	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし	計	海外拠点あり	海外拠点なし
総計	891	624	247	412	360	50	479	264	197
製造業	537	412	114	236	223	13	301	189	101
海外生産製造業	335	335	-	201	201	-	134	134	-
国内製造業	202	77	114	35	22	13	167	55	101
非製造業	354	212	133	176	137	37	178	75	96

図表 23 業種別形態分類

業種	社数	(%)	
		海外生産製造業	国内製造業
製造業計	537	62.4	37.6
飲食料品	50	66.0	34.0
繊維・織物 / アパレル	24	79.2	20.8
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	16	56.3	43.8
化学	46	71.7	28.3
医療品・化粧品	28	39.3	60.7
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	32	56.3	43.8
窯業・土石	17	64.7	35.3
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	45	60.0	40.0
一般機械	64	59.4	40.6
電気機械	40	60.0	40.0
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	26	73.1	26.9
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	56	80.4	19.6
精密機器	40	55.0	45.0
その他の製造業	53	49.1	50.9

2. 京都メカニズムに関する取り組み状況

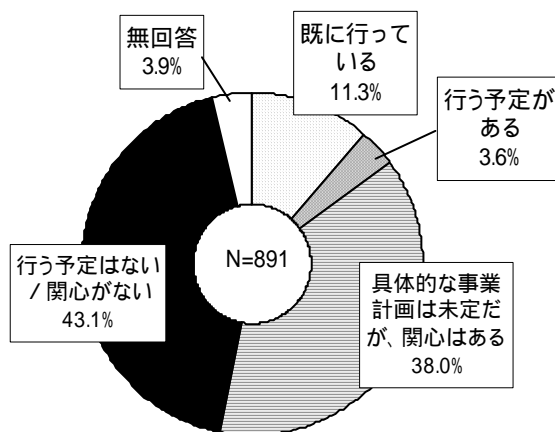
京都メカニズム(CDM/JI)に関する取り組みや関連ビジネスの実態については、「既に行っている」が11.3%(101社)、「行う予定がある」が3.6%(32社)、「具体的な事業計画は未定だが、関心はある」が38.0%(339社)の3者を合わせた『実施/実施予定/関心あり』の合計は52.9%で半数以上となる。これに対し、「行う予定はない/関心がない」企業は43.1%(384社)となっている。

規模別にみると、大企業は中小企業に比べ、京都メカニズムに対する関心が高く、「既に行っている」が17.1%(73社)、「行う予定がある」が5.1%(21社)、「具体的な事業計画は未定だが、関心はある」が41.7%(172社)で3者を合わせた『実施/実施予定/関心あり』は、6割半ばとなっている。一方、「中小企業」は「行う予定がない/関心がない」は53.0%(254社)で過半数となっている。

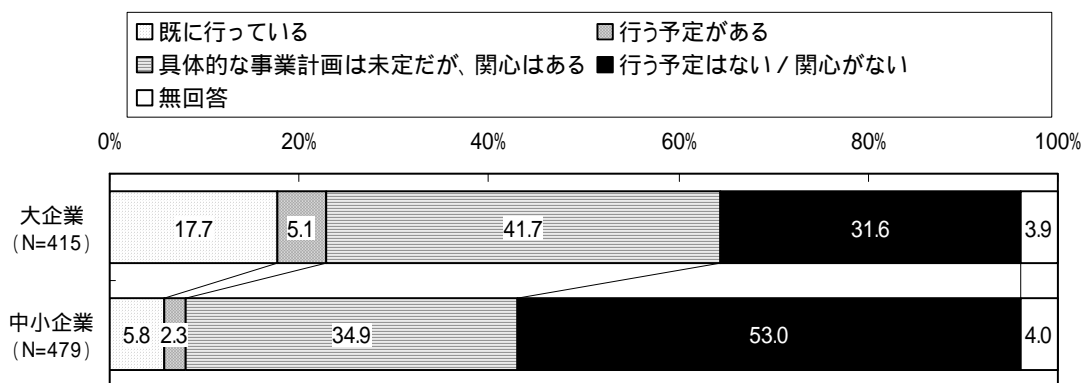
形態別にみると、「海外生産製造業」において、京都メカニズムに対する関心が高い。

業種別にみると、「既に行っている」と回答した企業は、「自動車/自動車部品/その他輸送機器」が21.4%(12社)、「精密機械」が20.0%(8社)で、比較的回答比率が高い。

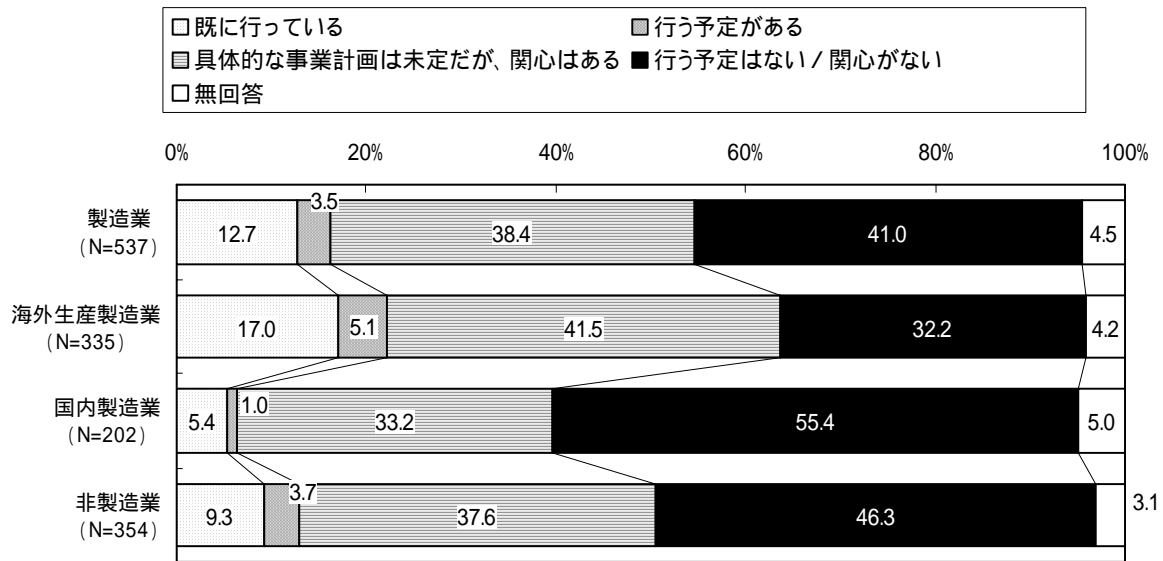
図表 24 京都メカニズムに関する取り組み状況(全体)



図表 25 京都メカニズムに関する取り組み状況(規模別)



図表 26 京都メカニズムに関する取り組み状況(形態別)



図表 27 京都メカニズムに関する取り組み状況(業種別)

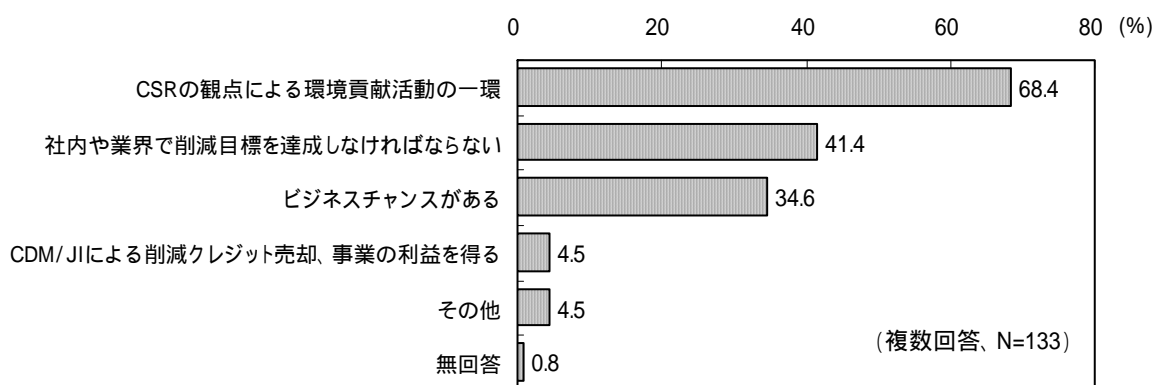
業種	社数	(%)			
		既に行っている	行う予定がある	具体的な事業計画は未定だが、関心はある	行う予定はない/関心がない
総計	891	11.3	3.6	38.0	43.1
製造業	537	12.7	3.5	38.4	41.0
飲食料品	50	8.0	6.0	38.0	42.0
繊維・織物/アパレル	24	8.3	8.3	41.7	33.3
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	-	-	50.0	43.8
化学	46	13.0	6.5	41.3	37.0
医療品・化粧品	28	7.1	3.6	28.6	57.1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	32	15.6	6.3	31.3	40.6
窯業・土石	17	17.6	-	11.8	70.6
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	15.6	6.7	33.3	35.6
一般機械	64	7.8	1.6	40.6	48.4
電気機械	40	12.5	2.5	30.0	52.5
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	26	19.2	-	61.5	15.4
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	21.4	5.4	33.9	33.9
精密機器	40	20.0	-	35.0	42.5
その他の製造業	53	7.5	-	52.8	34.0
非製造業	354	9.3	3.7	37.6	46.3
商社・卸売	185	6.5	3.8	34.1	53.0
小売	20	10.0	-	30.0	45.0
建設	22	13.6	4.5	50.0	27.3
運輸	24	-	-	54.2	45.8
金融・保険	45	13.3	2.2	31.1	53.3
専門サービス(コンサルティング・法務等)	20	10.0	10.0	60.0	20.0
電力・ガス	8	75.0	12.5	12.5	-
その他の非製造業	30	6.7	3.3	43.3	40.0

3. 京都メカニズムに関する取り組みを行う理由

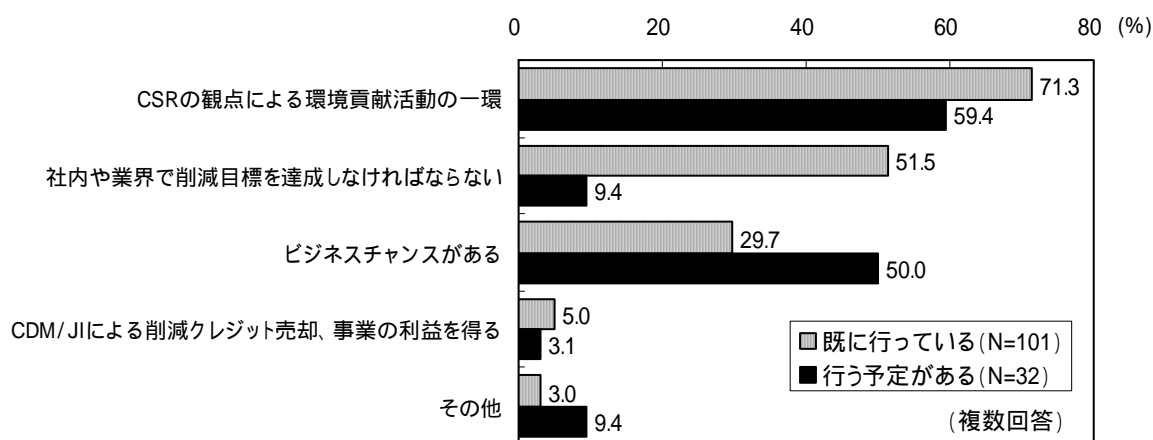
「既に行っている」「行う予定がある」と回答した企業 133 社にその理由を尋ねたところ、「CSR (企業の社会的責任) の観点による環境貢献活動の一環として」と回答する企業が 68.4% (91 社) で最も比率が高く、以下「社内や業界の温室効果ガス(GHG)削減目標を達成しなければならないため」が 41.4% (55 社)、「ビジネスチャンス(自社の技術や製品を販売、仲介、コンサル等)があるため」が 34.6% (46 社)と続く。

CDM/JIの実施状況別にみると、「既に行っている」企業では、「CSR (企業の社会的責任) の観点による環境貢献活動の一環として」が71.3% (72 社)、「社内や業界の温室効果ガス(GHG)削減目標を達成しなければならないため」が 51.5% (52 社)でこの2大理由が多く、企業の社会的責任という観点が取り組むための大きな理由となっている。一方、「行う予定がある」企業では、「ビジネスチャンス(自社の技術や製品を販売、仲介、コンサル等)があるため」が 50.0% (16 社)で、回答が多い。

図表 28 京都メカニズムに関する取り組みを実施 / 実施予定の理由 (全体)



図表 29 京都メカニズムに関する取り組みを実施 / 実施予定の理由 (実施状況別)



形態別にみると、「大企業」、「海外生産製造業」では「CSR(企業の社会的責任)の観点による環境貢献活動の一環として」が他より大きく上回り、「国内製造業」、「非製造業」は「ビジネスチャンス(自社の技術や製品を販売、仲介、コンサル等)があるため」と回答する企業も多い。

業種別にみると、「CSR(企業の社会的責任)の観点による環境貢献活動の一環として」と答えた比率が高いのは「医療品・化粧品」、「一般機械」、「その他の製造業」、「小売」、「社内や業界の温室効果ガス(GHG)削減目標を達成しなければならないため」と回答した比率が高いのは「窯業・土石」、「ビジネスチャンス(自社の技術や製品を販売、仲介、コンサル等)があるため」と回答した比率が高いのは「建設」となっている。

図表 30 京都メカニズムに関する取り組みを実施/実施予定の理由(企業属性別)

(複数回答、%)

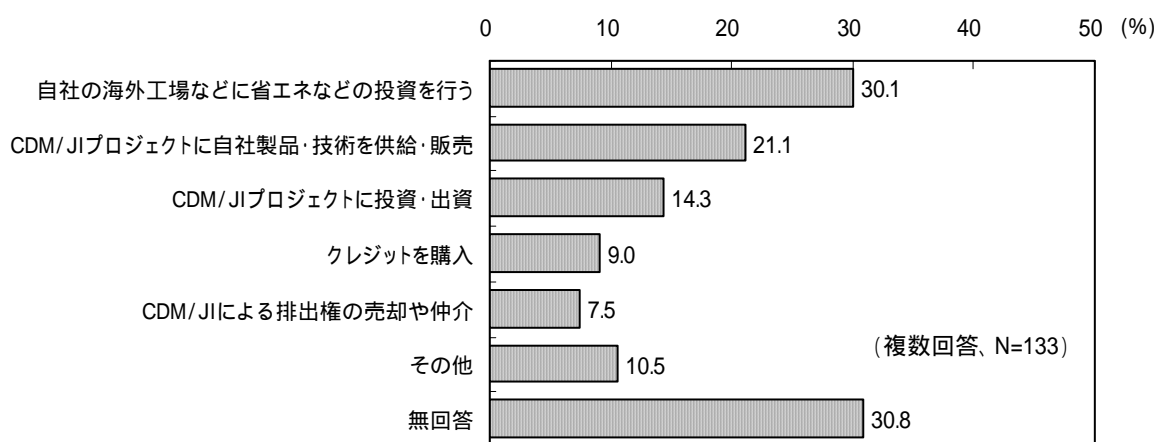
	社数	CSRの観点による環境貢献活動の一環	社内や業界で削減目標を達成しなければならない	ビジネスチャンスがある	CDM/JIによる削減クレジット売却、事業の利益	その他
総計	133	68.4	41.4	34.6	4.5	4.5
大企業	94	74.5	47.9	33.0	5.3	4.3
中小企業	39	53.8	25.6	38.5	2.6	5.1
製造業	87	72.4	46.0	29.9	3.4	4.6
海外生産製造業	74	75.7	47.3	27.0	4.1	5.4
国内製造業	13	53.8	38.5	46.2	-	-
非製造業	46	60.9	32.6	43.5	6.5	4.3
飲食料品	7	85.7	28.6	-	14.3	-
繊維・織物/アパレル	4	75.0	-	-	-	25.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	-	-	-	-	-	-
化学	9	88.9	22.2	22.2	-	-
医療品・化粧品	3	100.0	33.3	-	-	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	7	42.9	71.4	42.9	14.3	28.6
窯業・土石	3	-	100.0	-	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	10	70.0	50.0	30.0	-	10.0
一般機械	6	100.0	16.7	83.3	-	-
電気機械	6	66.7	33.3	50.0	-	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	5	80.0	60.0	-	-	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	15	73.3	66.7	33.3	6.7	-
精密機器	8	50.0	50.0	50.0	-	-
その他の製造業	4	100.0	50.0	25.0	-	-
商社・卸売	19	52.6	36.8	42.1	-	5.3
小売	2	100.0	50.0	-	-	-
建設	4	75.0	-	100.0	50.0	-
運輸	-	-	-	-	-	-
金融・保険	7	85.7	28.6	28.6	14.3	14.3
専門サービス(コンサルティング・法務等)	4	50.0	-	75.0	-	-
電力・ガス	7	57.1	71.4	14.3	-	-
その他の製造業	3	33.3	-	66.6	-	-

4. CDM/JIの取り組み形態

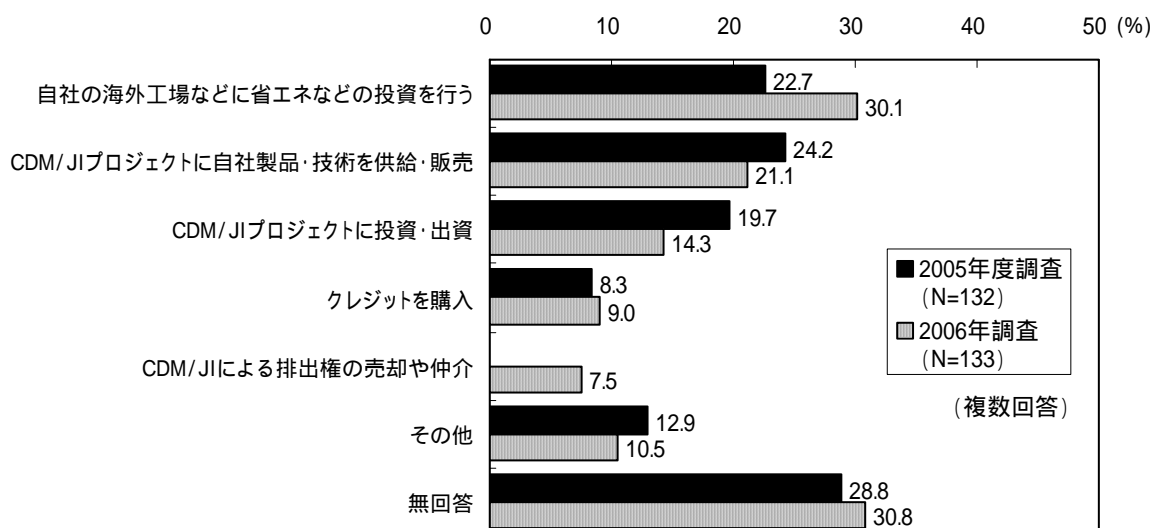
京都メカニズムに関する取り組みを「既に行っている」、「行う予定がある」と回答した企業 133 社に実施あるいは実施を予定している具体的な取り組み形態について尋ねたところ、「自社の海外工場などに省エネなどの投資を行う」が 30.1% (40 社) で最も比率が高く、次いで「CDM/JIプロジェクトに自社製品・技術を供給・販売する」が 21.1% (28 社) となっている。

2005 年度調査と比較すると、2005 年度調査に比べ、「自社の海外工場などに省エネなどの投資を行う」が 7.4 ポイント増加し、「CDM/JIプロジェクトに自社製品・技術を供給・販売する」、「CDM/JIプロジェクトに投資・出資する」が減少している。

図表 31 CDM/JIへの取り組み形態(全体)



図表 32 CDM/JIへの取り組み形態(時系列比較)



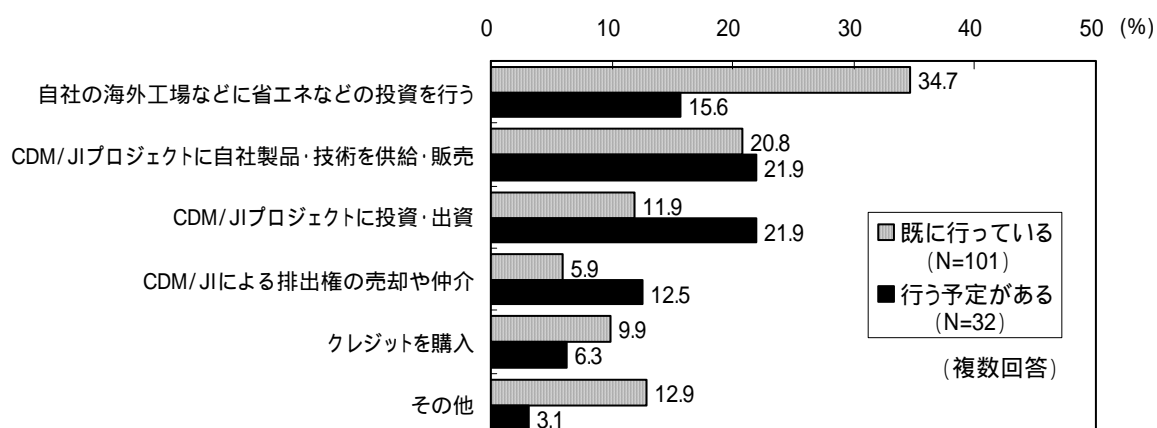
[注]「2005 年度調査」では「CDM/JIによる排出権の売却や仲介をする(コンサルタント業務を含む)」の選択肢はなかった。

実施状況別にみると、「既に行っている」企業では「自社の海外工場などに省エネなどの投資を行う」が34.7% (35社)で最も比率が高いが、「行う予定がある」企業では「CDM/JIプロジェクトに自社製品・技術を供給・販売する」、「CDM/JIプロジェクトに投資・出資する」が各々21.9% (7社)で多い。

形態別にみると、「製造業」では「自社の海外工場などに省エネなどの投資を行う」が50.0% (39社)で多いが、「非製造業」では「CDM/JIプロジェクトに投資・出資する」が23.9% (11社)、「クレジットを購入する(ファンドへの出資なども含む)」が9.6% (9社)で多い。

業種別にみると、「石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品」、「建設」などは多様な取り組みを行っていることがうかがえる。

図表 33 CDM/JIへの取り組み形態(実施状況別)



図表 34 CDM/JIへの取り組み形態(企業属性別)

(複数回答、%)

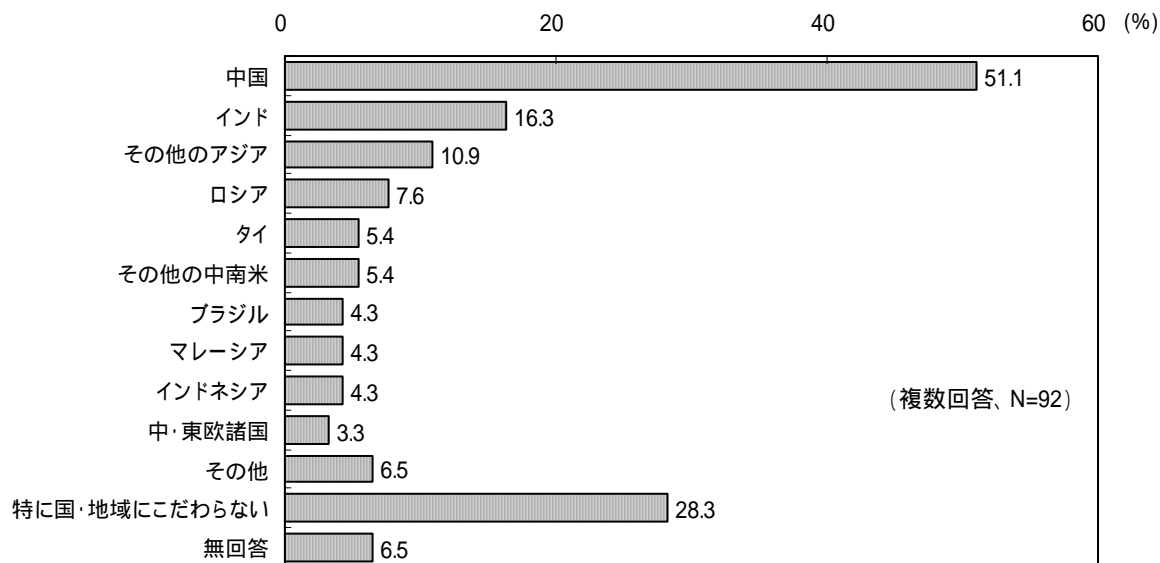
	社数	自社の海外工場などに省エネなどの投資を行う	CDM/JIプロジェクトに自社製品・技術を供給・販売	CDM/JIプロジェクトに投資・出資	クレジットを購入	CDM/JIによる排出権の売却や仲介	その他
総計	133	30.1	21.1	14.3	9.0	7.5	10.5
大企業	94	30.9	19.1	17.0	11.7	6.4	10.6
中小企業	39	28.2	25.6	7.7	2.6	10.3	10.3
製造業	87	44.8	20.7	9.2	3.4	1.1	6.9
海外生産製造業	74	50.0	17.6	8.1	4.1	1.4	8.1
国内製造業	13	15.4	38.5	15.4	-	-	-
非製造業	46	2.2	21.7	23.9	19.6	19.6	17.4
飲食料品	7	57.1	14.3	14.3	-	14.3	-
繊維・織物/アパレル	4	75.0	-	-	-	-	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	-	-	-	-	-	-	-
化学	9	55.6	11.1	11.1	-	-	11.1
医薬品・化粧品	3	33.3	33.3	-	-	-	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	7	14.3	42.9	42.9	28.6	-	14.3
窯業・土石	3	66.7	-	-	-	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	10	40.0	30.0	20.0	-	-	10.0
一般機械	6	16.7	33.3	-	-	-	16.7
電気機械	6	66.7	50.0	-	16.7	-	16.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	5	60.0	-	-	-	-	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	15	46.7	6.7	-	-	-	6.7
精密機器	8	25.0	37.5	-	-	-	-
その他の製造業	4	50.0	-	25.0	-	-	-
商社・卸売	19	5.3	10.5	5.3	-	10.5	15.8
小売	2	-	50.0	-	-	-	50.0
建設	4	-	100.0	50.0	25.0	75.0	-
運輸	-	-	-	-	-	-	-
金融・保険	7	-	-	28.6	14.3	28.6	28.6
専門サービス(コンサルティング・法務等)	4	-	25.0	-	25.0	50.0	-
電力・ガス	7	-	14.3	85.7	85.7	-	-
その他の非製造業	3	-	33.3	-	-	-	66.6

5 . C D M / J I ビジネスの対象国

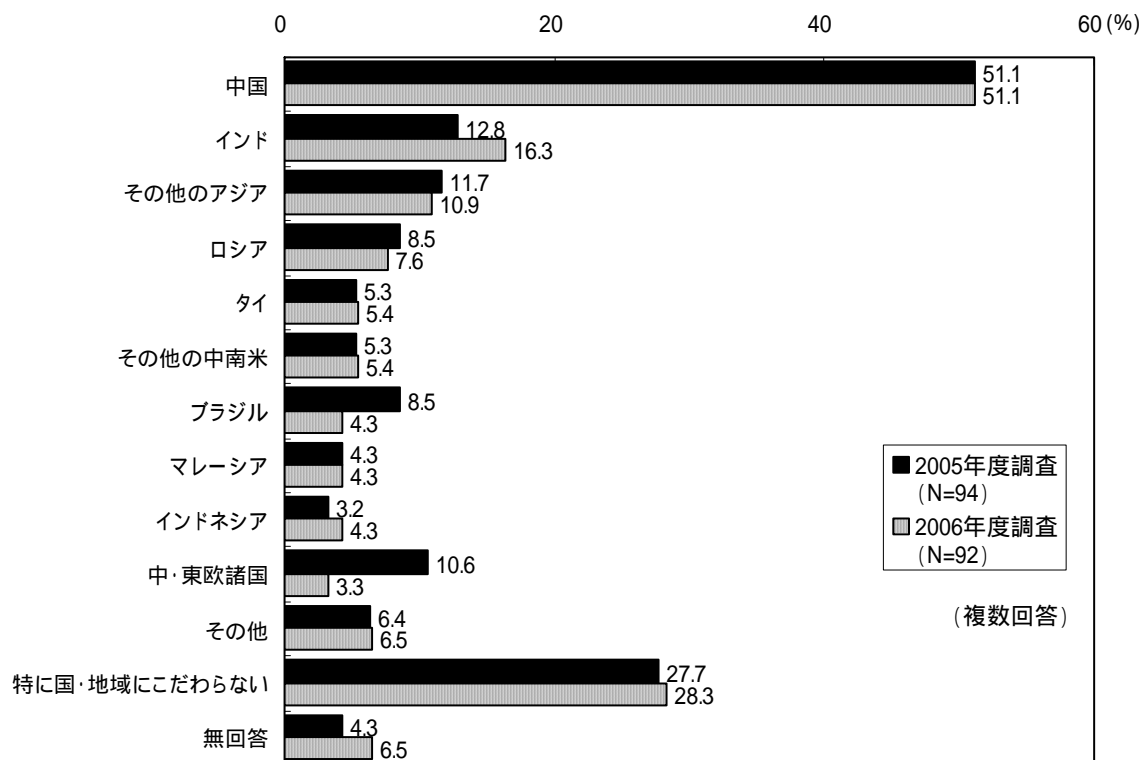
CDM/JIの取り組み・ビジネスを行う対象国(ホスト国)・地域は、「中国」が51.1%(47社)で最も比率が高く、次いで「インド」が16.3%(15社)、「その他のアジア」が10.9%(10社)と続き、アジア重視の傾向が強い。一方、「特にこだわらない」企業も28.3%(26社)ある。

2005年度調査と比較すると、「ブラジル」、「中・東欧諸国」の比率が4ポイント以上減少し、「インド」が3.5ポイント増加している。

図表 35 CDM/JIビジネス対象国・地域(全体)



図表 36 CDM/JIビジネス対象国・地域(時系列比較)



こうしたアジア重視、中国重視の傾向は、企業の規模・形態別にみても大きな差がないため、アジアとの結びつきが強い日本企業の現状を示している。

CDM/JIの取り組み形態別にみると、「クレジットを購入する(ファンドへの出資なども含む)」以外は、「中国」が対象国(ホスト国)とする比率が高い。中国以外は、取り組み内容により対象国の選択にばらつきが見られ、「特に国・地域にはこだわらない」という回答も多い。

図表 37 CDM/JIビジネス対象国・地域(企業属性別)

(複数回答、%)

	社数	中国	インド	その他のアジア	ロシア	タイ	その他の中南米	ブラジル	マレーシア	インドネシア	中・東欧諸国	その他	特に国・地域にこだわらない
総計	92	51.1	16.3	10.9	7.6	5.4	5.4	4.3	4.3	4.3	3.3	6.5	28.3
大企業	63	49.2	12.7	7.9	6.3	3.2	4.8	3.2	3.2	4.8	3.2	6.3	34.9
中小企業	29	55.2	24.1	17.2	10.3	10.3	6.9	6.9	6.9	3.4	3.4	6.9	13.8
製造業	60	50.0	13.3	8.3	5.0	8.3	3.3	3.3	5.0	3.3	3.3	5.0	31.7
海外生産製造業	51	47.1	13.7	5.9	5.9	9.8	3.9	3.9	2.0	2.0	3.9	5.9	33.3
国内製造業	9	66.7	11.1	22.2	-	-	-	-	22.2	11.1	-	-	22.2
非製造業	32	53.1	21.9	15.6	12.5	-	9.4	6.3	3.1	6.3	3.1	9.4	21.9

図表 38 CDM/JIビジネス対象国・地域(取り組み状況別)

(複数回答、%)

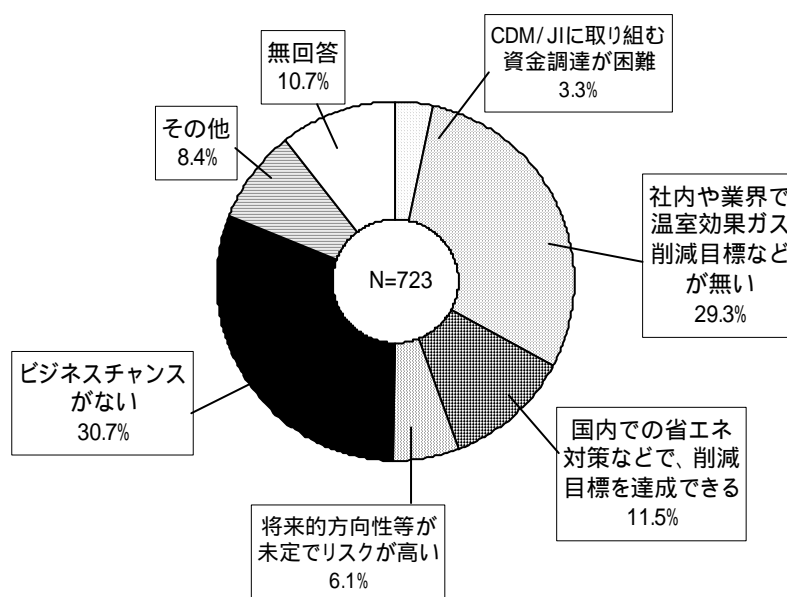
	社数	中国	インド	その他のアジア	ロシア	タイ	その他の中南米	ブラジル	マレーシア	インドネシア	中・東欧諸国	その他	特に国・地域にこだわらない
総計	92	51.1	16.3	10.9	7.6	5.4	5.4	4.3	4.3	4.3	3.3	6.5	28.3
CDM/JIプロジェクトに投資・出資	19	52.6	10.5	31.6	10.5	5.3	10.5	10.5	5.3	15.8	-	21.1	26.3
クレジットを購入	12	41.7	16.7	16.7	16.7	-	8.3	16.7	-	8.3	-	25.0	50.0
CDM/JIによる排出権の売却や仲介	10	80.0	30.0	30.0	30.0	10.0	10.0	-	10.0	10.0	-	10.0	-
CDM/JIプロジェクトに自社製品等を供給・販	28	42.9	21.4	14.3	10.7	3.6	10.7	3.6	10.7	7.1	3.6	10.7	42.9
自社の海外工場などに省エネなどの投資を行	40	52.5	12.5	2.5	2.5	10.0	-	-	2.5	-	5.0	-	32.5
その他	14	50.0	14.3	-	-	14.3	-	-	-	-	-	-	21.4

6. CDM/JIビジネスに取り組まない理由

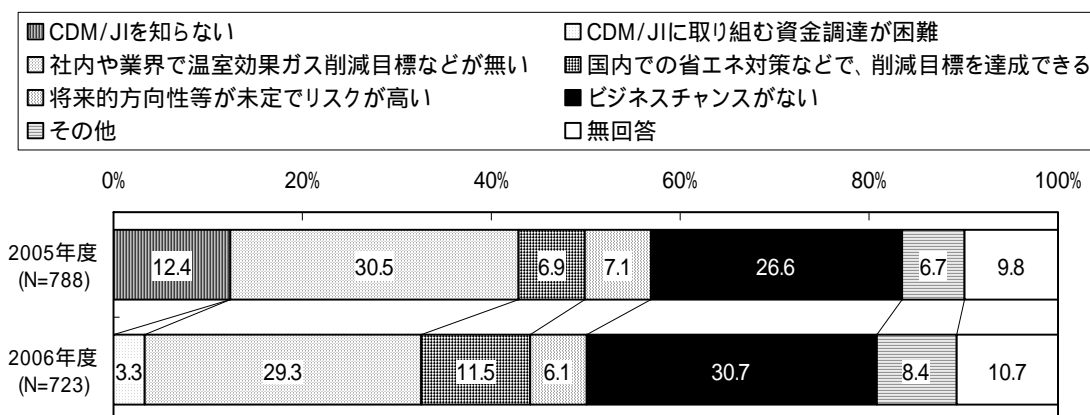
京都メカニズムに関する取り組みに対し、「具体的な事業計画は未定だが、関心はある」、「行う予定はない／関心がない」と回答した企業 723 社に CDM/JIビジネスに取り組まない理由を尋ねたところ、「ビジネスチャンス(自社の技術や製品を販売、仲介、コンサル等)がないため」が 30.7%(222 社)、「社内や業界で温室効果ガス(GHG)削減目標などが無いため」が 29.3%(212 社)で2大理由を形成している。

2005 年度調査と比較すると、「国内での省エネ対策などで、削減目標を達成できるため」の回答率が 4.6 ポイント増加しているが、他では大きな変化はみられない。

図表 39 京都メカニズムに関する取り組みを未検討している理由(全体)



図表 40 京都メカニズムに関する取り組みを未検討している理由(時系列比較)



[注]「CDM/JIを知らない」は「2005年度調査」のみの選択肢、
「CDM/JIに取り組む資金調達が困難」は「2006年度調査」のみの選択肢

企業属性別にみても、「ビジネスチャンス(自社の技術や製品を販売、仲介、コンサル等)がないため」、「社内や業界で温室効果ガス(GHG)削減目標などが無いため」が主要な理由を形成しているが、「電気機械」、「飲食料品」では、「国内での省エネ対策などで、削減目標を達成できるため」と回答した企業が多い。

図表 41 京都メカニズムに関する取り組みを未検討として理由(企業属性別)

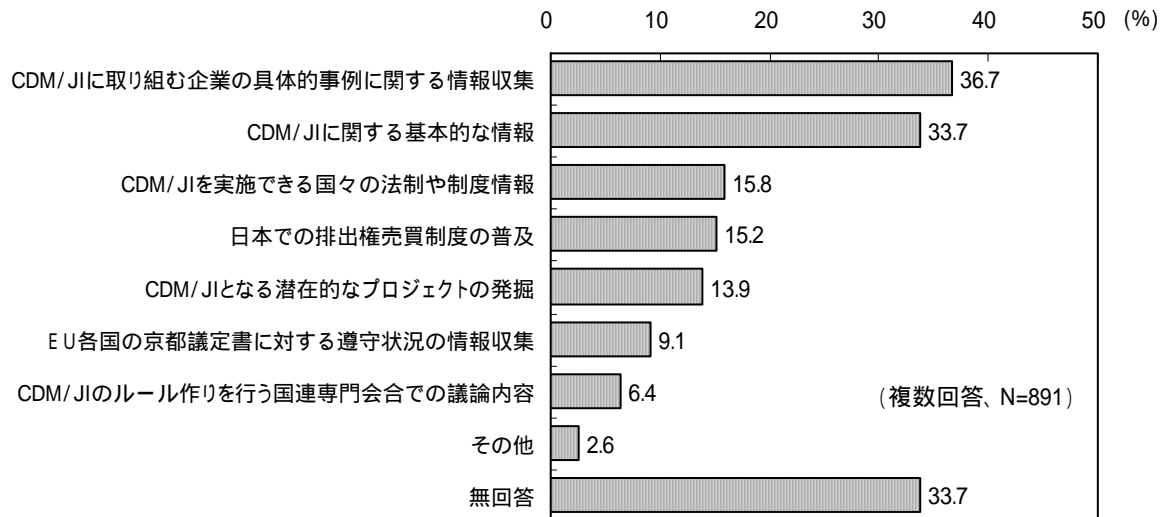
(%)

	社数	CDM/JIに 取り組む資 金調達が 困難	社内や業 界で温室効 果ガス削減 目標などが 無い	国内での省 エネ対策な どで、削減 目標を達成 できる	将来的方 向性等が 未定でリス クが高い	ビジネス チャンスが ない	その他
総計	723	3.3	29.3	11.5	6.1	30.7	8.4
大企業	302	3.0	25.8	14.9	10.3	27.8	9.3
中小企業	421	3.6	31.8	9.0	3.1	32.8	7.8
製造業	426	3.8	33.3	12.4	6.8	25.6	6.1
海外生産製造業	247	5.3	32.8	15.0	7.7	21.5	5.3
国内製造業	179	1.7	34.1	8.9	5.6	31.3	7.3
非製造業	297	2.7	23.6	10.1	5.1	38.0	11.8
飲食料品	40	-	27.5	25.0	2.5	17.5	5.0
繊維・織物 / アパレル	18	11.1	38.9	5.6	-	33.3	-
木材・木製品 / 家具・建材 / 紙・パルプ	15	6.7	40.0	20.0	6.7	13.3	-
化学	36	2.8	33.3	8.3	16.7	22.2	5.6
医療品・化粧品	24	-	16.7	8.3	8.3	33.3	4.2
石油・石炭製品 / プラスチック製品 / ゴム製品	23	4.3	39.1	17.4	8.7	8.7	4.3
窯業・土石	14	14.3	28.6	7.1	-	35.7	7.1
鉄鋼 / 非鉄金属 / 金属製品	31	6.5	32.3	9.7	6.5	22.6	12.9
一般機械	57	1.8	28.1	7.0	8.8	31.6	14.0
電気機械	33	3.0	18.2	30.3	6.1	33.3	3.0
情報通信機械器具 / 電子部品・デバイス	20	5.0	25.0	20.0	5.0	10.0	10.0
自動車 / 自動車部品 / その他輸送機器	38	5.3	44.7	5.3	7.9	26.3	2.6
精密機器	31	6.5	41.9	6.5	6.5	25.8	6.5
その他の製造業	46	-	47.8	8.7	4.3	32.6	2.2
商社・卸売	161	3.1	23.0	9.9	6.2	39.1	6.8
小売	15	-	6.7	20.0	13.3	46.7	13.3
建設	17	-	17.6	17.6	-	52.9	11.8
運輸	24	12.5	16.7	16.7	4.2	16.7	29.2
金融・保険	38	-	36.8	2.6	5.3	28.9	21.1
専門サービス(コンサルティング・法務等)	16	-	18.8	12.5	-	56.3	-
電力・ガス	1	-	-	-	-	-	100
その他の非製造業	25	-	32.0	4.0	-	40.0	16.0

7. CDM/JIの取り組みに向けて必要なこと

CDM/JIの取り組みにあたり最も重要なことは、「CDM/JIに取り組む企業の具体的事例に関する情報収集」が36.7%(327社)、「CDM/JIプロジェクトの形成方法など、京都メカニズムに関する基本的な知識」が33.7%(300社)で多い。

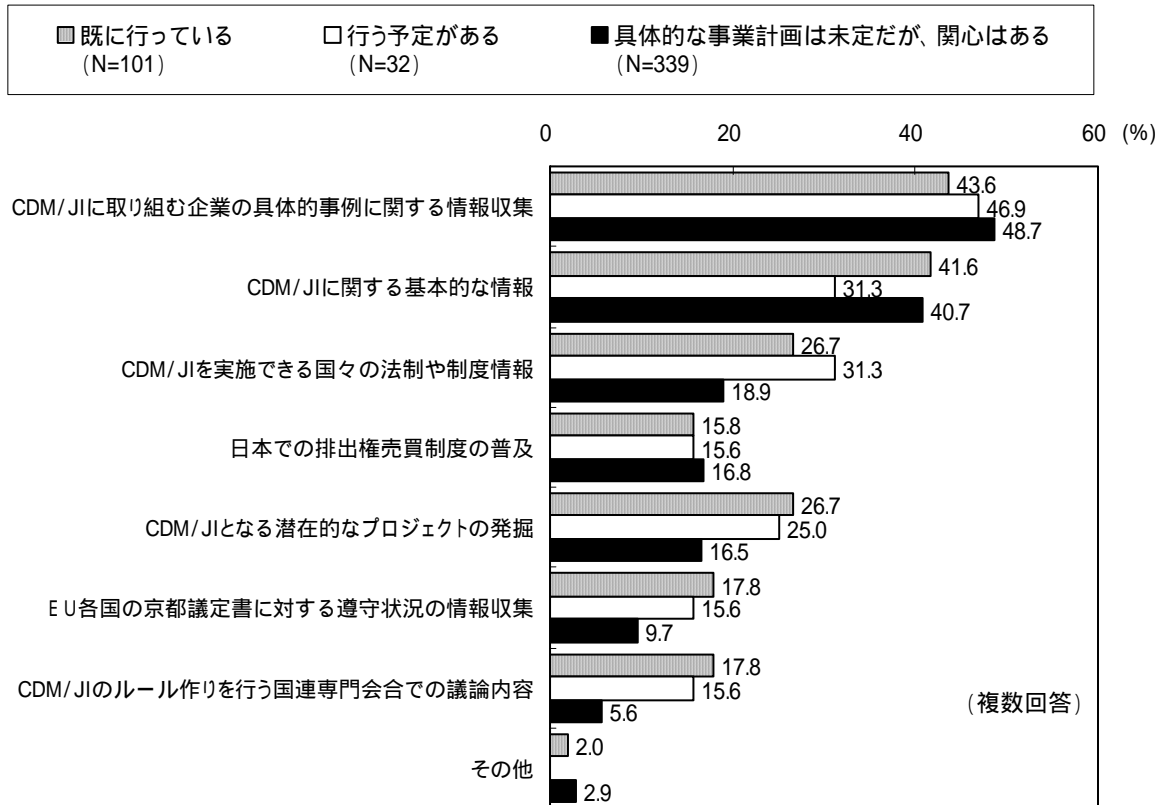
図表 42 CDM/JIの取り組みにあたって必要なこと(全体)



CDM/JIの実施状況別にみると、「CDM/JIに取り組む企業の具体的事例に関する情報収集」は、CDM/JIの実施状況に限らず、共通して必要なことと考える企業が多い。以降は、実施状況により順位が違い、「行う予定がある」企業は「CDM/JIプロジェクトの形成方法など、京都メカニズムに関する基本的な知識」、「CDM/JIを実施できる国々(途上国や中東欧諸国)のCDM/JIに関する法制や制度情報」が各々31.3%(10社)で多く、CDM/JIの基本的な内容を必要としている。

企業属性別にみても大差はなく、全体的に「CDM/JIに取り組む企業の具体的事例に関する情報収集」、「CDM/JIプロジェクトの形成方法など、京都メカニズムに関する基本的な知識」を必要としている。

図表 43 CDM/JIの取り組みにあたって必要なこと(実施状況別)



図表 44 CDM/JIの取り組みにあたって必要なこと(企業属性別)

	社数	(複数回答、%)							
		CDM/JIに取り組む企業の具体的事例に関する情報収集	CDM/JIに関する基本的な情報	CDM/JIを実施できる国々の法制や制度情報	日本での排出権売買制度の普及	CDM/JIとなる潜在的なプロジェクトの発掘	EU各国の京都議定書に対する遵守状況の情報収集	CDM/JIのルール作りを行う国連専門会合での議論内容	その他
総計	891	36.7	33.7	15.8	15.2	13.9	9.1	6.4	2.6
大企業	412	41.0	35.4	19.2	18.9	16.7	11.9	8.7	2.7
中小企業	479	33.0	32.2	12.9	11.9	11.5	6.7	4.4	2.5
製造業	537	38.9	34.8	15.1	12.3	12.3	8.6	6.0	2.0
海外生産製造業	335	42.4	36.4	18.2	13.7	13.4	10.7	7.8	2.1
国内製造業	202	33.2	32.2	9.9	9.9	10.4	5.0	3.0	2.0
非製造業	354	33.3	31.9	16.9	19.5	16.4	9.9	7.1	3.4
飲食料品	50	36.0	34.0	16.0	12.0	4.0	12.0	6.0	2.0
繊維・織物/アパレル	24	29.2	16.7	8.3	8.3	-	8.3	-	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	16	25.0	37.5	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	-
化学	46	39.1	30.4	8.7	15.2	13.0	8.7	8.7	-
医薬品・化粧品	28	21.4	28.6	21.4	17.9	3.6	7.1	3.6	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	32	46.9	25.0	12.5	12.5	6.3	15.6	6.3	3.1
窯業・土石	17	23.5	41.2	23.5	5.9	23.5	5.9	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	45	40.0	40.0	11.1	8.9	17.8	6.7	2.2	4.4
一般機械	64	39.1	35.9	15.6	10.9	15.6	7.8	1.6	1.6
電気機械	40	47.5	40.0	17.5	17.5	17.5	5.0	17.5	7.5
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	26	53.8	34.6	23.1	15.4	23.1	19.2	15.4	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	56	37.5	26.8	19.6	10.7	10.7	8.9	5.4	1.8
精密機器	40	42.5	55.0	10.0	10.0	12.5	5.0	10.0	2.5
その他の製造業	53	43.4	37.7	17.0	15.1	15.1	5.7	1.9	1.9
商社・卸売	185	27.0	25.9	16.8	14.6	14.1	5.4	6.5	2.7
小売	20	40.0	35.0	-	30.0	5.0	-	-	10.0
建設	22	40.9	22.7	27.3	27.3	36.4	4.5	9.1	-
運輸	24	50.0	33.3	20.8	25.0	12.5	12.5	12.5	-
金融・保険	45	46.7	40.0	8.9	26.7	11.1	17.8	8.9	4.4
専門サービス(コンサルティング・法務等)	20	40.0	45.0	25.0	35.0	30.0	20.0	5.0	-
電力・ガス	8	25.0	50.0	62.5	-	62.5	37.5	37.5	12.5
その他の非製造業	30	26.7	46.7	13.3	16.7	13.3	20.0	-	6.7

平成18年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

本調査は、日本の製造業および卸売・小売業等を対象としています。ご記入いただいた調査票は、お手数ですが、2006年12月4日(月)までに同封の返信用封筒によるご返送により、ご回答下さい。なお、貴社のご事情により回答が困難なもの、または不明なものがございましたら、その部分につきご回答を省略頂いても結構です。本調査に関するお問い合わせは、以下までお願いいたします。なお、後日、お電話にて取材をお願いする場合もございますが、その際は可能な範囲でご協力をいただきたく、お願い申し上げます。

日本貿易振興機構(ジェトロ) 経済分析部 国際経済研究課 (担当: 椎野、谷村、^{かねつ}鐘築)
 〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階
 TEL: 03-3582-5177 FAX: 03-3585-7289 E-mail : ERA@jetro.go.jp

ご協力頂いた企業様には、本調査結果をまとめた報告書を送らせていただきます。

貴社名			
部 課 名		役職	
ご氏名			
ジェットロメンバーズ会員番号(封筒の貴社宛名の最下段に記載されております)			
(会員番号に登録されているご住所と、本報告書送付希望先が異なる場合は、以下にご記入ください)			
ご住所	〒		
TEL		FAX	

個人情報保護について

ご記入いただいたお客様の情報は適切に管理し、本調査のために利用しますが、統計的に処理しますので、個別の回答内容が外部に漏れることはありません。ご回答頂いた調査票は、本件のとりまとめ業務を委託しております株式会社日本統計センターが集計を行います。
 お客様の個人情報保護管理者： 経済分析部 国際経済研究課長 03-3582-5177

貴社の概要

F1 貴社の業種を一つお答え下さい。複数の業種にまたがる製造業の方は、売上高(連結ベース)のなかで最も大きな割合を占める業種をお答えください。(単一回答)

製造業	1	飲食料品	2	繊維・織物	3	アパレル	
	4	木材・木製品(家具を除く)	5	家具・建材	6	紙・パルプ	
	7	化学	8	医療品・化粧品	9	石油・石炭製品	
	10	プラスチック製品	11	ゴム製品	12	窯業・土石	
	13	鉄鋼	14	非鉄金属	15	金属製品	
	16	一般機械	17	電気機械	18	情報通信機械器具	
	19	電子部品・デバイス	20	自動車	21	自動車部品	
	22	その他輸送機器	23	精密機器	24	その他 ()	
	非製造業	25	商社・卸売	26	小売	27	その他 ()

F2 貴社の資本金をお答えください。(単一回答)

- | | | | | | |
|---|------------|---|--------------|---|-------------|
| 1 | 3千万円以下 | 2 | 3千万円超～5千万円以下 | 3 | 5千万円超～1億円以下 |
| 4 | 1億円超～3億円以下 | 5 | 3億円超～10億円以下 | 6 | 10億円超 |

F3 貴社の常時雇用従業員数をお答えください。(単一回答)

- | | | | | | |
|---|------------|---|--------------|---|----------|
| 1 | 50人以下 | 2 | 51～100人 | 3 | 101～300人 |
| 4 | 301～1,000人 | 5 | 1,001～3,000人 | 6 | 3,001人以上 |

F4 貴社は海外に拠点をお持ちですか？(単一回答)

- 1 海外に拠点がある SQ-1にお進み下さい。 2 海外拠点はない Q1にお進み下さい。

[海外拠点がある企業の方へ]

SQ-1 その拠点の主な機能について、該当箇所に印を付けてください。(複数回答可)

		販売 拠点	生産 拠点	研究開発 拠点	地域統括 拠点	その他 ()
アジア	中国	1	2	3	4	5
	香港	1	2	3	4	5
	台湾	1	2	3	4	5
	韓国	1	2	3	4	5
	シンガポール	1	2	3	4	5
	タイ	1	2	3	4	5
	マレーシア	1	2	3	4	5
	インドネシア	1	2	3	4	5
	フィリピン	1	2	3	4	5
	ベトナム	1	2	3	4	5
北米	米国	1	2	3	4	5
	カナダ	1	2	3	4	5
中南米	メキシコ	1	2	3	4	5
	ブラジル	1	2	3	4	5
欧州・ ロシア	西欧	1	2	3	4	5
	中・東欧	1	2	3	4	5
	ロシア・CIS	1	2	3	4	5
その他 ()		1	2	3	4	5

* 一カ国・地域内で複数の機能がある場合には、該当する機能全てに印をつけて下さい。

* 中・東欧とは、ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、スロベニア、ルーマニア、ブルガリア、バルト3国をさします。

海外・国内事業展開への取り組み

- Q 1 2005年度の貴社の売上高、生産高、研究開発費、従業員数につき、連結ベースでの海外比率を、おおよその割合でお答えください。また、今後(3年程度)の海外比率の見通しについてもお答えください。
(記入例：海外での売上が40、国内が60の場合、海外比率は40%とご記入ください。)

	2005年度の 海外比率	今後(3年程度) 海外比率は		
		拡大	横ばい	縮小
売上高	%	1	2	3
生産高	%	1	2	3
研究開発費	%	1	2	3
従業員数	%	1	2	3

- Q 2 貴社の2010年度における国内・海外からの売上高と営業利益は、2005年度と比較してどれくらいの拡大(縮小)が見込まれますか。おおよその伸び率(2005年度比)でお答えください。

	国内外計	国内	海外計	米州	欧州	アジア他
売上高(2005年度と比較して)	%	%	%	%	%	%
営業利益(2005年度と比較して)	%	%	%	%	%	%
記入例	+5%	-10%	+10%	+7%	-3%	+20%

- Q 3 貴社は海外での今後(3年程度)の事業展開(新規投資、既存拠点の拡充)について、どのようにお考えですか。(単一回答)

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1 事業規模の拡大を図る。 | Q-4、SQ-2にお進み下さい。 |
| 2 現状を維持する。 | Q-4にお進み下さい。 |
| 3 事業規模の縮小、撤退が必要と考えている。 | Q-4にお進み下さい。 |
| 4 今後とも海外への投資は行わない。 | Q-4にお進み下さい。 |
| 5 その他() | Q-4にお進み下さい。 |

- Q 4 貴社は日本国内での今後(3年程度)の事業展開(新規投資、既存拠点の拡充)について、どのようにお考えですか。(単一回答)

- | | |
|---------------------|--------------|
| 1 事業規模の拡大を図る。 | SQ-2にお進み下さい。 |
| 2 現状を維持する。 | Q-5にお進み下さい。 |
| 3 事業規模の縮小が必要と考えている。 | Q-5にお進み下さい。 |
| 4 その他() | Q-5にお進み下さい。 |

【Q3、Q4で「事業規模の拡大を図る」と回答された企業の方へ】

SQ-2 海外と日本で事業規模の拡大を図る際、具体的にどのような機能を拡大しますか。海外と日本で拡大する機能を選択し、海外については各機能につき、その対象国・地域をお答えください。（複数回答可）

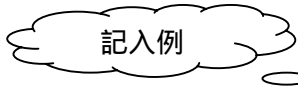
拡大する機能	日本	海外	対象国・地域(以下選択肢からお選び下さい)				
販売機能	1	1					
生産(汎用品)	2	2					
生産(高付加価値品)	3	3					
研究開発(基礎研究)	4	4					
研究開発(新製品開発)	5	5					
研究開発(現地市場向け仕様変更)	6	6					
地域統括機能	7	7					
物流機能	8	8					
その他()	9	9					

< 選択肢 >
 1. 中国 2. 香港 3. 台湾 4. 韓国 5. シンガポール 6. タイ 7. マレーシア 8. インドネシア 9. フィリピン
 10. ベトナム 11. インド 12. 米国 13. カナダ 14. メキシコ 15. ブラジル 16. 西欧 17. 中・東欧
 18. ロシア・CIS 19. その他

Q 5 2006年9月にタイでクーデターが発生しましたが、クーデター発生によって、貴社の今後の対タイの事業展開(新規投資、既存拠点の拡充)への影響についてお答えください。（単一回答）

- 1 新規事業計画や既存拠点の縮小を行う、縮小を検討するなど、事業計画へ影響が出ている。
- 2 事業計画への影響はほとんどないが、今後はより慎重に進める。
- 3 事業計画への影響は全くない。
- 4 投資環境が好転し、事業計画にプラスの影響がある。
- 5 タイと事業関係はなく、今後の展開予定もないため、影響はない。

Q 6 貴社は、海外および日本で生産拠点・機能の再編(生産拠点の完全移管、または生産品目、生産機能の一部移管、但し日本国内での再編は除く)を過去2～3年の間に行いましたか、また今後2～3年の間に行う予定ですか。移管元・移管先の国(日本を含む)を記述し、その機能と理由(複数回答可)を下記項目から選択ください。

生産拠点・機能の再編を、過去2～3年で行った/今後2～3年以内に行う予定である。	移管元、移管先の国名を記入し、その機能と理由(選択肢より複数回答可)をご記入ください。複数の事例のある場合は、可能な限りお答えください。				
	移管元	→	移管先	機能	理由
 記入例	移管元	→	移管先	機能	理由
	移管元	→	移管先	機能	理由
	移管元	→	移管先	機能	理由
	移管元	→	移管先	機能	理由
2 生産拠点・機能の再編を、過去2～3年で行っていない/今後2～3年の間に行う予定はない。	マレーシア	→	中国	1,5	1,2,4
< 選択肢: 機能 > 1. 生産(汎用品) 2. 生産(高付加価値品) 3. 研究開発(基礎研究) 4. 研究開発(新製品開発) 5. 研究開発(現地市場向け仕様変更) 6. 地域統括機能 7. 物流機能 8. その他					
< 選択肢: 理由 > 1. FTAにより輸入関税が下がり/下がる予定で、現地で生産するメリットが薄れたため。 2. FTAにより非関税障壁(通関手続きなど)が低くなり/低くなる予定で、現地で生産するメリットが薄れたため。 3. 現地販売が不振であるため。 4. 機能を一箇所に集中したほうが、効率的であるため。 5. 機能を一箇所に集中するリスクが高くなってきたため。 6. 生産コスト・人件費が上昇してきたため。 7. 税制上の優遇措置があるため。 8. 税制上のメリットがなくなった/薄くなったため。 9. その他()					

中国におけるビジネス展開、アジアのビジネス環境

Q 7 現在の貴社の中国とのビジネス関係(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)をお答えください。(複数回答可)

- 1 輸出を行っている。
- 2 輸入を行っている。
- 3 業務委託を行っている。
- 4 技術提携を行っている。
- 5 販売拠点を設けている。
- 6 現地生産を行っている。
- 7 ビジネス関係はない。

Q 8 貴社は中国に対する今後(3年程度)のビジネス展開(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)について、どのようにお考えですか。(単一回答)

- 1 既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している。 SQ-3にお進み下さい。
- 2 既存のビジネス規模を維持する。 Q-9にお進み下さい。
- 3 既存ビジネスの縮小・撤退を検討している。 Q-9にお進み下さい。
- 4 今後ともビジネス展開は行わない。 Q-9にお進み下さい。

【Q8で「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」と回答された企業の方へ】

SQ-3 事業拡大の具体的な内容をお答えください。(複数回答可)

- 1 輸出増を図る。
- 2 輸入増を図る。
- 3 業務委託を行う。
- 4 技術提携を行う。
- 5 販売拠点を新設・拡充する。
- 6 生産拠点を新設・拡充する。

Q 9 アジアの主要国について、ビジネスを行う上でのリスク・問題点をどのように評価していますか。貴社とビジネス(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)関係がある、または貴社が新規ビジネスを検討している国についてのみ、リスク・問題があると思われる項目をお答えください。(複数回答可)

	現在、ビジネス関係がある、または新規ビジネスを検討している	ビジネス関係あり、新規ビジネスを検討している国のみ、リスク・問題点をお答えください。	政治社会的に不安定	為替リスクが高い	インフラが未整備	法制度が未整備、運用の問題あり	関連産業が集積・発展していない	知的財産権の保護に問題あり	人件費が高い・上昇している	税務上のリスク・問題あり
中国	1	→	2	3	4	5	6	7	8	9
タイ	1	→	2	3	4	5	6	7	8	9
インドネシア	1	→	2	3	4	5	6	7	8	9
マレーシア	1	→	2	3	4	5	6	7	8	9
フィリピン	1	→	2	3	4	5	6	7	8	9
シンガポール	1	→	2	3	4	5	6	7	8	9
ベトナム	1	→	2	3	4	5	6	7	8	9
インド	1	→	2	3	4	5	6	7	8	9

アジア大洋州におけるFTAと原産地規則

Q 10 現在、アジア大洋州域内(日本、ASEAN、中国、韓国、インド、オーストラリア、ニュージーランド)で発効しているFTA(アリーハーベストを含む)のなかで、貴社もしくは貴社現地法人のアジア大洋州域内の輸出ビジネスで実際に優遇税率を利用している、もしくは利用を検討していますか(単一回答)。利用している/検討している場合は、該当するFTAをご回答下さい。

1 優遇税率を利用している/利用を検討している。 利用している/利用を検討しているFTAを下記選択肢からそれぞれご記入ください(複数回答可)

優遇税率を利用している FTA									
利用を検討している FTA									

< 選択肢 >

- | | | |
|--|----------------------|-----------------------|
| 1. 日本 シンガポール | 2. 日本 マレーシア | 3. ASEAN 自由貿易地域(AFTA) |
| 4. 中国 ASEAN | 5. 中国 香港 | 6. 中国 マカオ |
| 7. シンガポール 韓国 | 8. シンガポール インド | 9. シンガポール ニュージーランド |
| 10. シンガポール オーストラリア | 11. タイ インド | 12. タイ オーストラリア |
| 13. タイ ニュージーランド | 14. オーストラリア ニュージーランド | |
| 15. その他(-) | | |

2 優遇税率を利用していない/利用する予定がない。

3 わからない。

[SQ 4、SQ 5は、Q10で「優遇税率を利用している/利用を検討している」と回答された企業の方へ]

SQ-4 アジア大洋州域内のFTAでは、FTA毎に異なる原産地規則(FTAの優遇税率を適用する際、物品の原産国を判定する基準で、付加価値基準や関税番号変更基準など)が導入されていますが、複数の原産地規則が存在することで、貴社のアジア大洋州域内での輸出ビジネスに問題を与えていますか? (複数回答可)

- 1 複数の異なる原産地規則への証明手続きは煩雑であり、コスト増加につながる。
- 2 複数の異なる原産地規則を満たすため、製造プロセスを変更するなどにより、コスト増加につながる。
- 3 問題は生じていない。
- 4 現時点では問題ないが、今後、問題となる可能性はある。
- 5 わからない。

SQ-5 FTA 毎に異なる原産地規則が導入されることにより生じている諸問題を解決する方法として、アジア大洋州域内の全てのFTAに統一した原産地規則を適用することが考えられますが、これについてどのようにお考えですか? (単一回答)

- 1 付加価値基準(物品に対する付加価値で原産国を判断する方法)で統一すべきである。
- 2 関税番号変更基準(関税番号の変更により物品の原産国を判断する方法)で統一すべきである。
- 3 付加価値基準か関税番号変更基準のいずれかかを選択できる方法で統一すべきである。
- 4 統一しても、しなくても、どちらでもよい。
- 5 統一すべきではない。
- 6 わからない。

京都メカニズムに関する取り組み

2005年2月に、温室効果ガス(GHG)の排出量に数値目標を定める京都議定書が発効しました。同議定書の目標を達成するため、海外で温室効果ガスの削減活動に投資などをし、その削減分を排出権として取得できる「クリーン開発メカニズム(CDM)」や、「共同実施(JI)」などの「京都メカニズム」の活用が世界規模で始まっています。以下、貴社のこれらに関する取り組みについてお伺いします。

Q 11 貴社は海外における京都メカニズム(以下「CDM/JI」)に関する取り組みや関連するビジネスを行っていますか？
(単一回答)

- | | |
|------------------------|-------------|
| 1 既に行っている。 | SQ-6へお進み下さい |
| 2 行う予定がある | SQ-6へお進み下さい |
| 3 具体的な事業計画は未定だが、関心はある。 | SQ-9へお進み下さい |
| 4 行う予定はない/関心がない。 | SQ-9へお進み下さい |

SQ-6 「既に行っている」、「行う予定がある」と回答した理由について、お答え下さい。(複数回答可)

- 1 社内や業界の温室効果ガス(GHG)削減目標を達成しなければならないため。
- 2 ビジネスチャンス(自社の技術や製品を販売、仲介、コンサル等)があるため。
- 3 CSR(企業の社会的責任)の観点による環境貢献活動の一環として。
- 4 CDM/JIによる削減クレジットを売却して、追加的に事業の利益を得るため。
- 5 その他(具体的にご記入下さい) _____

SQ-7 貴社のCDM/JIへの取り組み形態、あるいは今後の取り組み形態をお答え下さい。(複数回答可)

- 1 CDM/JIプロジェクトに投資・出資する。
- 2 クレジットを購入する(ファンドへの出資なども含む)。
- 3 CDM/JIによる排出権の売却や仲介をする(コンサルタント業務を含む)。
- 4 CDM/JIプロジェクトに自社製品・技術を供給・販売する。
- 5 自社の海外工場などに省エネなどの投資を行う。
- 6 その他(具体的にご記入下さい) _____

SQ-8 SQ-7の取り組み・ビジネスを行う国(ホスト国)・地域としてどこに注目していますか？(複数回答可)

- | | | | |
|----------------------|----------------------|--------|-------|
| 1 中国 | 2 インド | 3 ブラジル | 4 ロシア |
| 5 その他のアジア(国名: _____) | 6 その他の中南米(国名: _____) | | |
| 7 中・東欧諸国(国名: _____) | 8 その他(国名: _____) | | |
| 9 特に国・地域にこだわらない | | | |

SQ-9 Q11で「具体的な事業展開は未定だが、関心はある」、「行う予定はない/関心がない」と回答した理由についてお答え下さい。(単一回答)

- 1 CDM/JIに取り組む資金調達が困難。
- 2 社内や業界で温室効果ガス(GHG)削減目標などが無いため。
- 3 国内での省エネ対策などで、削減目標を達成できるため。
- 4 CDM/JIそのものの将来的方向性や排出削減クレジットの取引制度などが未定でリスクが高いため。
- 5 ビジネスチャンス(自社の技術や製品を販売、仲介、コンサル等)がないため。
- 6 その他(具体的にご記入下さい) _____

Q 12 CDM/JI を取り組むにあたり、最も必要な点は何ですか？(複数回答可)

- 1 CDM/JIプロジェクトの形成方法など、京都メカニズムに関する基本的な情報
- 2 CDM/JIに取り組む企業の具体的事例に関する情報収集
- 3 CDM/JIとなる潜在的なプロジェクトの発掘
- 4 GHGの排出削減が義務化しているEUにおける排出権の取引状況、EU各国の京都議定書に対する遵守状況の情報収集
- 5 CDM/JIのルール作りを行う国連の専門会合での最新の議論内容
- 6 CDM/JIを実施できる国々(途上国や中東欧諸国)のCDM/JIに関する法制や制度情報
- 7 日本での排出権売買制度の普及
- 8 その他(具体的にご記入下さい) _____

ご多忙のところ、ご協力いただき誠にありがとうございました。