

JETRO

日本貿易振興機構(ジェトロ)

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

2007年2月28日

日本貿易振興機構(ジェトロ)

目次

| | |
|---|-----|
| I 調査概要、回答企業のプロフィール | P3 |
| II 海外・国内事業展開への取り組み | P5 |
| (1) 2010年度にはアジアからの売上・収益が4割増(05年度比)に | P5 |
| (2) 海外事業拡大は65%、国内事業を拡大する企業の割合は05年の前回に続き拡大し53%へ | P7 |
| (3) 事業規模の拡大を図る機能と国・地域 | P8 |
| (4) ベトナム、インドへの事業拡大意欲が大きく拡大 | P9 |
| (5) 機能別にみた中国における事業拡大意欲では汎用品生産が低下、タイでの事業拡大意欲はほとんどの機能で前年から低下、クーデターは一部企業のマインドに影響 | P10 |
| (6) 過去2~3年および今後2~3年の生産拠点・機能の再編は日本から中国、タイとともに中国からベトナムも目立つ | P12 |
| III 中国におけるビジネス展開、アジアのビジネス環境 | P14 |
| (1) 中国でのビジネス拡大意欲は2.1ポイント減の76.8% | P14 |
| (2) 中国のリスクは法制度、知的財産権の保護、税務。インド・ベトナムはインフラの未整備 | P15 |
| IV アジア大洋州におけるFTAと原産地規則 | P16 |
| (1) アジア大洋州地域におけるFTAの輸出ビジネスでの利用・利用検討が13% | P16 |
| (2) アジア大洋州地域におけるFTAの輸出ビジネスの利用は、AFTA、日本-マレーシアとともにASEANから域外市場へのアプローチが目立つ | P17 |
| (3) 「原産地規則は統一すべき」が64% | P18 |

I 調査概要、回答企業のプロフィール(業種)

1. 調査項目及び調査対象企業

(1) 調査項目:

- ①海外・国内事業展開への取り組み
- ②中国におけるビジネス展開・アジアのビジネス環境
- ③アジア大洋州におけるFTAと原産地規則

(2) 調査対象企業

ジェットロメンバーズ企業のうち、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」に該当する2,537社。

2. 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

3. 回収状況

発送総数 2,537社 有効回答数 729社

有効回答率 28.7%

図表 I-1 回答企業のプロフィール

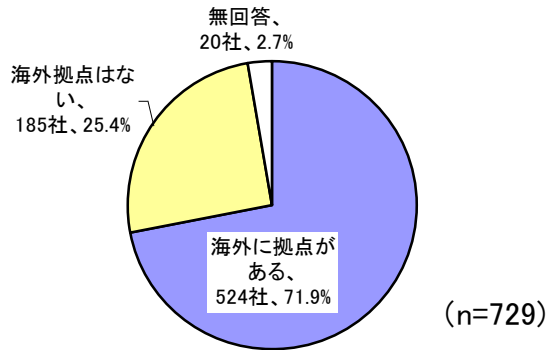
| | (単位:%) | |
|-----------------------|--------|-------|
| | 社数 | 構成比 |
| 回答企業全体 | 729 | 100.0 |
| 製造業計 | 525 | 72.0 |
| 海外生産製造業 | 330 | 45.3 |
| 国内製造業 | 195 | 26.7 |
| 一般機械 | 63 | 8.6 |
| 化学 | 46 | 6.3 |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 56 | 7.7 |
| 飲食料品 | 49 | 6.7 |
| 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 30 | 4.1 |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 45 | 6.2 |
| 電気機械 | 39 | 5.3 |
| 精密機器 | 40 | 5.5 |
| 医療品・化粧品 | 27 | 3.7 |
| 繊維・織物/アパレル | 24 | 3.3 |
| 情報通信機械器具/電子部品・デバイス | 25 | 3.4 |
| 木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ | 16 | 2.2 |
| 窯業・土石 | 17 | 2.3 |
| その他の製造業 | 48 | 6.6 |
| 非製造業計 | 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 |
| 大企業 | 314 | 43.1 |
| 中小企業 | 415 | 56.9 |

(注)中小企業の定義は中小企業基本法に基づく。

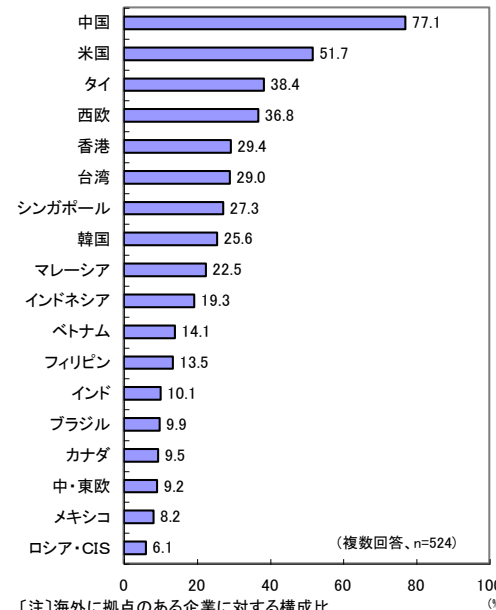
回答企業のプロフィール(海外拠点の設置状況)

回答企業729社のうち、海外に拠点を持つ企業は71.9%(524社)である。海外に拠点を持つ企業524社のうち、拠点の所在地をみると、中国が77.1%(404社)と最も多く、それに米国(51.7%)、タイ(38.4%)が続いている。拠点の形態別設置状況を国・地域別にみると、販売拠点、生産拠点とも中国がそれぞれ56.3%、54.8%と、トップとなっている。研究開発拠点では米国が8.0%とトップを占めるが、中国も7.1%と米国に次いで多い。

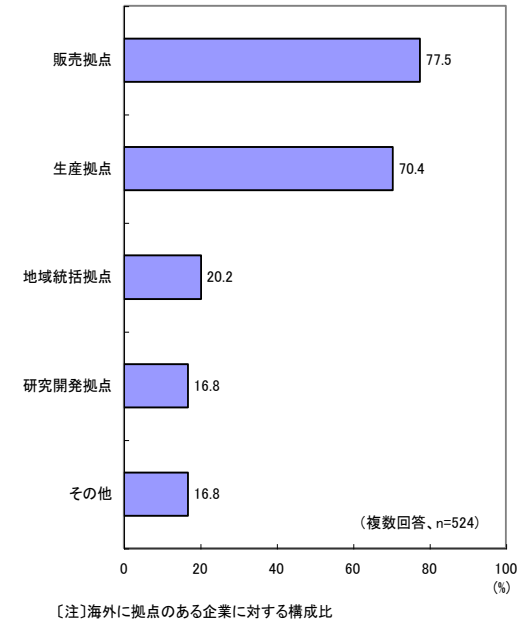
図表 I-2 海外拠点の有無



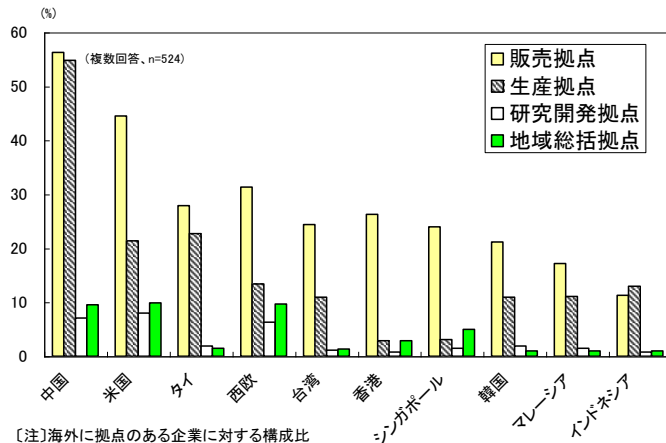
図表 I-3 海外拠点の所在



図表 I-4 海外拠点の機能



図表 I-5 海外拠点の所在と機能



Ⅱ 海外・国内事業展開への取り組み

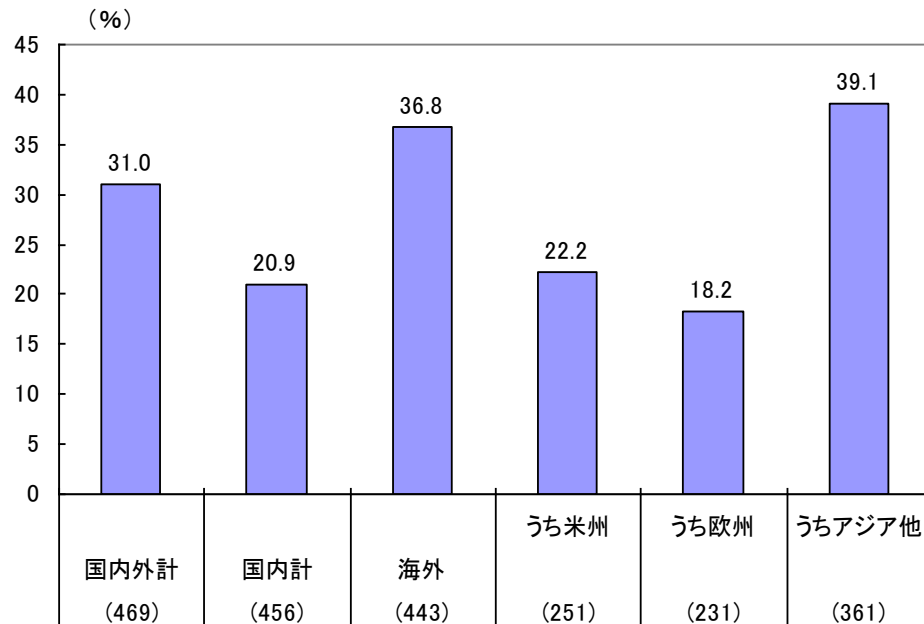
(1) 2010年度にはアジアからの売上・収益が4割増（05年度比）に

2005年度と比較した2010年度の売上高・営業利益見込みは、国内市場での2割増に対し、海外では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結果となった。

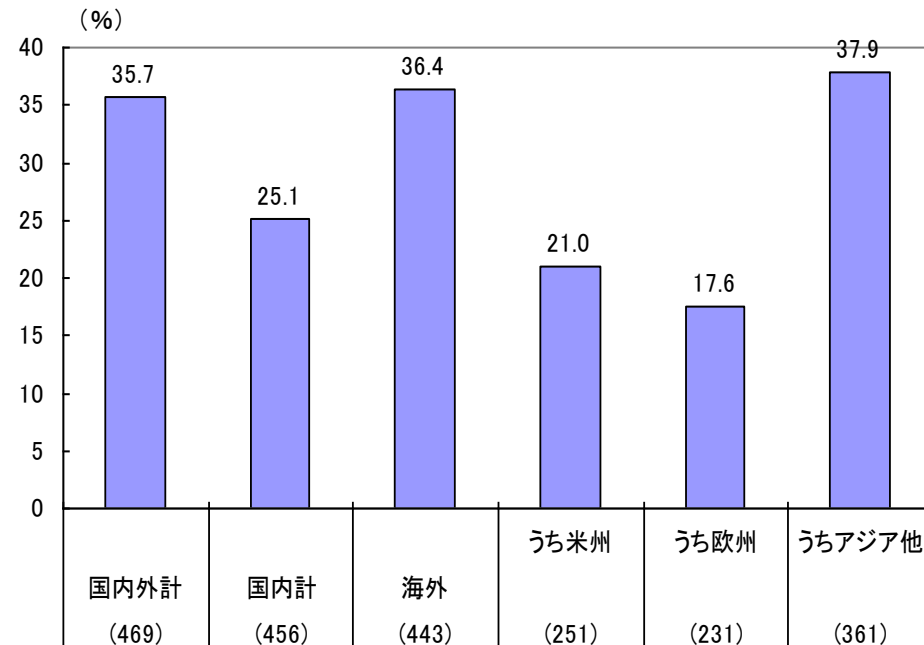
特に、アジアにおいては4割近い伸びが見込まれており、米州・欧州の2割程度を大きく上回っている。

既に日本企業のアジアからの売上高・営業利益は上場企業ベースで海外全体の3割程度、国内外全体の1割を占めるに至っているが（次頁参照）、今後さらに日本企業にとって、アジア市場の重要性が高まってくるものと見込まれる。

図表Ⅱ-1 回答企業の地域別売上高の伸び率(2005年度－2010年度)



図表Ⅱ-2 回答企業の地域別営業利益の伸び率(2005年度－2010年度)



〔注〕1.カッコ内は回答社数

2.数値は回答のあった伸び率の平均値

参考 上場企業の地域別売上高・営業利益の推移

参考図表 上場企業の地域別売上高・営業利益の伸び率

売上高伸び率

(前年度比、%)

| 年度 | (集計社数) | 全世界 | | | | | | |
|------|--------|-------|-------|-------|-------|---------|--------|--------|
| | | 国内 | 海外 | 米州 | 欧州 | アジア・大洋州 | その他 | |
| 98年度 | (556) | ▲ 7.0 | ▲ 7.5 | ▲ 5.8 | 3.0 | 3.0 | ▲ 21.6 | ▲ 29.3 |
| 99年度 | (576) | ▲ 3.6 | ▲ 2.9 | ▲ 5.3 | ▲ 9.6 | ▲ 9.6 | 11.5 | ▲ 10.1 |
| 00年度 | (620) | 4.2 | 3.0 | 7.5 | 1.2 | 1.2 | 22.2 | ▲ 3.8 |
| 01年度 | (650) | ▲ 2.7 | ▲ 6.0 | 5.8 | 4.8 | 4.8 | 1.2 | 9.1 |
| 02年度 | (683) | 2.4 | 0.0 | 7.7 | 11.3 | 11.3 | 16.8 | 6.4 |
| 03年度 | (694) | ▲ 0.4 | ▲ 0.9 | 0.9 | 5.4 | 5.4 | 3.6 | 7.5 |
| 04年度 | (710) | 7.4 | 6.1 | 10.0 | 11.7 | 11.7 | 17.1 | 15.1 |
| 05年度 | (748) | 10.3 | 7.8 | 15.4 | 10.5 | 10.5 | 28.0 | 4.2 |

営業利益伸び率

(前年度比、%)

| 年度 | (集計社数) | 全世界 | | | | | | |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|
| | | 国内 | 海外 | 米州 | 欧州 | アジア・大洋州 | その他 | |
| 98年度 | (556) | ▲ 20.0 | ▲ 23.7 | ▲ 8.0 | 12.9 | 14.9 | ▲ 26.4 | ▲ 45.7 |
| 99年度 | (576) | 7.8 | 9.7 | 2.7 | 13.1 | ▲ 50.6 | 22.0 | 10.9 |
| 00年度 | (620) | 26.8 | 34.8 | 2.9 | ▲ 4.7 | ▲ 58.5 | 51.4 | 2.1 |
| 01年度 | (650) | ▲ 31.3 | ▲ 35.6 | ▲ 14.6 | ▲ 13.2 | ▲ 33.0 | ▲ 22.1 | ▲ 0.2 |
| 02年度 | (683) | 40.2 | 35.7 | 54.0 | 40.8 | 389.8 | 49.0 | 38.1 |
| 03年度 | (694) | 15.5 | 15.7 | 15.2 | ▲ 0.4 | 86.3 | 24.4 | 2.6 |
| 04年度 | (710) | 15.4 | 14.4 | 18.0 | 17.6 | 6.7 | 21.1 | 26.3 |
| 05年度 | (748) | 14.6 | 12.4 | 20.3 | 16.1 | 18.2 | 33.7 | 5.4 |

参考図表 上場企業の売上高・営業利益の地域別構成比

売上高の地域別比率

(%)

| 年度 | (集計社数) | 全世界 | | | | | | |
|------|--------|-------|------|------|------|---------|------|-----|
| | | 国内 | 海外 | 米州 | 欧州 | アジア・大洋州 | その他 | |
| 97年度 | (582) | 100.0 | 71.4 | 28.6 | 11.3 | 5.4 | 5.8 | 6.1 |
| 98年度 | (593) | 100.0 | 71.1 | 28.9 | 13.4 | 6.0 | 4.9 | 4.6 |
| 99年度 | (643) | 100.0 | 72.5 | 27.5 | 12.4 | 5.4 | 5.5 | 4.2 |
| 00年度 | (668) | 100.0 | 71.9 | 28.1 | 12.6 | 5.2 | 6.4 | 3.9 |
| 01年度 | (715) | 100.0 | 69.7 | 30.3 | 13.7 | 5.5 | 6.7 | 4.4 |
| 02年度 | (728) | 100.0 | 68.0 | 32.0 | 13.7 | 6.0 | 7.8 | 4.6 |
| 03年度 | (738) | 100.0 | 67.9 | 32.1 | 12.9 | 6.1 | 8.2 | 4.9 |
| 04年度 | (774) | 100.0 | 67.3 | 32.7 | 12.2 | 6.4 | 8.8 | 5.3 |
| 05年度 | (804) | 100.0 | 66.1 | 33.9 | 12.5 | 6.3 | 10.1 | 5.0 |

営業利益の地域別比率

(%)

| 年度 | (集計社数) | 全世界 | | | | | | |
|------|--------|-------|------|------|------|---------|------|-----|
| | | 国内 | 海外 | 米州 | 欧州 | アジア・大洋州 | その他 | |
| 97年度 | (582) | 100.0 | 76.6 | 23.4 | 9.8 | 3.4 | 4.8 | 5.3 |
| 98年度 | (593) | 100.0 | 73.4 | 26.6 | 13.8 | 4.8 | 4.4 | 3.6 |
| 99年度 | (643) | 100.0 | 75.0 | 25.0 | 14.1 | 2.1 | 5.0 | 3.7 |
| 00年度 | (668) | 100.0 | 79.9 | 20.1 | 10.4 | 0.7 | 6.0 | 3.0 |
| 01年度 | (715) | 100.0 | 76.0 | 24.0 | 12.4 | 0.6 | 6.7 | 4.2 |
| 02年度 | (728) | 100.0 | 72.9 | 27.1 | 13.0 | 2.8 | 7.2 | 4.1 |
| 03年度 | (738) | 100.0 | 73.3 | 26.7 | 11.1 | 4.3 | 7.5 | 3.7 |
| 04年度 | (774) | 100.0 | 71.8 | 28.2 | 10.9 | 4.7 | 8.6 | 4.0 |
| 05年度 | (804) | 100.0 | 70.8 | 29.2 | 10.8 | 4.7 | 10.0 | 3.7 |

[注]1. 集計対象は決算期が12月から3月期の企業で、地域別売上高・営業利益を開示している上場企業(銀行業・保険業除く)

2. 売上高および営業利益の前年度比伸び率はサンプルを当年度および前年度を一致させた上で算出

3. 「欧州」には中東・アフリカ地域が含まれるほか、「その他」には複数地域の合算項目(「欧米」と表記されているもの)などが含まれる

[資料]東洋経済新報社「企業財務カルテ 2007年版」よりジェトロ作成

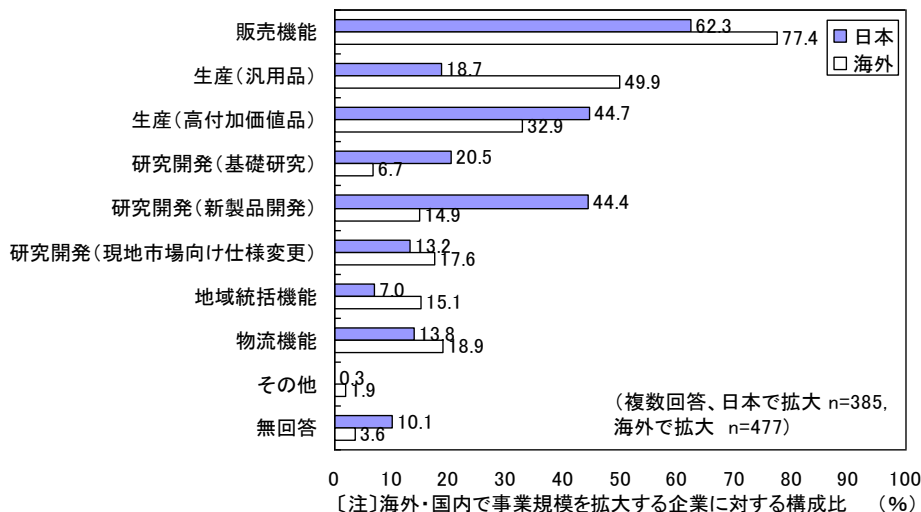
(2) 海外事業拡大は65%、国内事業を拡大する企業の割合は05年の前回に続き拡大し53%へ

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)については、65.4%の企業が事業の拡大方針を示し、05年度の前回調査(65.6%)に続き、高水準を維持している。

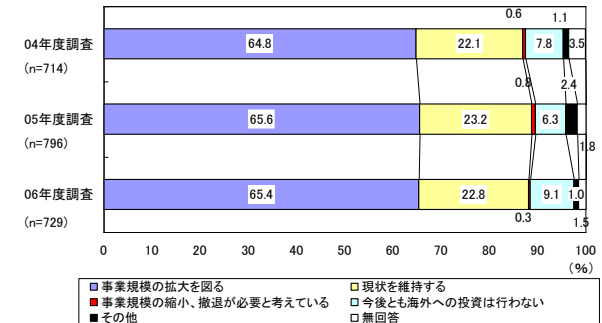
国内における今後(3年程度)の事業展開について、52.8%の企業が事業の拡大方針を示し、前回調査(51.0%)よりも、1.8ポイント上昇し、2年連続で上昇した。

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

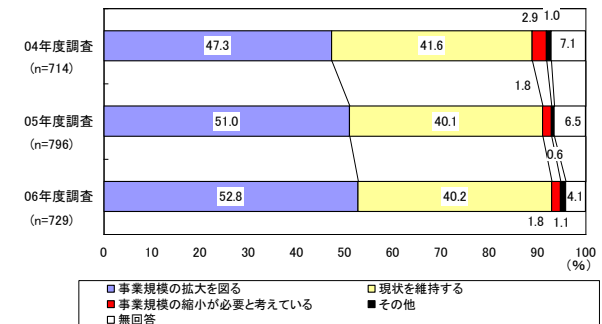
図表 II-5 海外・国内で拡大する機能



図表 II-3 海外での事業方針(時系列比較)



図表 II-4 国内での事業方針(時系列比較)



図表 II-6 海外・国内で事業を拡大する主要業種

| | 社数(n) | 海外事業拡大 (%) | 国内事業拡大 (%) |
|-----------------------|-------|------------|------------|
| 全回答企業 | 729 | 65.4 | 52.8 |
| 化学 | 46 | 87.0 | 58.7 |
| 飲食料品 | 49 | 73.5 | 59.2 |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 56 | 71.4 | 46.4 |
| 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 30 | 70.0 | 53.3 |
| 一般機械 | 63 | 66.7 | 38.1 |
| 繊維・織物/アパレル | 24 | 66.7 | 50.0 |
| 電気機械 | 39 | 64.1 | 51.3 |
| 医薬品・化粧品 | 27 | 63.0 | 55.6 |
| 精密機器 | 40 | 62.5 | 65.0 |

(3) 事業規模の拡大を図る機能と国・地域

海外で事業(新規投資、既存拠点の拡充)を拡大する国・地域を、機能別(販売、生産、研究開発など)にみると、すべての機能で中国の割合が最も高かった。中国以外では米国、西欧、タイが、複数の機能で高かった。

05年度との比較では、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。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05年度と比べて拡大している。

図表Ⅱ-7 今後(3年程度)に海外で拡大する機能と国・地域(販売、生産機能別ランキング)

(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年度実績 | 増減 | 国名 | 06年度実績 | 増減 | 国名 | 06年度実績 | 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05年度調査比較、06年度のn=477、05年度のn=522。母数(n)は、今後、海外で事業を拡大すると回答した企業

図表Ⅱ-8 今後(3年程度)に海外で拡大する機能と国・地域

(複数回答、%)

| | 06年度実績 | | | | | | | | | 05年度からの増減 | | | | | | |
|---------|--------|---------|------------|------------|-------------|------------------|--------|------|-------|-----------|------------|------------|-------------|------------------|--------|-------|
| | 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 | 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 |
| 中国 | 56.4 | 33.5 | 20.5 | 3.1 | 7.3 | 11.7 | 7.5 | 11.3 | △ 1.8 | △ 3.1 | 5.2 | 1.0 | △ 0.9 | △ 1.1 | △ 1.9 | 0.4 |
| 香港 | 8.0 | 0.8 | 0.8 | 0.0 | 0.4 | 1.0 | 0.6 | 1.9 | △ 1.4 | △ 0.2 | △ 0.2 | △ 0.2 | △ 0.2 | 0.4 | △ 0.2 | △ 0.2 |
| 台湾 | 11.1 | 2.9 | 1.7 | 0.4 | 0.8 | 1.9 | 0.6 | 1.0 | 0.6 | 0.2 | 0.6 | 0.2 | △ 0.2 | 0.2 | 0.0 | 0.0 |
| 韓国 | 14.0 | 3.6 | 2.9 | 0.8 | 1.5 | 1.9 | 0.8 | 1.5 | 1.7 | 0.7 | 1.8 | 0.8 | 0.9 | △ 0.6 | 0.2 | 0.7 |
| シンガポール | 6.7 | 0.6 | 0.6 | 0.0 | 0.6 | 0.8 | 2.5 | 1.9 | △ 1.5 | △ 0.4 | 0.4 | 0.0 | 0.0 | 0.4 | △ 0.2 | 0.4 |
| タイ | 18.0 | 11.5 | 6.5 | 1.3 | 2.7 | 3.4 | 1.5 | 2.7 | 0.6 | △ 2.7 | △ 0.4 | 0.0 | △ 1.5 | △ 1.6 | △ 1.8 | △ 0.2 |
| マレーシア | 7.1 | 3.4 | 1.7 | 0.2 | 1.0 | 1.3 | 0.2 | 1.0 | 2.5 | 1.1 | 1.1 | 0.2 | 0.2 | △ 0.2 | △ 0.6 | 0.6 |
| インドネシア | 5.9 | 3.8 | 1.7 | 0.0 | 0.4 | 0.8 | 0.0 | 0.4 | △ 1.6 | △ 0.8 | 0.2 | 0.0 | △ 0.6 | △ 0.5 | △ 0.8 | △ 1.1 |
| フィリピン | 2.5 | 2.1 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 1.0 | 0.2 | 1.0 | △ 0.2 | 0.0 | △ 0.2 | 0.0 | △ 0.4 | 0.6 | 0.0 | 0.4 |
| ベトナム | 10.7 | 8.4 | 2.7 | 0.4 | 0.8 | 0.8 | 0.2 | 1.7 | 2.3 | 3.2 | 1.7 | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.0 | 1.5 |
| インド | 15.5 | 5.7 | 1.7 | 0.4 | 0.8 | 1.7 | 0.6 | 0.6 | 2.3 | 3.4 | 0.9 | 0.4 | 0.4 | 0.7 | 0.2 | 0.2 |
| 米国 | 27.7 | 7.8 | 6.3 | 1.3 | 4.8 | 4.0 | 3.8 | 3.4 | 1.8 | 3.2 | 1.5 | △ 1.0 | 1.0 | △ 2.9 | △ 1.6 | △ 0.2 |
| カナダ | 1.3 | 0.4 | 0.8 | 0.2 | 0.4 | 0.4 | 0.2 | 0.2 | △ 0.8 | 0.2 | 0.6 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | 0.0 |
| メキシコ | 2.1 | 1.0 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | 0.4 | 0.0 | 0.2 | 1.1 | 0.8 | 0.0 | △ 0.2 | 0.2 | 0.2 | △ 0.2 | 0.2 |
| ブラジル | 6.1 | 1.3 | 0.8 | 0.0 | 0.2 | 0.8 | 0.2 | 0.0 | 3.2 | △ 0.2 | 0.6 | △ 0.2 | △ 0.6 | 0.2 | 0.0 | △ 0.2 |
| 西欧 | 19.9 | 4.0 | 5.7 | 1.5 | 3.1 | 2.7 | 4.6 | 3.6 | 2.9 | 0.7 | 2.6 | △ 0.6 | △ 0.7 | △ 1.9 | △ 1.1 | △ 0.4 |
| 中・東欧 | 8.0 | 2.9 | 1.7 | 0.0 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.4 | 1.5 | 1.8 | 0.2 | △ 0.2 | △ 0.4 | 0.4 | △ 0.2 | △ 0.2 |
| ロシア・CIS | 10.7 | 0.8 | 0.4 | 0.2 | 0.2 | 0.4 | 0.2 | 0.0 | 2.8 | 0.2 | 0.2 | 0.0 | △ 0.4 | △ 0.2 | △ 0.2 | △ 0.4 |
| その他 | 4.8 | 1.3 | 0.6 | 0.0 | 1.0 | 0.8 | 0.2 | 0.0 | 1.7 | 0.2 | 0.2 | △ 0.4 | 0.2 | 0.4 | △ 0.4 | △ 0.2 |

[注1]06年度実績の色づけ部分は上位3カ国・地域。05年度からの増減は、プラスマイナス2ポイント以上の変化のあった国・地域。

[注2]06年度のn=477,05年度のn=522。母数(n)は、今後海外で事業を拡大すると回答した企業

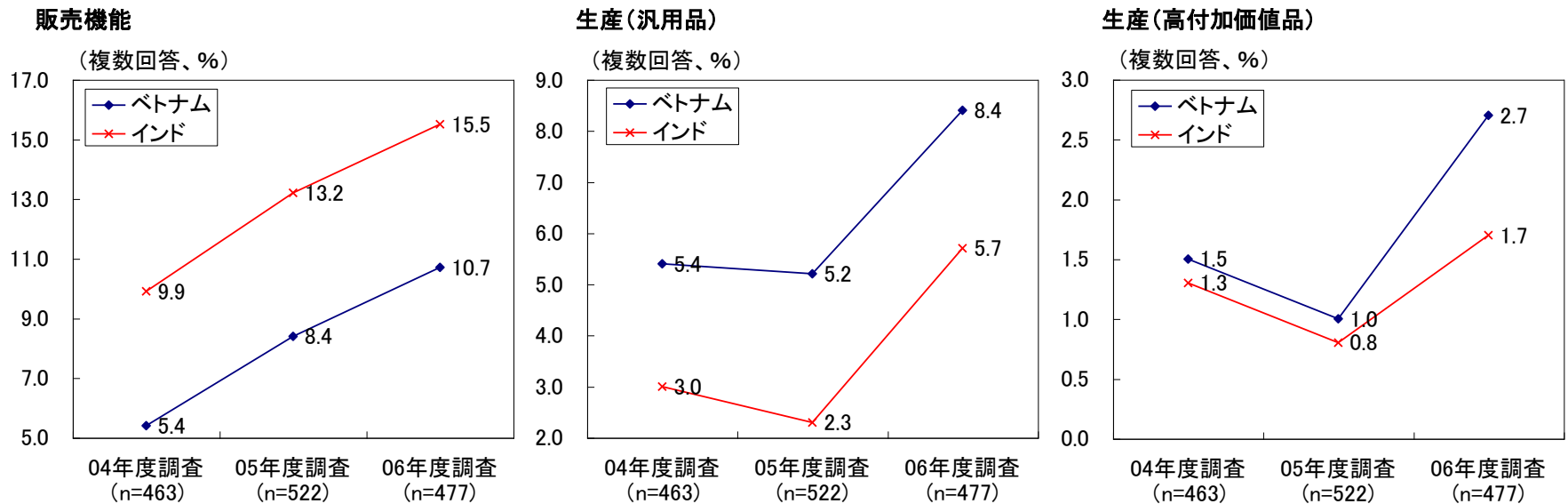
(4) ベトナム、インドへの事業拡大意欲が大きく拡大

05年度調査と比較すると、ベトナム、インドへの事業拡大意欲が大きく拡大している。ベトナム、インドではほとんどの機能で、事業拡大意欲が05年度よりも拡大しており、ベトナムは生産(汎用品)が3.2ポイント増の8.4%となり、中国、タイに次ぐ、第三位に入っている。販売、生産(高付加価値品)もそれぞれ2.3ポイント、1.7ポイント拡大した。インドも販売が2.3ポイント増の15.5%で第5位、生産(汎用品)も3.4ポイント増の5.7%となり、第5位に入っている。

インド、ベトナムにおける販売機能の拡大意欲は2年連続で大きく拡大しているが、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とみられる。生産機能の拡大の背景には、好調な内需を背景とした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。

生産面で拡大意欲が高い業種では、ベトナムでは鉄鋼/非鉄金属/金属製品、飲食料品などで、インドでは自動車/自動車部品/その他輸送機器、鉄鋼/非鉄金属/金属製品などが目立っている。

図表Ⅱ-9 ベトナム、インドで拡大する機能(時系列比較)



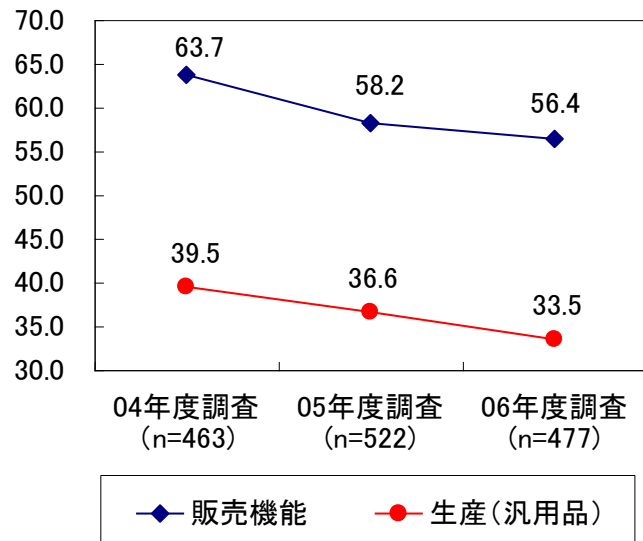
(5) 機能別にみた中国における事業拡大意欲では汎用品生産が低下、タイでの事業拡大意欲はほとんどの機能で前年から低下、クーデターは一部企業のマインドに影響

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値税(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、前年から2.7ポイント減と大きく低下した。

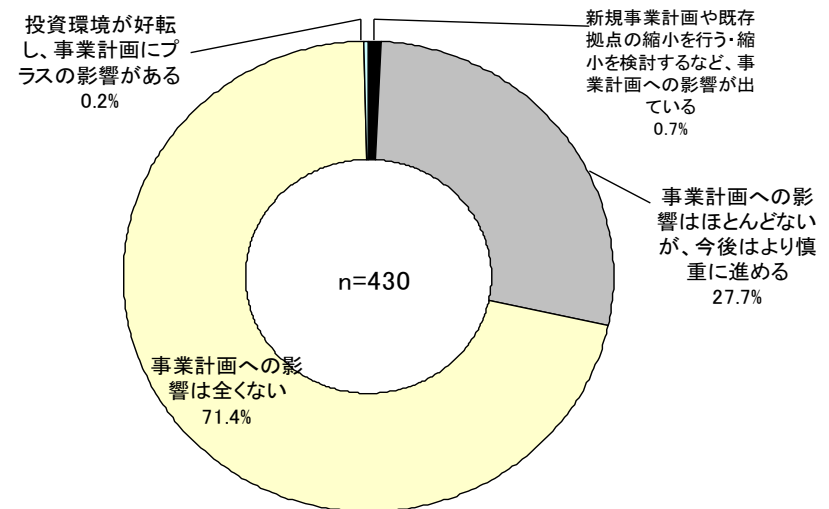
2006年9月にタイで発生したクーデターについて、タイとの事業関係および今後の展開予定のある企業(430社)のうち、「事業計画への影響はまったくない」が71.4%と多くを占めたが、27.7%の企業が「事業計画への影響はほとんどないが、今後はより慎重に進める」と回答しており、一部企業のマインドに影響を与えている(なお、タイでは、06年12月18日の短期流入資本抑制策の導入や06年末のバンコクでの連続爆弾テロ、07年1月9日の外国人事業法改正案の閣議承認などがなされているが、本アンケートはこれ以前に行なわれており、こうした一連の動きは反映されていない)。

図表Ⅱ-10 中国で拡大する機能(時系列比較)
(複数回答、%)



[注]母数(n)は、今後、海外で事業を拡大すると回答した企業。

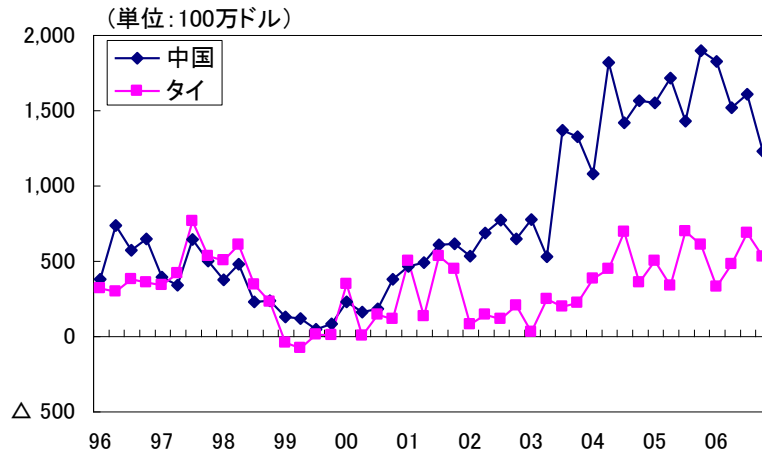
図表Ⅱ-11 タイクーデターの影響



[注]母数(n)はタイとの事業関係、今後の展開予定がある企業430社。

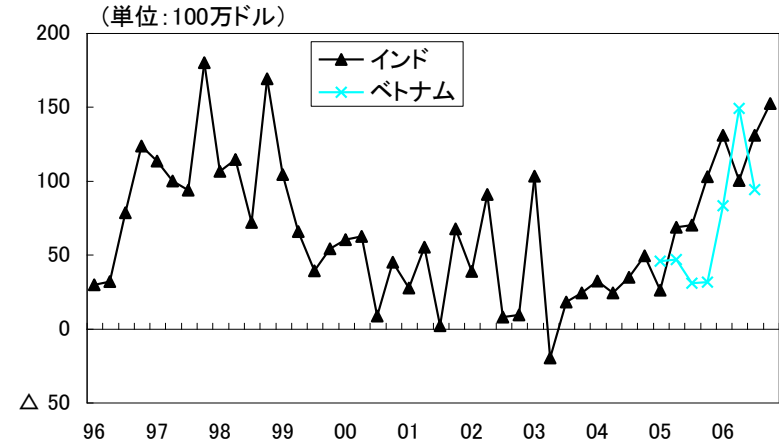
参考 日本から中国、タイ、インド、ベトナム向け直接投資の推移

参考図表 日本から中国、タイ向け直接投資の推移(日本側統計、国際収支、四半期ベース、ネット)



[注]円建て公表値をドル換算、06年第4四半期は速報値
[資料]財務省、日銀よりJETRO作成

参考図表 日本からインド、ベトナム向け直接投資の推移(日本側統計、国際収支、四半期ベース、ネット)



[注]円建て公表値をドル換算、06年第4四半期は速報値
[資料]財務省、日銀よりJETRO作成

参考図表 中国、タイ、ベトナム、インドに対する直接投資(現地側の統計、認可・実行ベース、グロス)

(単位:100万ドル、%)

| | 中国 | | | | タイ | | | | ベトナム | | | | インド | | | |
|-------|-------|--------|--------|-------|-------|--------|------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | 日本 | | 世界 | | 日本 | | 世界 | | 日本 | | 世界 | | 日本 | | 世界 | |
| | 金額 | 伸び率 | 金額 | 伸び率 | 金額 | 伸び率 | 金額 | 伸び率 | 金額 | 伸び率 | 金額 | 伸び率 | 金額 | 伸び率 | 金額 | 伸び率 |
| 2001年 | 4,348 | 49.1 | 46,878 | 15.1 | 1,877 | n.a. | 4718 | △ 11.1 | 163 | 101.2 | 2,529 | 25.6 | 221.5 | △ 3.4 | 3,728 | 29.8 |
| 2002年 | 4,190 | △ 3.6 | 52,743 | 12.5 | 894 | △ 52.4 | 2319 | △ 50.8 | 102 | △ 37.4 | 1,558 | △ 38.4 | 412.6 | 86.3 | 3,791 | 1.7 |
| 2003年 | 5,054 | 20.6 | 53,505 | 1.4 | 2,353 | 163.2 | 5125 | 121.0 | 100 | △ 2.0 | 1,914 | 22.8 | 94.4 | △ 77.1 | 2,526 | △ 33.4 |
| 2004年 | 5,452 | 7.9 | 60,630 | 13.3 | 3,131 | 33.1 | 7888 | 53.9 | 224 | 124.0 | 2,222 | 16.1 | 116.0 | 22.9 | 3,753 | 48.6 |
| 2005年 | 6,530 | 19.8 | 72,406 | 19.4 | 4,271 | 36.4 | 8101 | 2.7 | 437 | 95.1 | 4,268 | 92.1 | 168.3 | 45.1 | 4,360 | 16.2 |
| 2006年 | 4,598 | △ 29.6 | 69,468 | △ 4.1 | 3,041 | △ 28.8 | 7039 | △ 13.1 | 1,056 | 141.6 | 8,827 | 106.8 | 111.8 | △ 4.6 | 7,930 | 144.0 |

[注1]タイは認可ベース。ベトナムは新規認可ベース。中国とインドは実行ベース。

[注2]タイパーツはタイ中央銀行の期中平均レートで換算。

[注3]インドの2006年は2006年1-10月データ。伸び率は前年同期比。

[資料]中国:中国対外経済貿易年鑑および中国投資指南サイト、タイ:「タイ国経済概況」(バンコク日本人商工会議所)、ベトナム:計画投資省(MPI)、外国投資局(FIA)、インド:商工省からJETRO作成。

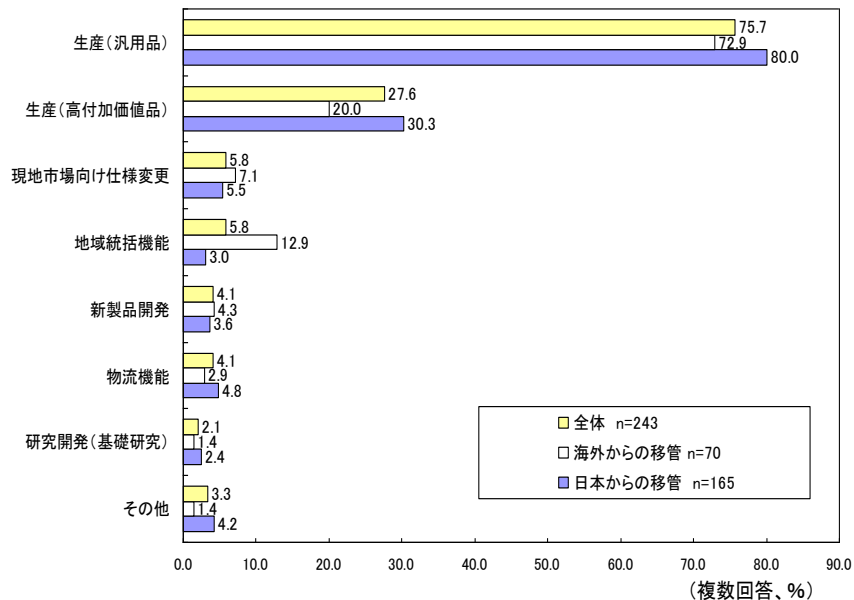
(6) 過去2～3年および今後2～3年の生産拠点・機能の再編は日本から中国、タイとともに中国からベトナムも目立つ(①)

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年の間に行った、または今後2～3年の間に行う予定の企業の割合は27.0%(197社)であった。

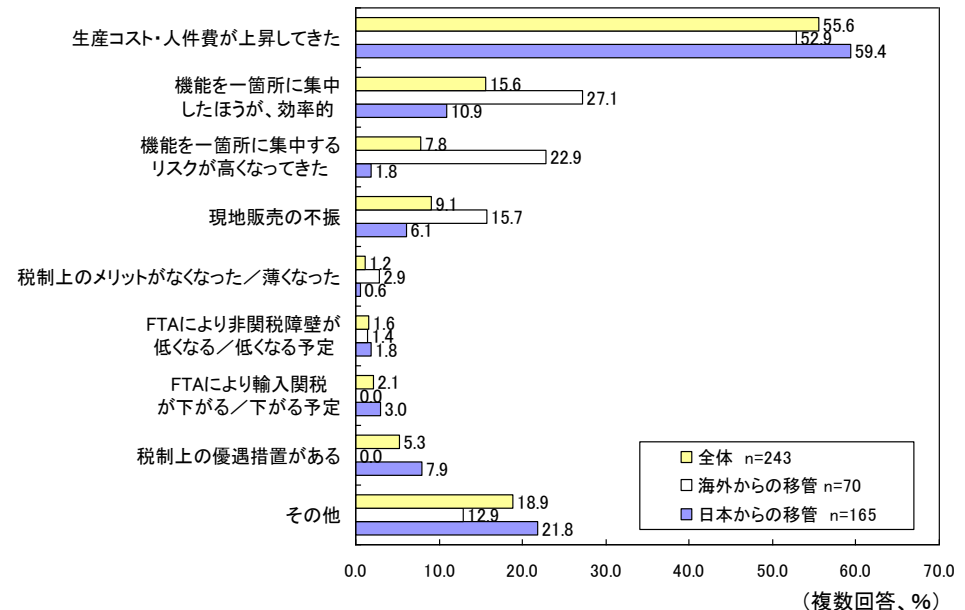
再編する機能では、生産拠点・機能の総再編件数(243件)のうち、生産(汎用品)が75.7%と最も多く、次いで生産(高付加価値品)の27.6%と、生産機能の再編が中心である。日本から海外への移管では、生産(汎用品)が80.0%と高い。

再編の理由では、日本からの海外移管、海外からの移管ともに、生産コスト・人件費の上昇が過半(全体55.6%、日本59.4%、海外52.9%)を超え最も多く、機能を一箇所に集中することによる効率化(全体15.6%、日本10.9%、海外27.1%)が続く。海外からの移管では、機能を一箇所に集中するリスク(22.9%)、現地販売の不振(15.7%)の割合が高い。とりわけ、中国から生産を移管する企業が、機能を一箇所に集中するリスクを理由として挙げる割合が高い(21社中10社、47.6%)。また、フィリピンから生産を移管する企業が、現地販売の不振を挙げる割合が高い(5社中3社)。

図表Ⅱ-12 再編する機能



図表Ⅱ-13 再編の理由



(6) 過去2～3年および今後2～3年の生産拠点・機能の再編は日本から中国、タイとともに中国からベトナムも目立つ (②)

過去2～3年および今後2～3年の生産拠点・機能の総再編件数(243件)のうち、「日本から中国」への移管が91件(37.4%)と最も多い。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」への移管は、22件(9.1%)で、「日本から中国」に次いで多かった。再編する機能は、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。

日本からアジアへの移管が上位を占めるなか、中国からベトナムへの移管が9件(3.7%)あった。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への移管が48件(19.8%)と最も多い。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。中国からASEANが11件(ベトナム9件、タイ2件)となった一方、ASEANから中国は6件にとどまっている。ASEAN域内での再編も10件あった。

海外の拠点を日本に移管する事例は、7件(2.9%)であった。移管する機能は、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。

図表Ⅱ-14 移管元・移管先の上位件数

n=243 (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 |

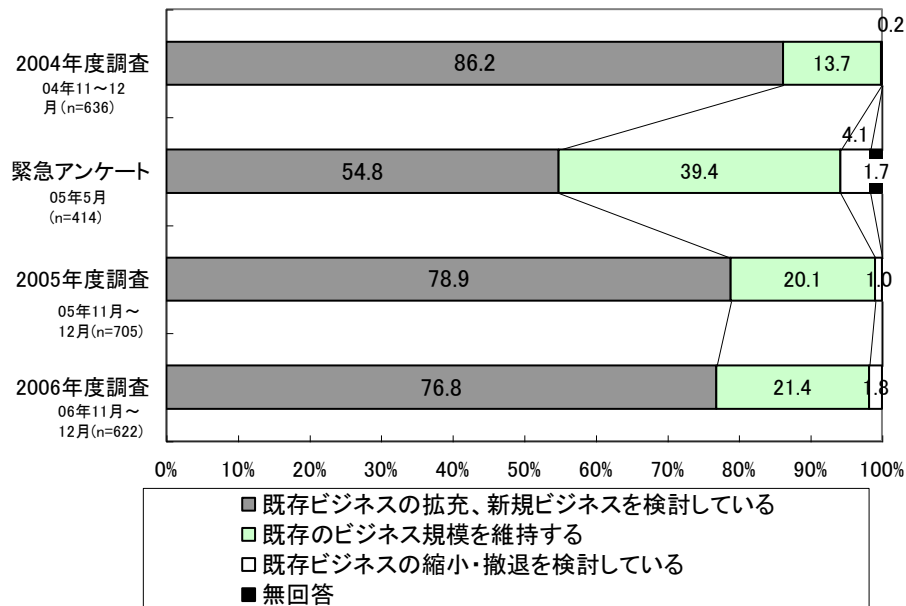
[注]母数は、生産拠点・機能の総再編件数

Ⅲ 中国におけるビジネス展開、アジアのビジネス環境

(1) 中国でのビジネス拡大意欲は2.1ポイント減の76.8%

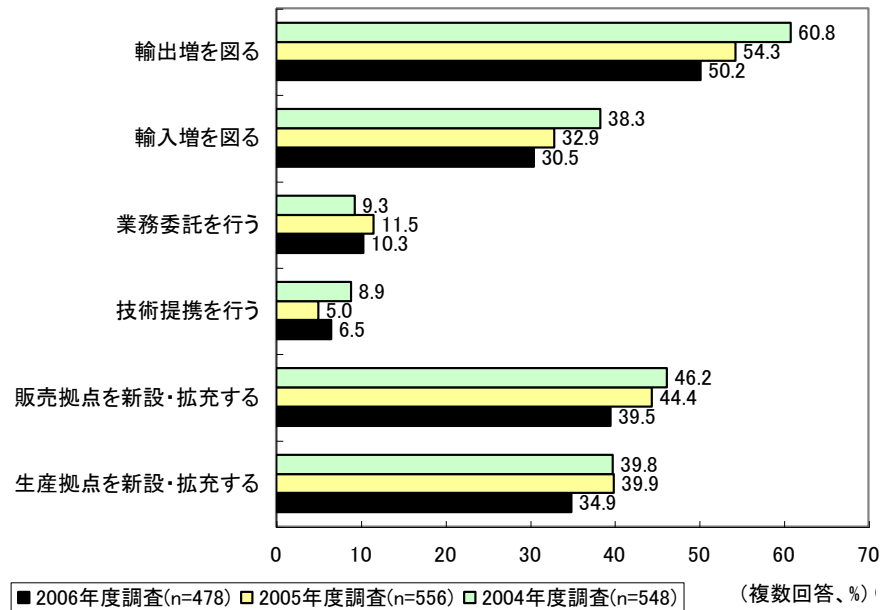
中国に対する今後(3年程度)のビジネス展開(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)について、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」企業の割合は76.8%であった。2005年4月に中国各地で発生した反日デモ直後に、一時的に、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」企業の割合は54.8%に低下したが、05年度調査では78.9%に回復した。06年度調査では、05年度から2.1ポイント減と、わずかながら、減少した。

図表Ⅲ-1 中国での今後のビジネス展開(同一定義の企業ベース)



[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。

図表Ⅲ-2 ビジネス拡大の具体的内容(時系列比較)



(複数回答、%)

(2) 中国のリスクは法制度、知的財産権の保護、税務。インド・ベトナムはインフラの未整備

アジア主要国(中国、タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、ベトナム、インド)のビジネス上のリスク・問題点について、「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、中国と回答した企業は、それぞれ59.9%、59.2%、33.2%と、最も多く、知財侵害などを中心とした法制度の運用面や外資優遇政策の見直しなどの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増徴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。

「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%)が多く、「為替リスク」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。

図表Ⅲ-3 各国のビジネスリスクランキング

(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。

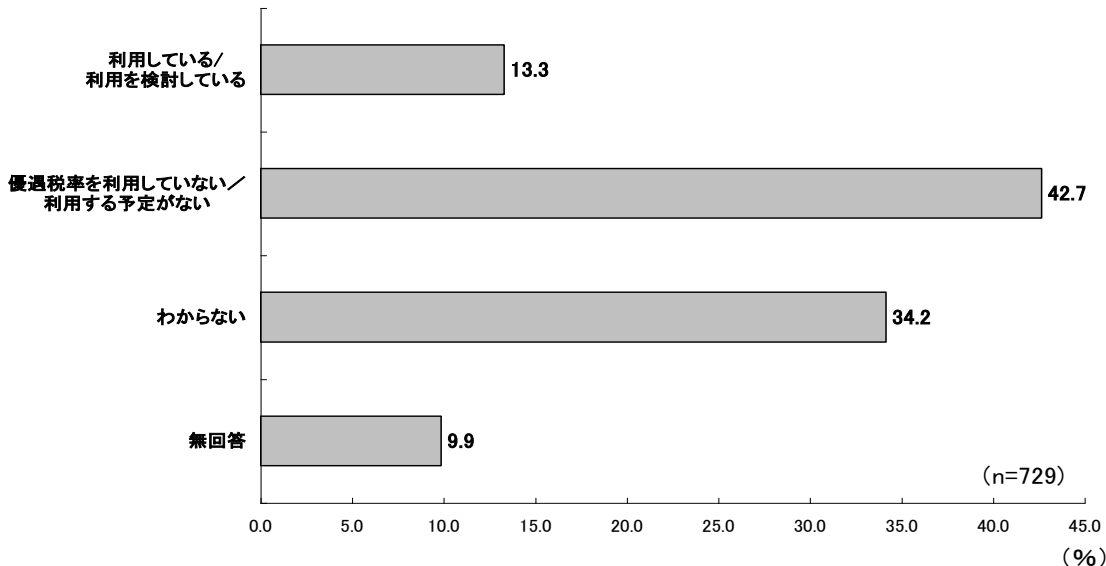
IV アジア大洋州におけるFTAと原産地規則

(1) アジア大洋州地域におけるFTAの輸出ビジネスでの利用・利用検討が13%

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、この内、「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(この内、「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IV-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



[注]設問では輸出ビジネスで利用しているか否かを聞いているため、輸入での利用については含まれていない。

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

(2) アジア大洋州地域におけるFTAの輸出ビジネスの利用は、AFTA、日本-マレーシアとともにASEANから域外市場へのアプローチが目立つ

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、①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、②2006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、③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IV-2 アジア大洋州域内で優遇税率を利用しているFTA

| 利用しているFTA | | |
|-------------------|----|---------------|
| FTA | 件数 | 構成比 (n=37) |
| ASEAN自由貿易地域(AFTA) | 24 | 64.9 |
| 日本-マレーシア | 15 | 40.5 |
| タイ-オーストラリア | 8 | 21.6 |
| 中国-香港 | 7 | 18.9 |
| タイ-インド | 6 | 16.2 |
| 中国-ASEAN | 4 | 10.8 |
| タイ-ニュージーランド | 2 | 5.4 |

図表IV-3 アジア大洋州域内で優遇税率の利用を検討しているFTA

| 利用を検討しているFTA | | |
|-------------------|----|---------------|
| FTA | 件数 | 構成比 (n=62) |
| 日本-マレーシア | 24 | 38.7 |
| 中国-ASEAN | 21 | 33.9 |
| ASEAN自由貿易地域(AFTA) | 20 | 32.3 |
| タイ-インド | 14 | 22.6 |
| 日本-シンガポール | 6 | 9.7 |
| 中国-香港 | 5 | 8.1 |
| シンガポール-インド | 4 | 6.5 |
| タイ-オーストラリア | 3 | 4.8 |

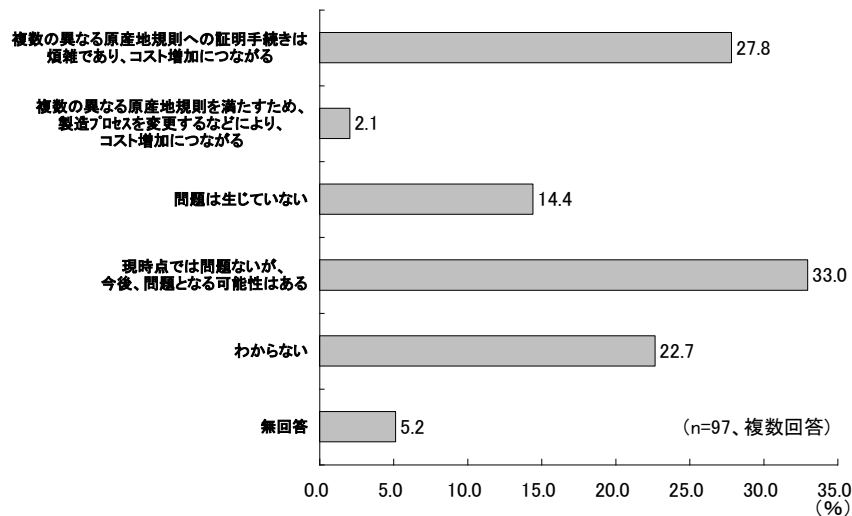
(3) 「原産地規則は統一すべき」が64%

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、「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。

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。

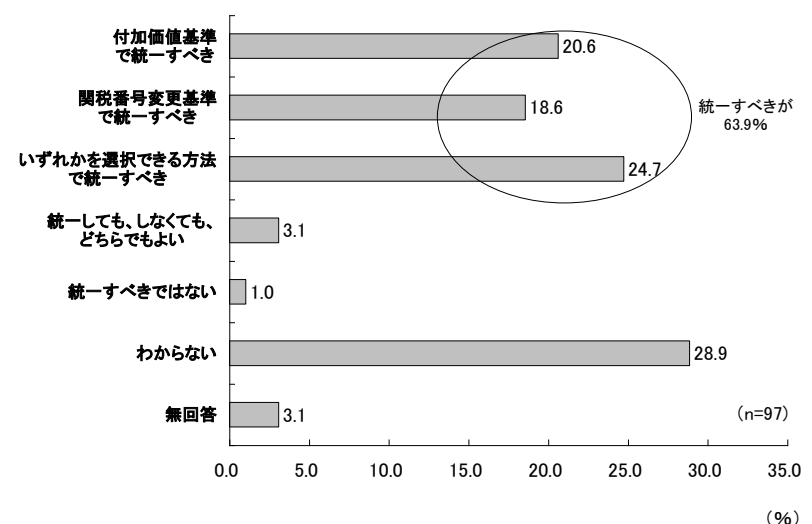
なお、付加価値基準は、物品に対する付加価値で原産国を判断する方法であり、AFTAやASEAN・中国FTAで主として採用されている。関税番号変更基準は、最終財の関税番号(HSコード)が、投入財の関税番号から変化する製品に対して、原産国認定を行うもので、タイ・オーストラリアなどで主として採用されている。付加価値基準もしくは関税番号変更基準のいずれかを選択できる方法は、日本-マレーシアで採用されている。

図表IV-4 アジア大洋州域内で発効しているFTAの原産地規則



[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IV-5 アジア大洋州域内で発効しているFTAの原産地規則の方向性



[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。