
| |
|-----------|
| 08-ORI |
| 70F-207FB |
| 12 |

平成 20 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、金融市場の混乱の影響、中国におけるビジネス展開、自由貿易協定（F T A）の活用、アジアのビジネス環境～

2009 年 3 月

日本貿易振興機構（ジェトロ）
海外調査部

はじめに

2008年の日本の海外への直接投資は、前年に比べ77%増の1,301億ドル（国際収支ベース（ネット）の速報値、財務省指標でドル換算）となり、2007年に続いて過去最高を記録しました。

しかしながら、米国発の金融危機が、日本企業の幅広い業種における海外ビジネスにダメージをもたらしており、果たして日本企業は今後をどのように見据えているのか。海外事業をどう展開していこうとしているのか。企業規模や業種によって意向は異なっているのか否か。みなさまの関心の高いところと認識しております。

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、金融市場の混乱の影響、中国におけるビジネス展開、自由貿易協定（FTA）の活用、アジアのビジネス環境への取り組みについて、その動向を分析しています。

本調査は2008年11月、ジェトロメンバーズ3,283社に調査票を送付し、928社（有効回答率28.3%）の回答を得ました。うち、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、時系列分析において別に集計しております。

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 日本能率協会総合研究所に作業の一部を委託しました。

2009年3月

日本貿易振興機構
海外調査部 国際経済研究課
TEL：03-3582-5177
FAX：03-3582-5309

目 次

| | |
|-----------------------------------|----|
| 調査実施概要..... | 1 |
| 結果のまとめ..... | 2 |
| I. 回答企業のプロフィール..... | 15 |
| 1. 事業内容..... | 15 |
| 2. 資本金および従業員数..... | 16 |
| 3. 海外拠点の有無..... | 18 |
| 4. 海外拠点の設置状況(所在と機能)..... | 20 |
| 5. 形態別分類..... | 24 |
| II. 海外・国内事業展開への取り組み..... | 27 |
| 1. 事業展開に占める海外市場の割合とその見通し..... | 27 |
| 2. 海外での今後の事業展開..... | 39 |
| 3. 日本国内での今後の事業展開..... | 42 |
| 4. 海外で拡大する機能とその国・地域..... | 45 |
| 5. 国内で拡大する機能..... | 57 |
| III. 金融市場の混乱が貴社の海外ビジネスに与える影響..... | 59 |
| 1. 金融市場の混乱が海外部門の業績に与える影響の見通し..... | 59 |
| 2. 具体的な影響の内容..... | 62 |
| 3. 影響の要因..... | 63 |
| 4. 金融市場混乱への対策..... | 65 |
| 5. 影響がおよぶ期間の見込み..... | 67 |

| | |
|----------------------------------------|----|
| IV. 中国におけるビジネス展開 | 69 |
| 1. 中国とのビジネス関係 | 69 |
| 2. 中国との今後のビジネス展開 | 72 |
| 3. 事業拡大の内容 | 75 |
| 4. 北京オリンピック開催の影響 | 77 |
| 5. 中国製品の安全性問題の影響 | 79 |
| 6. マイナスの影響の内容 | 81 |
| 7. 影響への対応 | 82 |
| 8. プラスの影響の内容 | 83 |
| V. 自由貿易協定(FTA)の活用 | 84 |
| 1. FTA 発効主要5カ国との輸出入ならびに優遇税率の利用状況 | 84 |
| 2. FTA利用におよぶ関税差 | 87 |
| VI. アジアのビジネス環境 | 88 |
| 1. ビジネス上のリスク・問題点 | 88 |
| 2. ビジネス上の阻害要因 | 92 |
| 付属資料 アンケート調査票 | 93 |

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、金融市場の混乱の影響、中国におけるビジネス展開、自由貿易協定(FTA)の活用、アジアのビジネス環境について、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

ジェトロメンバー企業 3,283 社

(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 2008 年 11 月 20 日
回収締切 2008 年 12 月 22 日

(4)回収状況

| 発送総数 | 有効回収数 | 有効回答数 |
|---------|-------|-------|
| 3,283 社 | 928 社 | 28.3% |

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)金融市場の混乱が貴社の海外ビジネスに与える影響
- (4)中国におけるビジネス展開
- (5)自由貿易協定(FTA)の活用
- (6)アジアのビジネス環境

[注 1]報告書における図表等の割合については、四捨五入して表記したため、必ずしも合計が 100%にならない。

[注 2]今年度から調査依頼先を拡大し「非製造業」からの回答を得た。ただし、調査項目「(5)自由貿易協定(FTA)の活用」については、調査票から除いており回答を得ていない。

[注 3]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

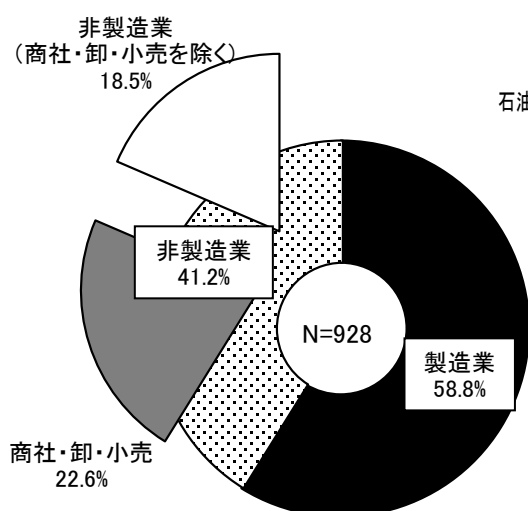
結果のまとめ

1. 回答企業のプロフィール

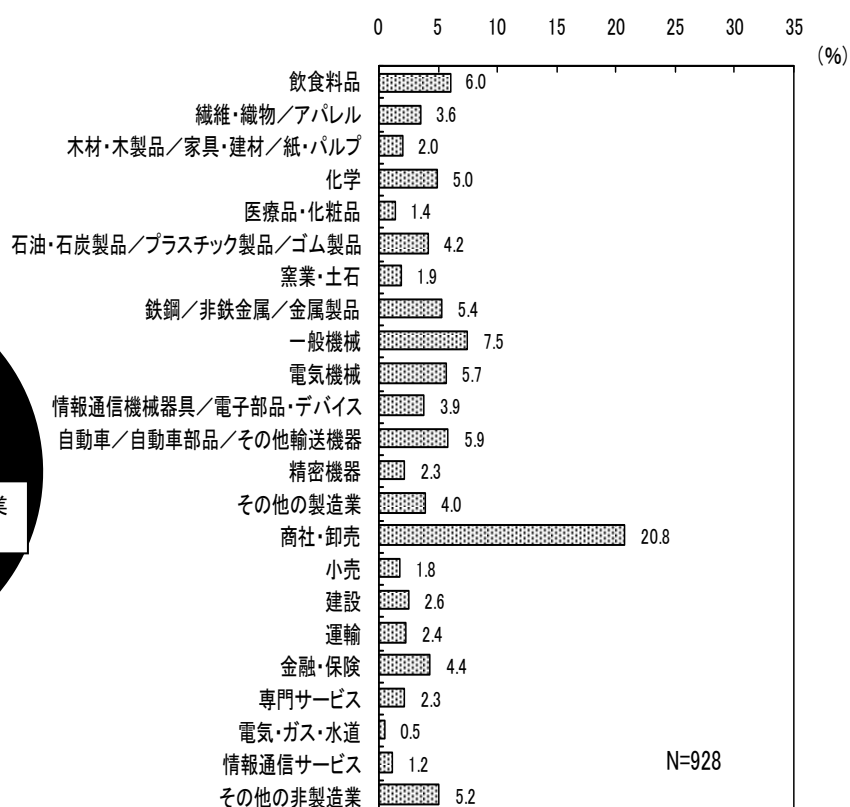
<事業内容>

調査の回答企業は928社で、そのうち「製造業」は58.8% (546社)、「非製造業」は41.2% (382社)となっている。業種別にみると、「商社・卸売」が20.8% (193社)で最も多く、以下「一般機械」が7.5% (70社)、「飲食料品」が6.0% (56社)と続く。

事業内容(全体)



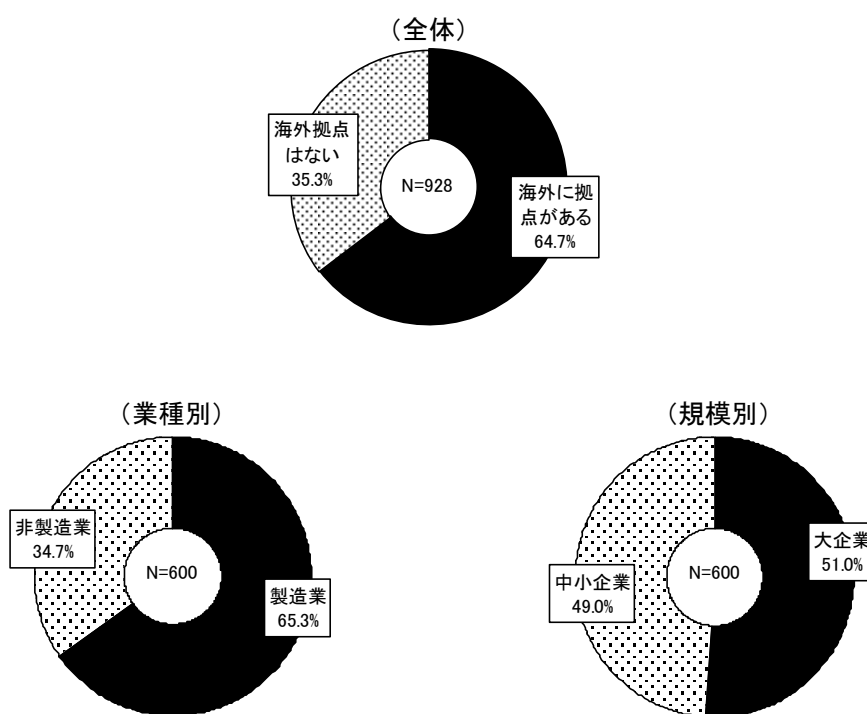
事業内容(業種別)



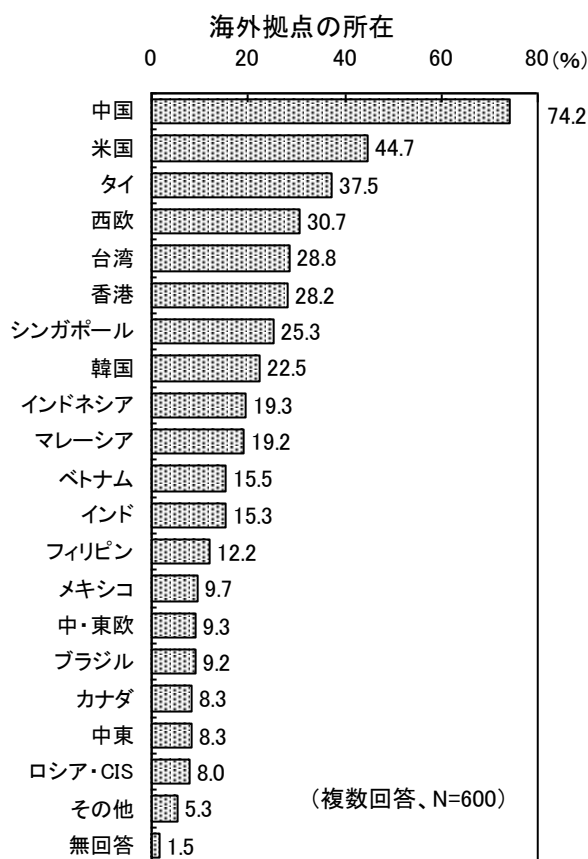
<海外拠点の設置状況>

回答企業928社のうち、「海外に拠点がある」企業は64.7% (600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65.3% (392社)、「非製造業」が34.7% (208社)、規模別にみると、「大企業」が51.0% (306社)、「中小企業」が49.0% (294社)となっている。



海外に拠点を持つ企業 600 社の拠点の所在地をみると、「中国」が 74.2% (445 社) で最も多く、以下「米国」が 44.7% (268 社)、「タイ」が 37.5% (225 社) と続く。

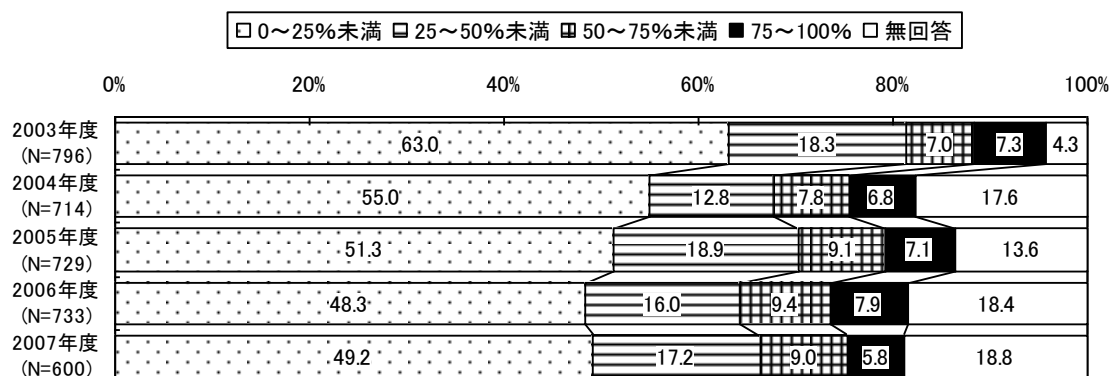


2. 海外・国内事業展開への取り組み

<事業展開に占める海外市場の割合とその見通し>

2007年度売上高（連結ベース）に占める海外市場の割合を時系列比較でみると、「0～25%未満」と答えた企業が49.2%（295社）と最も多く、次いで「25～50%未満」が17.2%（103社）となっている。

売上高（連結ベース）に占める海外市場の割合（経年比較）

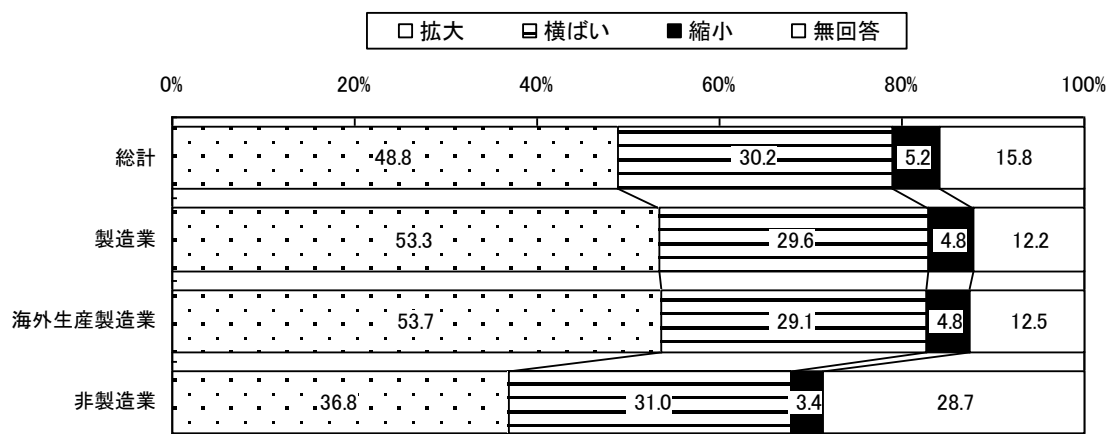


[注 1]今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

[注 2]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

一方、今後（3年程度）の増減の見通しは、「拡大」が48.8%（293社）、「横ばい」が30.2%（181社）で、「縮小」は5.2%（31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）

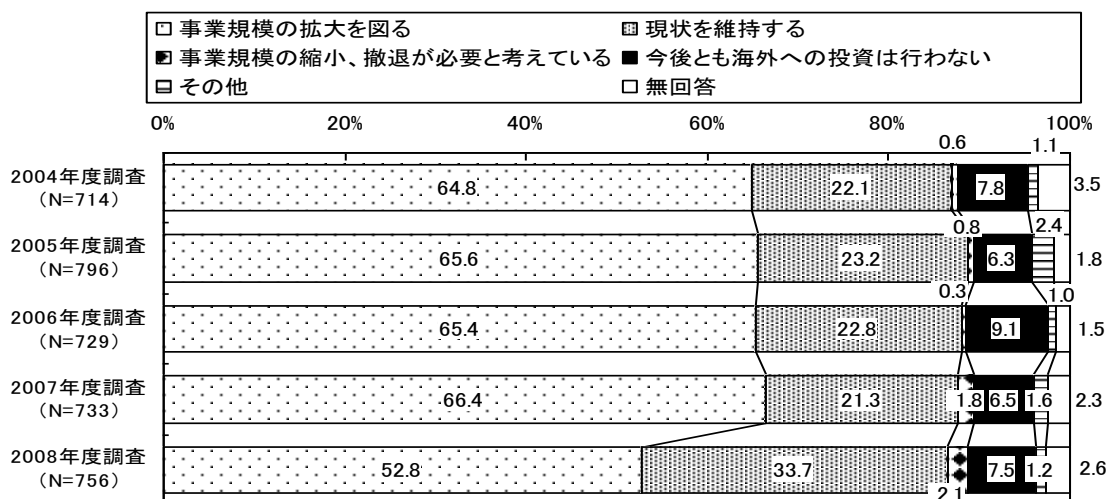


<海外での今後の事業展開>

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756社のうち、52.8%（399社）の企業が「事業規模の拡大を図る」と回答している。

2004年度調査からの推移をみると、極端に「事業規模の拡大を図る」と回答する企業が減少している。ただし、「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」と回答する企業が増えている訳ではなく、「現状を維持する」と回答した企業が増えたことによるものである。

海外での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)

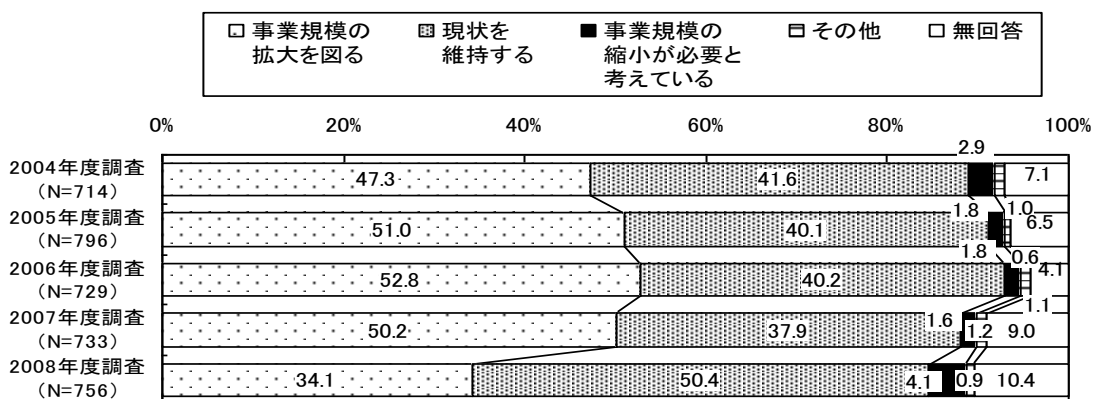


<国内での今後の事業展開>

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756社のうち、「現状を維持する」企業が50.4%（381社）と半数にのぼり最も多い。次いで「事業規模の拡大を図る」が34.1%（258社）となっている。

2004年度調査からの推移をみると今年度は大幅な変化があったことが明らかである。2007年度調査と比較し、具体的には「事業規模の拡大を図る」企業が16.1%ポイント減少し、「現状を維持する」企業が12.5%ポイント増加と、どちらも2桁%ポイントの変化があった。

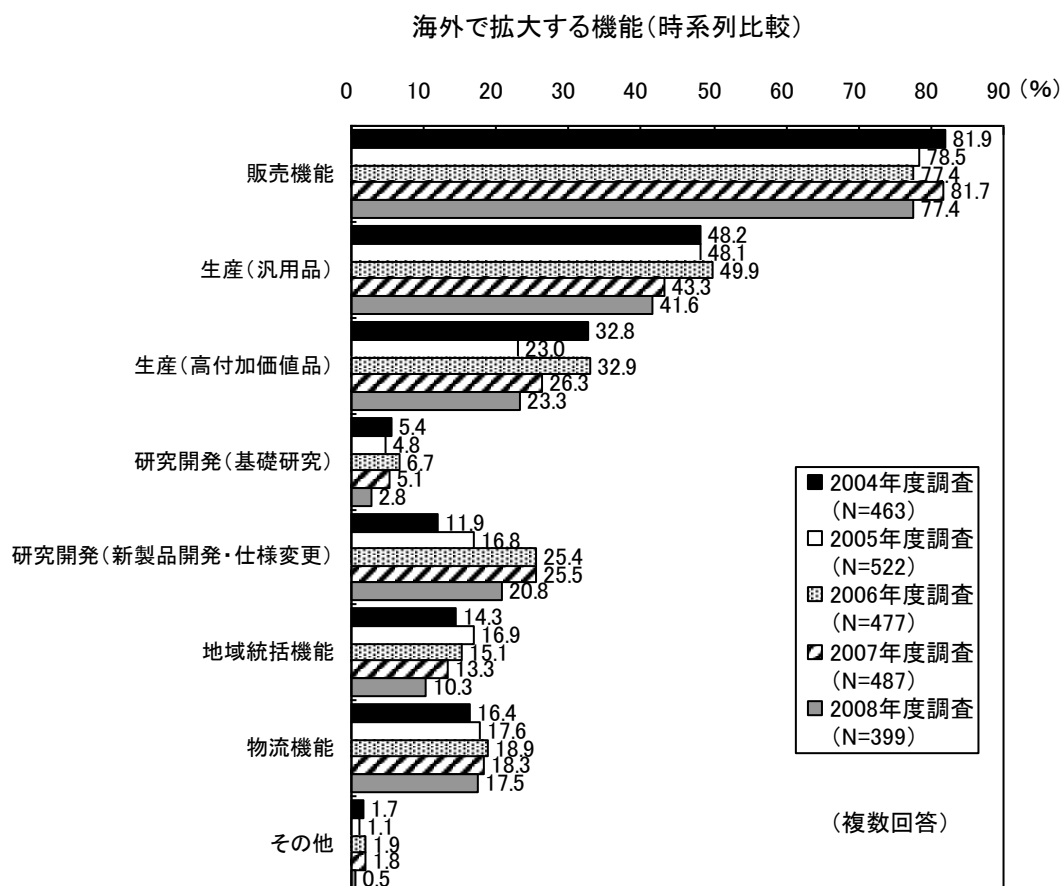
国内での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)



[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

<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 399 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% (309 社) で最も比率が高く、次いで「生産 (汎用品)」が 41.6% (166 社) となっている。

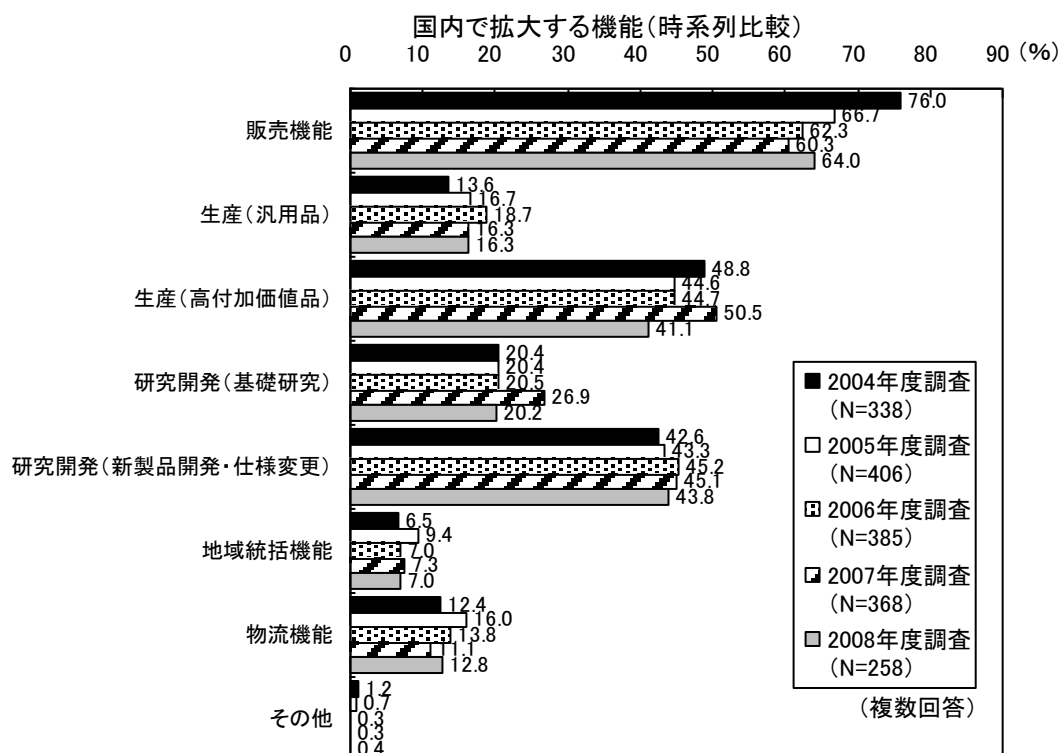


[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

<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 258 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 64.0% (165 社) で最も比率が高く、以下「研究開発 (新製品開発・仕様変更)」が 43.8% (113 社)、「生産 (高付加価値品)」が 41.1% (106 社) と続く。

2004 年度調査からの推移をみると、年々減少していた「販売機能」が増加に転じ、前年増加した「生産 (高付加価値品)」や「研究開発 (基礎研究)」は減少となった。



[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

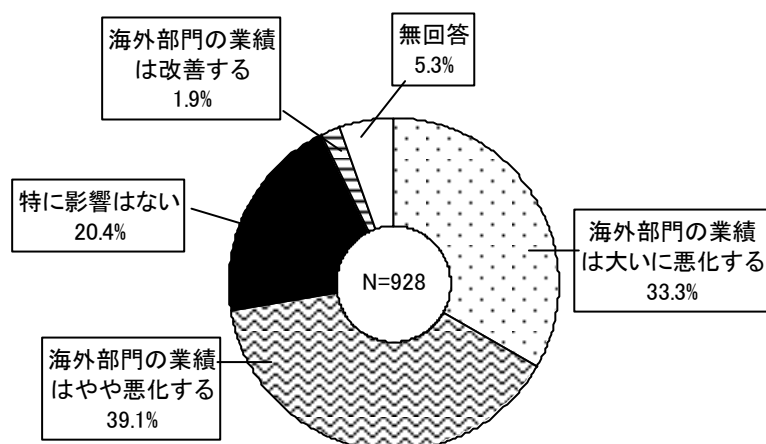
3. 金融市場の混乱が貴社の海外ビジネスに与える影響

<金融機関の混乱が海外部門の業績に与える影響>

米国発の金融危機が、日本企業の幅広い業種における海外ビジネスにダメージをもたらしているなか、どのような影響を与えているか尋ねた。

「海外部門の業績はやや悪化する」が 39.1% (363 社) と最も高く、次いで「海外部門の業績は大いに悪化する」が 33.3% (309 社) となり、「悪化する計」は 72.4% (672 社) という結果で、実に 7 割以上の企業が悪化すると回答した。

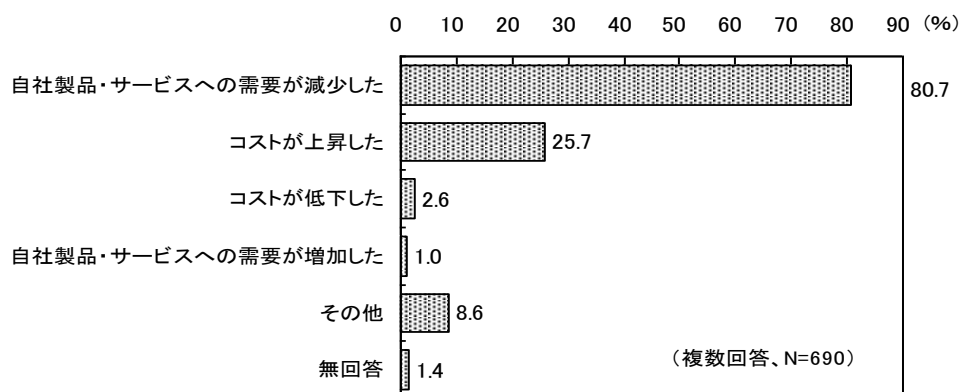
金融市場の混乱が海外部門の業績に与える影響(全体)



<具体的な影響の内容>

業績への影響を具体的に尋ねたところ、「自社製品・サービスへの需要が減少した」が80.7%（557社）と突出する結果となった。

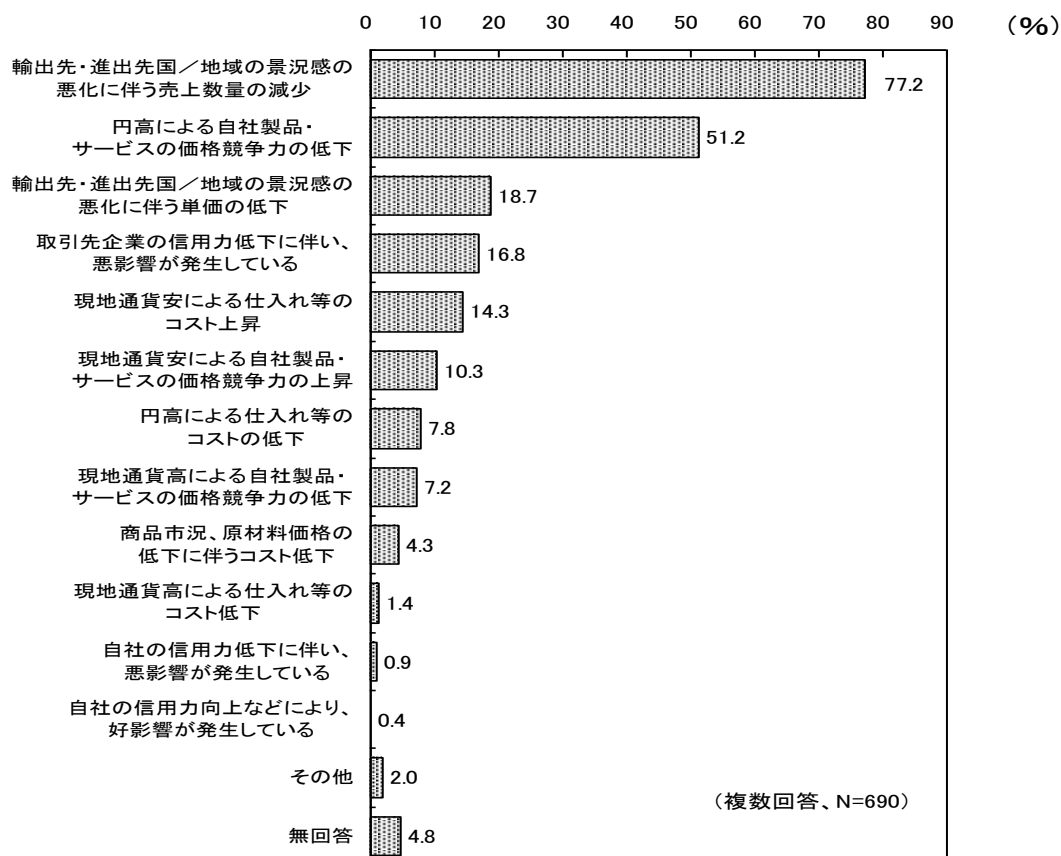
悪化・改善する具体的な影響の内容(全体)



<影響の要因>

さらに影響の要因について尋ねたところ、「輸出先・進出先国／地域の景況感の悪化に伴う売上数量の減少」が77.2%（533社）、「円高による自社製品・サービスの価格競争力の低下」が51.2%（353社）との回答を得ており、この2つの要因が突出する結果となった。

影響の要因(全体)

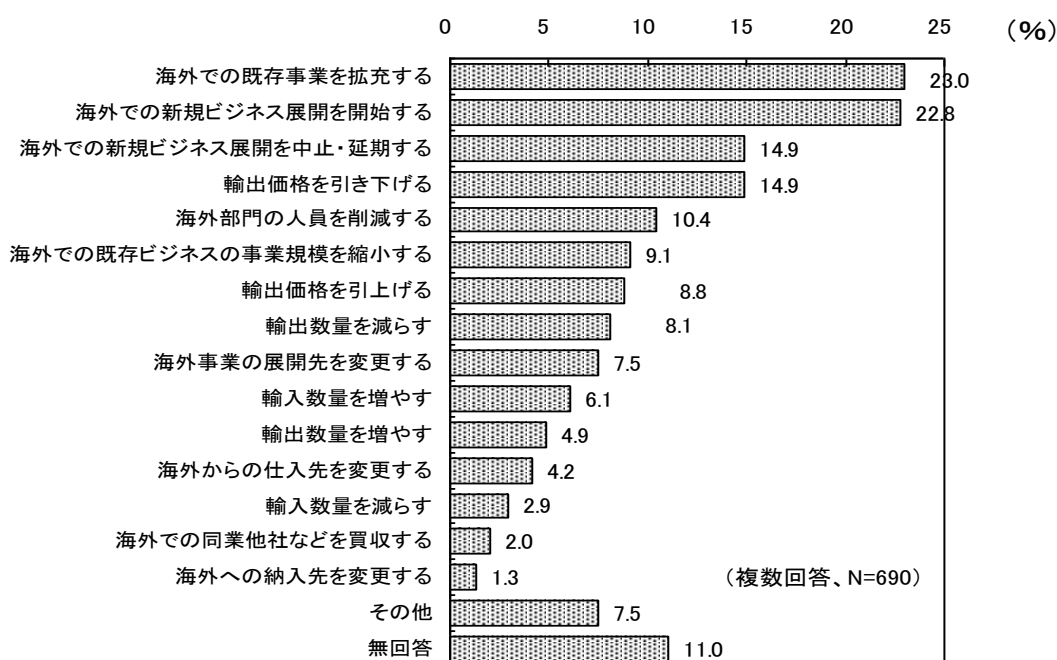


<金融市場混乱への対策>

続いて、金融市場の混乱への対策、もしくは検討している対策について尋ねたところ、「海外での既存事業を拡充する」が23.0%（159社）、「海外での新規ビジネス展開を開始する」が22.8%（157社）と、3位以下を引き離して上位回答になった。

同率3位の「海外での新規ビジネス展開を中止・延期する」14.9%（103社）、「輸出価格を引き下げる」14.9%（103社）という、いわば消極的な対応策を抑え、将来を見据えて積極的に海外戦略を展開することを対策としている企業が多く、日本企業の底力が感じられる結果となった。

実施・検討している対策(全体)

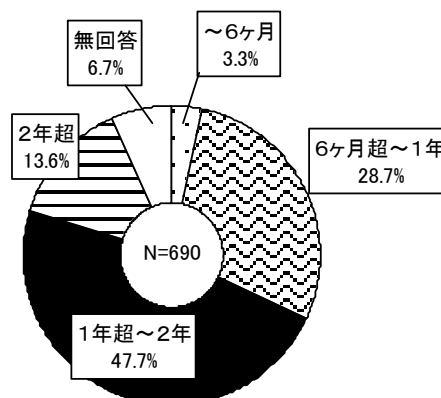


<影響がおよぶ期間の見込み>

一連の「金融市場の混乱」についての最後の設問として、「影響がおよぶ期間」について尋ねた。「1年超～2年」とする回答が最も多く47.7%（329社）となり、次いで「6ヶ月超～1年」28.7%（198社）という結果になった。

合計この1年前後と認識している企業が76.4%（527社）と8割近くにおよんだ。

影響がおよぶ期間(全体)

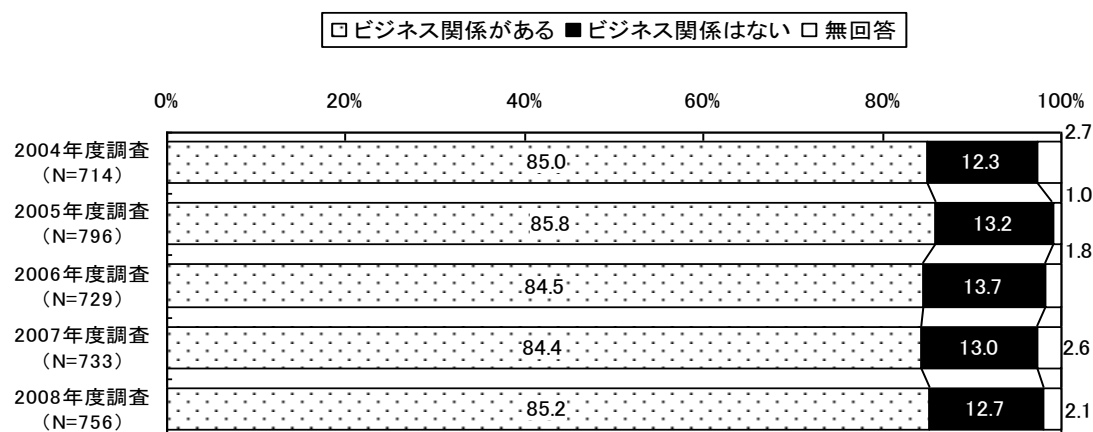


4. 中国におけるビジネス展開

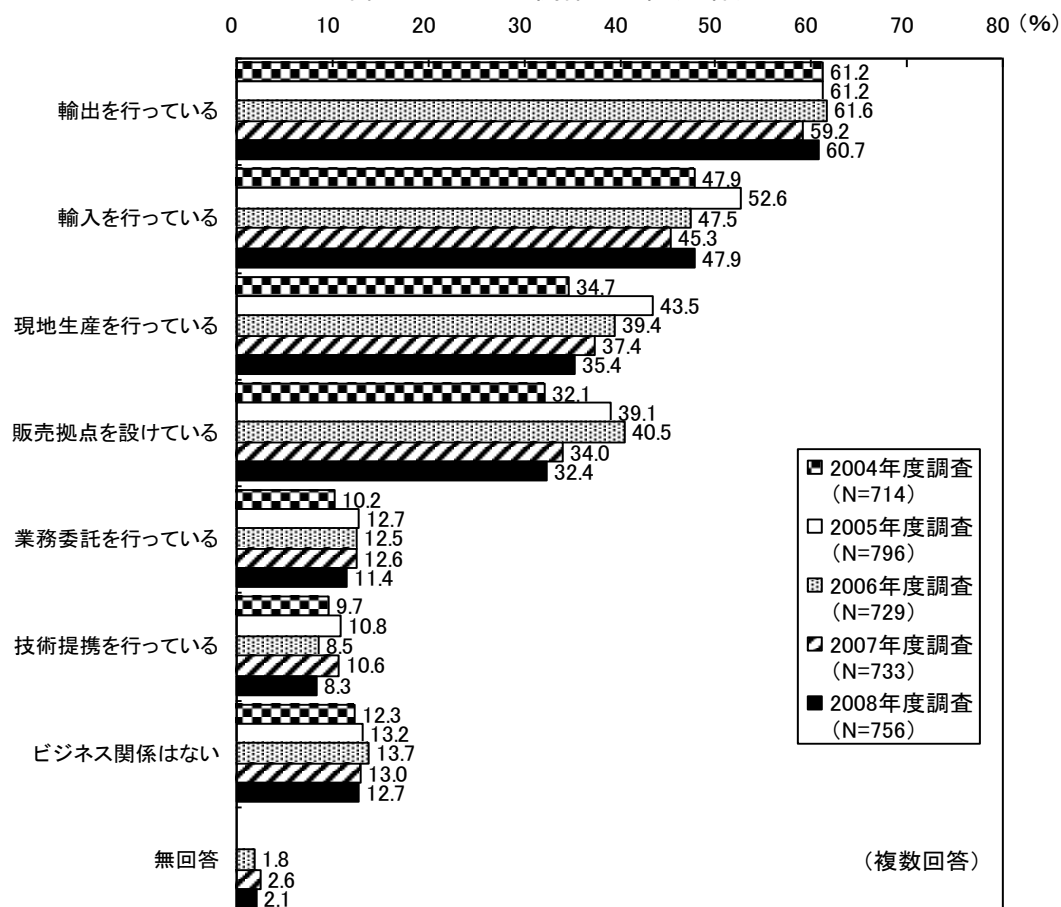
<中国とのビジネス関係>

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85.2%（644社）で、多くの企業が何らかの形で中国とビジネス関係を有していることが分かる。2004年度調査からの推移をみてもほとんど変化はない。

中国とのビジネス関係の有無(時系列比較)



中国とのビジネス関係の内容(全体)

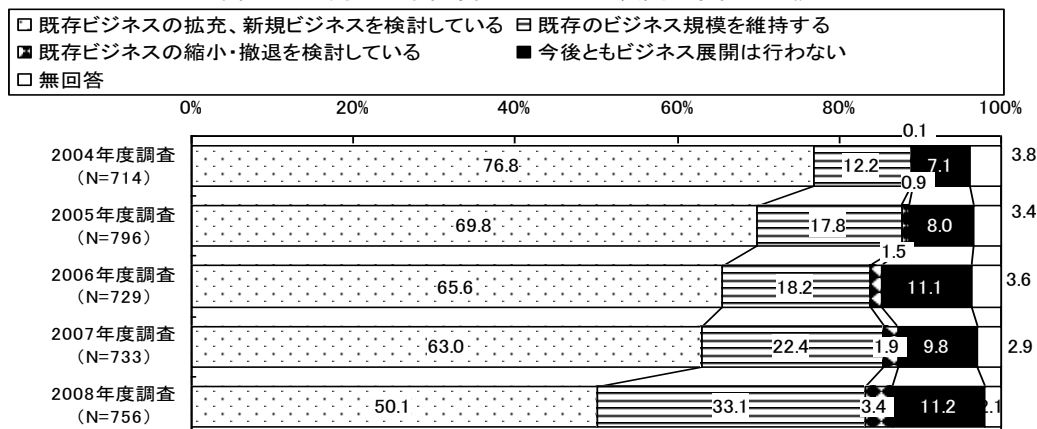


[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

<中国での今後のビジネス展開>

今後3年程度の中国におけるビジネス展開（貿易、直接投資、業務委託、技術提携）について、製造業および商社・卸売・小売業では、「既存のビジネスを拡充、新規ビジネスを検討している」企業が前年比で12.9ポイント減少し、50.1%と、過去5年の調査で最も低い結果となった。一方で「既存のビジネス規模を維持する」企業は10.7ポイント増加した。「既存ビジネスの縮小・撤退を検討している」企業は1.5ポイント増と、わずかながら増加の傾向にある。

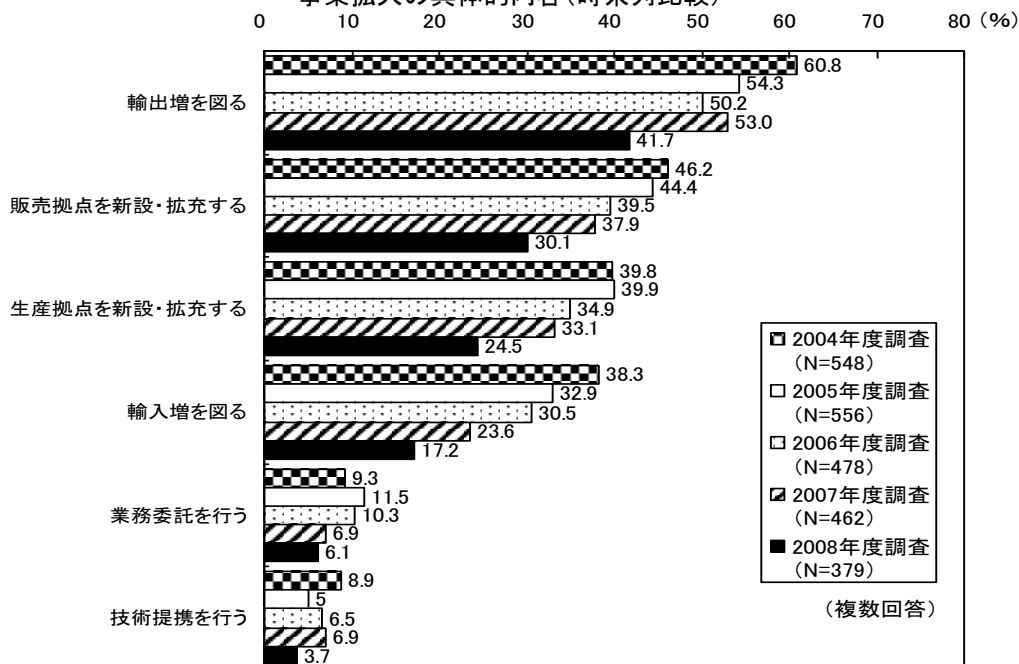
中国での今後(3年程度)のビジネス展開(時系列比較)



<事業拡大の具体的内容>

中国において「既存のビジネスを拡充、新規ビジネスを検討している」企業379社の事業拡大の具体的内容では、「輸出増を図る」企業が11.3ポイント減の41.7%、「生産拠点を新設・拡充する」企業が8.6ポイント減の24.5%など、ほとんどの項目で大幅に回答が減少した。中国ビジネスの拡大意欲は全体的に鈍化しているとみることができる。

事業拡大の具体的内容(時系列比較)

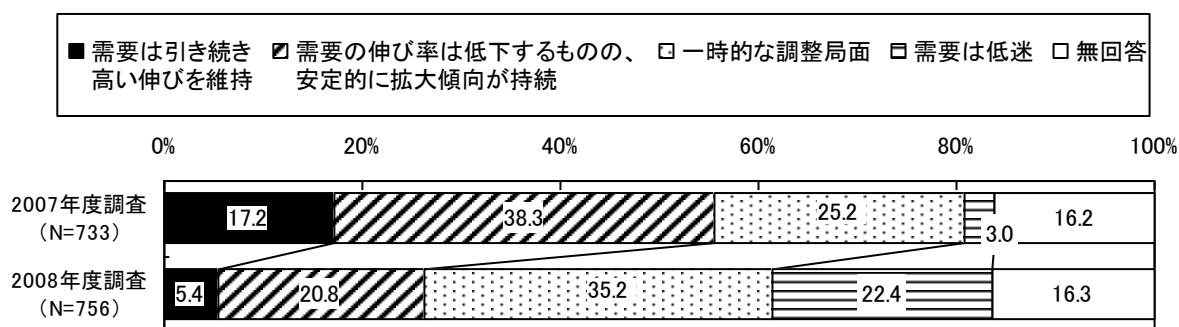


[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

<北京オリンピック開催の影響>

北京オリンピックの開催を境にした自社製品・サービスに対する需要の変化について、オリンピック前（2007年11～12月）調査時の展望と比較すると需要の後退が鮮明となっている。「需要は引き続き高い伸びを維持している」、「需要の伸び率は低下したものの、安定的な拡大傾向を続けている」の合計は製造業および商社・卸売・小売業で26.2%と、オリンピック前の見方（55.5%）から半減した。反対に「一時的な調整局面を迎えている」、「需要は低迷している」の合計は57.6%と、オリンピック前の見方（28.2%）から倍増した。特に「需要は低迷している」は22.4%に急増した。

北京オリンピック開催前の予測との比較(全体)

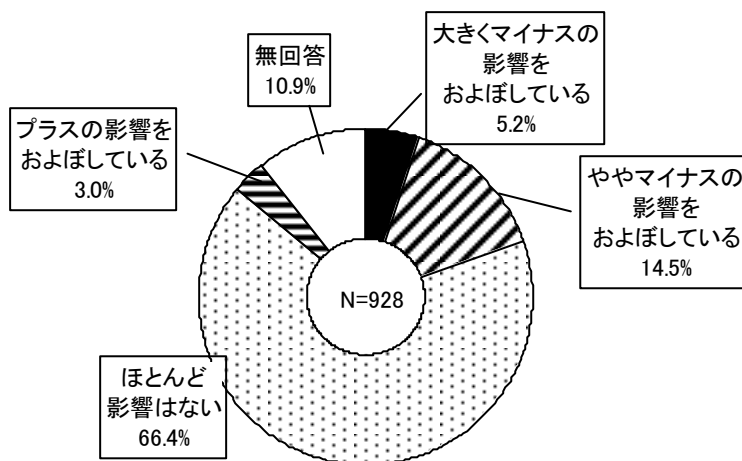


[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

<中国製品の安全性問題の影響>

中国製品の安全性への懸念が指摘されている中、中国製品の安全性がビジネスに影響を与えているか尋ねたところ、「ほとんど影響はない」という回答が66.4%（616社）である。一方、「大きくマイナスの影響をおよぼしている」5.2%（48社）、「ややマイナスの影響をおよぼしている」14.5%（135社）と、合計約2割（19.7%、183社）がマイナスの影響があると回答している。

中国製品の安全性への懸念が与える影響(全体)

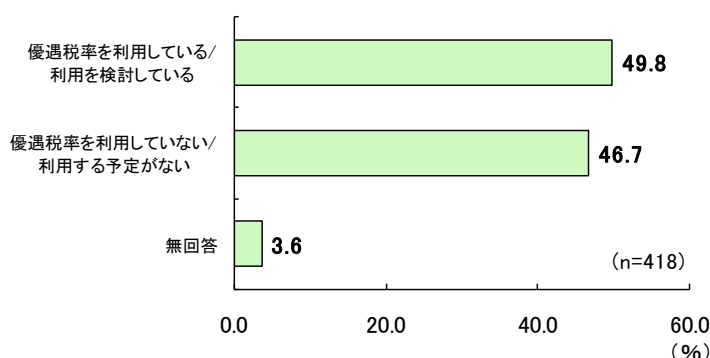


5. 自由貿易協定（FTA）の活用

<FTA 発効主要5カ国との輸出入ならびに優遇税率の利用状況>

2008年11月時点で発効している日本の5つの主要FTA（メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア）の優遇税率の利用状況について、製造業および商社・卸売・小売業を対象5カ国それぞれと貿易のある418社のうちFTAの「優遇税率を利用している/利用を検討している」割合は49.8%（208社）にのぼった。

FTA発効主要5カ国との輸出入ならびに優遇税率の利用状況(全体)



(注)調査対象は、2008年11月時点で発効済みの日本のFTAのうちメキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシアの5カ国。シンガポール、ブルネイは利用業種に限られるため調査対象から外した。

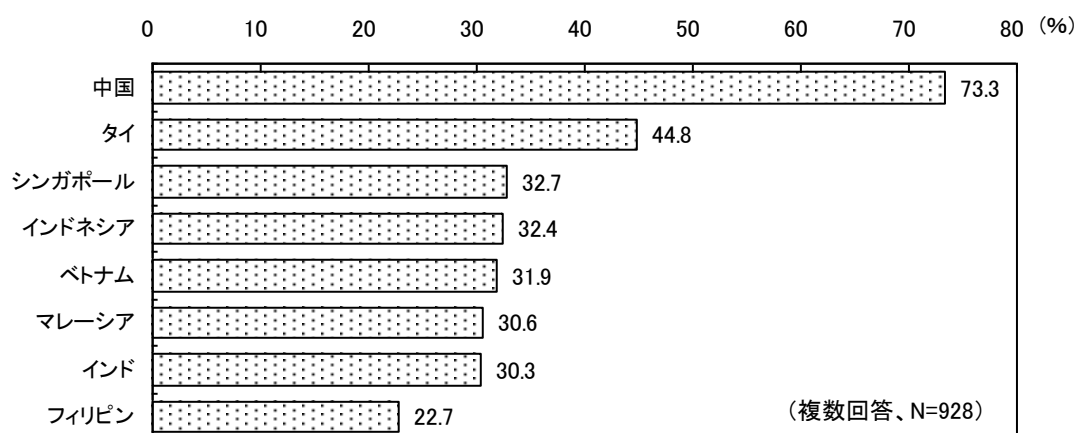
6. アジアのビジネス環境

<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は、「中国」が最も多く73.3%（680社）、次いで、「タイ」44.8%（416社）、「シンガポール」32.7%（303社）、「インドネシア」32.4%（301社）と続いている。中国においては、「法制度が未整備、運用に問題あり」55.7%（379社）、「知的財産権の保護に問題あり」55.7%（379社）で半数を超える回答率となった。他、各国の回答率が高い項目に目を向けると、「インフラが未整備」という回答が、「インド」で58.7%（165社）、「ベトナム」で55.7%（165社）と半数以上の企業が回答した。さらに「人件費が高い、上昇している」という回答は、シンガポールで35.0%（106社）、マレーシアで14.1%（40社）と両国において一番高い回答となった。

「為替リスクが高い」という回答は、インドネシアで32.6%（98社）、タイで23.1%（96社）と両国において一番高い回答となった。

ビジネス対象国



アジア主要国のビジネス上のリスク・問題点(国別)

(複数回答、%)

| 順位 | 中国 | | タイ | | インドネシア | | マレーシア | |
|----|-----------------|--------|-----------------|--------|-----------------|--------|-----------------|--------|
| | | 2008年度 | | 2008年度 | | 2008年度 | | 2008年度 |
| 1 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 55.7 | 為替リスクが高い | 23.1 | 為替リスクが高い | 32.6 | 人件費が高い、上昇している | 14.1 |
| 2 | 知的財産権の保護に問題あり | 55.7 | 人件費が高い、上昇している | 18.8 | インフラが未整備 | 29.9 | 為替リスクが高い | 13.4 |
| 3 | 人件費が高い、上昇している | 42.4 | インフラが未整備 | 10.3 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 22.6 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 8.5 |
| 4 | 労務上の問題点あり | 32.6 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 10.1 | 労務上の問題点あり | 12.0 | 関連産業が集積・発展していない | 8.1 |
| 5 | 税務上のリスク・問題あり | 30.6 | 労務上の問題点あり | 7.9 | 税務上のリスク・問題あり | 11.3 | 労務上の問題点あり | 8.1 |
| 6 | インフラが未整備 | 16.8 | 関連産業が集積・発展していない | 7.7 | 関連産業が集積・発展していない | 10.6 | 知的財産権の保護に問題あり | 6.0 |
| 7 | 為替リスクが高い | 16.6 | 税務上のリスク・問題あり | 7.5 | 人件費が高い、上昇している | 8.6 | インフラが未整備 | 5.6 |
| 8 | 関連産業が集積・発展していない | 4.0 | 知的財産権の保護に問題あり | 6.5 | 知的財産権の保護に問題あり | 6.6 | 税務上のリスク・問題あり | 5.6 |
| 順位 | フィリピン | | シンガポール | | ベトナム | | インド | |
| | | 2008年度 | | 2008年度 | | 2008年度 | | 2008年度 |
| 1 | インフラが未整備 | 28.0 | 人件費が高い、上昇している | 35.0 | インフラが未整備 | 55.7 | インフラが未整備 | 58.7 |
| 2 | 関連産業が集積・発展していない | 17.1 | 為替リスクが高い | 9.2 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 33.8 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 30.6 |
| 3 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 15.2 | 労務上の問題点あり | 3.3 | 関連産業が集積・発展していない | 24.3 | 税務上のリスク・問題あり | 21.0 |
| 4 | 為替リスクが高い | 12.3 | 関連産業が集積・発展していない | 3.0 | 為替リスクが高い | 21.3 | 労務上の問題点あり | 19.2 |
| 5 | 税務上のリスク・問題あり | 8.5 | インフラが未整備 | 2.3 | 人件費が高い、上昇している | 17.2 | 為替リスクが高い | 18.5 |
| 6 | 知的財産権の保護に問題あり | 7.6 | 税務上のリスク・問題あり | 1.7 | 労務上の問題点あり | 15.9 | 関連産業が集積・発展していない | 15.7 |
| 7 | 労務上の問題点あり | 7.6 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 1.3 | 税務上のリスク・問題あり | 11.5 | 知的財産権の保護に問題あり | 14.9 |
| 8 | 人件費が高い、上昇している | 4.3 | 知的財産権の保護に問題あり | 1.3 | 知的財産権の保護に問題あり | 10.8 | 人件費が高い、上昇している | 10.7 |

[n(2008年度) = 中国:680、タイ:416、インドネシア:301、マレーシア:284、フィリピン:211、シンガポール:303、ベトナム:296、インド:281]

[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。

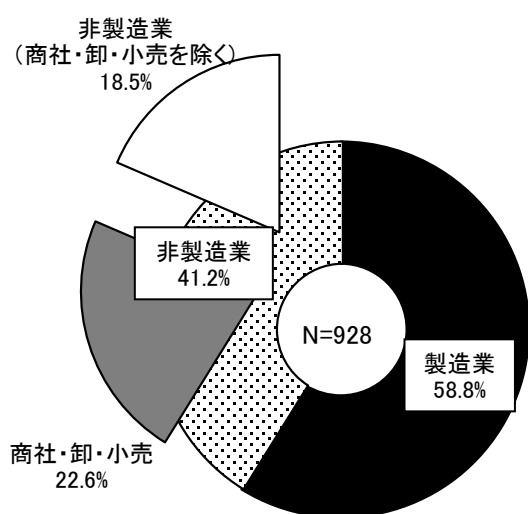
I. 回答企業のプロフィール

1. 事業内容

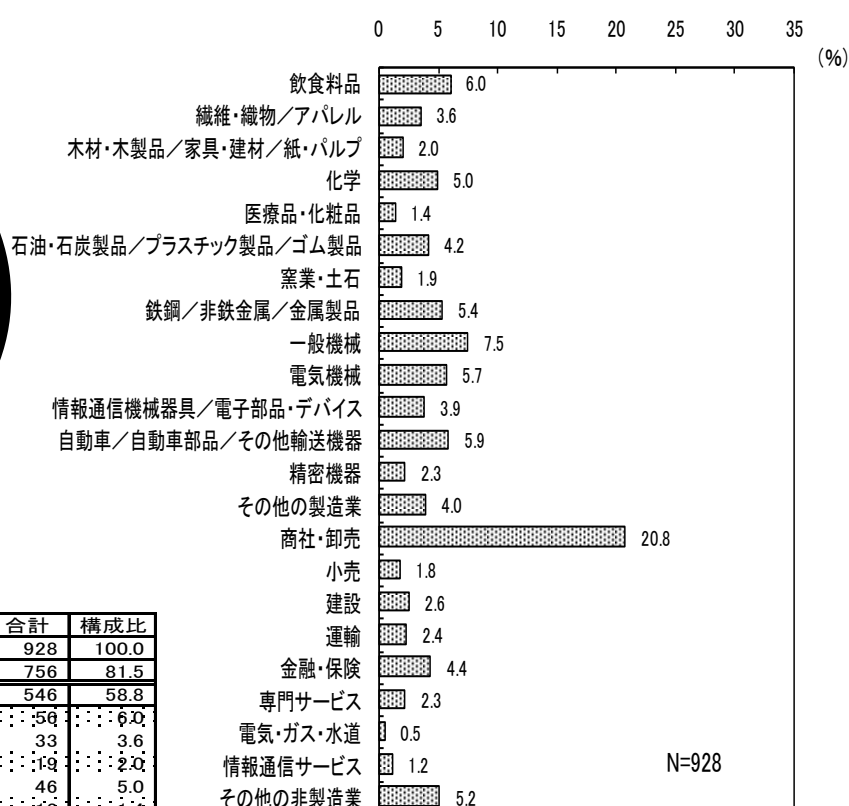
調査の回答企業は 928 社で、そのうち「製造業」は 58.8% (546 社)、「非製造業」は 41.2% (382 社) となっている。

業種別にみると、「商社・卸売」が 20.8% (193 社) で最も多く、以下「一般機械」が 7.5% (70 社)、「飲食料品」が 6.0% (56 社) と続く。

図表 I - 1 事業内容(全体)



図表 I - 2 事業内容(業種別)



図表 I - 3 業種別回答企業数

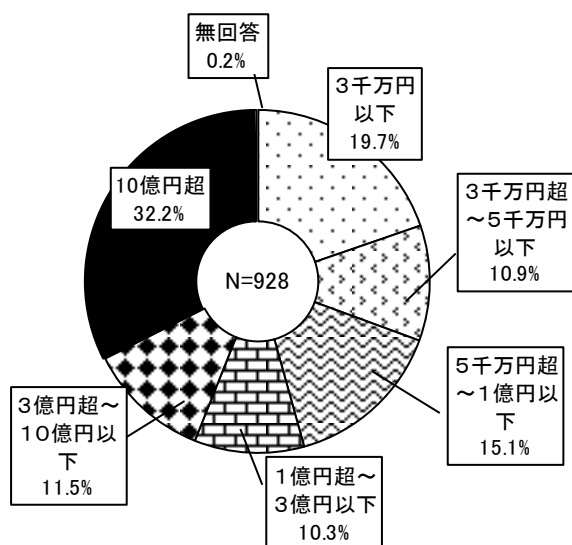
| 業種 | 合計 | 構成比 |
|-----------------------|-----|-------|
| 総計 | 928 | 100.0 |
| 製造業/商社・卸・小売計 | 756 | 81.5 |
| 製造業 | 546 | 58.8 |
| 飲食料品 | 56 | 6.0 |
| 繊維・織物/アパレル | 33 | 3.6 |
| 木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ | 19 | 2.0 |
| 化学 | 46 | 5.0 |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 1.4 |
| 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 39 | 4.2 |
| 窯業・土石 | 18 | 1.9 |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 50 | 5.4 |
| 一般機械 | 70 | 7.5 |
| 電気機械 | 53 | 5.7 |
| 情報通信機械器具/電子部品・デバイス | 36 | 3.9 |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 55 | 5.9 |
| 精密機器 | 21 | 2.3 |
| その他の製造業 | 37 | 4.0 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 22.6 |
| 商社・卸売 | 193 | 20.8 |
| 小売 | 17 | 1.8 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 18.5 |
| 建設 | 24 | 2.6 |
| 運輸 | 22 | 2.4 |
| 金融・保険 | 44 | 4.4 |
| 専門サービス | 21 | 2.3 |
| 電気・ガス・水道 | 5 | 0.5 |
| 情報通信サービス | 11 | 1.2 |
| その他の非製造業 | 48 | 5.2 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 382 | 41.2 |

2. 資本金および従業員数

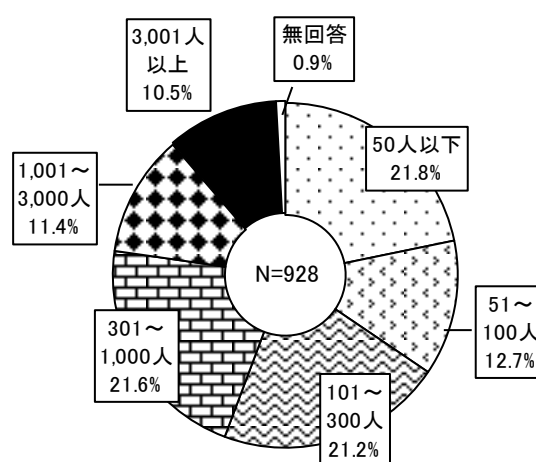
回答企業の資本金、従業員数をみると、資本金は「10億円超」の企業が32.2% (299社)、従業員数は「50人以下」の企業が21.8% (202社) で最も比率が高い。

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40.0% (371社)、「中小企業」は60.0% (557社) となる。

図表 I - 4 資本金(全体)



図表 I - 5 従業員数(全体)



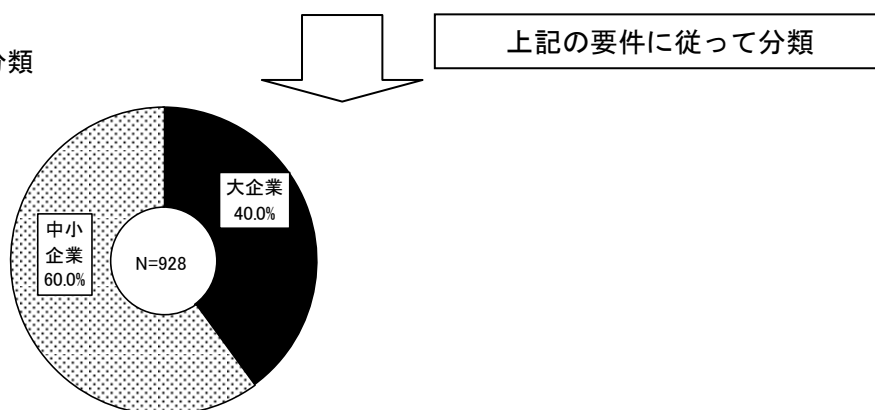
<企業規模分類要件>

| | | 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 | | |

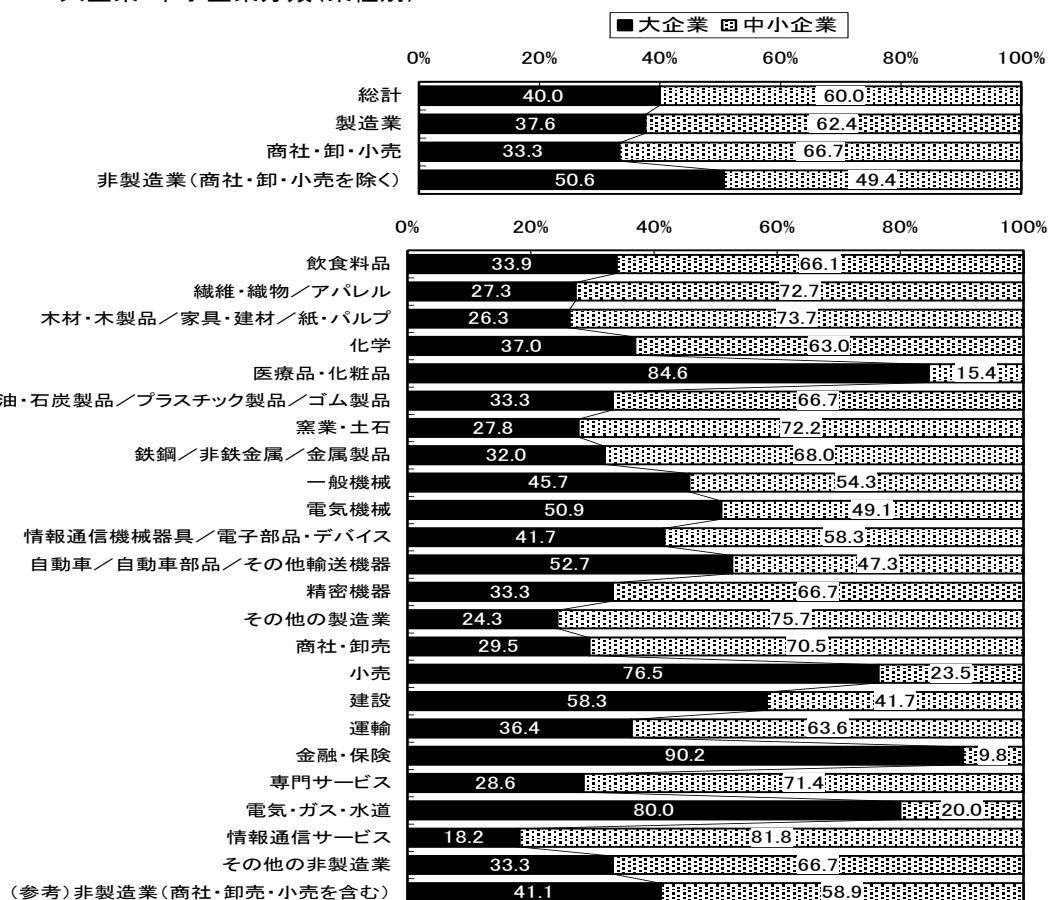
(注) 中小企業の定義は中小企業基本法に基づく。

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

図表 I - 6 大企業・中小企業分類



図表 I - 7 大企業・中小企業分類(業種別)



[注]各業種の母数(N)は、図表 I - 8を参照。

図表 I - 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 | 928 | 19.7 | 10.9 | 15.1 | 10.3 | 11.5 | 32.2 | 21.8 | 12.7 | 21.2 | 21.6 | 11.4 | 10.5 | |
| 製造業／商社・卸・小売計 | 756 | 19.6 | 12.4 | 15.5 | 10.7 | 11.8 | 29.8 | 22.0 | 13.6 | 21.6 | 23.3 | 9.0 | 9.8 | |
| 製造業 | 546 | 14.7 | 11.7 | 16.7 | 10.8 | 11.7 | 34.1 | 14.3 | 12.1 | 22.7 | 26.9 | 11.0 | 12.1 | |
| 飲食料品 | 56 | 16.1 | 14.3 | 17.9 | 10.7 | 14.3 | 25.0 | 10.7 | 16.1 | 19.6 | 25.0 | 17.9 | 8.9 | |
| 繊維・織物／アパレル | 33 | 27.3 | 27.3 | 6.1 | 6.1 | 12.1 | 21.2 | 39.4 | 18.2 | 6.1 | 18.2 | 15.2 | - | |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 19 | 15.8 | 31.6 | 15.8 | 5.3 | 10.5 | 21.1 | 26.3 | 15.8 | 26.3 | 21.1 | 5.3 | 5.3 | |
| 化学 | 46 | 10.9 | 2.2 | 19.6 | 17.4 | 4.3 | 45.7 | 13.0 | 13.0 | 32.6 | 23.9 | 8.7 | 8.7 | |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 7.7 | - | - | 7.7 | 15.4 | 69.2 | - | 7.7 | 7.7 | 30.8 | 15.4 | 38.5 | |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 39 | 15.4 | 15.4 | 10.3 | 20.5 | 20.5 | 17.9 | 5.1 | 10.3 | 33.3 | 28.2 | 12.8 | 5.1 | |
| 窯業・土石 | 18 | 5.6 | 5.6 | 16.7 | 22.2 | 33.3 | 16.7 | 5.6 | - | 44.4 | 38.9 | - | 11.1 | |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 50 | 20.0 | 14.0 | 16.0 | 12.0 | 10.0 | 28.0 | 24.0 | 12.0 | 24.0 | 20.0 | 8.0 | 10.0 | |
| 一般機械 | 79 | 10.0 | 8.6 | 14.3 | 12.9 | 8.6 | 44.3 | 7.1 | 14.3 | 21.4 | 35.7 | 8.6 | 12.9 | |
| 電気機械 | 53 | 13.2 | 7.5 | 15.1 | 9.4 | 7.5 | 47.2 | 13.2 | 11.3 | 17.0 | 22.6 | 11.3 | 24.5 | |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 36 | 8.3 | 8.3 | 27.8 | 2.8 | 13.9 | 38.9 | 8.3 | 16.7 | 27.8 | 22.2 | 8.3 | 16.7 | |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 55 | 9.1 | 7.3 | 16.4 | 9.1 | 14.5 | 43.6 | 9.1 | 3.6 | 21.8 | 25.5 | 16.4 | 23.6 | |
| 精密機器 | 21 | 4.8 | 19.0 | 38.1 | - | 4.8 | 33.3 | - | 23.8 | 23.8 | 38.1 | 9.5 | 4.8 | |
| その他の製造業 | 37 | 35.1 | 13.5 | 18.9 | 8.1 | 8.1 | 16.2 | 35.1 | 5.4 | 16.2 | 35.1 | 8.1 | - | |
| 商社・卸・小売 | 210 | 32.4 | 14.3 | 12.4 | 10.5 | 11.9 | 18.6 | 41.9 | 17.6 | 18.6 | 13.8 | 3.8 | 3.8 | |
| 商社・卸売 | 193 | 34.2 | 15.0 | 13.5 | 9.8 | 13.0 | 14.5 | 44.0 | 18.7 | 20.2 | 13.5 | 2.1 | 1.0 | |
| 小売 | 17 | 11.8 | 5.9 | - | 17.6 | - | 64.7 | 17.6 | 5.9 | - | 17.6 | 23.5 | 35.3 | |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 20.3 | 4.1 | 13.4 | 8.7 | 10.5 | 43.0 | 20.9 | 8.7 | 19.8 | 14.0 | 22.1 | 13.4 | |
| 建設 | 24 | 8.3 | 8.3 | 16.7 | 4.2 | 16.7 | 45.8 | 12.5 | 4.2 | 20.8 | 20.8 | 12.5 | 29.2 | |
| 運輸 | 22 | 13.6 | 4.5 | 18.2 | 22.7 | 13.6 | 27.3 | 9.1 | 4.5 | 31.8 | 27.3 | 18.2 | 9.1 | |
| 金融・保険 | 41 | 2.4 | - | - | - | 4.9 | 92.7 | 2.4 | 2.4 | 4.9 | 17.1 | 53.7 | 19.5 | |
| 専門サービス | 21 | 42.9 | 4.8 | 19.0 | 4.8 | 23.8 | 4.8 | 61.9 | 4.8 | 23.8 | - | - | 9.5 | |
| 電気・ガス・水道 | 5 | - | - | - | 20.0 | - | 80.0 | - | - | - | - | 40.0 | 60.0 | |
| 情報通信サービス | 11 | 45.9 | - | 27.3 | 9.1 | 9.1 | 9.1 | 36.4 | 18.2 | 18.2 | 18.2 | - | 9.1 | |
| その他の非製造業 | 48 | 31.3 | 6.3 | 16.7 | 12.5 | 6.3 | 27.1 | 27.1 | 18.8 | 27.1 | 8.3 | 14.6 | - | |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む)計 | 382 | 27.0 | 9.7 | 12.8 | 9.7 | 11.3 | 29.6 | 32.5 | 13.6 | 19.1 | 13.9 | 12.0 | 8.1 | |

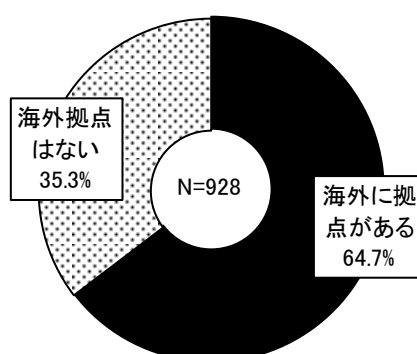
3. 海外拠点の有無

回答企業 928 社のうち、「海外に拠点がある」企業は 64.7% (600 社) となっている。

海外に拠点を有する企業を業種別にみると、「製造業」が 65.3% (392 社)、「非製造業」が 34.7% (208 社)、規模別にみると、「大企業」が 51.0% (306 社)、「中小企業」が 49.0% (294 社) となっている。

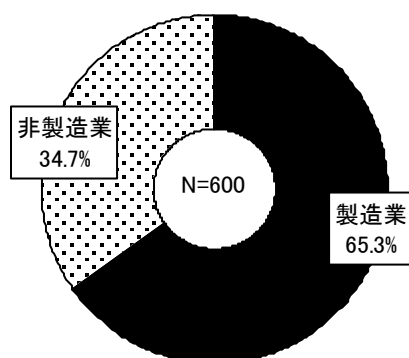
海外拠点の有無を業種別にみると、「精密機械」21 社の内 90.5% が海外に拠点を有している。以下海外に拠点を有している比率が高い業種は、「化学」が 80.4% (37 社)、「石油・石炭/プラスチック製品/ゴム製品」が 79.5% (31 社) となっている。

図表 I -9 海外拠点の有無(全体)

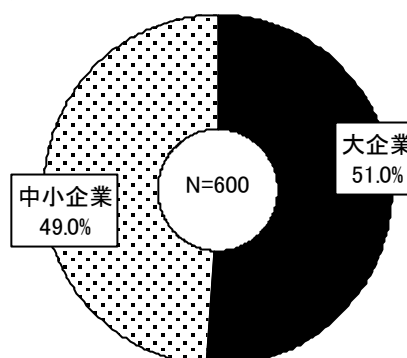


図表 I -10 海外拠点がある企業の内訳(業種別、規模別)

(業種別)



(規模別)



図表 I - 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 | 64.7 | 82.5 | 52.8 |
| 製造業／商社・卸・小売計 | 67.9 | 89.1 | 55.1 |
| 製造業 | 71.8 | 93.9 | 57.5 |
| 飲食料品 | 66.1 | 89.5 | 54.1 |
| 繊維・織物／アパレル | 72.7 | 100.0 | 62.5 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 68.4 | 100.0 | 57.1 |
| 化学 | 80.4 | 100.0 | 69.0 |
| 医薬品・化粧品 | 76.9 | 90.9 | 10.0 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 79.5 | 92.3 | 73.1 |
| 窯業・土石 | 77.8 | 100.0 | 69.2 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 66.0 | 81.3 | 58.8 |
| 一般機械 | 65.7 | 90.6 | 44.7 |
| 電気機械 | 75.5 | 100.0 | 50.0 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 77.8 | 86.7 | 71.4 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 74.5 | 100.0 | 46.2 |
| 精密機器 | 90.5 | 85.7 | 92.9 |
| その他の製造業 | 51.4 | 100.0 | 35.7 |
| 商社・卸・小売 | 57.6 | 74.3 | 49.3 |
| 商社・卸売 | 57.5 | 78.9 | 48.5 |
| 小売 | 58.8 | 53.8 | 75.0 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 50.6 | 60.9 | 40.0 |
| 建設 | 70.8 | 92.9 | 40.0 |
| 運輸 | 72.7 | 100.0 | 57.1 |
| 金融・保険 | 39.0 | 40.5 | 25.0 |
| 専門サービス | 47.6 | 66.7 | 40.0 |
| 電気・ガス・水道 | 40.0 | 50.0 | 0.0 |
| 情報通信サービス | 54.5 | 100.0 | 44.4 |
| その他の非製造業 | 41.7 | 56.3 | 34.4 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む)計 | 54.5 | 66.9 | 45.8 |

[注]各業種の母数(N)は、図表 I - 12 を参照。

図表 I - 12 海外拠点の有無(規模別、業種別社数)

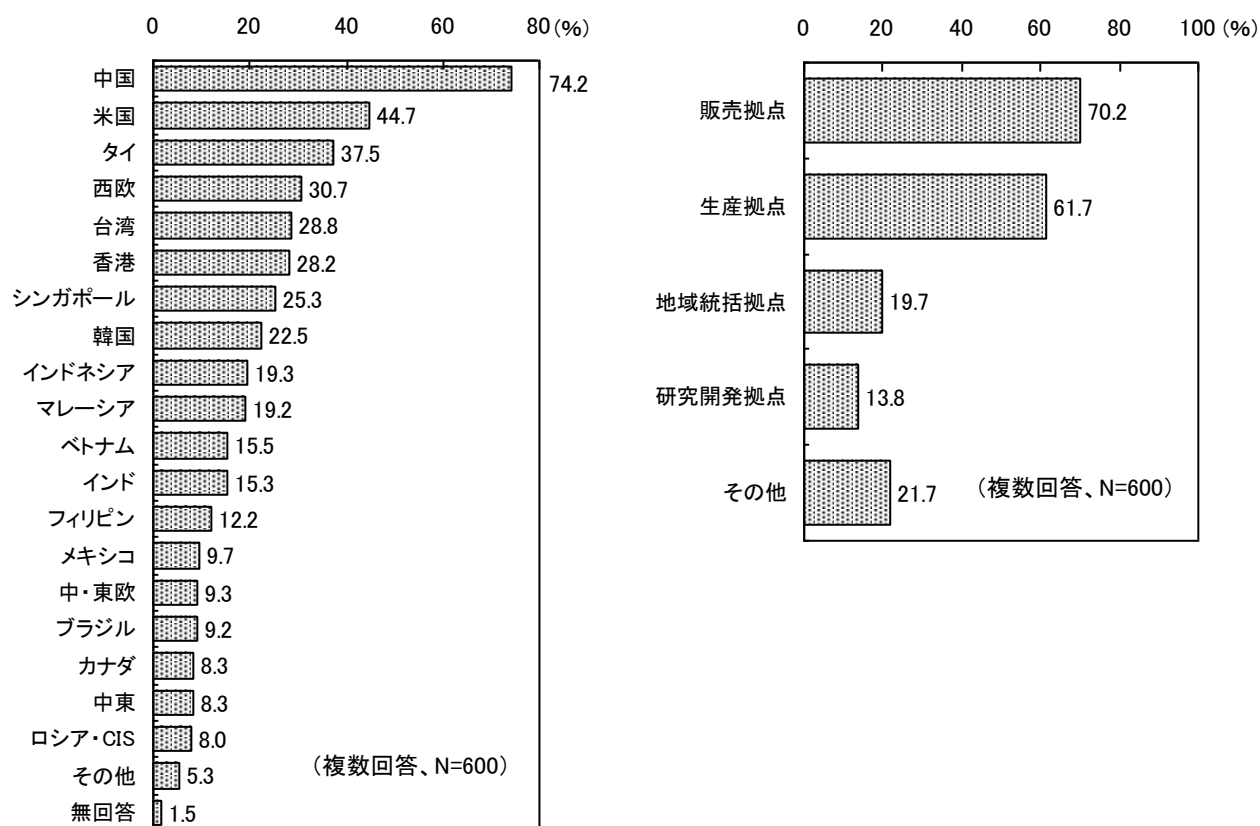
| | 総数 | | | 大企業 | | | 中小企業 | | |
|------------------------|-----|--------|--------|-----|--------|--------|------|--------|--------|
| | 計 | 海外拠点あり | 海外拠点なし | 計 | 海外拠点あり | 海外拠点なし | 計 | 海外拠点あり | 海外拠点なし |
| 総計 | 928 | 600 | 328 | 371 | 306 | 65 | 557 | 294 | 263 |
| 製造業／商社・卸・小売計 | 756 | 513 | 243 | 284 | 253 | 31 | 472 | 260 | 212 |
| 製造業 | 546 | 392 | 154 | 214 | 201 | 13 | 332 | 191 | 141 |
| 飲食料品 | 56 | 37 | 19 | 19 | 17 | 2 | 37 | 20 | 17 |
| 繊維・織物／アパレル | 33 | 24 | 9 | 9 | 9 | 0 | 24 | 15 | 9 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 19 | 13 | 6 | 5 | 5 | 0 | 14 | 8 | 6 |
| 化学 | 46 | 37 | 9 | 17 | 17 | 0 | 29 | 20 | 9 |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 10 | 3 | 11 | 10 | 1 | 2 | 0 | 2 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 39 | 31 | 8 | 13 | 12 | 1 | 26 | 19 | 7 |
| 窯業・土石 | 18 | 14 | 4 | 5 | 5 | 0 | 13 | 9 | 4 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 50 | 33 | 17 | 16 | 13 | 3 | 34 | 20 | 14 |
| 一般機械 | 70 | 46 | 24 | 32 | 29 | 3 | 38 | 17 | 21 |
| 電気機械 | 53 | 40 | 13 | 27 | 27 | 0 | 26 | 13 | 13 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 36 | 28 | 8 | 15 | 13 | 2 | 21 | 15 | 6 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 55 | 41 | 14 | 29 | 29 | 0 | 26 | 12 | 14 |
| 精密機器 | 21 | 19 | 2 | 7 | 6 | 1 | 14 | 13 | 1 |
| その他の製造業 | 37 | 19 | 18 | 9 | 9 | 0 | 28 | 10 | 18 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 121 | 89 | 70 | 52 | 18 | 140 | 69 | 71 |
| 商社・卸売 | 193 | 111 | 82 | 57 | 45 | 12 | 136 | 66 | 70 |
| 小売 | 17 | 10 | 7 | 13 | 7 | 6 | 4 | 3 | 1 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 87 | 85 | 87 | 53 | 34 | 85 | 34 | 51 |
| 建設 | 24 | 17 | 7 | 14 | 13 | 1 | 10 | 4 | 6 |
| 運輸 | 22 | 16 | 6 | 8 | 8 | 0 | 14 | 8 | 6 |
| 金融・保険 | 41 | 16 | 25 | 37 | 15 | 22 | 4 | 1 | 3 |
| 専門サービス | 21 | 10 | 11 | 6 | 4 | 2 | 15 | 6 | 9 |
| 電気・ガス・水道 | 5 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 0 | 1 |
| 情報通信サービス | 11 | 6 | 5 | 2 | 2 | 0 | 9 | 4 | 5 |
| その他の非製造業 | 48 | 20 | 28 | 16 | 9 | 7 | 32 | 11 | 21 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む)計 | 382 | 208 | 174 | 157 | 105 | 52 | 225 | 103 | 122 |

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 600 社の拠点の所在地をみると、「中国」が 74.2%（445 社）で最も多く、以下「米国」が 44.7%（268 社）、「タイ」が 37.5%（225 社）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。海外にいずれかの拠点を所有している企業（600 社）のうち、機能別にみると「販売拠点」が 70.2% を占め最も比率が高い。次いで「生産拠点」は 61.7% となっている。

図表 I - 13 海外拠点の所在と機能(全体)



[注]海外に拠点のある企業に対する構成比

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79.8%と最も多く、「販売拠点」の75.5%を4.3%ポイント上回っている。「地域統括拠点」を有する企業の比率は、「電気機械」(45.0%)、「医薬品・化粧品」(40.0%)、「専門サービス」(40.0%)が他の業種に比べ高い。

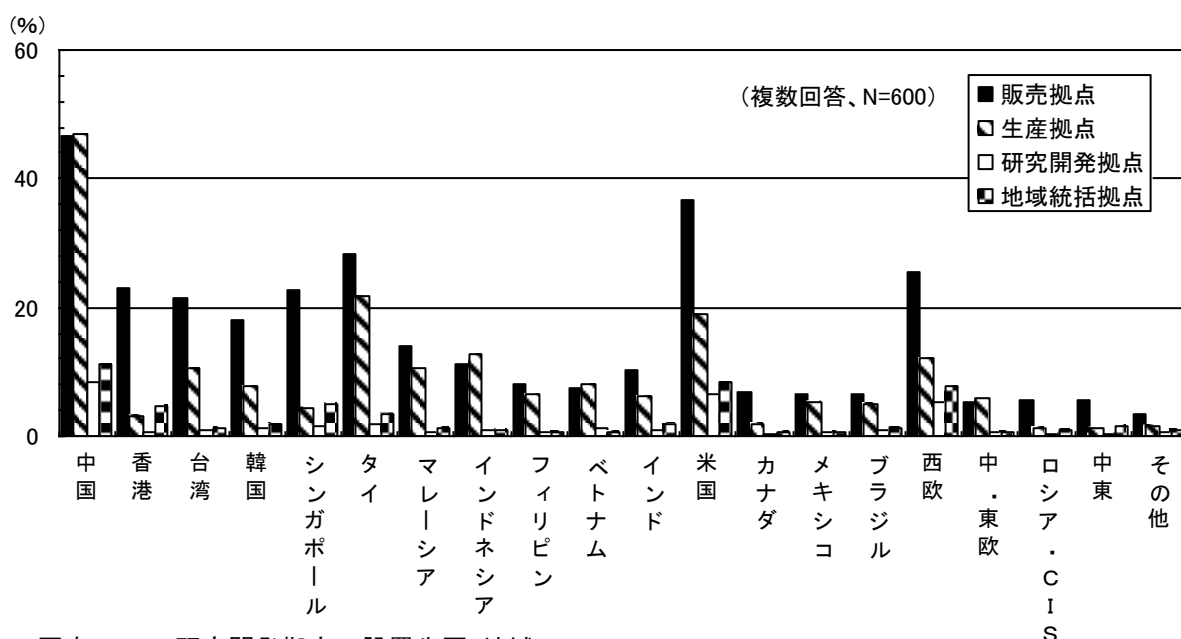
図表 I - 14 海外拠点の所在と機能(規模別、業種別)

(複数回答、%)

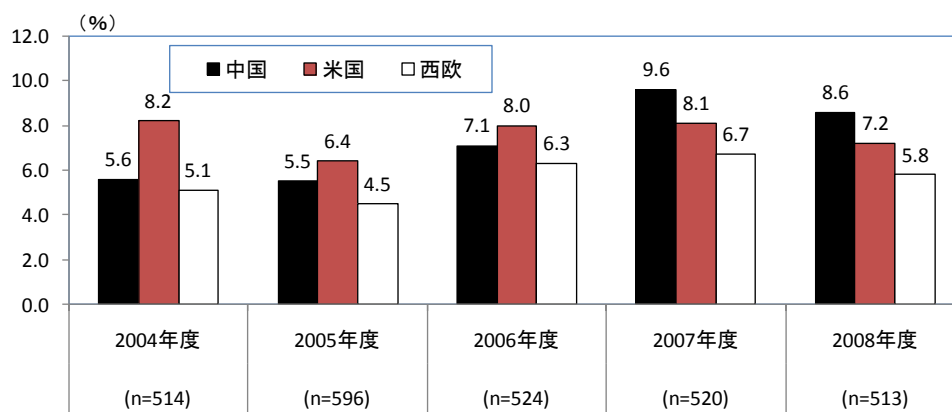
| 業種 | 社数 | 販売拠点 | 生産拠点 | 研究開発 拠点 | 地域統括 拠点 | その他 |
|------------------------|-----|------|-------|------------|------------|-------|
| 総計 | 600 | 70.2 | 61.7 | 13.8 | 19.7 | 21.7 |
| 大企業 | 306 | 76.1 | 65.7 | 19.9 | 28.4 | 28.1 |
| 中小企業 | 294 | 63.9 | 57.5 | 7.5 | 10.5 | 15.0 |
| 製造業 | 392 | 75.5 | 79.8 | 16.6 | 20.7 | 15.3 |
| 海外生産製造業 | 313 | 76.4 | 100.0 | 20.4 | 23.0 | 13.1 |
| 商社・卸・小売 | 121 | 71.1 | 30.6 | 7.4 | 15.7 | 22.3 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 87 | 44.8 | 23.0 | 10.3 | 20.7 | 49.4 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む)計 | 208 | 60.1 | 27.4 | 8.7 | 17.8 | 33.7 |
| 飲食料品 | 37 | 70.3 | 64.9 | 13.5 | 10.8 | 13.5 |
| 繊維・織物／アパレル | 24 | 54.2 | 87.5 | - | 12.5 | 4.2 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙／パルプ | 13 | 69.2 | 76.9 | 7.7 | 7.7 | 23.1 |
| 化学 | 37 | 86.5 | 81.1 | 18.9 | 21.6 | 13.5 |
| 医薬品・化粧品 | 10 | 90.0 | 70.0 | 30.0 | 40.0 | 10.0 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 31 | 61.3 | 83.9 | 3.2 | 16.1 | 22.6 |
| 窯業・土石 | 14 | 85.7 | 85.7 | - | - | 7.1 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 33 | 69.7 | 69.7 | 15.2 | 15.2 | 12.1 |
| 一般機械 | 46 | 87.0 | 82.6 | 17.4 | 26.1 | 19.6 |
| 電気機械 | 40 | 85.0 | 80.0 | 40.0 | 45.0 | 22.5 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 28 | 75.0 | 96.4 | 28.6 | 25.0 | 7.1 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 41 | 63.4 | 92.7 | 19.5 | 19.5 | 17.1 |
| 精密機器 | 19 | 89.5 | 63.2 | 10.5 | 10.5 | 21.1 |
| その他の製造業 | 19 | 78.9 | 68.4 | 5.3 | 21.1 | 10.5 |
| 商社・卸売 | 11 | 72.1 | 33.3 | 7.2 | 13.3 | 20.7 |
| 小売 | 10 | 60.0 | - | 10.0 | 20.0 | 40.0 |
| 建設 | 17 | 58.8 | 47.1 | 11.8 | 17.6 | 41.2 |
| 運輸 | 16 | 50.0 | 12.5 | - | 31.3 | 50.0 |
| 金融・保険 | 16 | 12.5 | - | 6.3 | - | 87.5 |
| 専門サービス | 10 | 60.0 | 20.0 | 30.0 | 40.0 | 40.0 |
| 電気・ガス・水道 | 2 | - | - | - | - | 100.0 |
| 情報通信サービス | 6 | 50.0 | - | 16.7 | 16.7 | 33.3 |
| その他の非製造業 | 20 | 50.0 | 40.0 | 10.0 | 25.0 | 30.0 |

国・地域別に拠点の設置状況をみると、中国には 279 社（海外に拠点を所有している企業の 46.5%）が「販売拠点」を所有し、281 社（同 46.8%）が「生産拠点」を所有している。米国には 220 社（同 36.7%）が「販売拠点」を所有し、113 社（同 18.8%）が「生産拠点」を所有している。前回調査でトップとなった研究開発機能についても引き続き、米国・西欧を上回る水準にある。海外に「販売拠点」がある企業の拠点所在国は、中国、米国、西欧の順に多く、「生産拠点」の拠点所在国は、中国、タイ、米国の順となっている。「研究開発拠点」の拠点所在国は、中国の 50 社（同 8.3%）が最も多く、以下、米国が 39 社（同 6.5%）、西欧が 32 社（同 5.3%）と続く。「地域統括拠点」の拠点所在国も、中国が 68 社（同 11.3%）と最も多く、以下、米国が 50 社（同 8.3%）、西欧が 47 社（同 7.8%）と続く。

図表 I -15 海外拠点の所在と機能(国・地域別)



図表 I -16 研究開発拠点の設置先国・地域



図表 I - 17 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 | 279 | 46.5 | 281 | 46.8 | 50 | 8.3 | 68 | 11.3 | 62 | 10.3 | 445 | 74.2 |
| 香港 | 138 | 23.0 | 18 | 3.0 | 4 | 0.7 | 28 | 4.7 | 18 | 3.0 | 169 | 28.2 |
| 台湾 | 129 | 21.5 | 64 | 10.7 | 5 | 0.8 | 7 | 1.2 | 22 | 3.7 | 173 | 28.8 |
| 韓国 | 109 | 18.2 | 46 | 7.7 | 8 | 1.3 | 11 | 1.8 | 14 | 2.3 | 135 | 22.5 |
| シンガポール | 136 | 22.7 | 26 | 4.3 | 10 | 1.7 | 29 | 4.8 | 16 | 2.7 | 152 | 25.3 |
| タイ | 170 | 28.3 | 130 | 21.7 | 12 | 2.0 | 21 | 3.5 | 16 | 2.7 | 225 | 37.5 |
| マレーシア | 84 | 14.0 | 63 | 10.5 | 4 | 0.7 | 7 | 1.2 | 7 | 1.2 | 115 | 19.2 |
| インドネシア | 67 | 11.2 | 76 | 12.7 | 5 | 0.8 | 6 | 1.0 | 12 | 2.0 | 116 | 19.3 |
| フィリピン | 48 | 8.0 | 39 | 6.5 | 4 | 0.7 | 4 | 0.7 | 6 | 1.0 | 73 | 12.2 |
| ベトナム | 44 | 7.3 | 48 | 8.0 | 7 | 1.2 | 4 | 0.7 | 17 | 2.8 | 93 | 15.5 |
| インド | 61 | 10.2 | 37 | 6.2 | 5 | 0.8 | 11 | 1.8 | 15 | 2.5 | 92 | 15.3 |
| 米国 | 220 | 36.7 | 113 | 18.8 | 39 | 6.5 | 50 | 8.3 | 23 | 3.8 | 268 | 44.7 |
| カナダ | 41 | 6.8 | 12 | 2.0 | 1 | 0.2 | 4 | 0.7 | 5 | 0.8 | 50 | 8.3 |
| メキシコ | 39 | 6.5 | 32 | 5.3 | 4 | 0.7 | 4 | 0.7 | 2 | 0.3 | 58 | 9.7 |
| ブラジル | 40 | 6.7 | 29 | 4.8 | 5 | 0.8 | 8 | 1.3 | 7 | 1.2 | 55 | 9.2 |
| 西欧 | 153 | 25.5 | 73 | 12.2 | 32 | 5.3 | 47 | 7.8 | 23 | 3.8 | 184 | 30.7 |
| 中・東欧 | 31 | 5.2 | 36 | 6.0 | 3 | 0.5 | 4 | 0.7 | 2 | 0.3 | 56 | 9.3 |
| ロシア・CIS | 33 | 5.5 | 8 | 1.3 | 2 | 0.3 | 6 | 1.0 | 7 | 1.2 | 48 | 8.0 |
| 中東 | 33 | 5.5 | 7 | 1.2 | 2 | 0.3 | 9 | 1.5 | 7 | 1.2 | 50 | 8.3 |
| その他 | 21 | 3.5 | 9 | 1.5 | 3 | 0.5 | 6 | 1.0 | 4 | 0.7 | 32 | 5.3 |
| 拠点所有社数 | 421 | 70.2 | 370 | 61.7 | 83 | 13.8 | 118 | 19.7 | 130 | 21.7 | 600 | 100.0 |
| 拠点総数 | 1,876 | 312.7 | 1,147 | 191.2 | 205 | 34.2 | 334 | 55.7 | 285 | 47.5 | 2,589 | 431.5 |

図表 I - 18 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 | 精密 機器 | その 他の 製造 業 | 商社・ 卸売 | 小売 | 建設 | 運輸 | 金融・ 保険 | 専門 サービ ス | 電気・ ガス・ 水道 | 情報 通信 サービ ス | その 他の 非製 造業 |
|---------|----------|------------------------|----------------------------------------|-------|-----------------|---------------------------------------------------|-----------|------------------------------|----------|----------|------------------------------------------------|------------------------------------------|----------|---------------------|-----------|-------|-------|-------|-----------|----------------|------------------|----------------------|----------------------|
| 社数 | 26 | 13 | 9 | 32 | 9 | 19 | 12 | 23 | 40 | 34 | 21 | 26 | 17 | 15 | 80 | 6 | 10 | 8 | 2 | 6 | - | 3 | 10 |
| 中国 | 70.8 | 50.0 | 60.0 | 64.3 | 77.8 | 45.8 | 58.3 | 56.0 | 78.4 | 90.0 | 50.0 | 64.9 | 75.0 | 80.0 | 66.2 | 57.1 | 72.7 | 46.7 | 14.3 | 44.4 | - | 33.3 | 36.4 |
| 香港 | 100.0 | 85.7 | 100.0 | 100.0 | 83.3 | 88.9 | 100.0 | 87.5 | 90.9 | 82.6 | 88.9 | 83.3 | 80.0 | 83.3 | 92.9 | 50.0 | 66.7 | 66.7 | 11.1 | 33.3 | - | - | 66.7 |
| 台湾 | 75.0 | 100.0 | - | 81.8 | 100.0 | 80.0 | 80.0 | 66.7 | 68.4 | 95.0 | 83.3 | 50.0 | 77.8 | 83.3 | 83.3 | 50.0 | 42.9 | 75.0 | - | 50.0 | - | - | 66.7 |
| 韓国 | 66.7 | 50.0 | - | 70.6 | 75.0 | 60.0 | - | 100.0 | 89.5 | 100.0 | 100.0 | 75.0 | 100.0 | 100.0 | 83.3 | 100.0 | - | 50.0 | - | 66.7 | - | - | 50.0 |
| シンガポール | 100.0 | 50.0 | 100.0 | 100.0 | 66.7 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 93.8 | 100.0 | 92.9 | 87.5 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 50.0 | 80.0 | 33.3 | 50.0 | - | - | 60.0 |
| タイ | 60.0 | 100.0 | 100.0 | 85.0 | 100.0 | 30.8 | 80.0 | 77.8 | 84.0 | 81.8 | 80.0 | 63.0 | 100.0 | 71.4 | 88.2 | 66.7 | 62.5 | 83.3 | 100.0 | 50.0 | - | 100.0 | 60.0 |
| マレーシア | 50.0 | - | 33.3 | 100.0 | 100.0 | 50.0 | 50.0 | 55.6 | 80.0 | 93.3 | 80.0 | 66.7 | 83.3 | - | 88.7 | 100.0 | 40.0 | 75.0 | - | 50.0 | - | - | 33.3 |
| インドネシア | 50.0 | 66.7 | 50.0 | 87.5 | 50.0 | 16.7 | - | 62.5 | 71.4 | 69.2 | - | 40.0 | 100.0 | - | 90.0 | - | 57.1 | 75.0 | 100.0 | - | - | - | 40.0 |
| フィリピン | 100.0 | - | 100.0 | 100.0 | - | 25.0 | - | 25.0 | 57.1 | 90.9 | 83.3 | 37.5 | 100.0 | - | 62.5 | 100.0 | 71.4 | 80.0 | - | - | - | - | - |
| ベトナム | 80.0 | - | - | 100.0 | - | - | - | - | 55.6 | 46.2 | 33.3 | 30.0 | 100.0 | - | 55.6 | - | 40.0 | 75.0 | - | - | - | - | 33.3 |
| インド | 100.0 | - | - | 81.8 | 100.0 | 66.7 | - | 33.3 | 72.7 | 91.7 | 100.0 | 42.9 | 100.0 | - | 70.0 | - | 75.0 | 66.7 | - | 50.0 | - | - | 25.0 |
| 米国 | 73.3 | 100.0 | 50.0 | 93.3 | 77.8 | 86.7 | 100.0 | 78.6 | 96.3 | 96.3 | 86.7 | 60.7 | 90.9 | 100.0 | 94.9 | 100.0 | 50.0 | 80.0 | 33.3 | 50.0 | - | 33.3 | 16.7 |
| カナダ | - | - | - | - | 100.0 | 100.0 | 100.0 | - | 82.5 | 100.0 | 100.0 | 75.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | - | 100.0 | 100.0 | - | 30.0 | - | - | - |
| メキシコ | 50.0 | - | - | 100.0 | 100.0 | - | - | 40.0 | 100.0 | 83.3 | 50.0 | 44.4 | 100.0 | - | 100.0 | - | 100.0 | 33.3 | - | - | - | - | - |
| ブラジル | 100.0 | 100.0 | - | 71.4 | - | - | - | 50.0 | 100.0 | 91.7 | 100.0 | 33.3 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | - | 50.0 | 50.0 | - | - | - | - | - |
| 西欧 | 71.4 | 100.0 | 100.0 | 91.7 | 87.5 | 100.0 | 100.0 | 83.3 | 88.0 | 95.7 | 91.7 | 61.1 | 100.0 | 85.7 | 90.9 | 100.0 | 100.0 | 80.0 | 100.0 | 25.0 | - | - | - |
| 中・東欧 | - | - | - | 100.0 | - | 100.0 | 100.0 | - | 71.4 | 83.3 | - | 18.2 | 100.0 | - | 71.4 | - | 50.0 | 66.7 | - | - | - | - | - |
| ロシア・CIS | - | - | - | 75.0 | 100.0 | 50.0 | - | 66.7 | 40.0 | 90.9 | 100.0 | 50.0 | - | - | 87.5 | - | 100.0 | 66.7 | - | - | - | - | - |
| 中東 | - | - | - | 75.0 | - | - | - | 100.0 | 71.4 | 100.0 | - | 100.0 | - | - | 66.7 | - | 60.0 | 50.0 | - | - | - | - | - |

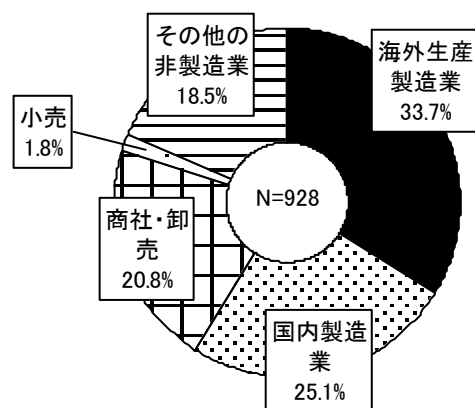
図表 I - 19 生産拠点の所在(業種別)

| | (複数回答、%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------|----------|------------------------|--------------------------------------|-------|-----------------|---------------------------------------------------|-----------|-----------------------------|----------|----------|------------------------------------------------|-------------------------------------|----------|----------------|-----------|------|------------------------------------------------|-------------------------------------|----------|----------------|-----------|----|----------------|
| | 飲食 料品 | 繊維・ 織物 /ア パレル | 木材・ 木製 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 /非金 属 /金属 製品 | 一般 機械 | 電気 機械 | 情報 通信 機器 器具 /電子 部品・ デバイ ス | 自動 車/ 自動 部品/ その他 輸送機 | 精密 機器 | その 他の製 業 | 商社・ 卸売 | 小売 | 情報 通信 機器 器具 /電子 部品・ デバイ ス | 自動 車/ 自動 部品/ その他 輸送機 | 精密 機器 | その 他の製 業 | 商社・ 卸売 | 小売 | その 他の製 業 |
| 社数 | 24 | 21 | 10 | 30 | 7 | 26 | 12 | 23 | 38 | 32 | 27 | 38 | 12 | 13 | 37 | - | 8 | 2 | - | 2 | - | - | 8 |
| 中国 | 79.2 | 85.0 | 80.0 | 89.3 | 77.8 | 79.2 | 75.0 | 80.0 | 83.8 | 83.3 | 85.0 | 92.9 | 62.5 | 66.7 | 38.8 | - | 86.4 | 13.3 | - | 22.2 | - | - | 36.4 |
| 香港 | 20.0 | 28.6 | - | 12.5 | 16.7 | - | - | - | 9.1 | 21.7 | 11.1 | - | 20.0 | 16.7 | 3.6 | - | 33.3 | - | - | - | - | - | 33.3 |
| 台湾 | 25.0 | 50.0 | - | 63.6 | - | 40.0 | 80.0 | 58.3 | 42.1 | 50.0 | 41.7 | 75.0 | 22.2 | - | 4.2 | - | 28.6 | - | - | - | - | - | 33.3 |
| 韓国 | 66.7 | 50.0 | - | 47.1 | - | 40.0 | 100.0 | 12.5 | 42.1 | 40.0 | 87.5 | 50.0 | 44.4 | - | 11.1 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| シンガポール | 20.0 | 25.0 | 50.0 | 44.4 | 33.3 | 25.0 | - | 11.1 | 18.8 | 20.0 | 21.4 | - | - | - | 8.0 | - | 37.3 | - | - | - | - | - | 20.0 |
| タイ | 80.0 | 100.0 | 50.0 | 75.0 | - | 76.9 | 80.0 | 88.9 | 48.0 | 59.1 | 90.0 | 96.3 | 25.0 | 85.7 | 26.5 | - | 37.5 | - | - | - | - | - | 40.0 |
| マレーシア | 100.0 | 100.0 | 83.3 | 62.8 | - | 100.0 | 100.0 | 88.9 | 80.0 | 53.3 | 80.0 | 88.9 | 16.7 | - | 20.0 | - | 40.0 | - | - | - | - | - | 33.3 |
| インドネシア | 50.0 | 66.7 | 50.0 | 87.5 | 50.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 87.5 | 57.1 | 69.2 | 100.0 | 93.3 | - | 100.0 | 50.0 | 42.9 | - | - | - | - | - | 60.0 |
| フィリピン | 100.0 | - | 100.0 | 60.0 | 100.0 | 100.0 | - | 100.0 | 42.9 | 63.6 | 66.7 | 100.0 | - | - | 12.5 | - | 28.6 | - | - | - | - | - | - |
| ベトナム | 40.0 | 100.0 | - | 71.4 | 100.0 | - | 100.0 | 100.0 | 44.4 | 30.8 | 83.3 | 90.0 | 25.0 | 100.0 | - | - | 40.0 | - | - | - | - | - | 66.7 |
| インド | 100.0 | 100.0 | - | 45.5 | - | - | - | 50.0 | 54.5 | 33.3 | - | 85.7 | 38.3 | - | 20.0 | - | - | - | - | - | - | - | 25.0 |
| 米国 | 46.7 | 28.6 | 50.0 | 60.0 | 22.2 | 60.0 | 80.0 | 64.3 | 48.1 | 51.9 | 33.3 | 82.1 | 36.4 | 28.6 | 10.3 | - | 75.0 | - | - | 25.0 | - | - | 16.7 |
| カナダ | - | - | 100.0 | - | - | - | 100.0 | - | 25.0 | 23.1 | - | 75.0 | - | - | 16.7 | - | - | - | - | - | - | - | 50.0 |
| メキシコ | 50.0 | 100.0 | - | 66.7 | - | 100.0 | - | 80.0 | 50.0 | 58.3 | 75.0 | 77.8 | - | - | 33.3 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| ブラジル | 100.0 | 50.0 | 100.0 | 57.1 | - | 50.0 | - | 50.0 | 100.0 | 41.7 | 33.3 | 100.0 | 25.0 | - | 33.3 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 西欧 | 42.9 | 50.0 | - | 66.7 | 25.0 | 25.0 | 66.7 | 66.7 | 56.0 | 56.5 | 41.7 | 72.2 | 40.0 | 14.3 | 4.5 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 中・東欧 | - | - | - | 100.0 | - | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 57.1 | 56.3 | 100.0 | 90.9 | - | - | 28.6 | - | 50.0 | - | - | - | - | - | - |
| ロシア・CIS | - | - | - | - | - | 50.0 | - | 33.3 | 20.0 | 9.1 | - | 50.0 | - | - | 12.5 | - | - | - | - | - | - | - | 50.0 |
| 中東 | - | - | - | 25.0 | - | - | - | 100.0 | - | - | - | 33.3 | - | - | 11.1 | - | 40.0 | - | - | - | - | - | 33.3 |

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 928 社のうち、「海外生産製造業」が 33.7% (313 社)、「国内製造業」が 25.1% (233 社) となっている。

図表 I - 20 形態別企業分類



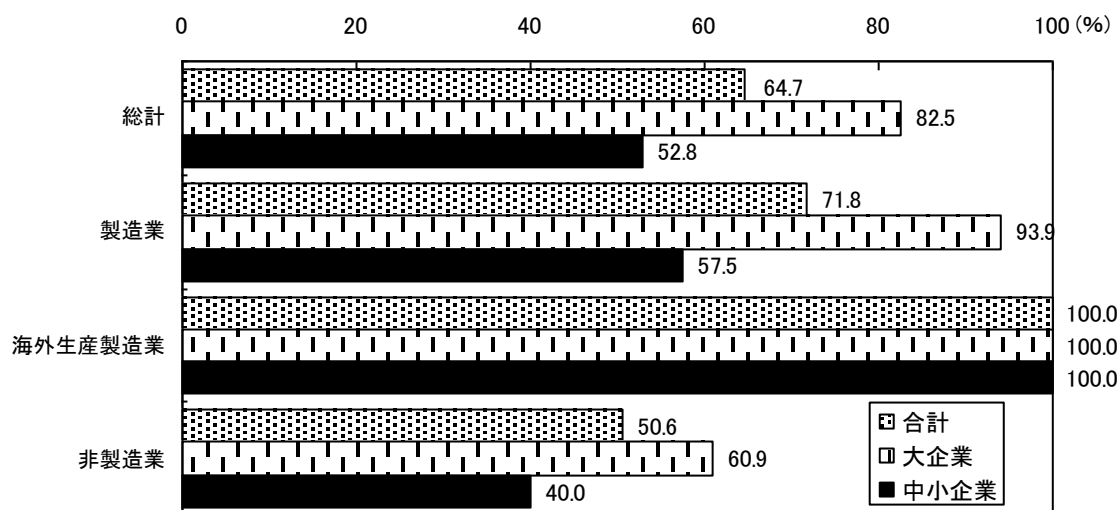
図表 I -21 形態別資本金規模

| | 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 | 928 | 19.7 | 10.9 | 15.1 | 10.3 | 11.5 | 32.2 | 0.2 |
| 大企業 | 371 | - | - | 0.8 | 4.6 | 20.5 | 73.9 | 0.3 |
| 中小企業 | 557 | 32.9 | 18.1 | 24.6 | 14.2 | 5.6 | 4.5 | 0.2 |
| 製造業 | 546 | 14.7 | 11.7 | 16.7 | 10.8 | 11.7 | 34.1 | 0.4 |
| 海外生産製造業 | 313 | 6.4 | 8.0 | 13.7 | 9.3 | 14.1 | 48.6 | 0.2 |
| 国内製造業 | 233 | 25.8 | 16.7 | 20.6 | 12.9 | 8.6 | 14.6 | 0.4 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 32.4 | 14.3 | 12.4 | 10.5 | 11.9 | 18.6 | - |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 20.3 | 4.1 | 13.4 | 8.7 | 10.5 | 43.0 | - |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 382 | 27.0 | 9.7 | 12.8 | 9.7 | 11.3 | 29.6 | - |

図表 I -22 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 | 928 | 21.8 | 12.7 | 21.2 | 21.6 | 11.4 | 10.5 | 0.9 |
| 大企業 | 371 | - | 0.5 | 8.9 | 37.2 | 26.4 | 25.9 | 1.1 |
| 中小企業 | 557 | 36.3 | 20.8 | 29.4 | 11.1 | 1.4 | 0.2 | 0.7 |
| 製造業 | 546 | 14.3 | 12.1 | 22.7 | 26.9 | 11.0 | 12.1 | 0.9 |
| 海外生産製造業 | 313 | 5.8 | 6.1 | 19.5 | 31.6 | 16.3 | 20.4 | 0.3 |
| 国内製造業 | 233 | 25.8 | 20.2 | 27.0 | 20.6 | 3.9 | 0.9 | 1.7 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 41.9 | 17.6 | 18.6 | 13.8 | 3.8 | 3.8 | 0.5 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 20.9 | 8.7 | 19.8 | 14.0 | 22.1 | 13.4 | 1.2 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 382 | 32.5 | 13.6 | 19.1 | 13.9 | 12.0 | 8.1 | 0.8 |

図表 I -23 海外拠点の所有比率(形態別)



[注]各形態の母数(N)は、図表 I -23 を参照

図表 I -24 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 | 928 | 600 | 328 | 371 | 306 | 65 | 557 | 294 | 263 |
| 大企業 | 371 | 306 | 65 | 371 | 306 | 65 | - | - | - |
| 中小企業 | 557 | 294 | 263 | - | - | - | 557 | 294 | 263 |
| 製造業 | 546 | 392 | 154 | 214 | 201 | 13 | 332 | 191 | 141 |
| 海外生産製造業 | 313 | 313 | - | 175 | 175 | - | 138 | 138 | - |
| 国内製造業 | 233 | 79 | 154 | 39 | 26 | 13 | 194 | 53 | 141 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 121 | 89 | 70 | 52 | 18 | 140 | 69 | 71 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 87 | 85 | 87 | 53 | 34 | 85 | 34 | 51 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 382 | 208 | 174 | 157 | 105 | 52 | 225 | 103 | 122 |

図表 I -25 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 | 546 | 71.8 | 28.2 |
| 飲食料品 | 56 | 66.1 | 33.9 |
| 繊維・織物／アパレル | 33 | 72.7 | 27.3 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 19 | 68.4 | 31.6 |
| 化学 | 46 | 80.4 | 19.6 |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 76.9 | 23.1 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 39 | 79.5 | 20.5 |
| 窯業・土石 | 18 | 77.8 | 22.2 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 50 | 66.0 | 34.0 |
| 一般機械 | 70 | 65.7 | 34.3 |
| 電気機械 | 53 | 75.5 | 24.5 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 36 | 77.8 | 22.2 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 55 | 74.5 | 25.5 |
| 精密機器 | 21 | 90.5 | 9.5 |
| その他の製造業 | 37 | 51.4 | 48.6 |

II. 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

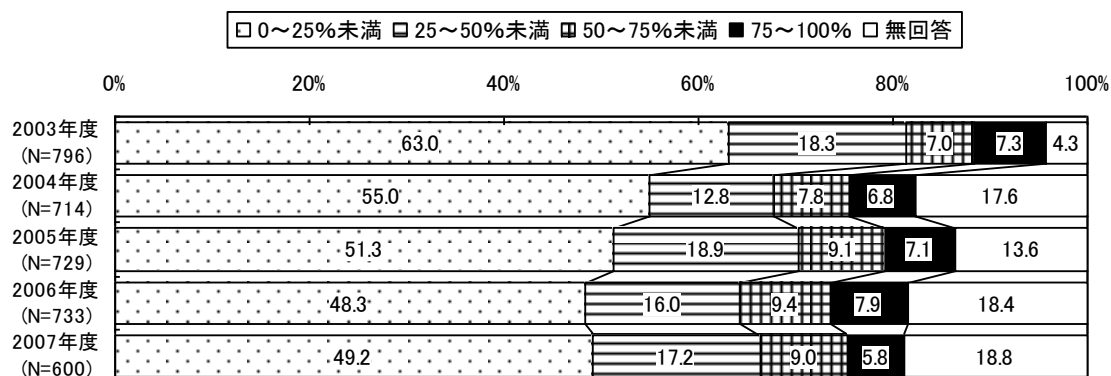
(1) 売上高

2007年度売上高（連結ベース）に占める海外市場での売上高の割合は、「0～25%未満」と答えた企業が49.2%（295社）と最も多く、次いで「25～50%未満」が17.2%（103社）となっている。

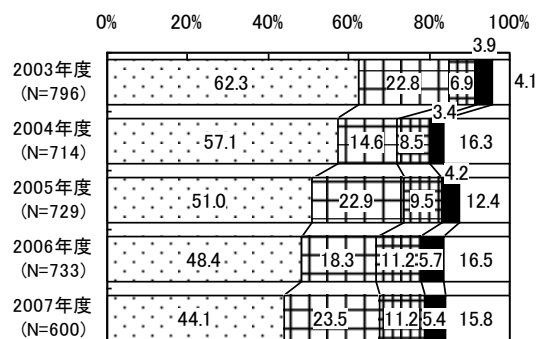
2003年度からの実績の推移は、無回答の比率が高く単純な比較ができないため、無回答を除いたデータで比較すると（次頁の＜参考＞を参照）、全体としては大きな変化はないが、2007年度においては非製造業の「0～25%未満」が増加し、非製造業の売上高の海外比率が極端に減っていることが分かる。

図表 II - 1 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合(経年比較)

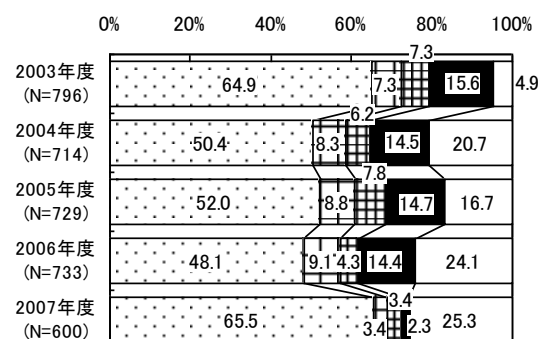
<全体>



<製造業>



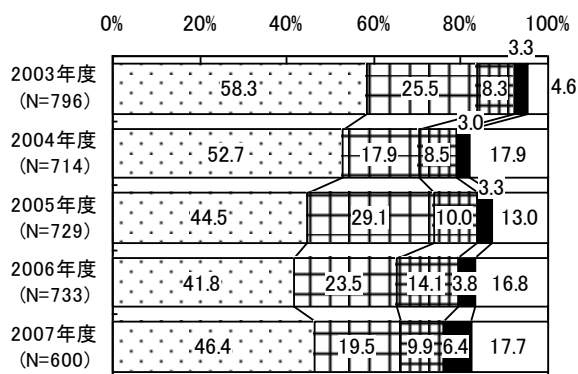
<非製造業>



[注1]今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

[注2]業種分類は、全体は2006年度まで製造業、商社・卸・小売、2007年度は非製造業を含む。

<海外生産製造業>



<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 |
| | 2006年度 | 59 | 20 | 21 |
| | 2007年度 | 61 | 21 | 18 |
| 製造業 | 2003年度 | 65 | 24 | 11 |
| | 2004年度 | 68 | 17 | 14 |
| | 2005年度 | 58 | 26 | 16 |
| | 2006年度 | 58 | 22 | 20 |
| | 2007年度 | 56 | 24 | 20 |
| 非製造業 | 2003年度 | 68 | 8 | 24 |
| | 2004年度 | 64 | 10 | 26 |
| | 2006年度 | 63 | 12 | 25 |
| | 2006年度 | 63 | 12 | 25 |
| | 2007年度 | 88 | 5 | 8 |
| 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 |
| | 2006年度 | 50 | 28 | 22 |
| | 2007年度 | 56 | 24 | 20 |

[注]今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

業種別にみると、海外市場売上高シェアが3割を超えて高いのは、「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」「商社・卸売」「小売」となっている。

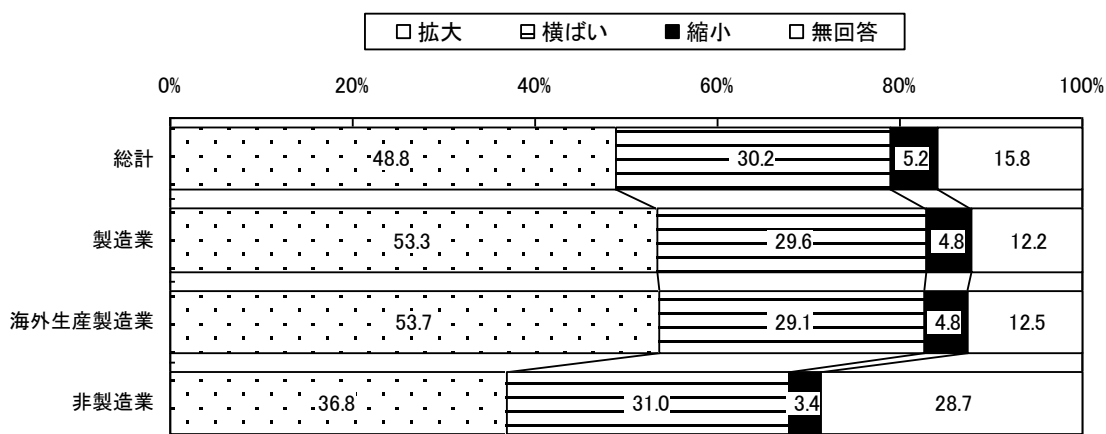
図表Ⅱ-2 売上高(連結ベース)に占める海外市場の割合(企業属性別)

| | 社数 | 2007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 | 600 | 49.2 | 17.2 | 9.0 | 5.8 | 18.8 | 27.2 |
| 大企業 | 306 | 47.7 | 19.0 | 11.8 | 4.2 | 17.3 | 26.5 |
| 中小企業 | 294 | 50.7 | 15.3 | 6.1 | 7.5 | 20.4 | 28.0 |
| 製造業 | 392 | 44.1 | 23.5 | 11.2 | 5.4 | 15.8 | 28.7 |
| 海外生産製造業 | 313 | 42.8 | 24.3 | 12.8 | 4.5 | 15.7 | 29.0 |
| 商社・卸・小売 | 121 | 53.7 | 6.6 | 5.8 | 9.9 | 24.0 | 33.0 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 87 | 65.5 | 3.4 | 3.4 | 2.3 | 25.3 | 11.4 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 208 | 58.7 | 5.3 | 4.8 | 6.7 | 24.5 | 24.1 |
| 飲食品 | 37 | 67.6 | 5.4 | - | - | 27.0 | 9.2 |
| 繊維・織物/アパレル | 24 | 50.0 | 4.2 | 8.3 | 12.5 | 25.0 | 27.2 |
| 木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ | 13 | 61.5 | 7.7 | - | 7.7 | 23.1 | 18.9 |
| 化学 | 37 | 37.8 | 43.2 | 2.7 | - | 16.2 | 26.0 |
| 医薬品・化粧品 | 10 | 50.0 | 20.0 | - | 10.0 | 20.0 | 21.5 |
| 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 31 | 54.8 | 22.6 | - | - | 22.6 | 22.0 |
| 窯業・土石 | 14 | 50.0 | 35.7 | 7.1 | 7.1 | - | 29.6 |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 33 | 51.5 | 30.3 | 3.0 | 3.0 | 12.1 | 22.4 |
| 一般機械 | 46 | 34.8 | 32.6 | 17.4 | 6.5 | 8.7 | 35.7 |
| 電気機械 | 40 | 40.0 | 22.5 | 22.5 | 5.0 | 10.0 | 32.4 |
| 情報通信機械器具/電子部品・デバイス | 28 | 25.0 | 14.3 | 39.3 | 10.7 | 10.7 | 44.9 |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 41 | 22.0 | 36.6 | 14.6 | 4.9 | 22.0 | 36.0 |
| 精密機器 | 19 | 31.6 | 15.8 | 26.3 | 15.8 | 10.5 | 44.1 |
| その他の製造業 | 19 | 73.7 | 10.5 | - | 5.3 | 10.5 | 17.5 |
| 商社・卸売 | 111 | 56.8 | 6.3 | 6.3 | 9.9 | 20.7 | 32.7 |
| 小売 | 10 | 20.0 | 10.0 | - | 10.0 | 60.0 | 40.0 |
| 建設 | 17 | 76.5 | 5.9 | - | - | 17.6 | 8.7 |
| 運輸 | 16 | 56.3 | - | 12.5 | 6.3 | 25.0 | 21.8 |
| 金融・保険 | 16 | 37.5 | - | - | - | 62.5 | 3.0 |
| 専門サービス | 10 | 70.0 | 10.0 | 10.0 | - | 10.0 | 13.2 |
| 電気・ガス・水道 | 2 | 50.0 | - | - | - | 50.0 | - |
| 情報通信サービス | 6 | 100.0 | - | - | - | - | 5.3 |
| その他の非製造業 | 20 | 75.0 | 5.0 | - | 5.0 | 15.0 | 11.2 |

[注]平均海外シェアとは、売上高に占める海外市場売上高が30%以上を占める企業の割合。

一方、今後(3年程度)の海外市場の売上高増減の見通しは、「拡大」が48.8%(293社)、「横ばい」が30.2%(181社)で、「縮小」は5.2%(31社)にとどまる。「大企業」(56.5%、173社)において、今後は拡大すると見通す企業が多い。

図表Ⅱ-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]今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

図表Ⅱ-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 | 600 | 48.8 | 30.2 | 5.2 | 15.8 |
| 大企業 | 306 | 56.5 | 25.5 | 2.9 | 15.0 |
| 中小企業 | 294 | 40.8 | 35.0 | 7.5 | 16.7 |
| 製造業 | 392 | 53.3 | 29.6 | 4.8 | 12.2 |
| 海外生産製造業 | 313 | 53.7 | 29.1 | 4.8 | 12.5 |
| 商社・卸・小売 | 121 | 43.0 | 31.4 | 7.4 | 18.2 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 87 | 36.8 | 31.0 | 3.4 | 28.7 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 208 | 40.4 | 31.3 | 5.8 | 22.6 |
| 飲食料品 | 37 | 56.8 | 29.7 | - | 13.5 |
| 繊維・織物／アパレル | 24 | 37.5 | 29.2 | 4.2 | 29.2 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 13 | 61.5 | 15.4 | 7.7 | 15.4 |
| 化学 | 37 | 67.6 | 24.3 | 2.7 | 5.4 |
| 医薬品・化粧品 | 10 | 70.0 | 10.0 | - | 20.0 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 31 | 35.5 | 32.3 | 12.9 | 19.4 |
| 窯業・土石 | 14 | 50.0 | 28.6 | 7.1 | 14.3 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 33 | 45.5 | 39.4 | - | 15.2 |
| 一般機械 | 46 | 58.7 | 30.4 | 4.3 | 6.6 |
| 電気機械 | 40 | 57.5 | 30.0 | 2.5 | 10.0 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 28 | 50.0 | 28.6 | 10.7 | 10.7 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 41 | 51.2 | 31.7 | 4.9 | 12.2 |
| 精密機器 | 19 | 52.6 | 26.3 | 15.8 | 5.3 |
| その他の製造業 | 19 | 57.9 | 36.8 | - | 5.3 |
| 商社・卸売 | 11 | 42.3 | 31.5 | 8.1 | 18.0 |
| 小売 | 10 | 50.0 | 30.0 | - | 20.0 |
| 建設 | 17 | 47.1 | 35.3 | 5.9 | 11.8 |
| 運輸 | 16 | 43.8 | 31.3 | - | 25.0 |
| 金融・保険 | 16 | 12.5 | 18.8 | - | 68.8 |
| 専門サービス | 10 | 50.0 | 30.0 | 10.0 | 10.0 |
| 電気・ガス・水道 | 2 | - | 50.0 | - | 50.0 |
| 情報通信サービス | 6 | 66.7 | 16.7 | - | 16.7 |
| その他の非製造業 | 20 | 30.0 | 40.0 | 5.0 | 25.0 |

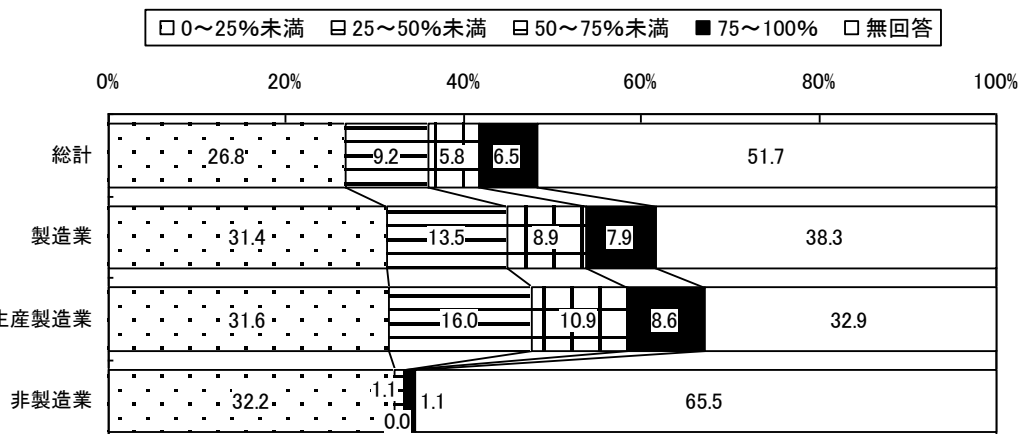
[注]今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

(2) 生産高

生産高（連結ベース）に占める海外市場での生産高の割合は、平均 29.7%となっている。

業種別にみると、海外市場での生産高シェアは「繊維・織物／アパレル」が 75.6%と最も高く、次に「商社・卸売」（44.5%）、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」（44.3%）となっている。

図表 II - 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 II - 6を参照

図表 II - 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)

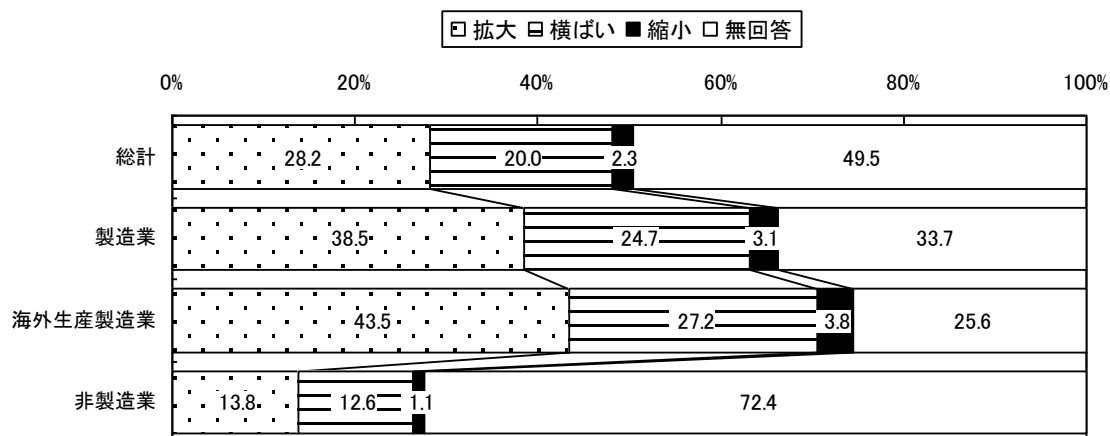
| | 社数 | 2007年度生産高海外市場シェア (%) | | | | | 平均海外シェア (%) |
|-----------------------|-----|----------------------|----------|----------|---------|-------|-------------|
| | | 0~25%未満 | 25~50%未満 | 50~75%未満 | 75~100% | 無回答 | |
| 総計 | 600 | 26.8 | 9.2 | 5.8 | 6.5 | 51.7 | 29.7 |
| 大企業 | 306 | 28.4 | 8.8 | 5.6 | 4.2 | 52.9 | 26.1 |
| 中小企業 | 294 | 25.2 | 9.5 | 6.1 | 8.8 | 50.3 | 33.2 |
| 製造業 | 392 | 31.4 | 13.5 | 8.9 | 7.9 | 38.3 | 31.4 |
| 海外生産製造業 | 313 | 31.6 | 16.0 | 10.9 | 8.6 | 32.9 | 33.4 |
| 商社・卸・小売 | 121 | 8.3 | 0.8 | - | 5.8 | 85.1 | 44.5 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 87 | 32.2 | 1.1 | - | 1.1 | 65.5 | 6.6 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 208 | 18.3 | 1.0 | - | 3.8 | 76.9 | 20.8 |
| 飲食料品 | 37 | 29.7 | - | 3.4 | 2.7 | 62.2 | 19.5 |
| 繊維・織物／アパレル | 24 | 4.2 | 8.3 | 12.5 | 50.0 | 25.0 | 75.6 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 13 | 46.2 | 15.4 | - | 7.7 | 30.8 | 22.9 |
| 化学 | 37 | 29.7 | 13.5 | 10.8 | - | 45.9 | 24.7 |
| 医療品・化粧品 | 10 | 60.0 | - | - | - | 40.0 | 2.8 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 31 | 38.7 | 3.2 | 9.7 | 3.2 | 45.2 | 23.1 |
| 窯業・土石 | 14 | 42.9 | 35.7 | 7.1 | 7.1 | 7.1 | 28.2 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 33 | 30.3 | 9.1 | 9.1 | 3.0 | 48.5 | 26.8 |
| 一般機械 | 46 | 45.7 | 17.4 | 8.7 | 2.2 | 26.1 | 22.8 |
| 電気機械 | 40 | 27.5 | 10.0 | 10.0 | 5.0 | 47.5 | 32.0 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 28 | 21.4 | 28.6 | 21.4 | 17.9 | 10.7 | 44.3 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 41 | 26.8 | 19.5 | 9.8 | 7.3 | 36.6 | 32.5 |
| 精密機器 | 19 | 31.6 | 21.1 | - | 5.3 | 42.1 | 22.7 |
| その他の製造業 | 19 | 26.3 | 15.8 | 5.3 | 10.5 | 42.1 | 36.0 |
| 商社・卸売 | 11 | 9.0 | 0.9 | - | 6.8 | 83.8 | 44.5 |
| 小売 | 10 | - | - | - | - | 100.0 | - |
| 建設 | 17 | 47.1 | - | - | - | 52.9 | 5.1 |
| 運輸 | 16 | 12.5 | - | - | - | 87.5 | 6.5 |
| 金融・保険 | 16 | 12.5 | - | - | - | 87.5 | - |
| 専門サービス | 10 | 30.0 | - | - | - | 70.0 | 1.7 |
| 電気・ガス・水道 | 2 | 50.0 | - | - | - | 50.0 | - |
| 情報通信サービス | 6 | 50.0 | - | - | 16.7 | 33.3 | 18.8 |
| その他の非製造業 | 20 | 45.0 | 5.0 | - | - | 50.0 | 6.3 |

〔注 1〕今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

〔注 2〕平均海外シェアとは、生産高に占める海外市場生産高が 30%以上を占める企業の割合。

今後（3年程度）の海外市場での生産高増減の見通しは、「拡大」が28.2%に対し、「縮小」は2.3%と低く、特に「海外生産製造業」については「拡大」が4割強にのぼっている。

図表Ⅱ-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Ⅱ-8を参照

図表Ⅱ-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 | 600 | 28.2 | 20.0 | 2.3 | 49.5 |
| 大企業 | 306 | 31.4 | 17.3 | 2.0 | 49.3 |
| 中小企業 | 294 | 24.8 | 22.8 | 2.7 | 49.7 |
| 製造業 | 392 | 38.5 | 24.7 | 3.1 | 33.7 |
| 海外生産製造業 | 313 | 43.5 | 27.2 | 3.8 | 25.6 |
| 商社・卸・小売 | 121 | 5.0 | 9.9 | 0.8 | 84.3 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 87 | 13.8 | 12.6 | 1.1 | 72.4 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 208 | 8.7 | 11.1 | 1.0 | 79.3 |
| 飲料品 | 37 | 29.7 | 16.2 | - | 54.1 |
| 繊維・織物/アパレル | 24 | 33.3 | 33.3 | - | 33.3 |
| 木材/木製品/家具/建材/紙/パルプ | 13 | 53.8 | 15.4 | 7.7 | 23.1 |
| 化学 | 37 | 48.6 | 21.6 | - | 29.7 |
| 医薬品/化粧品 | 10 | 50.0 | 10.0 | - | 40.0 |
| 石油/石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 31 | 25.8 | 32.3 | 3.2 | 38.7 |
| 窯業/土石 | 14 | 35.7 | 35.7 | 7.1 | 21.4 |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 33 | 24.2 | 27.3 | 3.0 | 45.5 |
| 一般機械 | 46 | 52.2 | 15.2 | 6.5 | 26.1 |
| 電気機械 | 40 | 40.0 | 20.0 | - | 40.0 |
| 情報通信機械器具/電子部品/デバイス | 28 | 39.3 | 39.3 | 10.7 | 10.7 |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 41 | 31.7 | 36.6 | 4.9 | 26.8 |
| 精密機器 | 19 | 47.4 | 15.8 | - | 36.8 |
| その他の製造業 | 19 | 42.1 | 21.1 | - | 36.8 |
| 商社/卸売 | 11 | 5.4 | 10.8 | 0.9 | 82.9 |
| 小売 | 10 | - | - | - | 100.0 |
| 建設 | 17 | 29.4 | 17.6 | - | 52.9 |
| 運輸 | 16 | - | 12.5 | - | 87.5 |
| 金融/保険 | 16 | - | - | - | 100.0 |
| 専門サービス | 10 | 30.0 | - | - | 70.0 |
| 電気/ガス/水道 | 2 | - | 50.0 | - | 50.0 |
| 情報通信サービス | 6 | 16.7 | 16.7 | - | 66.7 |
| その他の非製造業 | 20 | 15.0 | 20.0 | 5.0 | 60.0 |

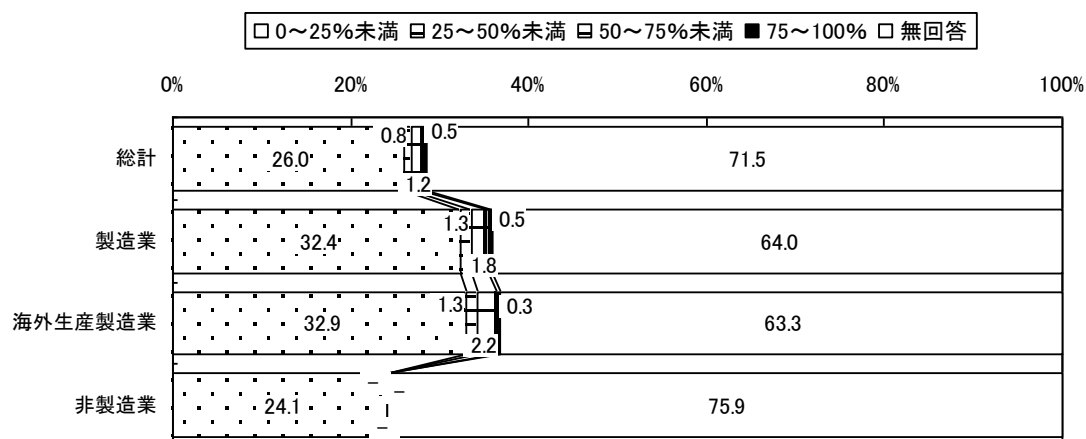
[注]今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

(3) 研究開発費

研究開発費（連結ベース）に占める海外市場での研究開発費の割合は、平均 8.0%となっている。

業種別には、「繊維・織物／アパレル」、「医療品・化粧品」、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」の海外市場での研究開発費シェアが 15%を超えており、研究開発費における海外シェアが高い。

図表 II - 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 II - 10 を参照

図表 II - 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 | 2007年度研究開発費海外市場シェア (%) | | | | | 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 | 600 | 26.0 | 0.8 | 1.2 | 0.5 | 71.5 | 8.0 |
| 大企業 | 306 | 27.5 | 0.3 | 1.0 | 0.3 | 70.9 | 6.1 |
| 中小企業 | 294 | 24.5 | 1.4 | 1.4 | 0.7 | 72.1 | 10.0 |
| 製造業 | 392 | 32.4 | 1.3 | 1.8 | 0.5 | 64.0 | 8.9 |
| 海外生産製造業 | 313 | 32.9 | 1.3 | 2.2 | 0.3 | 63.3 | 9.3 |
| 商社・卸・小売 | 121 | 6.6 | - | - | 0.8 | 92.6 | 10.9 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 87 | 24.1 | - | - | - | 75.9 | 0.7 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 208 | 13.9 | - | - | 0.5 | 85.6 | 3.7 |
| 飲食品 | 37 | 27.0 | - | - | - | 73.0 | 3.3 |
| 繊維・織物／アパレル | 24 | 12.5 | 12.5 | - | - | 75.0 | 16.7 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 13 | 28.1 | - | - | - | 76.9 | - |
| 化学 | 37 | 27.0 | - | - | - | 73.0 | 0.2 |
| 医療品・化粧品 | 10 | 30.0 | - | 10.0 | - | 60.0 | 17.5 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 31 | 22.6 | - | 3.2 | - | 74.2 | 8.9 |
| 窯業・土石 | 14 | 64.3 | - | - | 7.1 | 28.6 | 13.5 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 33 | 27.3 | - | - | - | 72.7 | 1.9 |
| 一般機械 | 46 | 43.5 | - | 4.3 | - | 52.2 | 8.0 |
| 電気機械 | 40 | 37.5 | - | - | - | 62.5 | 4.3 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 28 | 42.9 | - | 3.6 | - | 53.6 | 16.5 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 41 | 36.6 | 2.4 | 2.4 | 2.4 | 56.1 | 12.6 |
| 精密機器 | 19 | 26.3 | - | - | - | 73.7 | 6.0 |
| その他の製造業 | 19 | 31.6 | 5.3 | 5.3 | - | 57.9 | 12.5 |
| 商社・卸売 | 11 | 7.2 | - | - | 0.9 | 91.9 | 10.9 |
| 小売 | 10 | - | - | - | - | 100.0 | - |
| 建設 | 17 | 17.6 | - | - | - | 82.4 | 1.0 |
| 運輸 | 16 | - | - | - | - | 100.0 | - |
| 金融・保険 | 16 | 12.5 | - | - | - | 87.5 | - |
| 専門サービス | 10 | 30.0 | - | - | - | 70.0 | 0.3 |
| 電気・ガス・水道 | 2 | 50.0 | - | - | - | 50.0 | - |
| 情報通信サービス | 6 | 66.7 | - | - | - | 33.3 | - |
| その他の非製造業 | 20 | 40.0 | - | - | - | 60.0 | 1.3 |

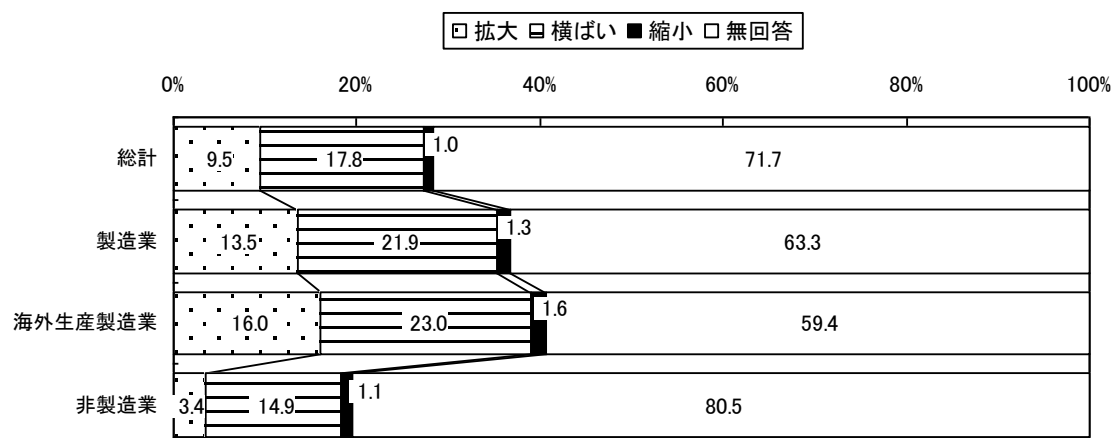
[注 1]今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

[注 2]平均海外シェアとは、研究開発費に占める海外市場研究開発費が 30%以上を占める企業の割合。

今後（3年程度）の海外市場における研究開発費増減の見通しは、「横ばい」が17.8%（107社）で最も高く、「拡大」が9.5%（57社）、「縮小」が1.0%（6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、「飲食料品」「電気機械」では「拡大」が「横ばい」を上回っている。

図表 II - 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 II - 12 を参照

図表 II - 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 | 600 | 9.5 | 17.8 | 1.0 | 71.7 |
| 大企業 | 306 | 12.1 | 17.3 | 0.7 | 69.9 |
| 中小企業 | 294 | 6.8 | 18.4 | 1.4 | 73.5 |
| 製造業 | 392 | 13.5 | 21.9 | 1.3 | 63.3 |
| 海外生産製造業 | 313 | 16.0 | 23.0 | 1.6 | 59.4 |
| 商社・卸・小売 | 121 | 0.8 | 6.6 | - | 92.6 |
| 非製造業（商社・卸・小売を除く） | 87 | 3.4 | 14.9 | 1.1 | 80.5 |
| （参考）非製造業（商社・卸売・小売を含む） | 208 | 1.9 | 10.1 | 0.5 | 87.5 |
| 飲食料品 | 37 | 16.2 | 10.8 | - | 73.0 |
| 繊維・織物／アパレル | 24 | 4.2 | 12.5 | - | 83.3 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 13 | - | 15.4 | - | 84.6 |
| 化学 | 37 | 10.8 | 27.0 | - | 62.2 |
| 医薬品・化粧品 | 10 | 10.0 | 30.0 | - | 60.0 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 31 | 9.7 | 19.4 | - | 71.0 |
| 窯業・土石 | 14 | 14.3 | 42.9 | 7.1 | 35.7 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 33 | 3.0 | 24.2 | - | 72.7 |
| 一般機械 | 46 | 19.6 | 26.1 | - | 54.3 |
| 電気機械 | 40 | 20.0 | 12.5 | - | 67.5 |
| 情報通信機械器具／電子部品／デバイス | 28 | 14.3 | 21.4 | 3.6 | 60.7 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 41 | 24.4 | 24.4 | 7.3 | 43.9 |
| 精密機器 | 19 | 10.5 | 21.1 | - | 68.4 |
| その他の製造業 | 19 | 10.5 | 36.8 | - | 52.6 |
| 商社・卸売 | 11 | 0.9 | 6.3 | - | 92.8 |
| 小売 | 10 | - | 10.0 | - | 90.0 |
| 建設 | 17 | 11.8 | 11.8 | - | 76.5 |
| 運輸 | 16 | - | 6.3 | - | 93.8 |
| 金融・保険 | 16 | - | 6.3 | - | 93.8 |
| 専門サービス | 10 | 10.0 | 10.0 | 10.0 | 70.0 |
| 電気・ガス・水道 | 2 | - | 50.0 | - | 50.0 |
| 情報通信サービス | 6 | - | 33.3 | - | 66.7 |
| その他の非製造業 | 20 | - | 25.0 | - | 75.0 |

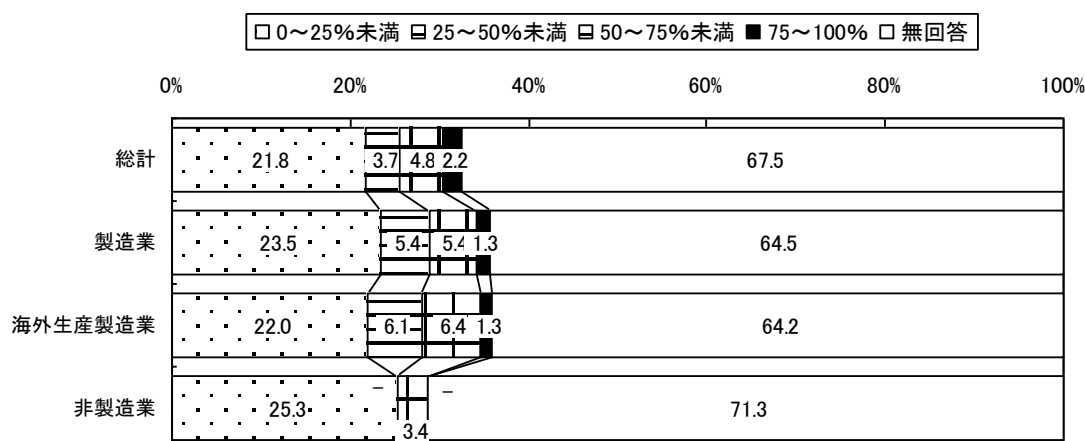
〔注〕今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

(4) 調達

調達に占める海外市場での調達の割合は、平均 22.5%である。

業種別にみると、「繊維・織物／アパレル」、「小売」は海外市場での調達シェアが5割前後と高い。

図表 II - 13 調達(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 II - 14 を参照

図表 II - 14 調達(連結ベース)に占める海外市場の割合(企業属性別)

| | 社数 | 2007年度調達海外市場シェア | | | | | 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 | 600 | 21.8 | 3.7 | 4.8 | 2.2 | 67.5 | 22.5 |
| 大企業 | 306 | 19.3 | 3.3 | 3.6 | 1.0 | 72.9 | 19.5 |
| 中小企業 | 294 | 24.5 | 4.1 | 6.1 | 3.4 | 61.9 | 24.7 |
| 製造業 | 392 | 23.5 | 5.4 | 5.4 | 1.3 | 64.5 | 21.1 |
| 海外生産製造業 | 313 | 22.0 | 6.1 | 6.4 | 1.3 | 64.2 | 23.6 |
| 商社・卸・小売 | 121 | 14.0 | 0.8 | 4.1 | 6.6 | 74.4 | 39.8 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 87 | 25.3 | - | 3.4 | - | 71.3 | 8.3 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 208 | 18.8 | 0.5 | 3.8 | 3.8 | 73.1 | 25.8 |
| 飲食料品 | 37 | 13.5 | - | 2.7 | - | 83.8 | 15.5 |
| 繊維・織物／アパレル | 24 | 4.2 | 4.2 | 12.5 | 4.2 | 75.0 | 47.5 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 13 | 23.1 | - | - | - | 76.9 | 1.7 |
| 化学 | 37 | 16.2 | 2.7 | 2.7 | - | 78.4 | 19.1 |
| 医薬品・化粧品 | 10 | 30.0 | - | - | - | 70.0 | 1.7 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 31 | 22.6 | - | 3.2 | - | 74.2 | 11.1 |
| 窯業・土石 | 14 | 35.7 | 21.4 | - | 7.1 | 35.7 | 25.6 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 33 | 27.3 | 9.1 | - | - | 63.6 | 12.3 |
| 一般機械 | 46 | 37.0 | 8.7 | 2.2 | - | 52.2 | 13.4 |
| 電気機械 | 40 | 17.5 | 5.0 | 10.0 | - | 67.5 | 27.1 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 28 | 28.6 | 3.6 | 17.9 | 7.1 | 42.9 | 33.3 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 41 | 29.3 | 7.3 | 2.4 | - | 61.0 | 15.3 |
| 精密機器 | 19 | 26.3 | 5.3 | - | - | 63.2 | 15.9 |
| その他の製造業 | 19 | 21.1 | 10.5 | 15.8 | 5.3 | 47.4 | 39.5 |
| 商社・卸売 | 111 | 14.4 | 0.9 | 3.6 | 6.3 | 74.8 | 38.6 |
| 小売 | 10 | 10.0 | - | 10.0 | 10.0 | 70.0 | 51.3 |
| 建設 | 17 | 35.3 | - | - | - | 64.7 | 5.7 |
| 運輸 | 16 | 6.3 | - | - | - | 93.8 | - |
| 金融・保険 | 16 | 12.5 | - | - | - | 87.5 | - |
| 専門サービス | 10 | 30.0 | - | - | - | 70.0 | 1.7 |
| 電気・ガス・水道 | 2 | 50.0 | - | - | - | 50.0 | 5.0 |
| 情報通信サービス | 6 | 50.0 | - | - | - | 50.0 | 1.0 |
| その他の非製造業 | 20 | 30.0 | - | 15.0 | - | 55.0 | 17.9 |

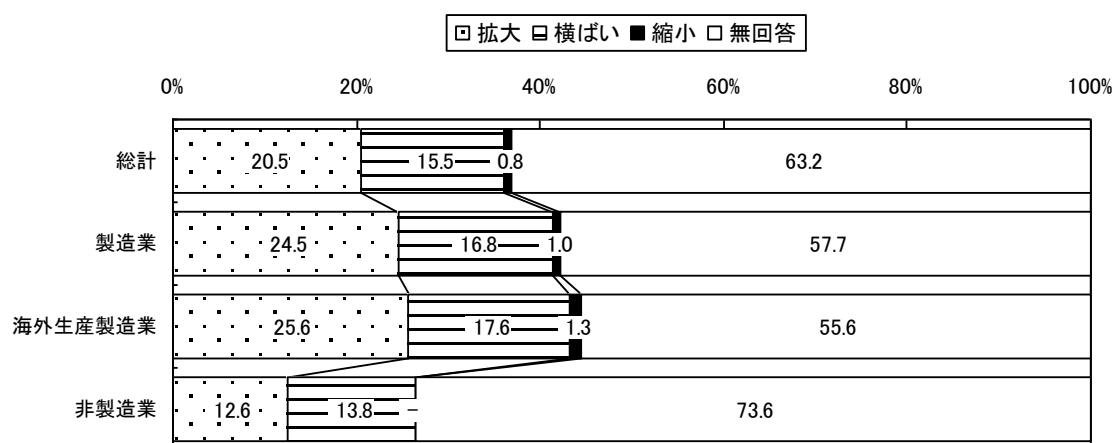
[注 1]今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

[注 2]平均海外シェアとは、調達に占める海外市場調達が 30%以上を占める企業の割合。

今後（3年程度）の海外市場での調達増減の見通しは、「拡大」が20.5%（123社）と最も多く、「横ばい」が15.5%（93社）、「縮小」が0.8%（5社）となっている。

業種別にみると、「一般機械」、「電気機械」、「精密機器」、「その他の製造業」で「拡大」が3割を超えている。

図表 II - 15 調達（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 II - 16 を参照

図表 II - 16 調達（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 | 600 | 20.5 | 15.5 | 0.8 | 63.2 |
| 大企業 | 306 | 19.0 | 15.0 | - | 66.0 |
| 中小企業 | 294 | 22.1 | 16.0 | 1.7 | 60.2 |
| 製造業 | 392 | 24.5 | 16.8 | 1.0 | 57.7 |
| 海外生産製造業 | 313 | 25.6 | 17.6 | 1.3 | 55.6 |
| 商社・卸・小売 | 121 | 13.2 | 12.4 | 0.8 | 73.6 |
| 非製造業（商社・卸・小売を除く） | 87 | 12.6 | 13.8 | - | 73.6 |
| （参考）非製造業（商社・卸売・小売を含む） | 208 | 13.0 | 13.0 | 0.5 | 73.6 |
| 飲食料品 | 37 | 10.2 | 8.1 | - | 75.7 |
| 繊維・織物／アパレル | 24 | 8.3 | 12.5 | - | 79.2 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 13 | 15.4 | 7.7 | - | 76.9 |
| 化学 | 37 | 27.0 | 8.1 | - | 64.9 |
| 医薬品・化粧品 | 10 | 30.0 | 30.0 | - | 70.0 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 31 | 22.6 | 6.5 | 6.5 | 64.5 |
| 窯業・土石 | 14 | 42.9 | 7.1 | - | 50.0 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 33 | 27.3 | 18.2 | - | 54.5 |
| 一般機械 | 46 | 30.4 | 23.9 | - | 45.7 |
| 電気機械 | 40 | 32.5 | 7.5 | - | 60.0 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 28 | 25.0 | 35.7 | 3.6 | 35.7 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 41 | 26.8 | 26.8 | - | 46.3 |
| 精密機器 | 19 | 31.6 | 10.5 | - | 57.9 |
| その他の製造業 | 19 | 47.4 | 10.5 | - | 42.1 |
| 商社・卸売 | 11 | 13.5 | 10.8 | 0.9 | 74.8 |
| 小売 | 10 | 10.0 | 30.0 | - | 60.0 |
| 建設 | 17 | 23.5 | 17.6 | - | 58.8 |
| 運輸 | 16 | 6.3 | 6.3 | - | 87.5 |
| 金融・保険 | 16 | - | 6.3 | - | 93.8 |
| 専門サービス | 10 | 20.0 | 10.0 | - | 70.0 |
| 電気・ガス・水道 | 2 | - | 50.0 | - | 50.0 |
| 情報通信サービス | 6 | - | 16.7 | - | 83.3 |
| その他の非製造業 | 20 | 20.0 | 20.0 | - | 60.0 |

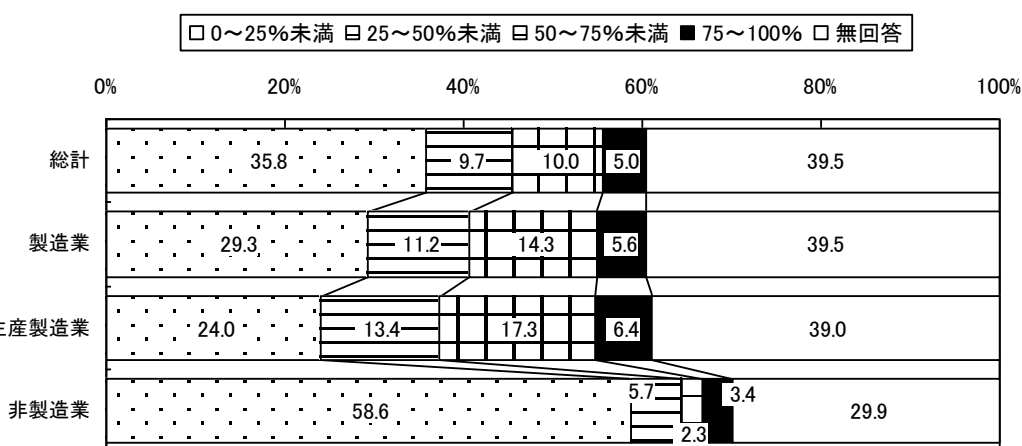
〔注〕今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

(5) 従業員数

従業員数の海外市場での従業員数の割合は、平均 26.4%である。

業種別に「平均海外シェア」をみると、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」が6割弱 (59.6%)、次いで「繊維・織物／アパレル」(39.6%)、「石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品」(37.7%)、「自動車／自動車部品／その他輸送機器」(36.8%) が3割を超えている。

図表 II -17 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 II -18 を参照

図表 II -18 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)

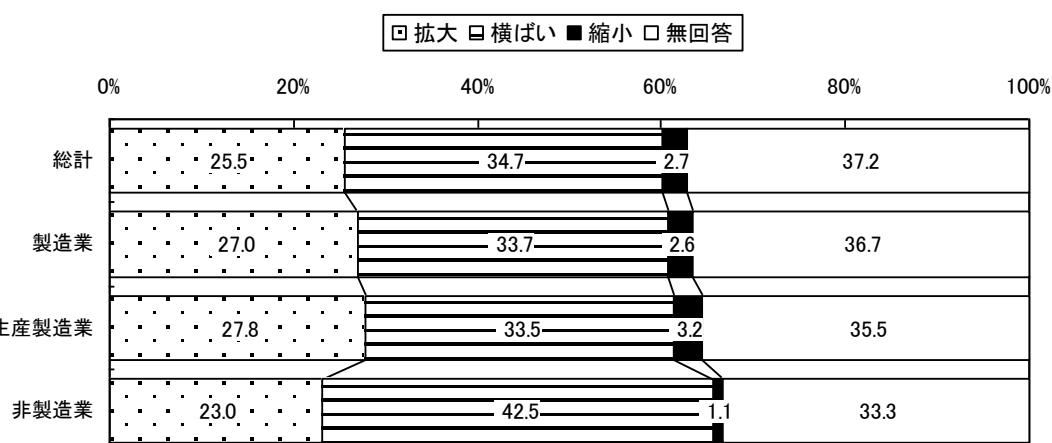
| | 社数 | 2007年度従業員数海外市場シェア | | | | | 平均海外シェア (%) |
|-----------------------|-----|-------------------|----------|----------|---------|------|-------------|
| | | 0~25%未満 | 25~50%未満 | 50~75%未満 | 75~100% | 無回答 | |
| 総計 | 600 | 35.8 | 9.7 | 10.0 | 5.0 | 39.5 | 26.4 |
| 大企業 | 306 | 37.6 | 10.8 | 12.1 | 4.9 | 34.6 | 26.7 |
| 中小企業 | 294 | 34.0 | 8.5 | 7.8 | 5.1 | 44.6 | 26.1 |
| 製造業 | 392 | 29.3 | 11.2 | 14.3 | 5.6 | 39.5 | 32.3 |
| 海外生産製造業 | 313 | 24.0 | 13.4 | 17.3 | 6.4 | 39.0 | 37.3 |
| 商社・卸・小売 | 121 | 40.5 | 7.4 | 1.7 | 4.1 | 46.3 | 18.5 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 87 | 58.6 | 5.7 | 2.3 | 3.4 | 29.9 | 12.0 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 208 | 48.1 | 6.7 | 1.9 | 3.8 | 39.4 | 15.4 |
| 飲食料品 | 37 | 32.4 | 5.4 | 8.1 | 2.7 | 51.4 | 22.9 |
| 繊維・織物／アパレル | 24 | 20.8 | 4.2 | 20.8 | 8.3 | 45.8 | 39.6 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 13 | 15.4 | 7.7 | 13.4 | - | 61.5 | 26.2 |
| 化学 | 37 | 21.6 | 16.2 | 16.2 | 2.7 | 43.2 | 33.1 |
| 医薬品・化粧品 | 10 | 40.0 | - | 10.0 | - | 50.0 | 19.0 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 31 | 16.1 | 6.5 | 16.1 | 3.2 | 58.1 | 37.7 |
| 窯業・土石 | 14 | 42.9 | 21.4 | 7.1 | 7.1 | 21.4 | 27.8 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 33 | 45.5 | 6.1 | 9.1 | 6.1 | 33.3 | 26.6 |
| 一般機械 | 46 | 45.7 | 17.4 | 10.9 | - | 26.1 | 21.6 |
| 電気機械 | 40 | 27.5 | 17.5 | 17.5 | 2.5 | 35.0 | 32.6 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 28 | 17.9 | 7.1 | 17.9 | 35.7 | 21.4 | 59.6 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 41 | 22.0 | 9.8 | 22.0 | 4.9 | 41.5 | 36.8 |
| 精密機器 | 19 | 31.6 | 15.8 | 10.5 | 5.3 | 36.8 | 28.3 |
| その他の製造業 | 19 | 31.6 | 15.8 | 10.5 | - | 42.1 | 27.8 |
| 商社・卸売 | 111 | 40.5 | 8.1 | 1.8 | 4.5 | 45.0 | 19.4 |
| 小売 | 10 | 40.0 | - | - | - | 60.0 | 5.3 |
| 建設 | 17 | 70.6 | - | - | - | 29.4 | 2.8 |
| 運輸 | 16 | 43.8 | 18.8 | - | 12.5 | 25.0 | 26.8 |
| 金融・保険 | 16 | 56.3 | - | - | - | 43.8 | 2.7 |
| 専門サービス | 10 | 50.0 | 10.0 | - | - | 40.0 | 8.0 |
| 電気・ガス・水道 | 2 | 100.0 | - | - | - | - | 3.5 |
| 情報通信サービス | 6 | 83.3 | - | - | 16.7 | - | 15.2 |
| その他の非製造業 | 20 | 55.0 | 5.0 | 10.0 | - | 30.0 | 14.6 |

[注]今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

[注2]平均海外シェアとは、従業員数に占める海外市場従業員数が30%以上を占める企業の割合。

今後（3年程度）の海外市場での従業員数増減の見通しは、「拡大」が25.5%（153社）、「横ばい」が34.7%（208社）で、「横ばい」が「拡大」を9%ポイント以上上回っている。業種別にみると、「医療品・化粧品」、「電気機械」において、4割の企業が拡大すると回答しており拡大志向が強い。

図表 II - 19 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 II - 20 を参照

図表 II - 20 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)

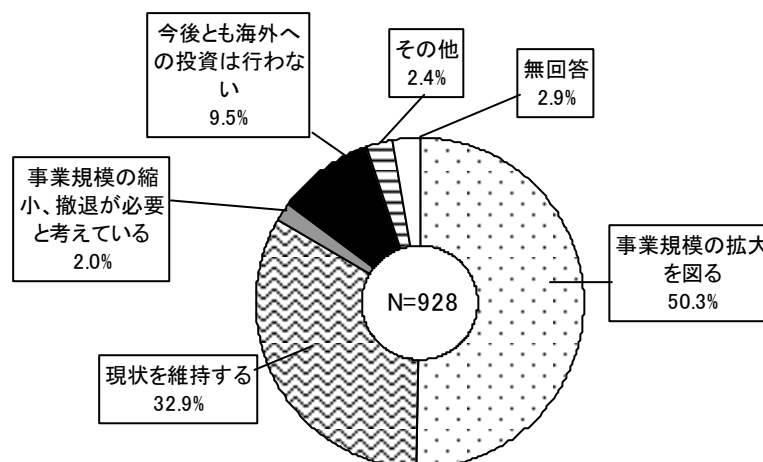
| | 社数 | 拡大 | 横ばい | 縮小 | 無回答 |
|-----------------------|-----|------|-------|-----|------|
| 総計 | 600 | 25.5 | 34.7 | 2.7 | 37.2 |
| 大企業 | 306 | 29.1 | 37.3 | 2.0 | 31.7 |
| 中小企業 | 294 | 21.8 | 32.0 | 3.4 | 42.9 |
| 製造業 | 392 | 27.0 | 33.7 | 2.6 | 36.7 |
| 海外生産製造業 | 313 | 27.8 | 33.5 | 3.2 | 35.5 |
| 商社・卸・小売 | 121 | 22.3 | 32.2 | 4.1 | 41.3 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 87 | 23.0 | 42.5 | 1.1 | 33.3 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 208 | 22.6 | 36.5 | 2.9 | 38.0 |
| 飲食料品 | 37 | 32.4 | 24.3 | - | 43.2 |
| 繊維・織物／アパレル | 24 | 16.7 | 33.3 | - | 50.0 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 13 | 23.1 | 7.7 | 7.7 | 61.5 |
| 化学 | 37 | 35.1 | 24.3 | 2.7 | 37.8 |
| 医療品・化粧品 | 10 | 40.0 | 10.0 | - | 50.0 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 31 | 12.9 | 29.0 | 6.5 | 51.6 |
| 窯業・土石 | 14 | 14.3 | 35.7 | - | 50.0 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 33 | 24.2 | 39.4 | 3.0 | 33.3 |
| 一般機械 | 46 | 30.4 | 45.7 | 2.2 | 21.7 |
| 電気機械 | 40 | 40.0 | 25.0 | - | 35.0 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 28 | 17.9 | 50.0 | 7.1 | 25.0 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 41 | 24.4 | 41.5 | 4.9 | 29.3 |
| 精密機器 | 19 | 26.3 | 42.1 | - | 31.6 |
| その他の製造業 | 19 | 31.6 | 36.8 | - | 31.6 |
| 商社・卸売 | 11 | 22.5 | 32.4 | 4.5 | 40.5 |
| 小売 | 10 | 20.0 | 30.0 | - | 50.0 |
| 建設 | 17 | 29.4 | 47.1 | - | 23.5 |
| 運輸 | 16 | 31.3 | 37.5 | 6.3 | 25.0 |
| 金融・保険 | 16 | 18.8 | 31.3 | - | 50.0 |
| 専門サービス | 10 | 30.0 | 30.0 | - | 40.0 |
| 電気・ガス・水道 | 6 | - | 100.0 | - | - |
| 情報通信サービス | 2 | - | 50.0 | - | 16.7 |
| その他の非製造業 | 20 | 10.0 | 50.0 | - | 40.0 |

〔注〕今年度、「事業展開に占める海外市場の割合とその見通し」の設問は、海外拠点のある企業のみ回答。

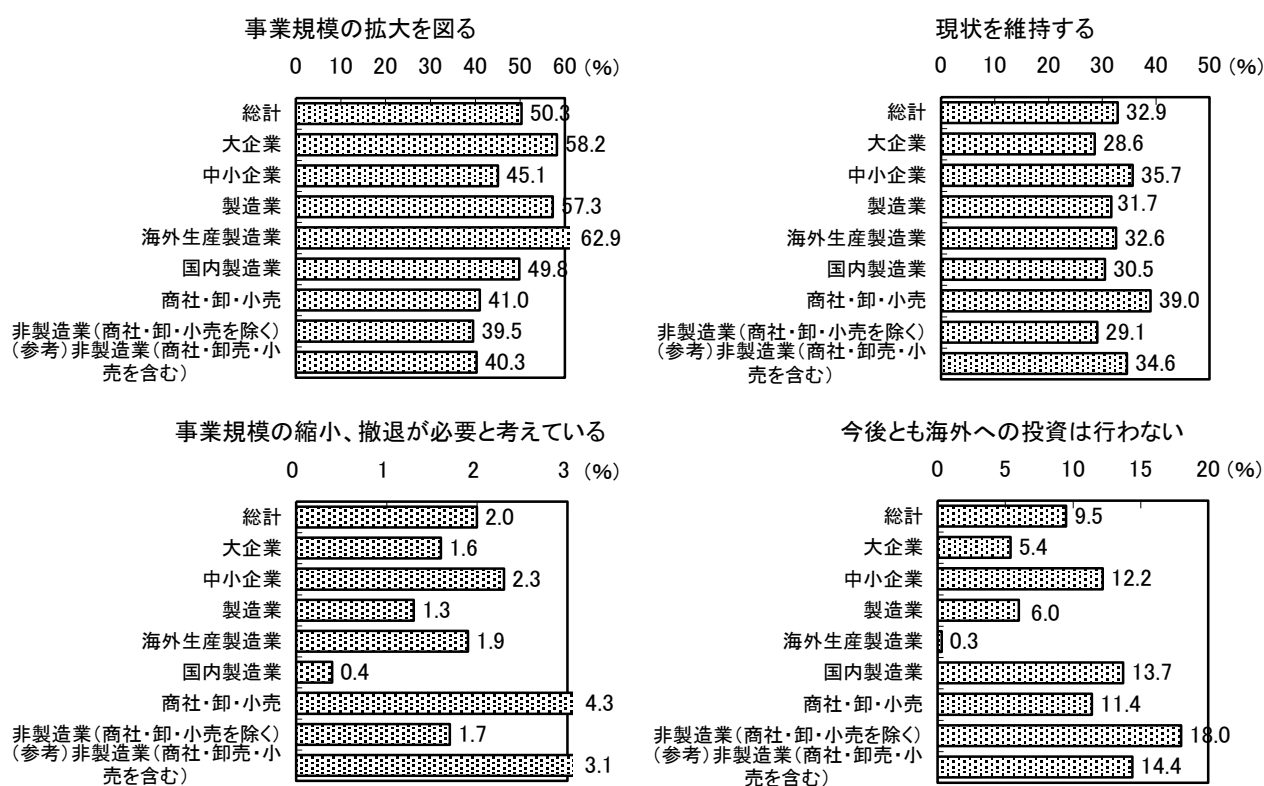
2. 海外での今後の事業展開

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928社のうち、50.3%（467社）の企業が「事業規模の拡大を図る」と回答している。

図表 II -21 海外での今後(3年程度)の事業展開(全体)



図表 II -22 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 II -23 を参照

規模別にみると、「事業規模の拡大を図る」は「大企業」(58.2%)が「中小企業」(45.1%)より13.1%ポイント高く、「現状を維持する」は「中小企業」(35.7%)が「大企業」(28.6%)より7.1%ポイント高い。大企業の方が中小企業に比べ海外事業展開に積極的であることが窺える。

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62.9%(197社)、「国内製造業」が49.8%(116社)、「非製造業(商社・卸売・小売を含む)」が40.3%(154社)となっている。

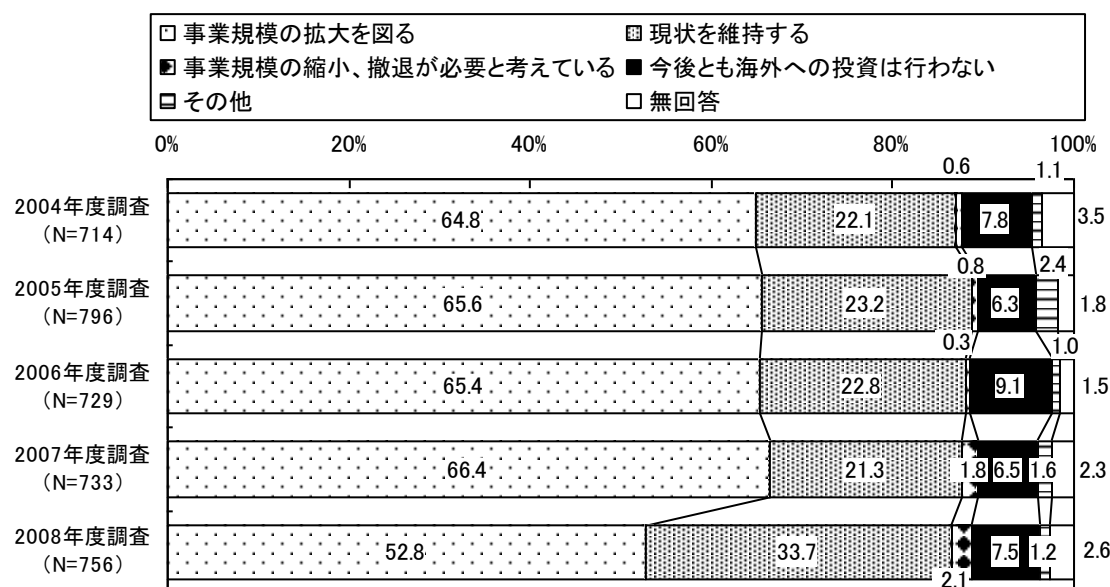
業種別にみると、「化学」、「医薬品・化粧品」、「情報通信サービス」で、「事業規模の拡大を図る」割合が高く、海外での事業拡大意欲が強いことが窺える。

図表Ⅱ-23 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 | 無回答 |
|-----------------------|-----|------------|---------|---------------------|-----------------|------|-----|
| 総計 | 928 | 50.3 | 32.9 | 2.0 | 9.5 | 2.4 | 2.9 |
| 大企業 | 371 | 58.2 | 28.6 | 1.6 | 5.4 | 3.8 | 2.4 |
| 中小企業 | 557 | 45.1 | 35.7 | 2.3 | 12.2 | 1.4 | 3.2 |
| 製造業 | 546 | 57.3 | 31.7 | 1.3 | 6.0 | 0.9 | 2.7 |
| 海外生産製造業 | 313 | 62.9 | 32.6 | 1.9 | 0.3 | 1.3 | 1.0 |
| 国内製造業 | 233 | 49.8 | 30.5 | 0.4 | 13.7 | 0.4 | 5.2 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 41.0 | 39.0 | 4.3 | 11.4 | 1.9 | 2.4 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 39.5 | 29.1 | 1.7 | 18.0 | 7.6 | 4.1 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 382 | 40.3 | 34.6 | 3.1 | 14.4 | 4.5 | 3.1 |
| 飲食品 | 56 | 55.4 | 25.0 | 1.8 | 10.7 | - | 7.1 |
| 繊維・織物/アパレル | 33 | 33.3 | 45.5 | 6.1 | 6.1 | 3.0 | 6.1 |
| 木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ | 19 | 63.2 | 26.3 | 5.3 | - | - | 5.3 |
| 化学 | 46 | 73.9 | 19.6 | - | 4.3 | 2.2 | - |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 84.6 | - | - | 7.7 | - | 7.7 |
| 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 39 | 53.8 | 30.8 | 2.6 | 5.1 | 2.6 | 5.1 |
| 窯業・土石 | 18 | 44.4 | 55.6 | - | - | - | - |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 50 | 50.0 | 32.0 | 4.0 | 10.0 | 2.0 | 2.0 |
| 一般機械 | 70 | 55.7 | 34.3 | - | 8.6 | - | 1.4 |
| 電気機械 | 53 | 58.5 | 34.0 | - | 7.5 | - | - |
| 情報通信機械器具/電子部品・デバイス | 36 | 50.0 | 38.9 | - | 5.6 | - | 5.6 |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 55 | 65.5 | 29.1 | - | 3.6 | 1.8 | - |
| 精密機器 | 21 | 57.1 | 38.1 | - | 4.8 | - | - |
| その他の製造業 | 37 | 64.9 | 32.4 | - | - | - | 2.7 |
| 商社・卸売 | 193 | 39.9 | 40.9 | 4.1 | 10.4 | 2.1 | 2.6 |
| 小売 | 17 | 52.9 | 17.6 | 5.9 | 23.5 | - | - |
| 建設 | 24 | 50.0 | 37.5 | - | 8.3 | 4.2 | - |
| 運輸 | 22 | 50.0 | 18.2 | 4.5 | 18.2 | 9.1 | - |
| 金融・保険 | 41 | 7.3 | 39.0 | 2.4 | 34.1 | 7.3 | 9.8 |
| 専門サービス | 21 | 38.1 | 33.3 | - | 14.3 | 4.8 | 9.5 |
| 電気・ガス・水道 | 5 | 20.0 | 20.0 | - | 40.0 | 20.0 | - |
| 情報通信サービス | 11 | 72.7 | 9.1 | 9.1 | - | 9.1 | - |
| その他の非製造業 | 48 | 52.1 | 25.0 | - | 12.5 | 8.3 | 2.1 |

2004年度調査からの推移をみると、今年度、極端に「事業規模の拡大を図る」と回答する企業が減少している。ただし、「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」と回答する企業が増えている訳ではなく、「現状を維持する」と回答した企業が増えたことによるものである。

図表 II -24 海外での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)

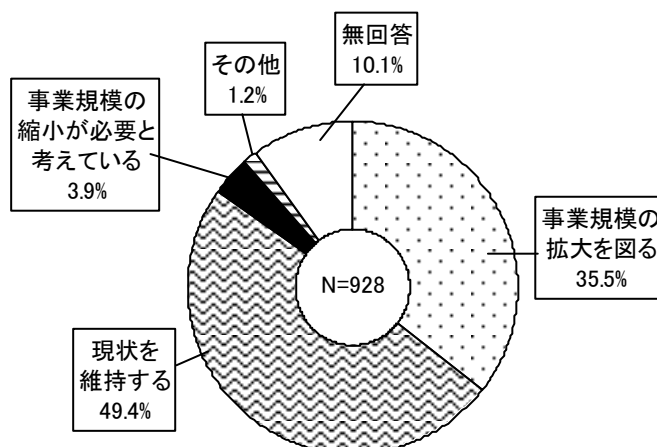


[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。また、単年の分析は全回答企業 928 社からの回答で集計しているため、前2ページのグラフの「総計」の値と本ページの「2008 年度」のグラフの値が異なっている。

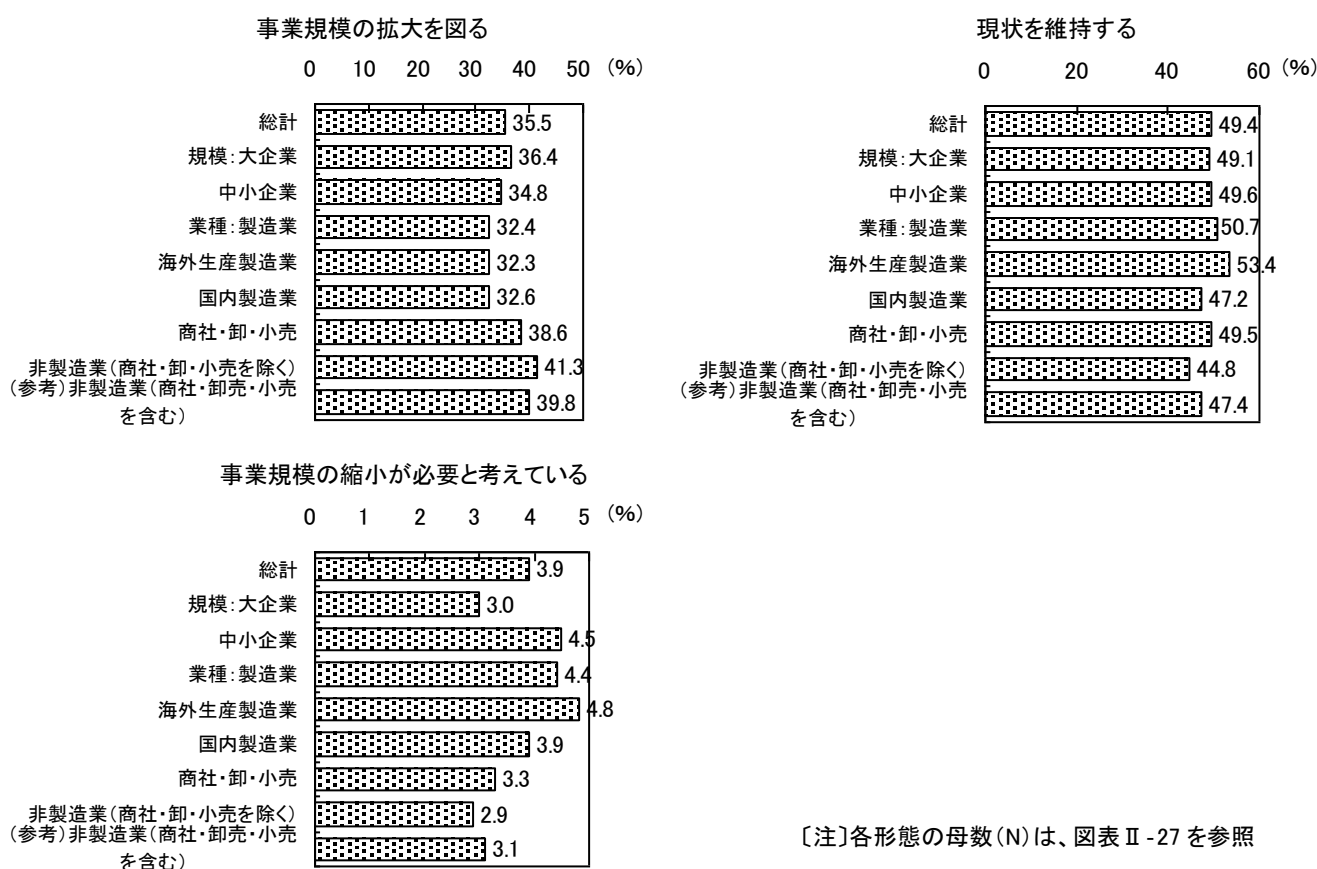
3. 日本国内での今後の事業展開

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 928 社のうち、「現状を維持する」企業が 49.4%（458 社）と半数近くにのぼり最も多い。次いで「事業規模の拡大を図る」が 35.5%（329 社）となっている。

図表 II -25 国内での今後(3年程度)の事業展開(全体)



図表 II -26 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 II -27 を参照

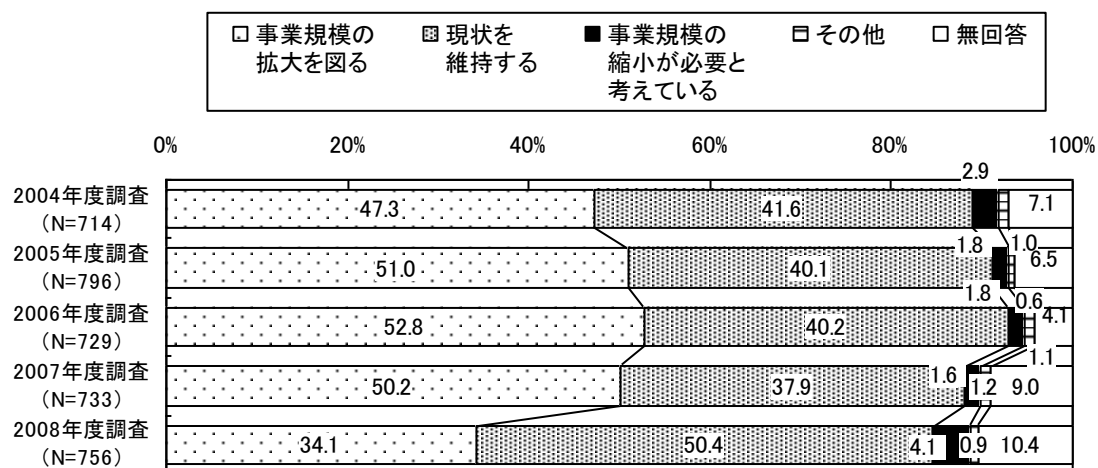
業種別にみると、「小売」、「専門サービス」、「情報通信サービス」で、「事業規模の拡大を図る」と回答する企業の割合が高い。これに対し、「繊維・織物／アパレル」、「窯業・土石」、「鉄鋼／非鉄金属／金属製品」、「一般機械」、「自動車／自動車部品／その他輸送機器」、「運輸」では、「現状を維持する」が「事業規模の拡大を図る」を30%ポイント以上上回っている。

図表Ⅱ-27 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 | 無回答 |
|-----------------------|-----|------------|---------|------------------|-----|------|
| 総計 | 928 | 35.5 | 49.4 | 3.9 | 1.2 | 10.1 |
| 大企業 | 371 | 36.4 | 49.1 | 3.0 | 1.6 | 10.0 |
| 中小企業 | 557 | 34.8 | 49.6 | 4.5 | 0.9 | 10.2 |
| 製造業 | 546 | 32.4 | 50.7 | 4.4 | 0.7 | 11.7 |
| 海外生産製造業 | 313 | 32.3 | 53.4 | 4.8 | 1.0 | 8.6 |
| 国内製造業 | 233 | 32.6 | 47.2 | 3.9 | 0.4 | 15.9 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 38.6 | 49.5 | 3.3 | 1.4 | 7.1 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 41.3 | 44.8 | 2.9 | 2.3 | 8.7 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 382 | 39.8 | 47.4 | 3.1 | 1.8 | 7.9 |
| 飲食料品 | 56 | 41.1 | 42.9 | 1.8 | - | 14.3 |
| 繊維・織物／アパレル | 33 | 21.2 | 60.6 | 9.1 | - | 9.1 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 19 | 36.8 | 47.4 | 5.3 | - | 10.5 |
| 化学 | 46 | 45.7 | 37.0 | 2.2 | 2.2 | 13.0 |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 46.2 | 15.4 | - | - | 38.5 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 39 | 25.6 | 53.8 | 7.7 | 2.6 | 10.3 |
| 窯業・土石 | 18 | 27.8 | 61.1 | 5.6 | - | 5.6 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 50 | 26.0 | 58.0 | 6.0 | 2.0 | 8.0 |
| 一般機械 | 70 | 27.1 | 61.4 | 4.3 | - | 7.1 |
| 電気機械 | 53 | 43.4 | 45.3 | 3.8 | - | 7.5 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 36 | 27.8 | 55.6 | - | - | 16.7 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 55 | 23.6 | 58.2 | 7.3 | - | 10.9 |
| 精密機器 | 21 | 28.6 | 52.4 | - | 4.8 | 14.3 |
| その他の製造業 | 37 | 37.8 | 37.8 | 5.4 | - | 18.9 |
| 商社・卸売 | 193 | 36.8 | 51.8 | 2.6 | 1.8 | 7.3 |
| 小売 | 17 | 58.8 | 23.5 | 11.8 | - | 5.9 |
| 建設 | 24 | 33.3 | 54.2 | 4.2 | - | 8.3 |
| 運輸 | 22 | 27.3 | 59.1 | 4.5 | 4.5 | 4.5 |
| 金融・保険 | 41 | 31.7 | 53.7 | - | 4.9 | 9.8 |
| 専門サービス | 21 | 57.1 | 33.3 | - | - | 9.5 |
| 電気・ガス・水道 | 5 | 40.0 | 40.0 | - | - | 20.0 |
| 情報通信サービス | 11 | 54.5 | 45.5 | - | - | - |
| その他の非製造業 | 48 | 50.0 | 31.3 | 6.3 | 2.1 | 10.4 |

2004年度調査からの推移をみると今年度は大幅な変化があったことが分かる。具体的には「事業規模の拡大を図る」企業が16.1%ポイント減少し、「現状を維持する」企業が12.5%ポイント増加したことである。

図表Ⅱ-28 国内での今後(3年程度)の事業展開(時系列比較)

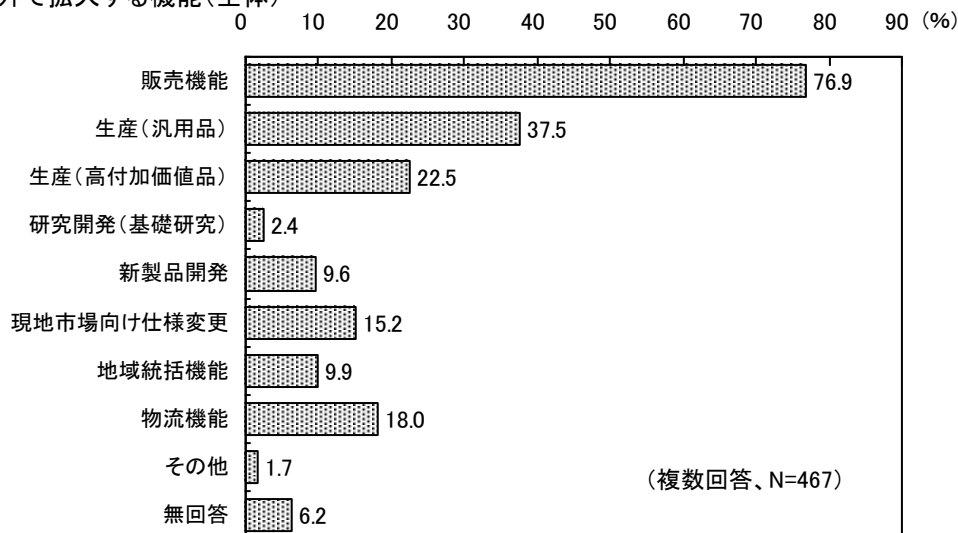


[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

4. 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 467 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 76.9% (359 社) で最も比率が高く、次いで「生産 (汎用品)」が 37.5% (175 社) となっている。

図表 II - 29 海外で拡大する機能(全体)



図表 II - 30 海外で拡大する機能(企業属性別)

(複数回答、%)

| 企業属性 | 社数 | 販売機能 | 生産 | | | 研究開発(基礎研究) | | 研究開発(新製品開発) | | | 地域統括機能 | 物流機能 | その他 |
|-----------------------|-----|------|------------|------|--------|------------|-------|-------------|-------|------------|--------|------|-------|
| | | | 汎用品、高付加価値品 | 汎用品 | 高付加価値品 | 基礎研究 | 新製品開発 | 現地市場向け仕様変更 | 新製品開発 | 現地市場向け仕様変更 | | | |
| 総計 | 467 | 76.9 | 49.7 | 37.5 | 22.5 | 20.8 | 2.4 | 19.9 | 9.6 | 15.2 | 9.9 | 18.0 | 1.7 |
| 大企業 | 216 | 75.5 | 62.5 | 44.9 | 25.5 | 26.9 | 1.9 | 26.0 | 9.3 | 18.5 | 12.0 | 22.7 | 2.3 |
| 中小企業 | 251 | 78.1 | 45.0 | 31.1 | 19.9 | 26.0 | 2.8 | 25.2 | 10.0 | 12.4 | 8.0 | 13.9 | 1.2 |
| 製造業 | 313 | 76.4 | 56.9 | 47.9 | 25.9 | 27.9 | 3.2 | 26.9 | 11.8 | 18.5 | 11.5 | 17.9 | 0.3 |
| 海外生産製造業 | 197 | 71.1 | 76.1 | 60.4 | 34.0 | 27.4 | 3.6 | 26.4 | 12.7 | 22.3 | 15.2 | 22.3 | 0.5 |
| 国内製造業 | 116 | 85.3 | 32.8 | 26.7 | 12.1 | 18.1 | 2.6 | 17.2 | 10.3 | 12.1 | 5.2 | 10.3 | - |
| 商社・卸・小売 | 86 | 81.4 | 31.6 | 18.6 | 14.0 | 18.4 | 1.2 | 18.4 | 7.0 | 5.8 | 5.8 | 16.3 | 1.2 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 68 | 73.5 | 41.2 | 13.2 | 17.6 | 47.1 | - | 47.1 | 2.9 | 11.8 | 7.4 | 20.6 | 8.8 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 154 | 77.9 | 100.0 | 16.2 | 15.6 | 66.7 | 0.6 | 66.7 | 5.2 | 8.4 | 6.5 | 18.2 | 4.5 |
| 飲料食品 | 31 | 96.8 | 83.3 | 32.3 | 22.6 | 33.3 | 3.2 | 33.3 | 32.3 | 29.0 | 9.7 | 19.4 | - |
| 繊維・織物/アパレル | 11 | 81.8 | 85.0 | 54.5 | 54.5 | 35.0 | 18.2 | 35.0 | 27.3 | 27.3 | 9.1 | 27.3 | - |
| 木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ | 12 | 83.3 | 50.0 | 58.3 | 33.3 | 33.3 | 8.3 | 33.3 | 25.0 | 16.7 | 16.7 | 16.7 | - |
| 化学 | 34 | 70.6 | 57.1 | 55.9 | 52.9 | - | - | - | 11.8 | 23.5 | 23.5 | 20.6 | 2.9 |
| 医薬品/化粧品 | 11 | 81.8 | 75.0 | 36.4 | 18.2 | 25.0 | - | 25.0 | 18.2 | 9.1 | 27.3 | 27.3 | - |
| 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 21 | 85.7 | 66.7 | 42.9 | 28.6 | 8.3 | 4.8 | 8.3 | - | - | 4.8 | 33.3 | - |
| 窯業/土石 | 3 | 62.5 | 61.5 | 62.5 | 25.0 | 38.5 | - | 30.8 | - | 12.5 | - | - | - |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 25 | 64.0 | 77.8 | 52.0 | 8.0 | 33.3 | 4.0 | 33.3 | - | 4.0 | 4.0 | 16.0 | - |
| 一般機械 | 39 | 74.4 | 71.4 | 43.6 | 17.9 | 57.1 | 5.1 | 57.1 | 5.1 | 15.4 | 7.7 | 7.7 | - |
| 電気機械 | 31 | 90.3 | 61.5 | 61.3 | 19.4 | 15.4 | 3.2 | 15.4 | 12.9 | 25.8 | 16.1 | 22.6 | - |
| 情報通信機械器具/電子部品/デバイス | 18 | 66.7 | 50.0 | 55.6 | 27.8 | 33.3 | 5.6 | 33.3 | 27.8 | 38.9 | 16.7 | 27.8 | - |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 36 | 52.8 | 38.5 | 47.2 | 25.0 | 30.8 | - | 30.8 | 5.6 | 11.1 | 5.6 | - | - |
| 精密機器 | 12 | 75.0 | 30.4 | 39.3 | 25.0 | 17.4 | - | 15.2 | - | 25.0 | 8.3 | 25.0 | - |
| その他の製造業 | 24 | 87.5 | 83.3 | 41.7 | 16.7 | 16.7 | - | 16.7 | 8.3 | 20.8 | 12.5 | 25.0 | - |
| 商社・卸売 | 77 | 83.1 | - | 16.9 | 11.7 | 40.0 | 1.3 | 40.0 | 6.5 | 6.5 | 6.5 | 15.6 | 1.3 |
| 小売 | 9 | 66.7 | - | 33.3 | 33.3 | - | - | - | 11.1 | - | - | 22.2 | - |
| 建設 | 12 | 58.3 | - | - | 25.0 | - | - | 8.3 | 16.7 | - | - | 16.7 | 8.3 |
| 運輸 | 11 | 72.7 | 62.5 | - | - | 25.0 | - | 25.0 | - | - | - | 72.7 | - |
| 金融・保険 | 3 | 33.3 | - | - | - | - | - | - | - | - | 33.3 | 33.3 | 66.7 |
| 専門サービス | 8 | 75.0 | - | 12.5 | 50.0 | 16.7 | - | 16.7 | - | 25.0 | - | 12.5 | - |
| 電気/ガス/水道 | 1 | - | 46.7 | - | - | 13.3 | - | 13.3 | - | - | - | - | 100.0 |
| 情報通信サービス | 8 | 75.0 | - | - | - | - | - | - | 12.5 | 25.0 | 25.0 | - | 12.5 |
| その他の非製造業 | 25 | 88.0 | - | 32.0 | 20.0 | - | - | - | - | 8.0 | 8.0 | 8.0 | 4.0 |

すべての業種において比率の高い「販売機能」を除く機能を業種別にみると、「生産（汎用品）」は「窯業・土石」（62.5%、5社）、「電気機械」（61.3%、19社）が高く、「生産（高付加価値品）」では、「繊維・織物／アパレル」（54.5%、6社）、「化学」（52.9%、18社）が高い。

また、今後、海外で事業を拡大すると回答した企業467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の割合が高い。中国以外では、「販売機能」で米国、インド、タイ、西欧、ロシア・CIS、ベトナム、韓国、台湾の順に2桁以上の割合となっており、「生産（汎用品／高付加価値品）」ではタイが2桁以上の割合となっている。

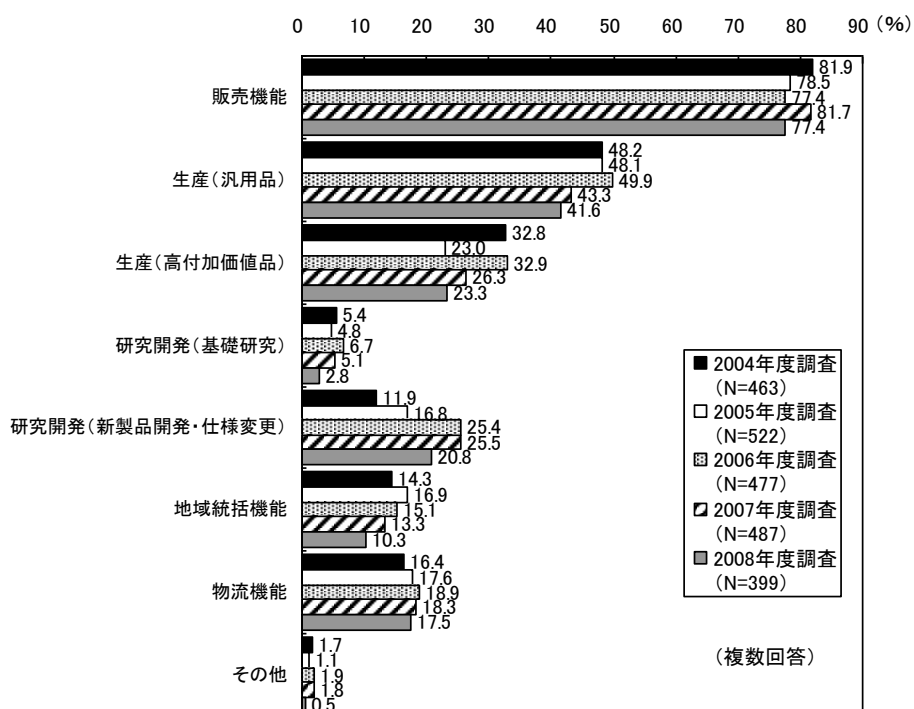
図表Ⅱ-31 海外で拡大する機能・地域

(複数回答、%)

| | 販売機能 | 生産（汎用品／高付加価値品） | | 研究開発（基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更） | | | | 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 |
|---------|------|----------------|------------|-----------------------------|------------------------|-------------|------------------|------------------------|-----|-----|--------|------|-----|
| | | 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） | | | | | | |
| 中国 | 49.7 | 31.5 | 24.8 | 12.6 | 11.3 | 1.3 | 10.9 | 4.5 | 8.8 | 3.9 | 8.6 | 0.6 | |
| 香港 | 6.2 | 1.7 | 0.9 | 1.3 | 0.9 | - | 0.9 | 0.6 | 0.6 | 1.1 | 2.8 | - | |
| 台湾 | 10.3 | 2.8 | 1.9 | 0.9 | 1.1 | - | 1.1 | 0.4 | 0.9 | 0.6 | 1.1 | - | |
| 韓国 | 10.9 | 3.4 | 2.1 | 1.9 | 1.9 | - | 1.9 | 1.5 | 0.9 | 0.4 | 0.9 | - | |
| シンガポール | 8.1 | 1.3 | 0.6 | 0.9 | 0.6 | - | 0.6 | 0.2 | 0.4 | 1.9 | 1.5 | - | |
| タイ | 18.8 | 12.4 | 9.2 | 5.6 | 4.7 | - | 4.7 | 1.7 | 3.9 | 1.5 | 2.1 | 0.9 | |
| マレーシア | 7.1 | 4.3 | 2.8 | 2.1 | 1.3 | - | 1.3 | 0.9 | 0.6 | 0.2 | 1.5 | 0.6 | |
| インドネシア | 6.0 | 3.4 | 3.0 | 1.1 | 0.2 | - | 0.2 | 0.2 | 0.2 | - | 0.6 | 0.4 | |
| フィリピン | 0.6 | 0.6 | 0.4 | 0.4 | - | - | - | - | - | 0.2 | 0.2 | 0.6 | |
| ベトナム | 12.0 | 9.6 | 7.1 | 3.2 | 1.5 | - | 1.5 | 0.6 | 1.1 | 0.2 | 1.3 | 0.4 | |
| インド | 19.3 | 5.6 | 3.9 | 2.4 | 1.9 | - | 1.9 | 0.9 | 1.3 | 1.1 | 1.5 | 0.6 | |
| 米国 | 20.3 | 6.9 | 3.9 | 4.3 | 5.1 | 0.6 | 5.1 | 2.8 | 3.4 | 3.2 | 3.0 | - | |
| カナダ | 1.9 | 0.6 | 0.4 | - | - | - | - | - | - | 0.2 | - | - | |
| メキシコ | 2.1 | 1.7 | 0.6 | 1.3 | 0.4 | - | 0.4 | - | 0.4 | - | 0.4 | 0.2 | |
| ブラジル | 7.5 | 1.7 | 1.1 | 0.9 | 0.9 | - | 0.9 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 0.2 | 0.2 | |
| 西欧 | 17.8 | 4.7 | 1.7 | 4.1 | 4.3 | 0.9 | 4.1 | 2.1 | 2.6 | 3.4 | 3.6 | - | |
| 中・東欧 | 7.9 | 2.8 | 2.1 | 1.3 | 0.6 | 0.2 | 0.6 | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 1.9 | - | |
| ロシア・CIS | 12.8 | 1.5 | 0.9 | 0.9 | 0.4 | - | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.2 | 1.3 | - | |
| 中東 | 8.4 | 1.5 | 0.9 | 0.6 | 0.6 | 0.2 | 0.6 | 0.2 | 0.4 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | |
| その他 | 3.6 | 0.9 | 0.9 | - | 0.4 | - | 0.4 | 0.2 | - | - | 0.4 | 0.4 | |

[注] 今後海外で事業を拡大すると回答した企業467社が母数(N)。

図表 II -32 海外で拡大する機能(時系列比較)



[注 1]「研究開発(新製品開発・仕様変更)」の 2008・2007・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)」。

[注 2]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

国・地域別に2007年度調査と比較すると、いずれの機能においても、ほとんどの国・地域において減少となっている。数少ない2.0%ポイント以上増加している機能と国・地域は、「販売機能」で、ブラジル(2.4%ポイント)、ロシア・CIS(2.0%ポイント)であった。

図表 II - 33 海外で拡大する機能と国・地域(2007年度からの増減)

(複数回答、%ポイント)

| | 販売機能 | 生産(汎用品・高付加価値品) | | | | 研究開発(基礎研究・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 |
|---------|-------|----------------|------------|------------|------------------------|-----------------------------|-------------|------------------|-------|--------|-------|-------|
| | | 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(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) | | | | |
| 中国 | △ 7.7 | △ 4.6 | △ 2.6 | △ 3.7 | △ 4.0 | △ 1.8 | △ 4.1 | △ 2.4 | △ 2.9 | △ 2.6 | △ 0.1 | △ 0.3 |
| 香港 | △ 3.0 | △ 0.5 | 0.0 | △ 0.1 | △ 0.6 | △ 0.4 | △ 0.2 | △ 0.5 | △ 0.5 | 0.1 | 0.7 | 0.0 |
| 台湾 | △ 2.8 | 0.0 | 0.5 | △ 0.6 | △ 0.8 | △ 0.2 | △ 0.5 | △ 0.3 | △ 0.6 | 0.4 | 0.4 | △ 0.2 |
| 韓国 | △ 4.1 | 0.7 | 0.7 | 0.5 | △ 1.1 | △ 0.6 | △ 0.9 | 0.1 | △ 1.1 | △ 0.3 | 0.2 | 0.0 |
| シンガポール | △ 0.2 | △ 0.4 | △ 0.2 | △ 0.1 | △ 0.8 | △ 0.4 | △ 0.6 | △ 0.3 | △ 0.7 | △ 1.1 | △ 0.8 | △ 0.0 |
| タイ | 0.9 | △ 1.5 | △ 0.8 | △ 1.6 | △ 0.3 | △ 0.6 | △ 0.1 | △ 0.1 | △ 0.5 | △ 0.5 | △ 0.3 | 0.1 |
| マレーシア | 1.7 | 1.7 | 0.3 | 1.3 | 0.7 | △ 0.6 | 1.1 | 0.6 | △ 0.1 | △ 0.1 | 0.7 | △ 0.3 |
| インドネシア | 0.7 | △ 0.6 | △ 0.5 | 0.3 | △ 1.1 | △ 0.2 | △ 0.9 | △ 0.3 | △ 0.9 | △ 0.2 | 0.2 | 0.0 |
| フィリピン | △ 0.7 | △ 0.9 | △ 0.9 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | △ 0.2 | △ 0.0 |
| ベトナム | △ 1.6 | 0.1 | △ 0.9 | 0.1 | △ 0.3 | △ 0.6 | 0.2 | 0.4 | △ 0.1 | △ 0.3 | △ 0.4 | 0.1 |
| インド | 0.1 | △ 0.7 | △ 0.9 | 0.7 | △ 0.4 | △ 0.8 | △ 0.2 | 0.2 | △ 0.3 | 0.3 | △ 1.5 | △ 0.3 |
| 米国 | △ 4.2 | △ 2.2 | △ 0.2 | △ 1.2 | △ 1.5 | △ 1.0 | △ 1.3 | △ 0.5 | △ 1.8 | △ 0.3 | △ 0.9 | △ 0.6 |
| カナダ | △ 0.9 | △ 0.5 | △ 0.3 | △ 0.4 | △ 0.4 | △ 0.2 | △ 0.4 | △ 0.2 | △ 0.4 | 0.3 | △ 0.2 | △ 0.0 |
| メキシコ | 1.1 | 0.6 | △ 0.2 | 0.9 | 0.3 | 0.0 | 0.3 | △ 0.2 | 0.5 | △ 0.2 | 0.1 | 0.0 |
| ブラジル | 2.3 | △ 0.3 | △ 0.3 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | 0.4 | 0.2 | 0.4 | 0.1 | 0.3 |
| 西欧 | 1.8 | △ 0.7 | △ 0.7 | 0.1 | △ 2.5 | △ 0.6 | △ 2.4 | △ 1.8 | △ 1.6 | △ 2.0 | △ 0.5 | △ 0.4 |
| 中・東欧 | △ 0.5 | △ 0.4 | 0.2 | △ 1.4 | 0.4 | 0.3 | 0.4 | 0.3 | 0.3 | 0.1 | 1.1 | △ 0.2 |
| ロシア・CIS | 2.0 | △ 0.3 | △ 0.2 | △ 0.2 | △ 0.3 | △ 0.2 | △ 0.3 | 0.1 | △ 0.3 | △ 0.3 | △ 0.1 | 0.0 |
| 中東 | | | | | | | | | | | | |
| その他 | △ 2.0 | △ 0.8 | 0.2 | △ 1.0 | △ 0.7 | △ 0.2 | △ 0.5 | △ 0.5 | △ 0.6 | △ 0.6 | 0.1 | 0.1 |

[注 1]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

[注 2]%ポイントは2007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)。

2008年度調査の(N)は399、2007年度の(N)は487。

[注 3]前年度は「中東」の選択肢がなかったため、上記表の「中東」欄が全て空白になっている。

図表 II - 34 海外で拡大する機能別国・地域ランキング(全業種)

(複数回答、%)

| 順位 | 販売機能 | | 順位 | 生産(汎用品・高付加価値品) | | 順位 | 生産(汎用品) | | 順位 | 生産(高付加価値品) | | 順位 | 研究開発(基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更) | | 順位 | 研究開発(基礎研究) | |
|----|---------|--------|----|----------------|--------|----|---------|--------|----|------------|--------|----|-----------------------------|--------|----|------------|-----|
| | 08年度実績 | 08年度実績 | | 08年度実績 | 08年度実績 | | 08年度実績 | 08年度実績 | | 08年度実績 | 08年度実績 | | 08年度実績 | 08年度実績 | | | |
| 1 | 中国 | 49.7 | 1 | 中国 | 31.5 | 1 | 中国 | 24.8 | 1 | 中国 | 12.6 | 1 | 中国 | 11.3 | 1 | 中国 | 1.3 |
| 2 | 米国 | 20.3 | 2 | タイ | 12.4 | 2 | タイ | 9.2 | 2 | タイ | 5.6 | 2 | 米国 | 5.1 | 2 | 西欧 | 0.9 |
| 3 | インド | 19.3 | 3 | ベトナム | 9.6 | 3 | ベトナム | 7.1 | 3 | 米国 | 4.3 | 3 | タイ | 4.7 | 3 | 米国 | 0.6 |
| 4 | タイ | 18.8 | 4 | 米国 | 6.9 | 4 | インド | 3.9 | 4 | 西欧 | 4.1 | 4 | 西欧 | 4.3 | 4 | 中・東欧 | 0.2 |
| 5 | 西欧 | 17.8 | 5 | インド | 5.6 | 4 | 米国 | 3.9 | 5 | ベトナム | 3.2 | 5 | 韓国 | 1.9 | 4 | 中東 | 0.2 |
| 6 | ロシア・CIS | 12.6 | 6 | 西欧 | 4.7 | 6 | インドネシア | 3.0 | 6 | インド | 2.4 | 5 | インド | 1.9 | 6 | 香港 | 0.0 |
| 7 | ベトナム | 12.0 | 7 | マレーシア | 4.3 | 7 | マレーシア | 2.8 | 7 | マレーシア | 2.1 | 7 | ベトナム | 1.5 | 6 | 台湾 | 0.0 |
| 8 | 韓国 | 10.9 | 8 | 韓国 | 3.4 | 8 | 韓国 | 2.1 | 8 | 韓国 | 1.9 | 8 | マレーシア | 1.3 | 6 | 韓国 | 0.0 |
| 9 | 台湾 | 10.3 | 8 | インドネシア | 3.4 | 8 | 中・東欧 | 2.1 | 9 | 香港 | 1.3 | 9 | 台湾 | 1.1 | 6 | シンガポール | 0.0 |
| 10 | 中東 | 8.4 | 10 | 台湾 | 2.8 | 10 | 台湾 | 1.9 | 9 | メキシコ | 1.3 | 10 | 香港 | 0.9 | 6 | タイ | 0.0 |
| 11 | シンガポール | 8.1 | 10 | 中・東欧 | 2.8 | 11 | 西欧 | 1.7 | 9 | 中・東欧 | 1.3 | 10 | ブラジル | 0.9 | 6 | マレーシア | 0.0 |
| 12 | 中・東欧 | 7.9 | 12 | 香港 | 1.7 | 12 | ブラジル | 1.1 | 12 | インドネシア | 1.1 | 12 | シンガポール | 0.6 | 6 | インドネシア | 0.0 |
| 13 | ブラジル | 7.5 | 12 | メキシコ | 1.7 | 13 | 香港 | 0.9 | 13 | 台湾 | 0.9 | 12 | 中・東欧 | 0.6 | 6 | ベトナム | 0.0 |
| 14 | マレーシア | 7.1 | 12 | ブラジル | 1.7 | 13 | ロシア・CIS | 0.9 | 13 | シンガポール | 0.9 | 12 | 中東 | 0.6 | 6 | ベトナム | 0.0 |
| 15 | 香港 | 6.2 | 15 | ロシア・CIS | 1.5 | 13 | 中東 | 0.9 | 13 | ブラジル | 0.9 | 15 | メキシコ | 0.4 | 6 | インド | 0.0 |
| 16 | インドネシア | 6.0 | 15 | 中東 | 1.5 | 16 | シンガポール | 0.6 | 13 | ロシア・CIS | 0.9 | 15 | ロシア・CIS | 0.4 | 6 | カナダ | 0.0 |
| 17 | メキシコ | 2.1 | 17 | シンガポール | 1.3 | 16 | メキシコ | 0.6 | 17 | 中東 | 0.6 | 17 | インドネシア | 0.2 | 6 | メキシコ | 0.0 |
| 18 | カナダ | 1.9 | 18 | フィリピン | 0.6 | 18 | フィリピン | 0.4 | 18 | フィリピン | 0.4 | 18 | フィリピン | 0.0 | 6 | ブラジル | 0.0 |
| 19 | フィリピン | 0.6 | 18 | カナダ | 0.6 | 18 | カナダ | 0.4 | 19 | カナダ | 0.0 | 18 | カナダ | 0.0 | 6 | ロシア・CIS | 0.0 |

| 順位 | 研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更) | | 順位 | 研究開発(新製品開発) | | 順位 | 研究開発(現地市場向け仕様変更) | | 順位 | 地域統括機能 | | 順位 | 物流機能 | |
|----|------------------------|--------|----|-------------|--------|----|------------------|--------|----|---------|--------|----|---------|-----|
| | 08年度実績 | 08年度実績 | | 08年度実績 | 08年度実績 | | 08年度実績 | 08年度実績 | | 08年度実績 | 08年度実績 | | 08年度実績 | |
| 1 | 中国 | 10.9 | 1 | 中国 | 4.5 | 1 | 中国 | 8.8 | 1 | 中国 | 3.9 | 1 | 中国 | 8.6 |
| 2 | 米国 | 5.1 | 2 | 米国 | 2.8 | 2 | タイ | 3.9 | 2 | 西欧 | 3.4 | 2 | 西欧 | 3.6 |
| 3 | タイ | 4.7 | 3 | 西欧 | 2.1 | 3 | 米国 | 3.4 | 3 | 米国 | 3.2 | 3 | 米国 | 3.0 |
| 4 | 西欧 | 4.1 | 4 | タイ | 1.7 | 4 | 西欧 | 2.6 | 4 | シンガポール | 1.9 | 4 | 香港 | 2.8 |
| 5 | 韓国 | 1.9 | 5 | 韓国 | 1.5 | 5 | インド | 1.3 | 5 | タイ | 1.5 | 5 | タイ | 2.1 |
| 6 | インド | 1.9 | 6 | マレーシア | 0.9 | 6 | ベトナム | 1.1 | 6 | 香港 | 1.1 | 6 | 中・東欧 | 1.9 |
| 7 | ベトナム | 1.5 | 6 | インド | 0.9 | 7 | 台湾 | 0.9 | 6 | インド | 1.1 | 7 | シンガポール | 1.5 |
| 8 | マレーシア | 1.3 | 8 | 香港 | 0.6 | 7 | 韓国 | 0.9 | 8 | 台湾 | 0.6 | 7 | マレーシア | 1.5 |
| 9 | 台湾 | 1.1 | 8 | ベトナム | 0.6 | 9 | 香港 | 0.6 | 8 | ブラジル | 0.6 | 7 | インド | 1.5 |
| 10 | 香港 | 0.9 | 8 | ブラジル | 0.6 | 9 | マレーシア | 0.6 | 10 | 韓国 | 0.4 | 10 | ベトナム | 1.3 |
| 11 | ブラジル | 0.9 | 11 | 台湾 | 0.4 | 9 | ブラジル | 0.6 | 10 | 中・東欧 | 0.4 | 10 | ロシア・CIS | 1.3 |
| 12 | シンガポール | 0.6 | 11 | 中・東欧 | 0.4 | 12 | シンガポール | 0.4 | 12 | マレーシア | 0.2 | 12 | 台湾 | 1.1 |
| 13 | 中・東欧 | 0.6 | 11 | ロシア・CIS | 0.4 | 12 | メキシコ | 0.4 | 12 | フィリピン | 0.2 | 13 | 韓国 | 0.9 |
| 14 | 中東 | 0.6 | 14 | シンガポール | 0.2 | 12 | 中・東欧 | 0.4 | 12 | ベトナム | 0.2 | 14 | インドネシア | 0.6 |
| 15 | メキシコ | 0.4 | 14 | インドネシア | 0.2 | 12 | ロシア・CIS | 0.4 | 12 | カナダ | 0.2 | 15 | メキシコ | 0.4 |
| 16 | ロシア・CIS | 0.4 | 14 | 中東 | 0.2 | 12 | 中東 | 0.2 | 12 | ロシア・CIS | 0.2 | 16 | フィリピン | 0.2 |
| 17 | インドネシア | 0.2 | 17 | フィリピン | 0.0 | 17 | インドネシア | 0.2 | 12 | 中東 | 0.2 | 16 | ブラジル | 0.2 |
| 18 | フィリピン | 0.0 | 17 | カナダ | 0.0 | 18 | フィリピン | 0.0 | 18 | インドネシア | 0.0 | 16 | 中東 | 0.2 |
| 19 | カナダ | 0.0 | 17 | メキシコ | 0.0 | 18 | カナダ | 0.0 | 18 | メキシコ | 0.0 | 19 | カナダ | 0.0 |

[注 1]今後海外で事業を拡大すると回答した企業、n=467。

図表 II -35 海外で拡大する機能別国・地域ランキング(前回調査との比較、製造業、商社・卸売・小売)

(複数回答、%)

| 順位 | 販売機能 | | | | 順位 | 生産(汎用品・高付加価値品) | | | | 順位 | 生産(汎用品) | | | | 順位 | 生産(高付加価値品) | | | |
|----|---------|------------|------------|---------------|----|----------------|------------|------------|---------------|----|---------|------------|------------|---------------|----|------------|------------|------------|---------------|
| | 国名 | 07年度 順位 | 08年度 実績 | 07年度か らの変化 | | 国名 | 07年度 順位 | 08年度 実績 | 07年度か らの変化 | | 国名 | 07年度 順位 | 08年度 実績 | 07年度か らの変化 | | 国名 | 07年度 順位 | 08年度 実績 | 07年度か らの変化 |
| 1 | 中国 | (1) | 50.6 | △ 7.7 | 1 | 中国 | (1) | 34.8 | △ 4.6 | 1 | 中国 | (1) | 27.8 | △ 2.6 | 1 | 中国 | (1) | 13.8 | △ 3.7 |
| 2 | 米国 | (2) | 21.1 | △ 4.2 | 2 | タイ | (2) | 13.5 | △ 1.5 | 2 | タイ | (2) | 10.5 | △ 0.8 | 2 | タイ | (2) | 5.8 | △ 1.6 |
| 3 | 西欧 | (5) | 19.5 | 1.8 | 3 | ベトナム | (3) | 9.8 | 0.1 | 3 | ベトナム | (3) | 7.5 | △ 0.9 | 3 | 米国 | (3) | 4.3 | △ 1.2 |
| 4 | インド | (3) | 19.0 | 0.1 | 4 | 米国 | (4) | 7.0 | △ 2.2 | 4 | 米国 | (5) | 4.3 | △ 0.2 | 4 | 西欧 | (4) | 4.0 | 0.1 |
| 4 | タイ | (4) | 19.0 | 0.9 | 5 | インド | (5) | 5.5 | △ 0.7 | 5 | インド | (4) | 3.8 | △ 0.9 | 5 | ベトナム | (6) | 2.8 | 0.1 |
| 6 | ロシア・CIS | (9) | 13.3 | 2.0 | 6 | 西欧 | (6) | 4.8 | △ 0.7 | 6 | インドネシア | (6) | 3.0 | △ 0.5 | 6 | インド | (7) | 2.5 | 0.7 |
| 7 | 韓国 | (6) | 11.5 | △ 4.1 | 6 | マレーシア | (11) | 4.8 | 1.7 | 6 | マレーシア | (7) | 3.0 | 0.3 | 6 | マレーシア | (11) | 2.5 | 1.3 |
| 7 | ベトナム | (8) | 11.5 | △ 1.6 | 8 | 韓国 | (9) | 4.0 | 0.7 | 8 | 中・東欧 | (9) | 2.5 | 0.2 | 8 | 韓国 | (7) | 2.3 | 0.5 |
| 9 | 台湾 | (7) | 10.8 | △ 2.8 | 9 | インドネシア | (7) | 3.5 | △ 0.6 | 8 | 韓国 | (10) | 2.5 | 0.7 | 9 | 中・東欧 | (5) | 1.5 | △ 1.4 |
| 10 | 中・東欧 | (10) | 8.5 | △ 0.5 | 10 | 中・東欧 | (8) | 3.3 | △ 0.4 | 10 | 台湾 | (10) | 2.3 | 0.5 | 9 | メキシコ | (15) | 1.5 | 0.9 |
| 10 | ブラジル | (13) | 8.5 | 2.3 | 10 | 台湾 | (9) | 3.3 | 0.0 | 11 | 西欧 | (7) | 2.0 | △ 0.7 | 11 | 香港 | (10) | 1.3 | △ 0.1 |
| 10 | 中東 | - | 8.5 | - | 12 | ブラジル | (12) | 2.0 | △ 0.3 | 12 | ブラジル | (12) | 1.3 | △ 0.3 | 11 | インドネシア | (12) | 1.3 | 0.3 |
| 13 | シンガポール | (12) | 8.0 | △ 0.2 | 12 | メキシコ | (15) | 2.0 | 0.6 | 13 | 香港 | (14) | 1.0 | 0.0 | 13 | 台湾 | (9) | 1.0 | △ 0.6 |
| 14 | マレーシア | (14) | 7.0 | 1.7 | 14 | 香港 | (12) | 1.8 | △ 0.5 | 13 | 中東 | - | 1.0 | - | 13 | ブラジル | (12) | 1.0 | 0.0 |
| 15 | 香港 | (10) | 6.0 | △ 3.0 | 15 | 中東 | - | 1.5 | - | 15 | シンガポール | (14) | 0.8 | △ 0.2 | 15 | ロシア・CIS | (12) | 0.8 | △ 0.2 |
| 16 | インドネシア | (15) | 5.8 | 0.7 | 16 | ロシア・CIS | (14) | 1.3 | △ 0.3 | 15 | メキシコ | (14) | 0.8 | △ 0.2 | 16 | シンガポール | (15) | 0.5 | △ 0.1 |
| 17 | メキシコ | (17) | 2.5 | 1.1 | 17 | シンガポール | (15) | 1.0 | △ 0.4 | 15 | ロシア・CIS | (14) | 0.8 | △ 0.2 | 16 | 中東 | - | 0.5 | - |
| 18 | カナダ | (16) | 1.8 | △ 0.9 | 18 | フィリピン | (15) | 0.5 | △ 0.9 | 18 | フィリピン | (13) | 0.3 | △ 0.9 | 18 | フィリピン | (18) | 0.3 | 0.1 |
| 19 | フィリピン | (18) | 0.5 | △ 0.7 | 18 | カナダ | (18) | 0.5 | △ 0.5 | 18 | カナダ | (18) | 0.3 | △ 0.3 | 19 | カナダ | (17) | 0.0 | △ 0.4 |

| 順位 | 研究開発(基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更) | | | | 順位 | 研究開発(基礎研究) | | | | 順位 | 研究開発(新製品開発・現地市場向け仕様変更) | | | | 順位 | 研究開発(新製品開発) | | | |
|----|-----------------------------|------------|------------|---------------|----|------------|------------|------------|---------------|----|------------------------|------------|------------|---------------|----|-------------|------------|------------|---------------|
| | 国名 | 07年度 順位 | 08年度 実績 | 07年度か らの変化 | | 国名 | 07年度 順位 | 08年度 実績 | 07年度か らの変化 | | 国名 | 07年度 順位 | 08年度 実績 | 07年度か らの変化 | | 国名 | 07年度 順位 | 08年度 実績 | 07年度か らの変化 |
| 1 | 中国 | (1) | 11.8 | △ 4.0 | 1 | 中国 | (1) | 1.5 | △ 1.8 | 1 | 中国 | (1) | 11.3 | △ 4.1 | 1 | 中国 | (1) | 5.0 | △ 2.4 |
| 2 | 米国 | (2) | 5.3 | △ 1.5 | 2 | 西欧 | (3) | 1.0 | △ 0.6 | 2 | 米国 | (2) | 5.3 | △ 1.3 | 2 | 米国 | (3) | 3.0 | △ 0.5 |
| 3 | タイ | (4) | 5.0 | △ 0.3 | 3 | 米国 | (2) | 0.8 | △ 1.0 | 3 | タイ | (4) | 5.0 | △ 0.1 | 3 | 西欧 | (2) | 2.3 | △ 1.8 |
| 4 | 西欧 | (2) | 4.3 | △ 2.5 | 4 | 中・東欧 | (15) | 0.3 | 0.3 | 4 | 西欧 | (3) | 4.0 | △ 2.4 | 4 | タイ | (4) | 2.0 | △ 0.1 |
| 5 | インド | (6) | 2.3 | △ 0.4 | 4 | 中東 | - | 0.3 | - | 5 | インド | (6) | 2.3 | △ 0.2 | 5 | 韓国 | (5) | 1.5 | 0.1 |
| 6 | 韓国 | (5) | 2.0 | △ 1.1 | 6 | インド | (4) | 0.0 | △ 0.8 | 6 | 韓国 | (5) | 2.0 | △ 0.9 | 6 | インド | (6) | 1.0 | 0.2 |
| 7 | ベトナム | (7) | 1.8 | △ 0.3 | 6 | 韓国 | (5) | 0.0 | △ 0.6 | 7 | ベトナム | (8) | 1.8 | 0.2 | 6 | マレーシア | (11) | 1.0 | 0.6 |
| 8 | マレーシア | (12) | 1.5 | 0.7 | 6 | タイ | (5) | 0.0 | △ 0.6 | 8 | マレーシア | (14) | 1.5 | 1.1 | 8 | 香港 | (8) | 0.8 | 0.2 |
| 8 | 台湾 | (7) | 1.3 | △ 0.8 | 6 | マレーシア | (5) | 0.0 | △ 0.6 | 9 | 台湾 | (7) | 1.3 | △ 0.5 | 8 | ベトナム | (11) | 0.8 | 0.4 |
| 10 | ブラジル | (12) | 1.0 | 0.2 | 6 | ベトナム | (5) | 0.0 | △ 0.6 | 10 | ブラジル | (12) | 1.0 | 0.2 | 8 | ブラジル | (11) | 0.8 | 0.4 |
| 11 | シンガポール | (9) | 0.8 | △ 0.8 | 6 | 香港 | (9) | 0.0 | △ 0.4 | 11 | シンガポール | (9) | 0.8 | △ 0.6 | 11 | 台湾 | (6) | 0.5 | △ 0.3 |
| 11 | 香港 | (10) | 0.8 | △ 0.6 | 6 | シンガポール | (9) | 0.0 | △ 0.4 | 11 | 香港 | (10) | 0.8 | △ 0.4 | 11 | ロシア・CIS | (11) | 0.5 | 0.1 |
| 11 | 中・東欧 | (15) | 0.8 | 0.4 | 6 | 台湾 | (11) | 0.0 | △ 0.2 | 11 | 中・東欧 | (14) | 0.8 | 0.4 | 11 | 中・東欧 | (15) | 0.5 | 0.3 |
| 14 | ロシア・CIS | (12) | 0.5 | △ 0.3 | 6 | インドネシア | (11) | 0.0 | △ 0.2 | 14 | ロシア・CIS | (12) | 0.5 | △ 0.3 | 14 | シンガポール | (8) | 0.3 | △ 0.3 |
| 14 | メキシコ | (17) | 0.5 | 0.3 | 6 | カナダ | (11) | 0.0 | △ 0.2 | 14 | メキシコ | (17) | 0.5 | 0.3 | 14 | インドネシア | (8) | 0.3 | △ 0.3 |
| 14 | 中東 | - | 0.5 | - | 6 | ロシア・CIS | (11) | 0.0 | △ 0.2 | 14 | 中東 | - | 0.5 | - | 14 | 中東 | - | 0.3 | - |
| 17 | インドネシア | (10) | 0.3 | △ 1.1 | 6 | フィリピン | (15) | 0.0 | 0.0 | 17 | インドネシア | (10) | 0.3 | △ 0.9 | 17 | カナダ | (15) | 0.0 | △ 0.2 |
| 18 | カナダ | (15) | 0.0 | △ 0.4 | 6 | カナダ | (15) | 0.0 | 0.0 | 17 | カナダ | (14) | 0.0 | △ 0.4 | 17 | メキシコ | (15) | 0.0 | △ 0.2 |
| 18 | フィリピン | (18) | 0.0 | 0.0 | 6 | ブラジル | (15) | 0.0 | 0.0 | 18 | フィリピン | (18) | 0.0 | 0.0 | 17 | フィリピン | (18) | 0.0 | 0.0 |

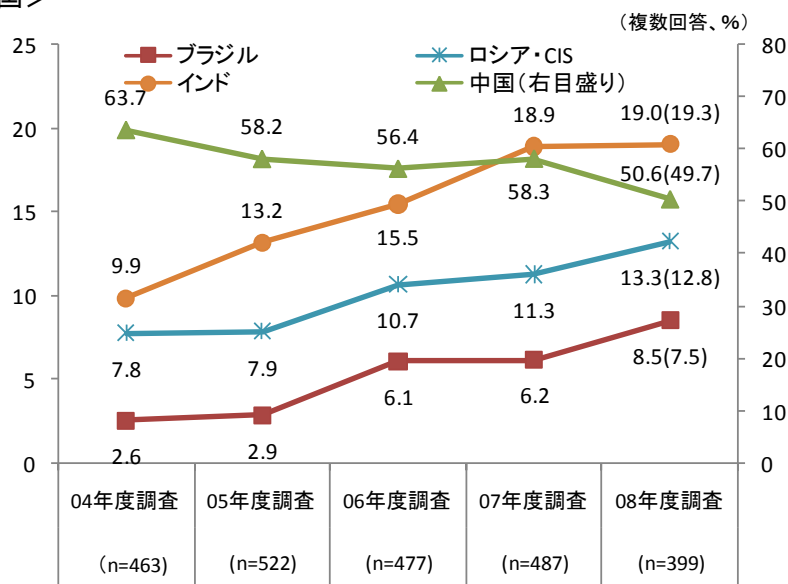
| 順位 | 研究開発(現地市場向け仕様変更) | | | | 順位 | 地域統括機能 | | | | 順位 | 物流機能 | | | |
|----|------------------|------------|------------|---------------|----|---------|------------|------------|---------------|----|---------|------------|------------|---------------|
| | 国名 | 07年度 順位 | 08年度 実績 | 07年度か らの変化 | | 国名 | 07年度 順位 | 08年度 実績 | 07年度か らの変化 | | 国名 | 07年度 順位 | 08年度 実績 | 07年度か らの変化 |
| 1 | 中国 | (1) | 9.0 | △ 2.9 | 1 | 西欧 | (2) | 4.0 | △ 2.0 | 1 | 中国 | (1) | 8.3 | △ 0.1 |
| 2 | タイ | (3) | 4.0 | △ 0.5 | 2 | 中国 | (1) | 3.8 | △ 2.6 | 2 | 西欧 | (2) | 4.0 | △ 0.5 |
| 3 | 米国 | (2) | 3.5 | △ 1.8 | 2 | 米国 | (3) | 3.8 | △ 0.3 | 3 | 米国 | (3) | 3.0 | △ 0.9 |
| 4 | 西欧 | (4) | 2.5 | △ 1.6 | 4 | シンガポール | (4) | 2.0 | △ 1.1 | 3 | 香港 | (4) | 3.0 | 0.7 |
| 5 | インド | (6) | 1.5 | △ 0.3 | 5 | タイ | (5) | 1.8 | △ 0.5 | 5 | タイ | (4) | 2.0 | △ 0.3 |
| 6 | ベトナム | (8) | 1.3 | △ 0.1 | 6 | 香港 | (6) | 1.3 | 0.1 | 6 | シンガポール | (4) | 1.5 | △ 0.8 |
| 7 | 韓国 | (5) | 1.0 | △ 1.1 | 6 | インド | (7) | 1.3 | 0.3 | 6 | マレーシア | (9) | 1.5 | 0.7 |
| 7 | 台湾 | (7) | 1.0 | △ 0.6 | 8 | 台湾 | (11) | 0.8 | 0.4 | 6 | 中・東欧 | (14) | 1.5 | 1.1 |
| 9 | ブラジル | (13) | 0.8 | 0.2 | 8 | ブラジル | (11) | 0.8 | 0.4 | 9 | 台湾 | (10) | 1.0 | 0.4 |
| 9 | マレーシア | (15) | 0.8 | 0.6 | 10 | 中・東欧 | (11) | 0.5 | 0.1 | 10 | インド | (4) | 0.8 | △ 1.5 |
| 11 | シンガポール | (9) | 0.5 | △ 0.7 | 11 | 韓国 | (8) | 0.3 | △ 0.3 | 10 | ベトナム | (8) | 0.8 | △ 0.4 |
| 11 | 香港 | (11) | 0.5 | △ 0.5 | 11 | ベトナム | (8) | 0.3 | △ 0.3 | 10 | 韓国 | (10) | 0.8 | 0.2 |
| 11 | ロシア・CIS | (12) | 0.5 | △ 0.3 | 11 | ロシア・CIS | (8) | 0.3 | △ 0.3 | 10 | インドネシア | (10) | 0.8 | 0.2 |
| 11 | 中・東欧 | (15) | 0.5 | 0.3 | 11 | マレーシア | (11) | 0.3 | △ 0.1 | 14 | ロシア・CIS | (10) | 0.5 | △ 0.1 |
| 11 | メキシコ | (17) | 0.5 | 0.5 | 11 | カナダ | (17) | 0.3 | 0.3 | 14 | メキシコ | (14) | 0.5 | 0.1 |
| 16 | インドネシア | (9) | 0.3 | △ 0.9 | 11 | 中東 | - | 0.3 | - | 16 | ブラジル | (16) | 0.3 | 0.1 |
| 16 | 中東 | - | 0.3 | - | 17 | インドネシア | (15) | 0.0 | △ 0.2 | 17 | フィリピン | (16) | 0.0 | △ 0.2 |
| 18 | カナダ | (14) | 0.0 | △ 0.4 | 17 | メキシコ | (15) | 0.0 | △ 0.2 | 17 | カナダ | (16) | 0.0 | △ 0.2 |
| 18 | フィリピン | (17) | 0.0 | 0.0 | 17 | フィリピン | (17) | 0.0 | 0.0 | 17 | 中東 | - | 0.0 | - |

〔注 1〕時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

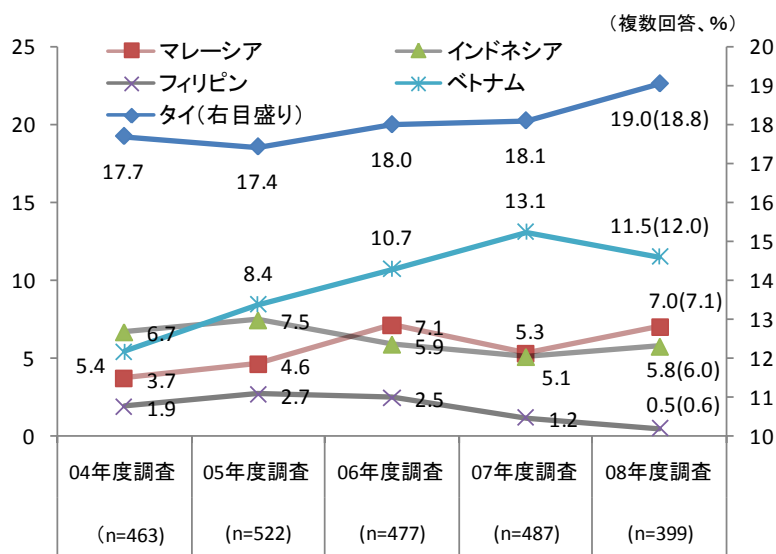
〔注 2〕前年度は「中東」の選択肢がなかったため、上記表の「中東」の「07年度順位」、「07年度からの変化」欄が空白になっている。

販売機能を拡大する国・地域をみると、中国は高水準ながらも趨勢的に低下傾向にある一方で、インド、ブラジル、ロシアなどBRICs諸国での拡大意欲は着実に高まりつつある。ASEAN諸国でもタイやマレーシアなどで緩やかな上昇傾向が見受けられ、販売のターゲットが中国以外の国・地域へと多様化しつつあることがうかがえる。

図表Ⅱ-36 販売機能を拡大する国・地域(製造業、商社・卸売・小売)
 <BRICs諸国>



<ASEAN>



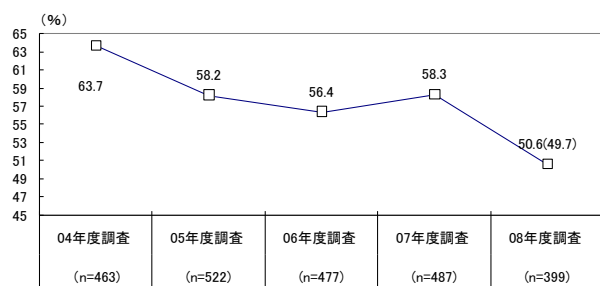
[注1] 海外の機能を拡大する企業全体に対する比率。

[注2] 08年度調査のカッコ内の数値は、非製造業を含めた全産業の数値でn=467。

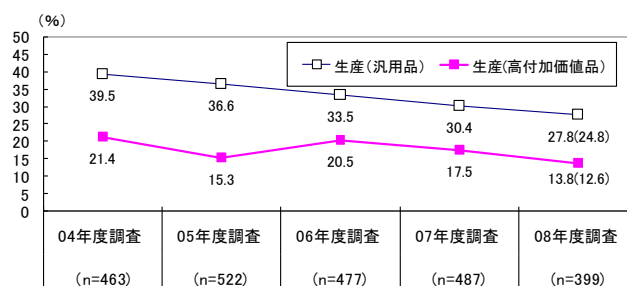
中国における販売機能は拡大方針を示しており、前年度と比較すると減少しているが、なお5割以上の企業が拡大する機能であると回答しており、他国・地域と比較して圧倒的に高い水準を維持している。一方、中国で生産機能を拡大するとの回答比率は高水準を維持しているものの、減少傾向で推移している。とりわけ汎用品は27.8%と2004年度の39.5%から11.7%ポイント減少している。その中で、販売では、「飲食料品」や「精密機械」に加え、木材、繊維関連など素材業種、生産では、「石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品」をはじめとする素材関連業種で事業の拡大を図る企業の比率が高い。

図表Ⅱ-37 中国で拡大する機能(時系列比較、複数回答)

<販売機能>



<生産機能>



[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

図表Ⅱ-38 中国で販売・生産機能を拡大する企業の比率が高い業種

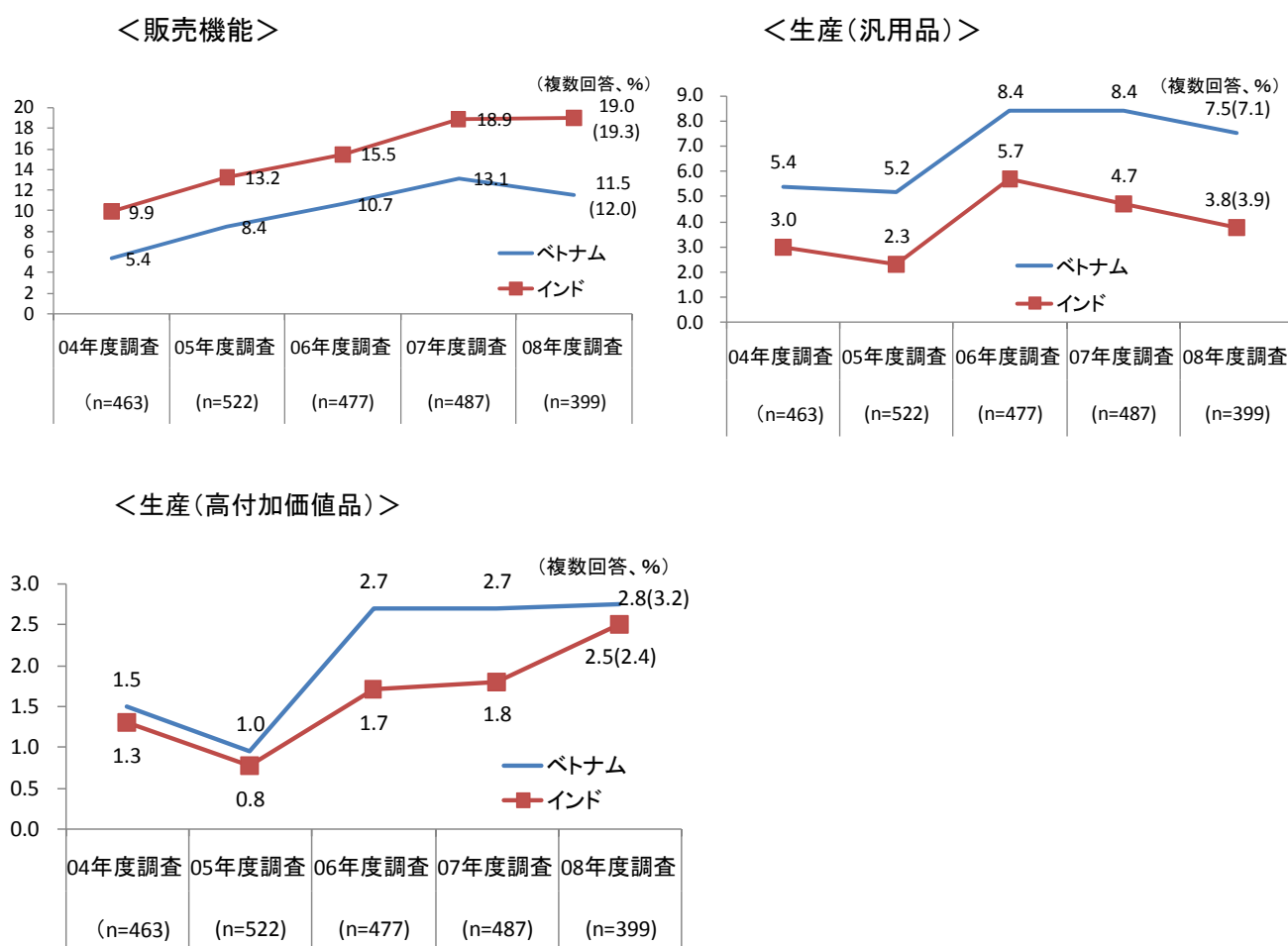
| 販売 | | |
|--------------------|-----------------------|--------|
| 順位 | 業種 | 比率 (%) |
| 1 | 飲食料品 | 80.0 |
| 2 | 精密機器 | 77.8 |
| 3 | 建設 | 71.4 |
| 4 | 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 70.0 |
| 5 | 繊維・織物／アパレル | 66.7 |
| 合計 | | 64.6 |
| 製造業計 | | 66.5 |
| 商社・卸売・小売 | | 61.4 |
| 非製造業(商社・卸売・小売を除く)計 | | 60.0 |
| 生産(汎用品) | | |
| 順位 | 業種 | 比率 (%) |
| 1 | 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 100.0 |
| 2 | 化学 | 84.2 |
| 3 | 繊維・織物／アパレル | 83.3 |
| 4 | 窯業・土石 | 80.0 |
| 5 | 一般機械 | 70.6 |
| 合計 | | 66.3 |
| 製造業計 | | 66.7 |
| 商社・卸売・小売 | | 68.8 |
| 非製造業(商社・卸売・小売を除く)計 | | 55.6 |
| 生産(高付加価値品) | | |
| 順位 | 業種 | 比率 (%) |
| 1 | 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 100.0 |
| 2 | 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 80.0 |
| 3 | 化学 | 77.8 |
| 4 | 飲食料品 | 71.4 |
| 5 | 繊維・織物／アパレル | 66.7 |
| 合計 | | 56.2 |
| 製造業計 | | 59.3 |
| 商社・卸売・小売 | | 58.3 |
| 非製造業(商社・卸売・小売を除く)計 | | 33.3 |

[注1]海外で販売・生産機能を拡大すると回答した企業全体に対する比率。

[注2]回答社数が5社以上の業種の上位5位までを表示。

前年度まで、同じような推移をしていたベトナムとインドだが、今年度は若干傾向に違いが見られる。「生産（汎用品）」は、ほぼ同じ推移を示しているが、ベトナムでは「販売機能」拡大の意向が減り、インドでは「生産（高付加価値品）」拡大の意向が増えている。

図表Ⅱ-39 ベトナム、インドで拡大する機能(時系列比較、複数回答)



[注1]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

[注2]海外の機能を拡大する企業全体に対する比率。

[注3]08年度調査のカッコ内の数値は、非製造業を含めた全産業の数値でn=467。

図表Ⅱ-40 ベトナム・インドで販売機能を拡大する主要業種

| 販売機能 ベトナム | | | |
|--------------------|-------------------|---------|-------|
| 順位 | 業種 | 回答社数(n) | 比率(%) |
| 1 | 窯業・土石 | 5 | 40.0 |
| 2 | 運輸 | 8 | 25.0 |
| 3 | 精密機器 | 9 | 22.2 |
| 4 | 電気機械 | 28 | 21.4 |
| 5 | 飲食料品 | 30 | 20.0 |
| 合計 | | 359 | 15.6 |
| 製造業計 | | 239 | 13.0 |
| 商社・卸売・小売 | | 70 | 21.4 |
| 非製造業(商社・卸売・小売を除く)計 | | 50 | 20.0 |
| インド | | | |
| 順位 | 業種 | 回答社数(n) | 比率(%) |
| 1 | 運輸 | 8 | 50.0 |
| 2 | 精密機器 | 9 | 44.4 |
| 3 | 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 19 | 42.1 |
| 4 | 化学 | 24 | 41.7 |
| 5 | 電気機械 | 28 | 35.7 |
| 合計 | | 359 | 25.1 |
| 製造業計 | | 239 | 27.2 |
| 商社・卸売・小売 | | 70 | 15.7 |
| 非製造業(商社・卸売・小売を除く)計 | | 50 | 28.0 |

図表Ⅱ-41 ベトナム・インドで生産機能(汎用品および高付加価値)を拡大する主要業種

生産(汎用品)
ベトナム

| 順位 | 業種 | 回答社数(n) | 比率(%) |
|--------------------|--------------------|---------|-------|
| 1 | 繊維・織物／アパレル | 6 | 66.7 |
| 2 | 飲食料品 | 10 | 30.0 |
| 3 | 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 10 | 30.0 |
| 4 | 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 7 | 28.6 |
| 5 | 窯業・土石 | 5 | 20.0 |
| 合計 | | 175 | 18.9 |
| 製造業計 | | 150 | 19.3 |
| 商社・卸売・小売 | | 16 | 6.3 |
| 非製造業(商社・卸売・小売を除く)計 | | 9 | 33.3 |

インド

| 順位 | 業種 | 回答社数(n) | 比率(%) |
|--------------------|--------------------|---------|-------|
| 1 | 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 17 | 17.6 |
| 2 | 繊維・織物／アパレル | 6 | 16.7 |
| 3 | 化学 | 19 | 15.8 |
| 4 | 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 13 | 15.4 |
| 5 | 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 7 | 14.3 |
| 合計 | | 175 | 10.3 |
| 製造業計 | | 150 | 10.0 |
| 商社・卸売・小売 | | 16 | 0.0 |
| 非製造業(商社・卸売・小売を除く)計 | | 9 | 33.3 |

生産(高付加価値品)
ベトナム

| 順位 | 業種 | 回答社数(n) | 比率(%) |
|--------------------|--------------------|---------|-------|
| 1 | 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 5 | 20.0 |
| 2 | 繊維・織物／アパレル | 6 | 16.7 |
| 3 | 電気機械 | 6 | 16.7 |
| 4 | 一般機械 | 7 | 14.3 |
| 5 | 化学 | 18 | 11.1 |
| 合計 | | 105 | 14.3 |
| 製造業計 | | 81 | 11.1 |
| 商社・卸売・小売 | | 12 | 16.7 |
| 非製造業(商社・卸売・小売を除く)計 | | 12 | 33.3 |

インド

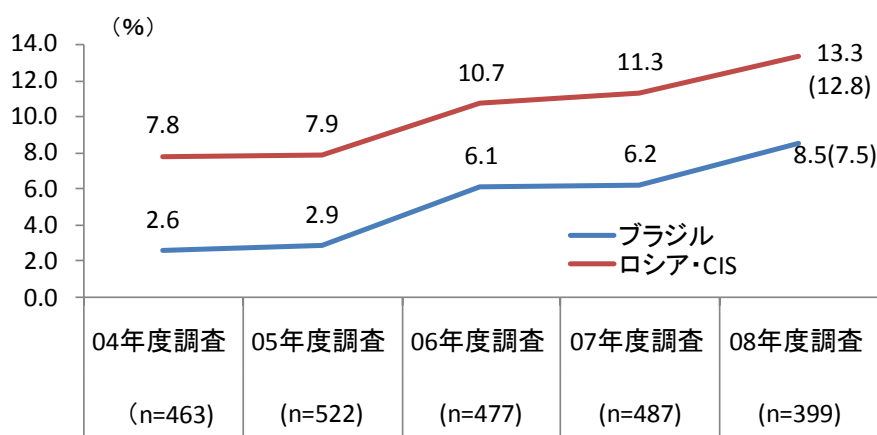
| 順位 | 業種 | 回答社数(n) | 比率(%) |
|--------------------|-----------------------|---------|-------|
| 1 | 一般機械 | 7 | 28.6 |
| 2 | 繊維・織物／アパレル | 6 | 16.7 |
| 3 | 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 6 | 16.7 |
| 4 | 電気機械 | 6 | 16.7 |
| 5 | 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 9 | 11.1 |
| 合計 | | 105 | 10.5 |
| 製造業計 | | 81 | 9.9 |
| 商社・卸売・小売 | | 12 | 16.7 |
| 非製造業(商社・卸売・小売を除く)計 | | 12 | 8.3 |

[注1]海外で販売・生産機能を拡大すると回答した企業全体に対する比率。

[注2]回答社数が5社以上の業種の上位5位までを表示。

主要国・地域の販売意欲が低下する中であって、BRICsの一角を占めるブラジルやロシア・CISにおいては、販売機能の拡大意欲が強まっている。この2カ国・地域では、生産や研究開発、物流などの機能拡大を志向する企業は多くないが、販売機能を拡大する企業の比率は4年連続で上昇している。ブラジルでは、「電気機械」や自動車関連など機械類中心となっているのに対し、ロシア・CISでは、製造業のみならず、「運輸」や「小売」など非製造業を含めた幅広い業種が同地域での販売拡大意欲が強まっている。

図表Ⅱ-42 ブラジル、ロシア・CISで販売機能を拡大する企業の比率



〔注〕 海外の機能を拡大する企業全体に対する比率

図表Ⅱ-43 ブラジル、ロシア・CISで販売機能を拡大する業種

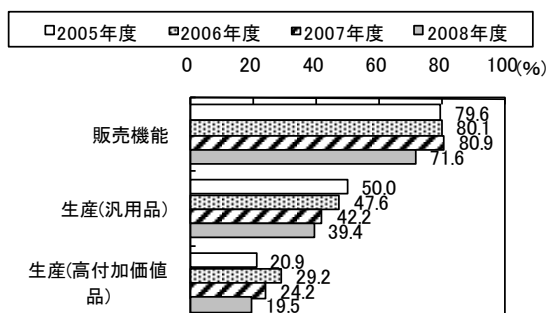
| ブラジル | | | |
|--------------------|-------------------|------|-------|
| 順位 | 業種 | 回答社数 | 比率(%) |
| 1 | 電気機械 | 28 | 32.1 |
| 2 | 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 19 | 21.1 |
| 3 | 一般機械 | 29 | 17.2 |
| 4 | 建設 | 7 | 14.3 |
| 5 | 繊維・織物／アパレル | 9 | 11.1 |
| 合計 | | 359 | 9.7 |
| 製造業計 | | 239 | 11.7 |
| 商社・卸売・小売 | | 70 | 8.6 |
| 非製造業(商社・卸売・小売を除く)計 | | 50 | 2.0 |
| ロシア・CIS | | | |
| 順位 | 業種 | 回答社数 | 比率(%) |
| 1 | 運輸 | 8 | 37.5 |
| 2 | 小売 | 6 | 33.3 |
| 3 | 電気機械 | 28 | 28.6 |
| 4 | 一般機械 | 29 | 27.6 |
| 5 | 繊維・織物／アパレル | 9 | 22.2 |
| 合計 | | 359 | 16.7 |
| 製造業計 | | 239 | 17.6 |
| 商社・卸売・小売 | | 70 | 15.7 |
| 非製造業(商社・卸売・小売を除く)計 | | 50 | 14.0 |

〔注1〕 海外で販売・生産機能を拡大すると回答した企業全体に対する比率。

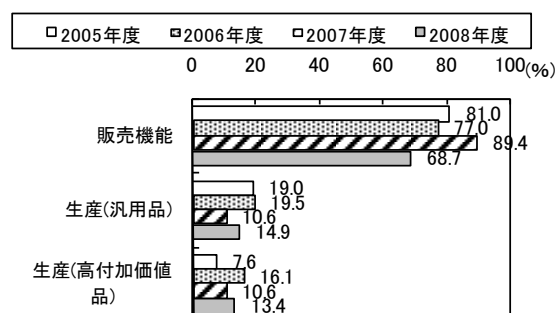
〔注2〕 回答社数が5社以上の業種の上位5位までを表示。

図表Ⅱ-44 国・地域別にみた拡大する機能(時系列比較) (複数回答)

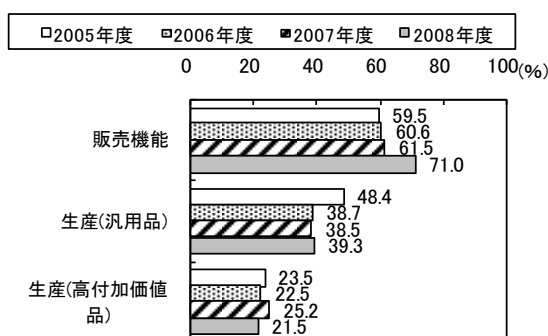
<中国>



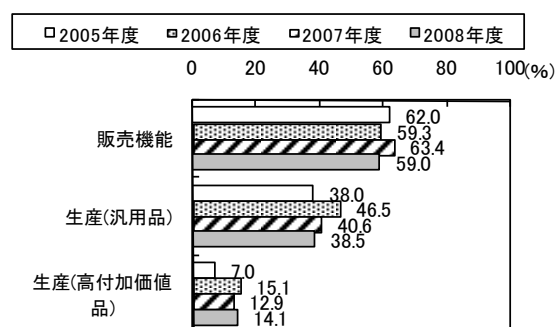
<韓国>



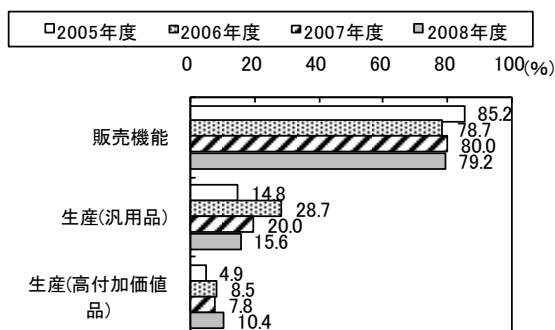
<タイ>



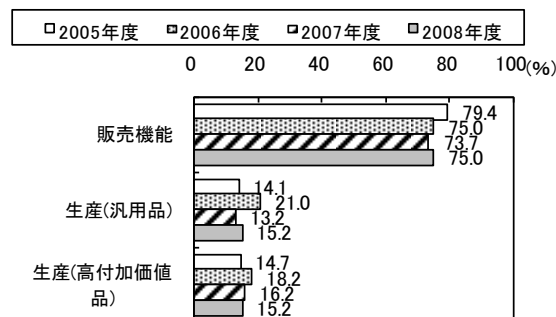
<ベトナム>



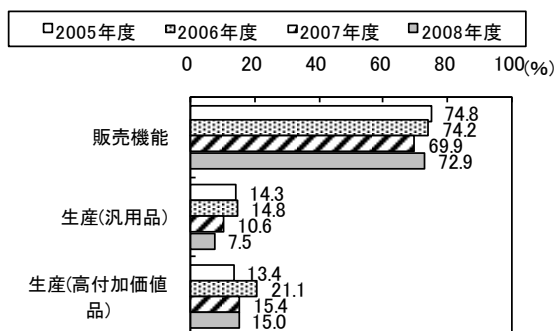
<インド>



<米国>



<西欧>



[注1]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

[注2]回答のあった国・地域別の企業数全体に対する比率。

国・地域別に拡大する機能をみると、回答企業のうち「販売機能」をあげた企業が8割を超えている国・地域を順に並べると、カナダ90.0% (9社)、中東88.6% (39社)、ロシア・CIS83.3% (60社) となった。

また、「販売機能」以外の機能で、回答企業のうち3割を超える企業があげた機能、国・地域は、「生産（汎用品）」では、中国35.8% (116社)、ベトナム34.7% (33社)、タイ34.4% (43社)、インドネシア32.6% (14社) となった。

さらに「生産（高付加価値品）」では、メキシコ31.6% (6社) があげられた。他、「物流機能」では、香港をあげる企業が3割近く (28.9%、13社) にものぼった。

図表 II -45 国・地域別に見た拡大する機能

(複数回答、%)

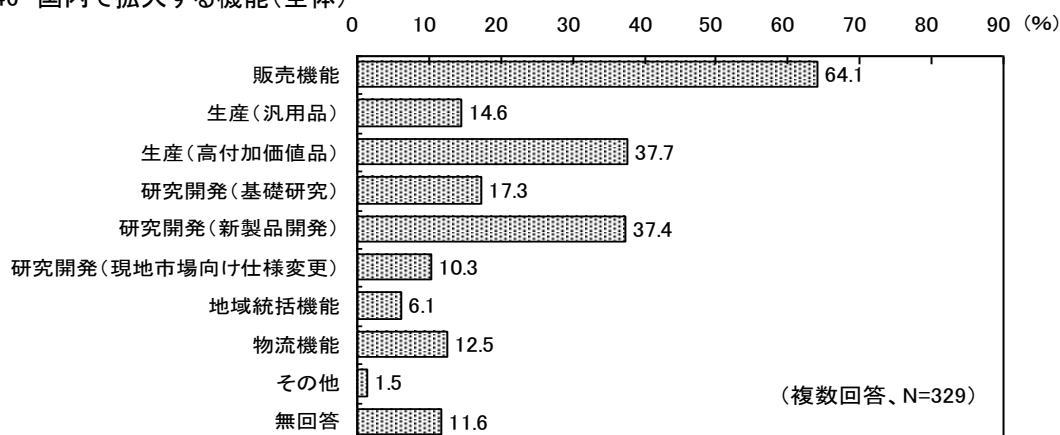
| | 回答社数 | 販売機能 | 生産（汎用品） | 生産（高付加価値品） | 研究開発（基礎研究） | 研究開発（新製品開発） | 研究開発（現地市場向け仕様変更） | 地域統括機能 | 物流機能 | その他 |
|---------|------|------|---------|------------|------------|-------------|------------------|--------|------|------|
| 中国 | 324 | 71.6 | 35.8 | 18.2 | 1.9 | 6.5 | 12.7 | 5.6 | 12.3 | 0.9 |
| 香港 | 45 | 64.4 | 8.9 | 13.3 | - | 6.7 | 6.7 | 11.1 | 28.9 | - |
| 台湾 | 65 | 73.8 | 13.8 | 6.2 | - | 3.1 | 6.2 | 4.6 | 7.7 | - |
| 韓国 | 74 | 68.9 | 13.5 | 12.2 | - | 9.5 | 5.4 | 2.7 | 5.4 | - |
| シンガポール | 54 | 70.4 | 5.6 | 7.4 | - | 1.9 | 3.7 | 16.7 | 13.0 | - |
| タイ | 125 | 70.4 | 34.4 | 20.8 | - | 6.4 | 14.4 | 5.6 | 8.0 | 3.2 |
| マレーシア | 50 | 66.0 | 26.0 | 20.0 | - | 8.0 | 6.0 | 2.0 | 14.0 | 6.0 |
| インドネシア | 43 | 65.1 | 32.6 | 11.6 | - | 2.3 | 2.3 | - | 7.0 | 4.7 |
| フィリピン | 9 | 33.3 | 22.2 | 22.2 | - | - | - | 11.1 | 11.1 | 33.3 |
| ベトナム | 95 | 58.9 | 34.7 | 15.8 | - | 3.2 | 5.3 | 1.1 | 6.3 | 2.1 |
| インド | 113 | 79.6 | 15.9 | 9.7 | - | 3.5 | 5.3 | 4.4 | 6.2 | 2.7 |
| 米国 | 127 | 74.8 | 14.2 | 15.7 | 2.4 | 10.2 | 12.6 | 11.8 | 11.0 | - |
| カナダ | 10 | 90.0 | 20.0 | - | - | - | - | 10.0 | - | - |
| メキシコ | 19 | 52.6 | 15.8 | 31.6 | - | - | 10.5 | - | 10.5 | 5.3 |
| ブラジル | 45 | 77.8 | 11.1 | 8.9 | - | 6.7 | 6.7 | 6.7 | 2.2 | 2.2 |
| 西欧 | 115 | 72.2 | 7.0 | 16.5 | 3.5 | 8.7 | 10.4 | 13.9 | 14.8 | - |
| 中・東欧 | 51 | 72.5 | 19.6 | 11.8 | 2.0 | 9.9 | 3.9 | 3.9 | 17.6 | - |
| ロシア・CIS | 72 | 83.3 | 5.6 | 5.6 | - | 2.8 | 2.8 | 1.4 | 8.3 | - |
| 中東 | 44 | 88.6 | 9.1 | 6.8 | 2.3 | 2.3 | 4.5 | 2.3 | 2.3 | 2.3 |
| その他 | 24 | 70.8 | 16.7 | - | - | 4.2 | - | - | 8.3 | 8.3 |

5. 国内で拡大する機能

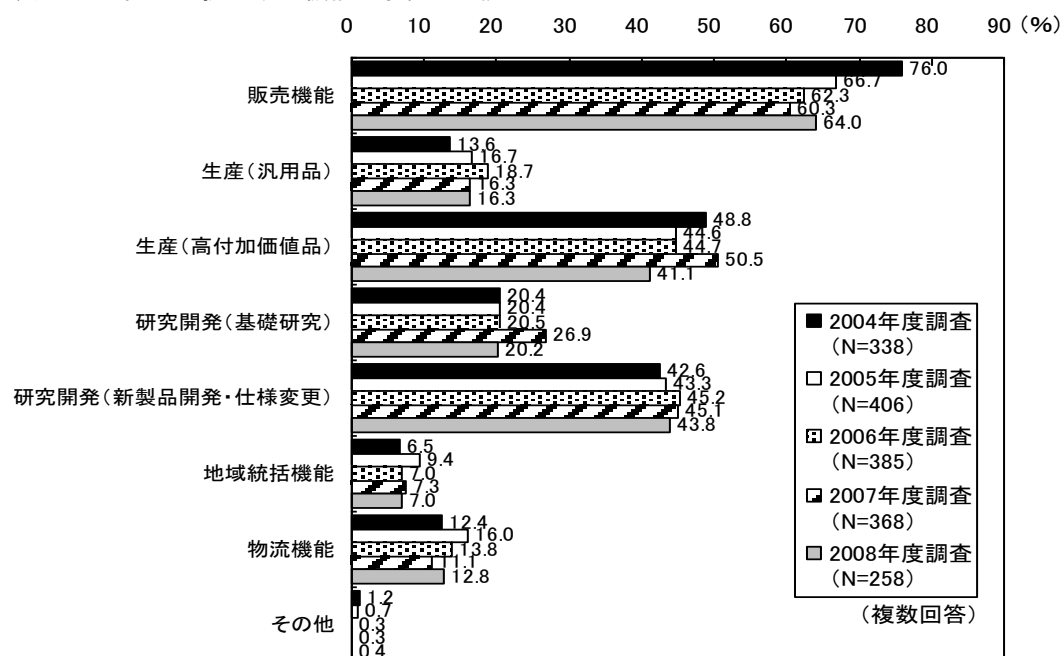
日本で「事業規模の拡大を図る」と回答した企業 329 社に、具体的にどのような機能を拡大しようとしているのか尋ねたところ、「販売機能」が 64.1% (211 社) で最も高く、以下「生産 (高付加価値品)」が 37.7% (124 社)、「研究開発 (新製品開発)」が 37.4% (123 社) と続く。

2004 年度調査からの推移をみると、年々減少していた「販売機能」が今年度増加に転じ、前年増加した「生産 (高付加価値品)」や「研究開発 (基礎研究)」は今年度減少した。

図表 II -46 国内で拡大する機能(全体)



図表 II -47 国内で拡大する機能(時系列比較)

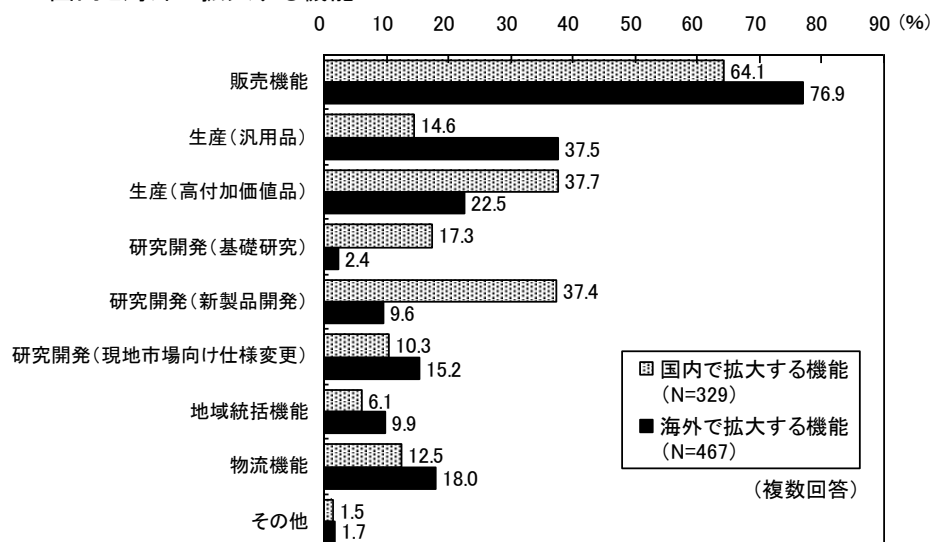


[注 1]「研究開発(新製品開発・仕様変更)」の 2008・2007・2006・2005 年度調査は、「研究開発(新製品開発)」または「研究開発(現地市場向け仕様変更)」の合計。2004 年度は「研究開発(新製品・デザイン)」。

[注 2]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

また、海外で拡大する機能と国内で拡大する機能を比較すると、「販売機能」と「生産（汎用品）」機能は海外で、「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）」機能は国内で拡大するという傾向が読み取れる。

図表 II - 48 国内と海外で拡大する機能



図表 II - 49 国内で拡大する機能(企業属性別)

(複数回答、%)

| 機能 | 社数 | 販売機能 | 生産 | | | 研究開発(基礎研究・新製品開発・現地市場向け仕様変更) | 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 |
|-----------------------|-----|------|----------------|---------|------------|-----------------------------|------------|------------------------|------------------|------|--------|-------|------|
| | | | 生産(汎用品、高付加価値品) | 生産(汎用品) | 生産(高付加価値品) | | | 研究開発(新製品開発) | 研究開発(現地市場向け仕様変更) | | | | |
| 総計 | 329 | 64.1 | 41.9 | 14.6 | 37.7 | 41.0 | 17.3 | 39.2 | 37.4 | 10.3 | 6.1 | 12.5 | 1.5 |
| 大企業 | 135 | 53.3 | 44.4 | 14.1 | 40.0 | 35.6 | 18.5 | 34.1 | 33.3 | 11.1 | 5.9 | 12.6 | 3.0 |
| 中小企業 | 194 | 71.6 | 40.2 | 14.9 | 36.1 | 44.8 | 16.5 | 42.8 | 40.2 | 9.8 | 6.2 | 12.4 | 0.5 |
| 製造業 | 177 | 57.1 | 63.3 | 22.0 | 57.6 | 57.6 | 27.1 | 56.5 | 54.8 | 16.4 | 9.0 | 11.9 | - |
| 海外生産製造業 | 101 | 49.5 | 75.2 | 21.8 | 69.3 | 64.4 | 32.7 | 63.4 | 62.4 | 18.8 | 8.9 | 9.9 | - |
| 国内製造業 | 76 | 67.1 | 47.4 | 22.4 | 42.1 | 48.7 | 19.7 | 47.4 | 44.7 | 13.2 | 9.2 | 14.5 | - |
| 商社・卸・小売 | 81 | 79.0 | 8.6 | 3.7 | 4.9 | 17.3 | 4.9 | 16.0 | 16.0 | 2.5 | 2.5 | 14.8 | 1.2 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 76 | 64.8 | 26.8 | 8.5 | 25.4 | 26.8 | 7.0 | 22.5 | 18.3 | 4.2 | 2.8 | 11.3 | 5.6 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 152 | 72.4 | 17.1 | 5.9 | 14.5 | 21.7 | 5.9 | 19.1 | 17.1 | 3.3 | 2.6 | 13.2 | 3.3 |
| 飲食料品 | 23 | 65.2 | 56.5 | 30.4 | 43.5 | 43.5 | 17.4 | 43.5 | 39.1 | 17.4 | 4.3 | 8.7 | - |
| 繊維・織物／アパレル | 7 | 71.4 | 71.4 | 14.3 | 71.4 | 57.1 | 14.3 | 57.1 | 57.1 | 14.3 | 14.3 | 28.6 | - |
| 木材・木製品／家具／建材／紙／パルプ | 7 | 85.7 | 57.1 | 28.6 | 57.1 | 57.1 | 42.9 | 57.1 | 57.1 | 42.9 | 42.9 | 42.9 | - |
| 化学 | 21 | 61.9 | 76.2 | 19.0 | 76.2 | 71.4 | 33.3 | 71.4 | 71.4 | 9.5 | 4.8 | 19.0 | - |
| 医薬品／化粧品 | 6 | 16.7 | 16.7 | - | 16.7 | 33.3 | 16.7 | 16.7 | 16.7 | - | - | - | - |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 10 | 50.0 | 70.0 | 20.0 | 60.0 | 60.0 | 10.0 | 60.0 | 60.0 | 10.0 | - | - | - |
| 窯業／土石 | 5 | 40.0 | 100.0 | - | 100.0 | 80.0 | 60.0 | 80.0 | 80.0 | 20.0 | 40.0 | 20.0 | - |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 13 | 30.8 | 61.5 | 23.1 | 53.8 | 46.2 | 30.8 | 46.2 | 46.2 | 15.4 | 23.1 | 23.1 | - |
| 一般機械 | 19 | 63.2 | 78.9 | 31.6 | 68.4 | 68.4 | 31.6 | 68.4 | 68.4 | 26.3 | 5.3 | 5.3 | - |
| 電気機械 | 23 | 60.9 | 52.2 | 13.0 | 52.2 | 43.5 | 34.8 | 39.1 | 34.8 | 17.4 | 8.7 | 4.3 | - |
| 情報通信機械器具／電子部品／デバイス | 10 | 40.0 | 70.0 | 10.0 | 70.0 | 70.0 | 20.0 | 70.0 | 60.0 | 20.0 | - | - | - |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 13 | 46.2 | 69.2 | 30.8 | 61.5 | 53.8 | 15.4 | 53.8 | 53.8 | 15.4 | - | - | - |
| 精密機器 | 6 | 50.0 | 66.7 | 16.7 | 66.7 | 100.0 | 50.0 | 100.0 | 100.0 | 16.7 | 16.7 | - | - |
| その他の製造業 | 14 | 78.6 | 42.9 | 35.7 | 28.6 | 57.1 | 21.4 | 57.1 | 57.1 | 7.1 | 7.1 | 28.6 | - |
| 商社・卸売 | 71 | 80.3 | 8.5 | 4.2 | 4.2 | 19.7 | 5.6 | 18.3 | 18.3 | 2.8 | 2.8 | 14.1 | - |
| 小売 | 10 | 70.0 | 10.0 | - | 10.0 | - | - | - | - | - | - | 20.0 | 10.0 |
| 建設 | 3 | 75.0 | 37.5 | 12.5 | 37.5 | 37.5 | - | 37.5 | 37.5 | - | - | 12.5 | 12.5 |
| 運輸 | 6 | 33.3 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 100.0 | - |
| 金融・保険 | 13 | 46.2 | - | - | - | 15.4 | - | 15.4 | 15.4 | - | - | - | 15.4 |
| 専門サービス | 12 | 83.3 | 33.3 | 8.3 | 33.3 | 25.0 | 8.3 | 16.7 | 8.3 | 8.3 | 8.3 | - | - |
| 電気／ガス／水道 | 2 | 50.0 | 50.0 | - | 50.0 | - | - | - | - | - | - | - | 50.0 |
| 情報通信サービス | 6 | 50.0 | 33.3 | 16.7 | 33.3 | 66.7 | 33.3 | 66.7 | 66.7 | - | - | - | - |
| その他の非製造業 | 24 | 78.0 | 37.5 | 12.5 | 33.3 | 29.2 | 8.3 | 20.8 | 12.5 | 8.3 | 4.2 | 4.2 | - |

Ⅲ. 金融市場の混乱が貴社の海外ビジネスに与える影響

1. 金融市場の混乱が海外部門の業績に与える影響の見通し

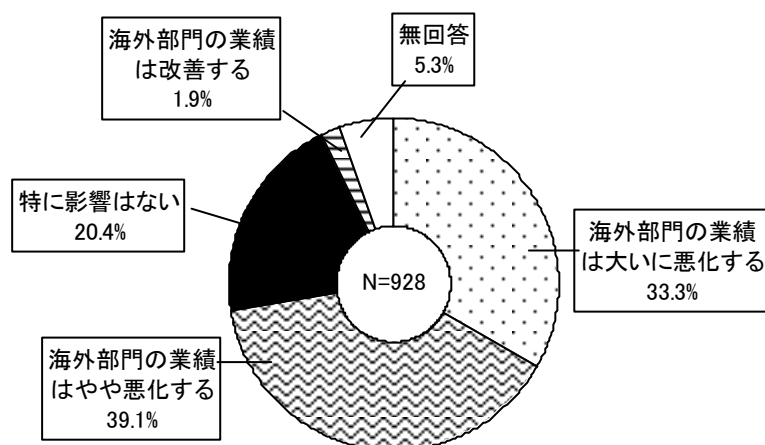
米国発の金融危機が、日本企業の幅広い業種における海外ビジネスにダメージをもたらしているなか、どのような影響を与えているか尋ねた。

「海外部門の業績はやや悪化する」が39.1%（363社）と最も高く、次いで「海外部門の業績は大いに悪化する」が33.3%（309社）となり、「悪化する計」は72.4%（672社）という結果で、実に7割以上の企業が悪化すると回答した。

このことを形態別に見た場合により顕著であり、「海外生産製造業」では「大いに悪化する」が43.8%（137社）と平均よりも10%ポイント以上高い。また、「悪化する」が42.2%（132社）となり、「悪化する計」は86%（269社）と、9割近い企業が悪化すると回答している。

また、業種別に見た場合、「大いに悪化する」との回答が突出しているのが、「自動車／自動車部品／その他輸送機器」67.3%（37社）と「窯業・土石」66.7%（12社）で、7割近い企業が「大いに悪化する」と回答している。

図表Ⅲ-1 金融市場の混乱が海外部門の業績に与える影響(全体)



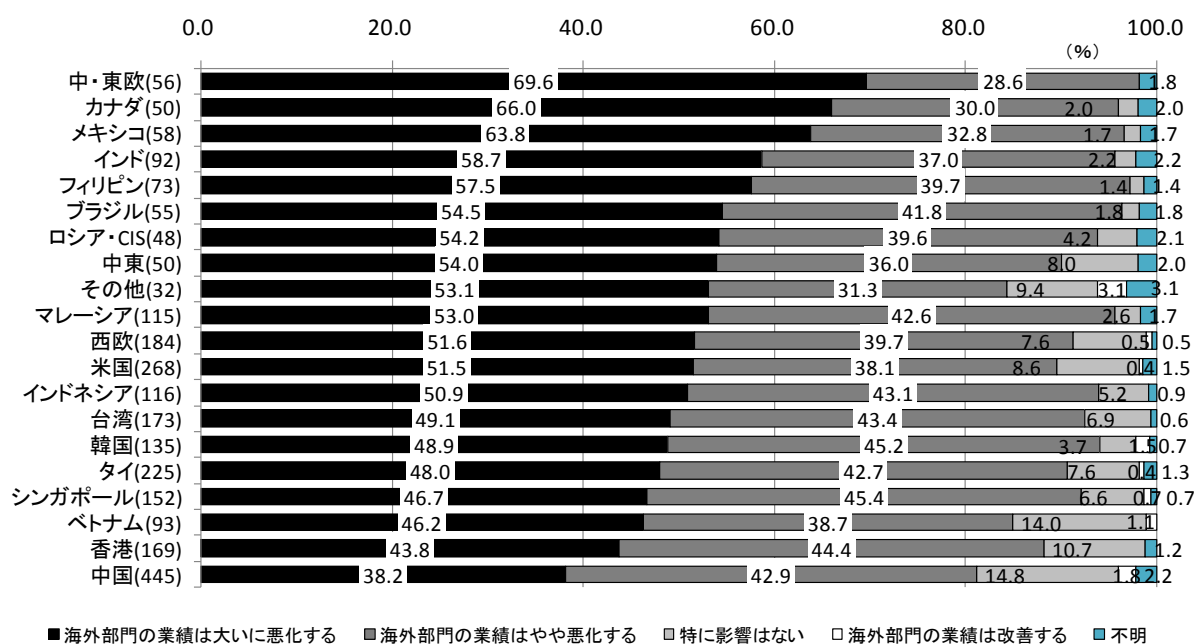
図表Ⅲ-2 金融市場の混乱が海外部門の業績に与える影響(企業属性別)

(%)

| | 社数 | 海外部門の業績は大いに悪化する | 海外部門の業績はやや悪化する | 特に影響はない | 海外部門の業績は改善する | 無回答 |
|-----------------------|-----|-----------------|----------------|---------|--------------|------|
| 総計 | 928 | 33.3 | 39.1 | 20.4 | 1.9 | 5.3 |
| 大企業 | 371 | 38.3 | 38.3 | 18.1 | 0.8 | 4.6 |
| 中小企業 | 557 | 30.0 | 39.7 | 21.9 | 2.7 | 5.7 |
| 製造業 | 546 | 39.7 | 41.8 | 15.4 | 1.6 | 1.5 |
| 海外生産製造業 | 313 | 43.8 | 42.2 | 11.5 | 1.3 | 1.3 |
| 国内製造業 | 233 | 34.3 | 41.2 | 20.6 | 2.1 | 1.7 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 31.9 | 41.0 | 18.1 | 3.3 | 5.7 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 14.5 | 28.5 | 39.0 | 1.2 | 16.9 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 382 | 24.1 | 35.3 | 27.5 | 2.4 | 10.7 |
| 飲食品 | 56 | 14.3 | 42.9 | 35.7 | 5.4 | 1.8 |
| 繊維・織物／アパレル | 33 | 24.2 | 39.4 | 30.3 | 6.1 | - |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 19 | 31.6 | 47.4 | 15.8 | - | 5.3 |
| 化学 | 46 | 28.3 | 50.0 | 15.2 | 4.3 | 2.2 |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 30.8 | 46.2 | 23.1 | - | - |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 39 | 43.6 | 48.7 | 7.7 | - | - |
| 窯業・土石 | 18 | 66.7 | 33.3 | - | - | - |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 50 | 44.0 | 38.0 | 14.0 | 2.0 | 2.0 |
| 一般機械 | 70 | 50.0 | 40.0 | 10.0 | - | - |
| 電気機械 | 53 | 39.6 | 45.3 | 15.1 | - | - |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 36 | 44.4 | 36.1 | 16.7 | - | 2.8 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 55 | 67.3 | 27.3 | 1.8 | - | 3.6 |
| 精密機器 | 21 | 47.6 | 52.4 | - | - | - |
| その他の製造業 | 37 | 21.6 | 48.6 | 24.3 | 2.7 | 2.7 |
| 商社・卸売 | 193 | 34.2 | 41.5 | 16.1 | 3.1 | 5.2 |
| 小売 | 17 | 5.9 | 35.3 | 41.2 | 5.9 | 11.8 |
| 建設 | 24 | 25.0 | 54.2 | 16.7 | - | 4.2 |
| 運輸 | 22 | 40.9 | 18.2 | 18.2 | - | 22.7 |
| 金融・保険 | 41 | 2.4 | 17.1 | 53.7 | - | 26.8 |
| 専門サービス | 21 | 14.3 | 14.3 | 57.1 | 4.8 | 9.5 |
| 電気・ガス・水道 | 5 | 0.0 | - | 80.0 | - | 20.0 |
| 情報通信サービス | 11 | 18.2 | 36.4 | 45.5 | - | - |
| その他の非製造業 | 48 | 8.3 | 37.5 | 33.3 | 2.1 | 18.8 |

企業が拠点を設置している国・地域ごとに米国発金融危機の海外部門の業績への影響についてみると、特に中・東欧に拠点を設置している企業の業績悪化懸念が強まっている。同地域に拠点を置く企業の7割近くが「業績は大いに悪化する」と回答、「やや悪化する」との回答を合わせると、ほぼ100%の企業が業績悪化を見込んでおり、昨今の急激な景気悪化が反映されたものと考えられる。次いで、カナダ、メキシコなど、進出企業の多くが電気機械や自動車など機械業種である国・地域において業績悪化懸念が強まっている。これに対し、中国、香港、ベトナムなどに拠点を置く企業の悪化懸念は相対的に低く、中国やベトナム進出企業のうち、15%近くは業績への影響はないと回答している。

図表Ⅲ-3 拠点所在国・地域別の影響



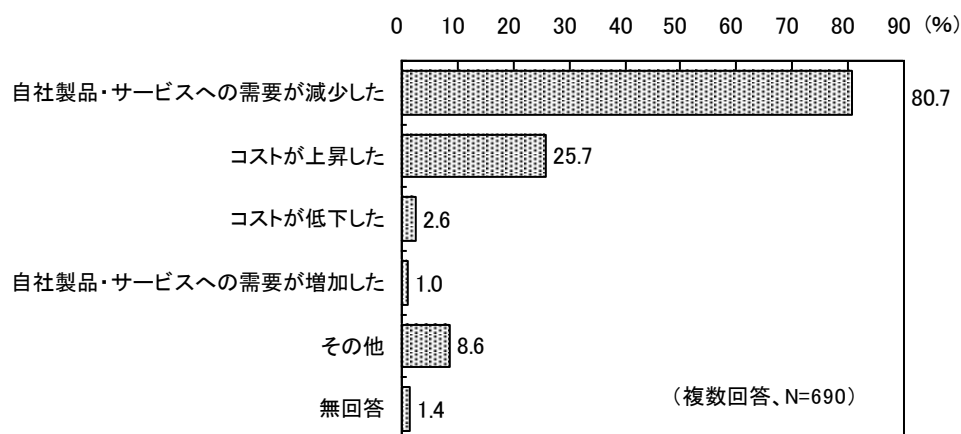
〔注1〕 国・地域名の右のカッコ内の数値は回答企業数。

〔注2〕 各国・地域に拠点を置くと回答した企業数（複数回答）全体に占める比率。

2. 具体的な影響の内容

米国発金融危機により業績への影響があると回答した企業（690社）の具体的な影響の内容（複数回答）は、「自社製品・サービスへの需要が減少した」との回答が80.7%（557社）と圧倒的に多く、「コストが上昇した」との回答（25.7%、177社）がこれに続いた。さらに製造業、非製造業を問わず、円高による為替差損の発生を挙げる向きが多くみられた。

図表Ⅲ-4 悪化・改善する具体的な影響の内容(全体)



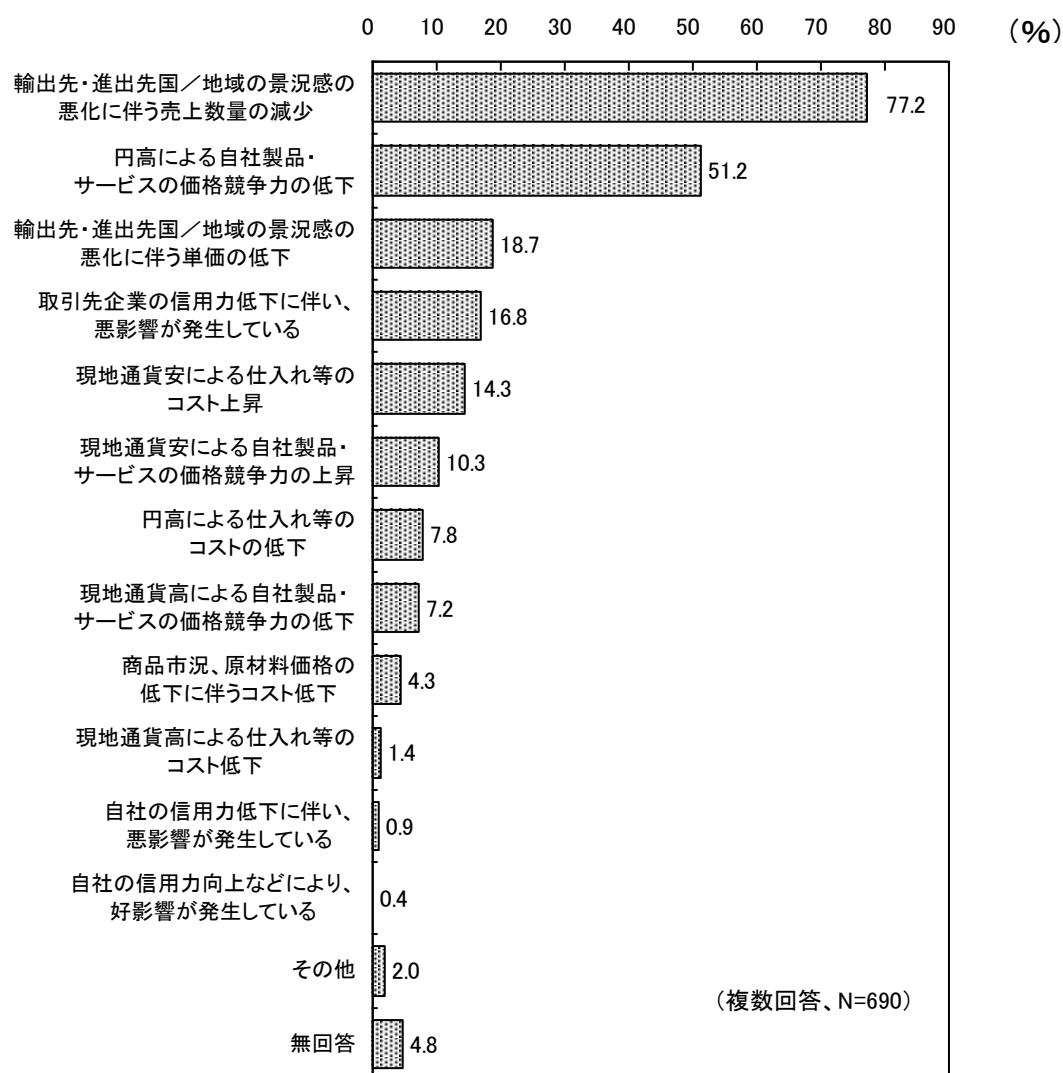
図表Ⅲ-5 悪化・改善する具体的な影響の内容(企業属性別)

| | 社数 | 自社製品・サービスへの需要が減少した | 自社製品・サービスへの需要が増加した | コストが上昇した | コストが低下した | その他 | 無回答 |
|-----------------------|-----|--------------------|--------------------|----------|----------|------|-----|
| 総計 | 690 | 80.7 | 1.0 | 25.7 | 2.6 | 8.6 | 1.4 |
| 大企業 | 287 | 82.9 | 0.3 | 25.4 | 1.7 | 8.4 | 1.0 |
| 中小企業 | 403 | 79.2 | 1.5 | 25.8 | 3.2 | 8.7 | 1.7 |
| 製造業 | 454 | 85.7 | 0.2 | 23.6 | 1.8 | 6.6 | 1.3 |
| 海外生産製造業 | 273 | 86.4 | - | 24.2 | 0.4 | 7.3 | 1.5 |
| 国内製造業 | 181 | 84.5 | 0.6 | 22.7 | 3.9 | 5.5 | 1.1 |
| 商社・卸・小売 | 160 | 76.9 | 2.5 | 32.5 | 4.4 | 6.9 | 0.6 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 76 | 59.2 | 2.6 | 23.7 | 3.9 | 23.7 | 3.9 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 236 | 71.2 | 2.5 | 29.7 | 4.2 | 12.3 | 1.7 |
| 飲食料品 | 35 | 77.1 | - | 25.7 | 2.9 | 14.3 | 2.9 |
| 繊維・織物／アパレル | 23 | 69.6 | - | 26.1 | 4.3 | 4.3 | 4.3 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 15 | 86.7 | - | 26.7 | - | 20.0 | - |
| 化学 | 38 | 71.1 | 2.6 | 31.6 | 2.6 | 2.6 | - |
| 医薬品・化粧品 | 10 | 90.0 | - | 40.0 | - | - | - |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 36 | 94.4 | - | 16.7 | - | 8.3 | - |
| 窯業・土石 | 18 | 100.0 | - | 27.8 | - | - | - |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 42 | 83.3 | - | 19.0 | 4.8 | 7.1 | 4.8 |
| 一般機械 | 63 | 90.5 | - | 30.2 | - | 3.2 | - |
| 電気機械 | 45 | 84.4 | - | 22.2 | - | 4.4 | 2.2 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 29 | 96.6 | - | 10.3 | 3.4 | 6.9 | 3.4 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 52 | 92.3 | - | 19.2 | 1.9 | 5.8 | - |
| 精密機器 | 21 | 85.7 | - | 23.8 | - | 9.5 | - |
| その他の製造業 | 27 | 77.8 | - | 22.2 | 3.7 | 11.1 | - |
| 商社・卸売 | 152 | 76.3 | 2.6 | 32.9 | 3.3 | 7.2 | 0.7 |
| 小売 | 8 | 87.5 | - | 25.0 | 25.0 | - | - |
| 建設 | 19 | 57.9 | - | 21.1 | 5.3 | 21.1 | 5.3 |
| 運輸 | 13 | 69.2 | - | 15.4 | 7.7 | 7.7 | 7.7 |
| 金融・保険 | 8 | 62.5 | 12.5 | 37.5 | - | 25.0 | - |
| 専門サービス | 7 | 71.4 | 14.3 | 28.6 | - | 42.9 | - |
| 電気・ガス・水道 | 0 | - | - | - | - | - | - |
| 情報通信サービス | 6 | 50.0 | - | 33.3 | - | 16.7 | - |
| その他の非製造業 | 23 | 52.2 | - | 21.7 | 4.3 | 30.4 | 4.3 |

3. 影響の要因

影響の要因（複数回答）としては、「輸出先・進出先国／地域の景況感の悪化に伴う売上数量の減少」を挙げた企業が77.2%（533社）と最も多く、「円高による自社製品・サービスの価格競争力の低下」（353社、51.2%）、「輸出先・進出先国／地域の景況感の悪化に伴う単価の低下」（129社、18.7%）など、海外景気の悪化や為替要因を指摘する向きが大多数であった。取引先の信用力低下に伴う悪影響を指摘する回答も1割超にのぼった一方、輸入・仕入れの面で円高メリットを受けるとの回答もみられた。

図表Ⅲ-6 影響の要因(全体)



図表Ⅲ-7 影響の要因(企業属性別)

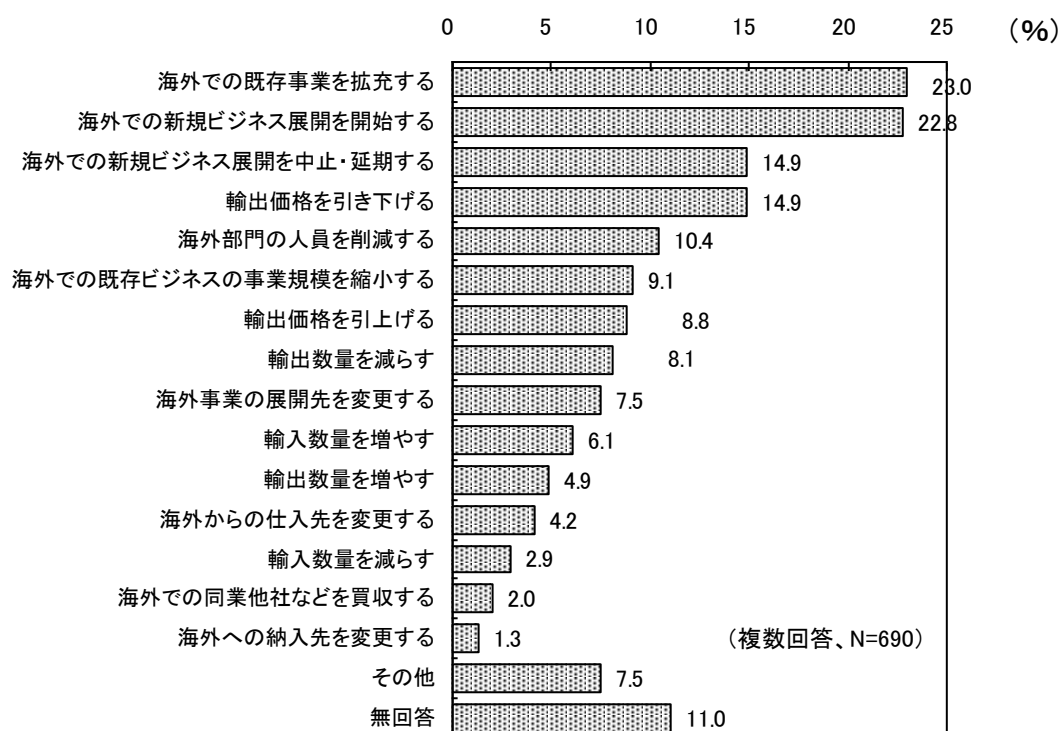
| | 社数 | 輸出先・進出先国/地域の景況感の悪化に伴う売上数量の減少 | 輸出先・進出先国/地域の景況感の悪化に伴う単価の低下 | 円高による自社製品の価格競争力の低下 | 現地通貨高による自社製品の価格競争力の低下 | 現地通貨安による自社製品の価格競争力の低下 | 円高による仕入れ等のコストの低下 | 現地通貨高による仕入れ等のコスト低下 | 現地通貨安による仕入れ等のコスト上昇 | 商品市況、原材料価格の低下に伴うコスト低下 | 取引先企業の信用力低下に伴い、悪影響が発生している | 自社の信用力低下に伴い、悪影響が発生している | 自社の信用力向上などにより、好影響が発生している | その他 | (%) 無回答 |
|-----------------------|-----|------------------------------|----------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------|------------------------|--------------------------|------|------------|
| 総計 | 690 | 77.2 | 18.7 | 51.2 | 7.2 | 10.3 | 7.8 | 1.4 | 14.3 | 4.3 | 16.8 | 0.9 | 0.4 | 2.0 | 4.8 |
| 大企業 | 287 | 84.7 | 22.6 | 51.2 | 5.6 | 12.2 | 8.4 | 0.7 | 17.4 | 5.2 | 21.3 | 0.7 | 0.3 | 1.7 | 2.8 |
| 中小企業 | 403 | 72.0 | 15.9 | 51.1 | 8.4 | 8.9 | 7.4 | 2.0 | 12.2 | 3.7 | 13.6 | 1.0 | 0.5 | 2.2 | 6.2 |
| 製造業 | 454 | 83.3 | 20.0 | 56.8 | 7.3 | 11.2 | 7.3 | 0.9 | 15.6 | 4.0 | 16.1 | 0.7 | 0.2 | 1.3 | 4.0 |
| 海外生産製造業 | 273 | 86.8 | 21.6 | 52.7 | 6.6 | 10.3 | 9.2 | 1.1 | 18.7 | 5.1 | 19.0 | 0.4 | 0.4 | 1.1 | 3.3 |
| 国内製造業 | 181 | 77.9 | 17.7 | 63.0 | 8.3 | 12.7 | 4.4 | 0.6 | 11.0 | 2.2 | 11.6 | 1.1 | - | 1.7 | 5.0 |
| 商社・卸・小売 | 160 | 68.8 | 16.3 | 48.1 | 9.4 | 11.3 | 11.3 | 3.1 | 15.0 | 6.3 | 15.0 | 1.3 | - | 1.9 | 3.8 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 76 | 59.2 | 15.8 | 23.7 | 2.6 | 2.6 | 3.9 | 1.3 | 5.3 | 2.6 | 25.0 | 1.3 | 2.6 | 6.6 | 11.8 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 236 | 65.7 | 16.1 | 40.3 | 7.2 | 8.5 | 8.9 | 2.5 | 11.9 | 5.1 | 18.2 | 1.3 | 0.8 | 3.4 | 6.4 |
| 飲食料品 | 35 | 71.4 | 14.3 | 31.4 | 2.9 | 25.7 | 8.6 | - | 17.1 | 2.9 | 5.7 | - | - | - | 2.9 |
| 繊維・織物/アパレル | 23 | 56.5 | 17.4 | 26.1 | 4.3 | 13.0 | 13.0 | 4.3 | 17.4 | 4.3 | 26.1 | - | 4.3 | 4.3 | 21.7 |
| 木材/木製品/家具/建材/紙/パルプ | 15 | 93.3 | 26.7 | 20.0 | 13.3 | 6.7 | 20.0 | - | 33.3 | 13.3 | 6.7 | - | - | - | - |
| 化学 | 38 | 78.9 | 18.4 | 63.2 | 7.9 | 15.8 | 5.3 | 2.6 | 23.7 | 7.9 | 13.2 | - | - | 2.6 | 5.3 |
| 医薬品/化粧品 | 10 | 80.0 | 10.0 | 80.0 | - | 20.0 | 20.0 | - | 80.0 | - | - | - | - | - | 10.0 |
| 石油/石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 36 | 94.4 | 22.2 | 63.9 | 5.6 | 11.1 | 5.6 | - | 8.3 | 2.8 | 8.3 | - | - | - | 2.8 |
| 窯業/土石 | 18 | 100.0 | 27.8 | 72.2 | 5.6 | 11.1 | - | - | 5.6 | 5.6 | 16.7 | - | - | - | - |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 42 | 85.7 | 21.4 | 57.1 | 11.9 | 11.9 | 9.5 | 2.4 | 9.5 | 9.5 | 21.4 | - | - | 2.4 | 4.8 |
| 一般機械 | 63 | 85.7 | 15.9 | 66.7 | 9.5 | 9.5 | 4.8 | 1.6 | 15.9 | 1.6 | 22.2 | - | - | 1.6 | 1.6 |
| 電気機械 | 45 | 86.7 | 26.7 | 64.4 | 11.1 | 11.1 | 4.4 | - | 17.8 | 2.2 | 22.2 | 2.2 | - | - | 2.2 |
| 情報通信機器/電子部品/デバイス | 29 | 89.7 | 37.9 | 69.0 | 3.4 | 3.4 | 6.9 | - | 3.4 | 6.9 | 20.7 | - | - | - | 6.9 |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 52 | 88.5 | 7.7 | 46.2 | 3.8 | 11.5 | 3.8 | - | 11.5 | - | 13.5 | 3.8 | - | - | - |
| 精密機器 | 21 | 76.2 | 23.8 | 31.0 | 14.3 | 4.8 | 9.5 | - | 28.6 | - | 4.8 | - | - | 4.8 | 4.8 |
| その他の製造業 | 27 | 70.4 | 22.2 | 63.0 | 3.7 | - | 11.1 | - | 11.1 | 3.7 | 22.2 | - | - | 3.7 | 3.7 |
| 商社・卸売 | 152 | 69.7 | 15.8 | 30.0 | 8.6 | 11.2 | 10.5 | 3.3 | 15.1 | 6.6 | 15.8 | 1.3 | - | 2.0 | 3.8 |
| 小売 | 8 | 50.0 | 25.0 | 12.5 | 25.0 | 12.5 | 25.0 | - | 12.5 | - | - | - | - | - | 12.5 |
| 建設 | 19 | 63.2 | 15.8 | 31.6 | 10.5 | - | 5.3 | - | - | - | 15.8 | 5.3 | - | 5.3 | 15.8 |
| 運輸 | 13 | 76.9 | 7.7 | 23.1 | - | 7.7 | 7.7 | - | 7.7 | 7.7 | 38.5 | - | - | - | 7.7 |
| 金融/保険 | 8 | 62.5 | 12.5 | - | - | - | - | - | - | - | 37.5 | - | - | 12.5 | 12.5 |
| 専門サービス | 7 | 42.9 | 14.3 | 14.3 | - | - | - | - | - | - | 42.9 | - | 14.3 | - | 14.3 |
| 電気/ガス/水道 | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 情報通信サービス | 6 | 50.0 | 33.3 | 16.7 | - | - | - | 16.7 | 16.7 | - | - | - | - | - | 33.3 |
| その他の非製造業 | 23 | 52.2 | 17.4 | 30.4 | - | 4.3 | 4.3 | - | 8.7 | 4.3 | 21.7 | - | 4.3 | 13.0 | 4.3 |

4. 金融市場混乱への対策

こうした影響に対する日本企業の対応策（検討中も含む、複数回答）は、「海外での既存事業を拡充する」（23.0%、159社）、「海外での新規ビジネス展開を開始する」（22.8%、157社）など海外ビジネスを強化するとの回答が多く、「海外での新規ビジネス展開を中止・延期する」（103社、14.9%）、「海外での既存ビジネスの事業規模を縮小する」（63社、9.1%）を上回った。「海外部門の人員を削減する」との回答は1割超にとどまった。なお、中期的（今後3年程度）に海外で事業規模の拡大を図る企業（467社）のうち76.9%（359社）が販売機能を拡大するとしており、金融危機下においても海外の市場開拓を積極化しようとする企業の姿勢がうかがえる。

海外事業展開の方向性を業種別にみると、「電気機械」、「飲食料品」、「医薬品・化粧品」などの製造業のみならず、「情報通信サービス」、「商社・卸売」、「運輸」、「専門サービス」、「金融・保険」など幅広い業種で、海外ビジネス強化への動きがうかがわれる。他方、海外ビジネスの縮小傾向が強いのは「建設」、「自動車／自動車部品／その他輸送機器」、「小売」など数業種にとどまった。

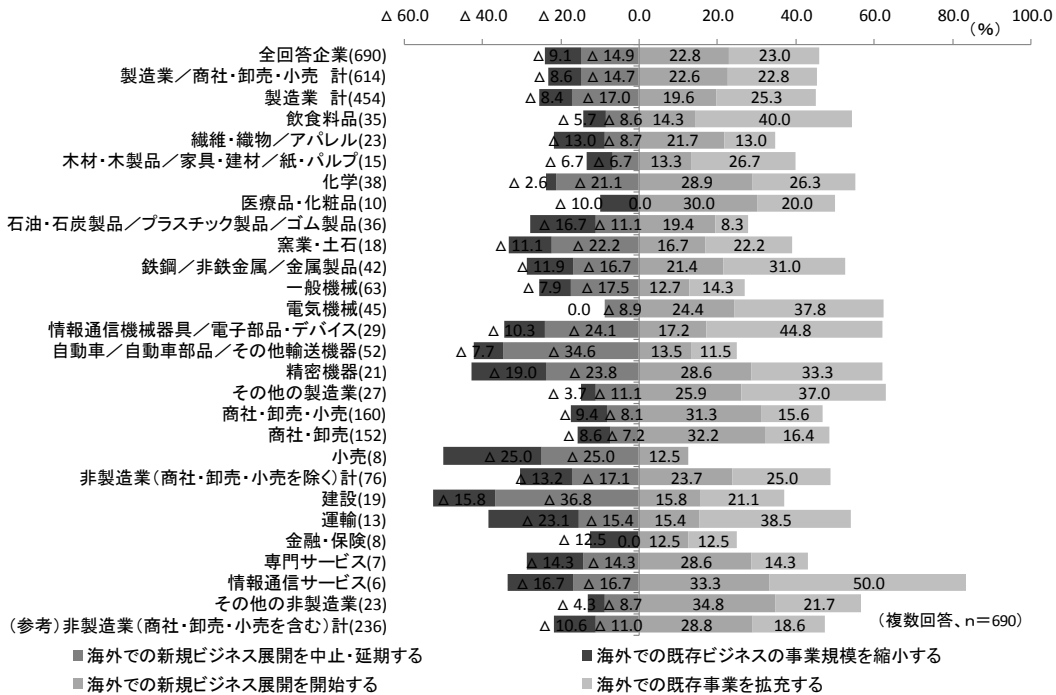
図表Ⅲ-8 実施・検討している対策（全体）



図表Ⅲ-9 実施・検討している対策(企業属性別)

| | 社数 | 海外での新規ビジネス展開を中止・延期する | 海外での既存ビジネスの事業規模を縮小する | 海外部門の人員を削減する | 輸出数量を減らす | 輸出価格を引き下げる | 輸入数量を減らす | 海外での新規ビジネス展開を開始する | 海外での既存事業を拡充する | 海外での同業他社などを買収する | 輸出数量を増やす | 輸出価格を上げる | 輸入数量を増やす | 海外事業の展開先を変更する | 海外からの仕入先を変更する | 海外への納入先を変更する | その他 | 無回答 |
|-----------------------|-----|----------------------|----------------------|--------------|----------|------------|----------|-------------------|---------------|-----------------|----------|----------|----------|---------------|---------------|--------------|------|------|
| 総計 | 690 | 14.9 | 9.1 | 10.4 | 8.1 | 14.9 | 2.9 | 22.8 | 23.0 | 2.0 | 4.9 | 8.8 | 6.1 | 7.5 | 4.2 | 1.3 | 7.5 | 11.0 |
| 大企業 | 287 | 19.9 | 10.1 | 15.3 | 8.4 | 10.5 | 1.0 | 24.4 | 29.6 | 3.1 | 3.8 | 7.3 | 4.5 | 6.6 | 3.1 | 1.0 | 8.7 | 10.1 |
| 中小企業 | 403 | 11.4 | 8.4 | 6.9 | 7.9 | 18.1 | 4.2 | 21.6 | 18.4 | 1.2 | 5.7 | 9.9 | 7.2 | 8.2 | 5.0 | 1.5 | 6.7 | 11.7 |
| 製造業 | 454 | 17.0 | 8.4 | 12.1 | 8.6 | 16.3 | 2.2 | 19.6 | 25.3 | 1.8 | 6.2 | 9.0 | 4.6 | 6.4 | 4.2 | 1.3 | 7.0 | 10.6 |
| 海外生産製造業 | 273 | 22.7 | 11.0 | 19.8 | 9.5 | 10.6 | 2.6 | 20.5 | 26.7 | 1.1 | 2.9 | 9.5 | 4.0 | 5.9 | 4.8 | 0.7 | 6.6 | 9.2 |
| 国内製造業 | 181 | 8.3 | 4.4 | 0.6 | 7.2 | 24.9 | 1.7 | 18.2 | 23.2 | 2.8 | 11.0 | 8.3 | 5.5 | 7.2 | 3.3 | 2.2 | 7.7 | 12.7 |
| 商社・卸・小売 | 160 | 8.1 | 9.4 | 6.9 | 8.8 | 15.6 | 5.0 | 31.3 | 15.6 | 1.9 | 3.8 | 12.5 | 11.3 | 11.3 | 5.6 | 1.3 | 6.9 | 10.0 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 76 | 17.1 | 13.2 | 7.9 | 3.9 | 5.3 | 2.6 | 23.7 | 25.0 | 3.9 | - | - | 3.9 | 6.6 | 1.3 | 11.8 | 15.8 | |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 236 | 11.0 | 10.6 | 7.2 | 7.2 | 12.3 | 4.2 | 28.8 | 18.6 | 2.5 | 2.5 | 8.5 | 8.9 | 9.7 | 4.2 | 1.3 | 8.5 | 11.9 |
| 飲食料品 | 35 | 8.6 | 5.7 | 5.7 | 2.9 | 11.4 | - | 14.3 | 40.0 | - | 8.6 | 8.6 | 5.7 | 8.6 | 2.9 | - | 2.9 | 11.4 |
| 繊維・織物/アパレル | 23 | 8.7 | 13.0 | - | 4.3 | 13.0 | 4.3 | 21.7 | 13.0 | - | 4.3 | 4.3 | 4.3 | 17.4 | 8.7 | - | 4.3 | 26.1 |
| 木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ | 15 | 6.7 | 6.7 | 6.7 | 33.3 | 6.7 | 13.3 | 26.7 | 26.7 | 6.7 | 6.7 | 13.3 | 13.3 | 20.0 | - | - | 13.3 | 13.3 |
| 化学 | 38 | 21.1 | 2.6 | 2.6 | 15.8 | 15.8 | 2.6 | 28.9 | 26.3 | 5.3 | 5.3 | 7.9 | 2.6 | 5.3 | - | - | 2.6 | 10.5 |
| 医薬品/化粧品 | 10 | - | 10.0 | - | 10.0 | 30.0 | - | 30.0 | 20.0 | - | 10.0 | 10.0 | 10.0 | - | - | - | 10.0 | 30.0 |
| 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 36 | 11.1 | 16.7 | 22.2 | 5.6 | 19.4 | - | 19.4 | 8.3 | - | 2.8 | 13.9 | - | 5.6 | - | 2.8 | 19.4 | 11.1 |
| 窯業/土石 | 18 | 22.2 | 11.1 | 22.2 | 5.6 | 16.7 | - | 16.7 | 22.2 | - | 5.6 | 11.1 | 11.1 | 16.7 | 5.6 | 5.6 | 16.7 | 11.1 |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 42 | 16.7 | 11.9 | 9.5 | 4.8 | 16.7 | 2.4 | 21.4 | 31.0 | 2.4 | 9.5 | 7.1 | 9.5 | 9.5 | 4.8 | 4.8 | 4.8 | 4.8 |
| 一般機械 | 63 | 17.5 | 7.9 | 12.7 | 15.9 | 19.0 | 1.8 | 12.7 | 14.3 | 1.6 | 6.3 | 14.3 | 1.6 | 7.9 | 4.8 | 8.2 | 12.7 | 11.1 |
| 電気機械 | 45 | 8.9 | - | 8.9 | 8.9 | 20.0 | - | 24.4 | 37.8 | 2.2 | 8.9 | 8.9 | 2.2 | 2.2 | - | - | 13.3 | 4.4 |
| 情報通信機械器具/電子部品/デバイス | 29 | 24.1 | 10.3 | 24.1 | 6.9 | 13.8 | 3.4 | 17.2 | 44.8 | - | 3.4 | 3.4 | 3.4 | 6.9 | 3.4 | - | 3.4 | 6.9 |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 52 | 34.6 | 7.7 | 26.9 | 11.5 | 7.7 | 1.9 | 13.5 | 11.5 | 3.8 | 3.8 | 5.8 | 3.8 | 3.8 | - | - | 3.8 | 3.8 |
| 精密機器 | 21 | 23.8 | 19.0 | 4.8 | 9.5 | 19.0 | 14.3 | 28.6 | 33.3 | - | 4.8 | 14.3 | 4.8 | 4.8 | - | - | 4.8 | 14.3 |
| その他の製造業 | 27 | 11.1 | 3.7 | 3.7 | 3.7 | 11.1 | - | 25.9 | 37.0 | 3.7 | 7.4 | 11.1 | 7.4 | - | - | 3.7 | - | 3.7 |
| 商社・卸売 | 152 | 7.2 | 8.6 | 7.2 | 7.9 | 15.1 | 5.3 | 32.2 | 16.4 | 2.0 | 3.9 | 13.2 | 11.8 | 11.2 | 5.9 | 1.3 | 6.6 | 9.2 |
| 小売 | 8 | 25.0 | 25.0 | - | 25.0 | 25.0 | - | 12.5 | - | - | - | - | - | 12.5 | - | - | 12.5 | 25.0 |
| 建設 | 19 | 36.8 | 15.8 | 10.5 | - | - | - | 15.8 | 21.1 | 5.3 | - | - | 5.3 | 10.5 | - | - | 5.3 | 10.5 |
| 運輸 | 13 | 15.4 | 23.1 | 15.4 | - | 7.7 | - | 15.4 | 38.5 | 7.7 | - | - | 7.7 | - | - | - | 7.7 | 15.4 |
| 金融・保険 | 8 | - | 12.5 | - | - | - | - | 12.5 | 12.5 | - | - | - | - | - | - | - | 50.0 | 25.0 |
| 専門サービス | 7 | 14.3 | 14.3 | 14.3 | - | - | - | 28.6 | 14.3 | 14.3 | - | - | - | 14.3 | 14.3 | 14.3 | 14.3 | 14.3 |
| 電気/ガス/水道 | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 情報通信サービス | 6 | 16.7 | 16.7 | - | 16.7 | 16.7 | - | 33.3 | 50.0 | - | - | - | - | - | - | - | - | 33.3 |
| その他の非製造業 | 23 | 8.7 | 4.8 | 4.8 | 8.7 | 8.7 | - | 34.8 | 21.7 | - | - | - | 4.3 | 8.7 | - | - | 8.7 | 19.0 |

図表Ⅲ-10 海外事業展開に関する今後の方針(業種別)



〔注1〕業種の右のカッコ内の数値は回答企業数。

〔注2〕グラフは「海外での新規ビジネス展開を中止・延期する」、「海外での既存ビジネスの事業規模を縮小する」との回答比率をマイナス表記としたもの。

自由回答項目に記された対策としては、海外の調達比率の向上を含めたコスト削減を図るとの回答が多くみられたほか、生産の見直し・削減、内外での勤務時間および人員削減をあげる向きもみられた。その一方で、輸出先（新規取引先）の拡大、新商品開発をあげる企業も少なくないほか、国内事業に注力するとの回答も散見された。

図表Ⅲ－11 米国発金融危機への対策(自由回答項目の例)

【コスト削減・海外調達の拡大】

- ・コスト削減、値引き計画の延期・変更など
（飲食料品、プラスチック製品、鉄鋼、運輸など）
- ・海外調達の開始、現地調達比率の引き上げ(検討含む)
（電気機械、精密機械、商社・卸売など）

【生産体制・雇用の見直し】

- ・生産体制見直し、生産調整
（繊維・織物、一般機械など）
- ・進出計画スケジュールの変更(ゴム製品など)
- ・雇用体制見直し、雇用調整

【新規市場開拓・商品開発】

- ・新規納入先開拓
（医薬品・化粧品、プラスチック製品、一般機械、商社・卸売など）
- ・新製品開発(プラスチック製品)

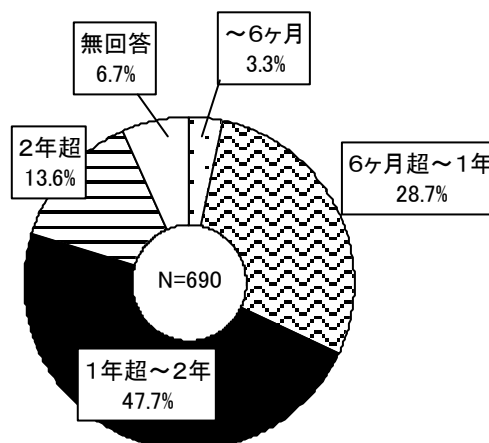
【その他】

- ・現状維持(プラスチック製品、自動車部品、専門サービスなど)
- ・情報収集の強化・検討中
- ・明確な対策がない
- ・国内事業の強化(一般機械、商社・卸売など)
- ・与信管理の徹底(建設)
- ・資金繰り支援強化、情報提供、提案力の強化(金融)
- ・代理店の教育強化(商社・卸売)

5. 影響がおよぶ期間の見込み

金融危機の影響があると回答した企業（690社）に対し、影響がおよぶ期間についての見込みについてたずねたところ、「1年超～2年」と見る向きが最も多く、全体の47.7%（329社）を占めた。次いで、「6カ月～1年」（28.7%、198社）、「2年超」（13.6%、94社）となっており、短期間で終息する「～6カ月」との見方は3.3%（23社）にとどまった。「建設」や自動車関連業種では「2年超」との回答比率がそれぞれ31.6%（19社中6社）、23.1%（52社中12社）に達するなど、長期化を見込む業種も散見される。

図表Ⅲ-12 影響がおよぶ期間(全体)



図表Ⅲ-13 影響がおよぶ期間(企業属性別)

| | 社数 | ～6ヶ月 | 6ヶ月超～1年 | 1年超～2年 | 2年超 | 無回答 |
|-----------------------|-----|------|---------|--------|------|------|
| 総計 | 690 | 3.3 | 28.7 | 47.7 | 13.6 | 6.7 |
| 大企業 | 287 | 2.8 | 25.8 | 48.4 | 17.8 | 5.2 |
| 中小企業 | 403 | 3.7 | 30.8 | 47.1 | 10.7 | 7.7 |
| 製造業 | 454 | 3.5 | 29.1 | 48.2 | 13.9 | 5.3 |
| 海外生産製造業 | 273 | 4.0 | 26.0 | 50.5 | 15.8 | 3.7 |
| 国内製造業 | 181 | 2.8 | 33.7 | 44.8 | 11.0 | 7.7 |
| 商社・卸・小売 | 160 | 3.8 | 31.9 | 48.8 | 10.6 | 5.0 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 76 | 1.3 | 19.7 | 42.1 | 18.4 | 18.4 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 236 | 3.0 | 28.0 | 46.6 | 13.1 | 9.3 |
| 飲食料品 | 35 | 14.3 | 28.6 | 42.9 | 14.3 | - |
| 繊維・織物／アパレル | 23 | - | 21.7 | 47.8 | 13.0 | 17.4 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 15 | 6.7 | 26.7 | 66.7 | - | - |
| 化学 | 38 | 2.6 | 36.8 | 36.8 | 13.2 | 10.5 |
| 医療品・化粧品 | 10 | - | 50.0 | 40.0 | - | 10.0 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 36 | 2.8 | 30.6 | 38.9 | 22.2 | 5.6 |
| 窯業・土石 | 18 | - | 38.9 | 50.0 | 11.1 | - |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 42 | 7.1 | 14.3 | 59.5 | 14.3 | 4.8 |
| 一般機械 | 63 | - | 39.7 | 47.6 | 9.5 | 3.2 |
| 電気機械 | 45 | 2.2 | 28.9 | 42.2 | 22.2 | 4.4 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 29 | - | 27.6 | 62.1 | 6.9 | 3.4 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 52 | 3.8 | 17.3 | 51.9 | 23.1 | 3.8 |
| 精密機器 | 21 | 4.8 | 33.3 | 57.1 | - | 4.8 |
| その他の製造業 | 27 | 3.7 | 29.6 | 40.7 | 14.8 | 11.1 |
| 商社・卸売 | 152 | 3.9 | 32.9 | 48.0 | 11.2 | 3.9 |
| 小売 | 8 | - | 12.5 | 62.5 | - | 25.0 |
| 建設 | 19 | - | 5.3 | 42.1 | 31.6 | 21.1 |
| 運輸 | 13 | - | 30.8 | 53.8 | 7.7 | 7.7 |
| 金融・保険 | 8 | - | 12.5 | 50.0 | 25.0 | 12.5 |
| 専門サービス | 7 | - | 28.6 | 42.9 | 14.3 | 14.3 |
| 電気・ガス・水道 | 0 | - | - | - | - | - |
| 情報通信サービス | 6 | 16.7 | 33.3 | - | 16.7 | 33.3 |
| その他の非製造業 | 23 | - | 21.7 | 43.5 | 13.0 | 21.7 |

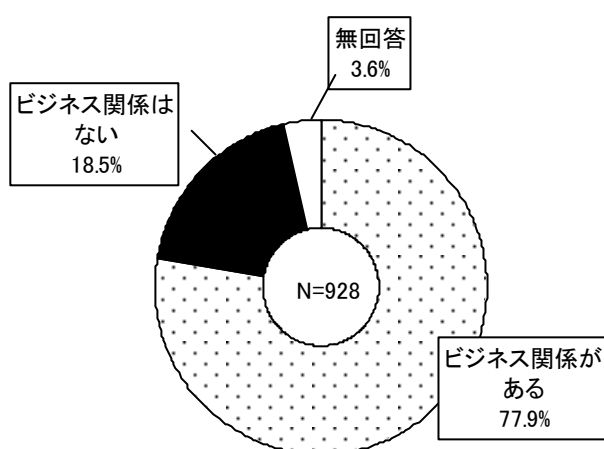
IV. 中国におけるビジネス展開

1. 中国とのビジネス関係

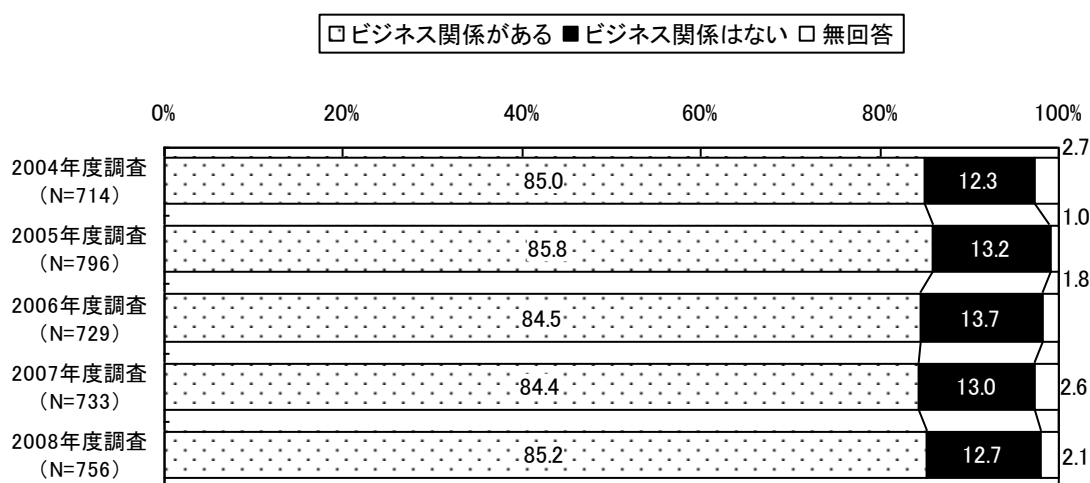
現在、中国と貿易、業務委託、技術提携、直接投資などの「ビジネス関係がある」企業は77.9%（723社）で、多くの企業が何らかの形で中国とビジネス関係を有していることが分かる。

2004年度調査からの推移をみてもほとんど変化はない。

図表IV-1 中国とのビジネス関係の有無(全体)



図表IV-2 中国とのビジネス関係の有無(時系列比較)

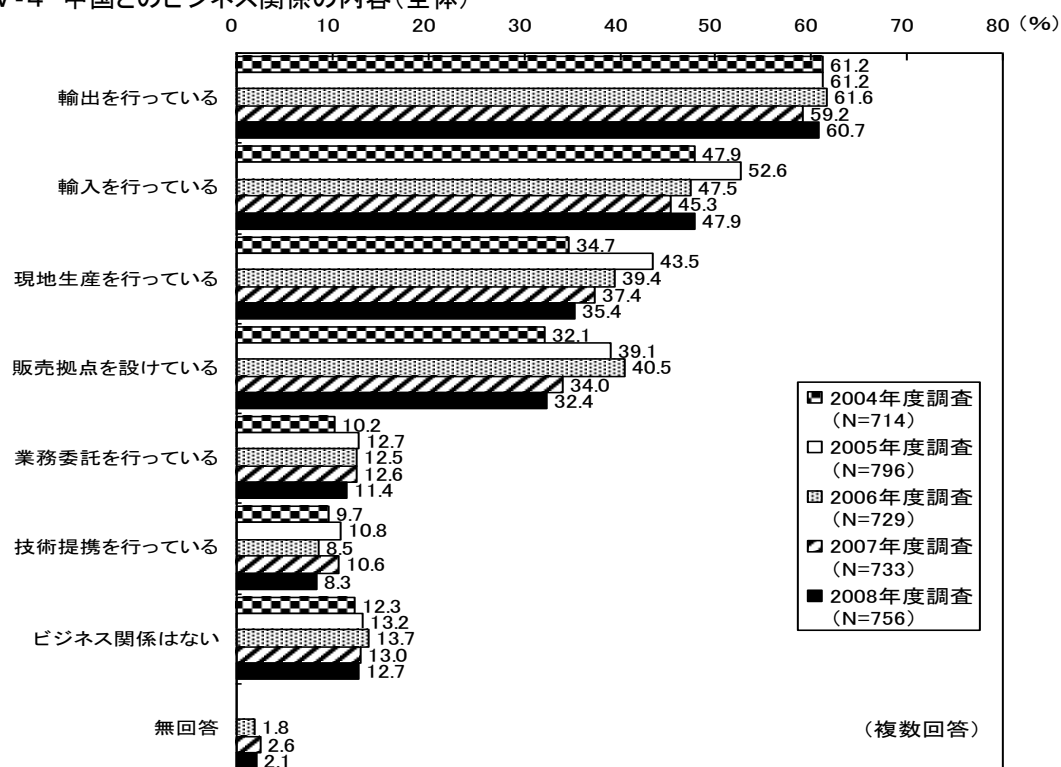


[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

図表IV-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 | 928 | 77.9 | 18.5 |
| 大企業 | 371 | 83.6 | 12.9 |
| 中小企業 | 557 | 74.1 | 22.3 |
| 製造業 | 546 | 88.8 | 9.9 |
| 海外生産製造業 | 273 | 95.2 | 4.5 |
| 国内製造業 | 181 | 80.2 | 17.2 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 75.7 | 20.0 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 46 | 44.2 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 382 | 62 | 30.9 |
| 飲食料品 | 56 | 89.3 | 7.1 |
| 繊維・織物／アパレル | 33 | 90.9 | 6.1 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 19 | 78.9 | 15.8 |
| 化学 | 46 | 93.5 | 6.5 |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 92.3 | 7.7 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 39 | 94.9 | 5.1 |
| 窯業・土石 | 19 | 94.4 | 5.6 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 50 | 86.0 | 14.0 |
| 一般機械 | 70 | 87.1 | 12.9 |
| 電気機械 | 53 | 88.7 | 9.4 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 36 | 91.7 | 8.3 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 55 | 80.0 | 16.4 |
| 精密機器 | 21 | 100.0 | - |
| その他の製造業 | 37 | 86.5 | 13.5 |
| 商社・卸売 | 193 | 76.7 | 19.7 |
| 小売 | 17 | 64.7 | 23.5 |
| 建設 | 24 | 58.2 | 37.5 |
| 運輸 | 22 | 63.6 | 27.3 |
| 金融・保険 | 41 | 19.5 | 56.1 |
| 専門サービス | 21 | 42.8 | 52.4 |
| 電気・ガス・水道 | 5 | 0.0 | 100.0 |
| 情報通信サービス | 11 | 54.5 | 36.4 |
| その他の非製造業 | 48 | 58.3 | 37.5 |

図表IV-4 中国とのビジネス関係の内容(全体)



[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

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51.7%（480社）で最も高く、以下、「輸入を行っている」（41.4%、384社）、「現地生産を行っている」（30.7%、285社）、「販売拠点を設けている」（29.3%、272社）と続く。

中国とビジネス関係があるという723社に限ると、「輸出を行っている」は66.4%、「輸入を行っている」は53.1%、「販売拠点を設けている」は37.6%、「現地生産を行っている」は39.4%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、また「技術提携を行っている」比率も全体に比べて高い。

図表IV-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 | 928 | 51.7 | 41.4 | 12.3 | 7.8 | 29.3 | 30.7 |
| 中国とのビジネス関係あり | 723 | 66.4 | 53.1 | 15.8 | 10.0 | 37.6 | 39.4 |
| 現地生産を行っている | 285 | 68.8 | 63.5 | 16.8 | 17.5 | 58.9 | 100.0 |

図表IV-6 中国とのビジネス関係の内容(企業属性別)

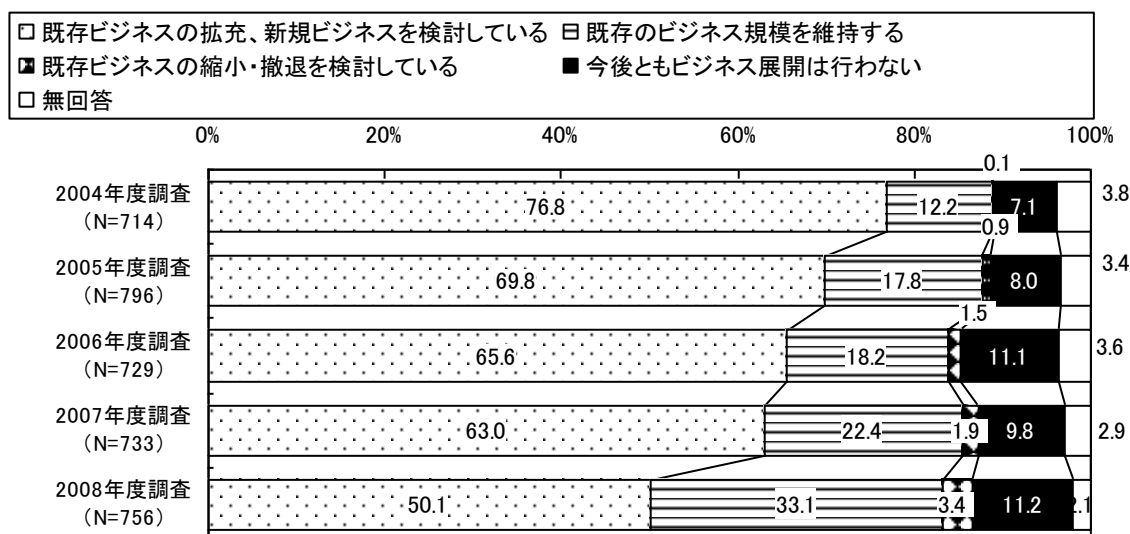
(複数回答、%)

| | 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 | 928 | 51.7 | 41.4 | 12.3 | 7.8 | 29.3 | 30.7 | 18.5 |
| 大企業 | 371 | 59.8 | 45.0 | 16.4 | 11.9 | 48.2 | 44.5 | 12.9 |
| 中小企業 | 557 | 46.3 | 39.0 | 9.5 | 5.0 | 16.7 | 21.5 | 22.3 |
| 製造業 | 546 | 64.1 | 46.3 | 13.6 | 11.4 | 35.5 | 44.0 | 9.9 |
| 海外生産製造業 | 273 | 68.7 | 58.5 | 16.3 | 15.7 | 51.8 | 72.2 | 4.5 |
| 国内製造業 | 181 | 57.9 | 30.0 | 9.9 | 5.6 | 13.7 | 6.0 | 17.2 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 51.9 | 51.9 | 5.7 | 0.5 | 24.3 | 13.3 | 20.0 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 12.2 | 12.8 | 16.3 | 5.2 | 15.7 | 9.9 | 44.2 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 382 | 34.0 | 34.3 | 10.5 | 2.6 | 20.4 | 11.8 | 30.9 |
| 飲食料品 | 56 | 46.4 | 41.1 | 12.5 | 8.9 | 28.6 | 32.1 | 7.1 |
| 繊維・織物／アパレル | 33 | 48.5 | 54.5 | 18.2 | 3.0 | 24.2 | 54.5 | 6.1 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 19 | 42.1 | 52.6 | 5.3 | 5.3 | 31.6 | 31.6 | 15.8 |
| 化学 | 46 | 71.7 | 50.0 | 15.2 | 21.7 | 37.0 | 50.0 | 6.5 |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 84.6 | 38.5 | 7.7 | - | 76.9 | 53.8 | 7.7 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 39 | 61.5 | 56.4 | 12.8 | 5.1 | 33.3 | 41.0 | 5.1 |
| 窯業・土石 | 18 | 83.3 | 66.7 | 16.7 | 5.6 | 44.4 | 44.4 | 5.6 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 50 | 56.0 | 52.0 | 16.0 | 10.0 | 34.0 | 48.0 | 14.0 |
| 一般機械 | 70 | 74.3 | 35.7 | 7.1 | 14.3 | 40.0 | 48.6 | 12.9 |
| 電気機械 | 53 | 75.5 | 45.3 | 17.0 | 11.3 | 45.3 | 47.2 | 9.4 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 36 | 63.9 | 52.8 | 25.0 | 11.1 | 25.0 | 50.0 | 8.9 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 55 | 61.8 | 40.0 | 7.3 | 25.5 | 29.1 | 43.6 | 16.4 |
| 精密機器 | 21 | 76.2 | 28.6 | 19.0 | 4.8 | 42.9 | 38.1 | - |
| その他の製造業 | 37 | 64.9 | 48.6 | 13.5 | 5.4 | 35.1 | 29.7 | 13.5 |
| 商社・卸売 | 193 | 54.9 | 51.3 | 5.2 | 0.5 | 23.8 | 14.0 | 19.7 |
| 小売 | 17 | 17.6 | 58.8 | 11.8 | - | 29.4 | 5.9 | 23.5 |
| 建設 | 24 | 12.5 | 12.5 | 8.3 | 8.3 | 37.5 | 20.8 | 37.5 |
| 運輸 | 22 | 22.7 | 27.3 | 9.1 | - | 31.8 | 4.5 | 27.3 |
| 金融・保険 | 41 | - | - | 9.8 | 4.9 | 4.9 | - | 56.1 |
| 専門サービス | 21 | 4.8 | 9.5 | 33.3 | 4.8 | 14.3 | 9.5 | 52.4 |
| 電気・ガス・水道 | 5 | - | - | - | - | - | - | 100.0 |
| 情報通信サービス | 11 | 18.2 | 9.1 | 36.4 | 9.1 | 9.1 | 9.1 | 36.4 |
| その他の非製造業 | 48 | 20.8 | 20.8 | 18.8 | 6.3 | 10.4 | 16.7 | 37.5 |

2. 中国との今後のビジネス展開

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2007年度と比べ12.9%ポイント減の50.1%（379社）と、2004年度からの減少幅と比べても極端に減少している。一方、「既存のビジネス規模を維持する」企業は10.7%ポイント増の33.1%（250社）だった。

図表IV-7 中国での今後(3年程度)のビジネス展開(時系列比較)



[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

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56.4%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。現在中国とのビジネス関係がある企業の中でも、「現地生産を行っている」企業では、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」との回答が60.4%と高くなっている。

図表IV-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 | 928 | 47.2 | 30.7 | 3.2 | 14.5 |
| 中国とのビジネス関係あり | 723 | 56.4 | 38.0 | 4.0 | 1.1 |
| 中国とのビジネス関係なし | 172 | 16.3 | 5.2 | 0.6 | 71.5 |
| 輸出のみを行っている | 132 | 51.5 | 44.7 | 0.8 | 3.0 |
| 輸入のみを行っている | 75 | 41.3 | 46.7 | 8.0 | 2.7 |
| 現地生産を行っている | 285 | 60.4 | 34.4 | 4.9 | - |

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10ポイント近く低い。

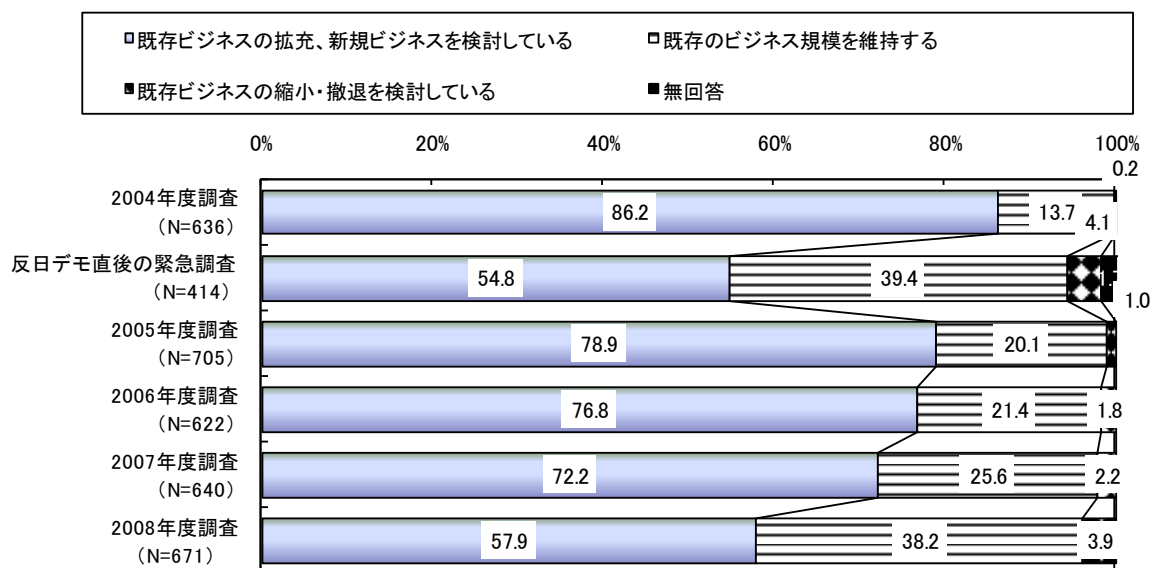
図表IV-9 中国との今後(3年程度)のビジネス展開(企業属性別)

(%)

| | 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 | 928 | 47.2 | 30.7 | 3.2 | 14.5 |
| 大企業 | 371 | 53.6 | 27.5 | 3.5 | 10.0 |
| 中小企業 | 557 | 42.9 | 32.9 | 3.1 | 17.6 |
| 製造業 | 546 | 53.5 | 33.3 | 3.3 | 8.4 |
| 海外生産製造業 | 313 | 57.5 | 33.5 | 5.1 | 3.2 |
| 国内製造業 | 233 | 48.1 | 33.0 | 0.9 | 15.5 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 41.4 | 32.4 | 3.8 | 18.6 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 34.3 | 20.3 | 2.3 | 29.1 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 382 | 38.2 | 27.0 | 3.1 | 23.3 |
| 飲食品 | 56 | 57.1 | 26.8 | 5.4 | 7.1 |
| 繊維・織物／アパレル | 33 | 42.4 | 42.4 | 9.1 | 6.1 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 19 | 63.2 | 21.1 | 5.3 | 5.3 |
| 化学 | 46 | 63.0 | 30.4 | - | 6.5 |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 84.6 | 15.4 | - | - |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 39 | 41.0 | 46.2 | 7.7 | 5.1 |
| 窯業・土石 | 18 | 66.7 | 22.2 | 5.6 | 5.6 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 50 | 42.0 | 42.0 | 4.0 | 8.0 |
| 一般機械 | 70 | 52.9 | 34.3 | 1.4 | 11.4 |
| 電気機械 | 53 | 64.2 | 20.8 | 3.8 | 11.3 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 36 | 41.7 | 47.2 | 2.8 | 8.3 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 55 | 40.0 | 38.2 | 1.8 | 16.4 |
| 精密機器 | 21 | 66.7 | 33.3 | - | - |
| その他の製造業 | 37 | 62.2 | 27.0 | - | 8.1 |
| 商社・卸売 | 193 | 41.5 | 34.2 | 3.1 | 18.1 |
| 小売 | 17 | 41.2 | 11.8 | 11.8 | 23.5 |
| 建設 | 24 | 33.3 | 25.0 | 8.3 | 29.2 |
| 運輸 | 22 | 45.5 | 22.7 | - | 18.2 |
| 金融・保険 | 41 | 49.8 | 19.5 | - | 39.0 |
| 専門サービス | 21 | 33.3 | 23.8 | - | 38.1 |
| 電気・ガス・水道 | 5 | 20.0 | - | - | 40.0 |
| 情報通信サービス | 11 | 54.5 | 9.1 | 9.1 | 18.2 |
| その他の非製造業 | 48 | 47.9 | 20.8 | 2.1 | 22.0 |

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、2007年度、2008年度調査の6時点と比較すると、反日デモ直後に「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」は86.2%→54.8%と大きく減少し、2005年度調査時点の回復後、漸減傾向が続いていたが、2008年度は反日デモ直後の緊急調査時点と同程度の57.9%と大幅に減少した。

図表IV-10 中国との今後(3年程度)のビジネス展開

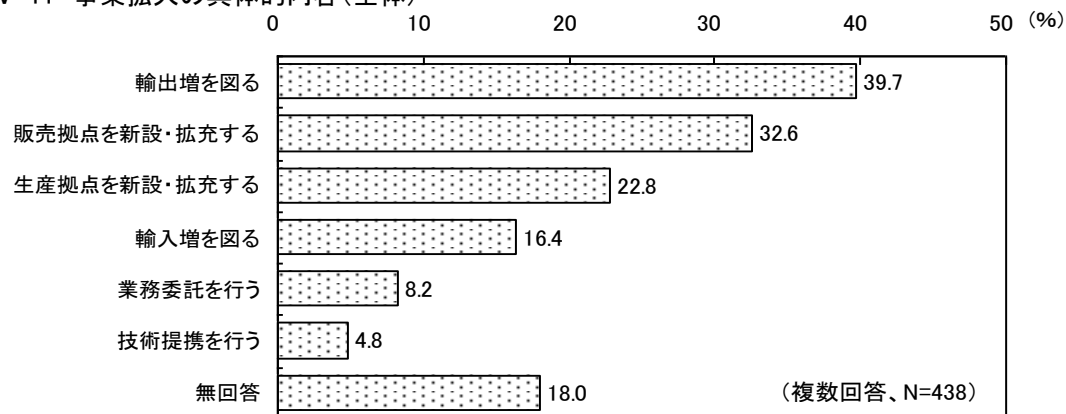


[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

3. 事業拡大の内容

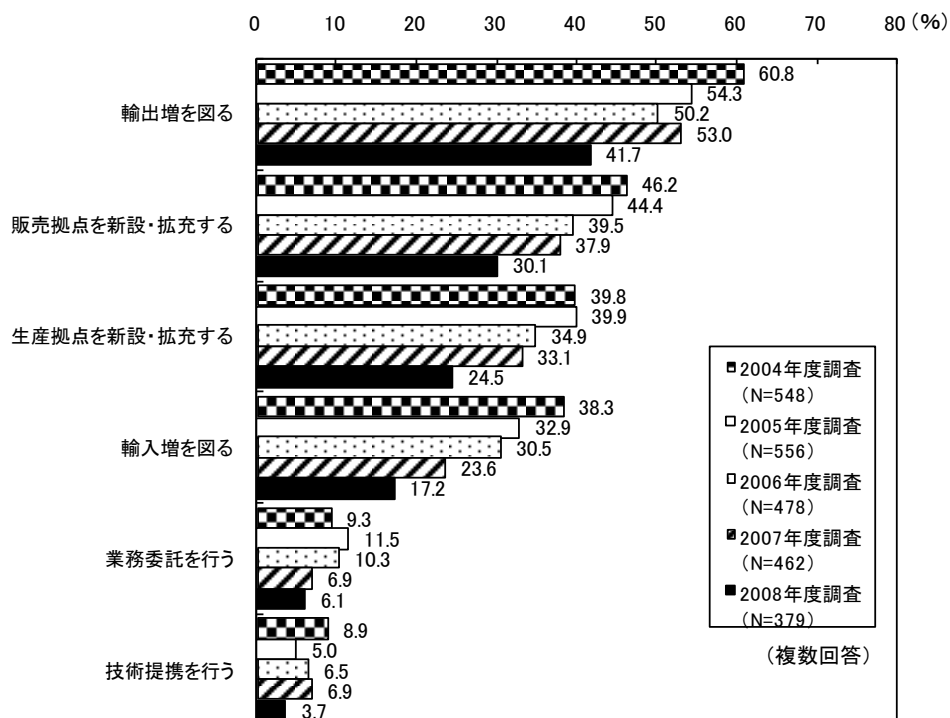
「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討している」企業（438 社）の具体的な事業拡大の内容は、「輸出増を図る」39.7%（174 社）、「販売拠点を新設・拡充する」32.6%（143 社）の2項目が3割を超える回答を得た。

図表IV-11 事業拡大の具体的内容(全体)



時系列で見ると、全ての項目が前年度より減少している。特に「輸入増を図る」は 11.3 ポイント減と大きく減少した。

図表IV-12 事業拡大の具体的内容(時系列比較)



[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

「現地生産を行っている」企業では、「販売拠点を新設・拡充する」(38.4%)、「生産拠点を新設・拡充する」(44.2%)の項目が、全体と比べても高い回答になっている。

また、企業属性別でみると、「海外生産製造業」の約4割(39.4%)の企業が、「生産拠点を新設・拡充する」と回答している。

図表IV-13 事業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 | 輸入増を図る | 業務委託を行う | 技術提携を行う | 販売拠点を新設・拡充する | 生産拠点を新設・拡充する |
|--------------|-----|--------|--------|---------|---------|--------------|--------------|
| 総計 | 438 | 39.7 | 16.4 | 8.2 | 4.8 | 32.6 | 22.8 |
| 中国とのビジネス関係あり | 408 | 40.9 | 17.6 | 7.4 | 4.7 | 31.6 | 23.0 |
| 中国とのビジネス関係なし | 28 | 25.0 | - | 17.9 | 7.1 | 50.0 | 21.4 |
| 輸出のみを行っている | 68 | 69.1 | 1.5 | 2.9 | 2.9 | 19.1 | 5.9 |
| 輸入のみを行っている | 31 | 16.1 | 58.1 | - | - | 16.1 | 3.2 |
| 現地生産を行っている | 172 | 33.1 | 15.7 | 5.8 | 5.8 | 38.4 | 44.2 |

図表IV-14 事業拡大の具体的な内容(企業属性別)

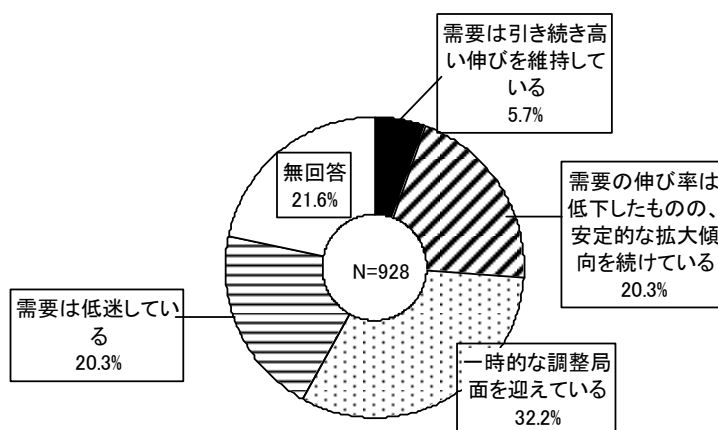
(複数回答、%)

| | 社数 | 輸出増を図る | 輸入増を図る | 業務委託を行う | 技術提携を行う | 販売拠点を新設・拡充する | 生産拠点を新設・拡充する |
|-----------------------|-----|--------|--------|---------|---------|--------------|--------------|
| 総計 | 438 | 39.7 | 16.4 | 8.2 | 4.8 | 32.6 | 22.8 |
| 大企業 | 199 | 38.2 | 14.6 | 7.5 | 3.5 | 43.7 | 28.6 |
| 中小企業 | 239 | 41.0 | 18.0 | 8.8 | 5.9 | 23.4 | 18.0 |
| 製造業 | 292 | 40.8 | 13.4 | 6.8 | 4.1 | 30.8 | 28.1 |
| 海外生産製造業 | 180 | 33.3 | 15.6 | 6.1 | 4.4 | 35.6 | 39.4 |
| 国内製造業 | 112 | 52.7 | 9.8 | 8.0 | 3.6 | 23.2 | 9.8 |
| 商社・卸・小売 | 87 | 44.8 | 29.9 | 3.4 | 2.3 | 27.6 | 12.6 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 59 | 27.1 | 11.9 | 22.0 | 11.9 | 49.2 | 11.9 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 146 | 37.7 | 22.6 | 11.0 | 6.2 | 36.3 | 12.3 |
| 飲食品 | 32 | 50.0 | 9.4 | 6.3 | - | 34.4 | 15.6 |
| 繊維・織物/アパレル | 14 | 35.7 | 14.3 | 14.3 | - | 28.6 | 7.1 |
| 木材・木製品/家具/建材/紙/パルプ | 12 | 41.7 | 33.3 | 8.3 | - | 16.7 | 25.0 |
| 化学 | 29 | 20.7 | 13.8 | 3.4 | 3.4 | 27.6 | 48.3 |
| 医薬品/化粧品 | 11 | 63.6 | 9.1 | 9.1 | - | 27.3 | 18.2 |
| 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 16 | 43.8 | 12.5 | - | 6.3 | 25.0 | 25.0 |
| 窯業/土石 | 12 | 66.7 | 33.3 | 8.3 | - | 41.7 | 16.7 |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 21 | 28.6 | 19.0 | 4.8 | 4.8 | 28.6 | 23.8 |
| 一般機械 | 37 | 51.4 | 8.1 | 2.7 | 10.8 | 45.9 | 21.6 |
| 電気機械 | 34 | 47.1 | 11.8 | 14.7 | 8.8 | 44.1 | 41.2 |
| 情報通信機械器具/電子部品/デバイス | 15 | 26.7 | 6.7 | - | - | 20.0 | 40.0 |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 22 | 27.3 | 9.1 | 4.5 | 9.1 | 13.6 | 40.9 |
| 精密機器 | 14 | 28.6 | 7.1 | 21.4 | - | 28.6 | 35.7 |
| その他の製造業 | 23 | 43.5 | 17.4 | 4.3 | - | 21.7 | 17.4 |
| 商社・卸売 | 80 | 46.3 | 31.3 | 3.8 | 2.5 | 26.3 | 12.5 |
| 小売 | 7 | 28.6 | 14.3 | - | - | 42.9 | 14.3 |
| 建設 | 8 | 12.5 | 12.5 | 12.5 | 37.5 | 25.0 | 25.0 |
| 運輸 | 10 | 40.0 | 10.0 | 10.0 | - | 7.0 | - |
| 金融・保険 | 4 | - | - | 50.0 | - | 50.0 | - |
| 専門サービス | 7 | 14.3 | 14.3 | 57.1 | 28.6 | 28.6 | 28.6 |
| 電気/ガス/水道 | 1 | - | - | - | - | - | - |
| 情報通信サービス | 6 | 50.0 | - | 16.7 | 16.7 | 66.7 | - |
| その他の非製造業 | 23 | 30.4 | 17.4 | 17.4 | 4.3 | 52.2 | 13.0 |

4. 北京オリンピック開催の影響

2008年8月に開催された北京オリンピックを境に、どのような需要の変化があったか尋ねたところ、「一時的な調整局面を迎えている」32.2% (299社) との回答が最も多く、「需要は低迷している」20.3% (188社) との合計が52.5% (487社) と過半数に達している。

図表IV-15 北京オリンピック開催による需要の変化(全体)

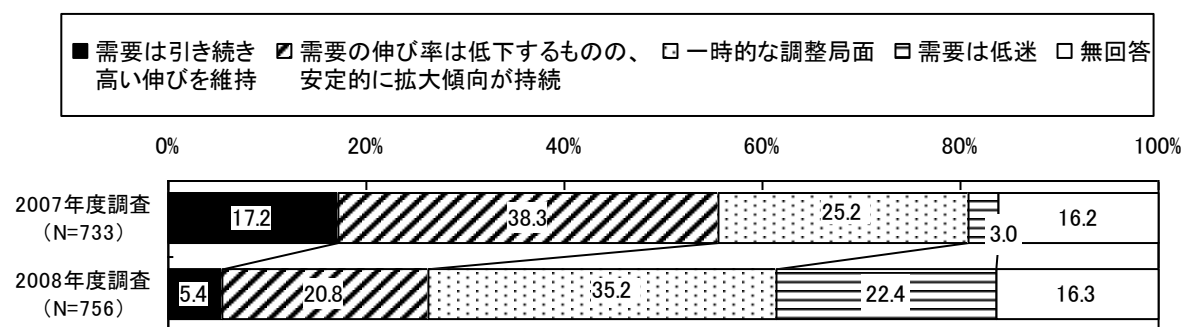


図表IV-16 北京オリンピック開催による需要の変化(企業属性別)

| | 社数 | 需要は引き続き高い伸びを維持している | 需要の伸び率は低下したものの、安定的な拡大傾向を続けている | 一時的な調整局面を迎えている | 需要は低迷している | 無回答 |
|-----------------------|-----|--------------------|-------------------------------|----------------|-----------|------|
| 総計 | 928 | 5.7 | 20.3 | 32.2 | 20.3 | 21.6 |
| 大企業 | 371 | 7.5 | 25.9 | 32.3 | 15.4 | 18.9 |
| 中小企業 | 557 | 4.5 | 16.5 | 32.1 | 23.5 | 23.3 |
| 製造業 | 546 | 6.4 | 22.7 | 35.5 | 20.3 | 15.0 |
| 海外生産製造業 | 313 | 7.3 | 27.5 | 40.3 | 14.4 | 10.5 |
| 国内製造業 | 233 | 5.2 | 16.3 | 29.2 | 28.3 | 21.0 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 2.9 | 15.7 | 34.3 | 27.6 | 19.5 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 7.0 | 18.0 | 19.2 | 11.0 | 44.8 |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 382 | 4.7 | 16.8 | 27.5 | 20.2 | 30.9 |
| 飲食料品 | 56 | 8.9 | 21.4 | 32.1 | 16.1 | 21.4 |
| 繊維・織物／アパレル | 33 | 6.1 | 12.1 | 42.4 | 24.2 | 15.2 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 19 | 5.3 | 10.5 | 47.4 | 15.8 | 21.1 |
| 化学 | 46 | 6.5 | 39.1 | 23.9 | 17.4 | 13.0 |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 23.1 | 61.5 | - | - | 15.4 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 39 | 5.1 | 12.8 | 48.7 | 25.6 | 7.7 |
| 窯業・土石 | 18 | - | 16.7 | 38.9 | 44.4 | - |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 50 | 8.0 | 14.0 | 38.0 | 26.0 | 14.0 |
| 一般機械 | 70 | 2.9 | 24.3 | 31.4 | 28.6 | 12.9 |
| 電気機械 | 53 | 7.5 | 34.0 | 30.2 | 15.1 | 13.2 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 36 | - | 11.1 | 50.0 | 25.0 | 13.9 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 55 | 10.9 | 20.0 | 41.8 | 9.1 | 18.2 |
| 精密機器 | 21 | - | 33.3 | 38.1 | 9.5 | 19.0 |
| その他の製造業 | 37 | 8.1 | 21.6 | 27.0 | 21.6 | 21.6 |
| 商社・卸売 | 193 | 2.6 | 13.5 | 35.2 | 27.5 | 19.2 |
| 小売 | 17 | 5.9 | 17.6 | 23.5 | 29.4 | 23.5 |
| 建設 | 24 | 4.2 | 4.2 | 29.2 | 16.7 | 45.8 |
| 運輸 | 22 | 4.5 | 31.8 | 31.8 | 9.1 | 22.7 |
| 金融・保険 | 41 | 4.9 | 14.6 | 7.3 | 4.9 | 68.3 |
| 専門サービス | 21 | 14.3 | 19.0 | 23.8 | 14.3 | 28.6 |
| 電気・ガス・水道 | 5 | - | 20.0 | 20.0 | - | 60.0 |
| 情報通信サービス | 11 | - | - | 18.2 | 54.5 | 27.3 |
| その他の非製造業 | 48 | 10.4 | 25.0 | 16.7 | 4.2 | 43.8 |

これを前年度調査の「北京オリンピック開催の影響」の回答と比べると、「需要は引き続き高い伸びを維持」、「需要の伸び率は低下するものの、安定的に拡大傾向が持続」（計 55.5% → 計 26.2%）は大幅に減少し、その変わり「一時的な調整局面」、「需要は低迷」（計 28.2% → 計 57.6%）と今後を懸念する意見が半数以上を占めている。

図表IV-17 北京オリンピック開催前の予測との比較(全体)



図表IV-18 北京オリンピック開催前の予測との比較(企業属性別)

| | 需要は引き続き高い伸びを維持 | 需要の伸び率は低下するものの、安定的に拡大傾向が持続 | 一時的な調整局面 | 需要は低迷 |
|-----------------------|----------------|----------------------------|----------|-------|
| 総計 | △ 11.8 | △ 17.5 | 10.0 | 19.4 |
| 大企業 | △ 12.9 | △ 18.1 | 13.7 | 17.7 |
| 中小企業 | △ 10.9 | △ 16.7 | 7.6 | 20.3 |
| 製造業 | △ 12.6 | △ 15.4 | 8.9 | 17.4 |
| 海外生産製造業 | △ 14.4 | △ 14.5 | 15.7 | 12.9 |
| 国内製造業 | △ 6.5 | △ 10.3 | △ 3.6 | 20.5 |
| 商社・卸・小売 | △ 8.9 | △ 23.3 | 12.9 | 24.4 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | - | - | - | - |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | - | - | - | - |
| 飲食料品 | △ 13.7 | △ 22.1 | 14.4 | 16.1 |
| 繊維・織物／アパレル | △ 18.9 | △ 4.6 | 0.7 | 15.9 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | △ 15.8 | △ 26.3 | 31.6 | 15.8 |
| 化学 | △ 10.9 | △ 10.9 | 6.5 | 15.2 |
| 医療品・化粧品 | △ 6.9 | △ 36.5 | △ 15.0 | △ 9.0 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | △ 24.1 | △ 28.9 | 36.2 | 17.3 |
| 窯業・土石 | △ 0.0 | △ 11.9 | △ 11.1 | 37.3 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | △ 11.1 | △ 9.4 | 8.2 | 21.7 |
| 一般機械 | △ 10.7 | △ 23.8 | △ 0.7 | 27.4 |
| 電気機械 | △ 25.1 | 5.7 | 4.1 | 12.9 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | △ 16.3 | △ 35.4 | 26.7 | 22.7 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 1.8 | △ 23.6 | 9.1 | 5.5 |
| 精密機器 | △ 10.0 | △ 3.3 | △ 5.2 | △ 6.2 |
| その他の製造業 | △ 17.6 | △ 12.7 | 7.0 | 18.7 |
| 商社・卸売 | △ 10.0 | △ 22.8 | △ 11.2 | 24.5 |
| 小売 | 0.0 | △ 17.7 | 23.5 | 23.5 |

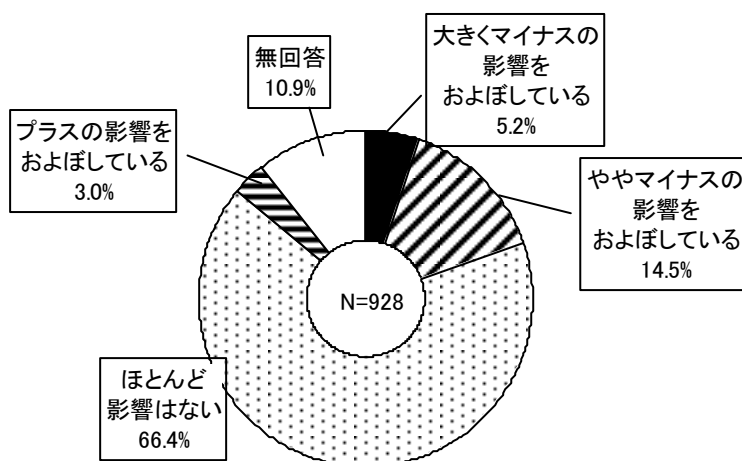
[注 1]前年度は、「非製造業」への調査票から本調査項目を除いていたため、上記表の「非製造業」欄が全てブランクになっている。

[注 2]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

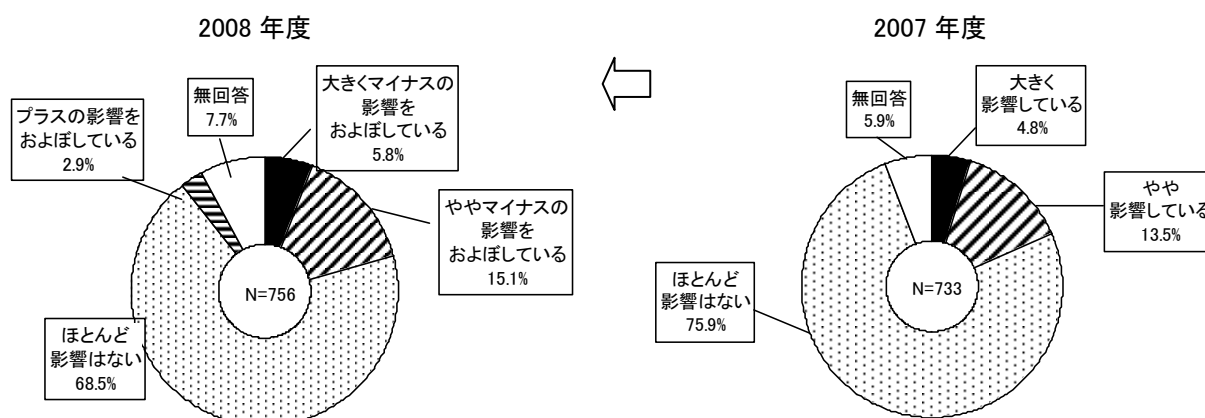
5. 中国製品の安全性問題の影響

中国製品の安全性への懸念が指摘されている中、中国製品の安全性がビジネスに影響を与えているか尋ねたところ、「ほとんど影響はない」という回答が66.4%（616社）にものぼった。

図表IV-19 中国製品の安全性への懸念が与える影響(全体)



<参考> 中国産品の安全性問題の影響(2008年度調査、2007年度調査)



[注]時系列比較は、前年度までの調査結果と連続性を保つため、「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」からの回答に絞り込んで集計を行っている。

「大きくマイナスの影響をおよぼしている」と回答した企業の業種をみると、「小売」が23.5%（4社）と最も高く、「ややマイナスの影響をおよぼしている」47.1%（8社）というマイナスの影響をおよぼしている合計は70.6%と7割を超える回答になっている。

次いで「大きくマイナスの影響をおよぼしている」と回答した企業は「飲食品」に多く19.6%（11社）となっている、同様に「ややマイナスの影響をおよぼしている」28.6%（16社）との計は48.2%と約半数の企業がマイナスの影響を及ぼしていると回答している。

図表IV-20 中国製品の安全性への懸念が与える影響（企業属性別）

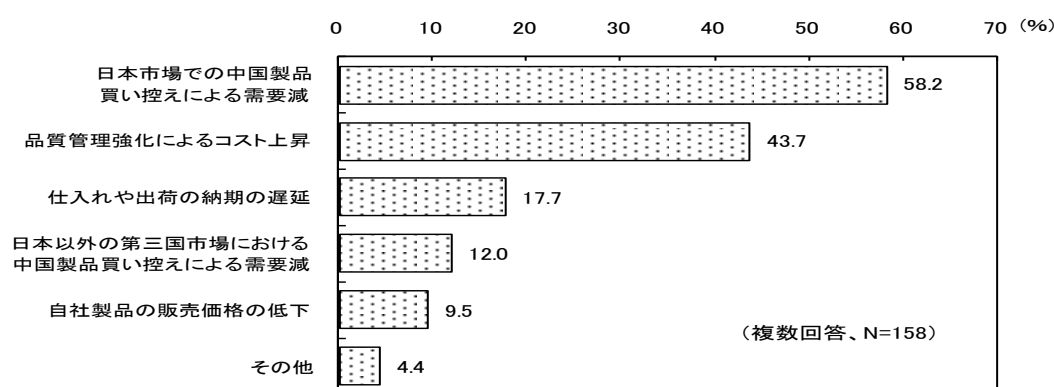
| | 社数 | 大きくマイナスの影響をおよぼしている | ややマイナスの影響をおよぼしている | ほとんど影響はない | プラスの影響をおよぼしている |
|-----------------------|-----|--------------------|-------------------|-----------|----------------|
| 総計 | 928 | 5.2 | 14.5 | 66.4 | 3.0 |
| 大企業 | 371 | 3.8 | 16.2 | 69.5 | 1.3 |
| 中小企業 | 557 | 6.1 | 13.5 | 64.3 | 4.1 |
| 製造業 | 546 | 4.8 | 13.6 | 71.8 | 2.9 |
| 海外生産製造業 | 313 | 5.1 | 12.8 | 75.1 | 1.3 |
| 国内製造業 | 233 | 4.3 | 14.6 | 67.4 | 5.2 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 8.6 | 19.0 | 60.0 | 2.9 |
| 非製造業（商社・卸・小売を除く） | 172 | 2.3 | 12.2 | 57.0 | 3.5 |
| （参考）非製造業（商社・卸売・小売を含む） | 382 | 5.8 | 16.0 | 58.6 | 3.1 |
| 飲食品 | 56 | 19.6 | 28.6 | 35.7 | 12.5 |
| 繊維・織物／アパレル | 33 | - | 39.4 | 54.5 | 3.0 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 19 | 15.8 | - | 68.4 | 5.3 |
| 化学 | 46 | 4.3 | 15.2 | 78.3 | - |
| 医療品・化粧品 | 13 | - | 15.4 | 84.6 | - |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 39 | 5.1 | 12.8 | 76.9 | 2.6 |
| 窯業・土石 | 18 | 11.1 | 5.6 | 83.3 | - |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 50 | 2.0 | 10.0 | 78.0 | 2.0 |
| 一般機械 | 70 | 4.3 | 7.1 | 81.4 | 2.9 |
| 電気機械 | 53 | - | 17.0 | 69.8 | 1.9 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 36 | - | 13.9 | 83.3 | - |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 55 | - | 1.8 | 81.8 | - |
| 精密機器 | 21 | 4.8 | 4.8 | 71.4 | - |
| その他の製造業 | 37 | 2.7 | 10.8 | 70.3 | 5.4 |
| 商社・卸売 | 193 | 7.3 | 16.6 | 63.7 | 3.1 |
| 小売 | 17 | 23.5 | 47.1 | 17.6 | - |
| 建設 | 24 | 4.2 | 4.2 | 50.0 | 12.5 |
| 運輸 | 22 | - | 22.7 | 50.0 | 4.5 |
| 金融・保険 | 41 | - | 14.6 | 46.3 | - |
| 専門サービス | 21 | - | 9.5 | 71.4 | - |
| 電気・ガス・水道 | 5 | - | - | 80.0 | - |
| 情報通信サービス | 11 | - | 9.1 | 72.7 | - |
| その他の非製造業 | 48 | 6.3 | 12.5 | 60.4 | 4.2 |

6. マイナスの影響の内容

前設問で、「大きくマイナスの影響をおよぼしている」「ややマイナスの影響をおよぼしている」と回答した「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」の企業158社に「マイナスの影響の具体的な内容」について尋ねた。

「日本市場での中国製品買い控えによる需要減」が58.2%（92社）で最も多く、「品質管理強化によるコスト上昇」が43.7%（69社）と続く。

図表IV-21 マイナスの影響をおよぼしている具体的な内容(全体)



図表IV-22 マイナスの影響をおよぼしている具体的な内容(企業属性別)

(複数回答、%)

| | 社数 | 日本市場での中国製品買い控えによる需要減 | 日本以外の第三国市場における中国製品買い控えによる需要減 | 自社製品の販売価格の低下 | 品質管理強化によるコスト上昇 | 仕入れや出荷の納期の遅延 | その他 |
|-----------------------|-----|----------------------|------------------------------|--------------|----------------|--------------|------|
| 総計 | 158 | 58.2 | 12.0 | 9.5 | 43.7 | 17.7 | 4.4 |
| 大企業 | 63 | 60.3 | 11.1 | 6.3 | 44.4 | 17.5 | 3.2 |
| 中小企業 | 95 | 56.8 | 12.6 | 11.6 | 43.2 | 17.9 | 5.3 |
| 製造業 | 100 | 46.0 | 14.0 | 12.0 | 46.0 | 17.0 | 5.0 |
| 海外生産製造業 | 56 | 44.6 | 14.3 | 12.5 | 50.0 | 21.4 | 1.8 |
| 国内製造業 | 44 | 47.7 | 13.6 | 11.4 | 40.9 | 11.4 | 9.1 |
| 商社・卸・小売 | 58 | 79.3 | 8.6 | 5.2 | 39.7 | 19.0 | 3.4 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 0 | - | - | - | - | - | - |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 58 | 79.3 | 8.6 | 5.2 | 39.7 | 19.0 | 3.4 |
| 飲食料品 | 27 | 66.7 | 7.4 | 3.7 | 48.1 | 18.5 | 7.4 |
| 繊維・織物／アパレル | 13 | 53.8 | - | 23.1 | 53.8 | 15.4 | - |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 3 | - | 33.3 | 33.3 | 66.7 | - | - |
| 化学 | 9 | 77.8 | 22.2 | - | 22.2 | - | - |
| 医薬品・化粧品 | 2 | - | - | - | 100.0 | 50.0 | - |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 7 | 42.9 | 14.3 | 14.3 | 85.7 | 28.6 | - |
| 窯業・土石 | 3 | 33.3 | 33.3 | - | - | - | 33.3 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 6 | 50.0 | - | 16.7 | 16.7 | 16.7 | 16.7 |
| 一般機械 | 8 | 50.0 | 12.5 | 12.5 | 25.0 | 12.5 | 12.5 |
| 電気機械 | 9 | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 33.3 | 22.2 | - |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 5 | 20.0 | 20.0 | 20.0 | 80.0 | 20.0 | - |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 1 | - | - | - | 100.0 | 100.0 | - |
| 精密機器 | 2 | 50.0 | 50.0 | - | 50.0 | - | - |
| その他の製造業 | 5 | - | 60.0 | 20.0 | 40.0 | 20.0 | - |
| 商社・卸売 | 46 | 78.3 | 10.9 | 6.5 | 41.3 | 18.2 | 4.3 |
| 小売 | 12 | 83.3 | - | - | 33.3 | 33.3 | - |
| 建設 | 0 | - | - | - | - | - | - |
| 運輸 | 0 | - | - | - | - | - | - |
| 金融・保険 | 0 | - | - | - | - | - | - |
| 専門サービス | 0 | - | - | - | - | - | - |
| 電気・ガス・水道 | 0 | - | - | - | - | - | - |
| 情報通信サービス | 0 | - | - | - | - | - | - |
| その他の非製造業 | 0 | - | - | - | - | - | - |

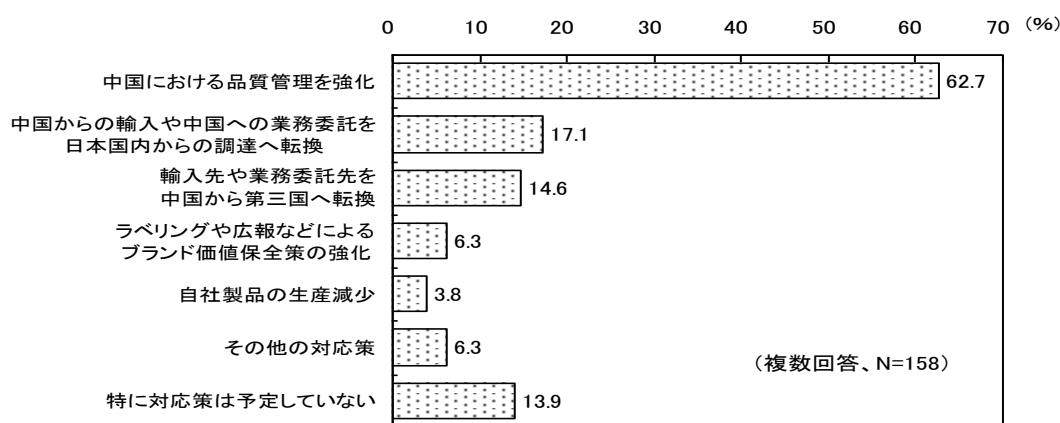
[注]「非製造業」への調査票から本調査項目を除いたため、上記表の「非製造業」欄が空白になっている。

7. 影響への対応

前設問同様に 158 社に対し、対応方針や対応策について尋ねたところ、「中国における品質管理を強化」が 62.7% (99 社) と 6 割以上の企業が管理強化の必要性を認識している。

形態別にみると、「中国における品質管理を強化」との回答は、「海外生産製造業」が 69.6% (39 社)、「国内製造業」が 47.7% (21 社) となっており、「海外生産製造業」からの回答が 20%ポイント以上高くなっている。

図表IV-23 今後の対応方針や実施した対応策(全体)



図表IV-24 今後の対応方針や実施した対応策(企業属性別)

(複数回答、%)

| | 社数 | 中国からの輸入や中国への業務委託を日本国内からの調達へ転換 | 輸入先や業務委託先を中国から第三国へ転換 | 中国における品質管理を強化 | ラベリングや広報などによるブランド価値保全策の強化 | 自社製品の生産減少 | その他の対応策 | 特に対応策は予定していない |
|-----------------------|-----|-------------------------------|----------------------|---------------|---------------------------|-----------|---------|---------------|
| 総計 | 158 | 17.1 | 14.6 | 62.7 | 6.3 | 3.8 | 6.3 | 13.9 |
| 大企業 | 63 | 12.7 | 15.9 | 63.5 | 9.5 | 3.2 | 6.3 | 11.1 |
| 中小企業 | 95 | 20.0 | 13.7 | 62.1 | 4.2 | 4.2 | 6.3 | 15.8 |
| 製造業 | 100 | 19.0 | 12.0 | 60.0 | 6.0 | 4.0 | 7.0 | 15.0 |
| 海外生産製造業 | 56 | 16.1 | 10.7 | 69.6 | 8.9 | 7.1 | 8.9 | 8.9 |
| 国内製造業 | 44 | 22.7 | 13.6 | 47.7 | 2.3 | - | 4.5 | 22.7 |
| 商社・卸・小売 | 58 | 13.8 | 19.0 | 67.2 | 6.9 | 3.4 | 5.2 | 12.1 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 0 | - | - | - | - | - | - | - |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 58 | 13.8 | 19.0 | 67.2 | 6.9 | 3.4 | 5.2 | 12.1 |
| 飲食物品 | 27 | 22.2 | 11.1 | 59.3 | 7.4 | 7.4 | 11.1 | 14.8 |
| 繊維・織物／アパレル | 13 | 15.4 | 23.1 | 92.3 | 7.7 | 7.7 | - | - |
| 木材・木製品／家具・建材／紙／パルプ | 3 | 33.3 | 33.3 | 33.3 | - | - | - | 33.3 |
| 化学 | 9 | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | - | 11.1 | 33.3 |
| 医薬品・化粧品 | 2 | 100.0 | - | - | - | - | - | - |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 7 | 14.3 | 14.3 | 100.0 | 14.3 | - | - | - |
| 窯業・土石 | 3 | - | - | 66.7 | - | - | - | 33.3 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 6 | 16.7 | - | 66.7 | - | - | 16.7 | - |
| 一般機械 | 8 | - | 12.5 | 37.5 | 12.5 | - | - | 62.5 |
| 電気機械 | 9 | 22.2 | - | 66.7 | - | 11.1 | 11.1 | - |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 5 | 20.0 | - | 80.0 | - | - | 20.0 | - |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 1 | - | 100.0 | 100.0 | - | - | - | - |
| 精密機器 | 2 | - | 50.0 | 50.0 | - | - | - | - |
| その他の製造業 | 5 | 40.0 | - | 20.0 | - | - | - | 20.0 |
| 商社・卸売 | 46 | 10.9 | 15.2 | 65.2 | 6.5 | 4.3 | 6.5 | 13.0 |
| 小売 | 12 | 25.0 | 33.3 | 75.0 | 8.3 | - | - | 8.3 |
| 建設 | 0 | - | - | - | - | - | - | - |
| 運輸 | 0 | - | - | - | - | - | - | - |
| 金融・保険 | 0 | - | - | - | - | - | - | - |
| 専門サービス | 0 | - | - | - | - | - | - | - |
| 電気・ガス・水道 | 0 | - | - | - | - | - | - | - |
| 情報通信サービス | 0 | - | - | - | - | - | - | - |
| その他の非製造業 | 0 | - | - | - | - | - | - | - |

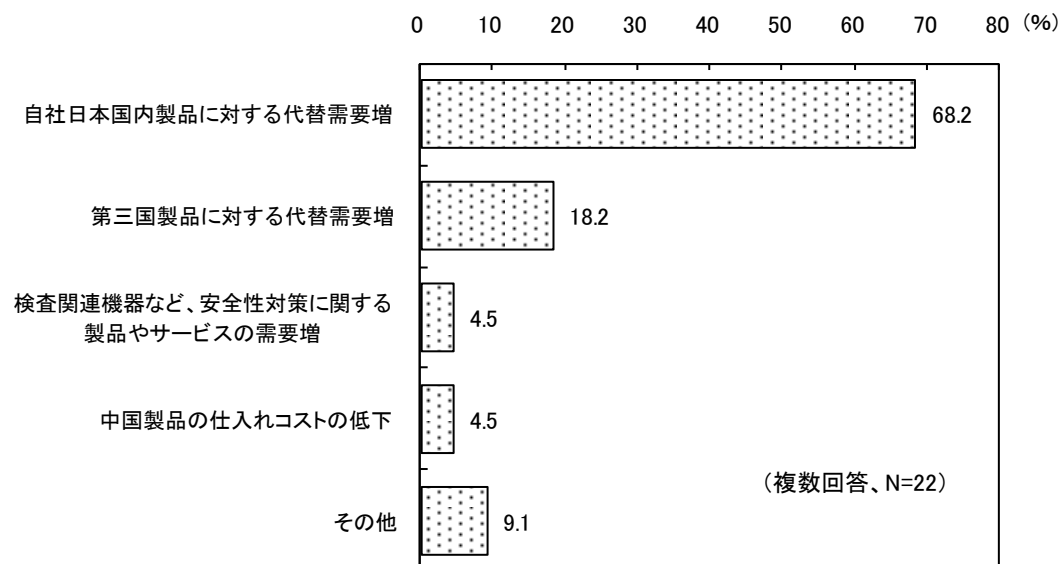
〔注〕「非製造業」への調査票から本調査項目を除いたため、上記表の「非製造業」欄が空白になっている。

8. プラスの影響の内容

また、前設問で、「プラスの影響をおよぼしている」と回答した「製造業」、「商社・貿易業」、「卸・小売業」の企業 22 社に「プラスの影響の具体的な内容」について尋ねた。

「自社日本国内製品に対する代替需要増」が 68.2%（15 社）と極めて高い。

図表IV-25 今後の対応方針や実施した対応策(全体)



V. 自由貿易協定（FTA）の活用

1. FTA 発効主要5カ国との輸出入ならびに優遇税率の利用状況

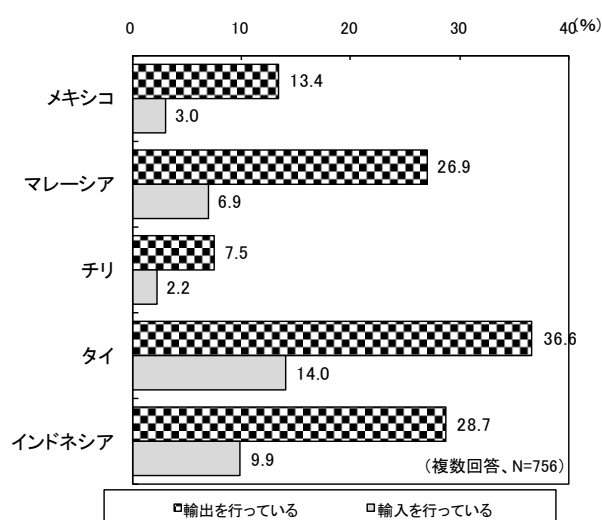
現在、日本との間で FTA（日本では一般に EPA と呼ばれる）が発効されている主要5カ国（メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア）について、貿易の有無や優遇税率利用の有無を尋ねた。

「輸出を行っている」という回答が多かった国は、「タイ」が 36.6%（277 社）、「インドネシア」が 28.7%（217 社）、「マレーシア」が 26.9%（203 社）と続いている。

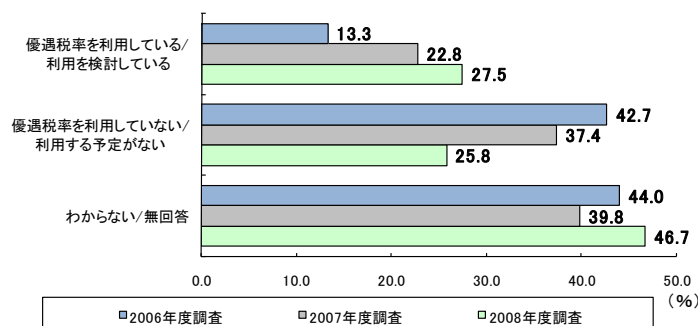
一方「輸入を行っている」は、最も回答が多い「タイ」で 14.0%（106 社）であり、他の国は一桁%台だった。

対象5カ国それぞれと貿易のある 418 社のうち FTA の「優遇税率を利用している/利用を検討している」割合は 49.8%（208 社）にのぼった（重複は除く）。

図表 V-1 FTA発効主要5カ国との輸出入状況(全体)



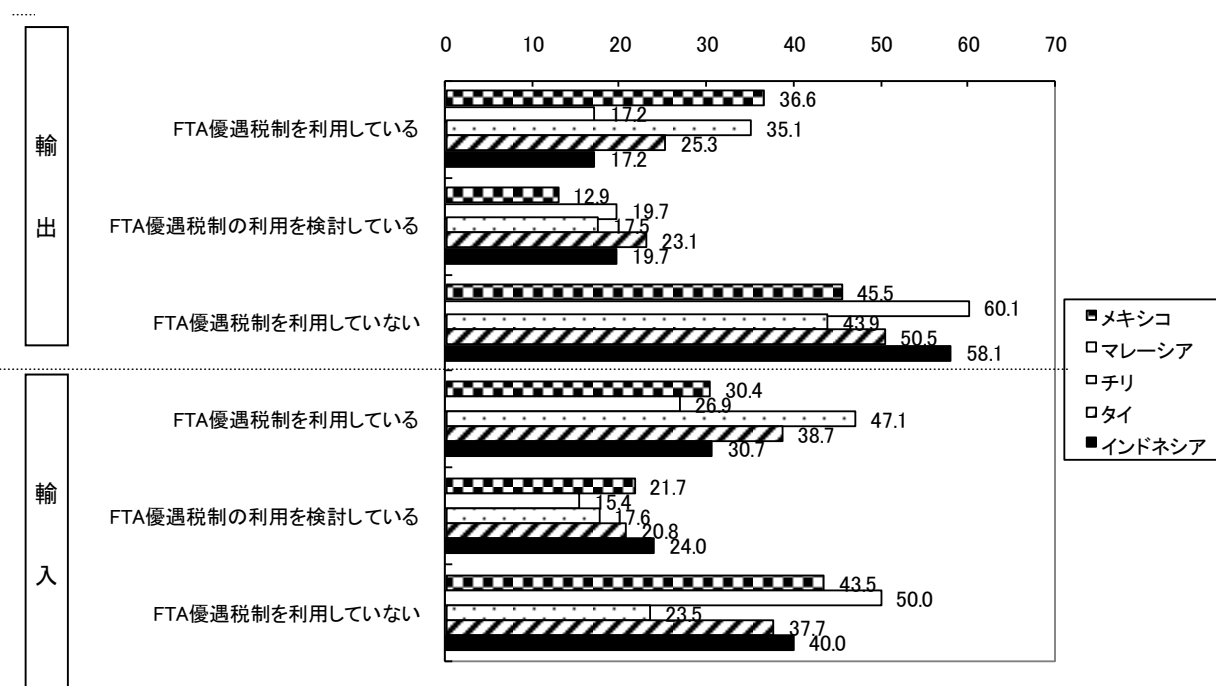
<参考>FTA 利用状況(時系列比較)



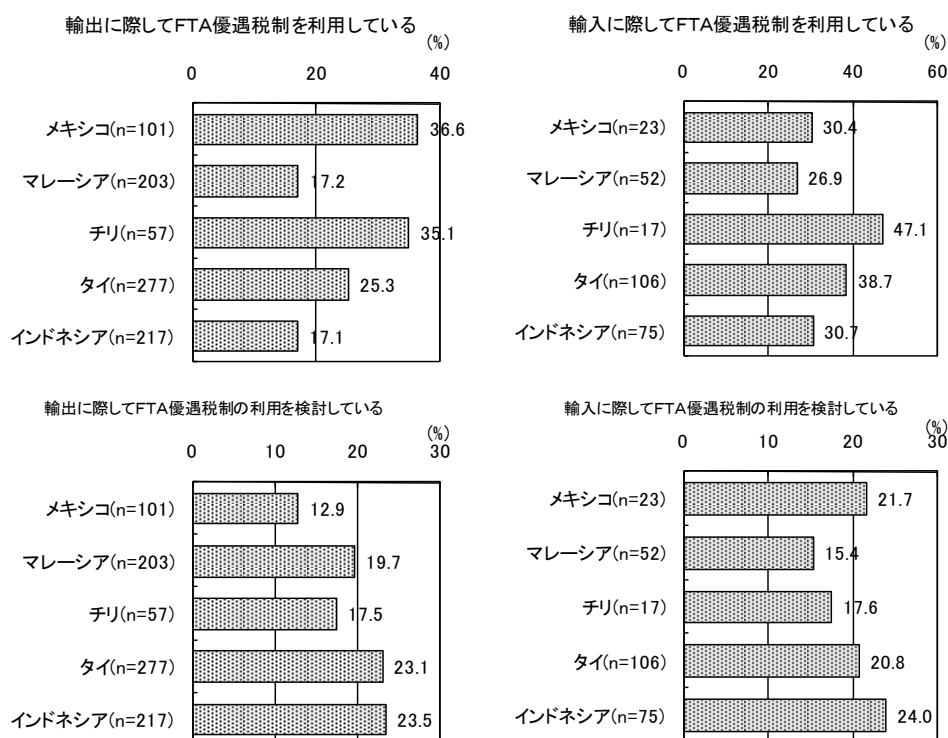
(注1) nは2006年度=729、2007年度=733、2008年度=756。
 (注2) 各年度調査の対象FTAは以下のとおり。
 2006年度は日本・メキシコ、日本・チリ、日本・タイを含まないアジア大洋州で発効済みのFTAかつ輸出のみ。
 2007年度は、日本およびアジア大洋州で発効済みのFTA。
 2008年度は、日本の発効済みFTAのうちメキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシアの5カ国。
 (注3) 母数には、貿易を行っていない企業も含まれる。
 (注4) 「わからない/無回答」は対象国との貿易がない企業および、不明・無回答。

FTAの利用については、前年調査結果より詳細に分析するために、各国別に尋ねた。
 そのため各国ごとに、輸出や輸入を行っていると回答した企業に絞り込み、FTA利用状況を分析した結果が以下のグラフである。

図表 V-2 FTA発効主要5カ国との輸出入別の優遇税率利用状況(輸出入の実績がある企業)



図表 V-3 FTA発効主要5カ国との輸出入別の優遇税率利用状況(輸出入の実績がある企業)



輸出を行っている企業のFTA優遇税制利用状況は、「メキシコ」が36.6% (37社)、「チリ」が35.1% (20社)と、この2カ国においては3割を超える企業が利用している結果になった。

また、輸入を行っている企業のFTA優遇税制利用状況は、「チリ」が47.1% (8社)と半数近い企業が利用しており、次いで「タイ」が38.7% (41社)、「インドネシア」が30.7% (23社)、「メキシコ」が30.4% (7社)と3割を超える企業が利用している結果になった。

優遇税制を利用していると回答した143社のうち、「窯業・土石」(44.4%)、「繊維・織物/アパレル」(27.3%)、「木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ」(26.3%)、「小売」(23.5%)、「医薬品・化粧品」(23.1%)などの業種で利用している企業の割合が高かった。「自動車/自動車部品/その他輸送機器」、「電気機械」などは、ASEAN自由貿易地域(AFTA)など東アジア域内で発効済みのFTAを広く活用しているが、今回調査の対象は日本関連のみのため、2007年度調査と利用率の順位が大幅に変動したと考えられる。「情報通信機械器具/電子部品・デバイス」は5.6%と低いが、これはWTOの情報技術協定(ITA)のもと、アジアを中心とする国々では、FTA発効以前から関税率が無税化されていることなどが要因とみられる。

図表 V-4 業種別FTA利用状況

| | n | 企業数 | 構成比 % | (参考) 2007年度 構成比 % |
|-----------------------|-----|-----|-------|-------------------|
| 窯業・土石 | 18 | 8 | 44.4 | 14.3 |
| 繊維・織物/アパレル | 33 | 9 | 27.3 | 12.5 |
| 木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ | 19 | 5 | 26.3 | 0.0 |
| 小売 | 17 | 4 | 23.5 | 0.0 |
| 医薬品・化粧品 | 13 | 3 | 23.1 | 10.0 |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 55 | 12 | 21.8 | 29.1 |
| その他の製造業 | 37 | 8 | 21.6 | 17.1 |
| 飲食料品 | 56 | 12 | 21.4 | 14.5 |
| 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 39 | 8 | 20.5 | 20.8 |
| 化学 | 46 | 9 | 19.6 | 17.4 |
| 一般機械 | 70 | 12 | 17.1 | 12.3 |
| 電気機械 | 53 | 9 | 17.0 | 19.6 |
| 商社・卸売 | 193 | 32 | 16.6 | 7.2 |
| 精密機器 | 21 | 3 | 14.3 | 3.3 |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 50 | 7 | 14.0 | 4.3 |
| 情報通信機械器具/電子部品・デバイス | 36 | 2 | 5.6 | 4.7 |

[注]2007年度調査は、アジア大洋州で発効済みのFTA(18件)が対象。2008年度調査は、日本の発効済みFTAのうちメキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシアの5カ国が対象。

FTAごとに輸出入別かつ業種別の利用率をみると、輸出では機械類などの製造業を中心に幅広い業種で活用がみられるのに対し、輸入では「商社・卸売」、「小売」、「化学」、「繊維・織物/アパレル」、「飲食料品」など特定の業種に利用が集中している。

図表 V-5 輸出入において各FTAによる優遇税率の利用率の高い主な業種

| | 順位 | 日本-チリ (n=57) | 順位 | 日本-メキシコ (n=101) | 順位 | 日本-タイ (n=277) | 順位 | 日本-インドネシア (n=217) | 順位 | 日本-マレーシア (n=203) |
|----|----|----------------------------|----|--------------------------------|-----------------|---------------------------------|----|---------------------------------|----|--------------------------------|
| 輸出 | 1 | 精密機器 (2) 100.0 | 1 | 繊維・織物/アパレル (4) 100.0 | 1 | 繊維・織物/アパレル (4) 100.0 | 1 | 繊維・織物/アパレル (5) 40.0 | 1 | 窯業・土石 (8) 50.0 |
| | 2 | 一般機械 (10) 50.0 | 2 | 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 (5) 80.0 | 2 | 飲食料品 (15) 40.0 | 2 | 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 (10) 30.0 | 2 | 自動車/自動車部品/その他輸送機器 (20) 30.0 |
| | 3 | 電気機械 (11) 36.4 | 3 | 商社・卸売 (14) 42.9 | 3 | 商社・卸売 (57) 35.1 | 3 | 化学 (14) 28.6 | 3 | 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 (9) 22.2 |
| | 4 | 自動車/自動車部品/その他輸送機器 (6) 33.3 | 4 | 自動車/自動車部品/その他輸送機器 (15) 40.0 | 4 | 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 (15) 33.3 | 4 | 商社・卸売 (42) 23.8 | 4 | 精密機器 (10) 20.0 |
| | 5 | 商社・卸売 (6) 30.0 | 5 | 一般機械 (14)、電気機械 (14) 28.6 | 4 | 木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ (6) 33.3 | 5 | 窯業・土石 (12) 16.7 | 5 | 商社・卸売 (41) 19.5 |
| 輸入 | 順位 | 日本-チリ (n=17) | 順位 | 日本-メキシコ (n=23) | 順位 | 日本-タイ (n=106) | 順位 | 日本-インドネシア (n=75) | 順位 | 日本-マレーシア (n=62) |
| | 1 | 商社・卸売 (9) 55.6 | 1 | 電気機械 (2) 100.0 | 1 | 繊維・織物/アパレル (3) 100.0 | 1 | 繊維・織物/アパレル (4) 100.0 | 1 | 化学 (3) 66.7 |
| | 2 | - | 2 | - | 2 | 化学 (3) 66.7 | 2 | 化学 (4) 75.0 | 2 | 小売 (3) 66.7 |
| | 3 | - | 3 | - | 3 | 小売 (5) 60.0 | 3 | 小売 (5) 60.0 | 3 | 商社・卸売 (17) 42.9 |
| | 4 | - | 4 | - | 4 | 飲食料品 (12) 50.0 | 4 | 商社・卸売 (21) 33.3 | 4 | - |
| 5 | - | 5 | - | 5 | 商社・卸売 (26) 42.3 | 5 | - | 5 | - | |

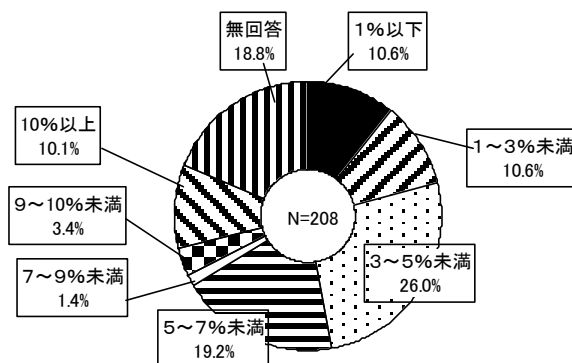
[注]nは、輸出企業または輸入企業数。カッコ内の数字は各業種別の対象企業数。FTA利用企業が1社の場合は、該当企業が特定される可能性があるため順位に含めていない。

2. FTA利用におよぶ関税差

また、いずれかかの国について「利用している」、「利用を検討中」と回答した208社に対し、何%の関税差（特惠マージン）が生じれば（生じたことにより）、FTA利用を検討するか尋ねた。

その結果、「3～5%未満」が26.0%（54社）と最も高く、次いで「5～7%未満」が19.2%（40社）という結果になった。

図表 V-6 FTAを利用を決断する関税差(全体)



図表 V-6 FTAを利用を決断する関税差(企業属性別)

| | 社数 | 1%以下 | 1~3%未満 | 3~5%未満 | 5~7%未満 | 7~9%未満 | 9~10%未満 | 10%以上 | 無回答 |
|-----------------------|-----|------|--------|--------|--------|--------|---------|-------|------|
| 総計 | 208 | 10.6 | 10.6 | 26.0 | 19.2 | 1.4 | 3.4 | 10.1 | 18.8 |
| 大企業 | 113 | 12.4 | 11.5 | 29.2 | 16.8 | 1.8 | - | 7.1 | 21.2 |
| 中小企業 | 95 | 8.4 | 9.5 | 22.1 | 22.1 | 1.1 | 7.4 | 13.7 | 15.8 |
| 製造業 | 161 | 11.2 | 7.5 | 28.6 | 19.3 | 0.6 | 2.5 | 11.8 | 18.6 |
| 海外生産製造業 | 114 | 11.4 | 8.8 | 30.7 | 20.2 | 0.9 | 0.9 | 8.8 | 18.4 |
| 国内製造業 | 47 | 10.6 | 4.3 | 23.4 | 17.0 | - | 6.4 | 19.1 | 19.1 |
| 商社・卸・小売 | 47 | 8.5 | 21.3 | 17.0 | 19.1 | 4.3 | 6.4 | 4.3 | 19.1 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| (参考)非製造業(商社・卸売・小売を含む) | 47 | 8.5 | 21.3 | 17.0 | 19.1 | 4.3 | 6.4 | 4.3 | 19.1 |
| 飲食料品 | 17 | 17.6 | 5.9 | 23.5 | 11.8 | - | 5.9 | 5.9 | 29.4 |
| 繊維・織物／アパレル | 9 | 22.2 | - | 44.4 | 11.1 | 11.1 | - | - | 11.1 |
| 木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ | 7 | 14.3 | - | 28.6 | 42.9 | - | - | - | 14.3 |
| 化学 | 15 | 13.3 | 13.3 | 20.0 | 20.0 | - | 6.7 | 6.7 | 20.0 |
| 医薬品・化粧品 | 5 | - | - | 20.0 | 40.0 | - | - | - | 20.0 |
| 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 | 13 | 7.7 | 7.7 | 53.8 | 7.7 | - | - | 15.4 | 7.7 |
| 窯業・土石 | 10 | 10.0 | 10.0 | 20.0 | - | - | 10.0 | 40.0 | 10.0 |
| 鉄鋼／非鉄金属／金属製品 | 13 | 7.7 | 15.4 | 15.4 | 23.1 | - | - | 15.4 | 23.1 |
| 一般機械 | 18 | 11.1 | 11.1 | 11.1 | 33.3 | - | - | 11.1 | 22.2 |
| 電気機械 | 13 | - | - | 61.5 | 7.7 | - | - | 7.7 | 23.1 |
| 情報通信機械器具／電子部品・デバイス | 5 | 20.0 | - | 40.0 | 20.0 | - | - | - | 20.0 |
| 自動車／自動車部品／その他輸送機器 | 17 | 5.9 | 11.8 | 23.5 | 23.5 | - | 5.9 | 17.6 | 11.8 |
| 精密機器 | 6 | 33.3 | - | 16.7 | 16.7 | - | - | - | 33.3 |
| その他の製造業 | 13 | 7.7 | 7.7 | 30.8 | 23.1 | - | - | 15.4 | 15.4 |
| 商社・卸売 | 41 | 9.8 | 22.0 | 14.6 | 14.6 | 4.9 | 7.3 | 4.9 | 22.0 |
| 小売 | 6 | - | 16.7 | 33.3 | 50.0 | - | - | - | - |
| 建設 | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 運輸 | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 金融・保険 | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 専門サービス | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 電気・ガス・水道 | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 情報通信サービス | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| その他の非製造業 | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - |

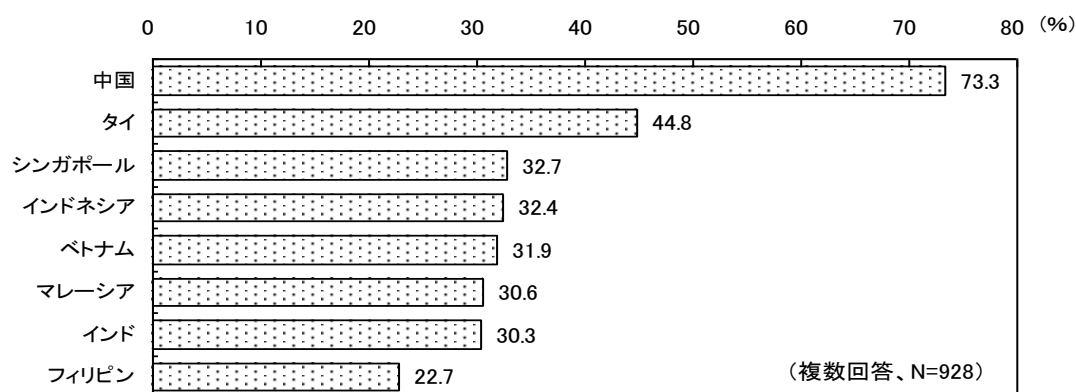
〔注〕「非製造業」への調査票から本調査項目を除いたため、上記表の「非製造業」欄が空白になっている。

VI. アジアのビジネス環境

1. 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としては、「中国」が最も多く73.3% (680社)、次いで、「タイ」44.8% (416社)、「シンガポール」32.7% (303社)、「インドネシア」32.4% (301社)と続いている。

図表VI-1 ビジネス対象国



図表VI-2 ビジネス対象国(企業属性別)

| | 社数 | 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 |
|-----------------------|-----|------|------|--------|-------|-------|--------|------|------|
| 総計 | 928 | 73.3 | 44.8 | 32.4 | 30.6 | 22.7 | 32.7 | 31.9 | 30.3 |
| 大企業 | 371 | 79.5 | 58.5 | 44.7 | 39.9 | 31.3 | 43.7 | 42.9 | 39.6 |
| 中小企業 | 557 | 69.1 | 35.7 | 24.2 | 24.4 | 17.1 | 25.3 | 24.6 | 24.1 |
| 製造業 | 546 | 81.3 | 53.7 | 39.9 | 36.8 | 27.7 | 38.1 | 37.9 | 36.3 |
| 海外生産製造業 | 313 | 88.8 | 63.3 | 46.3 | 43.5 | 33.9 | 41.2 | 44.4 | 44.1 |
| 国内製造業 | 233 | 71.2 | 40.8 | 31.3 | 27.9 | 19.3 | 33.9 | 29.2 | 25.8 |
| 商社・卸・小売 | 210 | 71.9 | 39.5 | 28.6 | 30.0 | 20.0 | 30.0 | 25.2 | 24.8 |
| 非製造業(商社・卸・小売を除く) | 172 | 49.4 | 23.3 | 13.4 | 11.6 | 10.5 | 18.6 | 20.9 | 18.0 |
| (参考)非製造業(商社・卸・小売を含む) | 382 | 61.8 | 32.2 | 21.7 | 21.7 | 15.7 | 24.9 | 23.3 | 21.7 |
| 飲食品 | 56 | 69.6 | 44.6 | 30.4 | 17.9 | 14.3 | 30.4 | 33.9 | 16.1 |
| 繊維・織物/アパレル | 33 | 84.8 | 33.3 | 24.2 | 6.1 | 6.1 | 6.1 | 42.4 | 21.2 |
| 木材・木製品/家具・建材/紙/パルプ | 19 | 78.9 | 26.3 | 26.3 | 31.6 | 21.1 | 15.8 | 26.3 | 26.3 |
| 化学 | 46 | 87.0 | 56.5 | 37.0 | 34.8 | 28.3 | 34.8 | 34.8 | 41.3 |
| 医薬品/化粧品 | 13 | 92.3 | 61.5 | 76.9 | 53.8 | 53.8 | 61.5 | 46.2 | 61.5 |
| 石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 | 39 | 79.5 | 48.7 | 30.8 | 28.2 | 17.9 | 30.8 | 23.1 | 20.5 |
| 農業・土石 | 18 | 83.3 | 66.7 | 72.2 | 55.6 | 44.4 | 55.6 | 55.6 | 55.6 |
| 鉄鋼/非鉄金属/金属製品 | 50 | 82.0 | 40.0 | 32.0 | 36.0 | 24.0 | 38.0 | 36.0 | 36.0 |
| 一般機械 | 70 | 81.4 | 64.3 | 55.7 | 50.0 | 41.4 | 50.0 | 47.1 | 45.7 |
| 電気機械 | 53 | 79.2 | 64.2 | 45.3 | 50.9 | 41.5 | 52.8 | 58.5 | 49.1 |
| 情報通信機械器具/電子部品/デバイス | 36 | 88.9 | 50.0 | 25.0 | 38.9 | 25.0 | 44.4 | 25.0 | 25.0 |
| 自動車/自動車部品/その他輸送機器 | 55 | 74.5 | 65.5 | 50.9 | 38.2 | 29.1 | 32.7 | 40.0 | 50.9 |
| 精密機器 | 21 | 95.2 | 57.1 | 38.1 | 57.1 | 28.6 | 52.4 | 33.3 | 42.9 |
| その他の製造業 | 37 | 83.8 | 59.5 | 32.4 | 32.4 | 21.6 | 35.1 | 21.6 | 27.0 |
| 商社・卸売 | 193 | 72.5 | 40.4 | 29.0 | 31.1 | 20.2 | 31.1 | 23.3 | 24.4 |
| 小売 | 17 | 64.7 | 29.4 | 23.5 | 17.6 | 17.6 | 17.6 | 47.1 | 29.4 |
| 建設 | 24 | 66.7 | 45.8 | 33.3 | 25.0 | 29.2 | 33.3 | 45.8 | 29.2 |
| 運輸 | 22 | 68.2 | 31.8 | 22.7 | 22.7 | 22.7 | 27.3 | 27.3 | 27.3 |
| 金融/保険 | 41 | 24.4 | 9.8 | 2.4 | 2.4 | 2.4 | 12.2 | 9.8 | 4.9 |
| 専門サービス | 21 | 52.4 | 19.0 | 14.3 | 4.8 | - | 9.5 | 19.0 | 14.3 |
| 電気/ガス/水道 | 5 | 20.0 | 20.0 | 20.0 | 20.0 | 20.0 | 20.0 | 20.0 | 20.0 |
| 情報通信サービス | 11 | 63.6 | 18.2 | - | 9.1 | 18.2 | 18.2 | 9.1 | 18.2 |
| その他の非製造業 | 48 | 52.1 | 22.9 | 10.4 | 10.4 | 4.2 | 16.7 | 18.8 | 20.8 |

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）において、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ビジネス上のリスク・問題点について尋ねた。

中国においては、2007年度調査と比較し大きく変化のあった項目はなかった。しかしながら前年度同様、「法制度が未整備、運用に問題あり」55.7%（379社）、「知的財産権の保護に問題あり」55.7%（379社）で半数を超える回答率となっており、法制度の運用面や知財侵害問題などがリスクと認識されている。

他、各国の回答率が高い項目に目を向けると、「インフラが未整備」という回答が、「インド」で58.7%（165社）、「ベトナム」で55.7%（165社）と半数以上の企業が回答しており、また「フィリピン」では28.0%（59社）と一番高い回答となっている。

「人件費が高い、上昇している」という回答は、シンガポールで35.0%（106社）、マレーシアで14.1%（40社）と両国において一番高い回答となっている。

ことに「シンガポール」では、2位以下の回答と比べて「人件費が高い、上昇している」とする回答が突出しており、唯一の問題点とも言える。

「為替リスクが高い」という回答は、インドネシアで32.6%（98社）、タイで23.1%（96社）と両国において一番高い回答となっている。金融危機によって新興国通貨の信用力に対する懸念が高まった影響とみられる。一方、中国は同項目では8カ国で唯一前年から回答率が低下した。

図表VI-3 アジア主要国のビジネス上のリスク・問題点（国別）

（複数回答、%）

| 順位 | 中国 | | タイ | | インドネシア | | マレーシア | |
|----|-----------------|--------|-----------------|--------|-----------------|--------|-----------------|--------|
| | | 2008年度 | | 2008年度 | | 2008年度 | | 2008年度 |
| 1 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 55.7 | 為替リスクが高い | 23.1 | 為替リスクが高い | 32.6 | 人件費が高い、上昇している | 14.1 |
| 2 | 知的財産権の保護に問題あり | 55.7 | 人件費が高い、上昇している | 18.8 | インフラが未整備 | 29.9 | 為替リスクが高い | 13.4 |
| 3 | 人件費が高い、上昇している | 42.4 | インフラが未整備 | 10.3 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 22.6 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 8.5 |
| 4 | 労務上の問題点あり | 32.6 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 10.1 | 労務上の問題点あり | 12.0 | 関連産業が集積・発展していない | 8.1 |
| 5 | 税務上のリスク・問題あり | 30.6 | 労務上の問題点あり | 7.9 | 税務上のリスク・問題あり | 11.3 | 労務上の問題点あり | 8.1 |
| 6 | インフラが未整備 | 16.8 | 関連産業が集積・発展していない | 7.7 | 関連産業が集積・発展していない | 10.6 | 知的財産権の保護に問題あり | 6.0 |
| 7 | 為替リスクが高い | 16.6 | 税務上のリスク・問題あり | 7.5 | 人件費が高い、上昇している | 8.6 | インフラが未整備 | 5.6 |
| 8 | 関連産業が集積・発展していない | 4.0 | 知的財産権の保護に問題あり | 6.5 | 知的財産権の保護に問題あり | 6.6 | 税務上のリスク・問題あり | 5.6 |
| 順位 | フィリピン | | シンガポール | | ベトナム | | インド | |
| | | 2008年度 | | 2008年度 | | 2008年度 | | 2008年度 |
| 1 | インフラが未整備 | 28.0 | 人件費が高い、上昇している | 35.0 | インフラが未整備 | 55.7 | インフラが未整備 | 58.7 |
| 2 | 関連産業が集積・発展していない | 17.1 | 為替リスクが高い | 9.2 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 33.8 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 30.6 |
| 3 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 15.2 | 労務上の問題点あり | 3.3 | 関連産業が集積・発展していない | 24.3 | 税務上のリスク・問題あり | 21.0 |
| 4 | 為替リスクが高い | 12.3 | 関連産業が集積・発展していない | 3.0 | 為替リスクが高い | 21.3 | 労務上の問題点あり | 19.2 |
| 5 | 税務上のリスク・問題あり | 8.5 | インフラが未整備 | 2.3 | 人件費が高い、上昇している | 17.2 | 為替リスクが高い | 18.5 |
| 6 | 知的財産権の保護に問題あり | 7.6 | 税務上のリスク・問題あり | 1.7 | 労務上の問題点あり | 15.9 | 関連産業が集積・発展していない | 15.7 |
| 7 | 労務上の問題点あり | 7.6 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 1.3 | 税務上のリスク・問題あり | 11.5 | 知的財産権の保護に問題あり | 14.9 |
| 8 | 人件費が高い、上昇している | 4.3 | 知的財産権の保護に問題あり | 1.3 | 知的財産権の保護に問題あり | 10.8 | 人件費が高い、上昇している | 10.7 |

[n(2008年度)＝中国：680、タイ：416、インドネシア：301、マレーシア：284、フィリピン：211、シンガポール：303、ベトナム：296、インド：281]

[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。

「関連産業が集積・発展していない」の項目では、ベトナム（26.2%）で6.3ポイント、インド（16.4%）で1.9ポイント前年に比べ回答が減少した。相対的な順位は引き続き高いものの、ベトナムやインドでも裾野産業の発展にやや改善がみられると評価する向きが増えている。中国では「インフラが未整備」の回答が減少傾向にあり（前々回 21.6%→前回 19.1%→今回 16.6%）、オリンピックや万博などを契機としたインフラ整備の推進が影響したとみられる。

図表VI-4 アジア主要国のビジネス上のリスク・問題点の時系列比較(国別、製造業、商社・卸・小売)

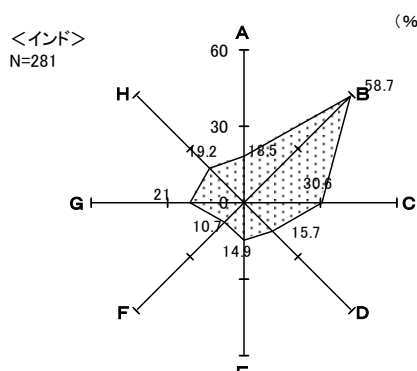
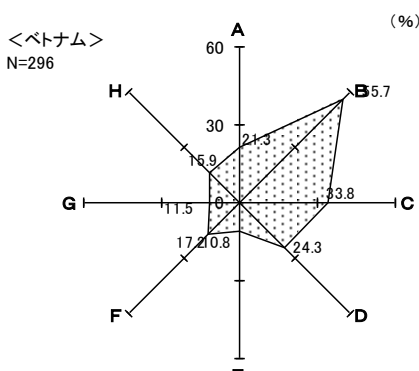
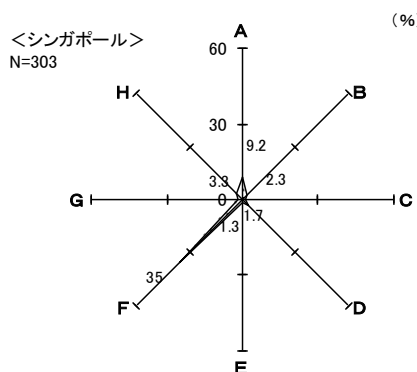
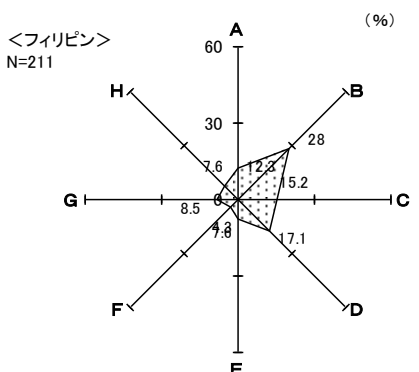
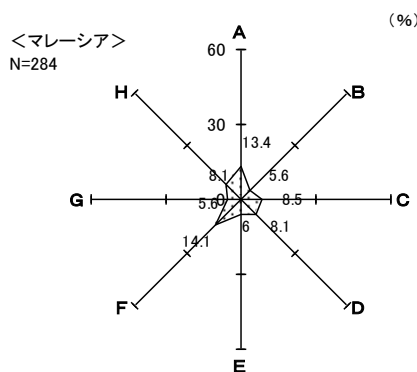
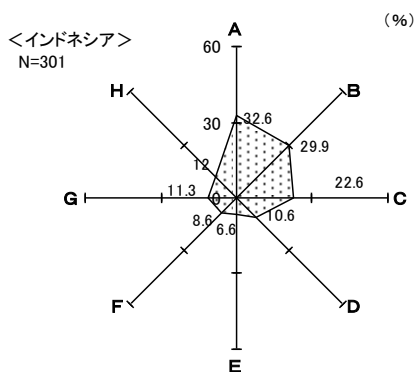
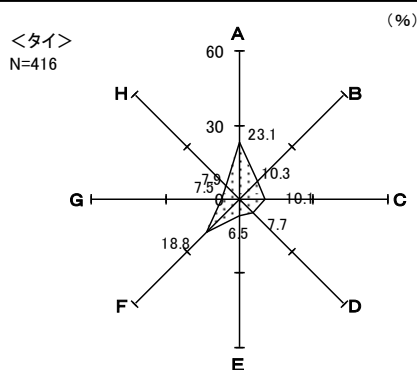
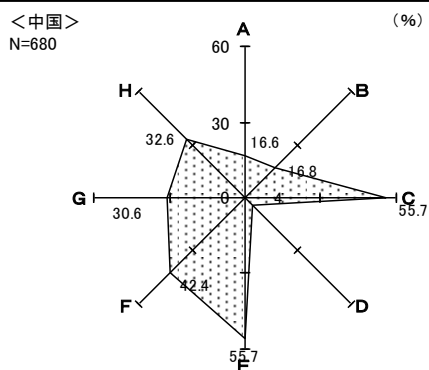
(複数回答、%)

| 順位 | 中国 | | | タイ | | | インドネシア | | | マレーシア | | | | | | |
|----|-----------------|--------|--------|--------|-----------------|--------|--------|--------|-----------------|--------|--------|--------|-----------------|------|------|------|
| | 2008年度 | 2007年度 | 2006年度 | 2008年度 | 2007年度 | 2006年度 | 2008年度 | 2007年度 | 2006年度 | 2008年度 | 2007年度 | 2006年度 | | | | |
| 1 | 知的財産権の保護に問題あり | 56.8 | 53.9 | 59.2 | 為替リスクが高い | 23.7 | 19.5 | 9.1 | 為替リスクが高い | 32.0 | 15.5 | 23.5 | 人件費が高い、上昇している | 13.6 | 14.0 | 13.9 |
| 2 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 55.3 | 54.0 | 59.9 | 人件費が高い、上昇している | 18.4 | 15.7 | 20.4 | インフラが未整備 | 28.4 | 23.9 | 29.8 | 為替リスクが高い | 13.3 | 4.5 | 5.3 |
| 3 | 人件費が高い、上昇している | 43.4 | 41.3 | 28.4 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 9.0 | 9.6 | 5.9 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 20.9 | 22.7 | 28.2 | 関連産業が集積・発展していない | 8.3 | 9.5 | 12.7 |
| 4 | 労務上の問題点あり | 32.3 | 29.9 | - | インフラが未整備 | 9.0 | 8.4 | 7.4 | 労務上の問題点あり | 11.9 | 9.1 | - | 労務上の問題点あり | 7.6 | 4.5 | - |
| 5 | 税務上のリスク・問題あり | 29.4 | 28.9 | 33.2 | 関連産業が集積・発展していない | 8.2 | 7.4 | 6.2 | 関連産業が集積・発展していない | 11.5 | 13.3 | 15.1 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 7.2 | 3.4 | 6.5 |
| 6 | 為替リスクが高い | 17.1 | 22.8 | 20.5 | 労務上の問題点あり | 6.6 | 5.3 | - | 税務上のリスク・問題あり | 10.4 | 8.0 | 15.5 | インフラが未整備 | 5.7 | 7.6 | 7.8 |
| 7 | インフラが未整備 | 16.6 | 19.1 | 21.6 | 税務上のリスク・問題あり | 6.4 | 6.6 | 7.6 | 人件費が高い、上昇している | 8.3 | 6.1 | 5.5 | 知的財産権の保護に問題あり | 5.7 | 4.5 | 4.1 |
| 8 | 関連産業が集積・発展していない | 4.2 | 4.3 | 4.7 | 知的財産権の保護に問題あり | 6.4 | 6.1 | 6.2 | 知的財産権の保護に問題あり | 6.5 | 8.0 | 9.2 | 税務上のリスク・問題あり | 5.3 | 3.4 | 6.5 |
| 順位 | フィリピン | | | シンガポール | | | ベトナム | | | インド | | | | | | |
| | 2008年度 | 2007年度 | 2006年度 | 2008年度 | 2007年度 | 2006年度 | 2008年度 | 2007年度 | 2006年度 | 2008年度 | 2007年度 | 2006年度 | | | | |
| 1 | インフラが未整備 | 26.9 | 25.3 | 32.2 | 人件費が高い、上昇している | 32.8 | 33.9 | 39.3 | インフラが未整備 | 55.8 | 50.3 | 47.9 | インフラが未整備 | 56.4 | 53.5 | 57.2 |
| 2 | 関連産業が集積・発展していない | 18.1 | 17.5 | 20.9 | 為替リスクが高い | 8.5 | 4.5 | 3.3 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 31.9 | 27.4 | 32.2 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 28.4 | 19.0 | 35.3 |
| 3 | 法制度が未整備、運用に問題あり | 14.5 | 9.8 | 13.0 | 関連産業が集積・発展していない | 3.3 | 3.5 | 3.7 | 関連産業が集積・発展していない | 26.2 | 32.5 | 31.4 | 税務上のリスク・問題あり | 19.6 | 12.5 | 17.9 |
| 4 | 為替リスクが高い | 12.4 | 7.2 | 7.9 | 労務上の問題点あり | 3.0 | 1.4 | - | 為替リスクが高い | 20.4 | 6.8 | 8.5 | 為替リスクが高い | 19.2 | 8.4 | 6.5 |
| 5 | 知的財産権の保護に問題あり | 7.9 | 9.8 | 9.0 | インフラが未整備 | 2.2 | 1.4 | 0.0 | 人件費が高い、上昇している | 16.2 | 8.6 | 5.1 | 労務上の問題点あり | 18.8 | 15.8 | - |
| 6 | 税務上のリスク・問題あり | 7.8 | 1.0 | 7.3 | 税務上のリスク・問題あり | 1.8 | 1.0 | 2.0 | 労務上の問題点あり | 15.8 | 8.9 | - | 関連産業が集積・発展していない | 16.4 | 18.3 | 18.4 |
| 7 | 労務上の問題点あり | 6.7 | 5.7 | - | 法制度が未整備、運用に問題あり | 1.5 | 1.4 | 0.0 | 知的財産権の保護に問題あり | 10.0 | 12.0 | 11.9 | 知的財産権の保護に問題あり | 14.4 | 10.3 | 13.9 |
| 8 | 人件費が高い、上昇している | 4.7 | 3.6 | 4.0 | 知的財産権の保護に問題あり | 1.1 | 1.0 | 1.6 | 税務上のリスク・問題あり | 10.0 | 8.2 | 10.2 | 人件費が高い、上昇している | 10.4 | 7.3 | 3.5 |

(n(2006年度)＝中国:353、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)
(n(2007年度)＝中国:622、タイ:394、インドネシア:264、マレーシア:264、フィリピン:194、シンガポール:286、ベトナム:292、インド:273)
(n(2008年度)＝中国:595、タイ:376、インドネシア:278、マレーシア:264、フィリピン:193、シンガポール:271、ベトナム:260、インド:250)
〔注1〕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。
〔注2〕「労務上の問題点あり」は2007年度に追加の項目。

図表VI-5 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 為替リスクが高い | B インフラが未整備 | C 法制度が未整備、運用に問題あり |
| D 関連産業が集積・発展していない | E 知的財産権の保護に問題あり | |
| F 人件費が高い、上昇している | G 税務上のリスク・問題あり | H 労務上の問題点あり |



2. ビジネス上の阻害要因

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）において、ビジネス展開での阻害要因について2件までの自由記入として尋ねた。

件数にして278件の回答が得られたが、自由記入の設問なのでバラツキが見られたため、分類し記入件数をカウントした。

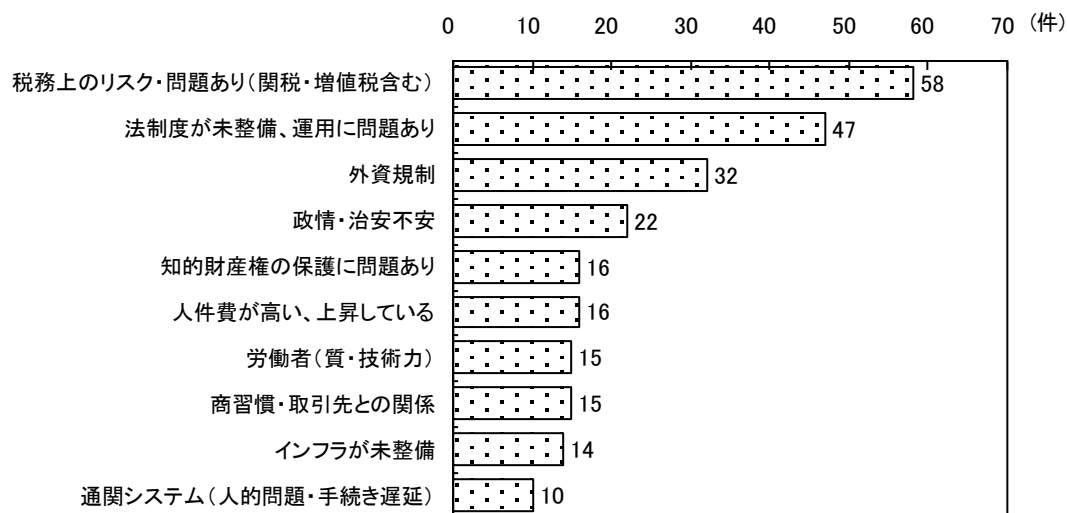
「税務上のリスク・問題あり（関税・増値税含む）が最も多く58件の記述があり、次いで「法制度が未整備、運用に問題あり」が47件の記述があった。

1つの欄に複数の阻害要因が記載されていることが多く、正確に分類できていない可能性は否めないが、前設問で「リスク・問題点」として国別に尋ねたときには順位が低かった「税務上のリスク・問題あり」が、「阻害要因」としては上位に位置している。

特に中国の記述において「増値税」を挙げる企業が15社あり、その国独自の税制度や法制度に戸惑う記述が多く見られた。

また統計的分析を行う内容ではないが、参考として、自由記入の件数を国別にすると、以下のとおりであった。中国163件、インド40件、タイ23件、ベトナム23件、インドネシア15件、シンガポール5件、マレーシア5件、フィリピン4件。

図表VI-6 ビジネス上の阻害要因(自由記入を分類し、多かった回答のみ抜粋)



平成20年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（製造業、商社・卸・小売用）

本調査は、ジェトロメンバーズ企業を対象とした海外事業への取り組みに関する調査です。ご記入いただいた調査票は、お手数ではございますが、2008年12月10日(水)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、同アンケートは、集計結果を和文および英文で公表致します。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、その部分を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、ご回答内容について、お電話にて確認をお願いする場合がございます。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) 海外調査部 国際経済研究課 (担当: ^{ひがしの} 東野、^{しいの} 椎野、^{やすだ} 安田)
 〒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: 03-3582-5309 E-mail : ORI@[jetro.go.jp](mailto:ORI@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 | | | |
| 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)日本能率協会総合研究所が集計を行います。お客様の個人情報保護管理者: 海外調査部 国際経済研究課長 03-3582-5177

I 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 | <input type="checkbox"/> ₁ 飲食料品 | <input type="checkbox"/> ₂ 繊維・織物 | <input type="checkbox"/> ₃ アパレル | | | |
| | <input type="checkbox"/> ₄ 木材・木製品(家具を除く) | <input type="checkbox"/> ₅ 家具・建材 | <input type="checkbox"/> ₆ 紙・パルプ | | | |
| | <input type="checkbox"/> ₇ 化学 | <input type="checkbox"/> ₈ 医療品・化粧品 | <input type="checkbox"/> ₉ 石油・石炭製品 | | | |
| | <input type="checkbox"/> ₁₀ プラスチック製品 | <input type="checkbox"/> ₁₁ ゴム製品 | <input type="checkbox"/> ₁₂ 窯業・土石 | | | |
| | <input type="checkbox"/> ₁₃ 鉄鋼 | <input type="checkbox"/> ₁₄ 非鉄金属 | <input type="checkbox"/> ₁₅ 金属製品 | | | |
| | <input type="checkbox"/> ₁₆ 一般機械 | <input type="checkbox"/> ₁₇ 電気機械 | <input type="checkbox"/> ₁₈ 情報通信機械器具 | | | |
| | <input type="checkbox"/> ₁₉ 電子部品・デバイス | <input type="checkbox"/> ₂₀ 自動車 | <input type="checkbox"/> ₂₁ 自動車部品 | | | |
| | <input type="checkbox"/> ₂₂ その他輸送機器 | <input type="checkbox"/> ₂₃ 精密機器 | <input type="checkbox"/> ₂₄ その他 () | | | |
| | 非製造業 | | | <input type="checkbox"/> ₂₅ 商社・卸売 | <input type="checkbox"/> ₂₆ 小売 | <input type="checkbox"/> 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もっていますか？なお、代理店は海外拠点に含みません。(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 ⇒「II」のQ2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 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | 香港 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | 台湾 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | 韓国 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | シンガポール | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | タイ | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | マレーシア | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | インドネシア | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | フィリピン | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | ベトナム | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| 北米 | インド | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | 米国 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | カナダ | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| 南米 | メキシコ | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| 欧州・ロシア | ブラジル | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | 西欧 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | 中・東欧 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| ロシア | ロシア・CIS | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| 中東 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | |
| その他 () | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> 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。
* 中東とは、トルコ、アラブ首長国連邦、サウジアラビア、イスラエル、イラン、イラク、バーレーン、ヨルダン、クウェート、レバノン、オマーン、カタール、シリア、イエメン、パレスチナをさします。

II 海外・国内事業展開への取り組み

Q 1 2007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。)

| | 2007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 | % | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ |
| 生産高 | % | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ |
| 研究開発費 | % | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ |
| 調達 | % | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ |
| 従業員数 | % | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ |

Q 2 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-3, SQ-2 にお進み下さい。
- ₂ 現状を維持する。 ⇒ Q-3 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-3 にお進み下さい。
- ₄ 今後とも海外への投資は行わない。 ⇒ Q-3 にお進み下さい。
- ₅ その他() ⇒ Q-3 にお進み下さい。

Q 3 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。 ⇒ 「金融市場の混乱の影響」(Q-4)にお進み下さい。
- ₃ 事業規模の縮小が必要と考えている。 ⇒ 「金融市場の混乱の影響」(Q-4)にお進み下さい。
- ₄ その他() ⇒ 「金融市場の混乱の影響」(Q-4)にお進み下さい。

【Q2、または Q3 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 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₁ | | | | | | |
| 生産(汎用品) | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₂ | | | | | | |
| 生産(高付加価値品) | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₃ | | | | | | |
| 研究開発(基礎研究) | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₄ | | | | | | |
| 研究開発(新製品開発) | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₅ | | | | | | |
| 研究開発(現地市場向け仕様変更) | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₆ | | | | | | |
| 地域統括機能 | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₇ | | | | | | |
| 物流機能 | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₈ | | | | | | |
| その他() | <input type="checkbox"/> ₉ | <input type="checkbox"/> 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. 中東 20. その他

Ⅲ 金融市場の混乱が貴社の海外ビジネスに与える影響

Q 4 最近の米国をはじめとする金融市場の混乱(サブプライムローン問題、大手金融機関の経営危機)は、今後の貴社の海外部門の業績(売上高、営業利益)にどのような影響を与えると見込まれますか。(単一回答)

- ₁ 海外部門の業績は大いに悪化する。 ⇒ SQ-3にお進み下さい。
₂ 海外部門の業績はやや悪化する。 ⇒ SQ-3にお進み下さい。
₃ 特に影響はない。 ⇒ 「Ⅳ 中国におけるビジネス展開」(Q-5)にお進み下さい。
₄ 海外部門の業績は改善する。 ⇒ SQ-3にお進み下さい。

【Q4で「海外部門の業績に影響がある(大いに悪化/やや悪化/改善)」と回答された企業の方へ】

SQ-3 具体的な影響の内容をお答えください。(複数回答可)

- ₁ 自社製品・サービスへの需要が減少した。
₂ 自社製品・サービスへの需要が増加した。
₃ コストが上昇した。
₄ コストが低下した。
₅ その他()

SQ-4 影響の要因について考えられるものをお答えください。(複数回答可)

- ₁ 輸出先・進出先国/地域の景況感の悪化に伴う自社製品・サービスの売上数量の減少。
₂ 輸出先・進出先国/地域の景況感の悪化に伴う自社製品・サービスの単価の低下。
₃ 円高による自社製品・サービスの価格競争力の低下。
₄ 現地通貨高による自社製品・サービスの価格競争力の低下。
₅ 現地通貨安による自社製品・サービスの価格競争力の上昇。
₆ 円高による仕入れ等のコストの低下。
₇ 現地通貨高による仕入れ等のコスト低下。
₈ 現地通貨安による仕入れ等のコスト上昇。
₉ 商品市況、原材料価格の低下に伴うコスト低下。
₁₀ 取引先企業の信用力低下に伴い売上、資金回収などに悪影響が発生している。
₁₁ 自社の信用力低下に伴い仕入れや資金調達などに悪影響が発生している。
₁₂ 自社の信用力向上などにより、引き合いや資金調達などの面で好影響が発生している。
₁₃ その他()

SQ-5 この結果、貴社ではどのような対策を取られましたか、もしくはどのような対策を取ることを検討していますか。(複数回答可)

- ₁ 海外での新規ビジネス展開(新規投資・増強投資など)を中止・延期する。
₂ 海外での既存ビジネスの事業規模を縮小する(一部あるいは全部の撤退を含む)。
₃ 海外部門の人員を削減する。
₄ 輸出数量を減らす。
₅ 輸出価格を引き下げる。
₆ 輸入数量を減らす。
₇ 海外での新規ビジネス展開を開始する。
₈ 海外での既存事業を拡充する。
₉ 海外での同業他社などを買収する。
₁₀ 輸出数量を増やす。
₁₁ 輸出価格を引き上げる。
₁₂ 輸入数量を増やす。
₁₃ 海外事業の展開先を変更する。(例:米国から中国へ)
₁₄ 海外からの仕入先を変更する。
₁₅ 海外への納入先を変更する。
₁₆ その他()

SQ-6 影響がおおよぶ期間についてはどのように見込んでいますか。(単一回答)

- ₁ ~ 6カ月 ₂ 6カ月超 ~ 1年
₃ 1年超 ~ 2年 ₄ 2年超 ~

IV 中国におけるビジネス展開

Q 5 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 6 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-7 にお進み下さい。
- ₂ 既存のビジネス規模を維持する。 ⇒ Q-7 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-7 にお進み下さい。
- ₄ 今後ともビジネス展開は行わない。 ⇒ Q-7 にお進み下さい。

【Q 6 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-7 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 7 北京オリンピックの開催を境に、貴社製品・サービスに対する需要はどのように変化していますか。(単一回答)

- ₁ 需要は引き続き高い伸びを維持している。
- ₂ 需要の伸び率は低下したものの、安定的な拡大傾向を続けている。
- ₃ 一時的な調整局面を迎えている。
- ₄ 需要は低迷している。

Q 8 中国製品の安全性への懸念が指摘されていますが、貴社のビジネスに影響を与えていますか。(単一回答)

- ₁ 大きくマイナスの影響をおよぼしている。 ⇒ SQ-8、SQ-9 にお進み下さい。
- ₂ ややマイナスの影響をおよぼしている。 ⇒ SQ-8、SQ-9 にお進み下さい。
- ₃ ほとんど影響はない。 ⇒ 【自由記入】にお進み下さい。
- ₄ プラスの影響をおよぼしている。 ⇒ SQ-10 にお進み下さい。

【「大きくマイナスの影響をおよぼしている/ややマイナスの影響をおよぼしている」と回答された企業の方へ】

SQ-8 「マイナスの影響をおよぼしている」と考える具体的な内容をお答えください。(複数回答可)

- ₁ 日本市場での中国製品買い控えによる需要減。
- ₂ 日本以外の第三国市場における中国製品買い控えによる需要減。
- ₃ 自社製品の販売価格の低下。
- ₄ 品質管理強化によるコスト上昇。
- ₅ 仕入れや出荷の納期の遅延。
- ₆ その他()

SQ-9 今後の対応方針や、すでに実施された対応策についてお伺いします。(複数回答可)

- ₁ 中国からの輸入や中国への業務委託を日本国内からの調達へ転換。
- ₂ 輸入先や業務委託先を中国から第三国へ転換。(国名:)
- ₃ 中国における品質管理を強化。
- ₄ ラベリングや広報などによるブランド価値保全策の強化。
- ₅ 自社製品の生産減少。
- ₆ その他の対応策()
- ₇ 特に対応策は予定していない。

【「プラスの影響をおよぼしている」と回答された企業の方へ】

SQ-10 「プラスの影響をおよぼしている」と考える具体的な内容をお答えください。(複数回答可)

- ₁ 自社日本国内製品に対する代替需要増。
- ₂ 第三国製品に対する代替需要増。
- ₃ 検査関連機器など、安全性対策に関する製品やサービスの需要増。
- ₄ 中国製品の仕入れコストの低下。
- ₅ その他()

【自由記入】 その他、中国産品の安全性懸念の問題に関して、以下に具体的にご記入ください。

V 自由貿易協定 (FTA) の活用

Q 9 現在、日本との間でFTA(日本では一般にEPAと呼ばれています)が発効している以下の主要5カ国(メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア)について、貴社はそれぞれの国と貿易を行っていますか。さらに、貿易を行っている国については、FTA に基づく優遇税率を利用しているか、または利用を検討しているかお伺いします。

次の5カ国と貿易がない企業 ⇒ 「VI アジアのビジネス環境」(Q11)にお進み下さい。

| | 現在、次の国との間で輸出または輸入を行っている。 | | 現在、輸出または輸入を行っている国について、日本との間で発効しているFTA | 日本からの輸出に際して、FTA の優遇税率を利用している/利用を検討していますか。 | | | 日本への輸入に際して、FTA の優遇税率を利用している/利用を検討していますか。 | | |
|--------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| | 輸出 | 輸入 | | 利用している | 利用を検討中 | 利用していない | 利用している | 利用を検討中 | 利用していない |
| メキシコ | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | → | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ |
| マレーシア | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | → | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ |
| チリ | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | → | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ |
| タイ | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | → | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ |
| インドネシア | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | → | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ |

[注 1] FTA の利用には、当該国への輸出または日本への輸入に際して、特定原産地証明の発給を受ける必要があります。
 [注 2] それぞれの FTA の発効年月は次のとおりです。日本-メキシコ(2005年4月)、日本-マレーシア(2006年7月)、日本-チリ(2007年9月)、日本-タイ(2007年11月)、日本-インドネシア(2008年7月)

【Q 9 でいずれかの国について「利用している」、「利用を検討中」とご回答した方にお伺いします。】

Q 10 何%の関税差(特惠マージン)が生じれば(生じたことにより)、FTA利用を検討しますか(FTA利用を決断しましたか)。

- ₁ 1%以下
- ₂ 1~3%未満
- ₃ 3~5%未満
- ₄ 5~7%未満
- ₅ 7~9%未満
- ₆ 9~10%未満
- ₇ 10%以上

VI アジアのビジネス環境

Q 11 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 | ビジネス関係があり、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。 | 為替リスクが高い | インフラが未整備 | あり | 法制度が未整備、運用に問題 | い | 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 | 労務上の問題点あり |
|--------|---------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------|-----------|
| 中国 | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | | |
| タイ | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | | |
| インドネシア | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | | |
| マレーシア | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | | |
| フィリピン | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | | |
| シンガポール | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | | |
| ベトナム | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | | |
| インド | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | | |

Q 12 上記の8カ国の中で、特に貴社のビジネス展開で阻害要因（関税・非関税障壁、外資規制、その他ビジネス上の問題点）を以下に具体的にご記入ください。（自由記述）

| 国名 | ビジネス上の阻害要因 |
|----|------------|
| | |
| | |

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。

平成20年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査 (非製造業用)

本調査は、ジェトロメンバーズ企業を対象とした海外事業への取り組みに関する調査です。ご記入いただいた調査票は、お手数ではございますが、2008年12月10日(水)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、同アンケートは、集計結果を和文および英文で公表致します。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、その部分を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、ご回答内容について、お電話にて確認をお願いする場合がございます。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) 海外調査部 国際経済研究課 (担当: ^{ひがしの}東野、^{しいの}椎野、^{やすだ}安田)
 〒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: 03-3582-5309 E-mail : ORI@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 | | | |
| 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)日本能率協会総合研究所が集計を行います。お客様の個人情報保護管理者: 海外調査部 国際経済研究課長 03-3582-5177

I 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場合は、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)

| | | | |
|------|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 非製造業 | <input type="checkbox"/> ₂₇ 鉱業 | <input type="checkbox"/> ₂₈ 建設 | <input type="checkbox"/> ₂₉ 電気・ガス・水道 |
| | <input type="checkbox"/> ₃₀ 運輸 | <input type="checkbox"/> ₃₁ 金融・保険 | <input type="checkbox"/> ₃₂ 農業・林業・水産 |
| | <input type="checkbox"/> ₃₃ 印刷・同関連 | <input type="checkbox"/> ₃₄ 通信業・複合サービス | <input type="checkbox"/> ₃₅ 不動産 |
| | <input type="checkbox"/> ₃₆ 情報通信 | <input type="checkbox"/> ₃₇ 飲食店・宿泊 | <input type="checkbox"/> ₃₈ 医療・福祉 |
| | <input type="checkbox"/> ₃₉ 専門サービス(コンサルティング・法務等) | <input type="checkbox"/> ₄₀ その他サービス(旅行、娯楽等) | |
| | <input type="checkbox"/> ₄₁ 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？なお、代理店は海外拠点に含みません。(単一回答)

- ₁ 海外に拠点がある ⇒ SQ-1にお進み下さい。
₂ 海外拠点はなし ⇒「II 海外・国内事業展開への取り組み」の Q2にお進み下さい。

【海外拠点がある企業の方へ】

SQ-3 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 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | 香港 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | 台湾 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | 韓国 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | シンガポール | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | タイ | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | マレーシア | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | インドネシア | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | フィリピン | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | ベトナム | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| 北米 | 米国 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | カナダ | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | メキシコ | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| 南米 | ブラジル | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| 欧州・ロシア | 西欧 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | 中・東欧 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| | ロシア・CIS | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| 中東 | | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ |
| その他 () | | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> 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。
 * 中東とは、トルコ、アラブ首長国連邦、サウジアラビア、イスラエル、イラン、イラク、バーレーン、ヨルダン、クウェート、レバノン、オマーン、カタール、シリア、イエメン、パレスチナをさします。

II 海外・国内事業展開への取り組み

Q 1 2007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。)

| | 2007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 | % | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ |
| 生産高 | % | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ |
| 研究開発費 | % | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ |
| 調達 | % | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ |
| 従業員数 | % | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ |

Q 2 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-3、SQ-2にお進み下さい。
- ₂ 現状を維持する。 ⇒ Q-3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-3にお進み下さい。
- ₄ 今後とも海外への投資は行わない。 ⇒ Q-3にお進み下さい。
- ₅ その他() ⇒ Q-3にお進み下さい。

Q 3 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。 ⇒ 「金融市場の混乱の影響」(Q-4)にお進み下さい。
- ₃ 事業規模の縮小が必要と考えている。 ⇒ 「金融市場の混乱の影響」(Q-4)にお進み下さい。
- ₄ その他() ⇒ 「金融市場の混乱の影響」(Q-4)にお進み下さい。

【Q2、Q3で「事業規模の拡大を図る」と回答された企業の方へ】

SQ- 4 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 | <input type="checkbox"/> ₁ | <input type="checkbox"/> ₁ | | | | | | |
| 生産(汎用品) | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₂ | | | | | | |
| 生産(高付加価値品) | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₃ | | | | | | |
| 研究開発(基礎研究) | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₄ | | | | | | |
| 研究開発(新製品開発) | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₅ | | | | | | |
| 研究開発(現地市場向け仕様変更) | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₆ | | | | | | |
| 地域統括機能 | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₇ | | | | | | |
| 物流機能 | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₈ | | | | | | |
| その他() | <input type="checkbox"/> ₉ | <input type="checkbox"/> 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. 中東 20. その他

Q 4 最近の米国をはじめとする金融市場の混乱(サブプライムローン問題、大手金融機関の経営危機)は、今後の貴社の海外部門の業績(売上高、営業利益)にどのような影響を与えると見込まれますか。(単一回答)

- ₁ 海外部門の業績は大いに悪化する。 ⇒ SQ-3にお進み下さい。
₂ 海外部門の業績はやや悪化する。 ⇒ SQ-3にお進み下さい。
₃ 特に影響はない。 ⇒ 「IV 中国におけるビジネス展開」(Q-5)にお進み下さい。
₄ 海外部門の業績は改善する。 ⇒ SQ-3にお進み下さい。

【Q4で「海外部門の業績に影響がある(大いに悪化/やや悪化/改善)」と回答された企業の方へ】

SQ-3 具体的な影響の内容をお答えください。(複数回答可)

- ₁ 自社製品・サービスへの需要が減少した。
₂ 自社製品・サービスへの需要が増加した。
₃ コストが上昇した。
₄ コストが低下した。
₅ その他()

SQ-4 影響の要因について考えられるものをお答えください。(複数回答可)

- ₁ 輸出先・進出先国/地域の景況感の悪化に伴う自社製品・サービスの売上数量の減少。
₂ 輸出先・進出先国/地域の景況感の悪化に伴う自社製品・サービスの単価の低下。
₃ 円高による自社製品・サービスの価格競争力の低下。
₄ 現地通貨高による自社製品・サービスの価格競争力の低下。
₅ 現地通貨安による自社製品・サービスの価格競争力の上昇。
₆ 円高による仕入れ等のコストの低下。
₇ 現地通貨高による仕入れ等のコスト低下。
₈ 現地通貨安による仕入れ等のコスト上昇。
₉ 商品市況、原材料価格の低下に伴うコスト低下。
₁₀ 取引先企業の信用力低下に伴い売上、資金回収などに悪影響が発生している。
₁₁ 自社の信用力低下に伴い仕入れや資金調達などに悪影響が発生している。
₁₂ 自社の信用力向上などにより、引き合いや資金調達などの面で好影響が発生している。
₁₃ その他()

SQ-5 この結果、貴社ではどのような対策を取られましたかもしくはどのような対策を取ることを検討していますか。(複数回答可)

- ₁ 海外での新規ビジネス展開(新規投資・増強投資など)を中止・延期する。
₂ 海外での既存ビジネスの事業規模を縮小する(一部あるいは全部の撤退を含む)。
₃ 海外部門の人員を削減する。
₄ 輸出数量を減らす。
₅ 輸出価格を引き下げる。
₆ 輸入数量を減らす。
₇ 海外での新規ビジネス展開を開始する。
₈ 海外での既存事業を拡充する。
₉ 海外での同業他社などを買収する。
₁₀ 輸出数量を増やす。
₁₁ 輸出価格を引き上げる。
₁₂ 輸入数量を増やす。
₁₃ 海外事業の展開先を変更する。(例:米国から中国へ)
₁₄ 海外からの仕入先を変更する。
₁₅ 海外への納入先を変更する。
₁₆ その他()

SQ-6 影響がおおよぶ期間についてはどのように見込んでいますか。(単一回答)

- ₁ ~ 6カ月 ₂ 6カ月超 ~ 1年
₃ 1年超 ~ 2年 ₄ 2年超 ~

IV 中国におけるビジネス展開

Q 5 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 6 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-7にお進み下さい。
- ₂ 既存のビジネス規模を維持する。 ⇒ Q-7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-7にお進み下さい。
- ₄ 今後ともビジネス展開は行わない。 ⇒ Q-7にお進み下さい。

【Q 6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-7 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 7 北京オリンピックの開催を境に、貴社製品・サービスに対する需要はどのように変化していますか。(単一回答)

- ₁ 需要は引き続き高い伸びを維持している。
- ₂ 需要の伸び率は低下したものの、安定的な拡大傾向を続けている。
- ₃ 一時的な調整局面を迎えている。
- ₄ 需要は低迷している。

Q 8 中国製品の安全性への懸念が指摘されていますが、貴社のビジネスに影響を与えていますか。(単一回答)

- ₁ 大きくマイナスの影響をおよぼしている。
- ₂ ややマイナスの影響をおよぼしている。
- ₃ ほとんど影響はない。
- ₄ プラスの影響をおよぼしている。

【自由記入】 その他、中国製品の安全性懸念の問題に関して、以下に具体的にご記入ください。

V アジアのビジネス環境

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 | ビジネス関係があり、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。 | 為替リスクが高い | インフラが未整備 | あり | 法制度が未整備、運用に問題あり | 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 | 労務上の問題点あり |
| 中国 | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | |
| タイ | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | |
| インドネシア | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | |
| マレーシア | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | |
| フィリピン | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | |
| シンガポール | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | |
| ベトナム | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | |
| インド | <input type="checkbox"/> ₁ | → | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₃ | <input type="checkbox"/> ₄ | <input type="checkbox"/> ₅ | <input type="checkbox"/> ₆ | <input type="checkbox"/> ₇ | <input type="checkbox"/> ₈ | <input type="checkbox"/> ₉ | |

Q 10 上記の8カ国の中で、特に貴社のビジネス展開で阻害要因（関税・非関税障壁、外資規制、その他ビジネス上の問題点）を以下に具体的にご記入ください。（自由記述）

| 国名 | ビジネス上の阻害要因 |
|----|------------|
| | |
| | |

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。

平成 20 年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査
2009 年 3 月 23 日作成

作成者 ジェトロ（日本貿易振興機構）海外調査部国際経済研究課
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32
TEL:03-3582-5177
FAX:03-3582-5309

Copyright(c)2009 JETRO. All rights reserved.