

JETRO

日本貿易振興機構(ジェトロ)

2013年度
日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査
(ジェトロ海外ビジネス調査)
結果概要

2014年2月27日

日本貿易振興機構(ジェトロ)

【禁無断転載】

本レポートに関する問い合わせ先：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
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
E-mail：ORI@jetro.go.jp

【免責条項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロは一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

調査概要・回答企業のプロフィール

調査概要

1. 調査対象企業

海外ビジネスに関心が高い日本企業(本社) **9,800社**

(内訳) ジェトロ会員企業(ジェトロ・メンバーズ) 3,397社

ジェトロのサービスの利用企業 6,403社

※本調査はジェトロ・メンバーズを対象に2002年度に開始、
今回で12回目。2011年度より、調査対象企業を拡充。

2. 調査項目

- (1) 貿易への取り組み
- (2) 海外進出への取り組み
- (3) 今後の有望市場と課題
- (4) 中国におけるビジネス展開
- (5) 新興国のビジネス環境
- (6) 自由貿易協定(FTA)の活用

3. 調査期間

2013年11月30日～2013年12月27日

4. 回収状況

有効回収数 3,471社 (うちジェトロ・メンバーズ 1,315社)

有効回答率 35.4%

※本資料における図表等の構成比は、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。

回答企業のプロフィール

	企業数	構成比 (%)	うち 中小企業
回答企業全体	3,471	100.0	(2,791)
製造業	2,101	60.5	(1,742)
飲食料品	432	12.4	(397)
繊維・織物／アパレル	118	3.4	(110)
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	76	2.2	(63)
化学	113	3.3	(77)
医療品・化粧品	60	1.7	(46)
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	112	3.2	(93)
窯業・土石	60	1.7	(51)
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	238	6.9	(207)
一般機械	222	6.4	(179)
電気機械	119	3.4	(90)
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	82	2.4	(48)
自動車／自動車部品／その他輸送機器	154	4.4	(105)
精密機器	91	2.6	(76)
その他の製造業	224	6.5	(200)
非製造業	1,370	39.5	(1,049)
商社・卸売	769	22.2	(641)
小売	110	3.2	(80)
建設	93	2.7	(64)
運輸	98	2.8	(69)
金融・保険	65	1.9	(6)
情報・ソフトウェア	31	0.9	(24)
専門サービス	50	1.4	(41)
その他の非製造業	154	4.4	(124)
大企業	680	19.6	-
中小企業	2,791	80.4	-

[注]中小企業の定義は中小企業基本法に基づく。具体的には、業種ごとに以下の従業員基準又は資本金基準のいずれかを満たす企業。

製造業・その他業種：300人以下又は3億円以下

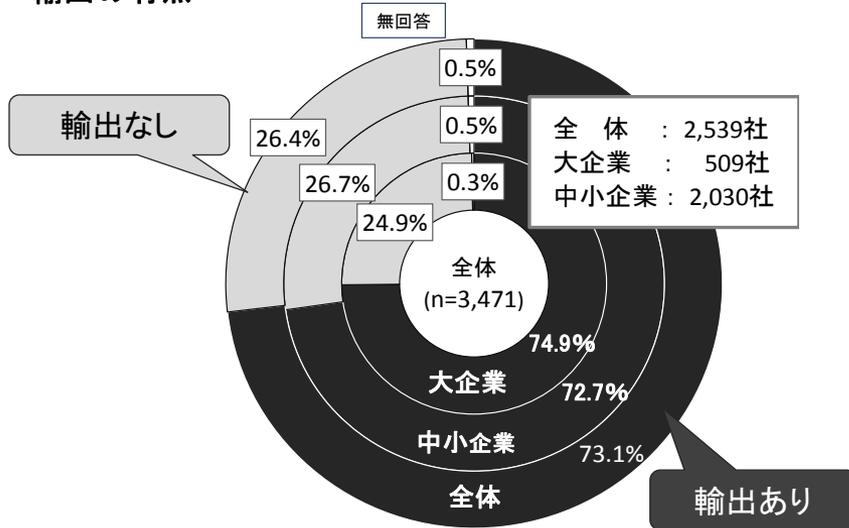
卸売業：100人以下又は1億円以下

小売業：50人以下又は5,000万円以下

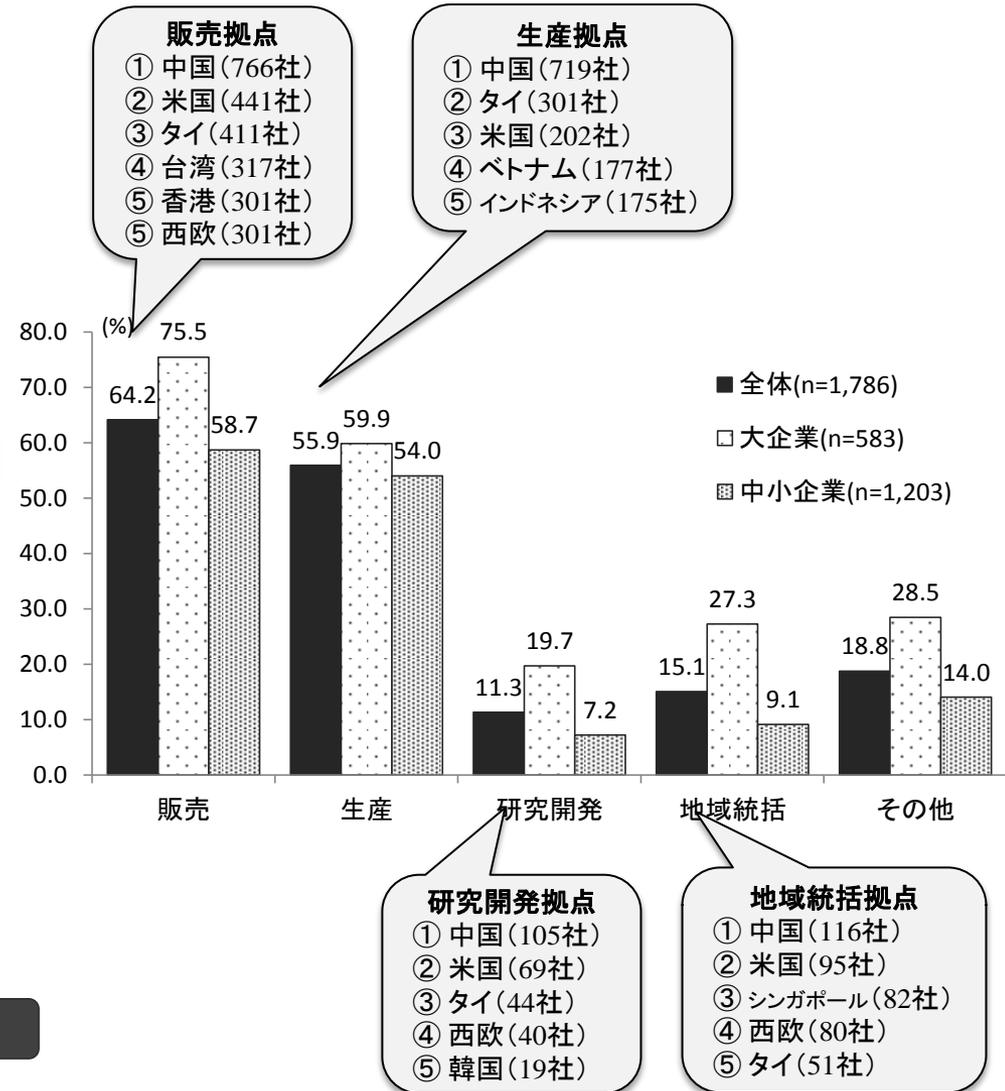
サービス業：100人以下又は5,000万円以下

回答企業のプロフィール(現在の輸出・海外進出状況)

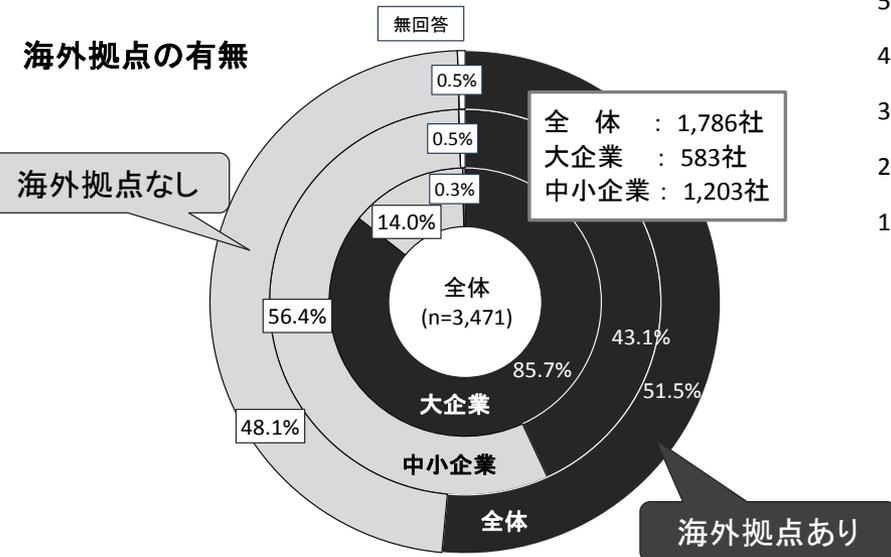
輸出の有無



海外拠点の機能



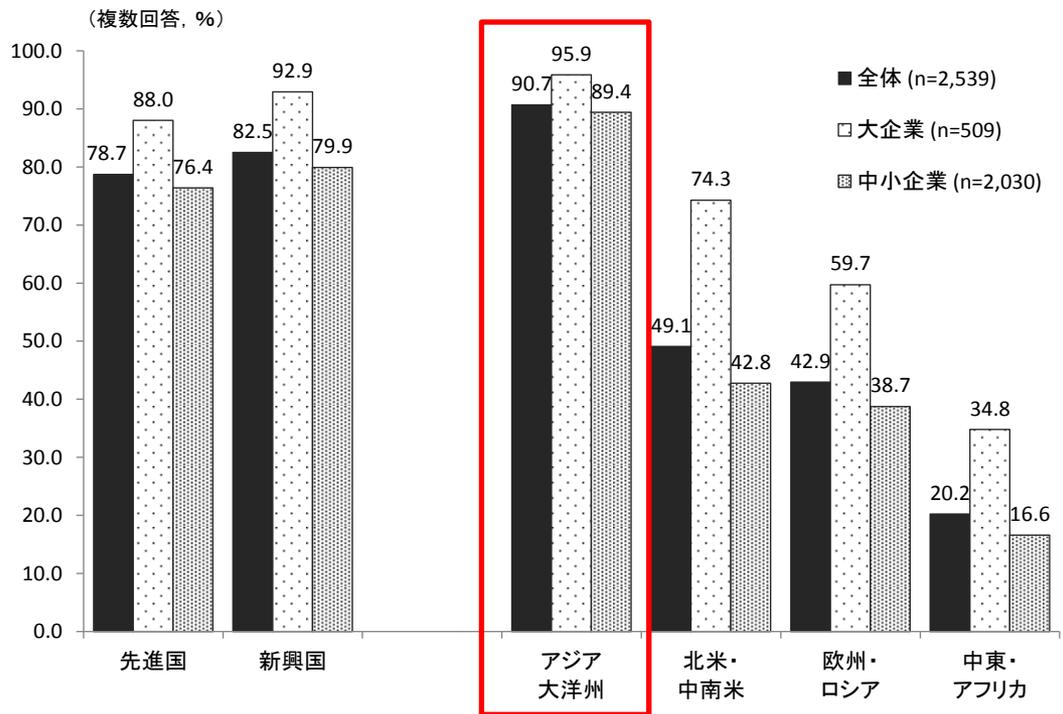
海外拠点の有無



(1)貿易への取り組み ～現在の輸出先～

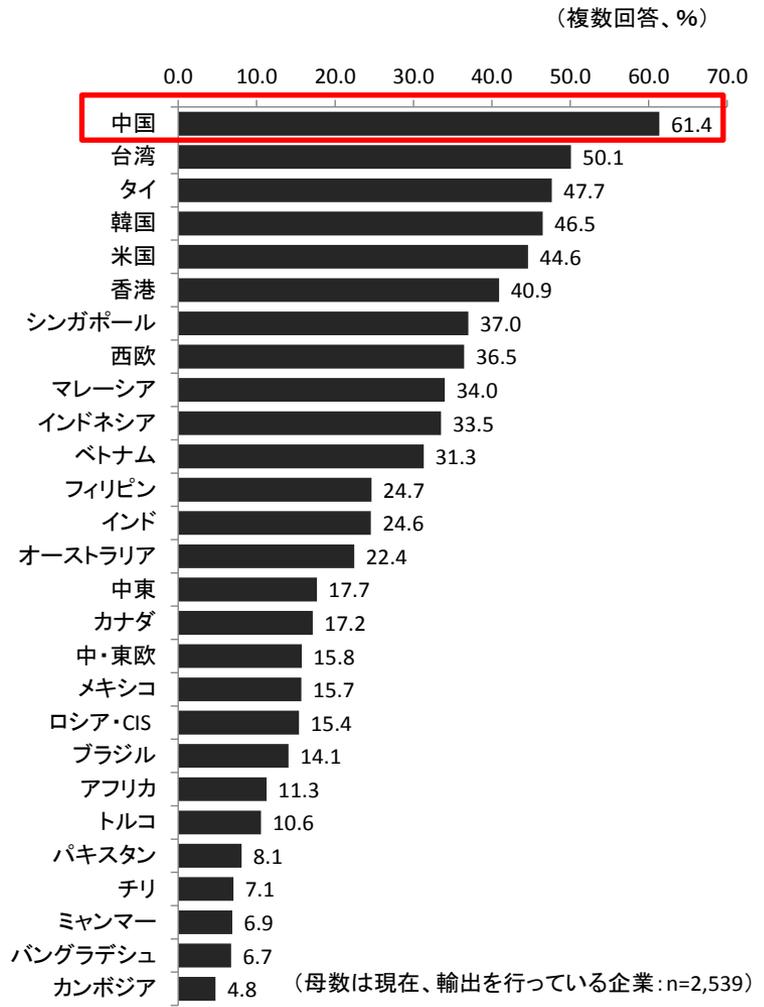
○大企業、中小企業とも9割がアジア大洋州に輸出。
 ○輸出先は中国が最多(61.4%)。次いで台湾(50.1%)、タイ(47.7%)、韓国(46.5%)。

輸出先(先進国・新興国、地域別)



[注]「先進国」は、設問上の28の国・地域の選択肢のうち、香港、台湾、韓国、シンガポール、オーストラリア、米国、カナダ、西欧の8カ国・地域。「新興国」は、中国、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、カンボジア、ミャンマー、インド、パキスタン、バングラデシュ、メキシコ、ブラジル、チリ、中・東欧、トルコ、ロシア・CIS、中東、アフリカ、その他の20カ国・地域と定義。

輸出先(国・地域別)



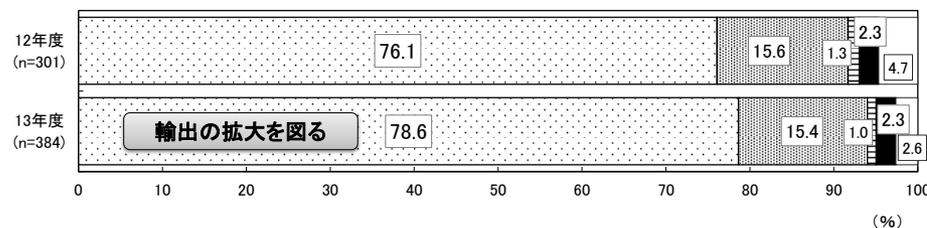
(1)貿易への取り組み ～今後の輸出方針～

○今後(3年程度)の輸出方針は、「さらに拡大を図る」が増加(70.1%→77.2%)。
 ○輸出拡大意欲は中小企業でより鮮明(67.3%→76.4%)。

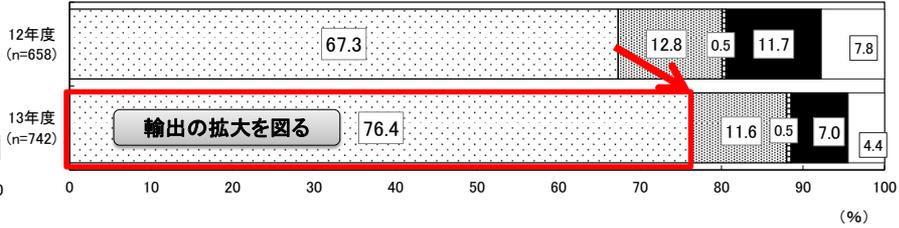
今後(2013年度も含めて3カ年程度)の輸出に関する方針



大企業



中小企業

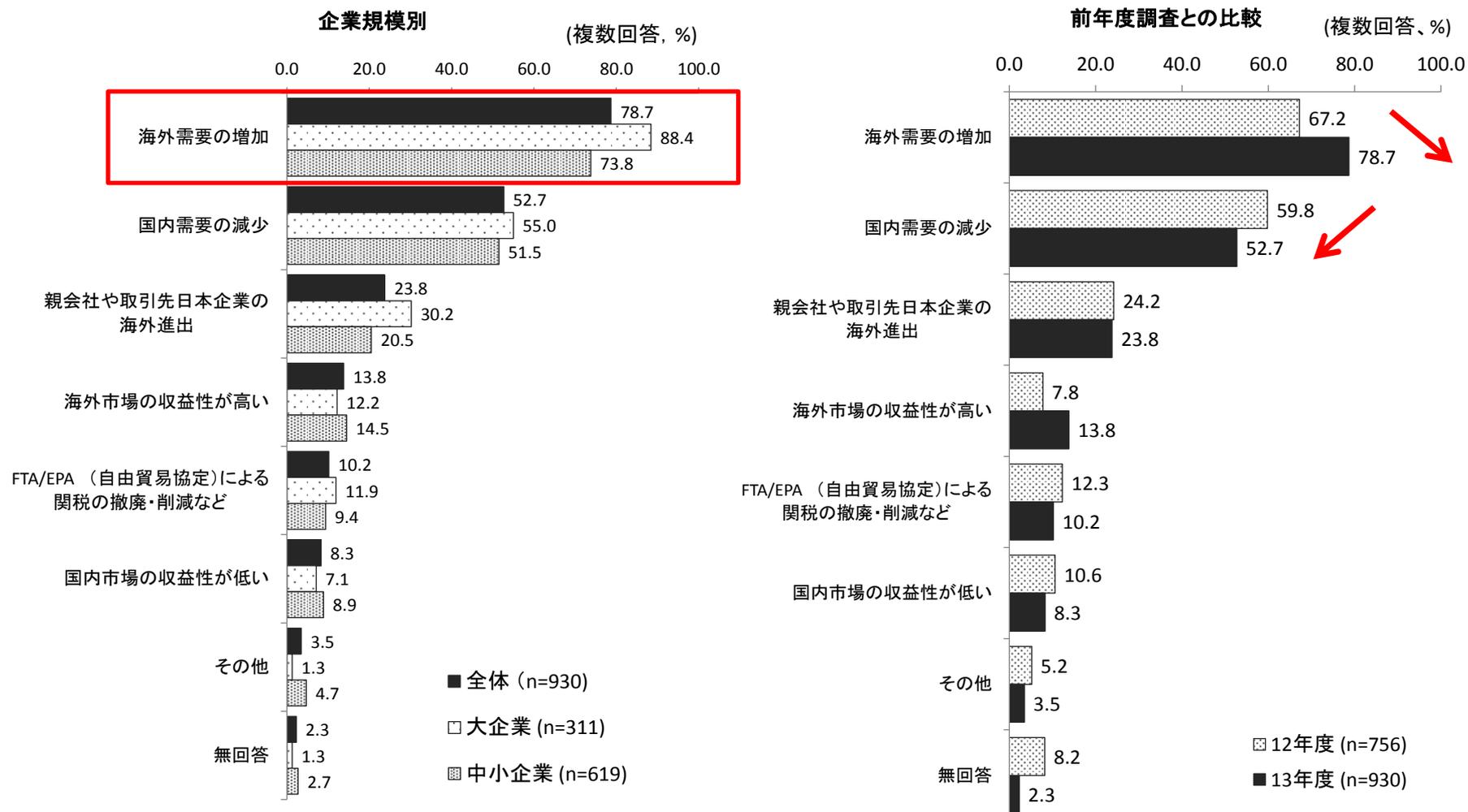


[注]過去の調査結果と比較するため、本設問ではジェトロ・メンバーズからの回答に限定。「輸出を行う業種ではない」と回答した企業、無回答を除く。
 年により異なる設問項目を一部修正のうえ集計。

(1)貿易への取り組み ～輸出拡大の理由～

○輸出拡大の最大の理由は「海外需要の増加」(78.7%)。次いで「国内需要の減少」(52.7%)。
 ○「海外需要の増加」を挙げる割合は増加(67.2%→78.7%)、「国内需要の減少」は減少(59.8%→52.7%)。

輸出を拡大する理由

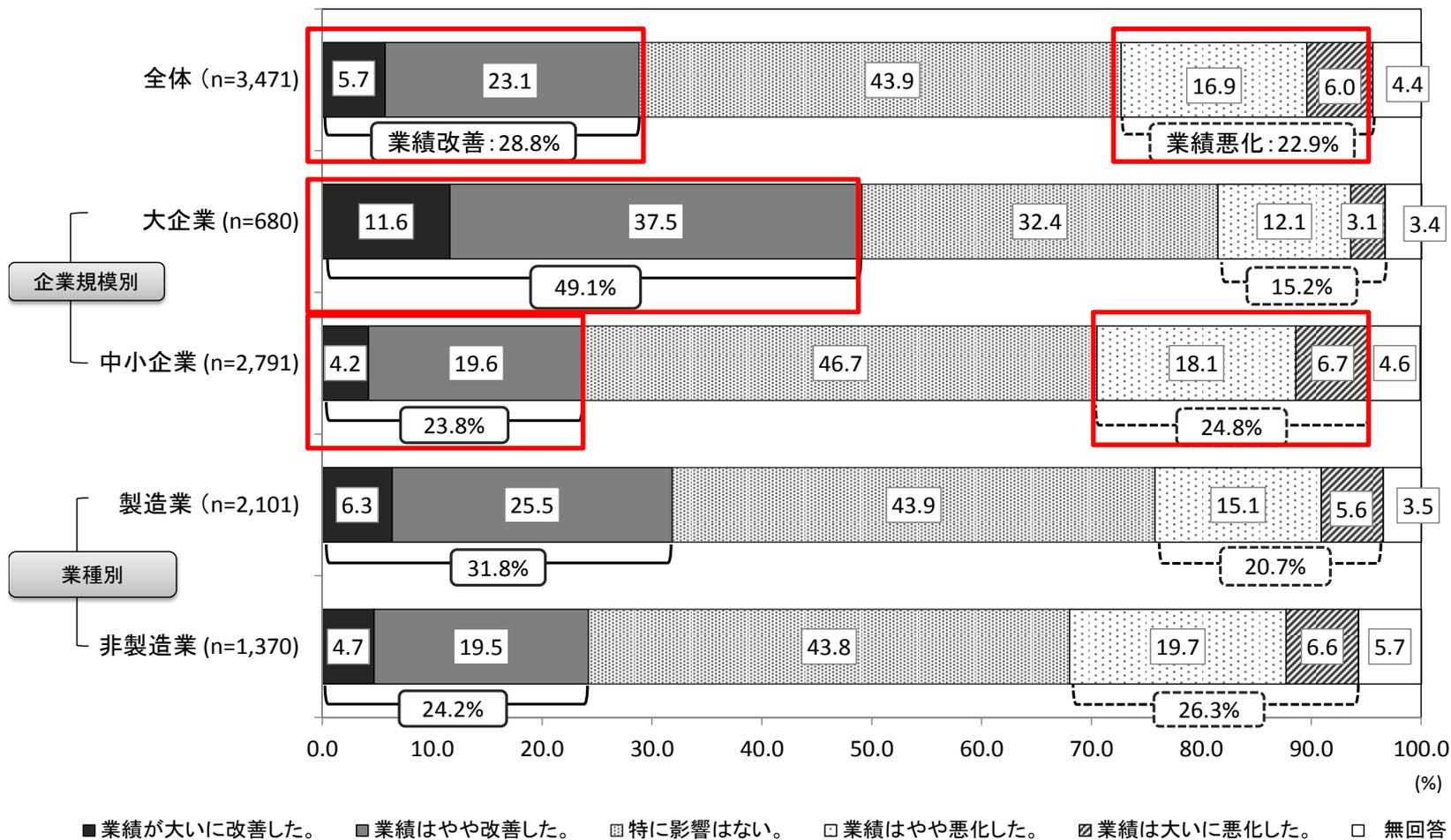


〔注〕①過去の調査結果と比較するため、本設問ではジェトロ・メンバーズからの回答に限定して集計。
 ②nは今後の輸出方針で「さらに拡大を図る」、「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業。

(1)貿易への取り組み ～為替変動の影響～

○12年末からの円安傾向により、3割弱(28.8%)の業績が改善。2割強(22.9%)は悪化。
 ○大企業ではほぼ半数(49.1%)の業績が改善。中小企業では改善が23.8%、悪化が24.8%。

12年末からの円安の影響

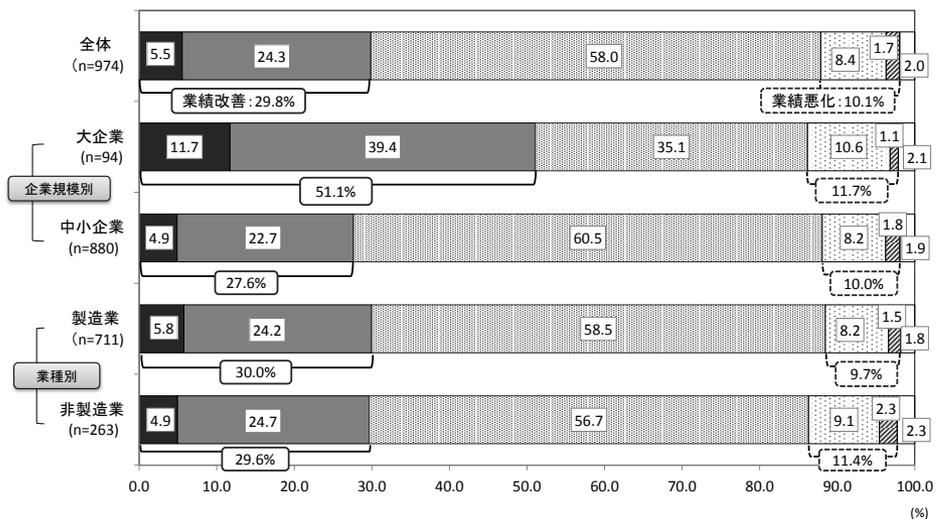


[注]①nは全企業。輸出、輸入を実施しているかどうかは問わない。②構成比は、四捨五入して表記したため、必ずしも合計が100%にならない。

(1)貿易への取り組み ～為替変動の影響(輸出、輸入実施別)～

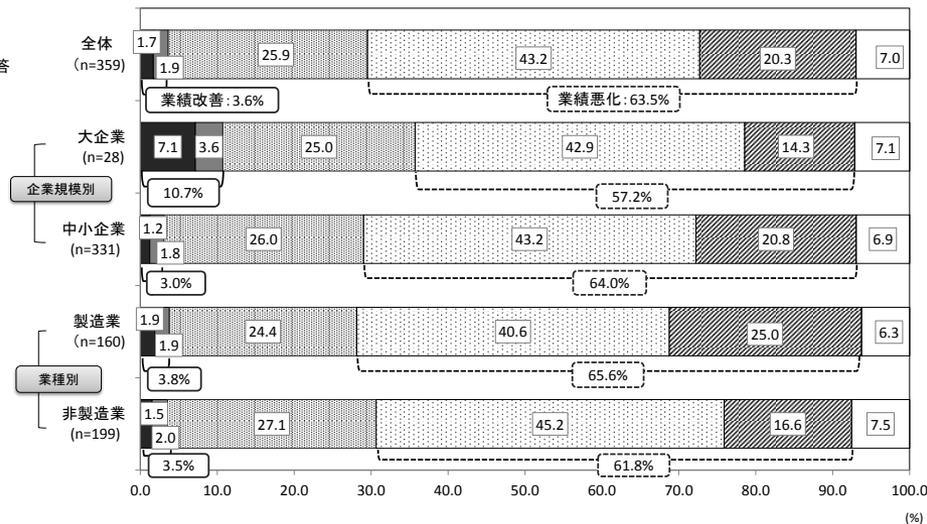
○輸出のみを実施している企業では、円安の影響で業績が改善した企業は29.8%、業績悪化は10.1%。
 ○輸入のみを実施している企業では、業績改善は3.6%、業績悪化は63.5%。

円安の影響 ～輸出のみを実施している企業～



[注]①nは輸出を実施、かつ輸入を実施していない企業、②構成比は、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。

円安の影響 ～輸入のみを実施している企業～



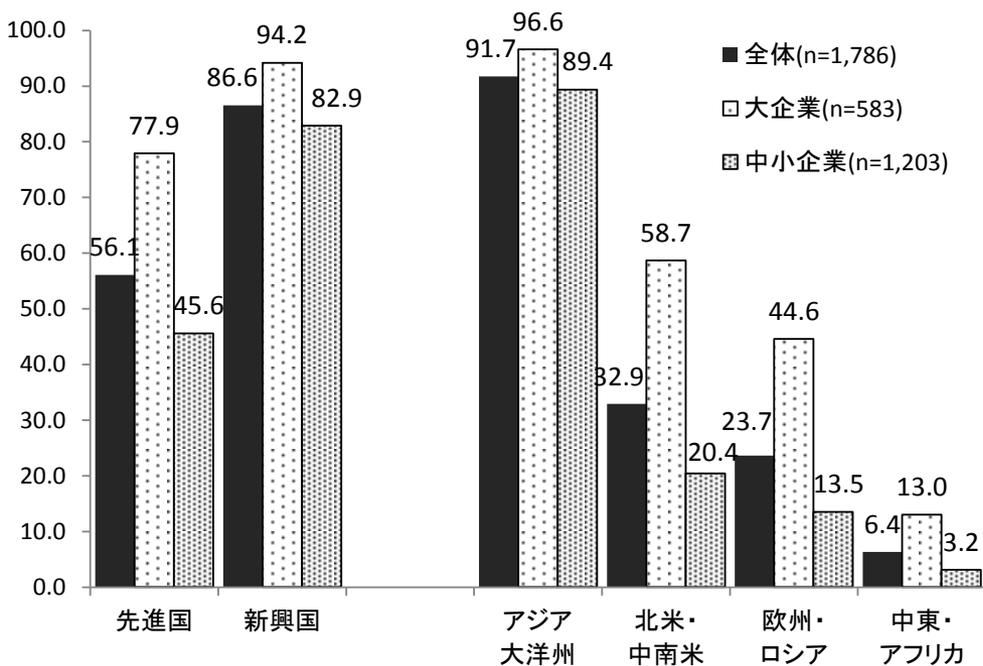
[注]①nは輸入を実施、かつ輸出を実施していない企業、②構成比は、四捨五入して表記したため、必ずしも合計が100%にならない。

(2) 海外進出への取り組み ～現在の海外拠点所在地～

- 海外拠点を持つ企業の86.6%は新興国に、また91.7%は、アジア大洋州に拠点を保有する。
- 海外拠点保有企業の3社に2社が中国に拠点を持つ。

海外拠点の所在地(先進国・新興国、地域別)

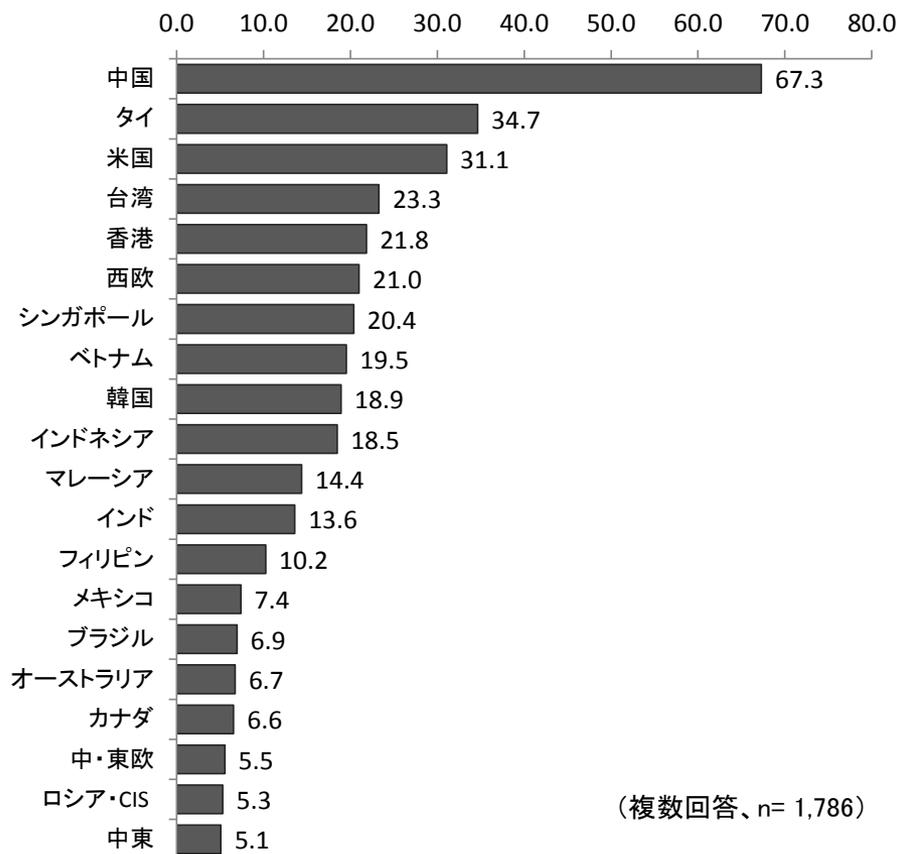
(複数回答、%)



[注]「先進国」は、設問上の28の国・地域の選択肢のうち、香港、台湾、韓国、シンガポール、オーストラリア、米国、カナダ、西欧の8カ国・地域。「新興国」は、中国、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、カンボジア、ミャンマー、インド、パキスタン、バングラデシュ、メキシコ、ブラジル、チリ、中・東欧、トルコ、ロシア・CIS、中東、アフリカ、その他の20カ国・地域と定義。

海外拠点の所在国・地域

(%)



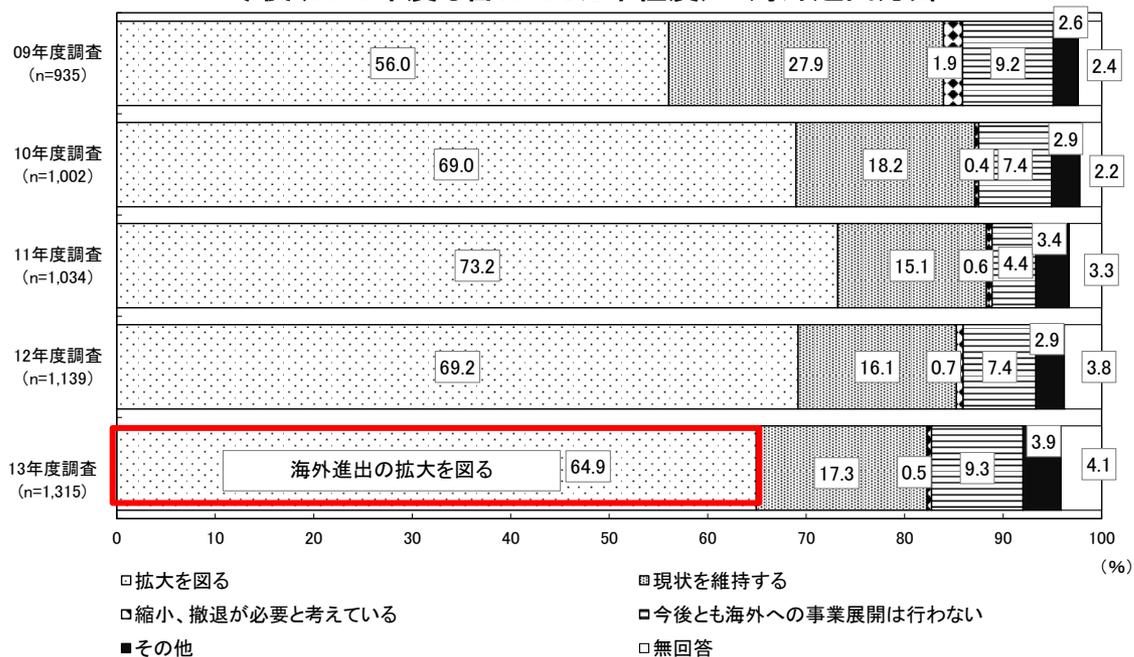
(複数回答、n = 1,786)

- [注]① 拠点先国・地域の記載において、回答率が5%以上の国・地域
 ② 母数は海外拠点を有する企業数(1,786社)

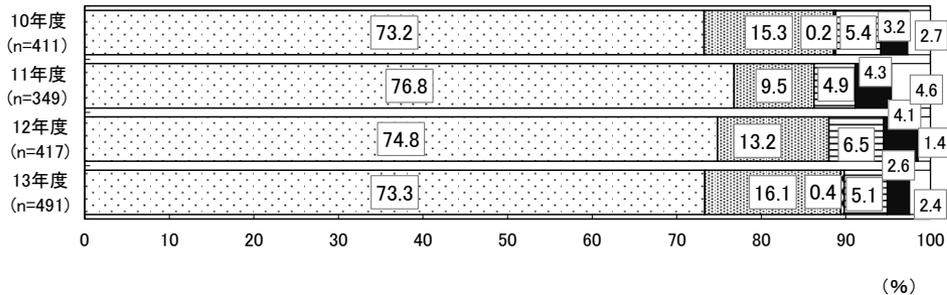
(2) 海外進出への取り組み ～今後の海外進出方針～

○64.9%の企業が海外進出(新規投資、既存拠点の拡充)拡大を志向。
 ○大企業、中小企業とも前回調査より拡大意欲は低下したが、引き続き高水準。

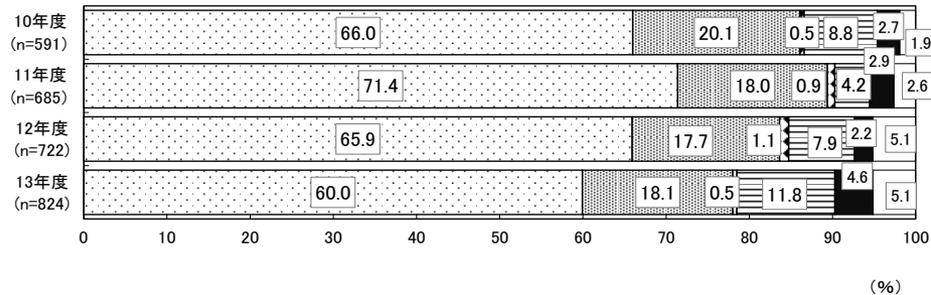
今後(2013年度も含めて3カ年程度)の海外進出方針



大企業



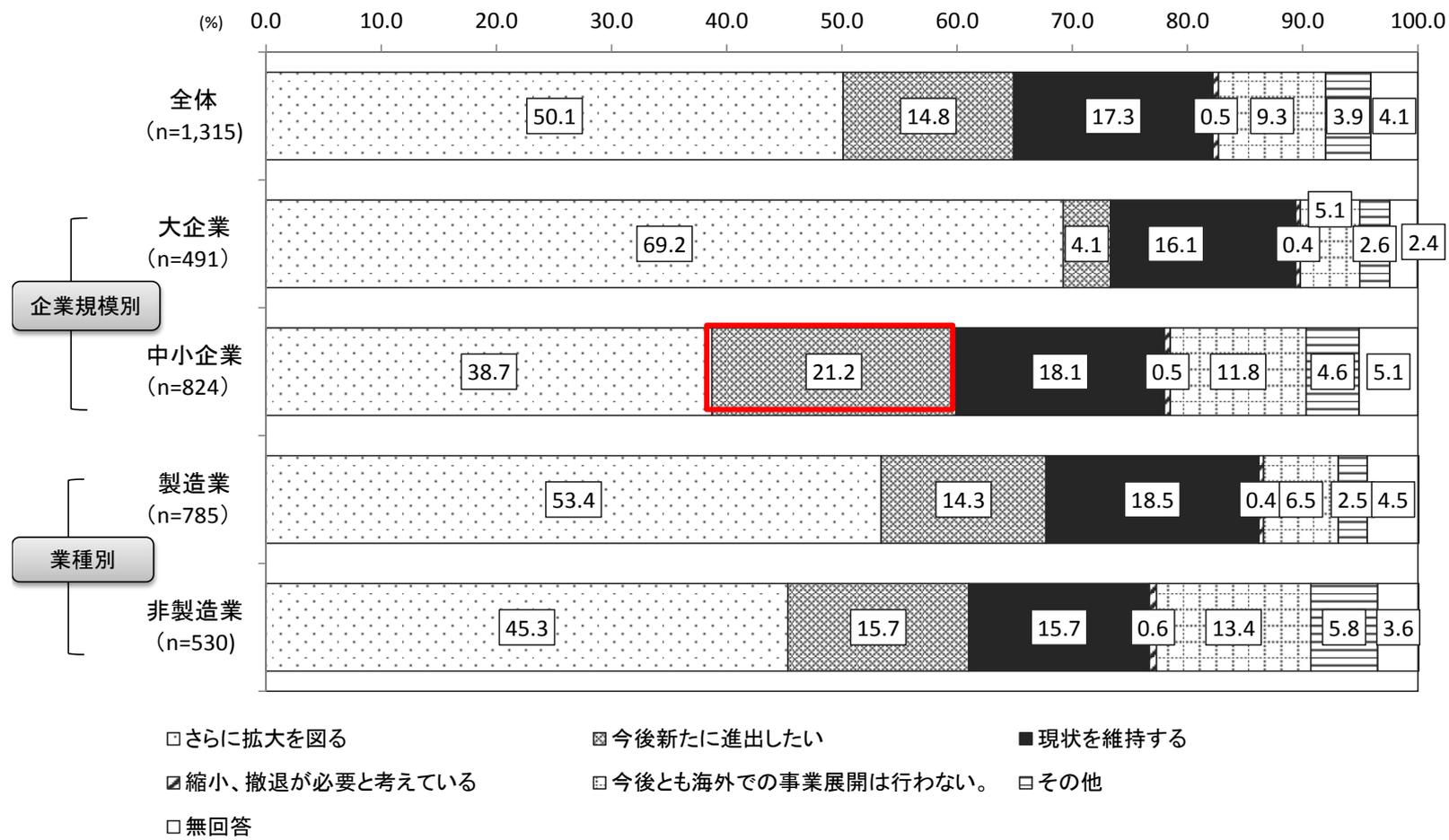
中小企業



[注]過去の調査結果と比較するため、本設問ではジェットロ・メンバーズからの回答に限定して集計。

(2) 海外進出への取り組み ～新規の海外進出方針～

○新たに海外進出を考えている企業は、全体の14.8%。企業規模別で見ると、中小企業の21.2%が新たに海外進出を考えている。業種別で見ると、製造業、非製造業ともに約15%が新たに海外進出を考えている。

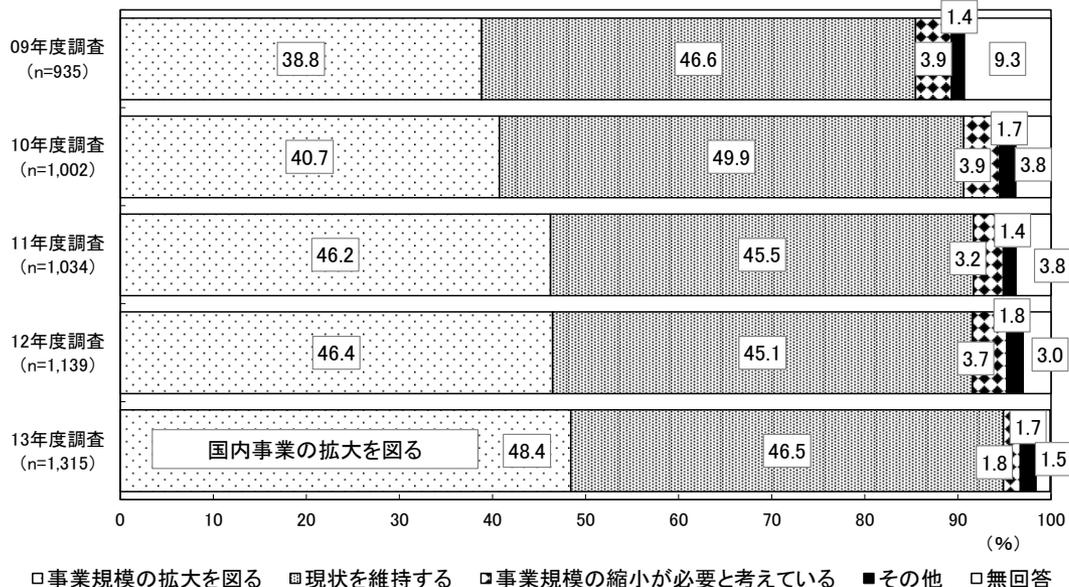


[注]前頁との比較のため、本設問ではジェトロ・メンバーズからの回答に限定して集計。

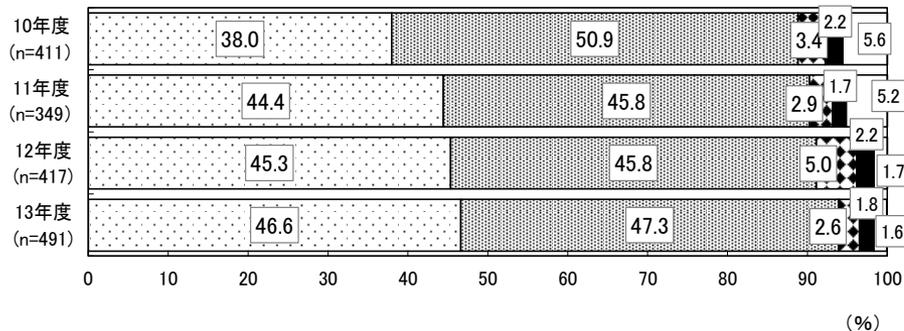
(2) 海外進出への取り組み ～今後の国内事業展開～

○約5割の企業が国内事業(新規投資、既存拠点の拡充)の拡大を志向。国内事業の拡大意欲は増加傾向。
 ○国内事業の拡大を図る企業の比率は、中小企業(49.5%)が大企業(46.6%)よりも高い。

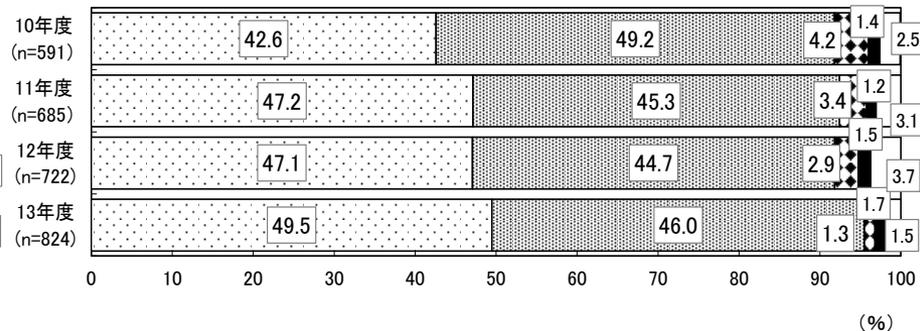
今後(2013年度も含めて3カ年程度)の国内での事業方針



大企業



中小企業



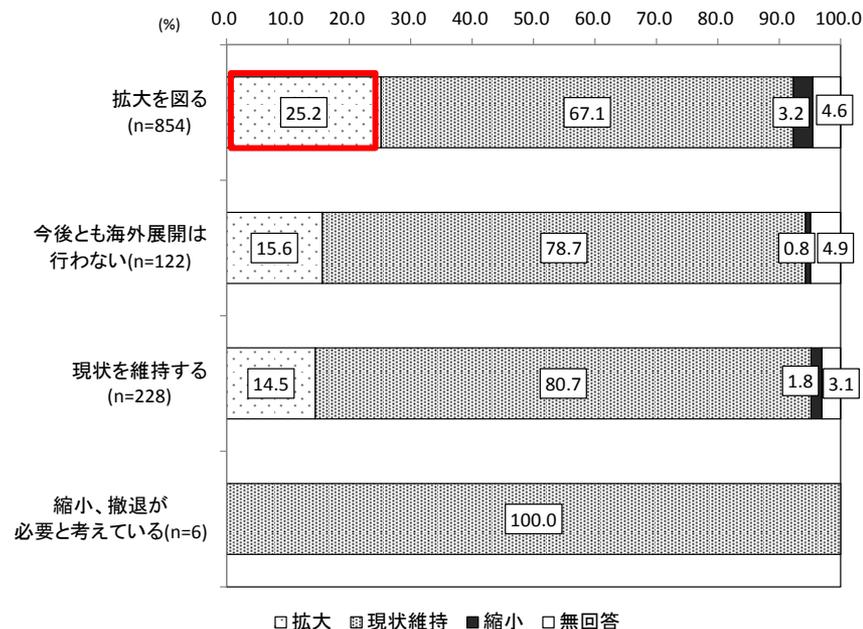
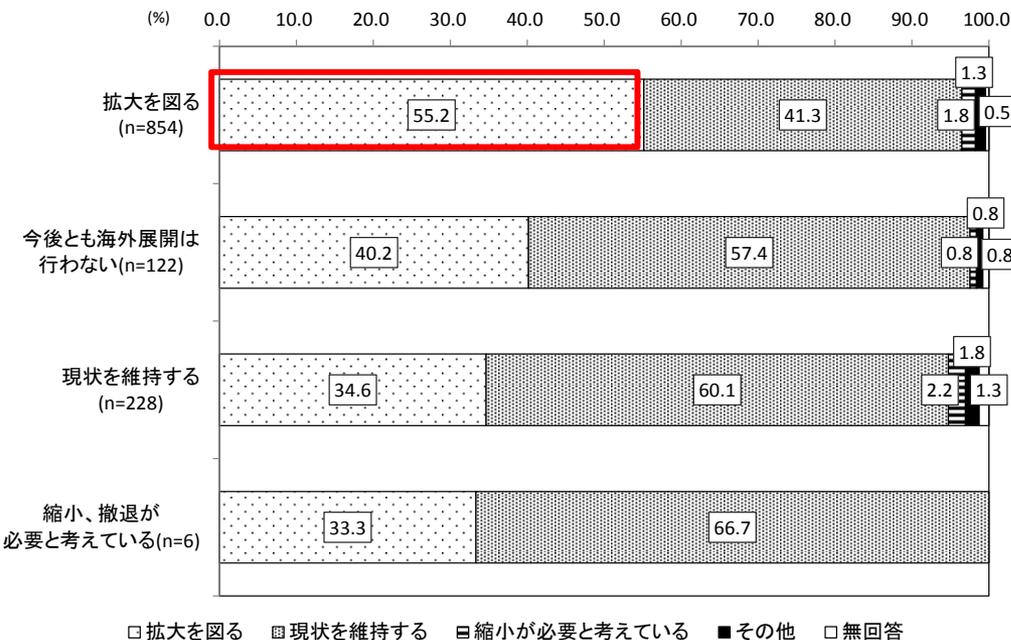
[注]過去の調査結果と比較するため、本設問ではジェットロ・メンバーズからの回答に限定して集計。

(2) 海外進出への取り組み ～海外進出の方針別に見た国内事業/国内の雇用見通し～

○海外進出の拡大を図る企業は国内事業や国内の雇用も拡大しようと考えている。
 ○海外進出が現状維持や消極的だと国内事業も現状維持を志向する傾向が強い。

海外進出の方針別に見た国内事業の今後の方向性

海外進出の方針別に見た国内の雇用見通し

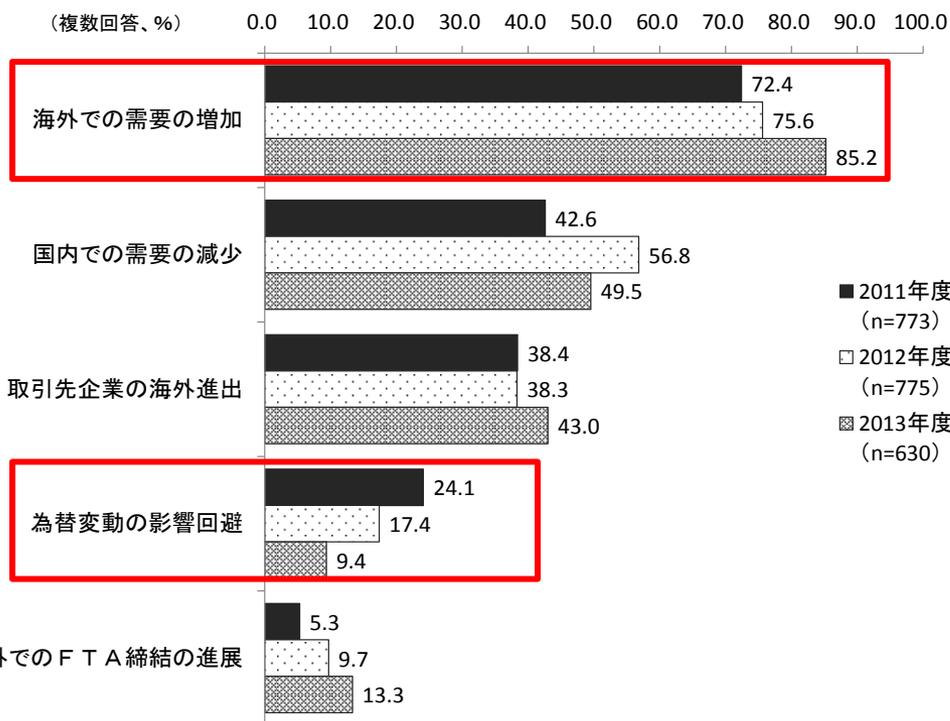


〔注〕①本設問ではジェットロ・メンバーズからの回答に限定して集計。
 ②海外進出方針につき、「その他」、無回答企業を除く。

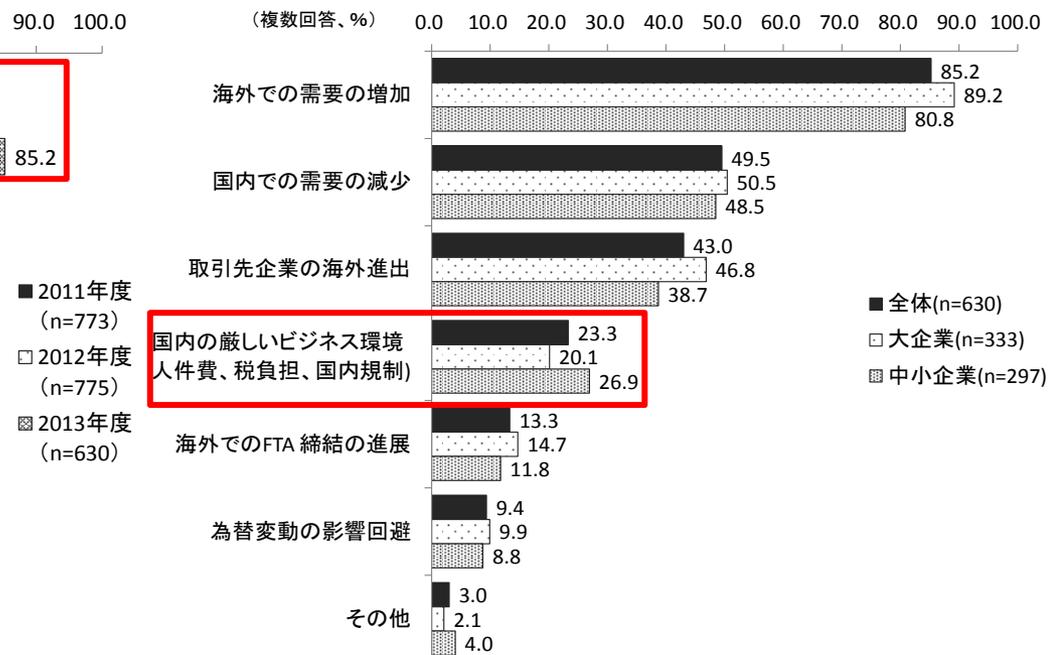
(2) 海外進出への取り組み ～海外進出の拡大を図る理由～

○海外進出の拡大を図る最多の理由は、「海外での需要の増加」。同理由を挙げる割合は増加傾向にある(72.4%→75.6→85.2%)。「為替変動の影響回避」を挙げる割合は減少傾向(24.1%→17.4%→9.4%)。
 ○「国内の厳しいビジネス環境(人件費、税負担、国内規制)」を理由に挙げる割合は、中小企業(26.9%)が大企業(20.1%)よりも多い。

海外進出の拡大を図る理由(時系列)



海外進出の拡大を図る理由(企業規模別)



[注1]2011年度、2012年度の母数は「新規進出と今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。

2013年度の母数は「今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。

[注2]ジェットロメンバーズからの回答に限定した集計結果。

[注3]経年比較するために、2011年度、2012年度調査における「円高の影響」の回答結果を「為替変動の影響回避」として記載。

(2)海外進出への取り組み ～海外進出の拡大を図る国・地域と拡大する機能～

○今後、海外進出の拡大を図る国・地域は、中国、タイ、インドネシアの順。

○機能別では、販売、生産だけでなく、研究開発、物流機能の拡大も新興国が先進国を上回った。

現在、海外拠点を持つ企業が今後(2013年度も含め3カ年程度)、海外で拡大を図る機能(国・地域別)

(複数回答、%)

全体			販売機能			生産				研究開発				地域統括機能			物流機能			
						汎用品		高付加価値品		新製品開発		現地市場向け仕様変更								
順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%
1	中国	57.0	1	中国	45.7	1	中国	18.3	1	中国	14.8	1	中国	9.7	1	シンガポール	4.1	1	中国	4.9
2	タイ	47.1	2	タイ	33.9	2	タイ	13.9	2	タイ	11.1	2	タイ	4.8	2	中国	3.3	2	タイ	3.6
3	インドネシア	35.1	3	インドネシア	26.5	3	インドネシア	9.2	3	ベトナム	5.5	3	米国	3.1	3	米国	2.6	3	インドネシア	2.9
4	ベトナム	29.6	4	米国	20.6	4	ベトナム	8.7	4	インドネシア	5.3	4	インドネシア	2.7	4	タイ	2.5	4	ベトナム	2.7
5	米国	25.4	5	ベトナム	18.9	5	インド	5.2	5	米国	4.3	4	台湾	1.4	5	西欧	2.2	5	インド	2.1
6	台湾	20.1	6	台湾	17.0	6	米国	4.1	6	台湾	3.1	6	韓国	1.3	6	台湾	1.7	6	シンガポール	2.0
7	インド	19.3	7	韓国	14.7	7	台湾	2.9	7	インド	2.4	6	シンガポール	1.3	6	韓国	1.9	7	ベトナム	1.4
8	シンガポール	18.3	8	インド	14.2	8	マレーシア	2.9	8	マレーシア	2.2	6	西欧	1.3	6	インド	1.9	8	マレーシア	1.3
9	韓国	17.2	9	西欧	13.1	9	韓国	2.5	9	韓国	2.1	9	ベトナム	1.3	9	マレーシア	1.6	8	インドネシア	0.6
10	西欧	15.7	10	シンガポール	12.9	10	ミャンマー	2.2	10	シンガポール	2.0	10	マレーシア	0.8	10	西欧	1.5	10	インド	0.4
11	香港	15.4	11	香港	12.2	10	メキシコ	2.2	11	西欧	1.5	11	香港	0.7	11	ベトナム	1.4	11	台湾	0.9
11	マレーシア	15.4	12	マレーシア	11.7	12	フィリピン	2.1	12	フィリピン	1.3	12	ミャンマー	0.4	12	ブラジル	1.0	12	フィリピン	0.3
13	フィリピン	10.9	13	フィリピン	7.1	13	カンボジア	1.5	13	ミャンマー	1.1	13	フィリピン	0.4	13	ミャンマー	0.9	12	ミャンマー	0.3
13	ミャンマー	10.9	14	ブラジル	6.9	14	シンガポール	1.3	14	メキシコ	1.0	13	インド	0.4	14	香港	0.8	12	トルコ	0.3
15	ブラジル	8.0	15	ロシア・CIS	5.9	14	ブラジル	1.3	14	ブラジル	1.0	15	カンボジア	0.3	15	フィリピン	0.7	15	カンボジア	0.2
16	メキシコ	7.6	16	メキシコ	5.5	16	バングラデシュ	1.2	16	香港	0.8	16	ブラジル	0.2	16	中・東欧	0.4	15	カナダ	0.2
17	ロシア・CIS	6.5	17	ミャンマー	5.1	16	西欧	1.2	17	カンボジア	0.4	17	バングラデシュ	0.1	17	オーストラリア	0.3	15	中東	0.2
18	中東	5.6	18	中東	4.6	18	香港	0.6	17	アフリカ	0.4	17	オーストラリア	0.1	18	カンボジア	0.2	15	ブラジル	0.2
19	カンボジア	5.4	19	アフリカ	3.8	18	アフリカ	0.6	19	オーストラリア	0.4	17	中・東欧	0.1	18	カナダ	0.2	19	韓国、パキスタン、 グラデシュ、メキシコ、 チリ、中・東欧、アフリ カ	0.1
20	アフリカ	4.7	20	オーストラリア	3.0	20	中・東欧	0.5	19	中・東欧	0.4	-	-	18	メキシコ	0.2	20	ブラジル	0.3	
	先進国	55.6		先進国	46.6		先進国	9.4		先進国	8.8		先進国	5.3		先進国	6.8		先進国	4.9
	新興国	93.2		新興国	73.4		新興国	35.4		新興国	26.7		新興国	7.7		新興国	13.0		新興国	9.8

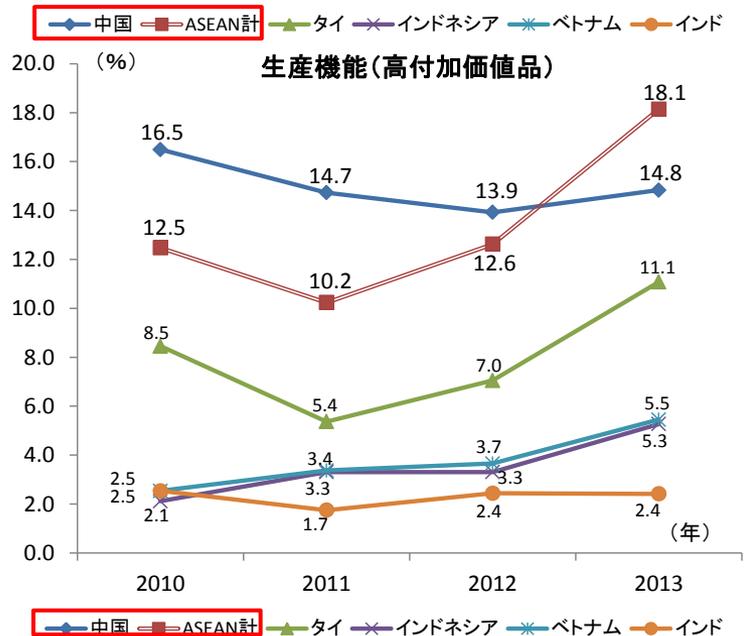
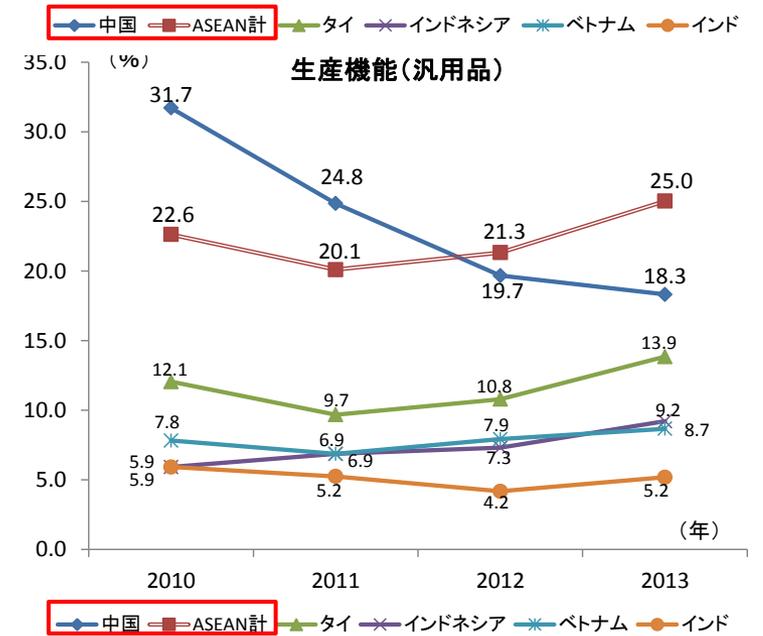
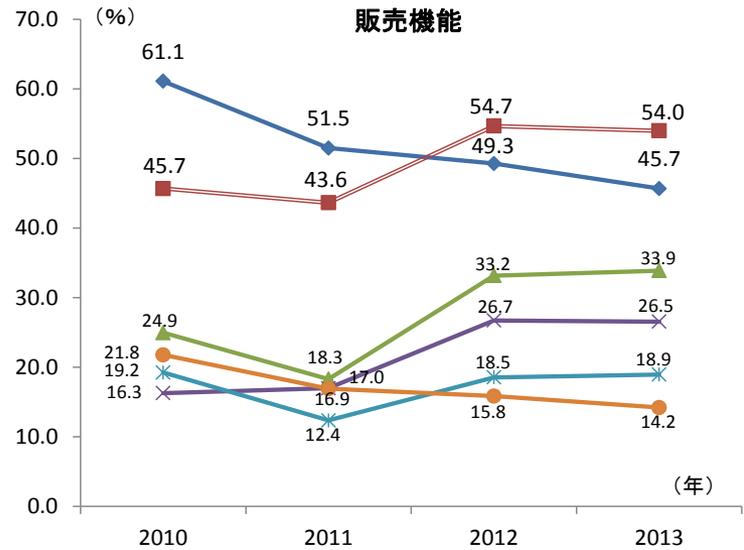
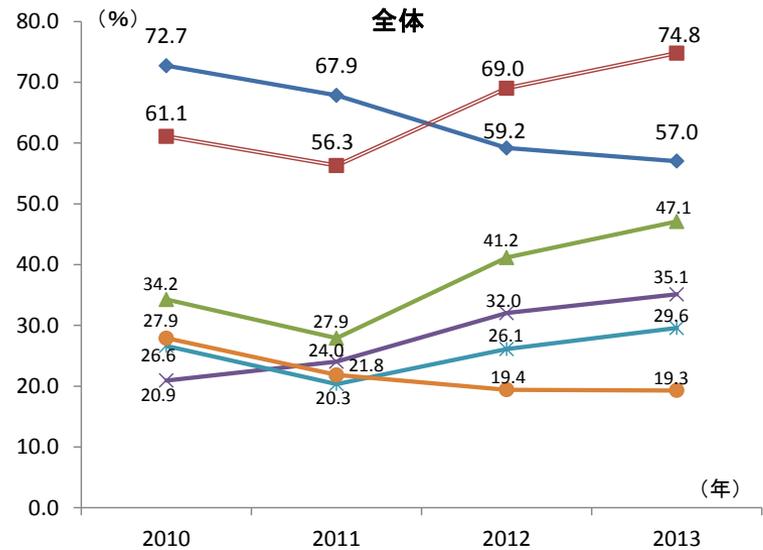
[注]①母数は「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」企業(1,178社)のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数(1,119社)。

②「全体」は、各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数。一つの国・地域で複数の機能を拡大する場合でも、1社としてカウント。

(2) 海外進出への取り組み ～海外進出の拡大を図る国・地域と拡大する機能(時系列変化)～

○海外進出の拡大を図る国・地域としては、12年以降、全体としてASEANを挙げる割合が中国を上回った(機能別では販売と汎用品生産)。13年には、高付加価値品の生産でもASEANが中国を逆転。

中国・ASEAN・インドへの進出(全体、販売、生産機能)を拡大する企業(時系列比較)



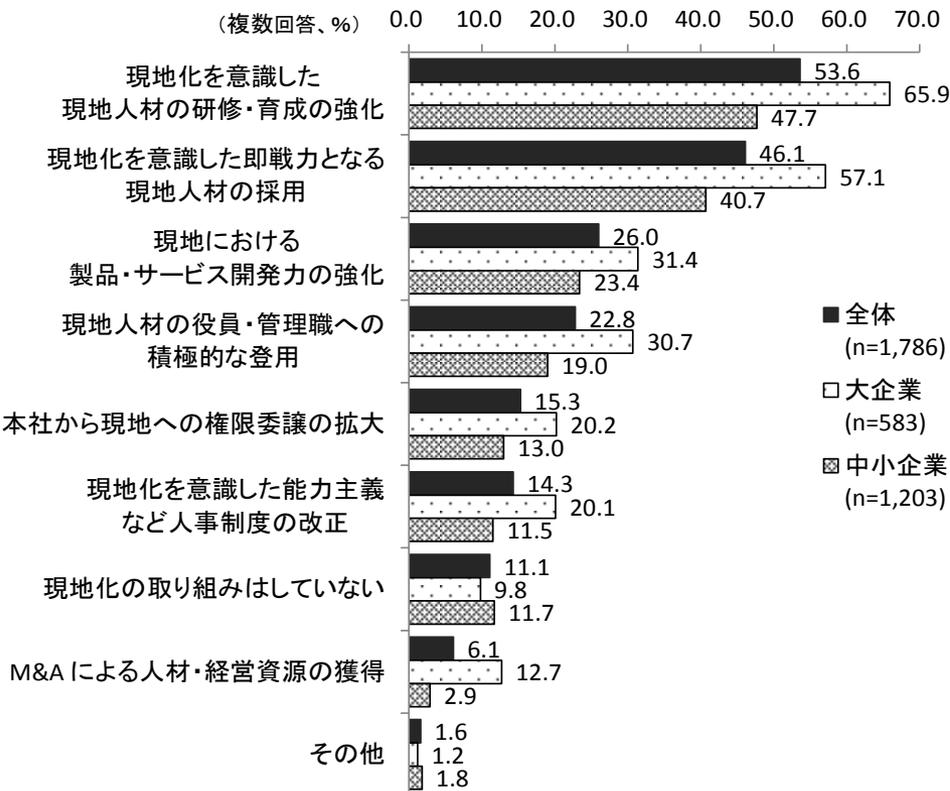
[注]①母数は各年度調査とも、今後3年程度で海外進出を拡大する企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。ただし2013年は、現在、海外に拠点がある企業に限定した拡大方針。2010～12年は、現在の海外拠点の有無による限定はしていない。
 ②ASEAN計は、比較可能なシンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計(重複する企業は除く)。
 ③「全体」は、各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数。一つの国・地域で複数の機能を拡大する場合でも、1社としてカウント。
 ④2010年は、ジェトロ・メンバーズのみを対象とした調査。2011年度以降、調査対象を拡大。

(2) 海外進出への取り組み ～現地化に向けた取り組み/課題～

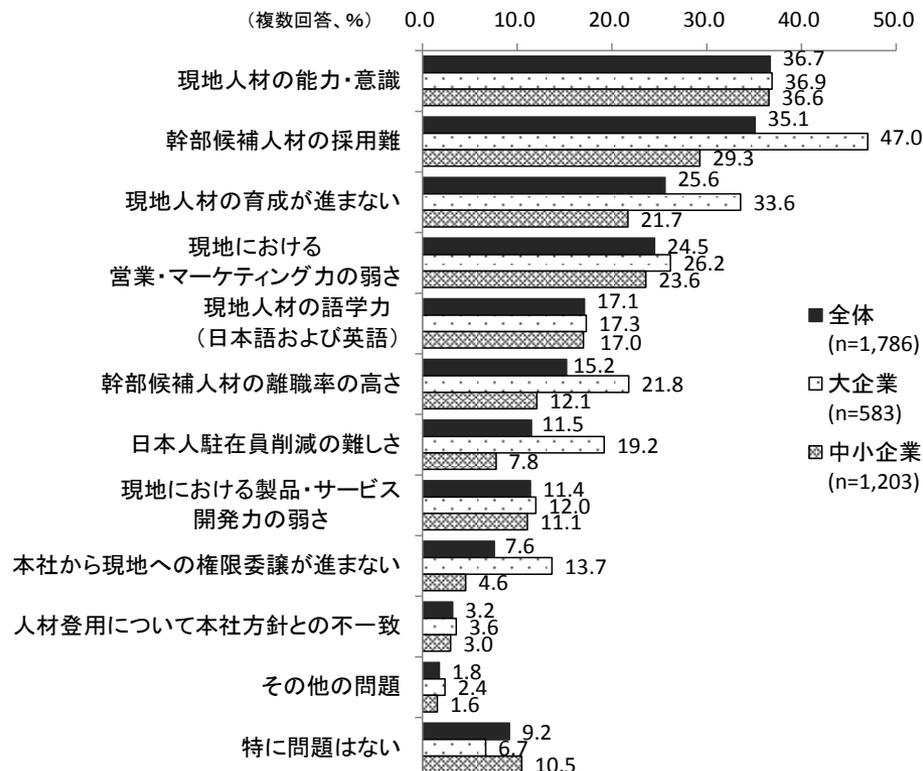
○現地化に向けて、日本企業は現地人材に重点を置いた取り組みを展開。

○現地化を進める上での課題として、中小企業では、「現地人材の能力・意識」が最大の課題であるのに対し、大企業では「幹部人材の採用難」が最大の理由。

現地化に向けた取り組み



現地化を進める上での課題



[注]母数は海外拠点を有する企業数。

(2) 海外進出への取り組み ～拠点・機能の再編～

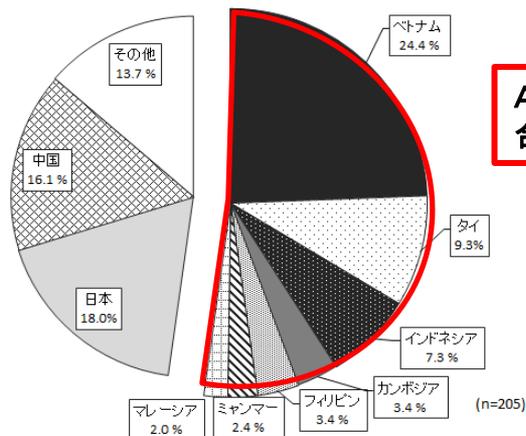
- 過去2~3年に再編を行った、または今後2~3年に再編を行う予定の企業は、アンケート回答企業3,471社中595社(17.1%)(内訳は、中小企業382社、大企業213社)。移管件数は780件(複数回答)。
- ASEAN諸国への移管の合計が46.2%を占める。国・地域パターンで見ると、「日本→ASEAN」パターンが最多。
- 中国からの移管については、移管先をASEAN諸国とする回答が約半数(52.2%)を占める。

国内外の拠点・機能の再編動向 (n=780、%)

		移管先				
		中国	ASEAN	日本	その他	合計
移管元	中国	4.2	13.7	4.7	3.6	26.3
	ASEAN	0.3	6.2	1.8	0.5	8.7
	日本	15.3	24.2	-	10.9	50.4
	その他	1.4	2.1	3.1	8.1	14.6
	合計	21.2	46.2	9.6	23.1	100

[注]構成比は、四捨五入して表記したため、必ずしも合計と一致しない。

中国を移管元とする拠点・機能の移管先



**ASEAN
合計52.2%**

[注]「その他」には国名の記載がないものを含む。

主な移管パターンの詳細

移管元	移管先	比率	主な業種
日本	ASEAN(n=189)	24.2	鉄鋼/非鉄/金属製品(13.8) 自動車/自動車部品/その他輸送機器(13.8) 一般機械(9.0)
	タイ(n=85)	10.9	鉄鋼/非鉄/金属製品(21.2) 自動車/自動車部品/その他輸送機器(14.1) 電気機械(10.6)
	ベトナム(n=35)	4.5	自動車/自動車部品/その他輸送機器(17.1) 石油・石炭製品(11.4) 鉄鋼/非鉄/金属製品(11.4)
	インドネシア(n=22)	2.8	一般機械(27.3) 自動車/自動車部品/その他輸送機器(18.2) 電気機械(13.6)
日本	中国(n=119)	15.3	自動車/自動車部品/その他輸送機器(11.8) 化学(11.8) 商社・卸売(11.8)
中国	ASEAN(n=107)	13.7	商社・卸売(25.2) 繊維・織物/アパレル(15.0) 鉄鋼/非鉄/金属製品(7.5) 電気機械(7.5)
	ベトナム(n=50)	6.4	商社・卸売(32.0) 繊維・織物/アパレル(14.0) 石油・石炭製品(10.0)
中国	日本(n=37)	4.7	鉄鋼/非鉄/金属製品(18.9) 商社・卸売(16.2) 飲食品(8.1) その他製造業(8.1)
中国	中国(n=33)	4.2	繊維・織物/アパレル(12.1) 化学(12.1) 情報通信機械器具(9.1) 自動車/自動車部品/その他輸送機器(9.1)
全体(n=780)		100	商社・卸売(13.3) 自動車/自動車部品/その他輸送機器(10.1) 鉄鋼/非鉄/金属製品(8.8)

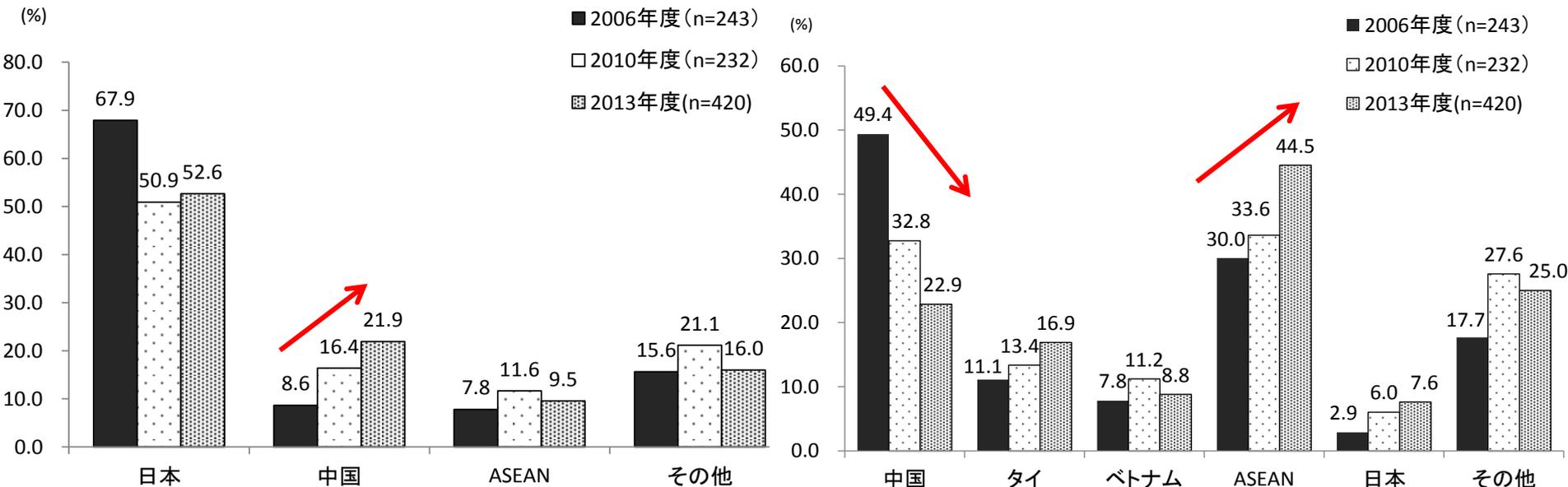
[注] 主な業種の後ろの()は、各移管パターンを100%とした場合の内訳割合(%)を表す。

(2) 海外進出への取り組み ～拠点・機能の再編(経年比較)～

○ 拠点・機能の再編状況を過去の調査と比較してみると、中国からの移管比率が増加傾向。
 ○ 中国への移管比率は減少傾向にある一方で、ASEAN諸国への移管比率は増加傾向。

拠点・機能の移管元

拠点・機能の移管先



[注]①過去の調査結果と比較するため、JETRO・メンバーズからの回答に限定した集計結果。
 ②移管元、移管先とも「その他」には、国名の記載がないものも含む。

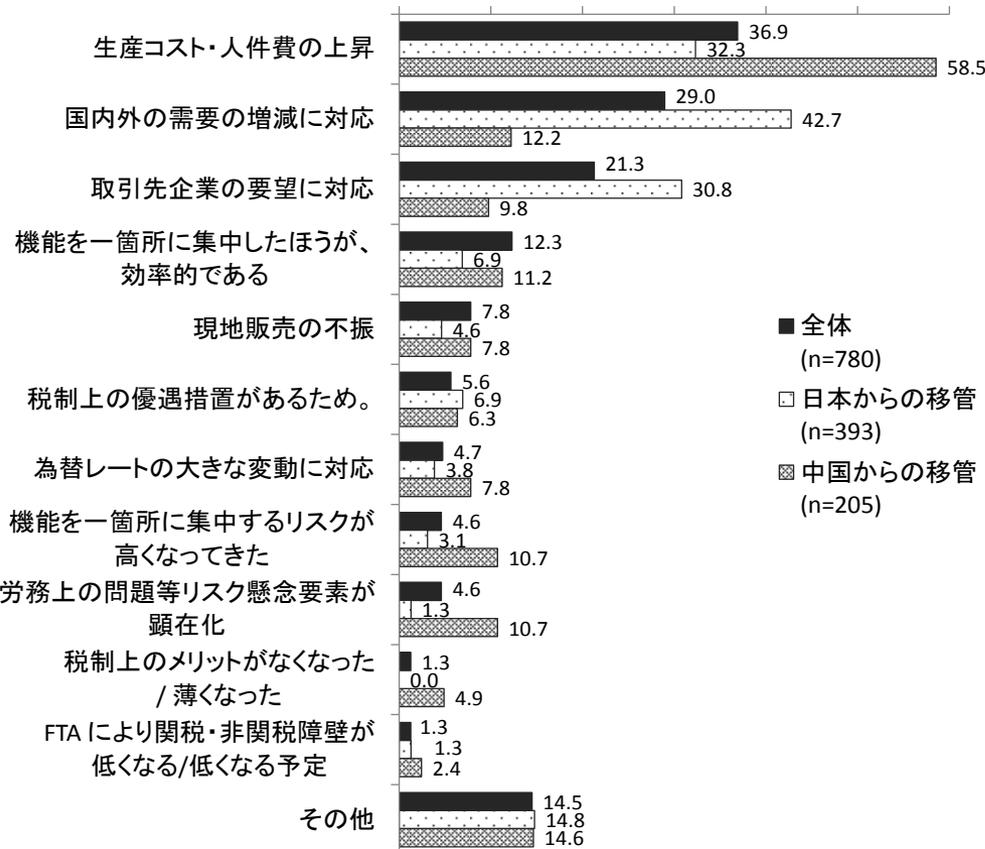
(2) 海外進出への取り組み ～移管理由・移管機能～

○日本からの移管では、「国内外の需要増減への対応」が最大の移管理由。一方中国からの移管では、「生産コスト・人件費の上昇」が最大の移管理由。

○移管する機能は、日本・中国ともに、汎用品の生産、高付加価値品の生産、販売の順に高い。

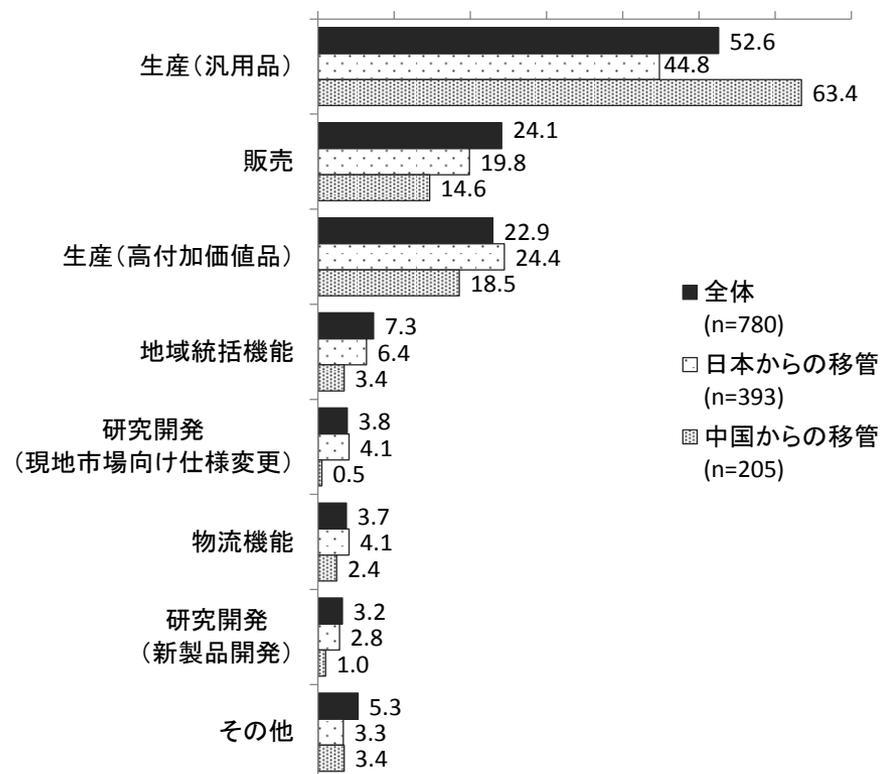
移管する理由

(複数回答、%) 0.0 10.0 20.0 30.0 40.0 50.0 60.0



移管する機能

(複数回答、%) 0.0 10.0 20.0 30.0 40.0 50.0 60.0 70.0

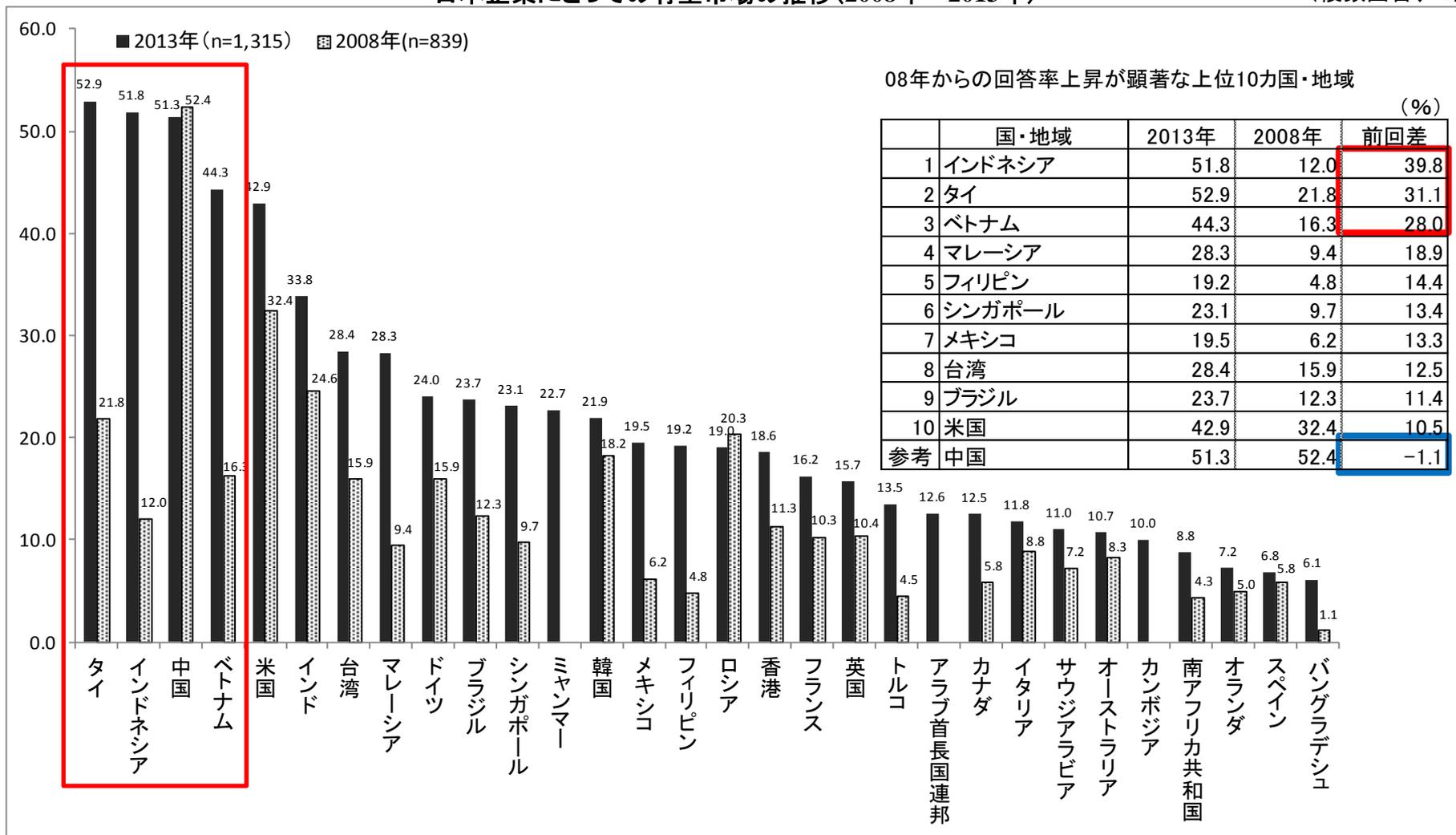


(3) 今後の有望市場と課題 ～今後3カ年度程度の重点国・地域～

○今後の有望市場を5年前と比べると、タイ、インドネシア、ベトナム等ASEAN諸国を挙げる回答比率の上昇が顕著。
○中国を有望視する割合は1.1ポイント減の51.3%へと低下。半数を超えて依然高いが、ASEANシフトが鮮明に。

日本企業にとっての有望市場の推移(2008年→2013年)

(複数回答、%)



[注]①値は、母数(n)に占める国・地域ごとの回答率(国・地域ごとの回答数/母数(n))。②2008年は今後3年の販売最重点国に関する回答率。③08年度調査と比較するため、13年度調査は全回答企業のうち、ジェトロ・メンバーズ1,315社に限定して集計を行った。④ミャンマー、アラブ首長国連邦、カンボジアについては08年度調査で選択肢の設定無し。

(3) 今後の有望市場と課題 ～今後3カ年度程度の重点国・地域(2)～

○今後の有望市場について、製造業は中国、タイ、インドネシア、米国、非製造業はタイ、インドネシア、ベトナム、中国を上位にランク。

今後(2013年度も含めて3カ年度程度)の有望市場(上位10カ国・地域)

(複数回答、%)

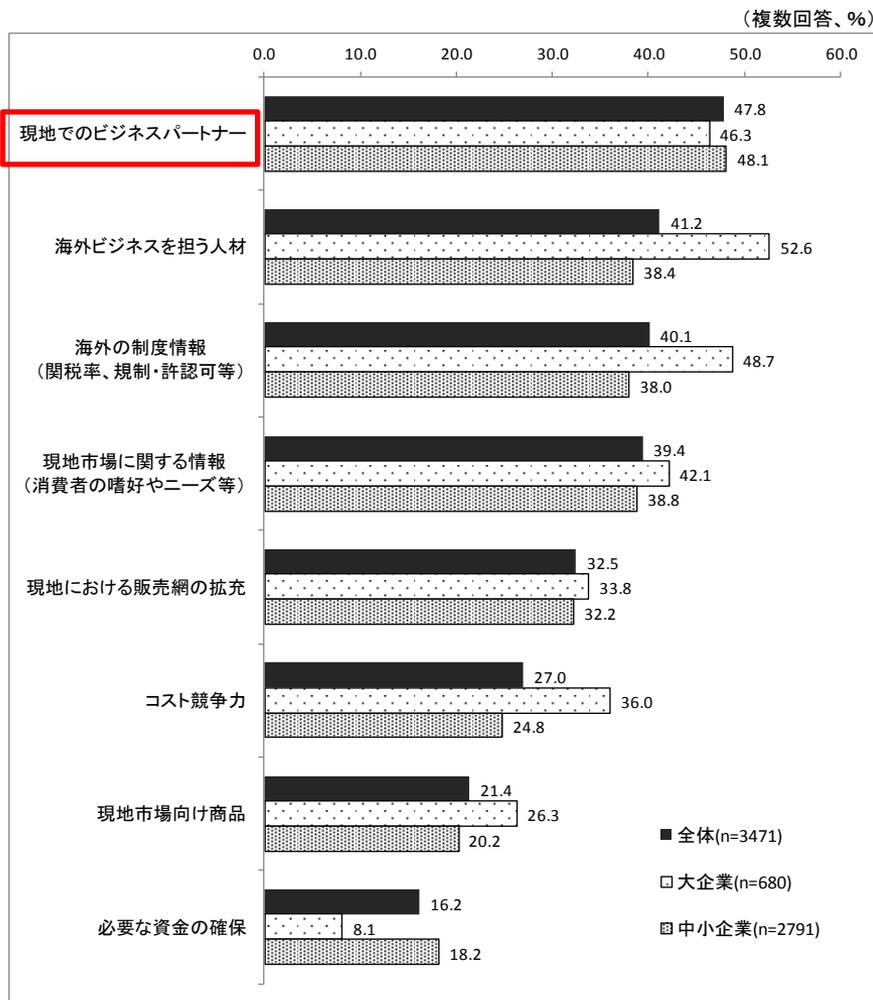
	n	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
		タイ	インドネシア	中国	ベトナム	米国	インド	台湾	マレーシア	ドイツ	ブラジル
合計	1,315	52.9	51.8	51.3	44.3	42.9	33.8	28.4	28.3	24.0	23.7
大企業	491	64.0	63.5	62.9	49.9	48.1	42.6	25.9	28.9	24.0	32.6
中小企業	824	46.2	44.8	44.4	41.0	39.8	28.5	29.9	27.9	23.9	18.4
製造業	785	54.9	54.8	56.8	43.3	51.0	37.5	31.5	28.3	29.3	31.2
飲食料品	90	54.4	45.6	47.8	44.4	56.7	13.3	47.8	31.1	21.1	18.9
繊維・織物／アパレル	30	23.3	46.7	53.3	20.0	60.0	16.7	6.7	13.3	30.0	16.7
木材・木製品／家具・建材 ／紙・パルプ	26	38.5	53.8	61.5	42.3	57.7	19.2	23.1	30.8	26.9	19.2
化学	64	71.9	59.4	65.6	48.4	45.3	50.0	35.9	26.6	34.4	40.6
医療品・化粧品	26	46.2	50.0	69.2	42.3	53.8	26.9	38.5	19.2	53.8	34.6
石油・石炭製品／プラス チック製品／ゴム製品	47	59.6	57.4	53.2	42.6	51.1	36.2	27.7	27.7	27.7	23.4
窯業・土石	27	40.7	51.9	44.4	33.3	51.9	37.0	51.9	37.0	25.9	33.3
鉄鋼／非鉄金属／金属製 品	93	54.8	47.3	46.2	38.7	46.2	38.7	29.0	24.7	31.2	23.7
一般機械	107	61.7	65.4	54.2	52.3	39.3	42.1	28.0	30.8	23.4	36.4
電気機械	54	50.0	64.8	61.1	59.3	50.0	50.0	31.5	33.3	22.2	46.3
情報通信機械器具／電子 部品・デバイス	34	52.9	50.0	73.5	38.2	61.8	52.9	32.4	23.5	41.2	38.2
自動車／自動車部品／そ の他輸送機器	58	69.0	67.2	67.2	27.6	65.5	50.0	13.8	22.4	24.1	36.2
精密機器	43	51.2	55.8	58.1	55.8	58.1	51.2	34.9	41.9	48.8	37.2
その他の製造業	86	51.2	46.5	59.3	40.7	45.3	33.7	32.6	27.9	27.9	31.4
非製造業	530	49.8	47.4	43.2	45.8	30.9	28.3	23.8	28.3	16.0	12.6
商社・卸売	265	49.1	43.8	46.4	42.3	34.0	30.2	28.7	27.5	18.5	14.7
小売	27	48.1	37.0	29.6	40.7	37.0	25.9	29.6	37.0	22.2	-
建設	27	59.3	44.4	25.9	59.3	25.9	29.6	18.5	25.9	11.1	11.1
電気・ガス・水道	3	66.7	100.0	-	33.3	66.7	33.3	33.3	33.3	-	-
運輸	36	44.4	52.8	44.4	50.0	36.1	36.1	11.1	22.2	22.2	27.8
金融・保険	65	63.1	52.3	49.2	64.6	20.0	20.0	15.4	18.5	10.8	6.2
情報通信サービス	16	50.0	43.8	62.5	37.5	18.8	25.0	18.8	37.5	12.5	12.5
専門サービス	36	47.2	63.9	27.8	58.3	16.7	30.6	19.4	33.3	16.7	11.1
その他の非製造業	55	38.2	49.1	41.8	29.1	36.4	23.6	21.8	38.2	7.3	9.1

[注]①ジェトロ・メンバーズからの回答に限定して集計。②各欄の値は、母数(n)に占める項目ごとの回答率(企業規模、業種ごとの回答数/母数(n))。③色つきセルは回答率が50%以上の業種。

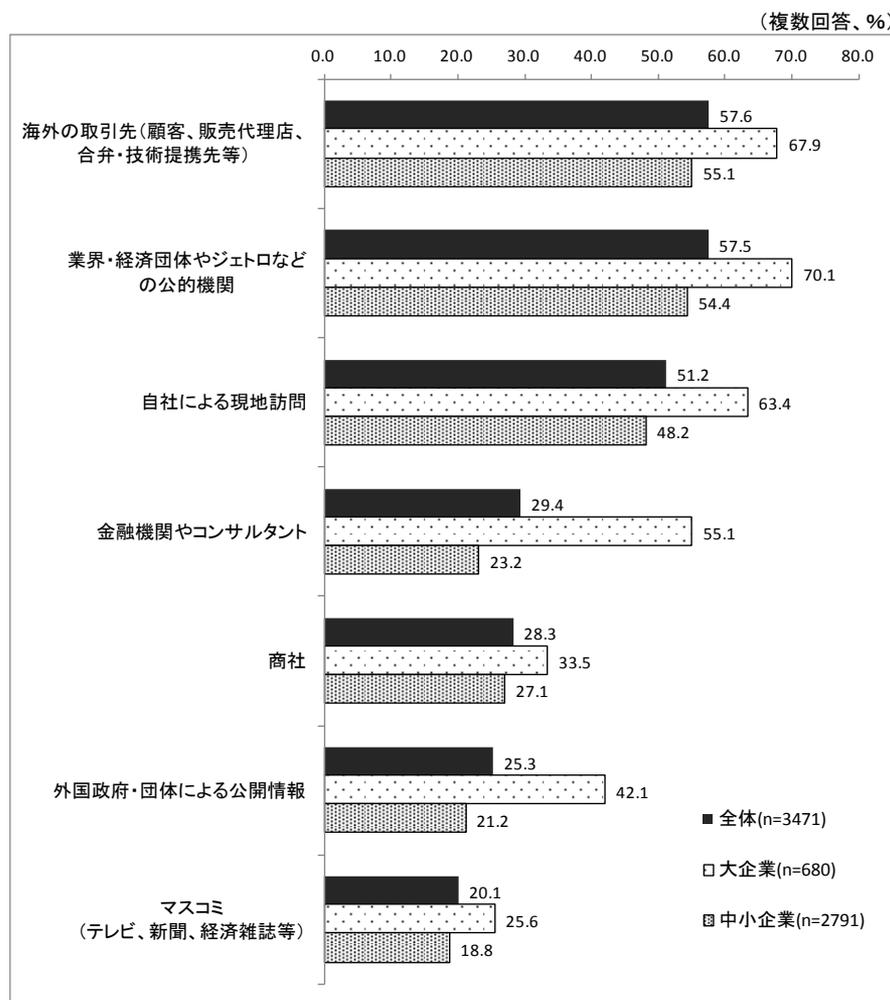
(3) 今後の有望市場と課題 ～海外展開の課題と情報入手先～

○輸出や海外進出にあたっての課題には、現地ビジネスパートナーの確保を挙げる比率が最多(47.8%)。
 ○海外ビジネスに必要な情報は、海外の取引先や公的機関から入手。現地を訪問し直接確認も。

輸出・海外進出の課題



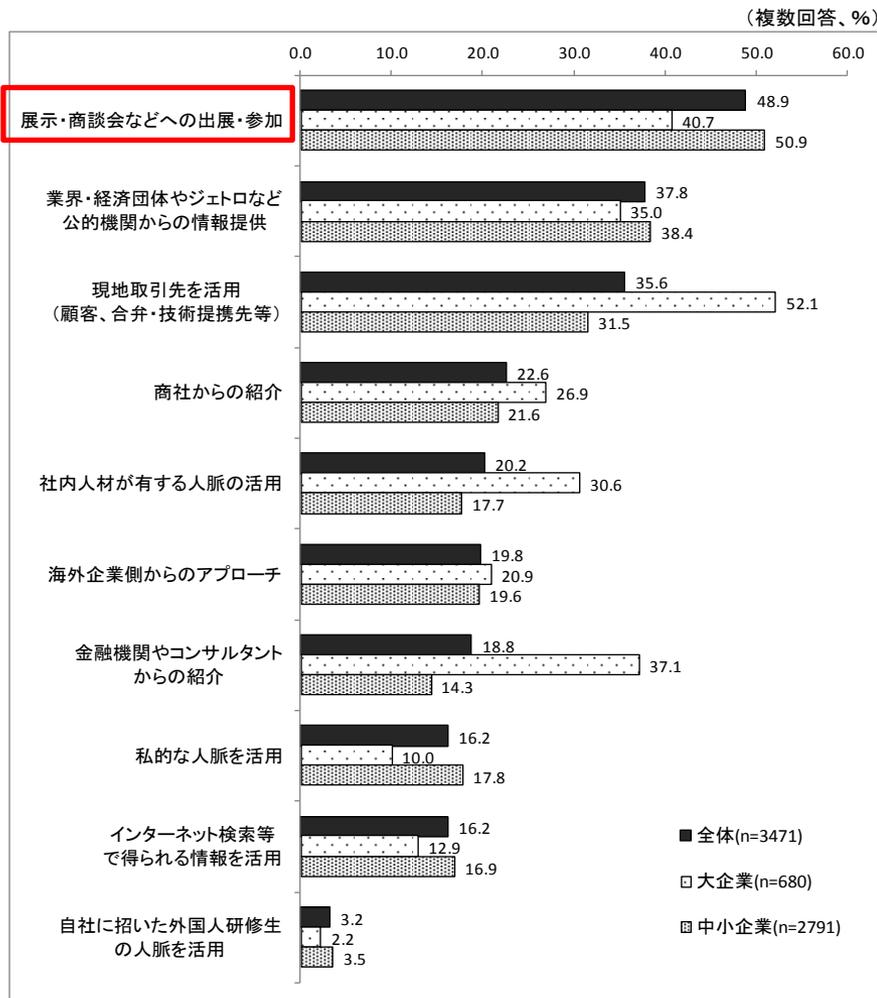
海外ビジネスに必要な情報の入手先



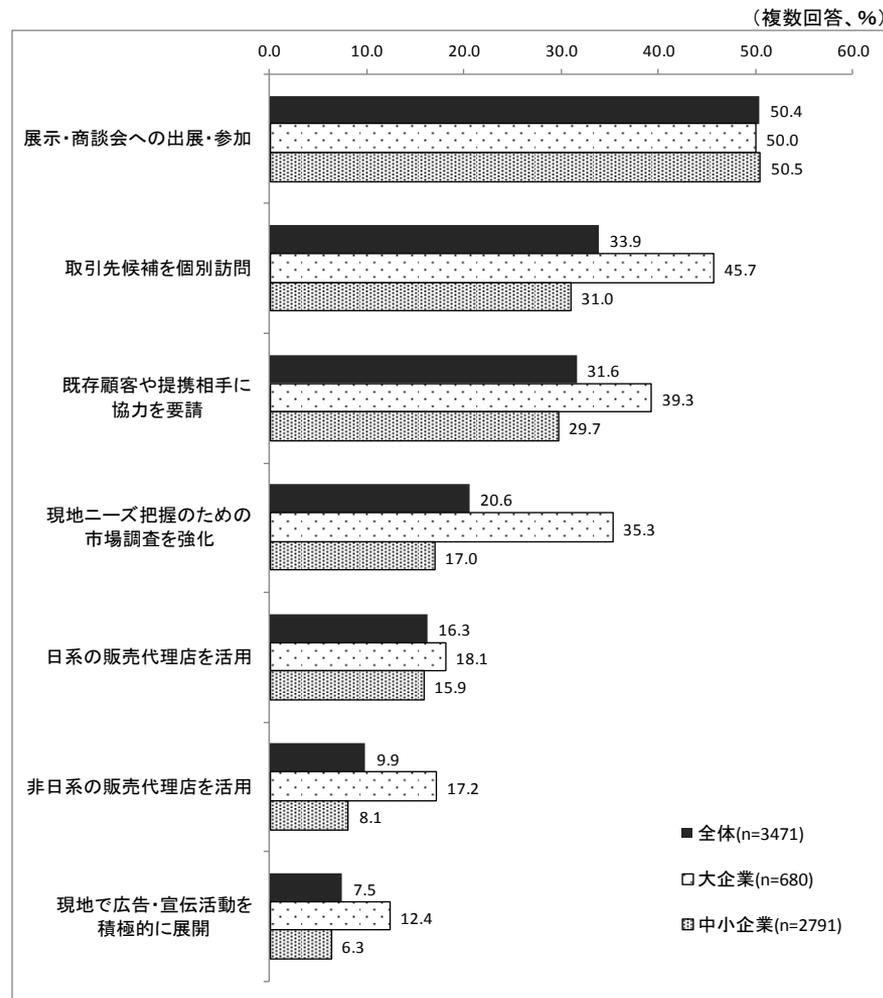
(3) 今後の有望市場と課題 ～海外販路開拓の具体的方策～

- 海外パートナー発掘の手段として、約半数の企業が展示・商談会を活用。特に中小企業でその傾向が強い。
- 海外販路開拓にも半数超の企業が展示・商談会を利用。経営資源が限られる中小企業にとって利用価値は高い。

海外ビジネスパートナーの開拓手法



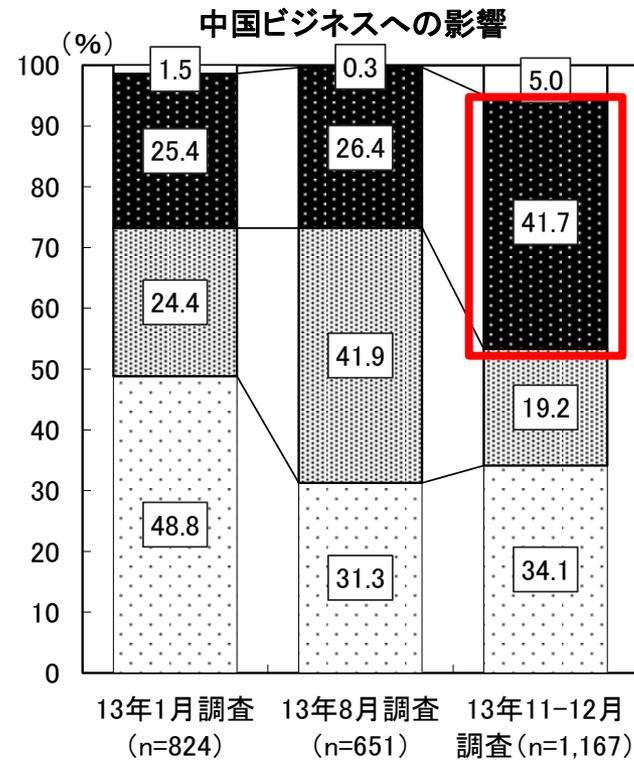
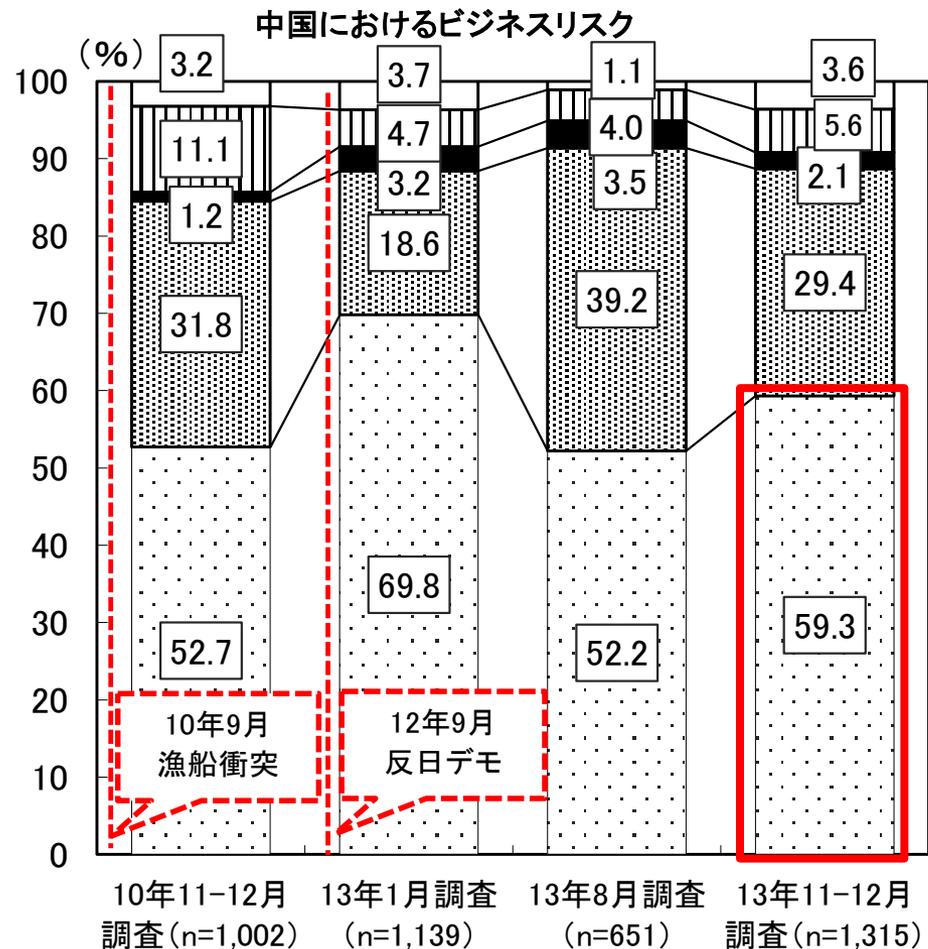
海外販路開拓のための工夫



(4) 中国におけるビジネス展開 ～ビジネスリスク・影響～

○中国での「ビジネスリスクが高まった」とする回答は、13年8月時点より上昇したものの、反日デモ直後の13年1月時点より低下(69.8%→52.2%→59.3%)。

○一方、ビジネスへの影響については「影響はない」との見方が41.7%に拡大。



- 無回答
- 影響はない
- ▨ 経済状況や競争条件の悪化など他の要因も重なり、影響の有無ははっきりしない
- 影響がある

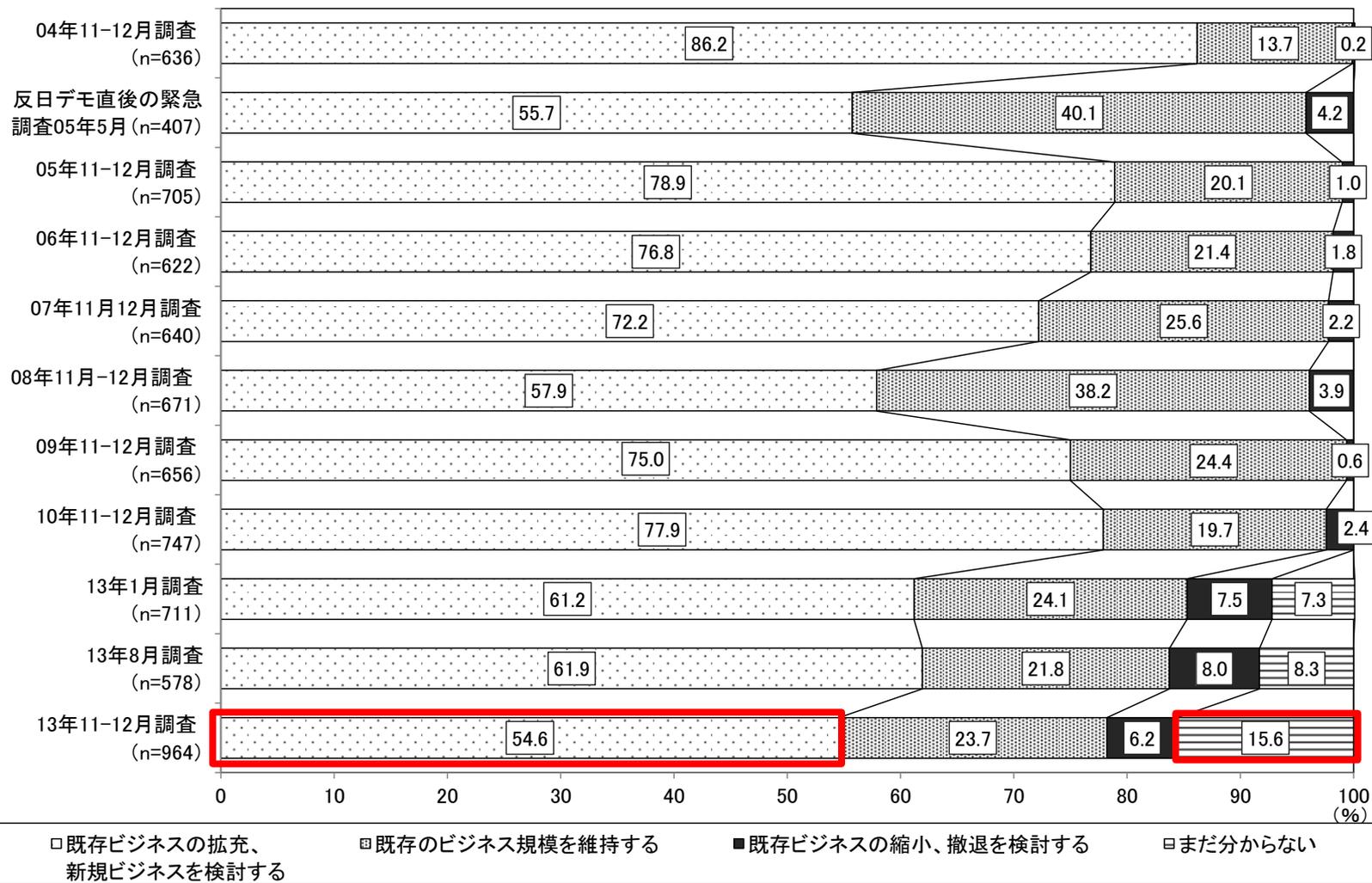
[注]①いずれの図もジェトロ・メンバーズからの回答に限定して集計。
 ②いずれの図も13年8月調査は「日本企業の中国での事業展開に関するアンケート調査」(集計期間:2013年8月9日-23日)。
 ③右図の13年1月および11-12月調査については、中国とビジネスを行っていない企業を母数から除いた。

□ 高まった □ 変わらない ■ 低下した □ 分からない □ 無回答

(4) 中国におけるビジネス展開 ～今後の方向性(時系列変化)～

- 「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」割合は、過去最低の水準(54.6%)に低下した。
- 「現状維持」「縮小、撤退」が横ばいの一方、「まだ分からない」と、方針を検討中の企業が過去最大の15.6%に。

今後の中国でのビジネス展開に対する考え方

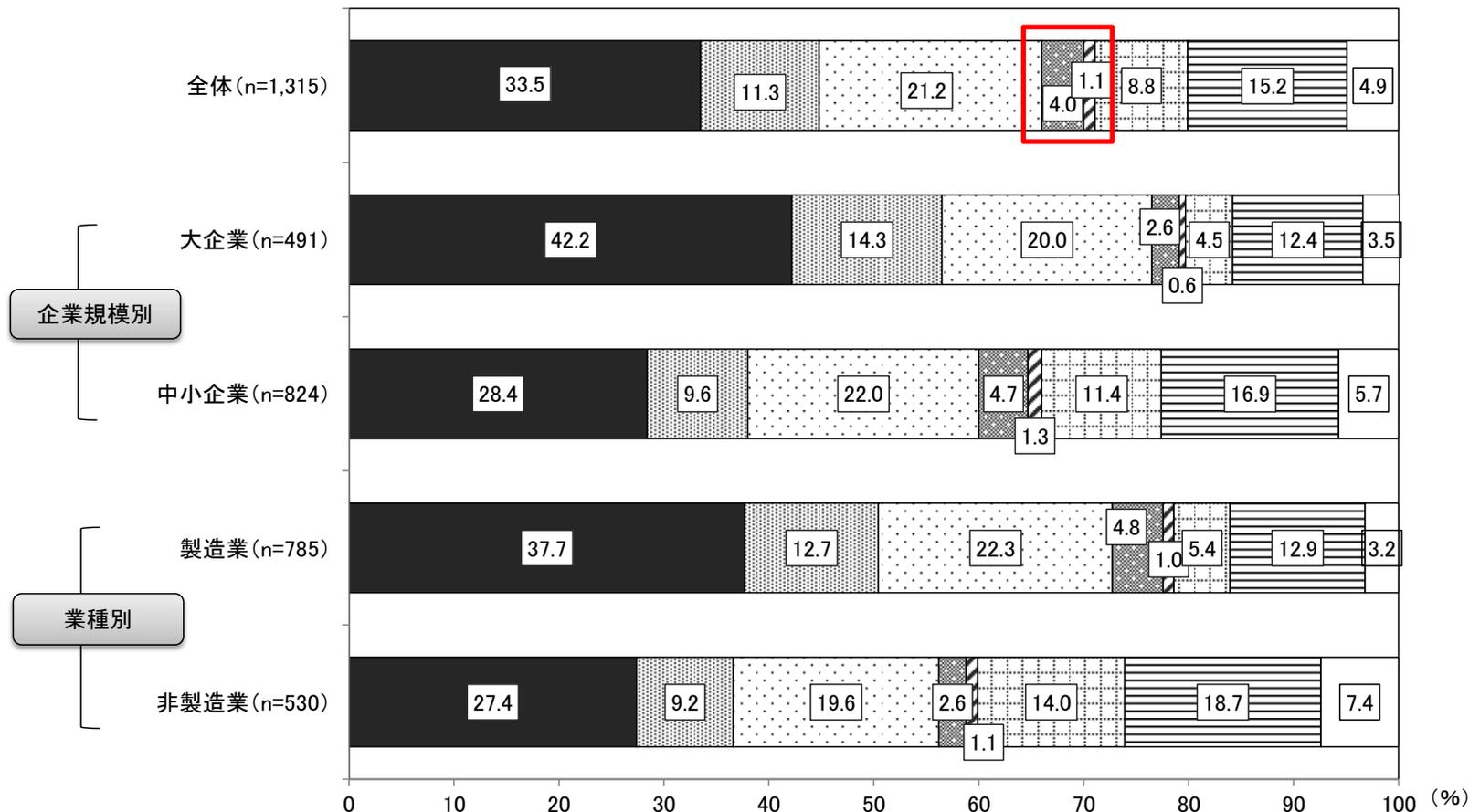


[注]①ジェットロ・メンバーズからの回答に限定して集計。②04年度調査からの調査結果と連続性を保つため、08年以降は「製造業」、「商社・卸売」、「小売業」に絞り込んで集計。③13年8月調査は「日本企業の中国での事業展開に関するアンケート調査」(集計期間:2013年8月9日-23日)。④年により異なる設問項目を一部調整の上集計。

(4) 中国におけるビジネス展開 ～今後の方向性～

- 中国ビジネスについては、「縮小」と「撤退」とを合わせても、企業規模・業種問わず5%前後にとどまる。
- 大企業については、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」割合が高め。

今後の中国でのビジネス展開に対する考え方(13年度調査)



- 既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する
- ▣ 中国ビジネスは縮小して、他国への移管を検討する
- まだ分からない

- ▣ 従来よりは規模やペースを落としながらも、既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する
- 中国ビジネスからは撤退して、他国での展開を検討する
- 無回答

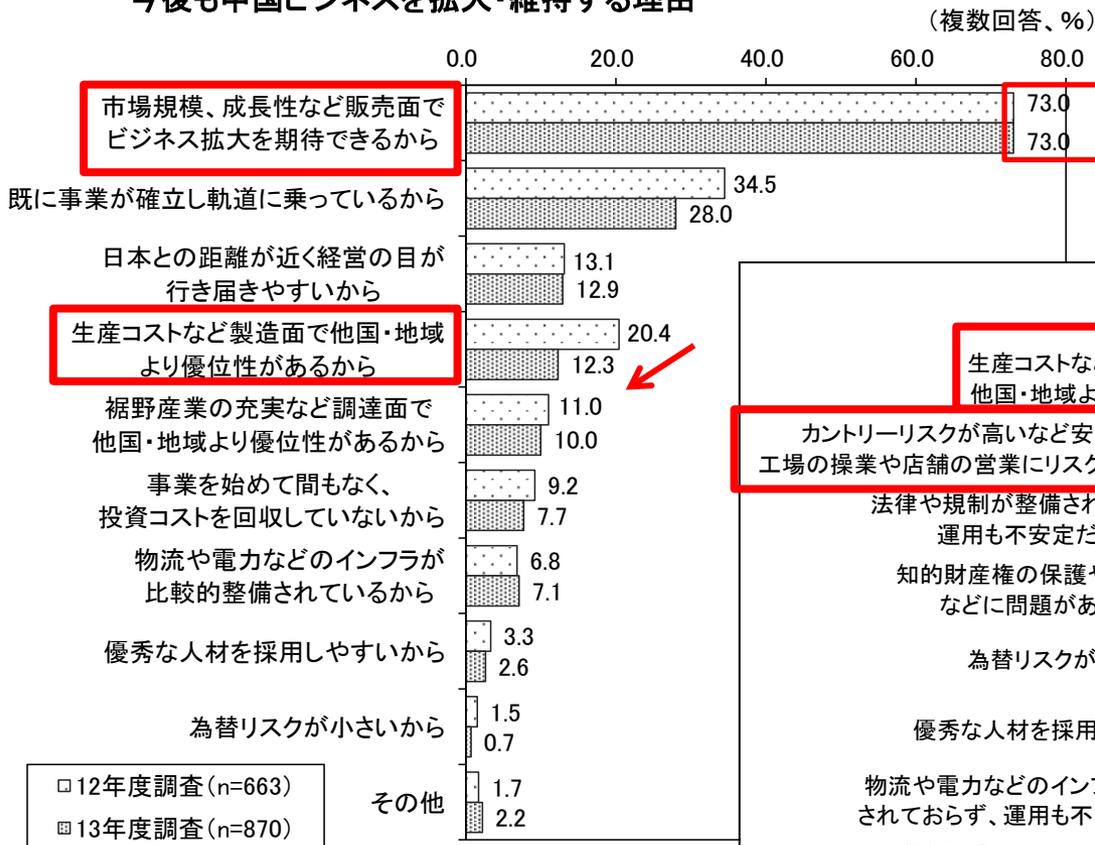
- 既存のビジネス規模を維持する
- 今後ともビジネス展開は行わない

[注] ジェトロ・メンバーズからの回答に限定して集計。対象は全業種のため、前頁とは母数が異なる。

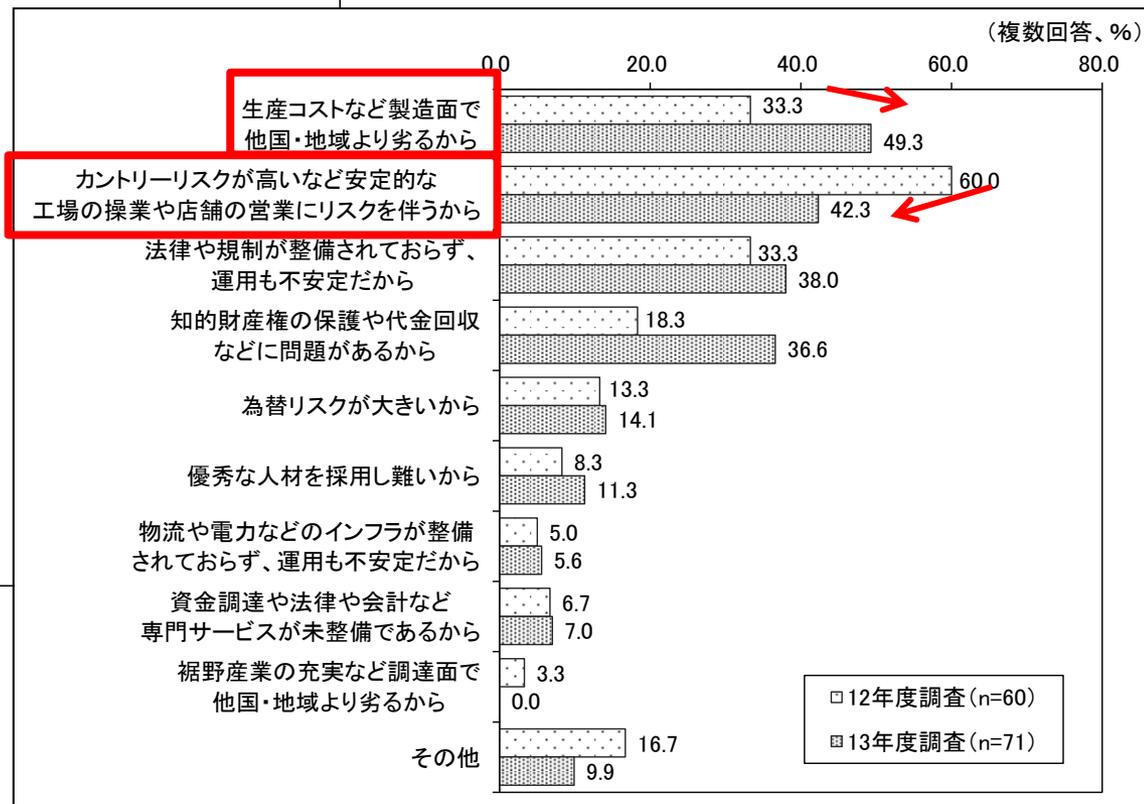
(4) 中国におけるビジネス展開 ～拡大・維持理由と縮小・撤退理由～

○中国ビジネスを拡大・維持する最大の理由は、「中国の市場規模、成長性」(73.0%)が依然として首位。
 ○中国ビジネスの縮小・撤退を検討する最大の理由は、「生産コストなど製造面で他国・地域より劣る」が首位に
 浮上(49.3%)。「カントリーリスクの高さ」は低下(60.0%→42.3%)。

今後も中国ビジネスを拡大・維持する理由



中国ビジネスの縮小・撤退を検討する理由



[注] ジェトロ・メンバーズからの回答に限定して集計。

(5) 新興国のビジネス環境 ～魅力・長所～

○新興国のビジネス環境上の魅力・長所としては、全ての対象国で「市場規模・成長性」が最多。
○アジアでは人件費の高騰が指摘されるものの、「人件費の安さ、豊富な労働力」への評価も依然としてある。

新興国のビジネス上の魅力・長所

(複数回答、%)

	n	市場規模・成長性	輸インフラ（電力、通信等）の充実	各種手続き等が迅速	関連産業の集積	取引先（納入先）企業の集積	人件費の安さ、豊富な労働力	従業員の定着率の高さ	従業員の質の高さ	土地・事務所賃料の安さ	豊富な労働力	税制面での優遇（法人税、関税など）	投資奨励制度の充実	安定した政治・社会情勢	言語・コミュニケーションの障害の少ない	駐在員の生活環境が優れている	その他
中国	1,841	85.8	13.6	0.8	19.1	27.3	16.9	1.2	5.4	2.9	1.0	0.6	0.8	7.5	4.5	1.0	
ASEAN (注③)	-	74.6	11.8	2.3	10.0	23.4	27.5	3.7	11.6	5.9	4.4	3.2	10.3	7.4	9.8	2.0	
タイ	1,372	73.5	23.9	3.9	20.4	39.1	18.6	4.4	13.7	4.7	7.8	7.6	7.3	4.9	21.4	1.7	
マレーシア	710	63.9	20.1	4.2	8.5	18.7	10.7	3.1	9.4	4.5	3.7	1.7	22.0	14.1	15.1	2.7	
インドネシア	1,015	87.5	4.2	1.0	8.5	26.0	26.0	2.0	3.8	4.4	2.1	1.4	6.5	3.1	3.4	2.0	
フィリピン	499	63.7	4.8	2.4	4.6	16.8	30.5	3.0	8.8	6.8	5.4	2.6	6.4	26.1	3.6	3.2	
ベトナム	1,047	75.0	5.3	0.9	5.1	14.7	44.0	5.3	19.7	8.3	3.0	1.7	15.3	3.5	4.0	1.4	
ミャンマー	427	77.5	1.4	0.0	0.9	3.7	43.6	3.3	10.3	8.7	2.1	0.5	2.3	2.8	0.5	1.6	
インド	682	92.4	2.5	0.1	5.0	16.9	21.7	1.2	4.5	3.4	1.3	0.4	4.0	10.3	0.3	0.6	
メキシコ	274	85.0	6.2	1.5	9.9	35.4	17.2	1.8	3.3	2.9	3.3	2.6	7.7	1.5	0.4	1.1	
ブラジル	342	92.1	6.1	0.0	4.7	15.8	8.5	1.5	1.8	1.2	0.9	0.3	2.0	3.2	1.2	2.0	
ロシア	321	92.8	7.5	1.2	2.2	8.4	4.0	1.2	3.7	1.9	0.3	0.6	8.7	2.8	1.9	0.9	
トルコ	218	81.2	11.0	0.0	6.4	13.8	6.0	3.7	9.2	2.3	1.8	0.9	8.3	4.6	3.7	4.1	
南アフリカ共和国	133	85.0	10.5	3.0	1.5	8.3	9.8	2.3	1.5	4.5	0.8	0.0	5.3	11.3	3.8	2.3	

[注]①母数(n)は、国ごとの魅力・長所に回答した企業の総数(現在ビジネスがある、または新規ビジネスを検討している国のみ回答)。

②各欄の値は、母数(n)に占める項目ごとの回答率(魅力・長所ごとの回答数/母数(n))。

③ASEANの値は対象6カ国の値をそれぞれの母数(n)で加重平均した値。

④色つきセルは回答率20%以上の長所。

(5) 新興国のビジネス環境 ～ビジネスリスク・問題点～

- 新興国でのビジネスリスクについて、中国は「政情リスク」「知的財産」「人件費」など9項目で回答率が20%超。
○「インフラ」「法制度」「政情リスク」は、多くの新興国で問題点として挙げられている。

新興国におけるビジネス上のリスク・問題点

(複数回答、%)

	n	為替リスクが高い	インフラが未整備	法制度が未整備、運用問題あり	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	労働力の不足・人材採用難	労働上の問題あり	の上昇	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	税務上のリスク・問題あり	代金回収上のリスク・問題あり	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	消費者運動・排斥運動(不買運動等)	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	特になし
中国	2,018	20.5	9.9	44.5	1.9	51.3	50.8	14.3	22.3	9.5	18.9	40.3	59.8	34.8	27.2	1.6	
ASEAN (注③)	-	14.9	32.3	19.6	10.9	6.1	17.3	9.7	6.9	4.9	6.3	11.2	25.2	0.7	14.6	18.6	
タイ	1,217	13.1	9.1	7.1	2.1	4.5	29.3	19.6	5.4	5.4	4.4	7.1	46.4	1.0	28.8	14.1	
マレーシア	566	11.8	11.7	7.1	7.1	4.9	17.8	9.5	5.3	2.1	2.5	9.9	5.7	0.9	3.4	40.5	
インドネシア	886	21.8	41.5	24.5	9.4	6.4	19.9	6.2	13.9	6.3	11.1	12.9	22.6	0.8	12.8	15.7	
フィリピン	500	11.6	31.4	12.2	11.6	5.2	5.2	3.2	3.8	1.6	4.4	11.4	23.2	0.6	23.6	21.4	
ベトナム	878	15.7	48.7	31.9	17.9	8.0	12.6	6.3	6.5	4.3	7.9	14.2	8.2	0.1	4.3	17.3	
ミャンマー	468	12.0	70.5	42.5	28.0	8.1	2.6	3.8	3.6	9.0	5.8	14.5	32.7	0.9	4.7	9.0	
インド	648	21.5	55.7	28.7	11.4	8.3	7.7	3.9	13.4	3.4	13.9	23.5	17.9	0.5	9.3	11.0	
メキシコ	276	17.0	14.9	7.2	7.6	4.0	5.8	6.5	7.2	1.8	6.5	14.1	32.2	0.4	1.4	30.8	
ブラジル	324	31.2	14.2	16.0	5.6	4.6	16.4	5.2	9.9	3.7	19.4	17.3	27.5	0.0	1.2	18.8	
ロシア	313	17.6	11.8	30.7	10.9	5.8	8.3	3.2	6.1	2.6	12.8	27.5	27.5	0.0	2.6	22.0	
トルコ	220	15.9	7.3	6.8	9.1	3.6	6.4	2.7	1.8	0.5	3.6	14.1	20.5	0.0	2.3	39.1	
南アフリカ共和国	210	15.7	18.6	11.9	12.4	4.3	5.7	4.3	6.7	1.0	2.9	17.1	34.8	0.5	2.4	31.0	

〔注〕①母数(n)は、国ごとのリスク・問題点に回答した企業の総数(現在ビジネスがある、または新規ビジネスを検討している国のみ回答)。

②各欄の値は、母数(n)に占めるリスク項目ごとの回答率(リスクごとの回答数/母数(n))。

③ASEANの値は対象6カ国の値をそれぞれの母数(n)で加重平均した値。

④色つきセルは回答率20%が以上のリスク。

(5) 新興国のビジネス環境 ～ビジネスリスク・問題点(項目別)～

- 新興国のビジネスリスクについて、前年度調査との比較では、「為替リスク」への認識が全般に高まる。
- 中国は「為替リスク」「人件費」「環境汚染」について、前年度調査との比較で、リスク認識が高まる。

新興国におけるビジネス上のリスク・問題点(項目別順位、前年度調査との比較)

(複数回答、%)

	為替リスクが高い		インフラが未整備		法制度が未整備、運用に問題あり		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					
	13年度	12年度	13年度	12年度	13年度	12年度	13年度	12年度	13年度	12年度				
ブラジル	31.2	21.9	ミャンマー	70.5	60.4	中国	44.5	45.1	ミャンマー	28.0	32.2	中国	51.3	53.1
インドネシア	21.8	12.4	インド	55.7	56.8	ミャンマー	42.5	39.3	ベトナム	17.9	23.0	インド	8.3	6.9
インド	21.5	13.8	ベトナム	48.7	43.6	ベトナム	31.9	27.8	南アフリカ共和国	12.4	14.4	ミャンマー	8.1	8.7
中国	20.5	12.3	インドネシア	41.5	36.4	ロシア	30.7	32.7	フィリピン	11.6	15.2	ベトナム	8.0	8.7
ロシア	17.6	13.7	フィリピン	31.4	28.6	インド	28.7	29.6	インド	11.4	18.5	インドネシア	6.4	6.5
メキシコ	17.0	14.4	南アフリカ共和国	18.6	20.1	インドネシア	24.5	27.2	ロシア	10.9	12.0	ロシア	5.8	7.4
トルコ	15.9	9.3	メキシコ	14.9	15.6	ブラジル	16.0	16.5	インドネシア	9.4	11.1	フィリピン	5.2	6.4
ベトナム	15.7	14.2	ブラジル	14.2	15.5	フィリピン	12.2	15.6	トルコ	9.1	10.2	マレーシア	4.9	3.4
南アフリカ共和国	15.7	13.9	ロシア	11.8	18.7	南アフリカ共和国	11.9	11.5	メキシコ	7.6	9.6	ブラジル	4.6	6.1
タイ	13.1	10.4	マレーシア	11.7	10.0	メキシコ	7.2	11.2	マレーシア	7.1	10.0	タイ	4.5	4.8
ミャンマー	12.0	8.7	中国	9.9	11.6	タイ	7.1	6.5	ブラジル	5.6	7.1	南アフリカ共和国	4.3	3.8
マレーシア	11.8	9.7	タイ	9.1	10.5	マレーシア	7.1	6.8	タイ	2.1	5.5	メキシコ	4.0	3.6
フィリピン	11.6	8.8	トルコ	7.3	10.7	トルコ	6.8	7.1	中国	1.9	3.3	トルコ	3.6	3.1

	人件費が高い、上昇している		労務上の問題あり		税務上のリスク・問題あり		代金回収上のリスク・問題あり		自然災害リスク/環境汚染に問題あり					
	13年度	12年度	13年度	12年度	13年度	12年度	13年度	12年度	13年度	12年度				
中国	50.8	49.5	中国	22.3	34.1	ブラジル	19.4	19.5	中国	40.3	45.6	タイ	28.8	41.6
タイ	29.3	30.1	インドネシア	13.9	22.1	中国	18.9	23.2	ロシア	27.5	25.0	中国	27.2	4.8
インドネシア	19.9	21.0	インド	13.4	23.7	インド	13.9	15.0	インド	23.5	23.1	フィリピン	23.6	14.4
マレーシア	17.8	15.9	ブラジル	9.9	13.5	ロシア	12.8	16.9	ブラジル	17.3	18.2	インドネシア	12.8	18.5
ブラジル	16.4	14.5	メキシコ	7.2	12.8	インドネシア	11.1	13.7	南アフリカ共和国	17.1	12.9	インド	9.3	5.3
ベトナム	12.6	18.1	南アフリカ共和国	6.7	11.5	ベトナム	7.9	9.8	ミャンマー	14.5	21.0	ミャンマー	4.7	5.2
ロシア	8.3	10.2	ベトナム	6.5	11.9	メキシコ	6.5	7.6	ベトナム	14.2	15.7	ベトナム	4.3	3.4
インド	7.7	7.9	ロシア	6.1	9.2	ミャンマー	5.8	9.3	メキシコ	14.1	14.0	マレーシア	3.4	3.8
トルコ	6.4	6.2	タイ	5.4	12.7	フィリピン	4.4	8.3	トルコ	14.1	10.2	ロシア	2.6	3.2
メキシコ	5.8	6.0	マレーシア	5.3	9.3	タイ	4.4	5.6	インドネシア	12.9	15.8	南アフリカ共和国	2.4	2.9
南アフリカ共和国	5.7	6.2	フィリピン	3.8	8.8	トルコ	3.6	5.3	フィリピン	11.4	15.4	トルコ	2.3	5.3
フィリピン	5.2	7.3	ミャンマー	3.6	9.6	南アフリカ共和国	2.9	4.8	マレーシア	9.9	11.9	メキシコ	1.4	4.0
ミャンマー	2.6	3.3	トルコ	1.8	4.9	マレーシア	2.5	4.9	タイ	7.1	9.9	ブラジル	1.2	2.4

[n(13年度)＝中国:2,018、タイ:1,217、マレーシア:566、インドネシア:886、フィリピン:500、ベトナム:878、インド:648、ミャンマー:468、メキシコ:276、ブラジル:324、ロシア:313、トルコ:220、南ア:210]

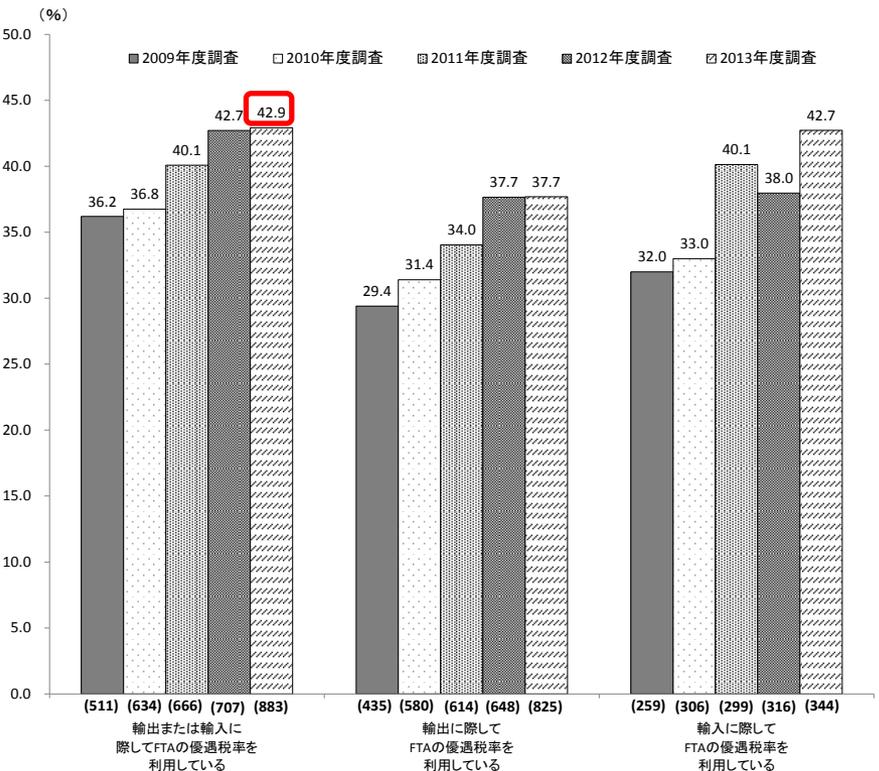
[n(12年度)＝中国:1,304、タイ:750、マレーシア:472、インドネシア:615、フィリピン:409、ベトナム:612、インド:507、ミャンマー:366、メキシコ:250、ブラジル:297、ロシア:284、トルコ:225、南ア:209]

[注]①母数(n)は、現在ビジネスがある、または新規ビジネスを検討している企業の国ごとの総数。②「自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり」は、12年度は「自然災害リスクに問題あり」のみ。

(6)自由貿易協定(FTA)の活用 ～日本企業によるFTA利用状況～

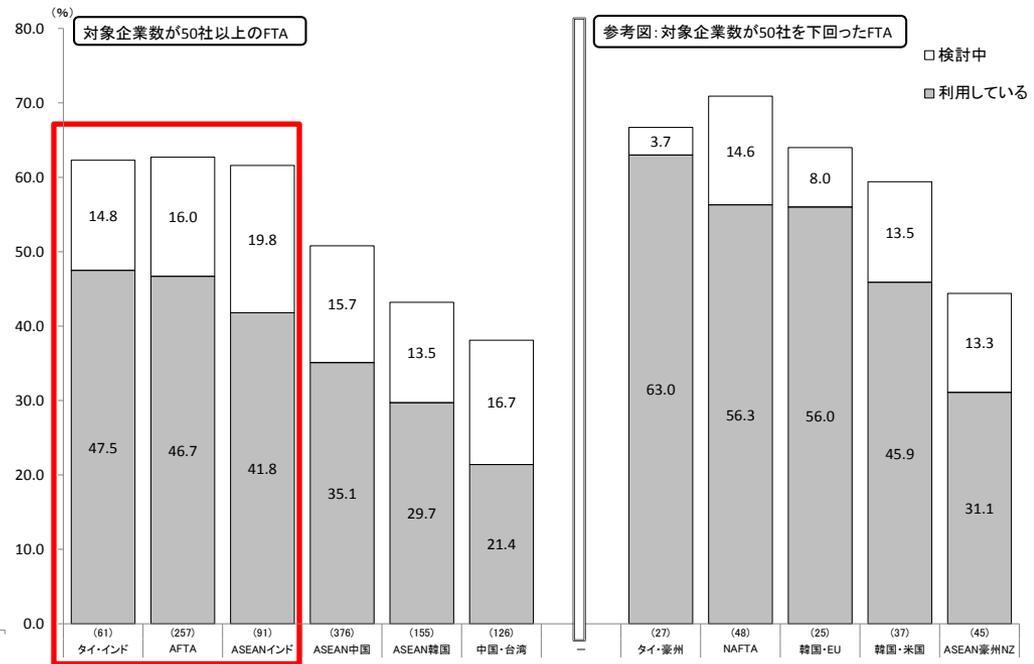
○日本のFTA利用率(輸出入)は年々上昇(42.9%)。
 ○第三国間FTAでは、タイ・インド、AFTA、ASEANインドの順に利用率が高い。インドとのFTAが多く活用されていることが特徴。

日本の発効済みFTAの利用率



[注] ()は、対象国・地域(メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア、フィリピン、その他ASEAN、スイス、ベトナム、インド、ペルー。ただしインドは2011年度以降、ペルーは2012年度以降)のいずれか一つ以上とそれぞれ輸出または輸入を行っている企業数。対象は比較の可能なジェトロ・メンバーズ企業かつ、製造業および商社・卸売・小売業種のみ。シンガポール、ブルネイとも二国間FTAがあるが、「その他ASEAN」に含めるものとする。

第三国間FTAの利用率(2013年度)

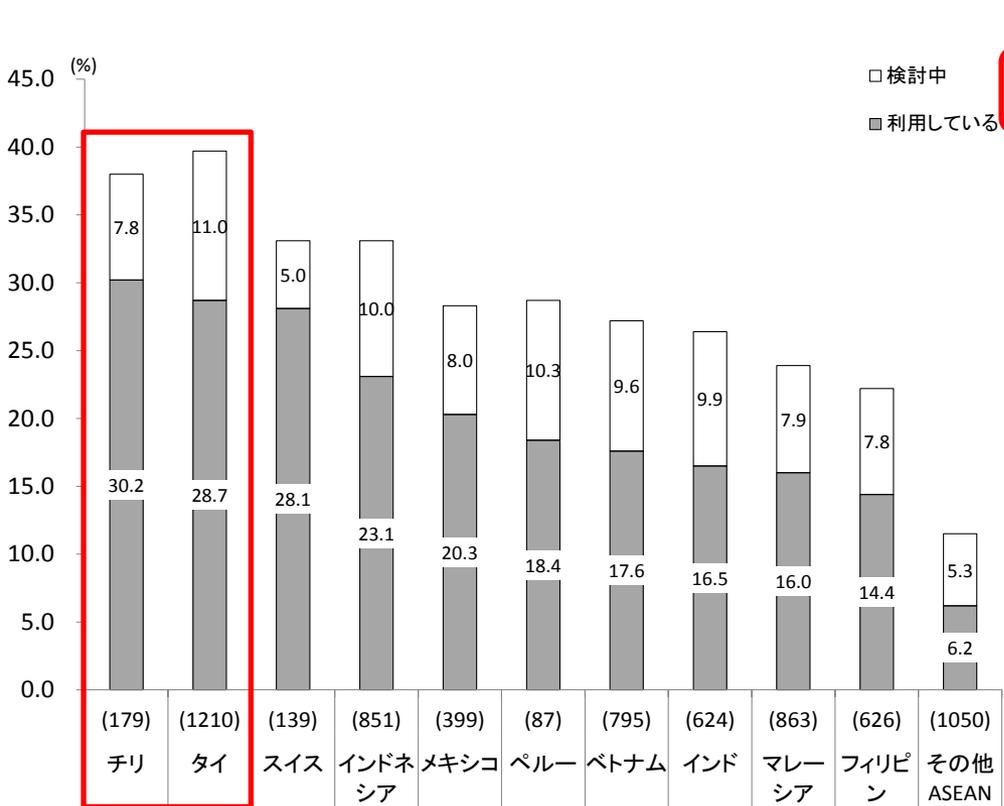


[注] ①()は当該国へ輸出を行っている企業数(対象企業数)。
 ②対象企業数が50社を下回るFTAについては、参考結果として右にまとめた。

(6)自由貿易協定(FTA)の活用 ～輸出における利用状況と課題～

○日本からの輸出では、チリ、タイとのFTAの利用率が高い。
 ○日本からの輸出における問題点は、「輸出のたびに証明書発給申請が必要であり、手間」が最多。

輸出における日本の発効済みFTAの利用率



[注]()は当該国へ輸出を行っている回答企業数。

輸出においてFTAを利用している企業が感じている問題点

