

# 関西企業の海外事業展開に 関する傾向 (2014年度)

---

2015年4月  
ジェトロ大阪本部

本報告書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、本報告書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。

# 目次

1. 報告のポイント
2. 貿易投資相談の分析
3. 海外展開に関するアンケート調査
  - (1) 調査概要
    - ① 調査概要
    - ② 回答企業プロフィール：  
業種、企業規模、海外売り上げ比率
  - (2) 貿易への取り組み
    - ① 現在の輸出先
    - ② 今後の輸出方針
    - ③ 輸出ビジネスを拡大する理由
    - ④ 為替変動の影響
    - ⑤ 輸出が過去の円安の時ほど伸びない理由
  - (3) 海外進出への取り組み
    - ① 現在の海外拠点数と機能
    - ② 今後の海外進出方針
    - ③ 海外進出を拡大する理由
    - ④ 海外で拡大を図る国・地域
    - ⑤ 海外で拡大を図る機能 国・地域別
  - (4) 拠点・機能の再編
    - ① 機能を再編する国<移管元>
    - ② 今後の中国でのビジネス展開
    - ③ 新興国のビジネス上の課題
4. 関西企業のアジア進出件数



# 1、報告のポイント

1. **関西企業の海外ビジネスへの関心は年々、高まっている**:2014年度の関西でのジェトロへの貿易投資相談件数(注1)は、6,516件と前年度比35.7%増となり、過去最高だった2013年度の4,802件を大きく上回った。関西圏の企業の海外ビジネスに対する意欲は年々高まっている。→スライド4
2. **関西企業の77.0%が輸出ビジネスを拡大**:今後3カ年の輸出ビジネスについて、「輸出を行っており、今後さらに拡大を図る」とした企業は、全体(524社)の68.3%であった。「輸出は行っていないが、今後新たに取り組みたい」とした企業は8.7%で、あわせて77.0%の企業が輸出ビジネスの拡大を考えている。昨年の77.3%から横ばいの結果となった。業種別でみると、医療品・化粧品(100%)、飲食料品(97.4%)の拡大意欲が特に高い。拡大する理由は、全体では「海外需要の増加(80.3%)」が最も多く、「国内需要の減少(49.2%)」が続く。ただし繊維・織物/アパレルは、「国内需要の減少」が最も多かった。→スライド9、10
3. **34.5%の関西企業が為替変動により業績が悪化**:近年の円安の影響について、「特に影響はない」と答えた企業が39.3%と最大で、「業績が改善した」は、22.7%、「業績が悪化した」は34.5%だった。全国平均は、「業績が改善した」が22.0%、「業績が悪化した」が29.9%であったので、関西企業は円安で業績が悪化した割合がやや高い。現在の円安では過去の円安のときほど、輸出が伸びていないとされる理由について、「輸出を拡大する意思はあるが、海外需要が伸びていないから」と回答した企業が最も多く、特に、化学などで多かった。→スライド11、12
4. **海外進出(注2)の拡大意欲がやや低下**:「海外に拠点があり、今後、さらに拡大する」(36.1%)または「海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」(21.9%)とする進出意欲の高い企業の割合が58.0%と過半数を超えたが、昨年の62.8%からやや低下している。一方で、小規模企業の33.1%が「新たに進出したい」と回答しており、新規進出意欲が高い。海外進出の拡大を図る理由は、「海外での需要の増加」が約8割を占めた。→スライド14、15
5. **中国が事業拡大・機能縮小ともに1位にランキング**:海外進出を拡大する国は、中国が最も高く57.9%であった。他方、今後2～3年で拠点・機能を再編・縮小する国でも、中国は製造業で2位、非製造業で1位、トータル1位となった。中国ビジネスを拡大する理由は、「市場規模、成長性」が最も多く、次いで「既に事業が確立」が多かった。中国ビジネスを縮小・撤退する理由は、製造業では「生産コストの悪さ」が多く、非製造業では「カントリーリスクの高さ」が多かった。→スライド16、18、19
6. **関西企業のアジア進出案件が半減**:2014年度下半期の進出案件は29件と、2013年度上半期から4期連続の減少となった。2013年度は148件の進出があったが2014年度は67件と半減した。→スライド21

(注1)ジェトロ大阪本部、ジェトロ神戸貿易情報センター、ジェトロ京都貿易情報センター(2015年1月設置以降)で受けた相談件数の合計。

(注2)海外進出とは、新規に営業拠点、生産拠点などを立ち上げること、または既存拠点の拡充のことを指す。

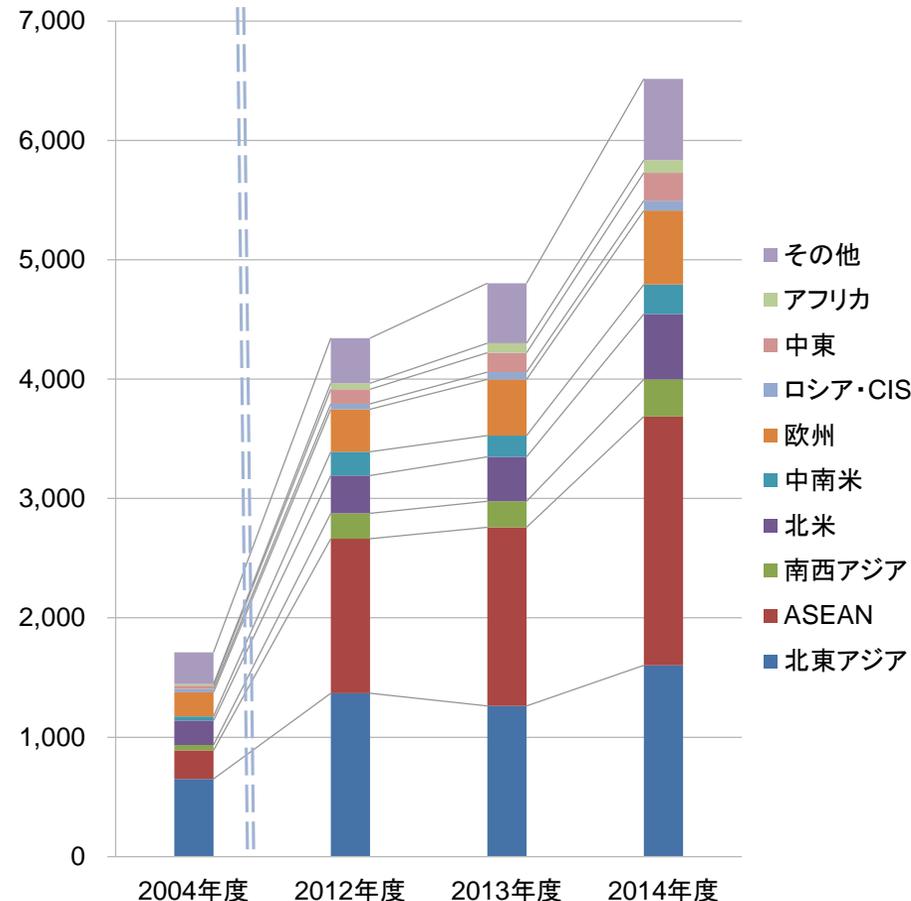
(注3)各企業のプレスリリースに基づく。プレスリリースをしていない進出や、ジェトロ大阪本部が捕捉していない進出はカウントできていない。

## 2、貿易投資相談の分析

### ジェットロへの貿易投資相談件数(関西地域)

- 2014年度、関西地域でジェットロに寄せられた相談件数は、6,516件と前年度比35.7%の伸びとなり、過去最高だった2013年度を大きく上回った。
- この10年間で同件数は、3.8倍と大きく伸びており、対象地域・国も多様化している。
- 特にASEAN地域はこの10年間で8.6倍と急激に伸びており、2013年度に北東アジア地域を初めて上回り、2年連続で最も相談の多い地域となった。2014年度は約3分の1がASEANに関する相談だった。その中でも、シンガポール、マレーシア、フィリピンに関する相談が高い伸びをみせた。

	2004年度	2012年度	2013年度	2014年度	
	件数	件数	件数	件数	構成比(%) 前年度比(%)
北東アジア	651	1,368	1,263	1,601	24.6% 26.8%
うち韓国	71	224	174	244	3.7% 40.2%
中国	485	883	805	936	14.4% 16.3%
台湾	52	154	160	254	3.9% 58.8%
ASEAN	240	1,295	1,497	2,085	32.0% 39.3%
うちタイ	61	350	297	445	6.8% 49.8%
ベトナム	54	247	281	413	6.3% 47.0%
インドネシア	38	228	291	369	5.7% 26.8%
マレーシア	24	87	116	204	3.1% 75.9%
シンガポール	26	63	89	202	3.1% 127.0%
フィリピン	24	90	113	191	2.9% 69.0%
南西アジア	44	213	216	311	4.8% 44.0%
うちインド	29	141	147	190	2.9% 29.3%
北米	205	316	374	549	8.4% 46.8%
中南米	35	199	176	246	3.8% 39.8%
欧州	202	356	472	619	9.5% 31.1%
ロシア・CIS	28	47	60	83	1.3% 38.3%
中東	28	120	163	234	3.6% 43.6%
アフリカ	12	53	81	106	1.6% 30.9%
その他	265	376	500	682	10.5% 36.4%
合計	1,710	4,343	4,802	6,516	100.0% 35.7%



(注)ジェットロ大阪本部、神戸貿易情報センター、京都貿易情報センター(2015年1月設置)での相談実績を集計

# 3、海外展開に関するアンケート調査

# (1) 調査概要 ① 調査概要

## 1. 調査目的

本レポートは、ジェトロが2015年3月に発表した「[日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査](#)」の中から、関西企業（本社が滋賀、京都、奈良、大阪、和歌山、兵庫に所在する企業）を抽出し、まとめたものである。

## 2. 調査対象

(1) 調査対象企業：ジェトロのサービス利用実績があり、海外ビジネスに関心の高い国内企業9,183社（内訳：ジェトロの会員企業3,415社、メンバー以外のジェトロサービス利用企業5,768社）

うち、関西企業は1,724社

(2) 回収状況：有効回収数 2,995社

有効回答率 32.6%

うち、関西企業524社（大企業12社、中堅企業78社、中小企業180社、小規模企業者254社）

(3) 調査期間：2014年12月5日～2015年1月13日

## 3. 調査項目

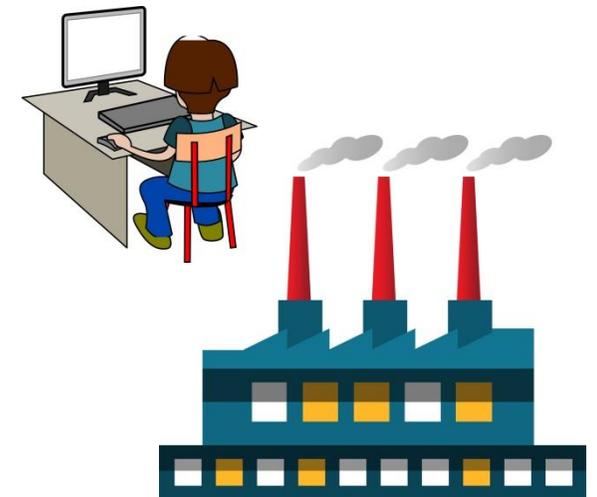
- (1) 貿易への取り組み
- (2) 海外進出への取り組み
- (3) 自由貿易協定(FTA)の活用
- (4) 新興国のビジネス環境
- (6) 経営のグローバル化

〔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〕企業規模の区分（全て資本金または従業員数による定義）

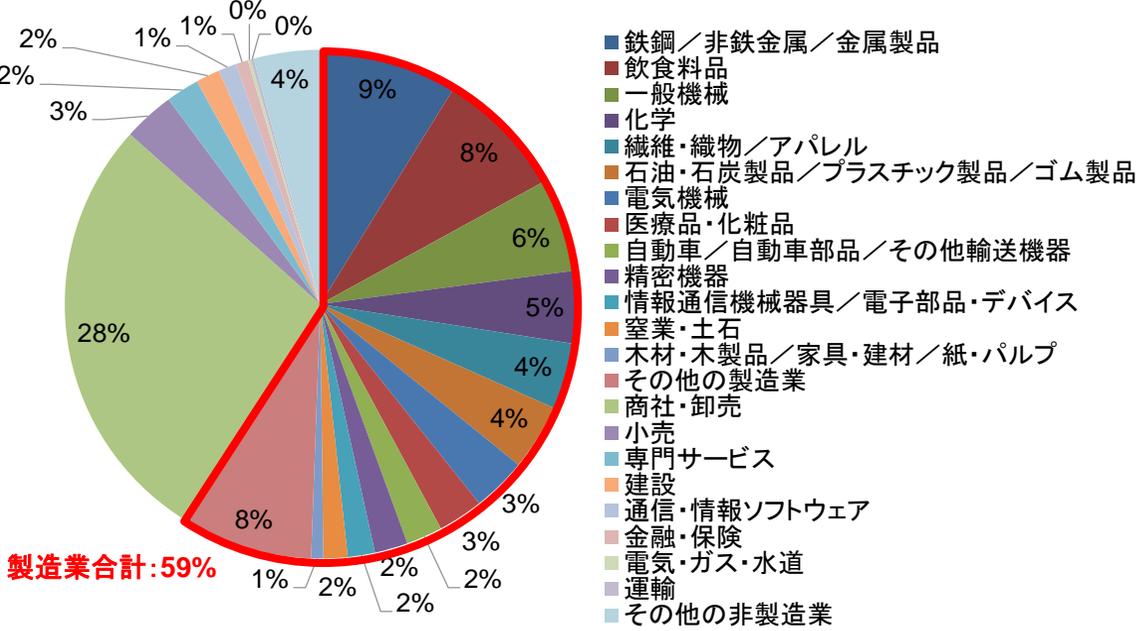
	製造業その他	卸売業	小売業	サービス業
大企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業	中小企業以外の企業
大企業 (中堅企業を除く)	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業	中堅企業以外の大企業
中堅企業	3億円超、10億円未満 又は300人超、3000人以下	1億円超、3億円以下 又は100人超、1000人以下	5千万円超、3億円以下 又は50人超、1000人以下	5千万円超、3億円以下 又は100人超、1000人以下
中小企業	3億円以下又は300人以下	1億円以下又は100人以下	5千万円以下又は50人以下	5千万円以下又は100人以下
中小企業 (小規模企業者を除く)	小規模企業者以外の中小企業	小規模企業者以外の中小企業	小規模企業者以外の中小企業	小規模企業者以外の中小企業
小規模企業者	5千万円以下又は20人以下	1千万円以下又は5人以下	1千万円以下又は5人以下	1千万円以下又は5人以下

〔注〕大項目の「大企業」と「中小企業」の定義は中小企業基本法に基づく。「小規模企業者」は中小企業庁の定義を元にジェトロにて定義。

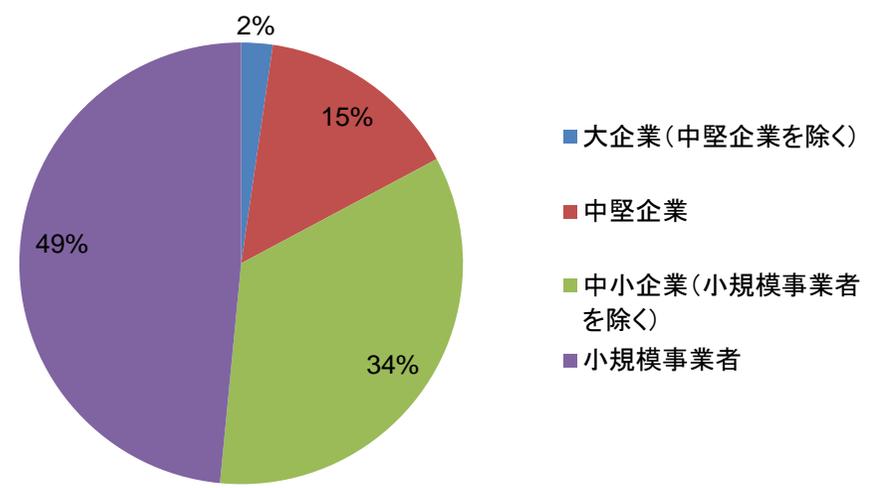


# (1)調査概要 ②回答企業のプロフィール

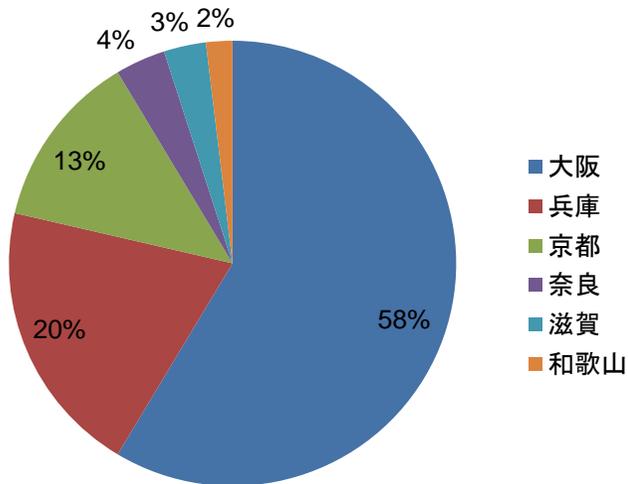
図：業種 (n=524)



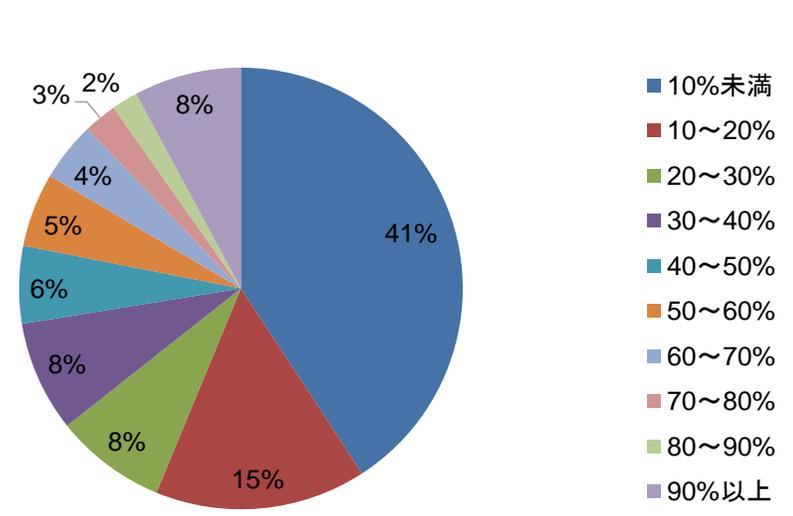
図：企業規模 (n=524)



図：都道府県別割合 (n=524)



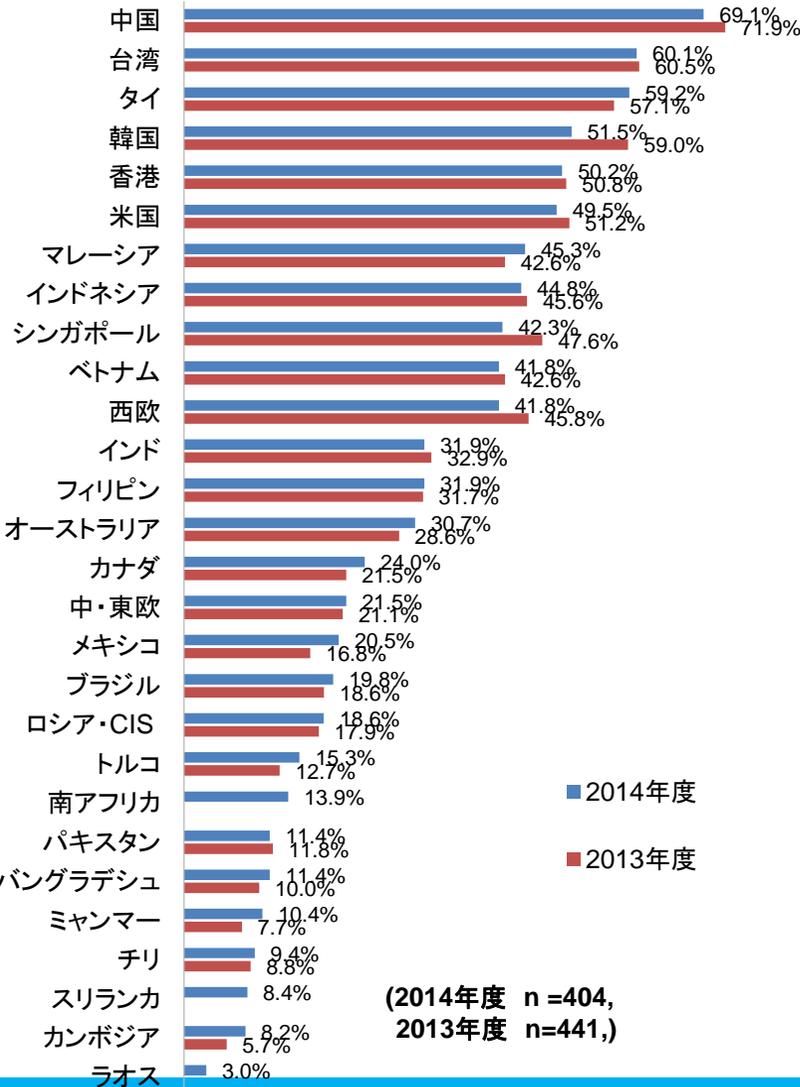
図：海外売り上げ高比率 (n=370)



## (2) 貿易への取り組み ①現在の輸出先

- ▶ 69.1%が中国向け輸出をしており、昨年に引き続き、最も多い。韓国、シンガポール、西欧への輸出企業が前年比で減少し、タイ、マレーシア、オーストラリアへの輸出企業がやや増えている。
- ▶ 業種別では、化学で90%以上の企業が中国に輸出しており、一般機械、電気機械で70%以上の企業がタイに輸出している。

輸出先(国・地域別、複数回答)



業種別 輸出先上位10カ国(複数回答) (%)

順位	一般機械(n=31)		電気機械(n=18)		化学(n=24)		医療品・化粧品(n=15)	
	順位	国・地域	順位	国・地域	順位	国・地域	順位	国・地域
1	タイ	74.2	タイ	72.2	中国	91.7	台湾	86.7
2	中国	74.2	米国	72.2	台湾	79.2	香港	60
3	台湾	71	インドネシア	61.1	タイ	75	ベトナム	53.3
4	インドネシア	64.5	マレーシア	61.1	韓国	75	中国	53.3
5	マレーシア	64.5	台湾	61.1	インドネシア	70.8	シンガポール	46.7
6	韓国	64.5	中国	61.1	米国	66.7	インドネシア	40
7	インド	54.8	インド	55.6	ベトナム	62.5	タイ	40
8	ベトナム	54.8	オーストラリア	55.6	西欧	58.3	韓国	40
9	米国	54.8	カナダ	55.6	シンガポール	54.2	オーストラリア	33.3
10	シンガポール	48.4	シンガポール	55.6	マレーシア	54.2	ロシア・CIS	33.3

順位	飲食料品(n=43)		繊維・織物/アパレル(n=22)		鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=46)		石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(n=22)		商社・卸・小売(n=162)	
	順位	国・地域	順位	国・地域	順位	国・地域	順位	国・地域	順位	国・地域
1	香港	62.8	中国	40.9	タイ	47.8	中国	54.5	中国	52.5
2	米国	53.5	西欧	36.4	中国	45.7	タイ	40.9	タイ	40.7
3	シンガポール	53.5	台湾	36.4	韓国	41.3	韓国	40.9	香港	38.9
4	タイ	48.8	香港	27.3	台湾	34.8	台湾	40.9	台湾	37.7
5	中国	46.5	米国	27.3	インドネシア	30.4	香港	36.4	韓国	31.5
6	台湾	46.5	インドネシア	22.7	マレーシア	30.4	米国	36.4	マレーシア	27.8
7	西欧	41.9	タイ	22.7	西欧	28.3	インドネシア	31.8	インドネシア	27.8
8	マレーシア	37.2	ベトナム	22.7	米国	28.3	シンガポール	31.8	米国	25.9
9	オーストラリア	37.2	マレーシア	18.2	オーストラリア	26.1	マレーシア	31.8	ベトナム	25.9
10	韓国	34.9	韓国	18.2	シンガポール	26.1	西欧	31.8	シンガポール	25.3

(注)nは輸出先の回答のあった企業。n=10以下の業種は除く。

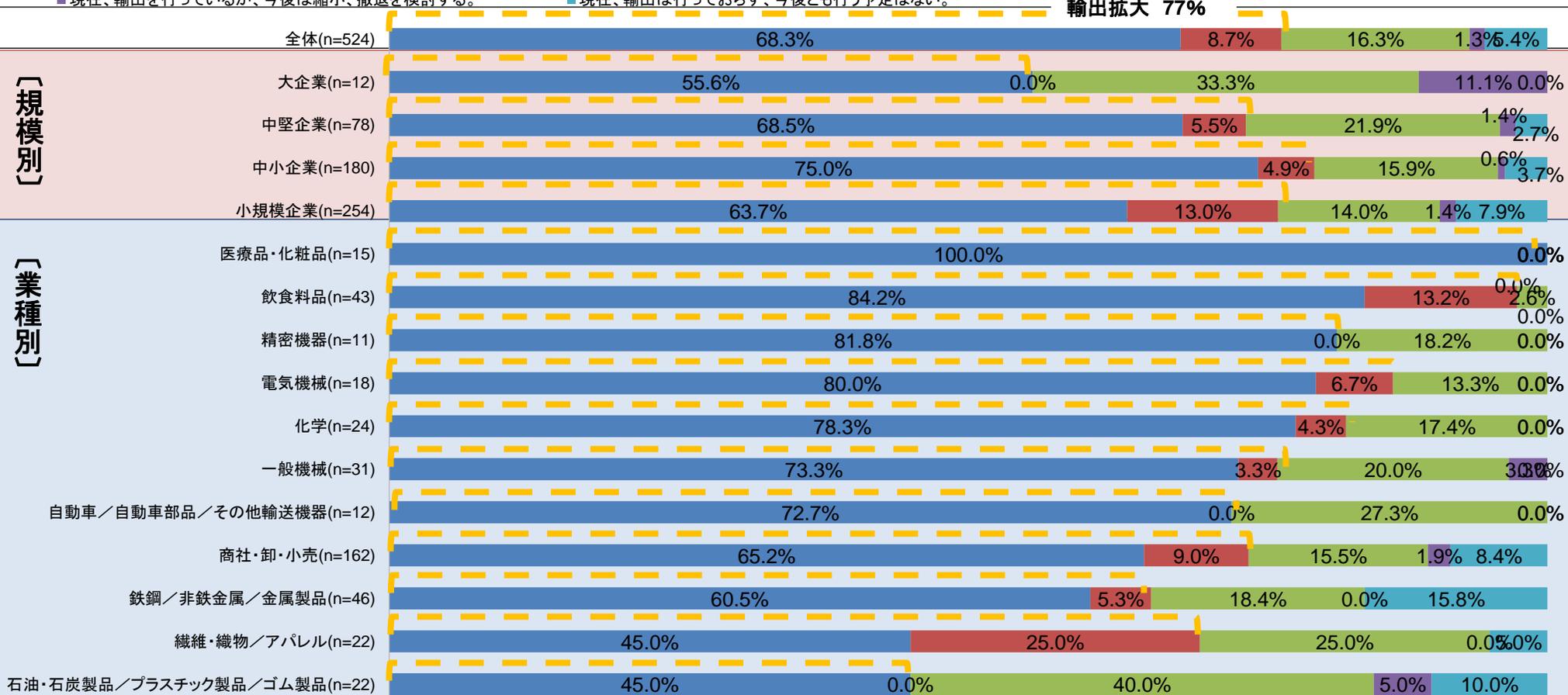
## (2) 貿易への取り組み ② 今後の輸出方針

- ▶ 輸出への取り組みに関して、「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大をはかる」とした企業は68.3%、「現在輸出を行っていないが、今後新たに取り組みたい」とした企業をあわせると、77.0%が拡大の見通し。昨年77.3%から横ばい。全国平均78.6%よりやや下回る結果となった。
- ▶ 医療品・化粧品で「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大をはかる」とした企業は100%、飲食料品では、「輸出拡大をはかる」または「新たに取り組みたい」とした企業が97.4%と高い結果となった。小規模企業、繊維・織物/アパレル、飲食料品では、「新たに取り組みたい」企業の割合が他より高い。

### 現在の輸出(間接輸出含む)への取り組みと、今後の方針について (業種別・企業規模別)

- 現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る。
- 現在、輸出を行っていないが、今後、新たに取り組みたい。
- 現在、輸出を行っており、現状を維持する。
- 現在、輸出を行っているが、後は縮小、撤退を検討する。
- 現在、輸出は行っておらず、今後とも行う予定はない。

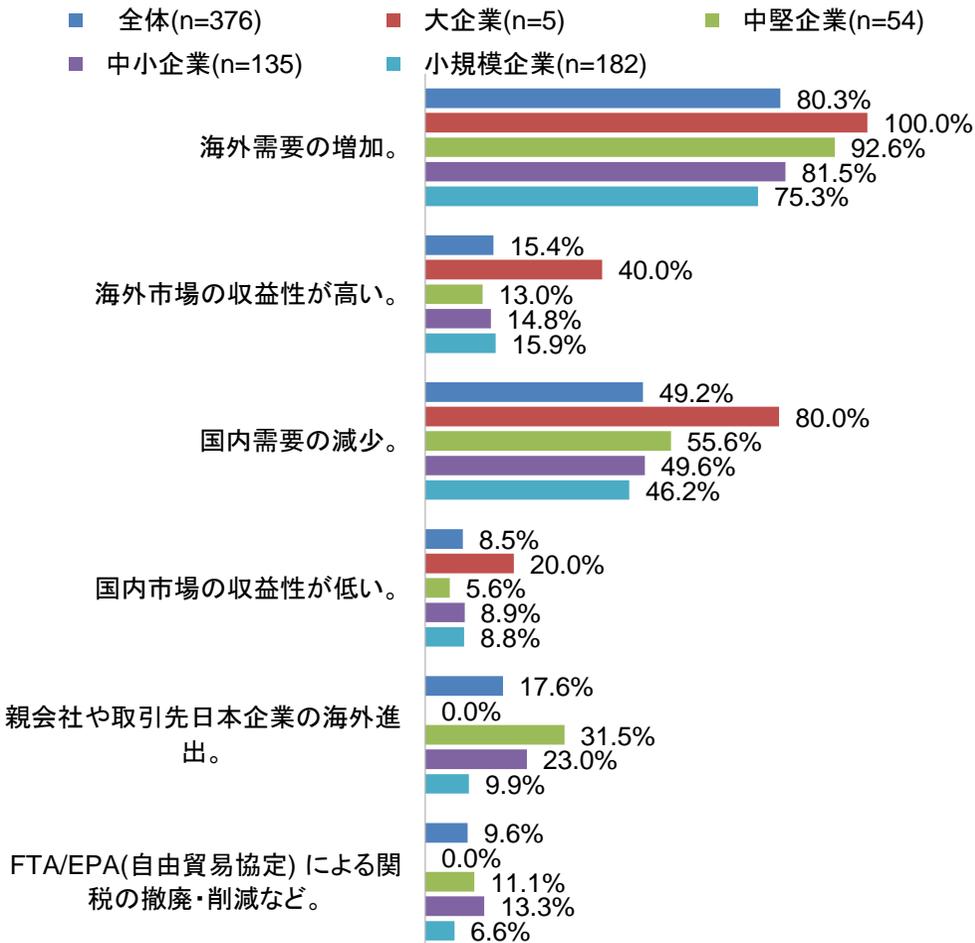
輸出拡大 77%



## (2) 貿易への取り組み ③輸出ビジネスを拡大する理由

- 「現在、輸出を行っており、今後さらに拡大を図る」または「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい」と回答した企業に、その理由を聞いたところ、「海外需要の増加」が最も高く(80.3%)、昨年74.4%から5.9ポイント増加した。
- ほとんどの業種で、ポジティブな理由である「海外需要の増加」を選んだ企業が最も多かったが、繊維・織物/アパレルではネガティブな「国内需要の減少」が最も多かった。
- 「親会社や取引先の海外進出」を選んだ企業は、化学では50%だが、繊維・織物/アパレルでは0%と業種による差が大きい。

### 輸出を拡大する理由 (企業規模別、複数回答) (%)



### 輸出を拡大する理由 (業種別、複数回答) (%)

	海外需要の増加	海外市場の収益性が高い	国内需要の減少	国内市場の収益性が低い	親会社や取引先日本企業の海外進出	FTA/EPAによる関税の撤廃・削減など
飲食料品 (n=42)	85.7%	14.3%	47.6%	7.1%	4.8%	7.1%
繊維・織物/アパレル (n=16)	50.0%	12.5%	62.5%	0.0%	0.0%	0.0%
化学(n=20)	80.0%	5.0%	80.0%	10.0%	50.0%	10.0%
医療品・化粧品(n=15)	86.7%	6.7%	73.3%	20.0%	6.7%	6.7%
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 (n=10)	80.0%	10.0%	50.0%	10.0%	10.0%	0.0%
鉄鋼/非鉄金属/金属製品 (n=27)	85.2%	33.3%	55.6%	14.8%	18.5%	14.8%
一般機械 (n=23)	82.6%	13.0%	43.5%	4.3%	30.4%	8.7%
電気機械 (n=15)	80.0%	13.3%	20.0%	0.0%	20.0%	13.3%
商社・卸・小売 (n=117)	78.6%	17.1%	40.2%	8.5%	15.4%	13.7%
全体	80.3%	15.4%	49.2%	8.5%	17.6%	9.6%

(注)n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。

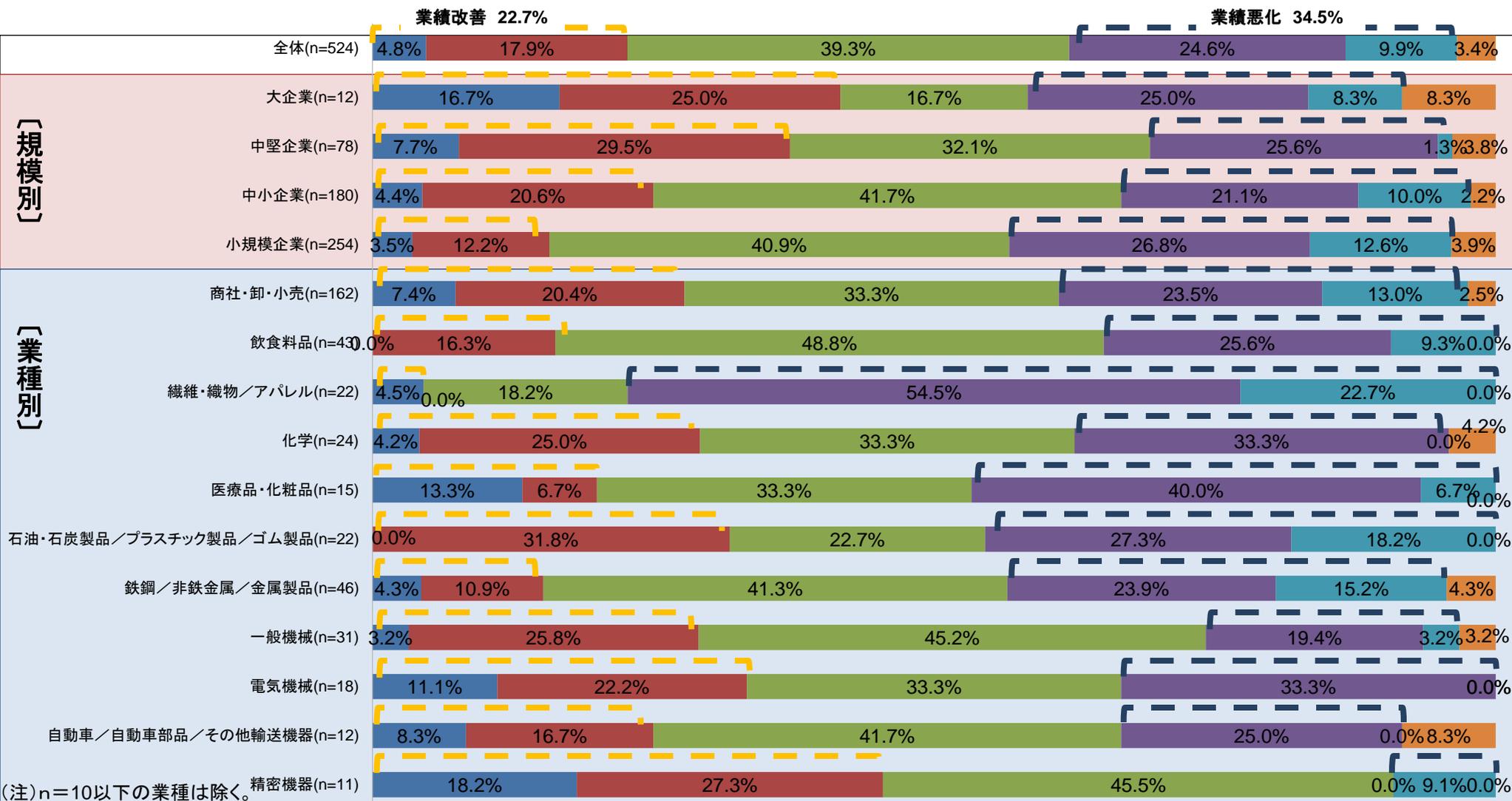
n=10以下の業種は除く。全体と10ポイント以上違う業種に網掛けしている。

## (2) 貿易への取り組み ④ 為替変動の影響

▶ 近年の円安の影響について、「特に影響はない」と答えた企業が39.3%と最大で、「業績が改善した」は22.7%、「業績が悪化した」は34.5%だった。全国平均は、「業績が改善した」が22.0%、「業績が悪化した」が29.9%であったので、関西企業は円安で業績が悪化した割合がやや高い。

▶ これは、8割弱の企業が「業績が悪化した」と回答している、繊維・織物/アパレル分野の企業が関西は多いためと思われる。

■ 業績が大いに改善した。 ■ 業績はやや改善した。 ■ 特に影響はない。 ■ 業績はやや悪化した。 ■ 業績は大いに悪化した。 ■ 無回答



## (2)貿易への取り組み ⑤輸出が過去の円安の時ほど伸びない理由

- 現在の円安では過去の円安のときほど、輸出が伸びていないとされる理由について、「輸出を拡大する意思はあるが、海外需要が伸びていないから」と回答した企業が最も多く(25.4%)、特に、化学などで多かった。ついで「他国のライバル企業の競争力が高いから(17.0%)」となった。
- 大企業では、58.3%が「円高になった際、海外に生産拠点を移してしまった」と回答した。同回答は、自動車/自動車部品/その他輸送機器や電気機械、一般機械でも割合が高い。

		円高になった際、海外に生産拠点を移してしまったから。	輸出を拡大する意思はあるが、海外の需要が伸びていないから。	日本国内の需要が伸び、海外需要を取り込む必要がなくなったから。	採算を重視し、輸出価格を引き下げていないから。	他国のライバル企業の競争力が高いから。	過去の円安時と同等、あるいはそれ以上に輸出は伸びている。
全体 (n=524)		13.9%	25.4%	1.1%	10.7%	17.0%	9.4%
規模別	大企業 (n=12)	58.3%	8.3%	0.0%	8.3%	16.7%	16.7%
	中堅企業 (n=78)	21.8%	29.5%	1.3%	11.5%	12.8%	12.8%
	中小企業 (n=180)	13.3%	27.2%	1.7%	11.1%	26.1%	11.1%
	小規模企業 (n=254)	9.8%	23.6%	0.8%	10.2%	11.8%	6.7%
業種別	商社・卸・小売 (n=162)	9.3%	29.0%	1.9%	8.0%	17.3%	13.6%
	飲食料品 (n=43)	0.0%	18.6%	0.0%	20.9%	7.0%	7.0%
	繊維・織物/アパレル (n=22)	27.3%	18.2%	0.0%	9.1%	9.1%	4.5%
	化学 (n=24)	8.3%	45.8%	0.0%	25.0%	33.3%	4.2%
	医療品・化粧品 (n=15)	6.7%	40.0%	0.0%	26.7%	20.0%	6.7%
	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 (n=22)	22.7%	27.3%	4.5%	4.5%	22.7%	0.0%
	鉄鋼/非鉄金属/金属製品 (n=46)	15.2%	23.9%	0.0%	13.0%	17.4%	2.2%
	一般機械 (n=31)	29.0%	35.5%	3.2%	12.9%	25.8%	6.5%
	電気機械 (n=18)	38.9%	22.2%	5.6%	11.1%	16.7%	33.3%
	自動車/自動車部品/その他輸送機器 (n=12)	50.0%	25.0%	0.0%	8.3%	0.0%	16.7%
	精密機器 (n=11)	18.2%	36.4%	0.0%	0.0%	18.2%	9.1%

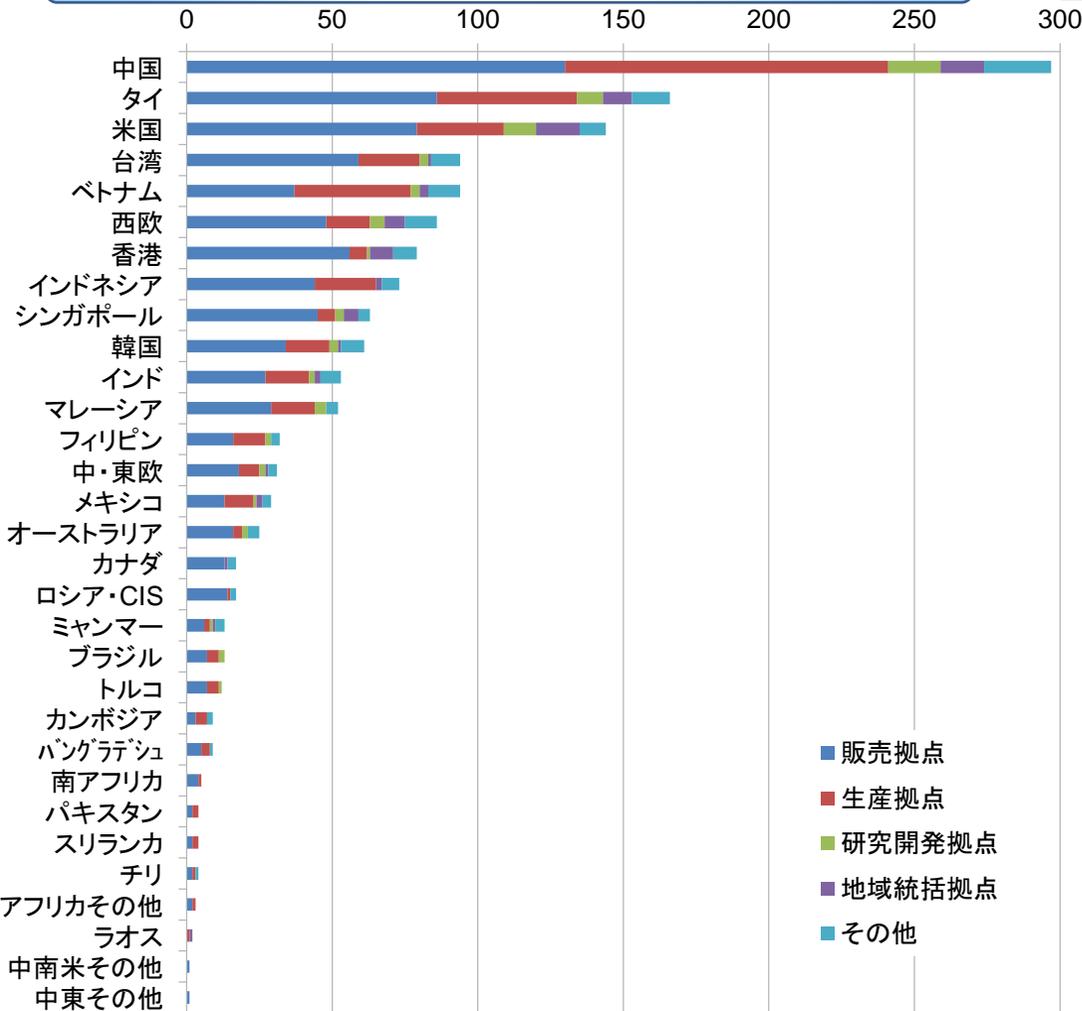
(注)n=10以下の業種は除く。

全体の数値よりも10ポイント以上高い規模・業種に網掛けしている。

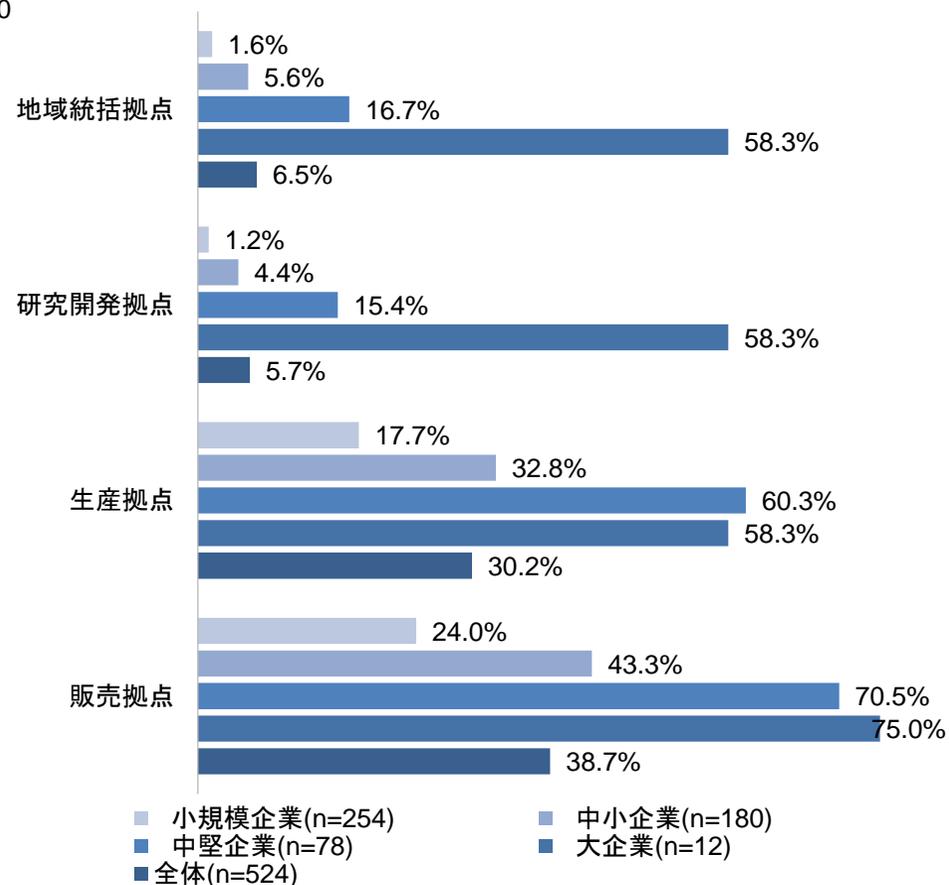
### (3)海外進出(注)への取り組み ①現在の海外拠点数と機能

- ▶ 現在、関西企業が最も多く拠点を持っている国・地域は中国で、次にタイ、米国、台湾、ベトナム、西欧の順である。
- ▶ 機能別にみると、販売拠点が38.7%と最も多い。地域統括拠点、研究開発拠点は全体では少ないが、大企業ではどちらも58.3%が設置済みである。

海外進出拠点数（企業規模別、複数回答）（箇所）



海外拠点の機能（業種・企業規模別、複数回答）（%）



(注)海外進出とは、新規に営業拠点、生産拠点などを立ち上げること、または既存拠点の拡充のことを指す。

### (3)海外進出への取り組み ②今後の海外進出方針

- 「海外に拠点があり、今後、さらに拡大する」(36.1%)または「海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」(21.9%)とする進出意欲の高い企業の割合が58.0%と過半数を超えたが、昨年の62.8%からやや低下している。
- 大企業の66.7%、中堅企業64.1%は既に海外拠点があり、今後も拠点の拡大をする方針だ。一方、小規模企業の33.1%がまだ海外拠点がないものの、今後新たに進出したいと回答があり、それは中小企業の15.6%と比べてかなり高い。
- 特に積極的な業種は、医療品・化粧品で、「今後さらに拡大する」または「新たに進出したい」と回答した企業は合わせて73.3%だった。

#### 今後の海外進出方針について (2013年度含め3か年程度、新規または既存拠点の拡充について)



■ 現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る。

■ 現在、海外に拠点があるが、縮小、撤退が必要と考えている。

■ 無回答

■ 現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい。

■ 現在、海外に拠点はなく、今後とも海外での事業展開は行わない。

■ 現在、海外に拠点があり、現状を維持する。

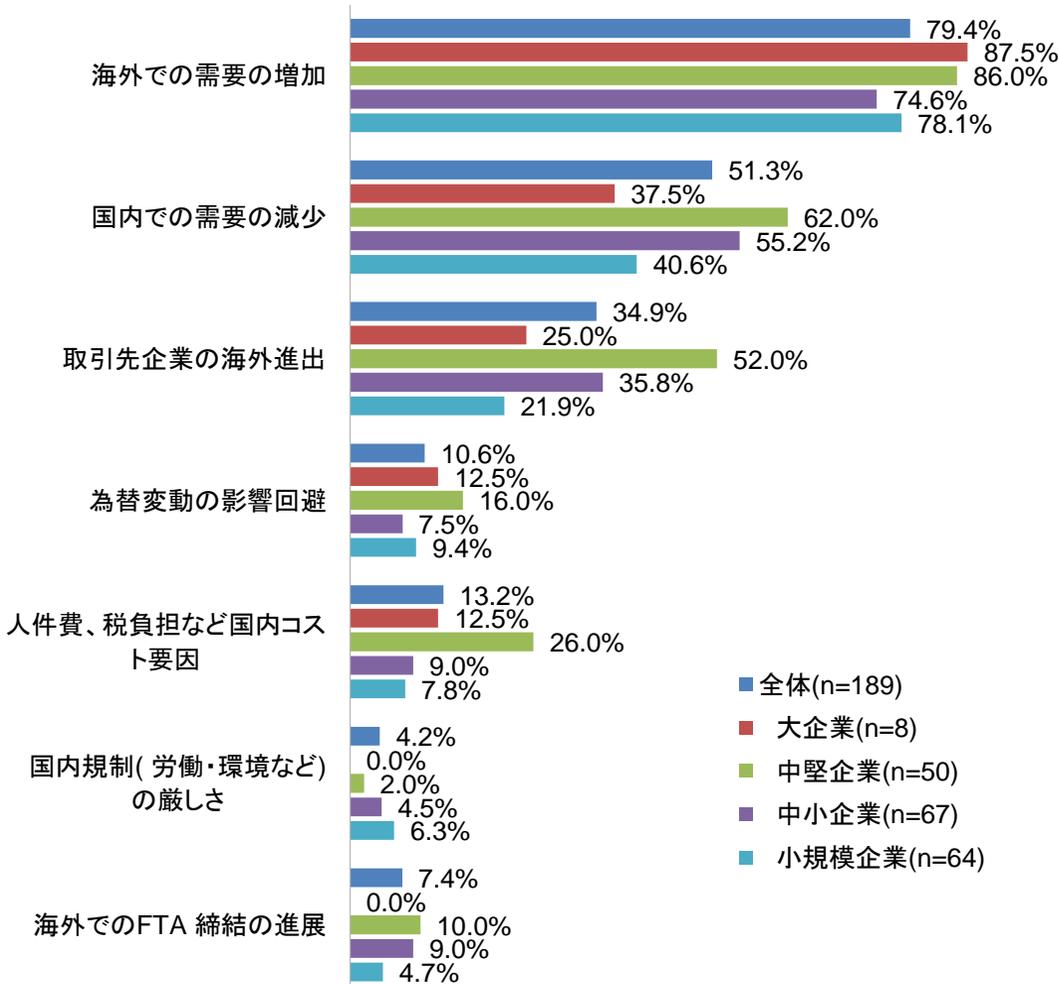
■ その他

(注) n=10以下の業種は除く。

### (3)海外進出への取り組み ④海外進出を拡大する理由

- ▶ 海外進出の拡大を図る理由は「海外での需要の増加」が約8割を占める。特に、窯業・土石、電気機械(100%)、飲食料品(91.7%)ではその比率が高い。
- ▶ 化学、自動車/自動車部品/その他輸送機器では、「国内の需要減少」と答えた企業が非常に多い。
- ▶ 企業規模別では、中堅企業で「国内コスト要因」「取引先企業の海外進出」「国内の需要減少」と回答した企業が他より多い。

海外進出拡大を図る理由(企業規模別、複数回答) (%)



(注)nは「海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」とした企業。

輸出を拡大する理由(業種別、複数回答) (%)

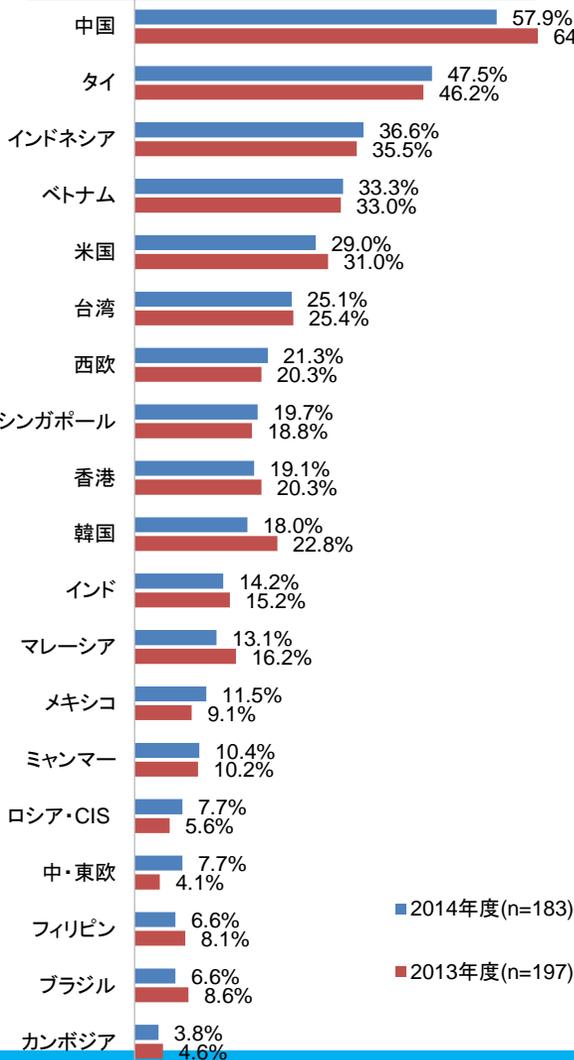
業種	海外での需要の増加	国内での需要の減少	取引先企業の海外進出	為替変動の影響回避	人件費、税負担など国内コスト要因	国内規制(労働・環境など)の厳しさ	海外でのFTA締結の進展
商社・卸・小売 (n=51)	74.5%	52.9%	39.2%	7.8%	13.7%	7.8%	13.7%
飲食料品 (n=12)	91.7%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
繊維・織物/アパレル (n=7)	85.7%	71.4%	14.3%	42.9%	28.6%	0.0%	0.0%
化学 (n=12)	83.3%	83.3%	83.3%	16.7%	0.0%	8.3%	8.3%
医療品・化粧品 (n=6)	83.3%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 (n=5)	60.0%	40.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
窯業・土石 (n=5)	100.0%	60.0%	40.0%	20.0%	40.0%	0.0%	0.0%
鉄鋼/非鉄金属/金属製品 (n=16)	87.5%	56.3%	50.0%	0.0%	18.8%	6.3%	6.3%
一般機械 (n=12)	75.0%	50.0%	50.0%	16.7%	16.7%	0.0%	16.7%
電気機械 (n=7)	100.0%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%
情報通信機械器具/電子部品・デバイス (n=6)	66.7%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
自動車/自動車部品/その他輸送機器 (n=6)	83.3%	83.3%	66.7%	16.7%	16.7%	0.0%	16.7%
精密機器 (n=5)	80.0%	60.0%	60.0%	40.0%	80.0%	0.0%	0.0%
全体 (n=189)	79.4%	51.3%	34.9%	10.6%	13.2%	4.2%	7.4%

(注)全体の数値と10ポイント以上違う業種に網掛けしている。

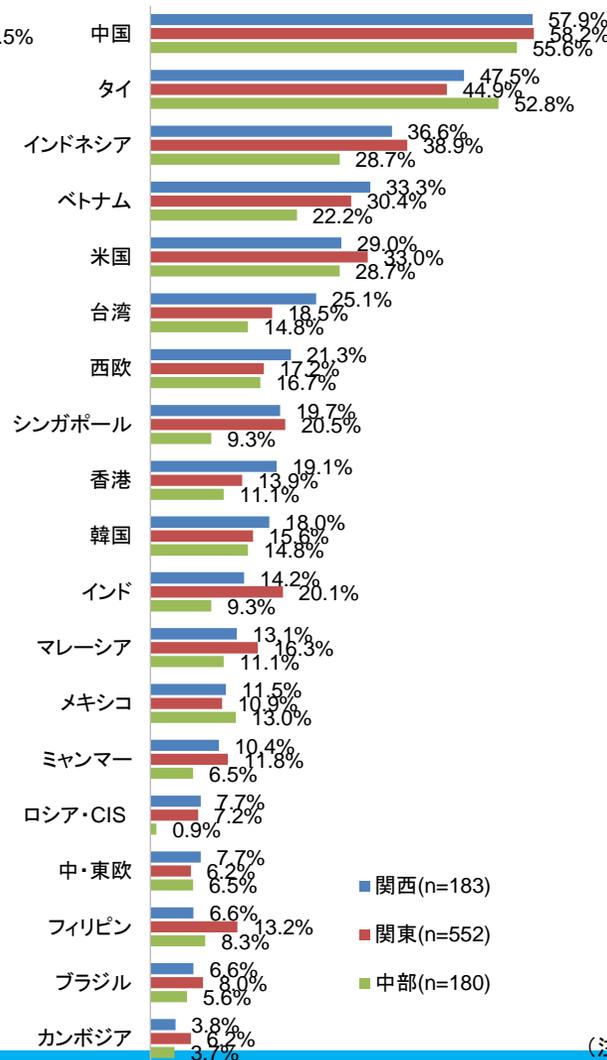
### (3)海外進出への取り組み ④海外進出を拡大する国・地域

- ▶ 進出を拡大する国は、中国が最も高く57.9%であるが、昨年の64.5%から減少している。タイ、インドネシア、ベトナム、米国が続く。上位に順位の変動はなかった。他地域(本社所在地)との比較では、関西企業はベトナム、台湾、西欧、香港、韓国等での拡大意欲が高い一方、インド、フィリピンの拡大意欲は低いようだ。
- ▶ 業種別で見ると、各業種が中国、タイなどアジアでの拡大を図る中、飲食料品は半数の企業が西欧での拡大を図ろうとしている。

年度比較(複数回答)(%)



本社所在地比較(複数回答)(%)



業種別上位10カ国

順位	商社・卸・小売 (n=49)	飲食料品 (n=12)		繊維・織物/アパレル (n=7)		化学 (n=12)		
		1	2	1	2	1	2	
1	中国	30	西欧	6	中国	5	タイ	9
2	タイ	26	タイ	3	香港	4	中国	9
3	ベトナム	20	ベトナム	3	西欧	4	インドネシア	8
4	インドネシア	19	韓国	3	米国	4	インド	5
5	シンガポール	14	中国	3	インドネシア	3	マレーシア	4
6	香港	13	米国	3	シンガポール	2	メキシコ	4
7	台湾	13			タイ	2	台湾	4
8	マレーシア	9	シンガポール		ベトナム	2		
9	韓国	9	ミャンマー、ロシア・CIS、香港、台湾	2	台湾	2	シンガポール	3
10	米国	9			オーストラリア、韓国、中・東欧	1	韓国、米国	
順位	医療品・化粧品 (n=6)		鉄鋼/非鉄金属/金属製品 (n=16)		一般機械 (n=12)		電気機械 (n=7)	
1	中国	6	タイ	9	ベトナム	9	フィリピン	3
2	シンガポール	3	インドネシア	8	タイ	8	中国	3
3	香港	3	中国	7	インドネシア	7	米国	3
4	台湾	3	ベトナム	6	中国	7	インドネシア	2
5	米国	3	台湾	4	米国	5	タイ	2
6	インドネシア	2	米国	3	インド	4	チリ	2
7	タイ	2	マレーシア	2	マレーシア	3	ロシア・CIS	2
8	マレーシア	2	韓国	2	メキシコ	3	韓国	2
9	ロシア・CIS	2			西欧	3	西欧	2
10	西欧	2	シンガポール、チリ、トルコ、ブラジル、メキシコ、香港、中・東欧	1	台湾	3	シンガポール、ブラジル、ベトナム、マレーシア、香港、台湾、南アフリカ	1

(注)nは「海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る」とした企業で、対象国の回答があった企業。n=5以下の業種は除く。

### (3)海外進出への取り組み ⑤海外進出を拡大する機能 国・地域別

- ▶ 拡大する機能では、全ての機能で中国が1位だった。2位もほとんどの機能でタイであったが、新製品開発は米国、西欧等先進国が上位にランクインした。
- ▶ 機能別には、販売機能を強化する企業が圧倒的に多く、89.1%であった。

順位	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					
1	中国	51.4%	中国	20.8%	中国	15.8%	中国	6.0%	中国	11.5%	中国	7.7%	中国	6.6%
2	タイ	38.8%	タイ	13.7%	タイ	9.3%	米国	3.8%	タイ	5.5%	タイ	4.9%	タイ	4.4%
3	インドネシア	30.6%	ベトナム	13.7%	ベトナム	4.4%	西欧	3.3%	台湾	3.8%	シンガポール	4.4%	ベトナム	3.3%
4	ベトナム	24.6%	インドネシア	9.8%	台湾	4.4%	タイ	2.7%	米国	3.8%	米国	3.3%	インドネシア	2.2%
5	米国	24.6%	インド	4.4%	韓国	3.8%	シンガポール	1.6%	インドネシア	2.2%	インドネシア	2.7%	米国	1.6%
6	台湾	20.8%	ミャンマー	3.8%	インドネシア	3.3%	台湾	1.6%	シンガポール	2.2%	ベトナム	2.7%	インド	1.1%
7	西欧	16.9%	米国	2.7%	インド	2.7%	インドネシア	1.1%	香港	2.2%	西欧	2.7%	ミャンマー	1.1%
8	韓国	16.4%	カンボジア	2.2%	メキシコ	2.2%	ベトナム	1.1%	西欧	2.2%	メキシコ	1.6%	メキシコ	1.1%
9	香港	16.4%	台湾	2.2%	米国	2.2%	香港	1.1%	インド	1.6%	香港	1.6%	韓国	1.1%
10	シンガポール	15.3%	ブラジル、マレーシア	1.6%	ブラジル、ミャンマー、西欧	1.6%	マレーシア、ミャンマー、韓国	0.5%	ベトナム、韓国	1.6%	台湾	1.6%	西欧	1.1%
	合計	89.1%	合計	39.3%	合計	26.8%	合計	9.8%	合計	18.0%	合計	14.2%	合計	11.5%

(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(183社)  
 ②西欧、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。

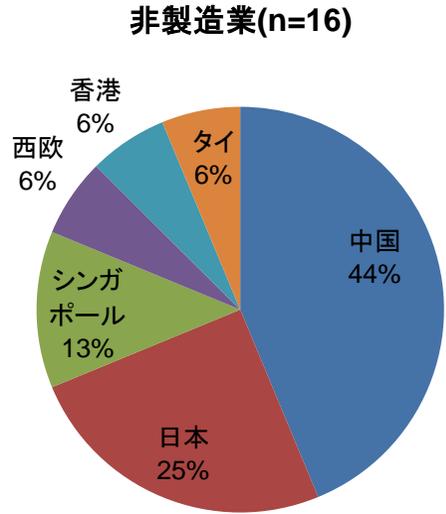
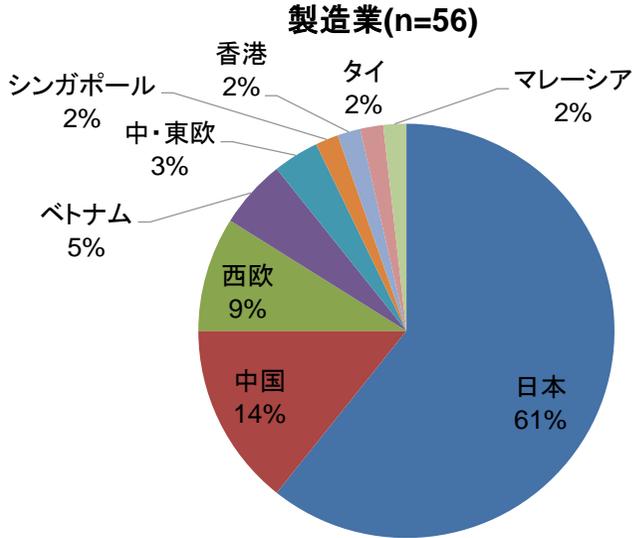
# (4) 拠点・機能の再編 ① 機能を再編する国<移管元>

- ▶ 機能の再編をした、もしくはする予定と答えたのは、合計で27.1%だった。
- ▶ 過去2~3年で再編した国は、製造業が日本が最も多く、非製造業は中国が最も多かった。
- ▶ 今後2~3年で再編予定の国も、製造業が日本、非製造業が中国がいずれも多かった。過去2~3年と今後2~3年を比較すると、製造業・非製造業ともに、中国の割合が増えている。

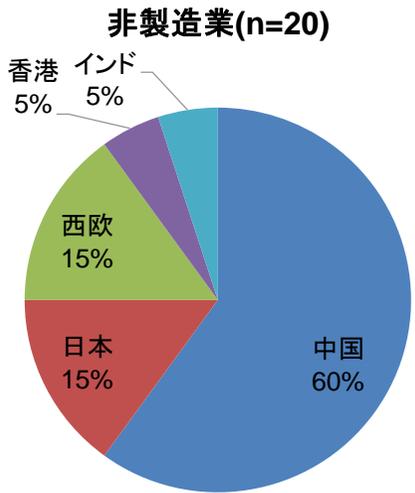
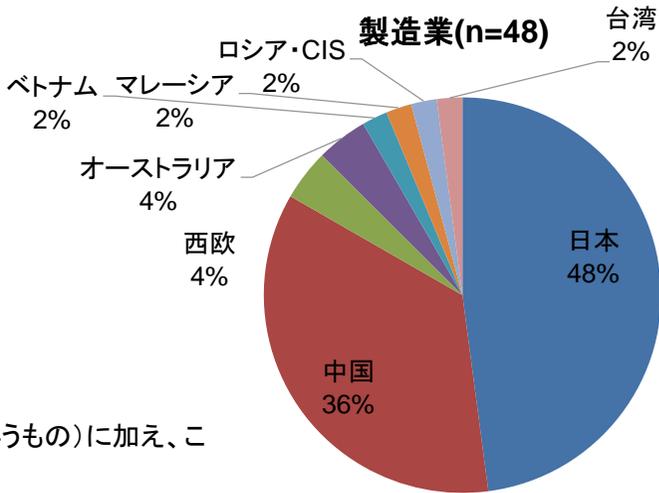
## 拠点・機能の再編

回答	割合
海外拠点・機能の再編を、過去2~3年で行った。	13.8%
海外拠点・機能の再編を、今後2~3年以内に行う予定である。	13.3%
海外拠点・機能の再編を、過去2~3年間で行っていない/今後2~3年以内に行う予定はない。	44.2%
無回答	31.6%
合計(n=550)	100.0%

### 過去2~3年の間に拠点を再編した国



### 今後2~3年の間に拠点を再編する予定の国

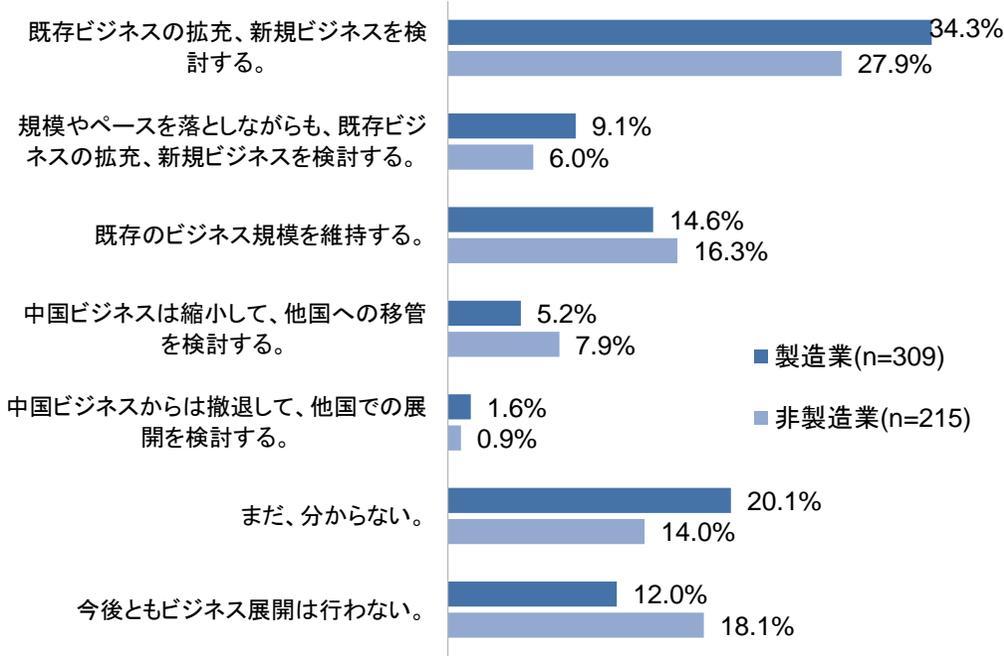


(注) 再編には、販売、生産機能等の完全移転(拠点閉鎖を伴うもの)に加え、これら機能の部分的な移管を含みます。

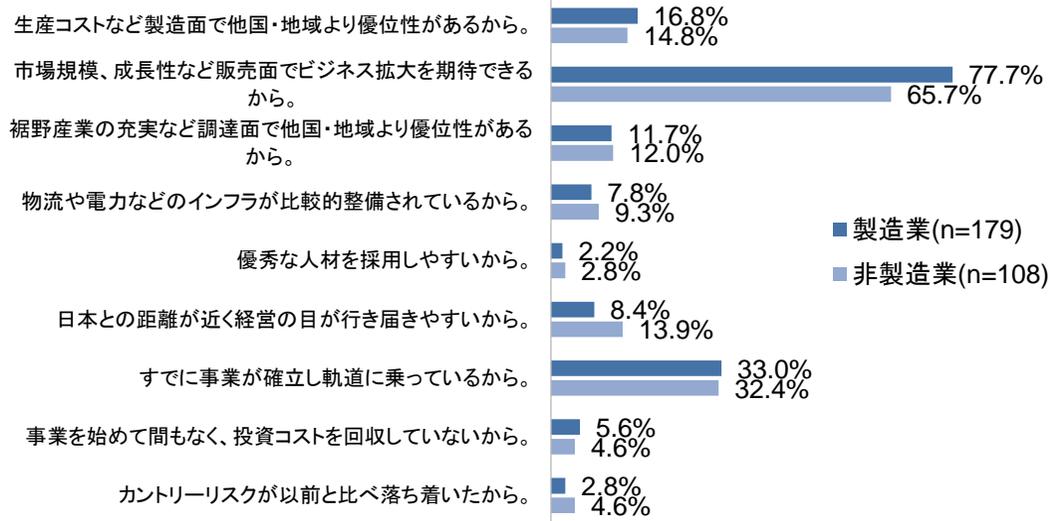
# (4) 拠点・機能の再編 ② 今後の中国でのビジネス展開

- 中国でのビジネスを「拡充、新規ビジネスを検討する」と答えた割合は、製造業で34.3%、非製造業で27.9%であり、「縮小する」「撤退する」と答えた割合よりもかなり高かった。
- 拡大・維持する理由としては、製造業・非製造業ともに「販売面でのビジネス拡大を期待」が最も多く、「事業が確立しているから」が次いだ。
- 縮小・撤退する理由としては、非製造業では、「カントリーリスク」の要因が高かった(60.0%)。製造業では「生産コスト(40.9%)」「法律・規制の未整備(31.8%)」「カントリーリスク(31.8%)」が高かった。

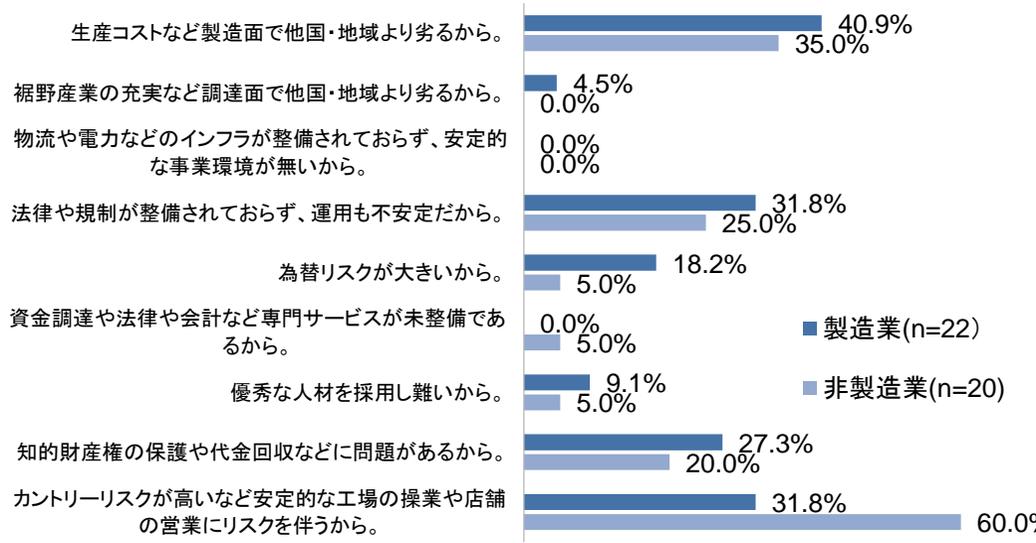
## 今後の中国でのビジネス展開方針



## 中国ビジネスを拡大・維持する理由



## 中国ビジネスを縮小・撤退する理由



## (4) 拠点・機能の再編 ③新興国のビジネス上の課題

- ▶ 「インフラの未整備」「関連産業の未集積・未発展」を除く全ての課題で、中国は上位5カ国に入っている。特に、「知的財産権の保護」「人件費の上昇」「政情リスク」などは他国に比べて非常に高い。
- ▶ 「インフラの未整備」では、ミャンマー(52.2%)、カンボジア(45.7%)、ベトナム(39.4%)、ラオス(36.0%)等メコン地域やインド(42.8%)で課題と考えている企業が多い。メコンでは、「関連産業の未集積・未発展」も同様。
- ▶ タイやフィリピン、パキスタンでは、「政情リスク」が最も高い。インドでは、「インフラの未整備」に加え、「法制度の未整備」「税制」「行政」など手続き面での課題を挙げた企業の割合が高い。

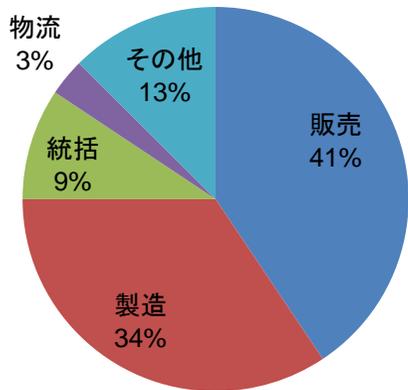
### 現在ビジネスを行っている、または新規にビジネスを検討している新興国での課題(複数回答可、%)

企業数	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	人件費が高い、上昇している	労働力の不足・人材採用難	労務上の問題あり	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	税制・税務手続きの煩雑さ	行政手続きの煩雑さ(許認可など)	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	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	
中国	369	21.1%	10.0%	45.3%	1.9%	55.3%	49.6%	16.3%	26.6%	11.4%	25.2%	33.6%	46.6%	51.2%	22.0%
タイ	243	10.7%	7.0%	6.6%	2.5%	4.9%	26.7%	18.5%	4.5%	3.7%	7.8%	6.6%	7.4%	30.5%	19.8%
ベトナム	198	9.6%	39.4%	26.3%	18.7%	7.1%	12.1%	7.1%	5.1%	4.0%	16.7%	22.2%	12.1%	6.6%	1.5%
インドネシア	194	14.9%	32.0%	25.8%	8.8%	4.6%	16.5%	6.7%	10.8%	6.7%	16.5%	18.6%	9.8%	19.1%	8.8%
インド	152	13.2%	42.8%	26.3%	12.5%	7.9%	7.2%	3.9%	16.4%	3.3%	26.3%	25.7%	22.4%	14.5%	5.3%
マレーシア	151	6.6%	6.6%	2.0%	7.3%	2.0%	13.9%	9.9%	2.0%	0.7%	4.0%	4.6%	6.0%	5.3%	0.7%
フィリピン	130	7.7%	23.8%	10.8%	11.5%	3.1%	3.8%	3.1%	1.5%	0.8%	4.6%	7.7%	10.8%	30.0%	24.6%
ミャンマー	115	6.1%	52.2%	29.6%	24.3%	6.1%	2.6%	2.6%	1.7%	8.7%	7.8%	9.6%	11.3%	19.1%	2.6%
ロシア	104	20.2%	7.7%	13.5%	5.8%	3.8%	2.9%	1.0%	3.8%	1.9%	14.4%	20.2%	15.4%	26.9%	0.0%
ブラジル	102	15.7%	12.7%	16.7%	3.9%	3.9%	4.9%	2.0%	5.9%	3.9%	17.6%	21.6%	11.8%	22.5%	0.0%
メキシコ	96	5.2%	12.5%	13.5%	5.2%	1.0%	6.3%	2.1%	3.1%	3.1%	11.5%	10.4%	10.4%	24.0%	0.0%
カンボジア	92	4.3%	45.7%	22.8%	19.6%	3.3%	2.2%	5.4%	1.1%	2.2%	2.2%	3.3%	8.7%	19.6%	3.3%
バングラデシュ	89	2.2%	34.8%	11.2%	19.1%	2.2%	1.1%	1.1%	2.2%	0.0%	4.5%	6.7%	13.5%	20.2%	9.0%
トルコ	82	4.9%	6.1%	8.5%	6.1%	6.1%	3.7%	1.2%	0.0%	2.4%	4.9%	6.1%	3.7%	6.1%	1.2%
パキスタン	81	3.7%	17.3%	7.4%	11.1%	3.7%	1.2%	0.0%	2.5%	0.0%	2.5%	3.7%	14.8%	33.3%	0.0%
南アフリカ	79	6.3%	5.1%	2.5%	5.1%	0.0%	2.5%	1.3%	0.0%	0.0%	2.5%	1.3%	2.5%	17.7%	1.3%
ラオス	75	2.7%	36.0%	9.3%	18.7%	1.3%	0.0%	1.3%	1.3%	0.0%	1.3%	1.3%	5.3%	10.7%	0.0%
スリランカ	74	1.4%	21.6%	2.7%	9.5%	1.4%	1.4%	0.0%	2.7%	0.0%	1.4%	2.7%	8.1%	14.9%	1.4%
チリ	67	3.0%	6.0%	3.0%	4.5%	1.5%	3.0%	0.0%	1.5%	3.0%	4.5%	6.0%	4.5%	11.9%	1.5%

# 4、関西企業のアジア進出

- ▶ 関西企業のアジア進出案件としては、2014年度下半期は29件と、2013年度から4期連続の減少となった。2013年度は148件の進出があったが、2014年度は67件と半減している。
- ▶ 業種でみると、電気機器、機械、化学、卸売・商社で多かったが、その他の業種では沈静化している。
- ▶ 進出案件先をみると、一服感はあるが、ASEANへの進出は堅調である。
- ▶ 進出形態としては、販売、製造が多い。

関西企業のアジア進出案件 内容  
(%、複数回答、14年度下半期)



(出所) 各企業のプレスリリース

(注) 進出は、現地法人・駐在員事務所・支店の設立、出資・増資・買収・合併、拡張投資、業務提携、店舗増、フランチャイズ契約などを含む。プレスリリースをしていない進出や、JETRO大阪本部が捕捉していない進出はカウントできていない。

関西企業のアジア進出案件の件数  
(本社業種別、年度半期)

	2013年度		2014年度	
	4~9月	10~3月	4~9月	10~3月
<b>製造業</b>	67	47	22	21
化学	10	5	4	4
金属	3	5	4	0
機械	9	5	3	4
電気機器	10	14	3	6
輸送機器	6	3	3	0
繊維・皮革	6	4	1	2
食品	5	2	1	2
医療機器	0	2	1	1
ゴム製品	2	1	1	0
紙製品	5	1	1	0
医薬品	8	4	0	1
その他	3	1	0	1
<b>サービス業</b>	18	16	16	8
卸売・商社	2	5	6	4
物流	2	2	2	0
不動産	1	1	2	0
飲食業	1	3	1	0
エネルギー	3	2	1	0
保険	1	1	1	0
情報通信	3	1	1	1
小売	3	0	1	0
医療・介護	0	0	1	0
その他	2	1	0	3
<b>小計</b>	85	63	38	29
<b>年度合計</b>	148		67	

関西企業のアジア進出案件の件数  
(国・地域別、年度半期)

	2013年度		2014年度	
	4~9月	10~3月	4~9月	10~3月
韓国	6	3	2	2
中国	16	15	6	4
台湾	2	2	2	3
香港	0	0	1	1
ASEAN	52	38	24	19
タイ	13	13	8	7
インドネシア	15	7	7	2
ベトナム	6	11	6	1
フィリピン	5	2	2	0
マレーシア	4	2	1	4
シンガポール	6	2	0	3
ミャンマー	3	1	0	2
カンボジア	2	0	0	0
ラオス	2	0	0	0
インド	5	5	3	0
<b>小計</b>	85	63	38	29
<b>年度合計</b>	148		67	

