

JETRO

日本貿易振興機構(ジェトロ)

2014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

2015年3月11日

日本貿易振興機構(ジェトロ)

海外調査部

目次

1 貿易への取り組み	7
～グローバル企業に円安の恩恵～	
2. 海外進出への取り組み・今後の国内事業展開	14
～中小企業の国内外への事業拡大意欲が増加～	
3. 海外進出への取り組み(国・地域別、機能)	23
～米国での拡大意欲が増加、メキシコも上昇、ASEANが3年連続で中国を上回る～	
4. 国内外拠点における機能の再編	30
～拠点・機能再編では中国からベトナムなどへの機能移管が目立つ～	
5. 新興国のビジネス環境	34
～中国、タイで人件費、労働力不足が課題と認識する企業が多数～	
6. 日本企業の中国ビジネスに対する姿勢	37
～中小企業で拡大意欲が回復～	
7. 自由貿易協定(FTA)の活用	41
～物品貿易の自由化、サービス分野の外資規制の緩和などへ期待～	
8. グローバル経営に向けた人材活用	45
～留学生の採用は大企業が6割を超える一方、中小企業は4割強に留まる～	

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) : 9,183社
 (内訳) ジェトロ会員企業(ジェトロ・メンバーズ) : 3,415社
 ジェトロのサービスの利用企業 : 5,768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13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・今後の国内事業展開
- (3) 自由貿易協定(FTA)の活用
- (4) 新興国のビジネス環境
- (5) 経営のグローバル化

3. 調査期間

2014年12月5日 ~ 2015年1月13日

4. 回収状況

有効回収数 : 2,995社 (うちジェトロ・メンバーズ : 1,334社)
 有効回答率 : 32.6%

大企業・中小企業等の定義

	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。

回答企業のプロフィール

	企業数	構成比 (%)
回答企業全体	2,995	100.0
製造業	1,707	57.0
飲食料品	355	11.9
繊維・織物/アパレル	84	2.8
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	57	1.9
化学	96	3.2
医療品・化粧品	67	2.2
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	92	3.1
窯業・土石	38	1.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	192	6.4
一般機械	165	5.5
電気機械	92	3.1
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	61	2.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	123	4.1
精密機器	71	2.4
その他の製造業	214	7.1
非製造業	1,288	43.0
商社・卸売	613	20.5
小売	104	3.5
建設	75	2.5
運輸	37	1.2
金融・保険	87	2.9
通信・情報・ソフトウェア	83	2.8
専門サービス	101	3.4
その他の非製造業	188	6.3
大企業	661	22.1
大企業(中堅企業を除く)	175	5.8
中堅企業	486	16.2
中小企業	2,334	77.9
中小企業(小規模企業者を除く)	888	29.6
小規模企業者	1,446	48.3

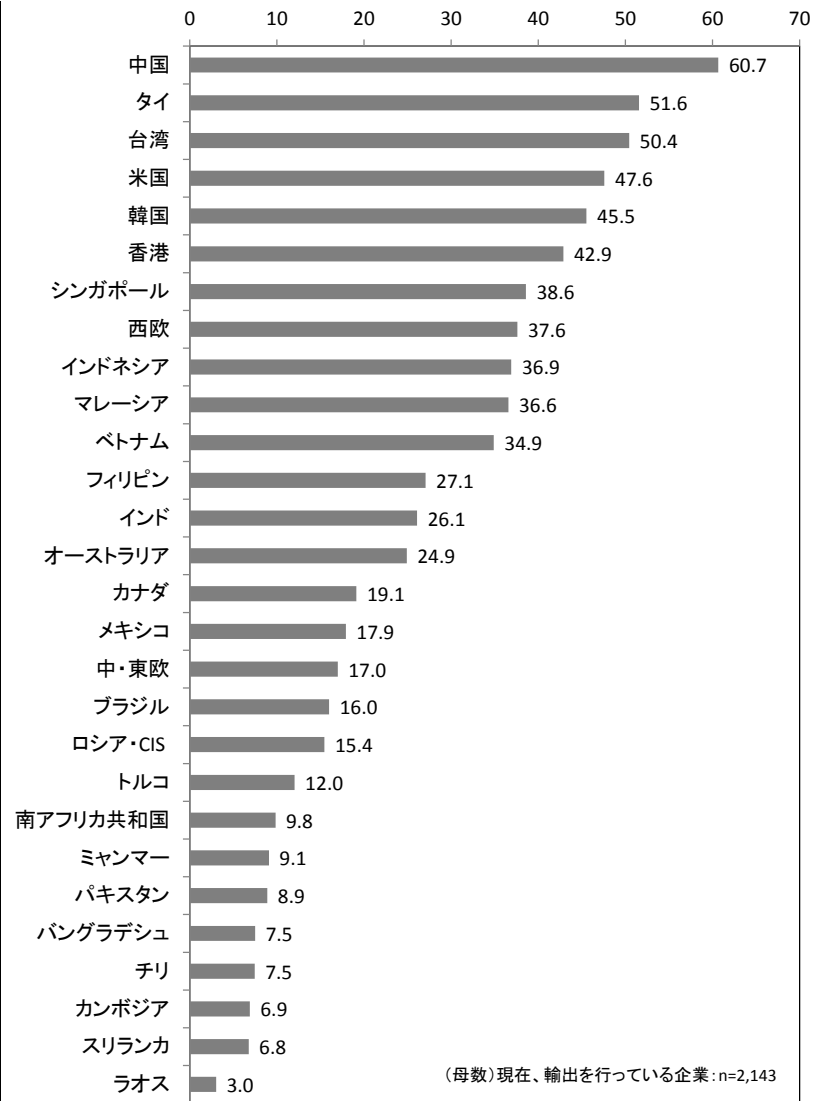
回答企業プロフィール(現在の輸出先)

輸出の有無(業種・規模別)

	(%)				
	現在、輸出を行っている	現在、輸出は行っていない	輸入のみを行っている企業	無回答	
回答企業全体 (n=2,995)	71.6	28.7	28.0	9.7	0.4
製造業 (n=1,707)	82.8	34.6	17.0	7.1	0.2
飲食料品 (n=355)	79.4	53.2	20.0	5.9	0.6
繊維・織物／アパレル (n=84)	75.0	26.2	25.0	13.1	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=57)	66.7	29.8	33.3	15.8	0.0
化学 (n=96)	95.8	29.2	4.2	0.0	0.0
医療品・化粧品 (n=67)	85.1	35.8	14.9	7.5	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=92)	81.5	27.2	18.5	10.9	0.0
窯業・土石 (n=38)	81.6	31.6	18.4	10.5	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=192)	76.0	31.8	24.0	12.0	0.0
一般機械 (n=165)	94.5	29.7	5.5	1.8	0.0
電気機械 (n=92)	85.9	27.2	14.1	6.5	0.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=61)	83.6	11.5	16.4	8.2	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=123)	86.2	31.7	13.8	6.5	0.0
精密機器 (n=71)	91.5	26.8	8.5	4.2	0.0
その他の製造業 (n=214)	80.8	34.1	18.7	6.5	0.5
非製造業 (n=1,288)	56.6	20.9	42.6	13.2	0.8
商社・卸売 (n=613)	81.1	22.2	18.8	15.8	0.2
小売 (n=104)	46.2	24.0	52.9	30.8	1.0
建設 (n=75)	38.7	21.3	60.0	12.0	1.3
運輸 (n=37)	29.7	5.4	70.3	2.7	0.0
金融・保険 (n=87)	1.1	1.1	94.3	0.0	4.6
通信・情報・ソフトウェア (n=83)	45.8	32.5	53.0	14.5	1.2
専門サービス (n=101)	35.6	21.8	63.4	5.9	1.0
その他の非製造業 (n=188)	36.7	21.3	62.8	6.9	0.5
大企業 (n=661)	72.2	14.1	27.1	3.9	0.8
大企業 (中堅企業を除く) (n=175)	70.3	10.3	29.7	4.6	0.0
中堅企業 (n=486)	72.8	15.4	26.1	3.7	1.0
中小企業 (n=2,334)	71.4	32.8	28.3	11.4	0.3
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=888)	78.0	26.4	21.7	9.9	0.2
小規模企業者 (n=1,446)	67.3	36.8	32.3	12.3	0.4

輸出企業の輸出先(国・地域別)

(複数回答、%)



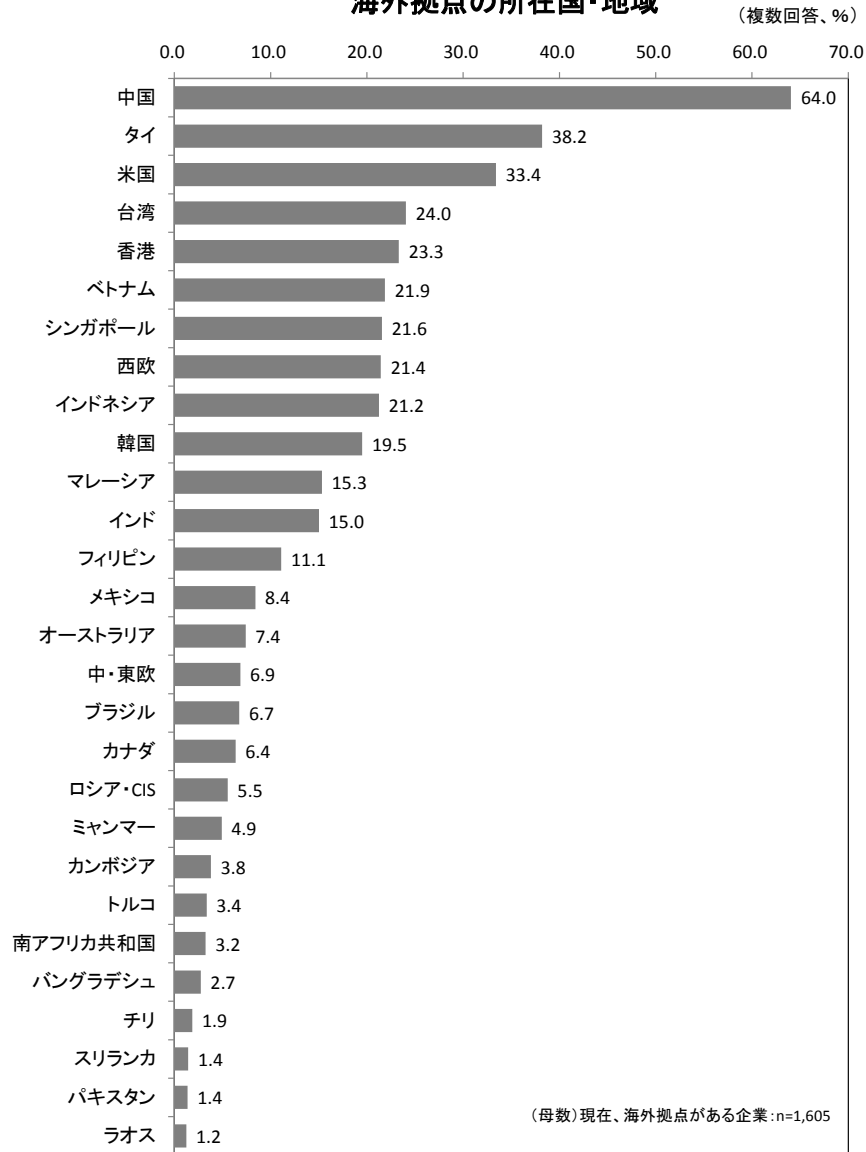
回答企業プロフィール(現在の海外進出状況)

海外拠点の有無(業種・規模別)

	(%)		
	海外拠点あり	海外拠点なし	無回答
回答企業全体(n=2,995)	53.6	46.0	0.4
製造業(n=1,707)	56.8	43.0	0.2
飲食料品(n=355)	35.5	63.9	0.6
繊維・織物/アパレル(n=84)	51.2	48.8	0.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(n=57)	52.6	47.4	0.0
化学(n=96)	75.0	25.0	0.0
医療品・化粧品(n=67)	44.8	55.2	0.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(n=92)	65.2	34.8	0.0
窯業・土石(n=38)	52.6	47.4	0.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=192)	60.9	39.1	0.0
一般機械(n=165)	61.2	38.8	0.0
電気機械(n=92)	71.7	28.3	0.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス(n=61)	75.4	24.6	0.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器(n=123)	77.2	22.8	0.0
精密機器(n=71)	67.6	32.4	0.0
その他の製造業(n=214)	54.2	45.3	0.5
非製造業(n=1,288)	49.3	49.9	0.8
商社・卸売(n=613)	51.4	48.5	0.2
小売(n=104)	27.9	71.2	1.0
建設(n=75)	56.0	42.7	1.3
運輸(n=37)	86.5	13.5	0.0
金融・保険(n=87)	46.0	49.4	4.6
通信・情報・ソフトウェア(n=83)	53.0	45.8	1.2
専門サービス(n=101)	50.5	48.5	1.0
その他の非製造業(n=188)	43.6	55.9	0.5
大企業(n=661)	84.0	15.3	0.8
大企業(中堅企業を除く)(n=175)	95.4	4.6	0.0
中堅企業(n=486)	79.8	19.1	1.0
中小企業(n=2,334)	45.0	54.7	0.3
中小企業(小規模企業者を除く)(n=888)	60.2	39.5	0.2
小規模企業者(n=1,446)	35.6	64.0	0.4

[注]代理店は海外拠点に含まず

海外拠点の所在国・地域



回答企業プロフィール(海外売上高比率)

■ 多くの産業で海外売上高比率拡大見通しの企業が多数

海外売上高比率が50%以上を占める企業の比率は、情報通信機械・電子部品(27.9%)、輸送機器(25.2%)、商社・卸売(20.9%)、一般機械(20.0%)が2割を超えた。規模別では大企業(15.3%)が中小企業(10.5%)を上回った。今後(3年程度)、海外売上高比率が「拡大」とみる企業の比率は、製造業(54.7%)、非製造業(39.3%)であった。特に化学(68.8%)、輸送機器(65.0%)、一般機械(61.2%)は6割を超えている。

海外高売上比率(現状と見通し)

	海外売上比率					海外売上比率見通し			
	0~25% 未満	26~50%未 満	50~75%未 満	75~100%	無回答	拡大	横ばい	縮小	無回答
回答企業全体(n=2,995)	42.5	10.2	6.3	5.2	35.8	48.0	21.3	2.9	27.8
製造業(n=1,707)	48.5	12.5	7.4	3.4	28.2	54.7	22.1	2.5	20.8
飲食料品(n=355)	61.4	3.7	1.1	1.1	32.7	55.8	17.5	0.8	25.9
繊維・織物/アパレル(n=84)	48.8	6.0	3.6	2.4	39.3	42.9	15.5	6.0	35.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(n=57)	50.9	7.0	1.8	0.0	40.4	47.4	12.3	1.8	38.6
化学(n=96)	49.0	26.0	7.3	0.0	17.7	68.8	20.8	0.0	10.4
医薬品・化粧品(n=67)	56.7	6.0	3.0	1.5	32.8	49.3	19.4	3.0	28.4
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(n=92)	45.7	17.4	7.6	4.3	25.0	51.1	23.9	3.3	21.7
窯業・土石(n=38)	52.6	13.2	10.5	2.6	21.1	52.6	34.2	0.0	13.2
鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=192)	46.9	12.0	6.3	1.6	33.3	49.0	26.6	1.6	22.9
一般機械(n=165)	44.2	19.4	15.2	4.8	16.4	61.2	27.3	5.5	6.1
電気機械(n=92)	40.2	19.6	13.0	6.5	20.7	55.4	28.3	1.1	15.2
情報通信機械器具/電子部品・デバイス(n=61)	41.0	8.2	16.4	11.5	23.0	55.7	26.2	1.6	16.4
自動車/自動車部品/その他輸送機器(n=123)	30.1	21.1	17.9	7.3	23.6	65.0	13.8	3.3	17.9
精密機器(n=71)	49.3	15.5	11.3	1.4	22.5	46.5	39.4	2.8	11.3
その他の製造業(n=214)	44.9	12.1	4.7	5.6	32.7	52.8	20.6	3.7	22.9
非製造業(n=1,288)	34.5	7.1	4.9	7.6	45.9	39.3	20.3	3.4	37.0
商社・卸売(n=613)	39.5	9.3	7.5	13.4	30.3	42.6	29.7	4.1	23.7
小売(n=104)	26.9	1.0	2.9	3.8	65.4	33.7	9.6	4.8	51.9
建設(n=75)	44.0	5.3	2.7	0.0	48.0	40.0	22.7	0.0	37.3
運輸(n=37)	43.2	18.9	2.7	2.7	32.4	51.4	18.9	2.7	27.0
金融・保険(n=87)	9.2	2.3	0.0	0.0	88.5	11.5	6.9	0.0	81.6
通信・情報・ソフトウェア(n=83)	43.4	7.2	1.2	2.4	45.8	45.8	13.3	6.0	34.9
専門サービス(n=101)	29.7	10.9	5.9	4.0	49.5	44.6	11.9	5.9	37.6
その他の非製造業(n=188)	27.7	1.6	2.1	2.7	66.0	36.2	8.5	1.1	54.3
大企業(n=661)	38.0	16.3	11.2	4.1	30.4	59.9	16.5	1.1	22.5
大企業(中堅企業を除く)(n=175)	32.0	18.3	16.6	8.0	25.1	71.4	8.6	0.6	19.4
中堅企業(n=486)	40.1	15.6	9.3	2.7	32.3	55.8	19.3	1.2	23.7
中小企業(n=2,334)	43.8	8.4	5.0	5.5	37.3	44.7	22.7	3.4	29.3
中小企業(小規模企業者を除く)(n=888)	47.7	11.6	5.4	5.2	30.1	49.8	27.3	2.5	20.5
小規模企業者(n=1,446)	41.4	6.4	4.7	5.7	41.8	41.6	19.8	3.9	34.6

[注]黄色は「海外売上比率」の場合は50~100%が20%以上、「海外売上比率見通し」の場合は「拡大する」が50%以上

1. 貿易への取り組み

～グローバル企業に円安の恩恵～

貿易への取り組み：為替変動の影響

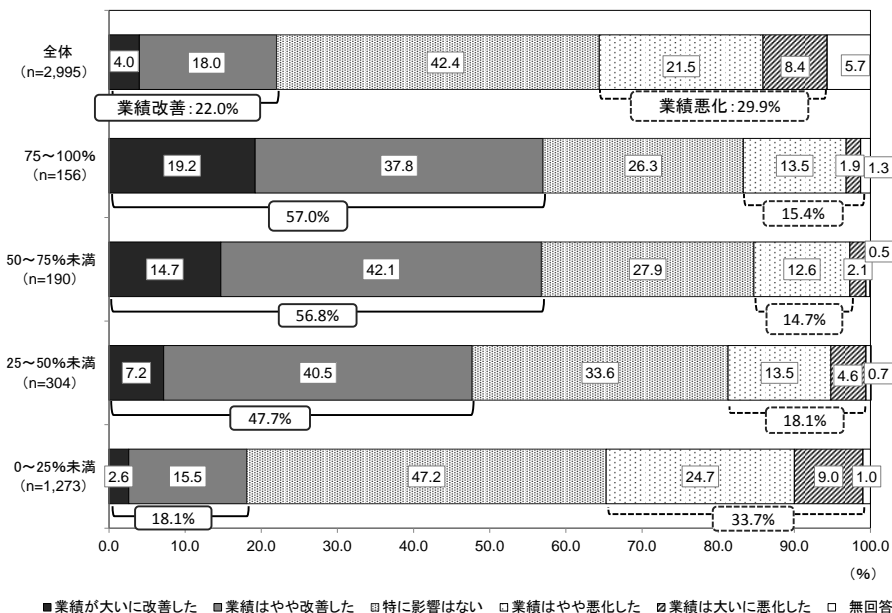
■ グローバル企業に円安の恩恵

近年の円安の影響について、「特に影響はない」が42.4%と最大で、業績が改善した企業は22.0%であった。海外売上高比率が高く、グローバルに事業展開する企業程、円安の恩恵を受けている。海外売上高比率が75～100%の企業では円安により業績が改善した企業が57.0%、同50～75%未満では56.8%、同25～50%未満では47.7%に及ぶ。業種別では、輸送機器(41.5%)、精密機器(39.4%)、情報通信機械・電子部品(37.7%)、一般機械(36.4%)などで業績が改善した企業が目立つ。

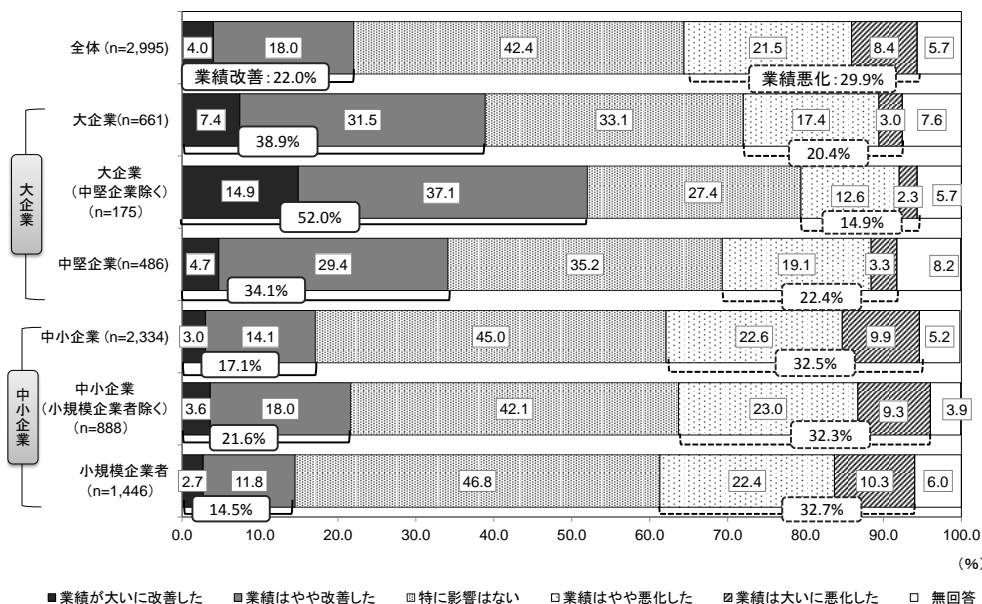
■ 中小企業では業績改善は2割程度

企業規模別では、大企業では4割近い企業で業績改善効果が認識されている一方、中小企業では2割弱と、円安の恩恵を受けている企業が大企業と比較して低い。業種別では、繊維・織物・アパレル(55.9%)、木材・木製品(43.8%)、商社・卸売(40.1%)、石油・石炭製品・プラスチック・ゴム製品(39.2%)、飲食料品(36.6%)、小売(36.6%)などで円安によって業績が悪化したとする企業が多い。

為替変動の影響(海外売上高比率別)



為替変動の影響(企業規模別)

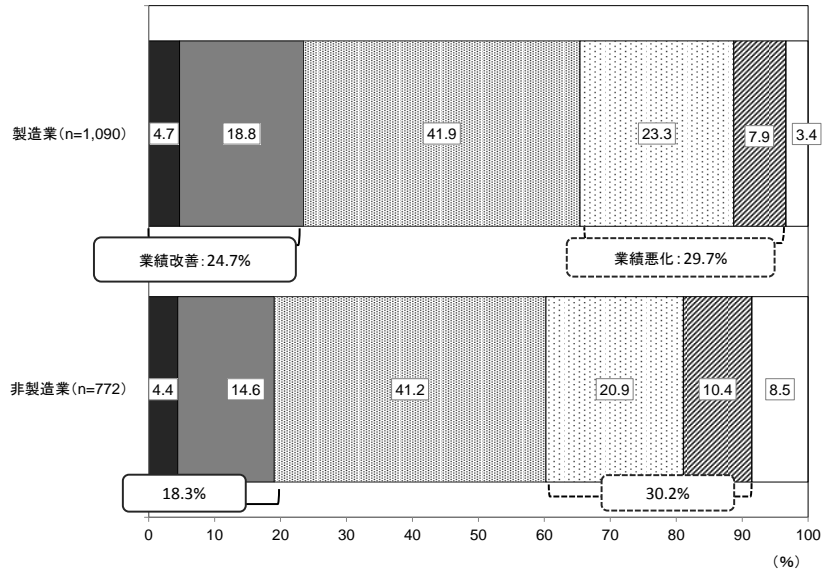


■業績が大いに改善した ■業績はやや改善した □特に影響はない □業績はやや悪化した ■業績が大いに悪化した □無回答

■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 ■業績が大いに悪化した □無回答

貿易への取り組み：為替変動の影響

為替変動の影響(業種別)



■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 ■業績が大いに悪化した □無回答

業種別・規模別

(単位: %)

		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	業績が大いに悪化した	無回答
製造業	大企業 (n=328)	11.6	40.2	25.3	18.6	2.7	1.5
	中小企業 (n=1,379)	2.5	15.7	46.8	23.3	8.3	3.3
非製造業	大企業 (n=333)	3.3	22.8	40.8	16.2	3.3	13.5
	中小企業 (n=955)	3.8	11.8	42.4	21.7	12.3	8.1

業種別

(%)

	社数	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	業績が大いに悪化した	無回答
総計	2,995	4.0	18.0	42.4	21.5	8.4	5.7
製造業	1,707	4.3	20.4	42.7	22.4	7.3	2.9
飲食料品	355	1.4	8.2	49.6	27.6	9.0	4.2
繊維・織物/アパレル	84	3.6	15.5	20.2	34.5	21.4	4.8
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	57	1.8	15.8	31.6	29.8	14.0	7.0
化学	96	5.2	29.2	37.5	24.0	1.0	3.1
医療品・化粧品	67	6.0	16.4	58.2	16.4	3.0	0.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	92	2.2	29.3	28.3	28.3	10.9	1.1
窯業・土石	38	0.0	18.4	57.9	21.1	2.6	0.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	192	3.6	19.3	44.3	22.9	6.8	3.1
一般機械	165	5.5	30.9	44.8	14.5	3.6	0.6
電気機械	92	5.4	25.0	43.5	18.5	4.3	3.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	61	8.2	29.5	36.1	21.3	3.3	1.6
自動車/自動車部品/その他輸送機器	123	13.0	28.5	35.0	18.7	4.1	0.8
精密機器	71	5.6	33.8	45.1	7.0	7.0	1.4
その他の製造業	214	3.3	17.3	46.3	20.6	7.9	4.7
非製造業	1,288	3.6	14.7	42.0	20.3	9.9	9.5
商社・卸売	613	6.0	19.4	30.2	25.4	14.7	4.2
小売	104	1.9	7.7	48.1	26.0	10.6	5.8
建設	75	0.0	14.7	44.0	13.3	6.7	21.3
運輸	37	0.0	29.7	29.7	21.6	5.4	13.5
金融・保険	87	1.1	10.3	48.3	2.3	0.0	37.9
通信・情報/ソフトウェア	83	1.2	8.4	60.2	20.5	3.6	6.0
専門サービス	101	2.0	8.9	61.4	13.9	6.9	6.9
その他の非製造業	188	2.1	8.0	57.4	14.4	5.3	12.8

貿易への取り組み: 今後の輸出方針

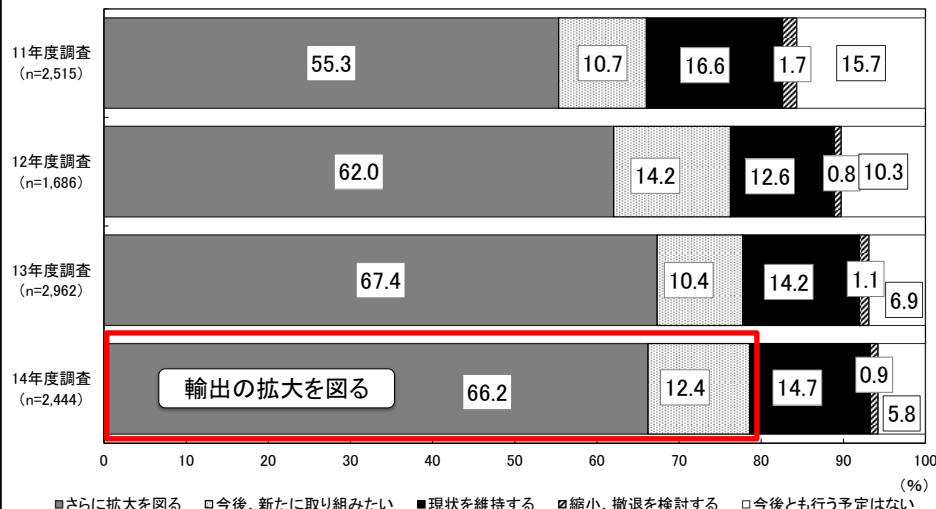
輸出拡大意欲は引き続き高水準

今後(3年程度)の輸出方針については、「輸出の拡大をさらに図る」企業が66.2%、「今後、新たに取り組みたい」(12.4%)を含めると、輸出拡大を志向する企業は78.6%と、前年に続き高水準。

企業規模別では、大企業で75.3%の企業が輸出の拡大を図ると回答。中小企業でも同64.0%に達し、「今後、新たに取り組みたい」(14.5%)を含めると78.5%に及ぶ。

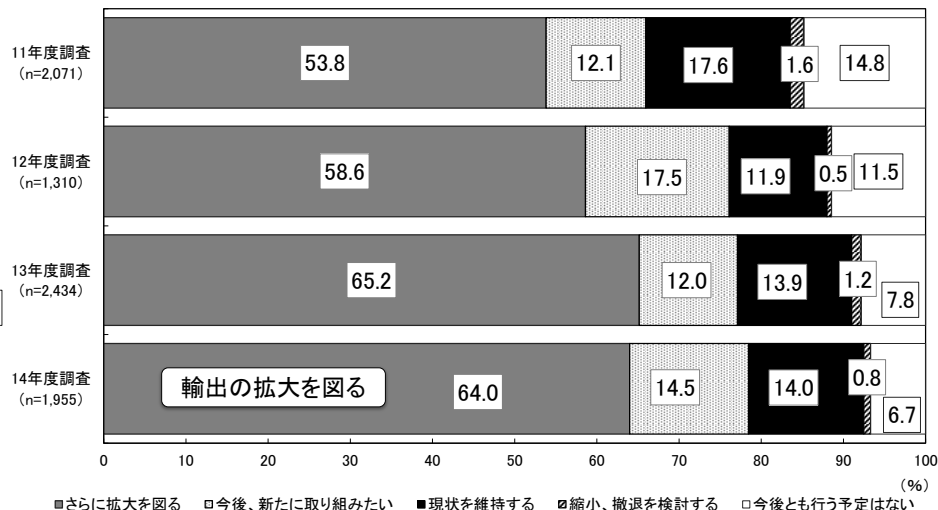
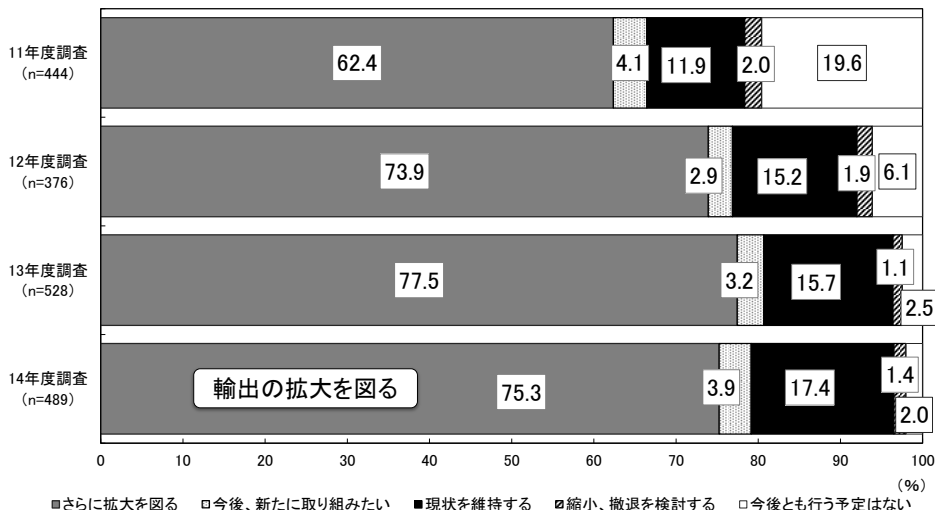
業種別では、「輸出の拡大をさらに図る」は化学(81.7%)、医薬品・化粧品(76.6%)、一般機械(74.4%)などで輸出拡大意欲が高い。「新たに取り組みたい」とする企業では、繊維・織物・アパレル(18.4%)、木材・木製品・家具・建材・紙・パルプ(14.9%)、飲食料品(14.8%)などで同回答比率が高い。

今後(2014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

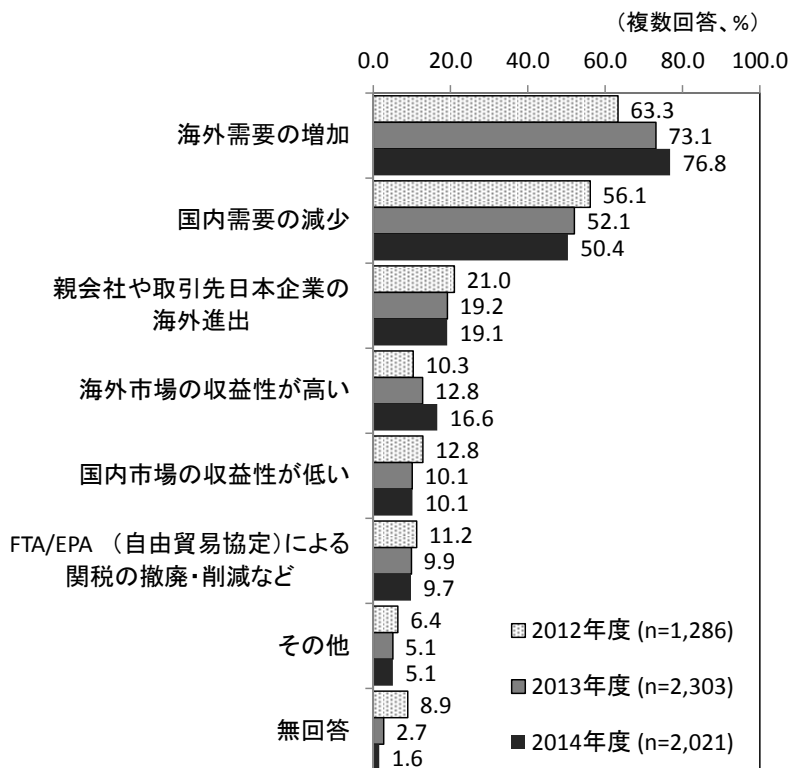


貿易への取り組み：輸出ビジネスを拡大する理由

海外需要の拡大が貿易への取り組みの最大の理由

「輸出ビジネスを拡大する理由」では、「海外需要の増加」(76.8%)が引き続き最大の理由である一方、「国内需要の減少」(50.4%)と回答した企業の比率は2年連続で低下。また、「海外市場の収益性が高い」(16.6%)との回答比率は2年連続で増加している。

輸出ビジネスを拡大する理由(全体)



企業規模別(大企業、中堅企業、中小企業、小規模企業)

(複数回答、%)

	全体 (n=2,021)	大企業 (n=391)	大企業 (n=96)	中堅 企業 (n=295)	中小 企業 (n=1,630)	中小 企業 (n=622)	小規模 企業者 (n=1,008)
海外需要の増加	76.8	86.2	94.8	83.4	74.5	77.0	73.0
国内需要の減少	50.4	55.5	46.9	58.3	49.1	50.2	48.5
親会社や取引先日本企業の海外進出	19.1	36.8	34.4	37.6	14.9	22.2	10.4
海外市場の収益性が高い	16.6	12.0	12.5	11.9	17.7	15.4	19.0
国内市場の収益性が低い	10.1	6.9	4.2	7.8	10.9	9.0	12.1
FTA/EPA (自由貿易協定)による関税の撤廃・削減など	9.7	13.3	16.7	12.2	8.9	9.6	8.4
その他	5.1	3.3	3.1	3.4	5.5	4.2	6.3
無回答	1.6	1.5	1.0	1.7	1.6	1.8	1.5

[注]小括弧内の大企業は中堅企業を除く大企業、小括弧内の中小企業は小規模事業者を除く中小企業。

貿易への取り組み：輸出が過去の円安時程伸びない理由

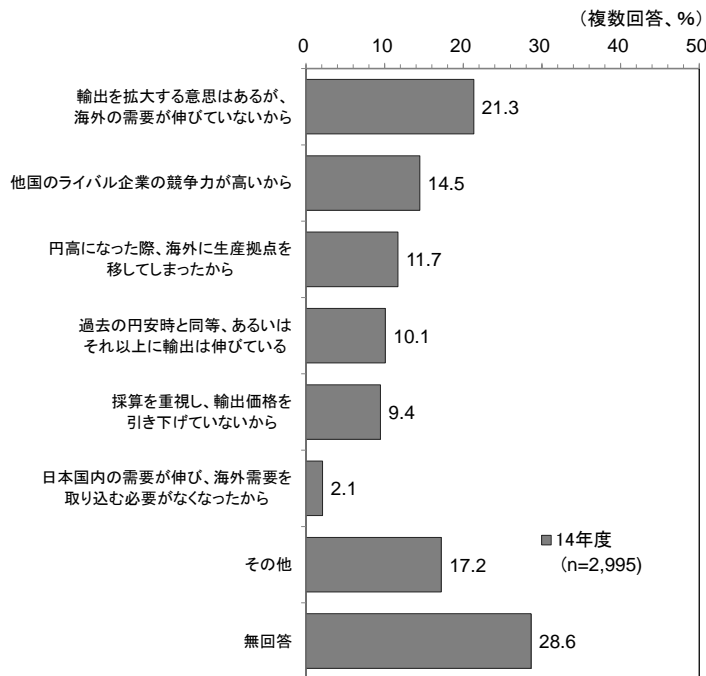
■ 輸出が伸び悩む主因は海外需要伸び悩み、ライバル企業との競争、海外への生産拠点移転

現在の円安では過去の円安時程、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、海外の需要が伸びていないから」(21.3%)が最も多く、「他国のライバル企業の競争力が高いから」(14.5%)、「円高になった際、海外に生産拠点を移してしまったから」(11.7%)が続く。大企業では、「海外に生産拠点を移してしまったから」(22.4%)が最も多い。業種別では、輸送機器(47.2%)、情報通信機械・電子部品(31.1%)などで同回答が目立っていることが特徴。加えて、一般機械(24.8%)や精密機器(23.9%)、情報通信機械・電子部品(23.0%)などでは、「他国のライバル企業の競争力が高いから」と回答する企業も目立っている。

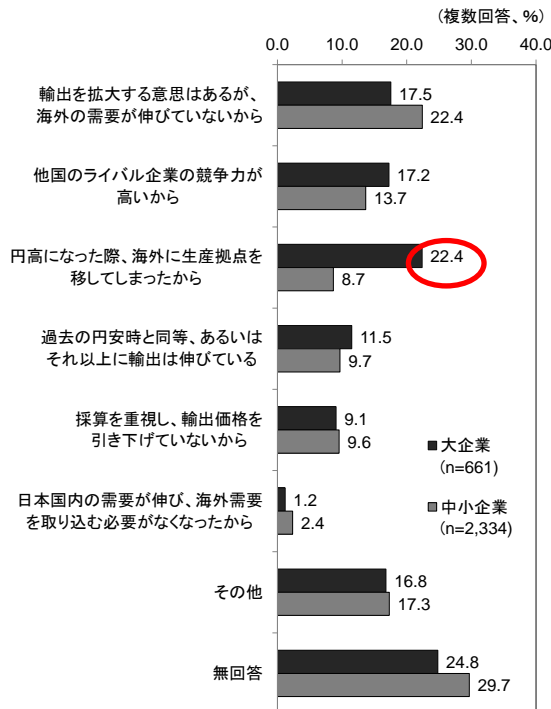
■ 一般機械などでは相対的に円安による輸出拡大効果大

一方、「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」とする企業は10.1%であった。業種別では、一般機械(16.4%)、産業機械、建設機械、食品加工機械等で同回答が多い。

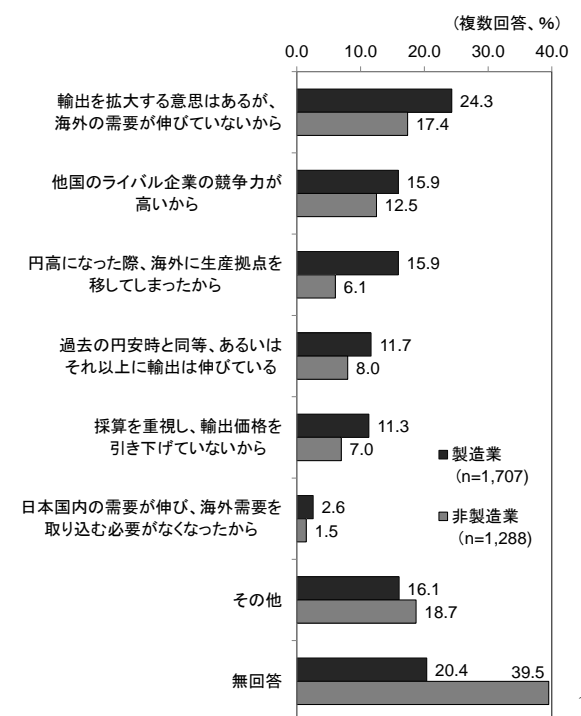
輸出が過去の円安時程伸びない理由(全体)



大企業・中小企業



製造業・非製造業



貿易への取り組み：輸出が過去の円安時程伸びない理由

業種別

(複数回答、%)

	社数	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	他国のライバル企 業の競争力が 高いから	円高になった際、 海外に生産拠 点を移してしまっ たから	採算を重視し、輸 出価格を引き下 げていないから	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	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	その他	無回答
総計	2,995	21.3	14.5	11.7	9.4	2.1	10.1	17.2	28.6
製造業	1,707	24.3	15.9	15.9	11.3	2.6	11.7	16.1	20.4
飲食料品	355	20.0	8.5	2.5	12.1	2.8	13.5	18.6	31.5
繊維・織物／アパレル	84	19.0	9.5	15.5	4.8	2.4	9.5	22.6	26.2
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	57	19.3	7.0	10.5	15.8	0.0	10.5	7.0	35.1
化学	96	32.3	21.9	18.8	17.7	0.0	14.6	11.5	13.5
医薬品・化粧品	67	25.4	20.9	3.0	16.4	1.5	11.9	17.9	17.9
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	92	23.9	16.3	27.2	7.6	2.2	6.5	20.7	15.2
窯業・土石	38	26.3	10.5	5.3	13.2	0.0	15.8	10.5	28.9
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	192	24.0	18.2	15.6	12.0	4.7	11.5	16.1	20.8
一般機械	165	29.7	24.8	23.0	12.7	3.0	16.4	10.3	6.7
電気機械	92	29.3	20.7	21.7	12.0	4.3	12.0	6.5	15.2
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	61	21.3	23.0	31.1	8.2	0.0	11.5	11.5	21.3
自動車／自動車部品／その他輸送機器	123	13.0	11.4	47.2	8.9	0.8	8.9	14.6	12.2
精密機器	71	39.4	23.9	16.9	8.5	2.8	7.0	12.7	14.1
その他の製造業	214	27.1	16.8	9.3	9.3	3.7	9.3	23.8	19.2
非製造業	1,288	17.4	12.5	6.1	7.0	1.5	8.0	18.7	39.5
商社・卸売	613	26.1	18.6	9.1	9.6	1.0	13.1	16.3	23.8
小売	104	8.7	5.8	2.9	4.8	1.9	6.7	19.2	51.0
建設	75	14.7	6.7	2.7	6.7	5.3	1.3	17.3	50.7
運輸	37	5.4	13.5	16.2	2.7	2.7	0.0	27.0	43.2
金融・保険	87	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	23.0	74.7
通信・情報・ソフトウェア	83	12.0	14.5	4.8	4.8	2.4	3.6	18.1	44.6
専門サービス	101	11.9	6.9	2.0	5.0	2.0	4.0	23.8	48.5
その他の非製造業	188	9.6	6.4	2.7	5.9	1.1	4.3	20.7	55.9

[注] 網掛けは回答率が20%以上の項目。

2. 海外進出への取り組み・今後の国内事業展開

～中小企業の国内外への事業拡大意欲が増加～

海外進出への取り組み: 今後の海外進出方針

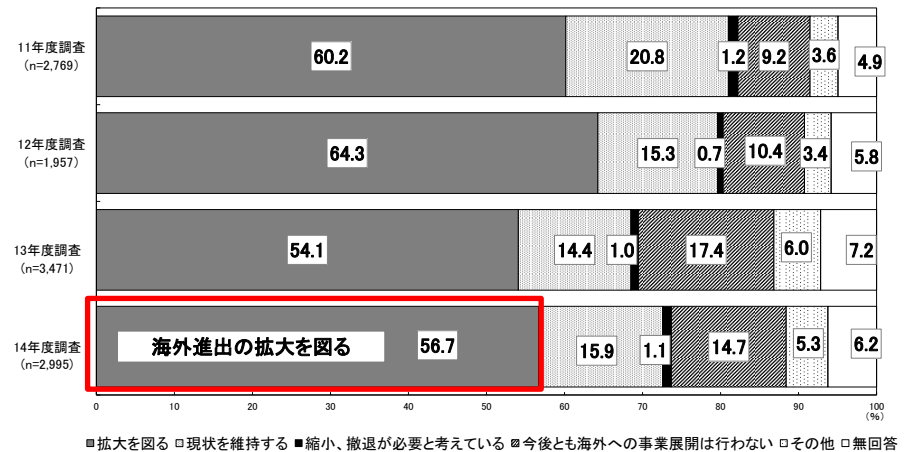
海外進出意欲はほぼ横ばい、中小企業は増加

今後(3年程度)の海外進出方針では、「拡大を図る」と回答した企業の割合は56.7%と、2013年度(54.1%)からほぼ横ばいであった。

大企業では、「拡大を図る」と回答した企業の比率は65.2%と、過半を超える企業が拡大を図ると回答したものの、前年(70.1%)から低下、2011年度(78.2%)以降、鈍化傾向を示し、「現状を維持する」が増加。

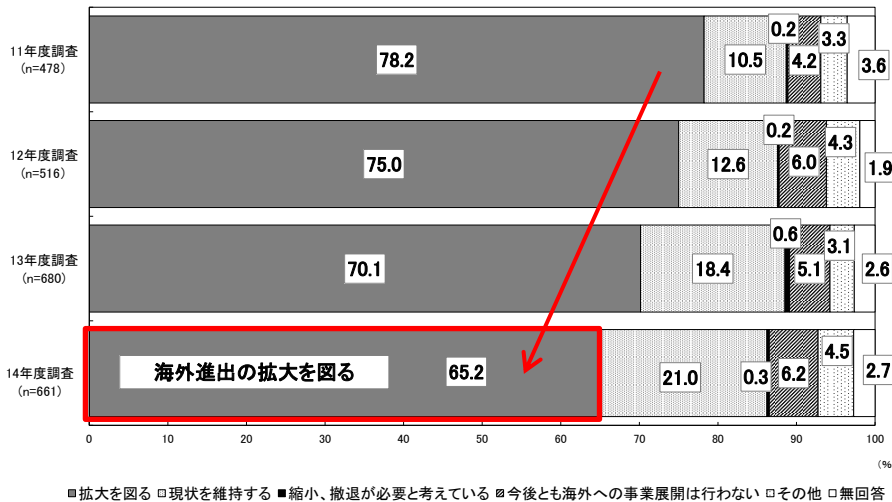
一方、中小企業では、「拡大を図る」と回答した企業の比率は54.3%と、前年の50.2%から上昇している。

今後の海外進出方針(全体)

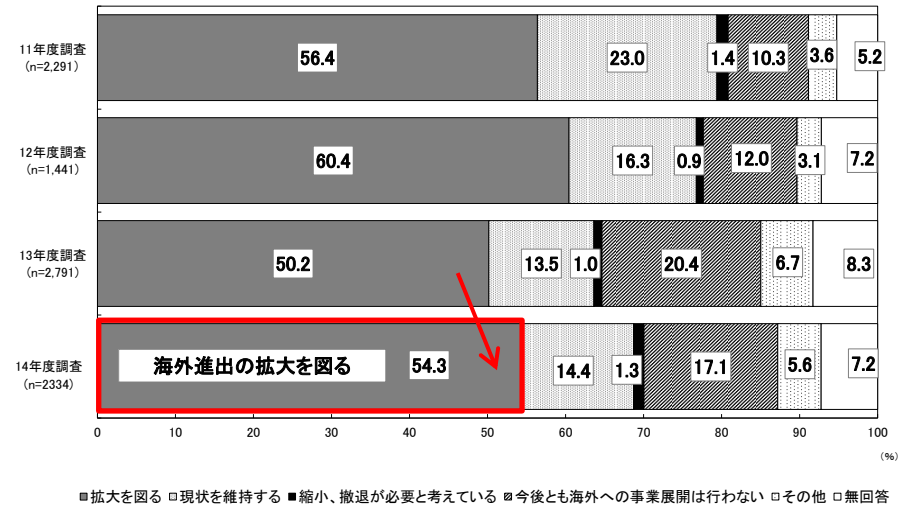


[注]2013年度以降は、「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」と「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計を「海外進出の拡大を図る」として集計。

大企業



中小企業



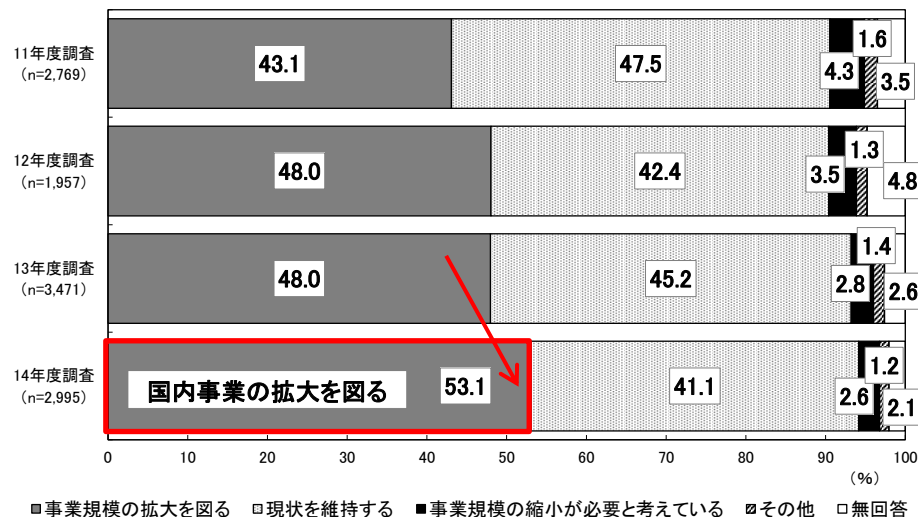
国内事業の取り組み: 今後の国内事業展開

■ 中小企業を中心に国内事業拡大意欲が増加

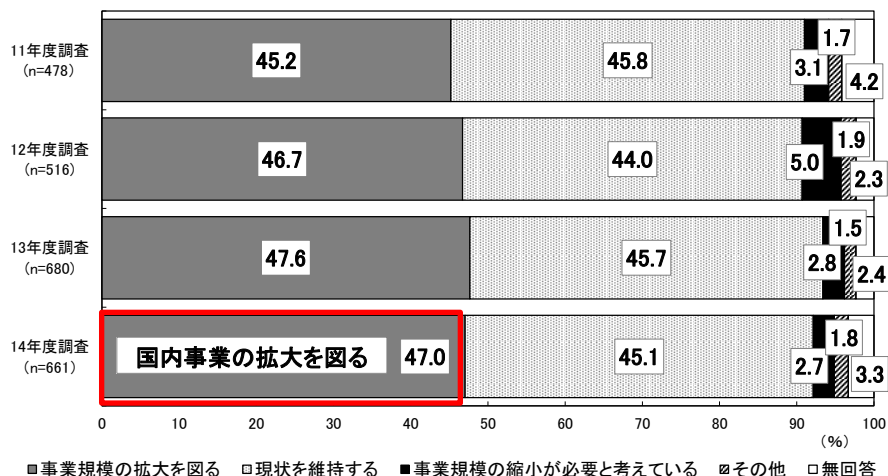
今後(3年程度)の国内事業展開方針では、「拡大を図る」とする企業は53.1%と前年(48.0%)から増加し、比較可能な2011年以降では初めて過半数を超えた。大企業では「拡大を図る」が47.0%と横ばいの一方、中小企業では前年の48.0%から54.8%へ増加した。中小企業のうち製造業は54.0%、非製造業は55.9%が「拡大を図る」と回答。

業種別(全体)では、医療品・化粧品(65.7%)、飲食料品(65.4%)、通信・情報・ソフトウェア(72.3%)などで国内事業拡大方針の比率が高い。

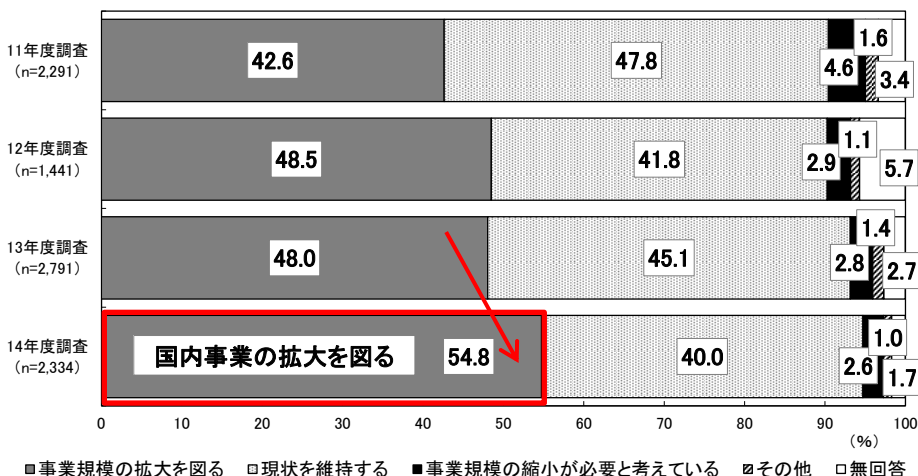
今後の国内事業展開(全体)



大企業



中小企業



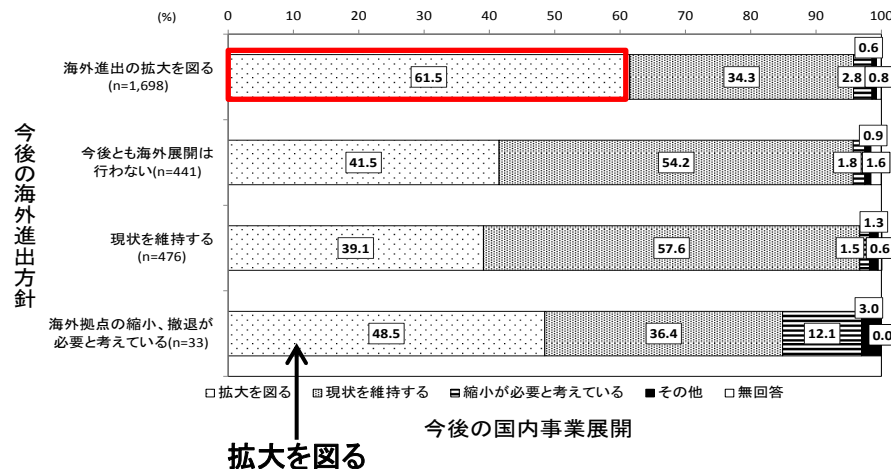
海外進出の方針別にみた国内事業の今後の方向性

海外進出拡大企業は国内事業も拡大

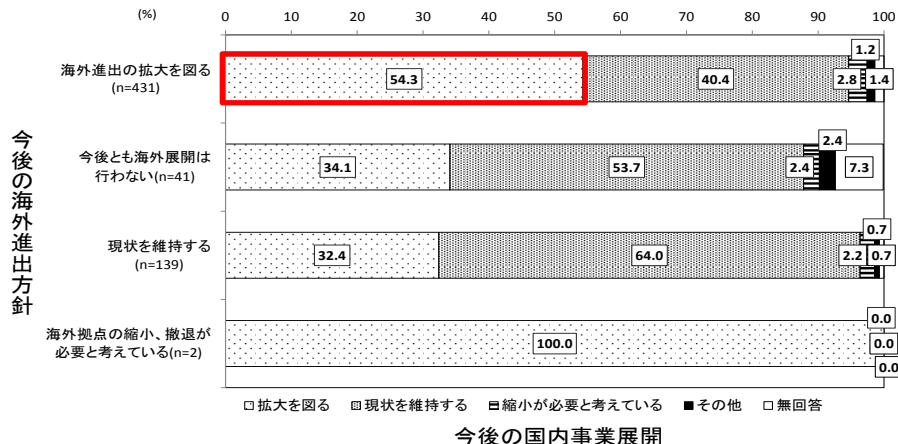
海外進出拡大方針を有する企業の61.5%は国内事業も拡大すると回答し、海外進出を拡大する企業は国内事業も拡大する傾向がみられた。この比率は、大企業では54.3%であったのに対し、中小企業では63.9%と、中小企業が大企業を上回った。

一方、「今後とも海外展開は行わない」、「現状を維持する」と回答した企業の国内事業拡大方針は約4割にとどまる。「海外拠点の縮小、撤退が必要と考えている」企業では、「国内事業の縮小が必要と考えている」と回答した企業の比率も多い。

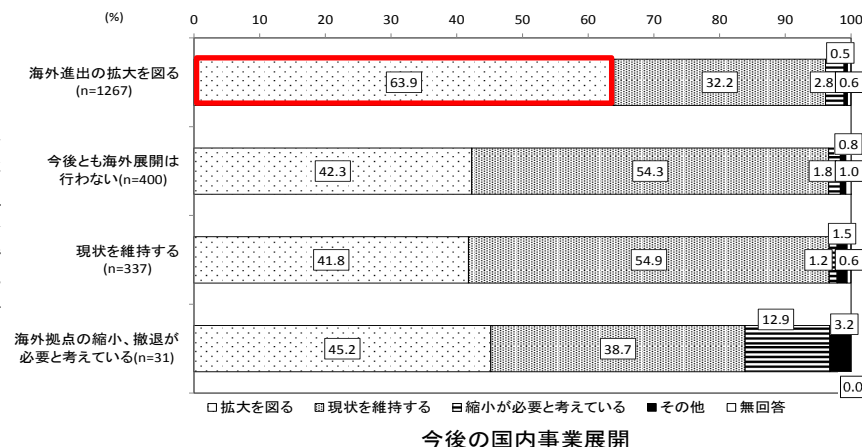
海外進出の方針別にみた国内事業の今後の方向性(全体)



海外進出の方針別にみた国内事業の今後の方向性(大企業)

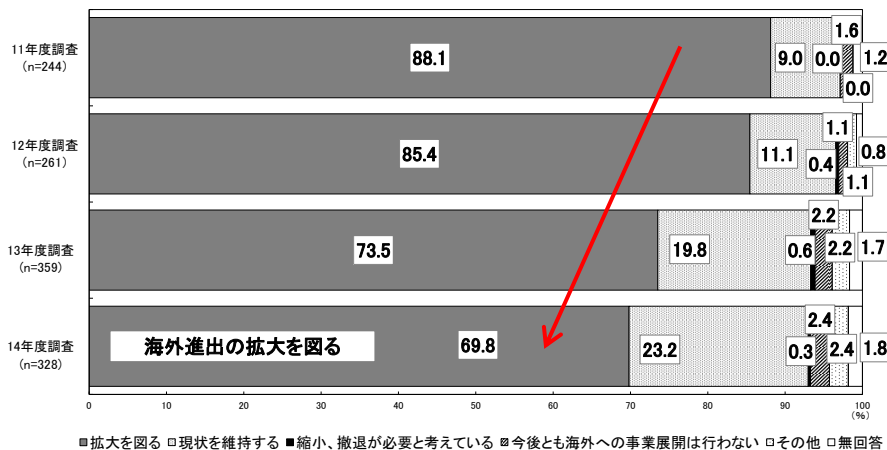


海外進出の方針別にみた国内事業の今後の方向性(中小企業)



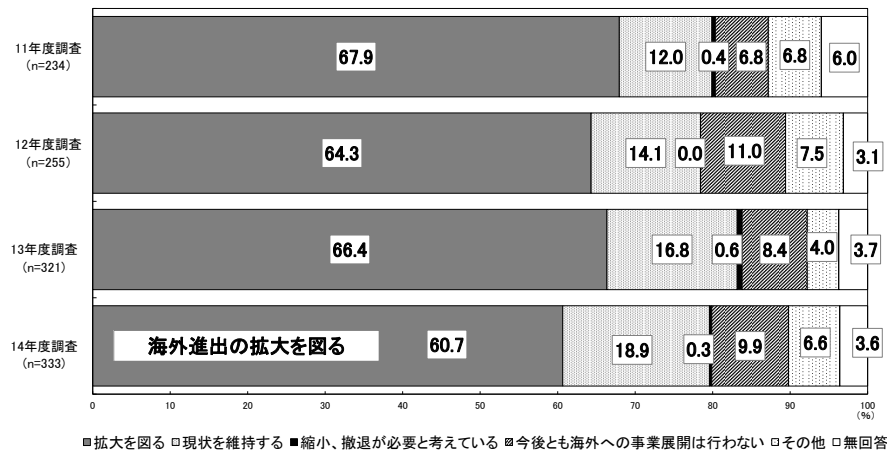
海外進出への取り組み: 今後の海外進出方針

大企業・製造業



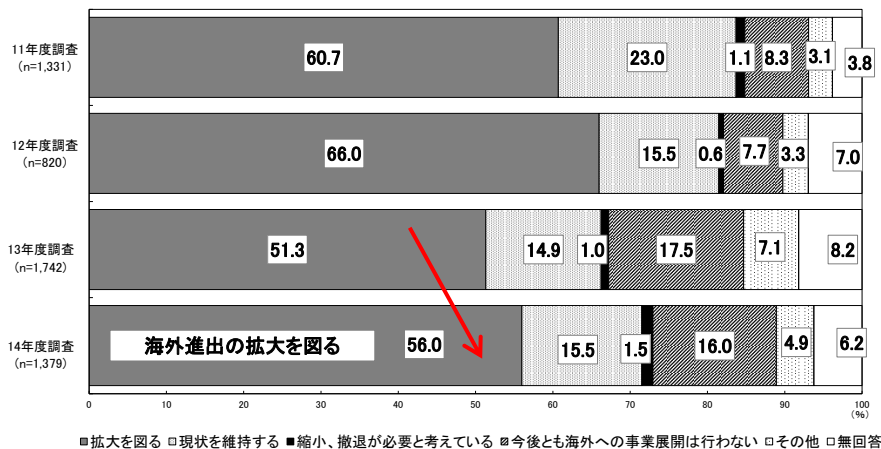
[注]2013年度以降は、「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」と「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計を「海外進出の拡大を図る」として集計。

大企業・非製造業



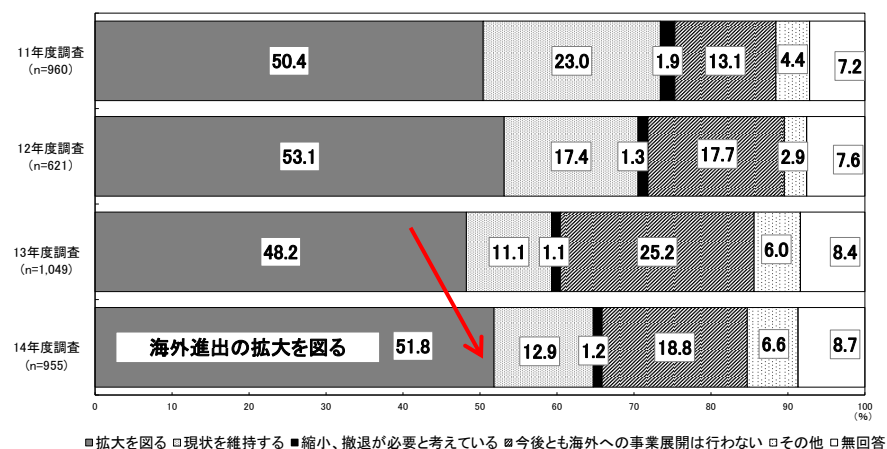
[注]2013年度以降は、「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」と「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計を「海外進出の拡大を図る」として集計。

中小企業・製造業



[注]2013年度以降は、「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」と「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計を「海外進出の拡大を図る」として集計。

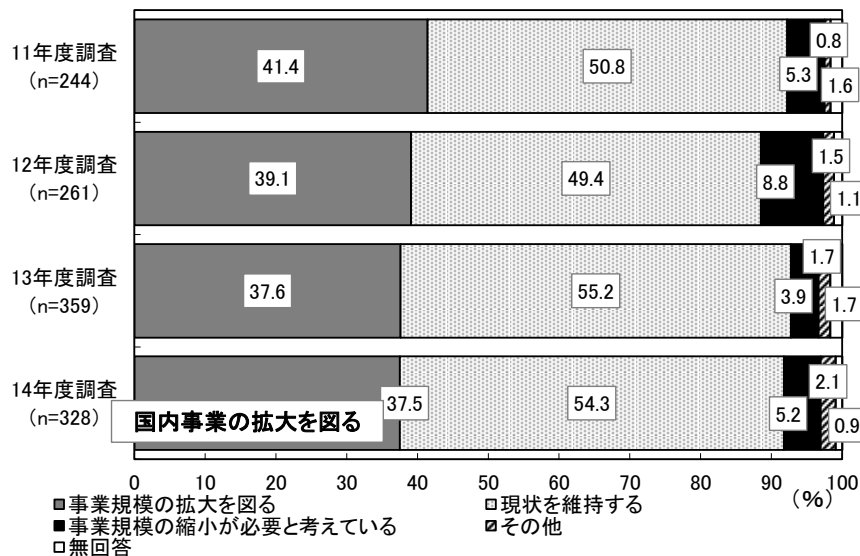
中小企業・非製造業



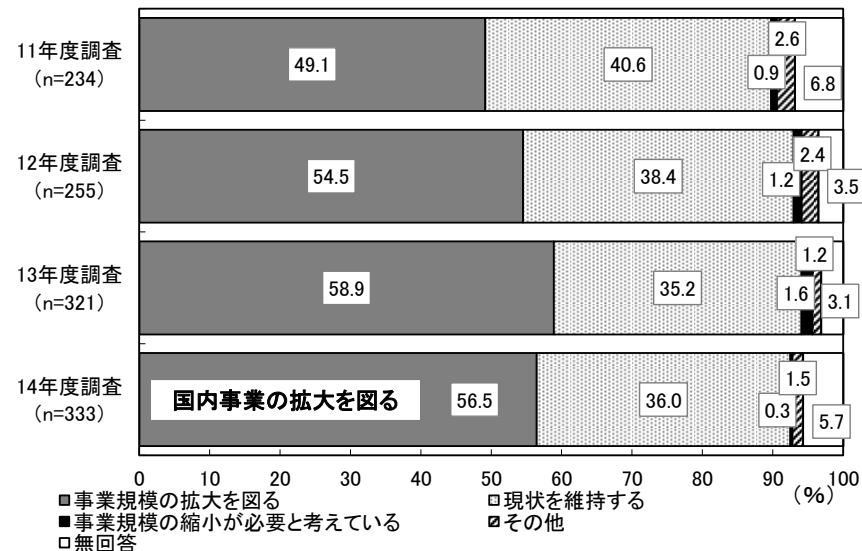
[注]2013年度以降は、「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」と「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計を「海外進出の拡大を図る」として集計。

国内事業の取り組み: 今後の国内事業展開

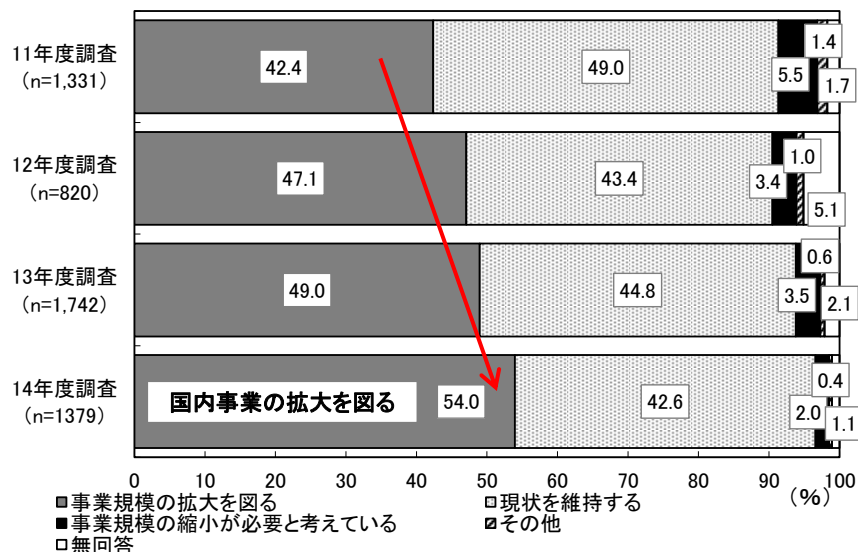
大企業・製造業



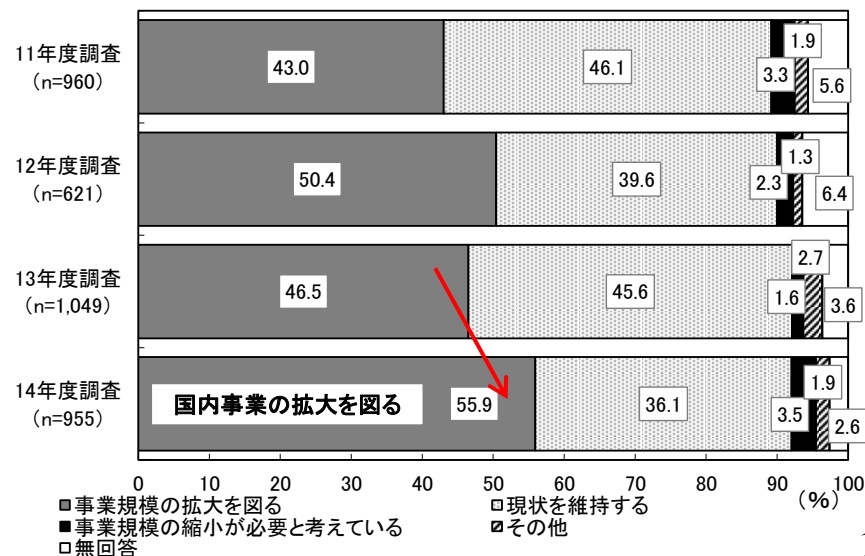
大企業・非製造業



中小企業・製造業

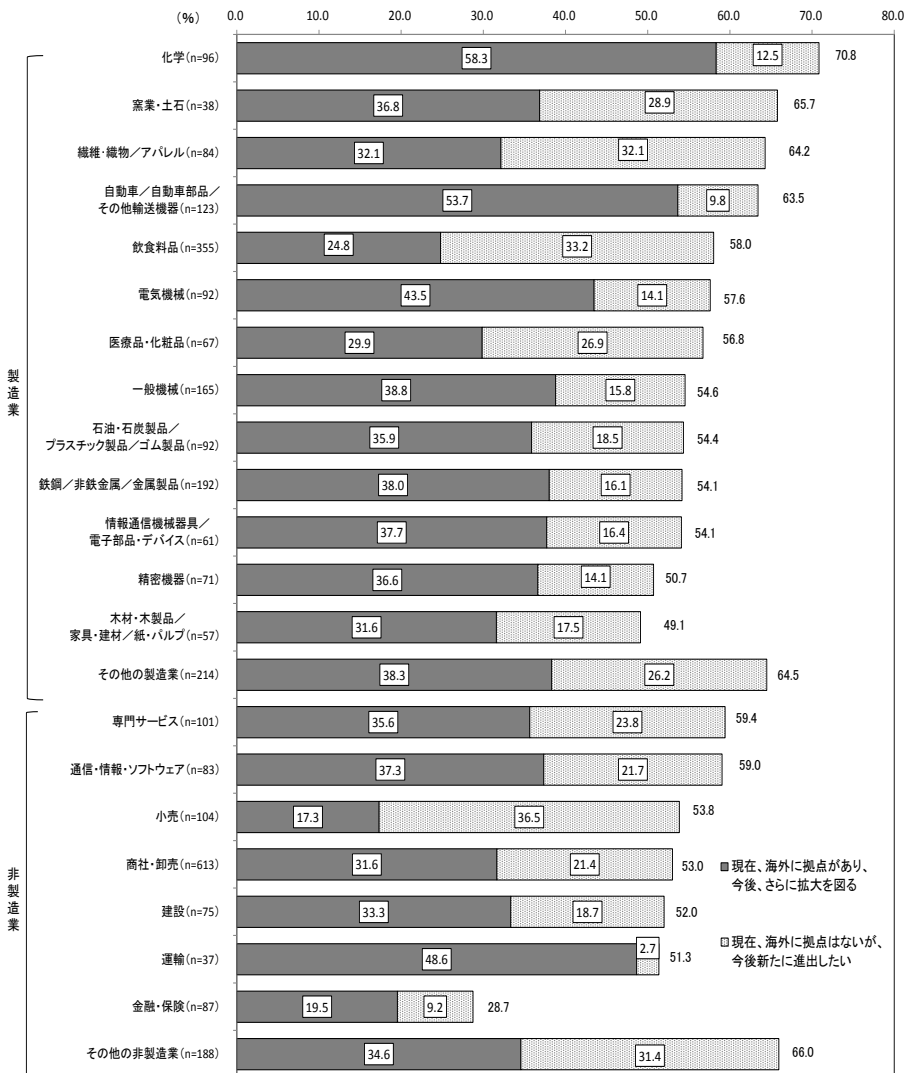


中小企業・非製造業

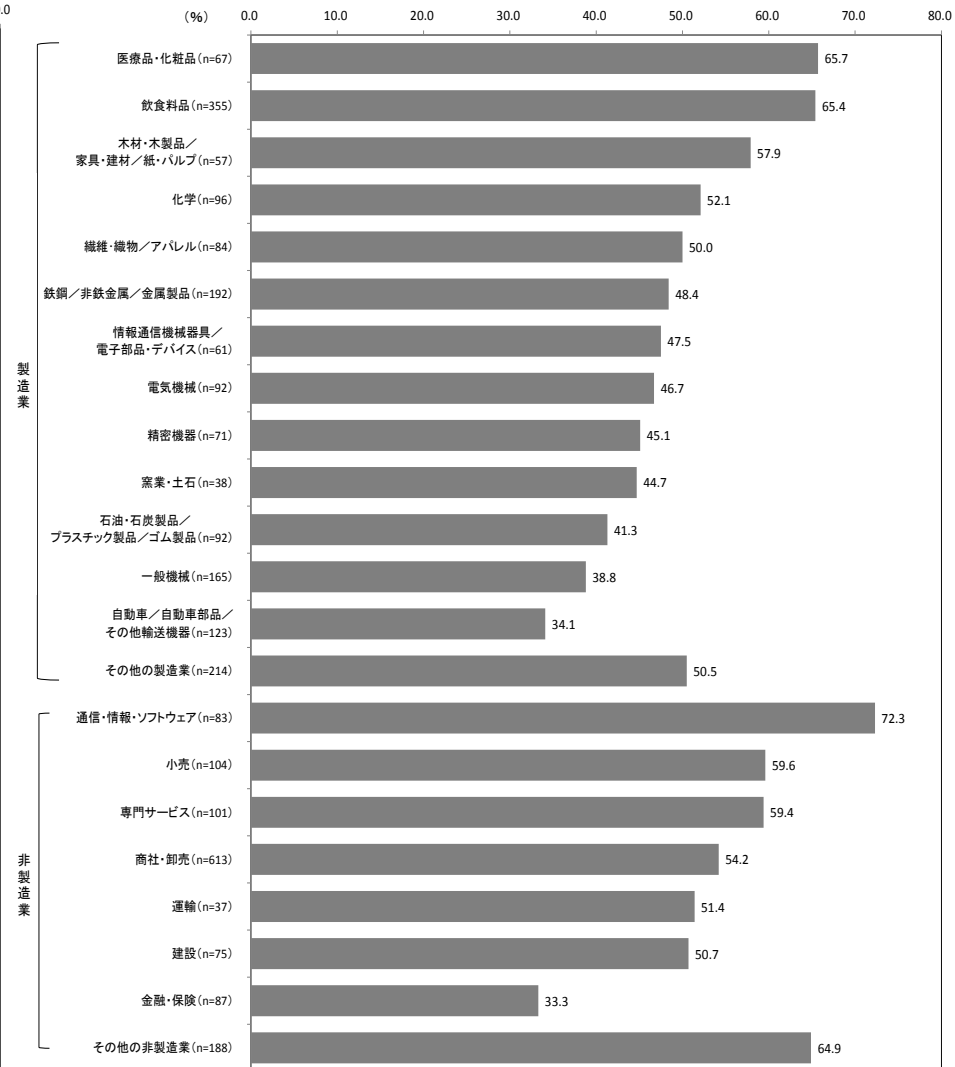


今後の海外進出方針・今後の国内事業展開(業種別)

今後の海外進出方針(全体)

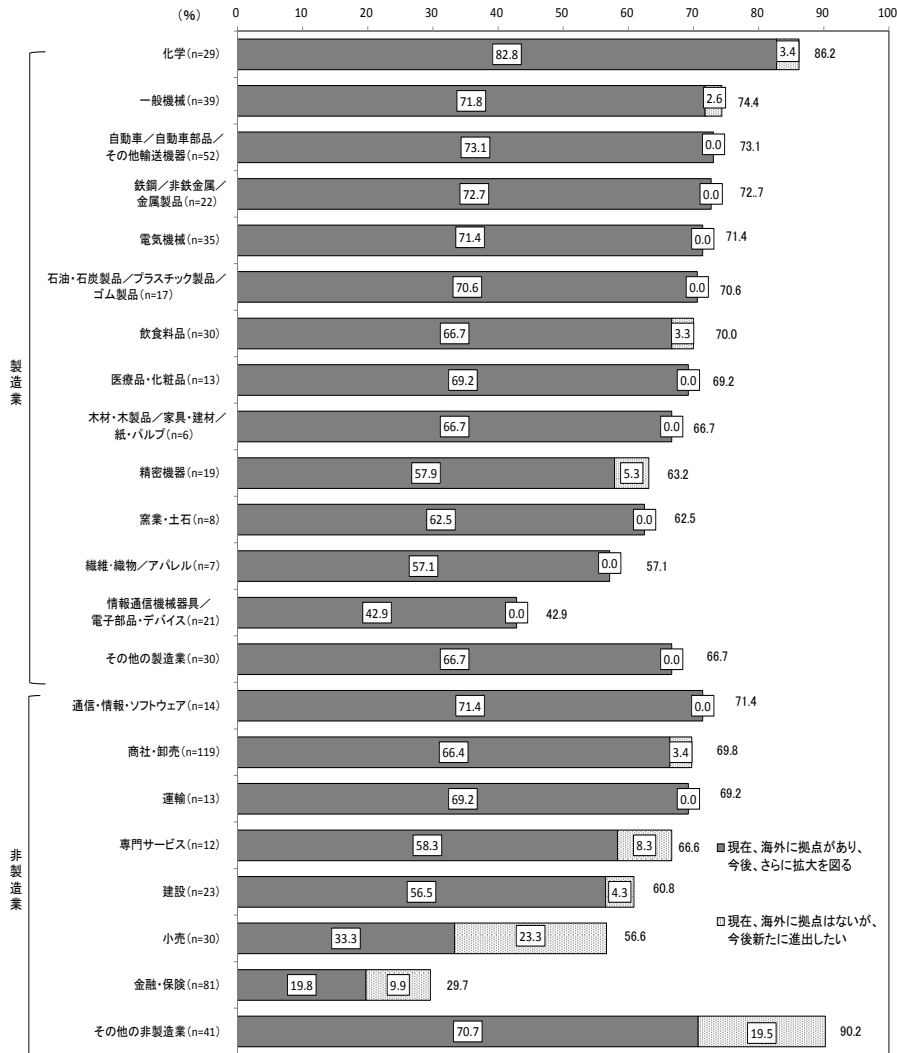


今後の国内事業展開(全体)

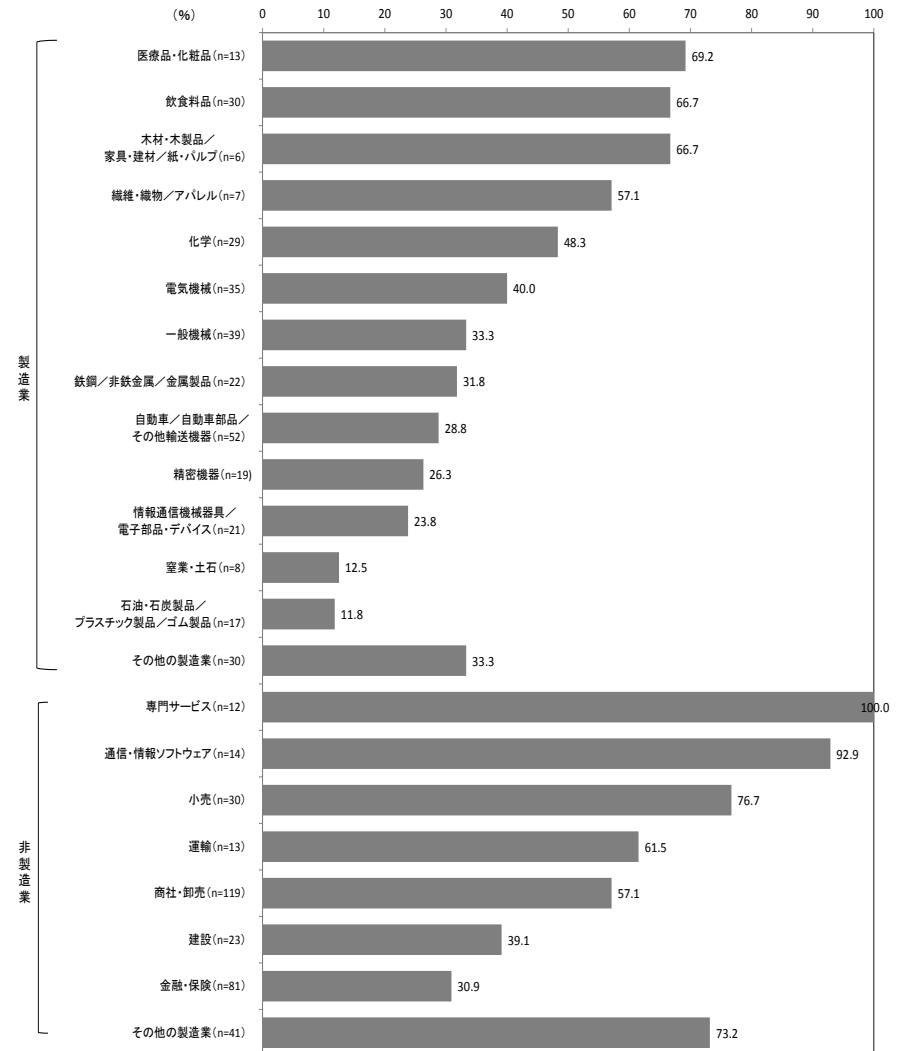


今後の海外進出方針・今後の国内事業展開(業種別)

今後の海外進出方針(大企業)

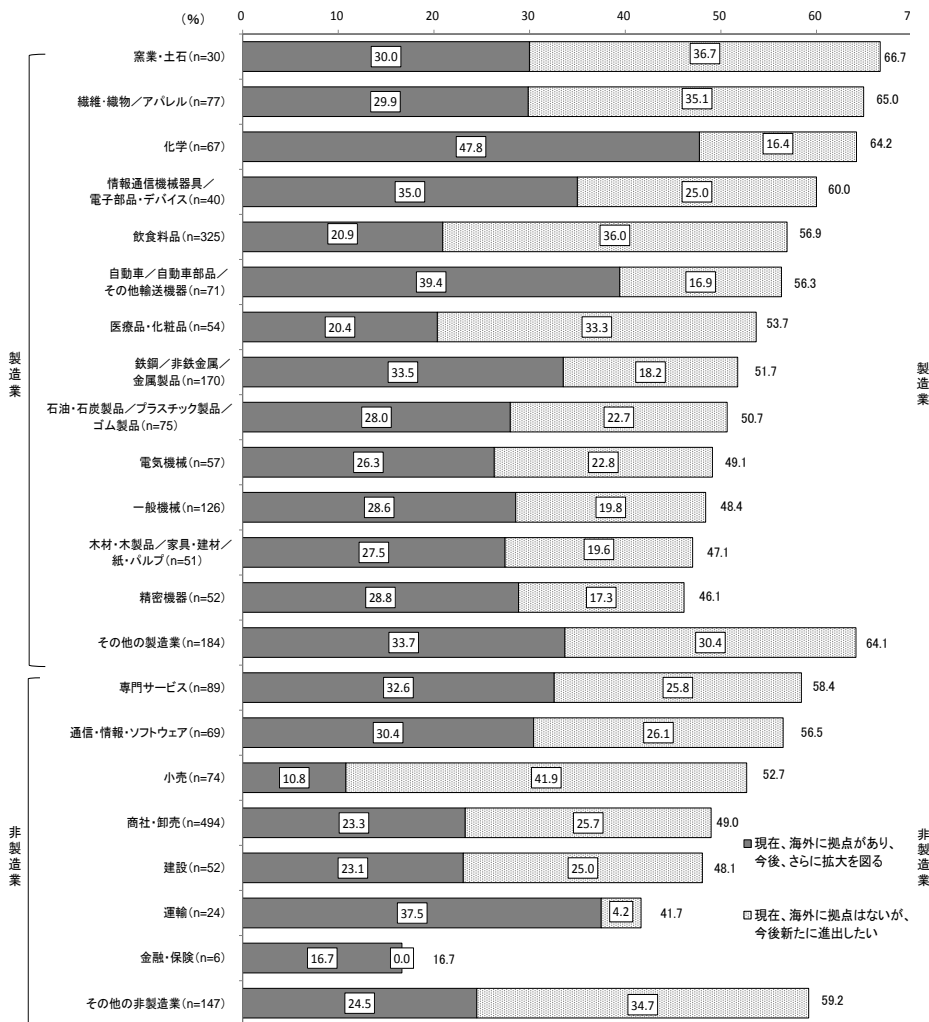


今後の国内事業展開(大企業)

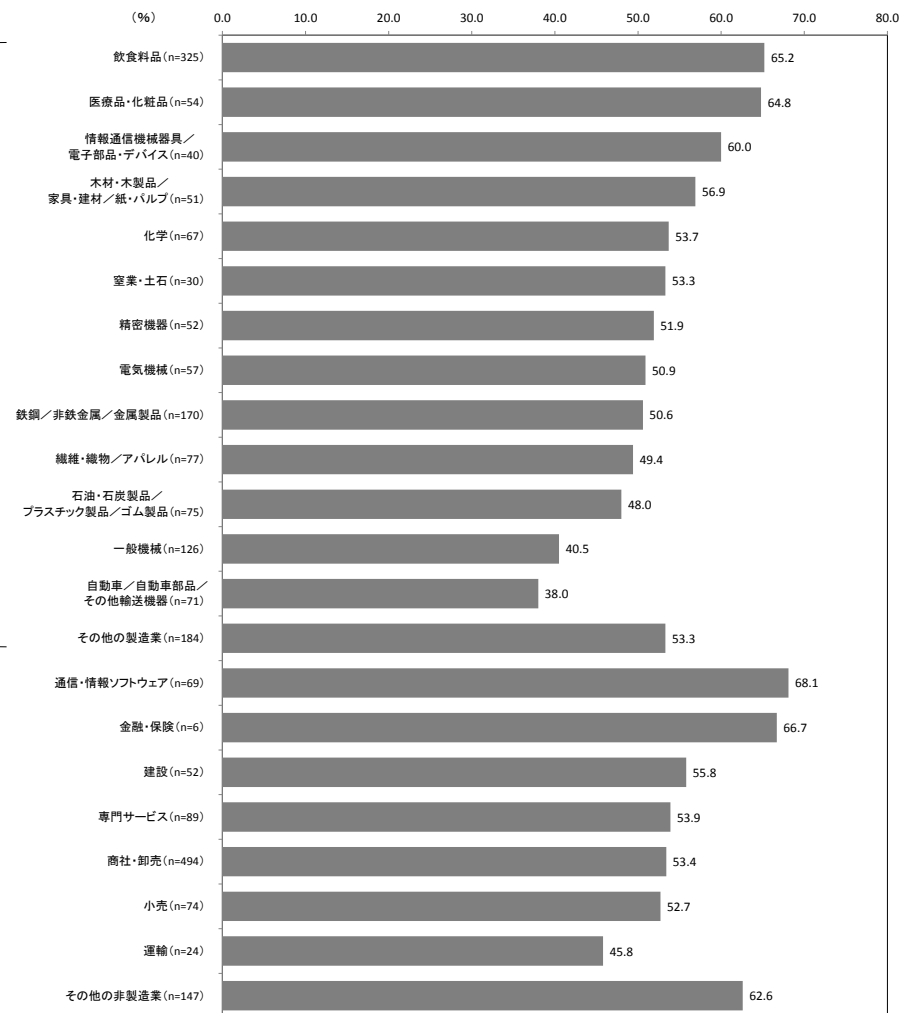


今後の海外進出方針・今後の国内事業展開(業種別)

今後の海外進出方針(中小企業)



今後の国内事業展開(中小企業)



3. 海外進出への取り組み(国・地域別、機能)

～米国での拡大意欲が増加、メキシコも上昇、ASEANが
3年連続で中国を上回る～

海外で拡大を図る機能：国・地域別

中国、タイ、インドネシア、米国、ベトナムでの事業拡大方針の企業が多い

今後(3年程度)の拡大方針を有する企業の内、海外進出の拡大を図る国・地域については、中国(56.5%)、タイ(44.0%)、インドネシア(34.4%)、米国(31.3%)、ベトナム(28.7%)の順で多い。この他、インド(16.1%)、マレーシア(14.8%)、フィリピン(10.8%)、メキシコ(10.1%)、ミャンマー(10.1%)などの新興国での事業拡大方針を有する企業が多い。ASEAN全体では中国を上回る水準にある。地域統括機能では、シンガポール(4.3%)で事業拡大方針の企業も目立つ。

機能別国・地域ランキング

(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	%
1	中国	56.5	1	中国	46.1	1	中国	18.0	1	中国	13.4	1	中国	11.2	1	中国	5.0
2	タイ	44.0	2	タイ	33.5	2	タイ	13.5	2	タイ	8.7	2	米国	5.0	2	シンガポール	4.3
3	インドネシア	34.4	3	インドネシア	26.5	3	ベトナム	9.0	3	米国	5.8	3	タイ	4.4	3	タイ	3.1
4	米国	31.3	4	米国	24.9	4	インドネシア	7.9	4	ベトナム	4.8	4	インドネシア	3.5	4	米国	2.9
5	ベトナム	28.7	5	ベトナム	18.4	5	インド	4.7	5	インドネシア	4.2	5	台湾	2.6	5	インド	2.0
6	台湾	21.0	6	台湾	18.2	6	米国	4.0	6	インド	3.1	6	ベトナム	2.2	6	インドネシア	1.9
7	シンガポール	19.3	7	シンガポール	14.8	7	ミャンマー	2.9	7	台湾	2.7	6	インドネシア	1.2	7	香港	1.7
8	西欧	18.1	8	韓国	14.1	8	台湾	2.6	7	西欧	2.7	6	韓国	1.2	8	ベトナム	1.3
9	香港	16.1	9	香港	13.9	9	マレーシア	2.3	9	韓国	2.2	9	シンガポール	1.1	9	インド	1.1
9	インド	16.1	10	西欧	13.7	9	メキシコ	2.3	10	マレーシア	2.1	10	インド	0.8	10	マレーシア	0.6
11	韓国	15.9	11	インド	13.1	11	フィリピン	2.1	11	メキシコ	1.6	11	香港	0.6	11	ブラジル	0.5
12	マレーシア	14.8	12	マレーシア	12.0	12	カンボジア	1.9	12	シンガポール	1.4	12	バングラデシュ	0.5	11	メキシコ	0.5
13	フィリピン	10.8	13	フィリピン	8.3	13	韓国	1.5	13	香港	1.2	13	マレーシア	0.4	13	台湾	0.5
14	メキシコ	10.1	14	メキシコ	8.0	14	西欧	1.3	14	ミャンマー	1.0	13	フィリピン	0.4	13	韓国	0.4
14	ミャンマー	10.1	15	ミャンマー	6.1	15	シンガポール	1.1	14	フィリピン	1.0	15	ブラジル	0.3	13	台湾	0.5
16	ブラジル	6.9	16	ブラジル	5.7	15	ブラジル	1.1	16	ブラジル	0.8	16	ミャンマー	0.2	15	韓国	0.4
17	ロシア・CIS	6.2	17	中・東欧	5.4	17	中・東欧	1.0	17	バングラデシュ	0.7	16	カンボジア	0.2	15	ミャンマー	0.2
18	中・東欧	6.1	17	ロシア・CIS	5.4	18	バングラデシュ	0.7	18	カンボジア	0.6	16	ロシア・CIS	0.2	15	フィリピン	0.2
19	カンボジア	5.3	19	オーストラリア	2.8	19	香港	0.6	18	中・東欧	0.6	19	メキシコ、中・東欧、スリランカ、カナダ、パキスタン、南アフリカ	0.1	18	バングラデシュ、カンボジア、スリランカ、カナダ、トルコ	0.3
	ASEAN6	73.5		ASEAN6	56.6		ASEAN6	24.2		ASEAN6	15.8		ASEAN6	5.6		ASEAN6	8.9
	先進国	61.1		先進国	50.8		先進国	7.9		先進国	10.5		先進国	6.9		先進国	8.2
	新興国	91.4		新興国	74.1		新興国	34.2		新興国	24.8		新興国	8.6		新興国	15.8
	合計	100.0		合計	82.9		合計	37.1		合計	29.2		合計	12.4		合計	18.7

[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(1,034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(1,001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。

③西欧、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。

④ASEAN6は、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)。

⑤網掛けは回答率が10%以上の項目。

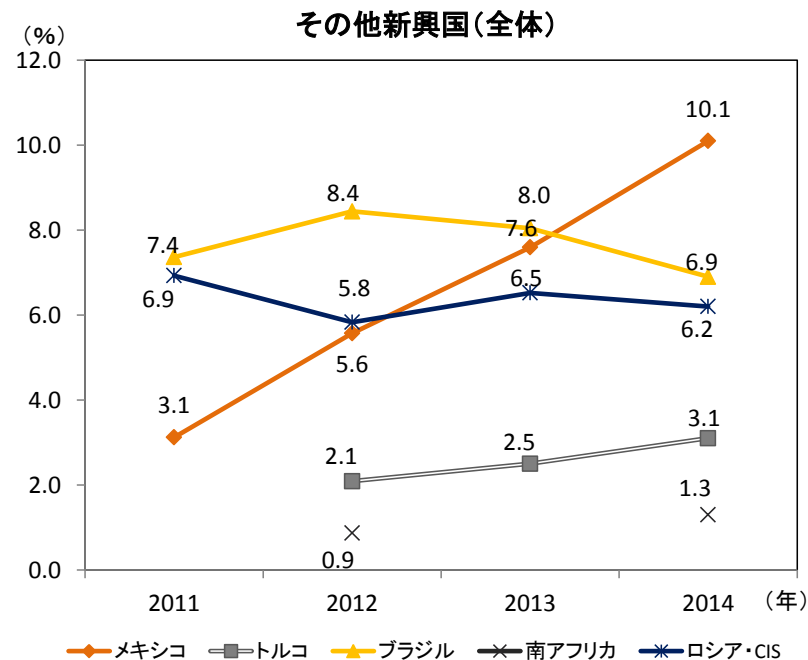
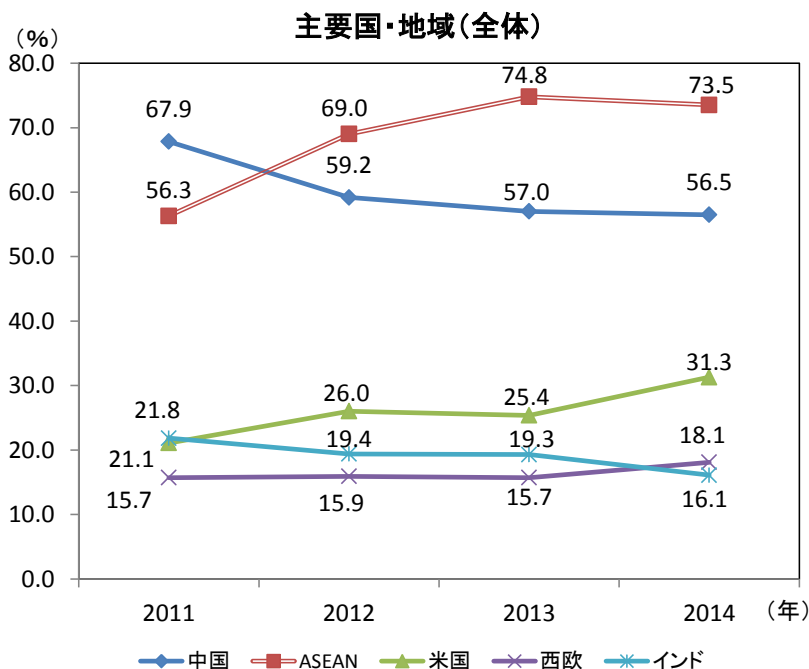
海外で拡大を図る国・地域別（時系列）

■ 米国での事業拡大意欲が増加

海外進出の拡大を図る国・地域では、拡大方針を有する企業の内、米国を選択する企業が31.3%と、前年(25.4%)から増加した。製造業(36.1%)が、非製造業(23.7%)を上回るが、ともに前年から増加している。

■ ASEANが3年連続で中国を上回る

アジア地域で拡大を図る国・地域では、ASEAN(73.5%)、中国(56.5%)と、ASEANが2012年以降、3年連続で中国を上回っている。ASEANでは製造業(73.7%)、非製造業(73.3%)ともに拡大意欲が高い。中国では、製造業(58.7%)は前年(61.1%)から低下したものの、非製造業(53.2%)は前年(49.8%)から増加。



〔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。②ASEAN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。

海外で拡大を図る国・地域別（時系列）

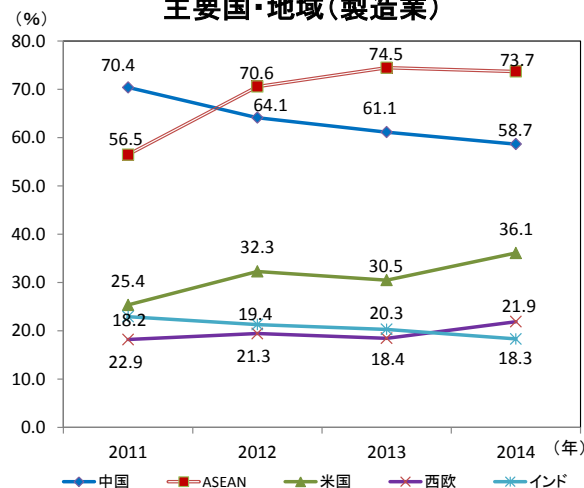
■ メキシコで事業拡大意欲が大きく 拡大

メキシコで拡大方針を有する企業も10.1%と前年(7.6%)から増加し、2011年(3.1%)から毎年、増加を続けている。製造業、非製造業ともに上昇しているが、製造業(11.6%)の拡大意欲が非製造業(7.7%)を上回っている。

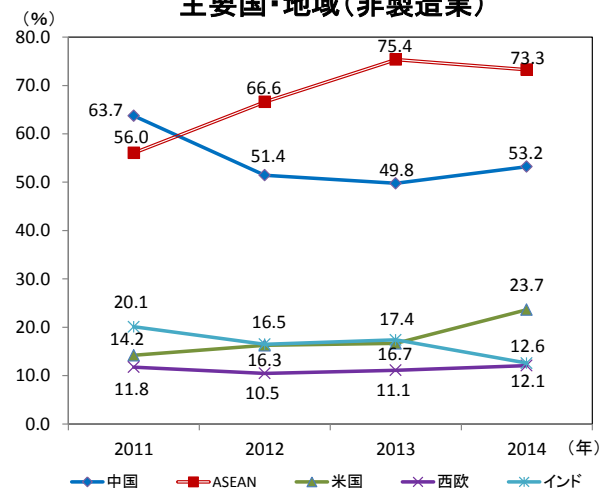
■ ブラジルでの事業拡大意欲は鈍化する一方、トルコで増加傾向

ブラジルで拡大方針を持つ企業は6.9%と前年(8.0%)から鈍化した。一方、トルコでの事業拡大方針を持つ企業は前年の2.5%から3.1%へと増加傾向がみられる。

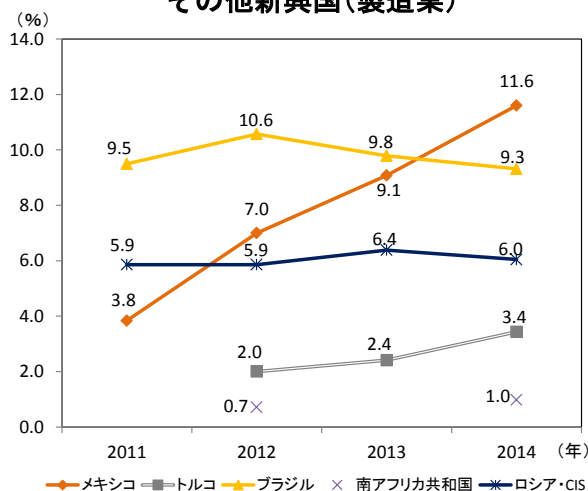
主要国・地域（製造業）



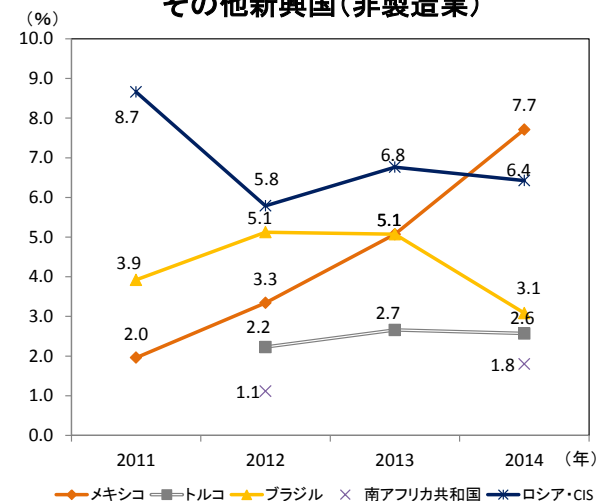
主要国・地域（非製造業）



その他新興国（製造業）



その他新興国（非製造業）



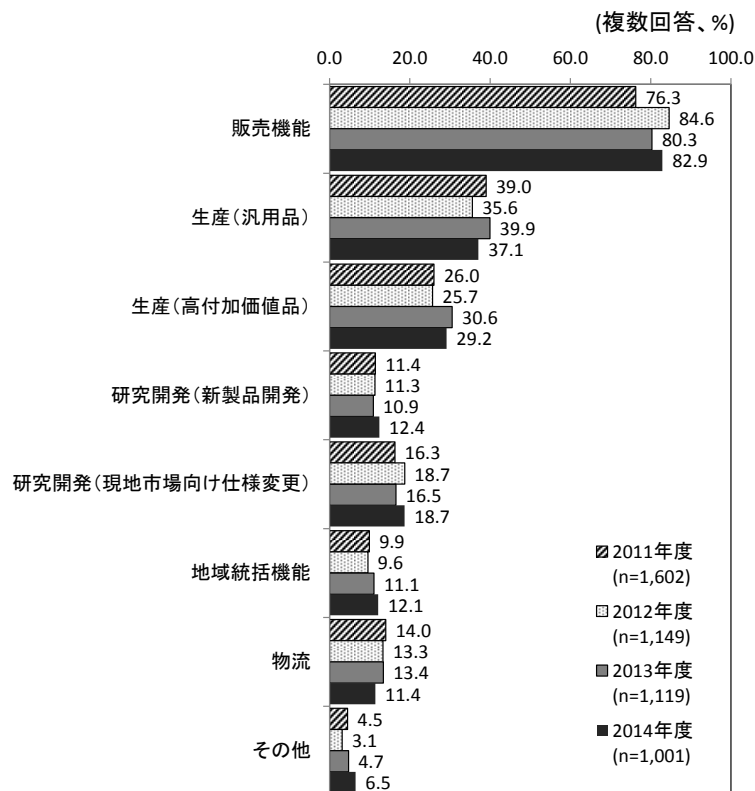
【注】①母数は各年度調査とも、今後3年程度で海外進出を拡大する企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。②ASEANは、比較可能なシンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。

海外で拡大を図る機能：企業規模別

販売機能が最も多く、生産（汎用品）、生産（高付加価値品）が続く

海外で拡大を図る機能では、販売機能（82.9%）が最も多く、生産（汎用品）（37.1%）、生産（高付加価値品）（29.2%）、研究開発（現地市場向け仕様変更）（18.7%）が続いている。販売機能では大企業、中小企業ともに拡大意欲が高い。この他、地域統括機能では、大企業の30.9%が拡大すると回答。

海外で拡大を図る機能（全体）



企業規模別（大企業、中堅企業、中小企業、小規模企業）

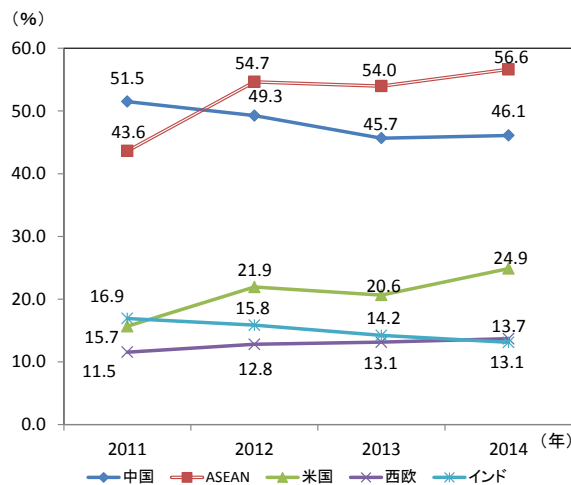
(複数回答、%)

	全体 (n=1,001)	大企業 (n=380)	大企業 (n=123)	中堅企業 (n=257)	中小企業 (n=621)	中小企業 (n=309)	小規模企業者 (n=312)
販売機能	82.9	82.4	79.7	83.7	83.3	85.1	81.4
生産（汎用品）	37.1	45.0	45.5	44.7	32.2	36.2	28.2
生産（高付加価値品）	29.2	33.4	31.7	34.2	26.6	27.2	26.0
研究開発（新製品開発）	12.4	13.9	17.9	12.1	11.4	11.7	11.2
研究開発（現地市場向け仕様変更）	18.7	20.8	23.6	19.5	17.4	16.5	18.3
地域統括機能	12.1	18.7	30.9	12.8	8.1	10.7	5.4
物流	11.4	15.0	21.1	12.1	9.2	10.0	8.3
その他	6.5	9.2	12.2	7.8	4.8	2.9	6.7

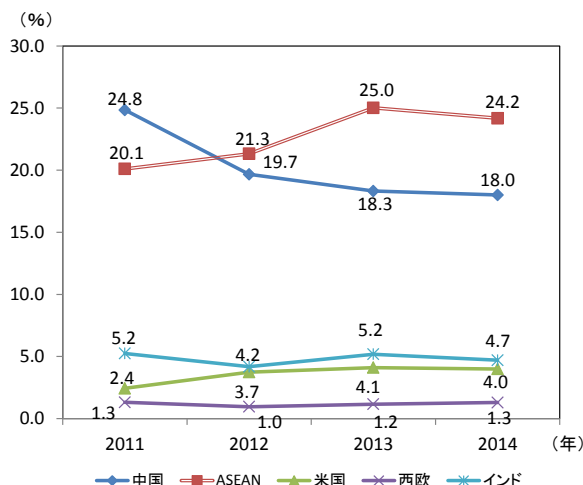
[注]①小括弧内の大企業は中堅企業を除く大企業、小括弧内の中小企業は小規模事業者を除く中小企業。
②網掛けは回答率が30%以上の項目。

海外で拡大を図る機能：国・地域別（時系列）

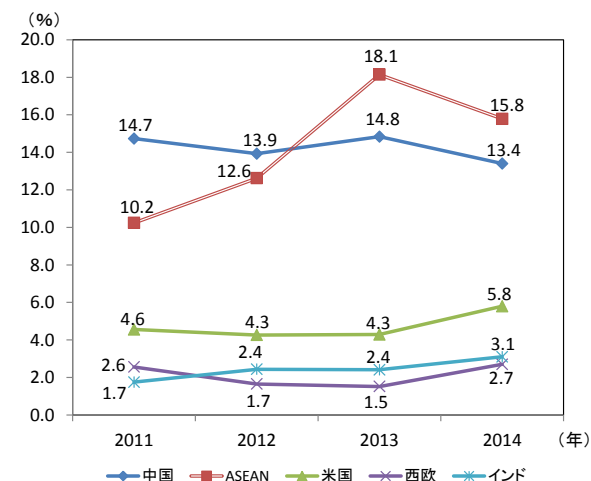
主要国・地域（販売機能）



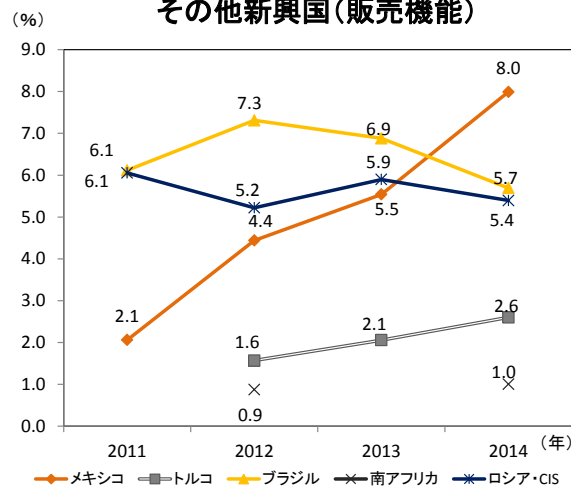
主要国・地域（汎用品生産）



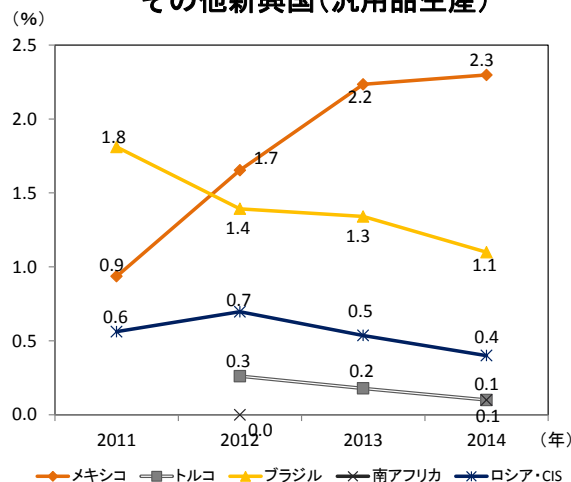
主要国・地域（高付加価値品）



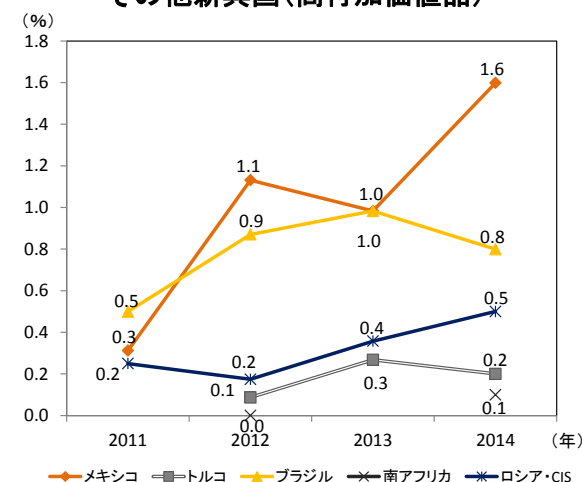
その他新興国（販売機能）



その他新興国（汎用品生産）



その他新興国（高付加価値品）



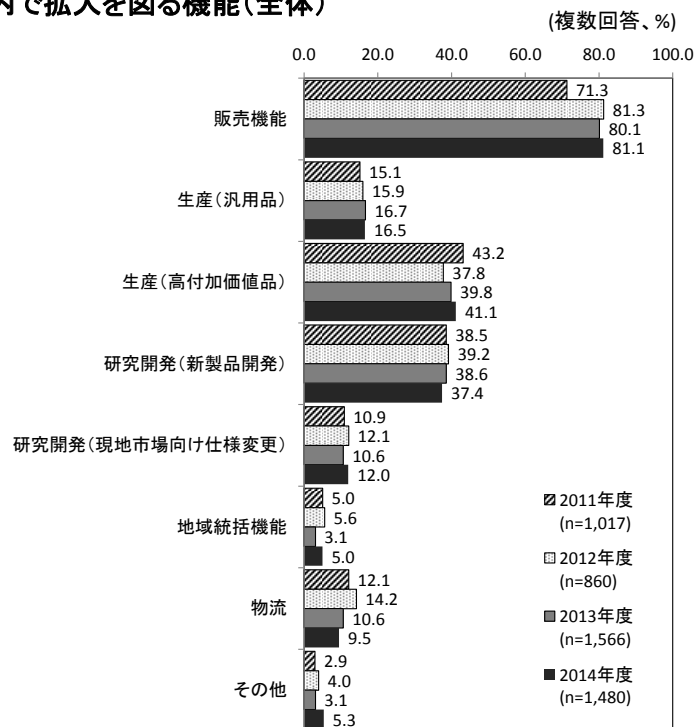
〔注〕①母数は各年度調査とも、今後3年程度で海外進出を拡大する企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。②ASEANは、比較可能なシンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。

国内で拡大を図る機能

■ 生産(高付加価値品)で41%、研究開発(新製品開発)で37%の企業が国内で拡大を図ると回答

日本国内での事業拡大に際しては、国内で事業規模の拡大を図ると回答した企業の81.1%の企業が販売機能の拡大を図ると回答。販売機能に次いで、生産(高付加価値品)で41.1%、研究開発(新製品開発)で37.4%の企業が拡大を図ると回答。海外で高付加価値品の生産を拡大すると回答した企業は29.2%、研究開発(新製品開発)は12.4%であり、この分野では引き続き日本を重視する姿勢がみられる。

国内で拡大を図る機能(全体)



〔注〕母数は「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を除いた数。

企業規模別(大企業、中堅企業、中小企業、小規模企業)

(複数回答、%)

	全体 (n=1,480)	大企業 (n=274)	大企業 (n=75)	中堅企業 (n=199)	中小企業 (n=1,206)	中小企業 (n=447)	小規模企業者 (n=759)
販売機能	81.1	75.9	66.7	79.4	82.3	80.5	83.4
生産(汎用品)	16.5	16.4	12.0	18.1	16.5	14.5	17.7
生産(高付加価値品)	41.1	39.4	34.7	41.2	41.5	39.8	42.6
研究開発(新製品開発)	37.4	35.0	30.7	36.7	38.0	37.1	38.5
研究開発(現地市場向け仕様変更)	12.0	9.5	4.0	11.6	12.5	12.5	12.5
地域統括機能	5.0	7.3	9.3	6.5	4.5	3.8	4.9
物流	9.5	13.1	16.0	12.1	8.6	8.3	8.8
その他	5.3	10.6	14.7	9.0	4.1	3.6	4.5

〔注〕①小括弧内の大企業は中堅企業を除く大企業、小括弧内の中小企業は小規模事業者を除く中小企業。
②網掛けは回答率が30%以上の項目。

4. 国内外拠点における機能の再編

～拠点・機能再編では中国からベトナムなどへの機能移管が目立つ～

国内および海外拠点の再編

中国拠点・機能のASEAN移管が目立つ

国内外拠点・機能の再編について、移管元では日本(49.1%)、中国(27.8%)が多く、中国を移管元とする比率は増加傾向にある。拠点・機能の移管先では、ASEANへ移管が移管件数全体の47.9%を占め、前年(46.2%)に引き続き最も多い。移管元・先の組み合わせでは、「日本からASEANへ移管」(22.7%)、「中国からASEANへ移管」(16.2%)が多い。「中国からASEANへ移管」する比率は前年(13.7%)から上昇。「中国からASEANへ移管」では、半数近い企業(129件中57件)がベトナムを移管先を選択。また、移管先を日本とする件数も、移管件数全体の7.5%に上り、その多くは中国から日本への移管である。

国内外拠点・機能の再編状況

(複数回答、%)

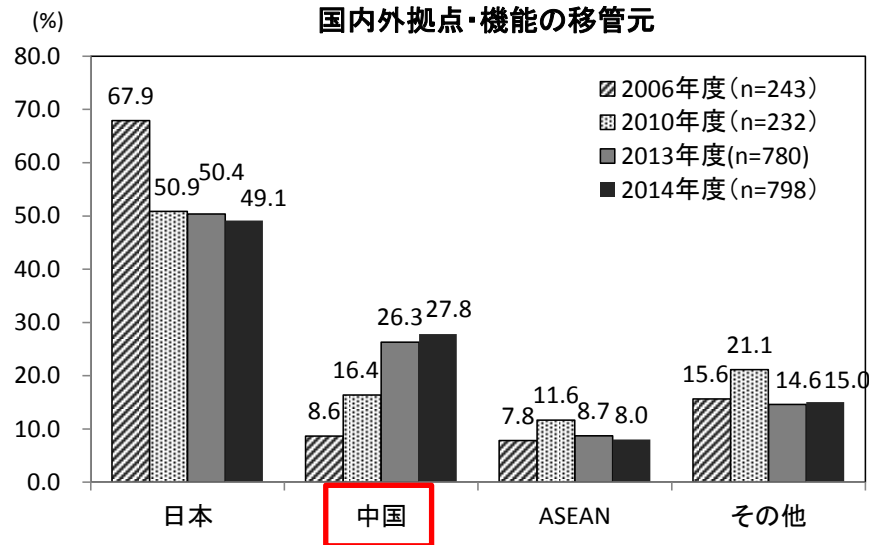
		移管先				合計 (n=798)
		中国 (n=141)	ASEAN (n=382)	日本 (n=60)	その他 (n=215)	
移管元	中国 (n=222)	3.5	16.2	4.6	3.5	27.8
	ASEAN (n=64)	0.4	5.8	1.1	0.8	8.0
	日本 (n=392)	12.0	22.7	0.4	14.0	49.1
	その他 (n=120)	1.8	3.3	1.4	8.6	15.0
	合計 (n=798)	17.7	47.9	7.5	26.9	100.0

[注]①構成比は、合計に対する比率。

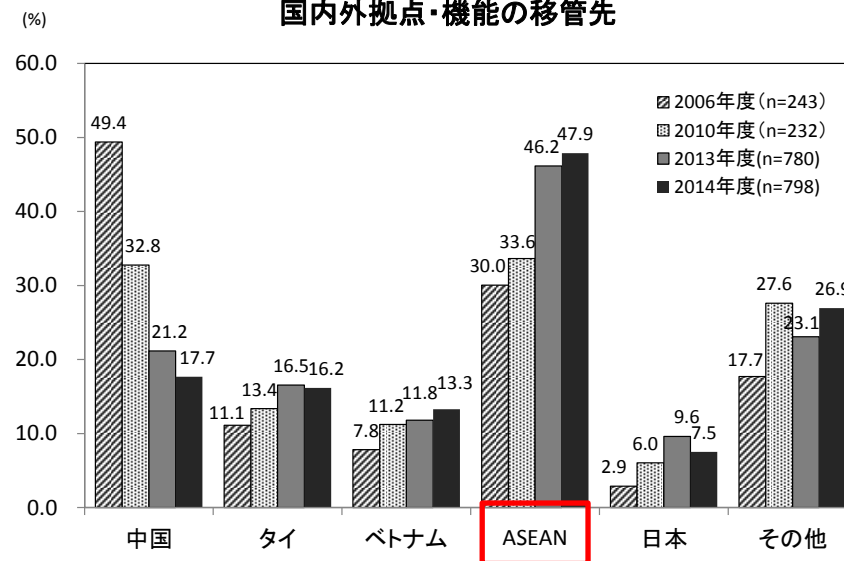
②構成比は、四捨五入して表記したため、必ずしも合計が100%にならない。

③母数には拠点の再編を、「過去2~3年の間に行った」「今後2~3年以内に行う予定」の両者を含む。

国内外拠点・機能の移管元



国内外拠点・機能の移管先



[注]①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。

②2006年度、2010年度は、JETRO・メンバーズのみを対象とした調査。

国内および海外拠点の再編

主な移管パターンの詳細

(複数回答、%)

移管元	移管先	構成比	主な業種
日本	ASEAN (n=181)	22.7	一般機械(13.8) 自動車/自動車部品/その他輸送機器(13.8) 商社・卸売(9.9)
	タイ(n=74)	9.3	自動車/自動車部品/その他輸送機器(20.3) 一般機械(16.2) 電気機械(10.8)
	ベトナム(n=38)	4.8	一般機械(23.7) 鉄鋼/非鉄金属/金属製品(10.5) その他の製造業(10.5)
	インドネシア(n=23)	2.9	自動車/自動車部品/その他輸送機器(21.7) 建設(17.4) 一般機械(13.0)
日本	中国(n=96)	12.0	一般機械(14.6) 自動車/自動車部品/その他輸送機器(14.6) 商社・卸売(14.6)
中国	ASEAN(n=129)	16.2	商社・卸売(20.9) 繊維・織物/アパレル(13.2) 電気機械(12.4)
	ベトナム(n=57)	7.1	商社・卸売(17.5) その他の製造業(15.8) 鉄鋼/非鉄金属/金属製品(12.3)
	タイ(n=27)	3.4	商社・卸売(29.6) 電気機械(25.9)
	インドネシア(n=15)	1.9	繊維・織物/アパレル(26.7)
中国	日本(n=37)	4.6	その他の製造業(18.9) 電気機械(13.5) 情報通信機械器具/電子部品・デバイス(10.8)
中国	中国(n=28)	3.5	化学(10.7) 精密機器(10.7) 商社・卸売(10.7)
	全体(n=798)	100.0	商社・卸売(15.2) 一般機械(9.3) 自動車/自動車部品/その他輸送機器(8.8)

[注]主な業種名に続く数値は、各移管パターンを100とした場合の比率(%)を表す。

主な移管パターンの詳細(時系列)

(複数回答、%)

	2006年度	2010年度	2013年度	2014年度
日本から中国への移管	37.4	22.0	15.3	12.0
日本からASEANへの移管	19.8	19.0	24.2	22.7
中国からASEANへの移管	4.5	8.2	13.7	16.2
ASEANから中国への移管	2.5	3.4	0.3	0.4
中国から日本への移管	0.4	1.3	4.7	4.6
ASEANから日本への移管	0.8	0.4	1.8	1.1

日本への移管の詳細(業種別)

(複数回答、%)

	件数	構成比
総計	60	100.0
製造業	48	80.0
飲食料品	2	3.3
繊維・織物/アパレル	4	6.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	1	1.7
化学	0	0.0
医薬品・化粧品	0	0.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	3	5.0
窯業・土石	0	0.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	5	8.3
一般機械	7	11.7
電気機械	7	11.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	5	8.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	3	5.0
精密機器	2	3.3
その他の製造業	9	15.0
非製造業	12	20.0
商社・卸売	8	13.3
小売	1	1.7
建設	0	0.0
運輸	0	0.0
金融・保険	0	0.0
通信・情報ソフトウェア	1	1.7
専門サービス	1	1.7
その他の非製造業	1	1.7

国内および海外拠点の再編：移管する理由

■ 生産コスト・人件費上昇が最大の理由

国内外拠点の移管理由(全企業)は、生産コスト・人件費の上昇(41.0%)が最多。中国からの移管では、同理由の回答率が66.7%と前年(58.5%)からも増加

移管する理由(全体)

(複数回答、%)

	生産コスト・人件費の上昇	国内外の需要の増減に対応	取引先企業の要望に対応	機能を一箇所に集中したほうが、効率的である	現地販売の不振	税制上の優遇措置があるため。	為替レートの大変動に対応	機能を一箇所に集中するリスクが高くなってきた	労務上の問題等リスク懸念要素が顕在化	税制上のメリットがなくなった/薄くなった	FTAにより関税・非関税障壁が低くなる/低くなる予定	その他
2006年度 (n=243)	55.6	-	-	15.6	9.1	5.3	-	7.8	-	1.2	3.7	18.9
2010年度 (n=232)	46.6	-	-	17.2	11.6	4.7	-	8.6	-	2.6	4.8	23.7
2013年度 (n=780)	36.9	29.0	21.3	12.3	7.8	5.6	4.7	4.6	4.6	1.3	1.3	14.5
2014年度 (n=798)	41.0	31.2	29.7	12.2	6.8	5.6	9.3	9.1	6.0	-	-	6.0

[注]①「-」は当該年度の調査において選択肢が無かった項目。

②2010年度以前はジェトロ・メンバーズからの回答に限定した集計結果。

移管する理由(中国からの移管)

(複数回答、%)

	生産コスト・人件費の上昇	国内外の需要の増減に対応	取引先企業の要望に対応	機能を一箇所に集中したほうが、効率的である	現地販売の不振	税制上の優遇措置があるため。	為替レートの大変動に対応	機能を一箇所に集中するリスクが高くなってきた	労務上の問題等リスク懸念要素が顕在化	税制上のメリットがなくなった/薄くなった	FTAにより関税・非関税障壁が低くなる/低くなる予定	その他
2006年度 (n=21)	4.9	-	-	1.2	0.0	0.0	-	4.1	-	0.8	0.4	0.8
2010年度 (n=38)	50.0	-	-	7.9	10.5	2.6	-	28.9	-	10.5	18.4	28.9
2013年度 (n=205)	58.5	12.2	9.8	11.2	7.8	6.3	7.8	10.7	10.7	4.9	2.4	14.6
2014年度 (n=222)	66.7	13.1	11.7	11.3	9.5	9.0	12.2	23.0	15.3	-	-	4.5

[注]「-」は当該年度の調査において選択肢が無かった項目。

②2010年度以前はジェトロ・メンバーズからの回答に限定した集計結果。

5. 新興国のビジネス環境

～中国、タイで人件費、労働力不足が課題と認識する
企業が多数～

新興国のビジネス環境上の課題(国別)

■ ロシアでは「為替リスクが高い」が上昇

ロシアでは「為替リスクが高い」と回答する企業の比率が22.4%と前年(17.6%)から増加。同国では、原油安の影響で2014年後半以降、大幅なルーブル安が進んでいる。

■ 中国では「知的財産権の保護に問題あり」、「政情リスクや社会情勢・治安に問題あり」が上位

中国では「知的財産権の保護に問題あり」(52.6%)が多く、「政情リスクや社会情勢・治安に問題あり」(49.8%)が続いている。

													(複数回答、%)						
順位	中国			順位	タイ			順位	マレーシア			順位	インドネシア						
	14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度				
1	知的財産権の保護に問題あり	52.6	51.3	53.1	1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	37.3	46.4	15.3	1	人件費が高い、上昇している	16.2	17.8	15.9	1	インフラが未整備	36.2	41.5	36.4
2	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	49.8	59.8	64.6	2	人件費が高い、上昇している	29.1	29.3	30.1	2	インフラが未整備	9.0	11.7	10.0	2	法制度が未整備、運用に問題あり	26.9	24.5	27.2
3	人件費が高い、上昇している	48.8	50.8	49.5	3	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	21.4	28.8	41.6	3	代金回収上のリスク・問題あり	8.7	9.9	11.9	3	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	21.5	22.6	14.3
4	法制度が未整備、運用に問題あり	41.9	44.5	45.1	4	労働力の不足・人材採用難	18.6	19.6	-	4	行政手続きの煩雑さ	8.1	-	-	4	行政手続きの煩雑さ	21.3	-	-
5	代金回収上のリスク・問題あり	41.4	40.3	45.6	5	為替リスクが高い	11.1	13.1	10.4	5	労働力の不足・人材採用難	7.6	9.5	-	5	人件費が高い、上昇している	21.2	19.9	21.0

順位	フィリピン			順位	ベトナム			順位	ミャンマー			順位	カンボジア						
	14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度				
1	インフラが未整備	26.8	31.4	28.6	1	インフラが未整備	38.0	48.7	43.6	1	インフラが未整備	53.9	70.5	60.4	1	インフラが未整備	44.9	-	-
2	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	26.5	23.2	15.4	2	法制度が未整備、運用に問題あり	28.1	31.9	27.8	2	法制度が未整備、運用に問題あり	32.6	42.5	39.3	2	法制度が未整備、運用に問題あり	23.5	-	-
3	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	18.9	23.6	14.4	3	行政手続きの煩雑さ	22.0	-	-	3	関連産業が集積・発展していない	23.3	28.0	32.2	3	関連産業が集積・発展していない	18.1	-	-
4	法制度が未整備、運用に問題あり	14.0	12.2	15.6	4	関連産業が集積・発展していない	18.2	17.9	23.0	4	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	21.8	32.7	35.8	4	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	16.2	-	-
5	関連産業が集積・発展していない	13.7	11.6	15.2	5	税制・税務手続きの煩雑さ	17.0	7.9	9.8	5	行政手続きの煩雑さ	17.1	-	-	5	代金回収上のリスク・問題あり	12.7	-	-

順位	ラオス			順位	インド			順位	パキスタン			順位	バングラデシュ						
	14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度				
1	インフラが未整備	38.7	-	-	1	インフラが未整備	44.8	55.7	56.8	1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	30.1	-	-	1	インフラが未整備	36.7	-	-
2	法制度が未整備、運用に問題あり	17.4	-	-	2	法制度が未整備、運用に問題あり	27.9	28.7	29.6	2	インフラが未整備	26.3	-	-	2	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	18.8	-	-
3	関連産業が集積・発展していない	16.9	-	-	3	行政手続きの煩雑さ	26.6	-	-	3	代金回収上のリスク・問題あり	15.4	-	-	3	法制度が未整備、運用に問題あり	16.5	-	-
4	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	11.8	-	-	4	税制・税務手続きの煩雑さ	26.4	13.9	15.0	4	法制度が未整備、運用に問題あり	13.9	-	-	4	関連産業が集積・発展していない	15.1	-	-
4	代金回収上のリスク・問題あり	11.8	-	-	5	代金回収上のリスク・問題あり	23.7	23.5	23.1	5	関連産業が集積・発展していない	11.9	-	-	5	代金回収上のリスク・問題あり	14.6	-	-

順位	スリランカ			順位	メキシコ			順位	ブラジル			順位	チリ						
	14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度				
1	インフラが未整備	23.2	-	-	1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	28.9	32.2	12.4	1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	25.0	27.5	6.7	1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	10.9	-	-
2	代金回収上のリスク・問題あり	12.1	-	-	2	代金回収上のリスク・問題あり	12.5	14.1	14.0	2	税制・税務手続きの煩雑さ	17.9	19.4	19.5	2	インフラが未整備	10.3	-	-
2	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	12.1	-	-	3	インフラが未整備	12.0	14.9	15.6	3	行政手続きの煩雑さ	17.7	-	-	3	代金回収上のリスク・問題あり	8.4	-	-
4	関連産業が集積・発展していない	10.8	-	-	4	法制度が未整備、運用に問題あり	10.2	7.2	11.2	4	為替リスクが高い	17.5	31.2	21.9	4	為替リスクが高い	7.8	-	-
5	法制度が未整備、運用に問題あり	7.1	-	-	4	税制・税務手続きの煩雑さ	10.2	6.5	7.6	5	代金回収上のリスク・問題あり	14.9	17.3	18.2	5	関連産業が集積・発展していない	6.4	-	-

順位	ロシア			順位	トルコ			順位	南アフリカ					
	14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度		14年度	13年度	12年度			
1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	34.4	27.5	22.2	1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	13.1	20.5	9.8	1	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	24.6	34.8	18.7
2	為替リスクが高い	22.4	17.6	13.7	2	為替リスクが高い	8.4	15.9	9.3	2	インフラが未整備	10.7	18.6	20.1
3	代金回収上のリスク・問題あり	22.0	27.5	25.0	3	インフラが未整備	7.9	7.3	10.7	3	代金回収上のリスク・問題あり	9.7	17.1	12.9
4	行政手続きの煩雑さ	20.6	-	-	3	代金回収上のリスク・問題あり	7.9	14.1	10.2	4	為替リスクが高い	8.9	15.7	13.9
5	法制度が未整備、運用に問題あり	17.4	30.7	32.7	5	行政手続きの煩雑さ	7.1	-	-	5	関連産業が集積・発展していない	7.2	12.4	14.4

(n(14年度)=中国:1946、タイ:1288、マレーシア:767、インドネシア:1003、フィリピン:687、ベトナム:996、ミャンマー:601、カンボジア:463、ラオス:390、インド:755、パキスタン:395、バングラデシュ:431、スリランカ:379、メキシコ:502、ブラジル:504、チリ:359、ロシア:500、トルコ:406、南ア:403)

(n(13年度)=中国:2018、タイ:1217、マレーシア:566、インドネシア:886、フィリピン:500、ベトナム:878、ミャンマー:468、インド:648、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:1304、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、ミャンマー:366、インド:507、メキシコ:250、ブラジル:297、ロシア:284、トルコ:225、南ア:203)

[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「政情リスクや社会情勢・治安に問題あり」の項目の2012年度は「政情リスクに問題あり」。

③「税制・税務手続きの煩雑さ」の項目の2012年度・13年度は、「税務上のリスク・問題あり」。

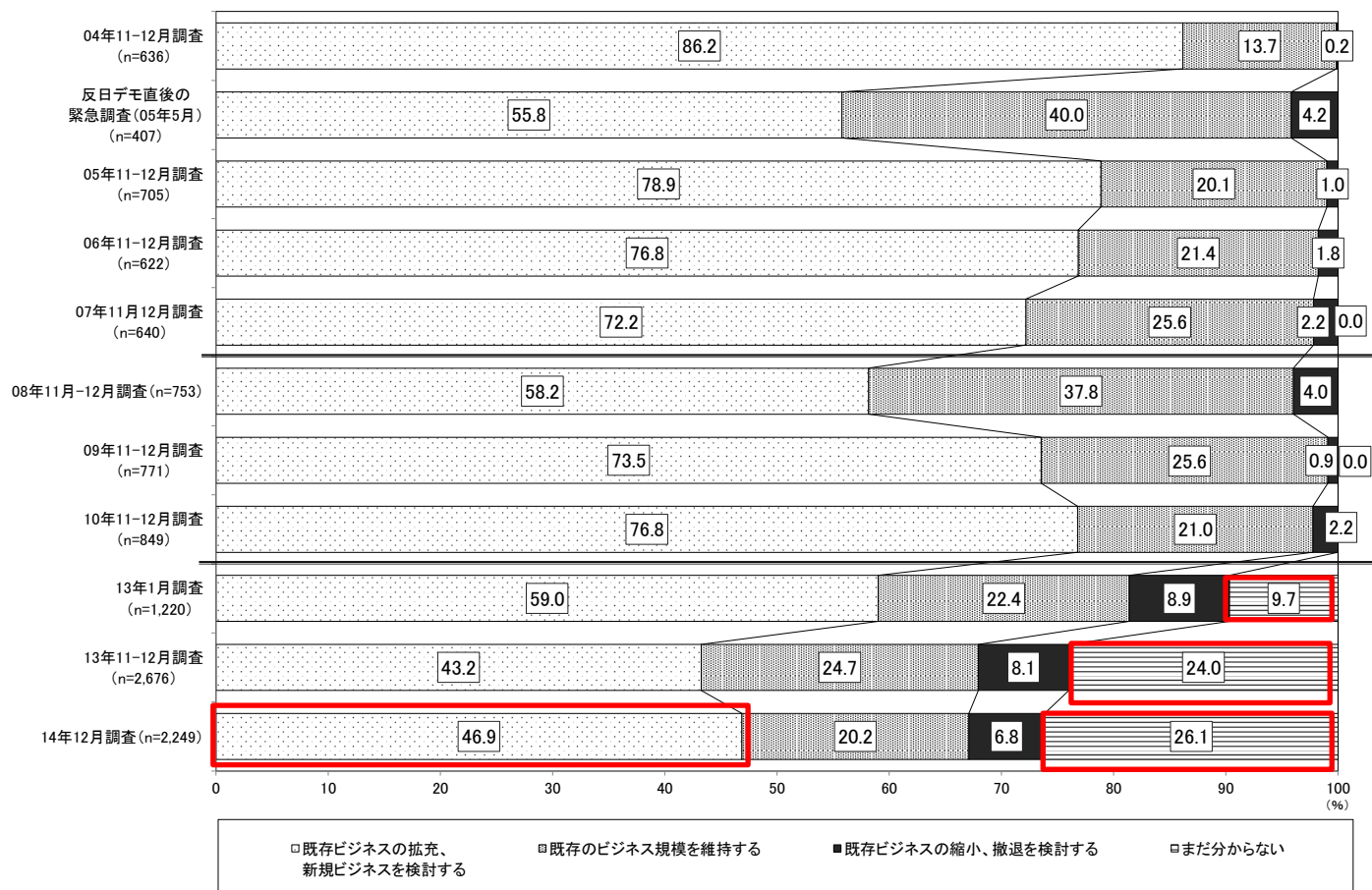
6. 日本企業の中国ビジネスに対する姿勢 ～中小企業で拡大意欲が回復～

中国におけるビジネス展開：今後の中国でのビジネス展開

■ 日本企業の中国ビジネスへの姿勢に逡巡がみられる

「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」割合が前年の43.2%から46.9%に増加。一方、「まだ分からない」と方針を検討中の企業が26.1%に増加し、日本企業の中国ビジネスへのスタンスに逡巡がみられる。

中国での今後の海外ビジネス展開(時系列)



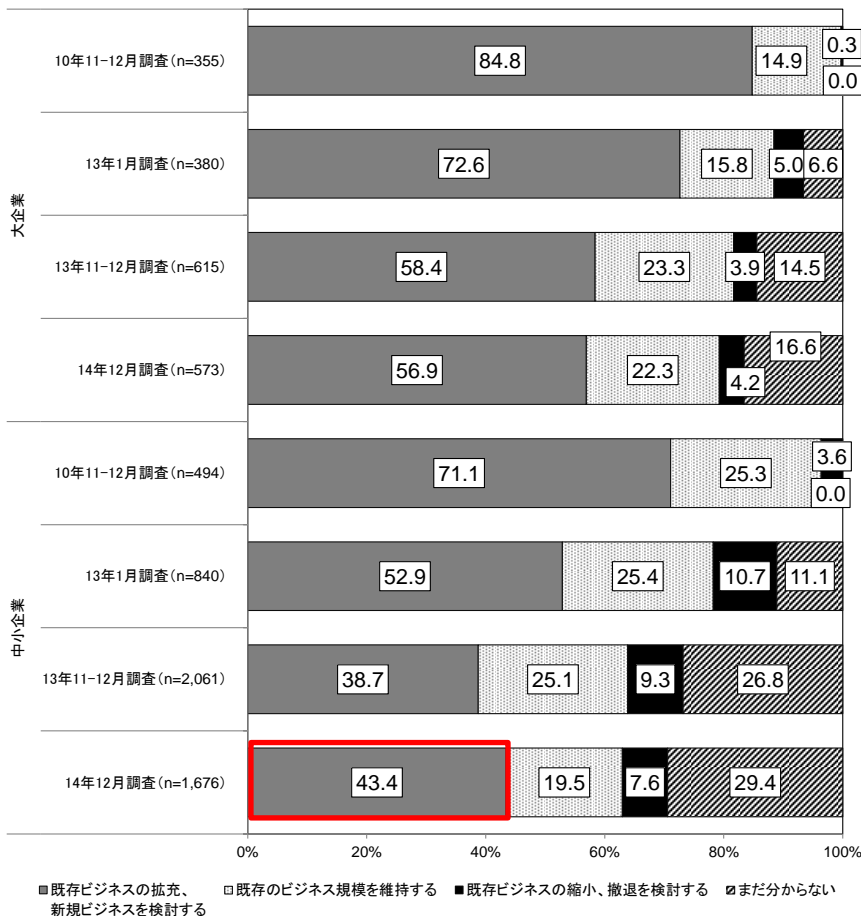
【注】①2013年1月調査、2013年11-12月調査、2014年12月調査は全回答企業ベース、それ以外は回答企業のうちジェトロ・メンバーズからの回答に限定して集計、②2007年以前は製造業・商社・卸売・小売業に限定、③年により異なる設問項目を一部調整の上集計。

中国におけるビジネス展開：今後の中国でのビジネス展開

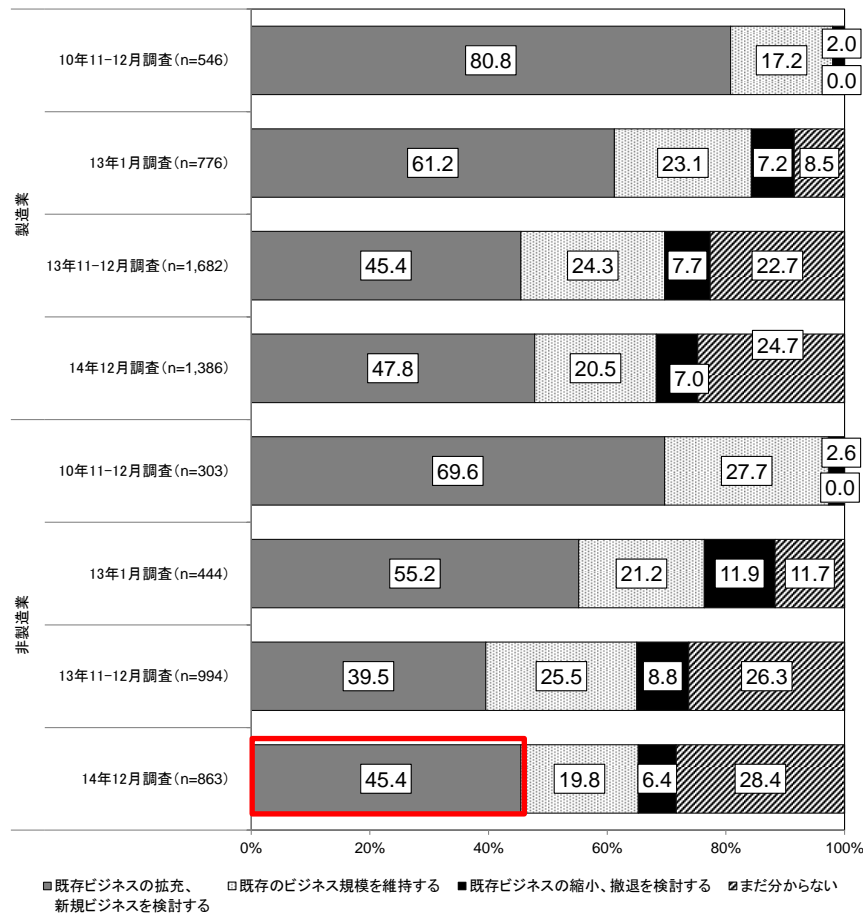
■ 中小企業、非製造業で中国ビジネスの拡大意欲が回復

「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」と回答した企業の比率は、大企業は横ばいの一方、中小企業が回復。業種別では非製造業で拡大意欲が前年より高まっている。

中国での今後の海外ビジネス展開(企業規模別・時系列)



中国での今後の海外ビジネス展開(業種別・時系列)



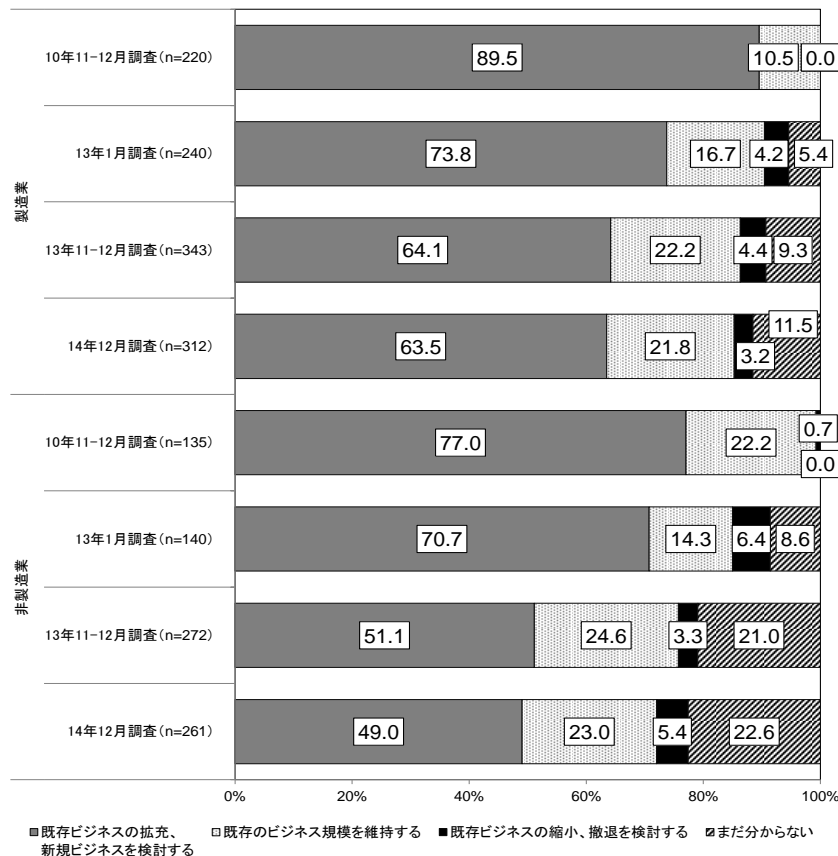
[注]2010年11-12月は、ジェトロ・メンバーズからの回答に限定。

中国におけるビジネス展開：今後の中国でのビジネス展開

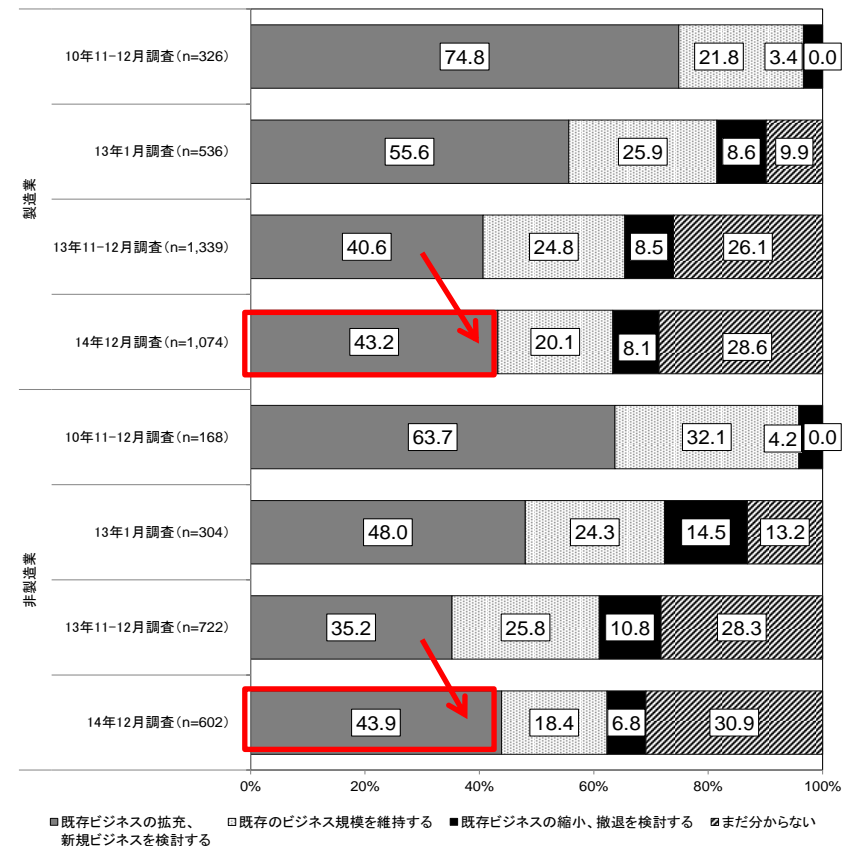
■ 中小企業の拡大意欲の回復が非製造業で顕著

中小企業が「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」と回答した割合は、製造業で前年調査の40.6%から43.2%へ、非製造業で35.2%から43.9%に増加。

中国での今後の海外ビジネス展開(大企業・業種別・時系列)



中国での今後の海外ビジネス展開(中小企業・業種別・時系列)



[注]2010年11-12月は、ジェトロ・メンバーズからの回答に限定。

7. 自由貿易協定(FTA)の活用

～物品貿易の自由化、サービス分野の外資規制の緩和などへ
期待～

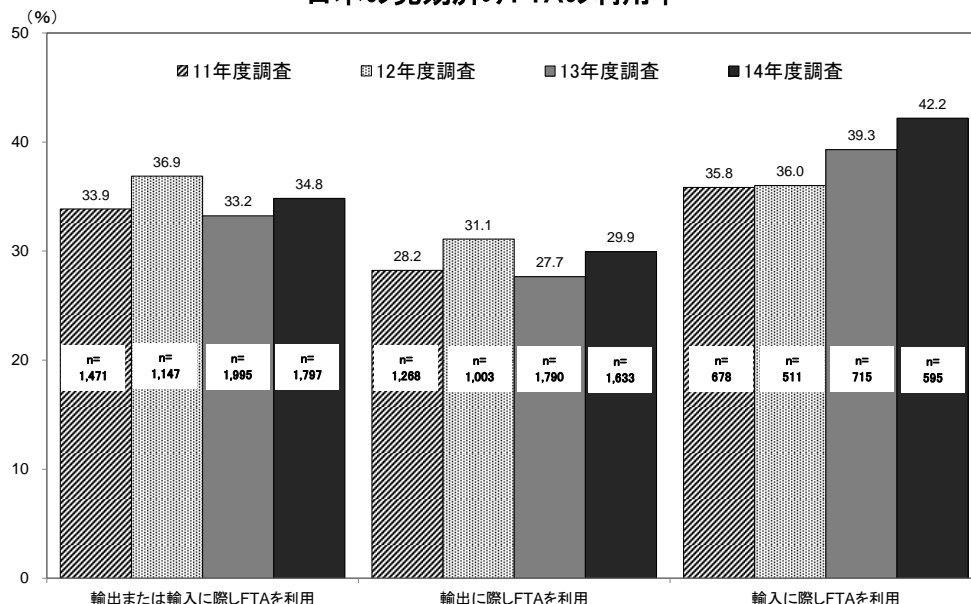
自由貿易協定(FTA)の活用:日本のFTA(EPA)利用状況

34.8%の企業が日本の輸出入でFTAを利用

日本のFTA利用率(輸出入)は34.8%(626件)。輸出の利用率は29.9%(489件)。国別では、特にタイ(360件、利用率32.6%)やインドネシア(同205件、25.9%)が多く、過去と比べても利用が拡大する傾向にある。業種別にみると、輸出では一般機械(52件、36.1%)、自動車(41件、46.1%)、化学(40件、49.4%)などでFTAが多く利用されている。

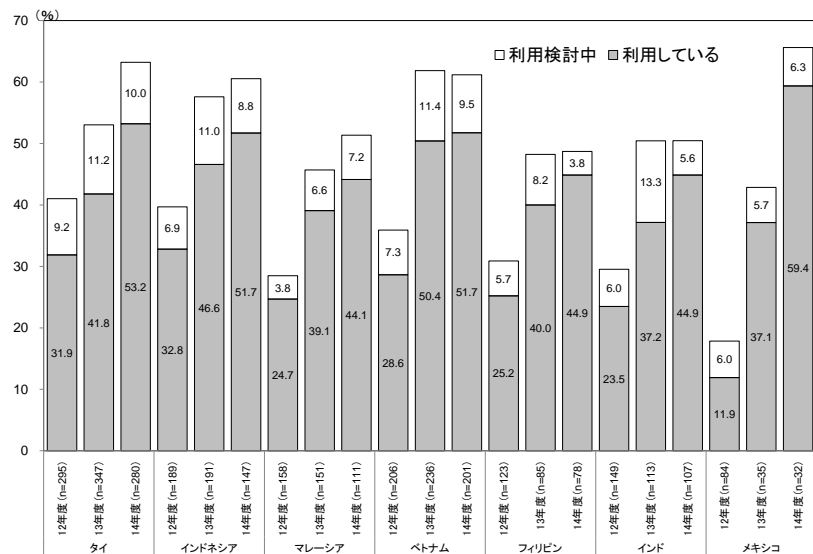
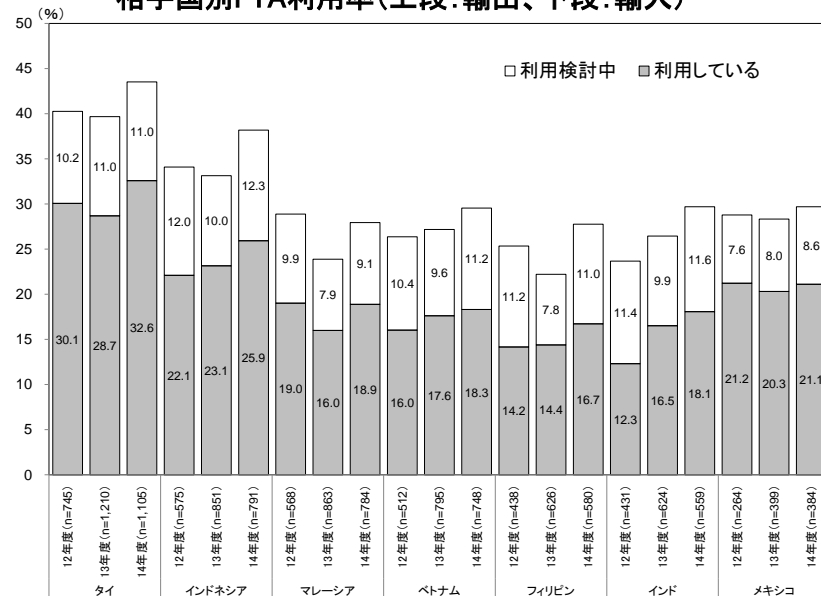
輸入の利用率は42.2%(251件)に上った。タイ(149件、53.2%)、ベトナム(104件、51.7%)、インドネシア(76件、51.7%)など、ASEAN諸国との利用が増加した。業種別では、飲食料品(22件、50.0%)、繊維・織物・アパレル(17件、73.9%)、化学(13件、59.1%)で多く利用されている。

日本の発効済みFTAの利用率



〔注〕枠内の数字は、対象国・地域(マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、その他ASEAN、インド、メキシコ、チリ、ペルー、スイス。ただし、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。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。母数には無回答も含む。

相手国別FTA利用率(上段:輸出、下段:輸入)



〔注〕()は当該国へ輸出を行っている企業数(対象企業数)。母数には無回答を含む。

自由貿易協定(FTA)の活用: 日本以外のFTAの利用状況

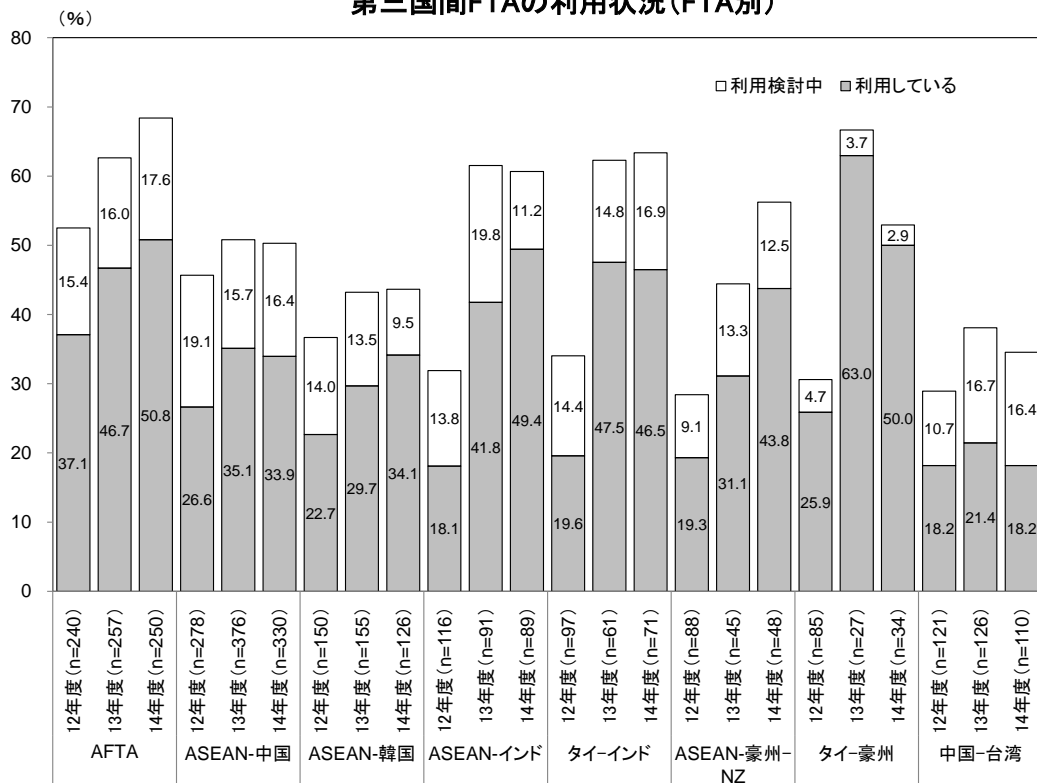
■ AFTAの利用率が拡大

主要なアジアの第三国間FTAの中では、AFTA(利用件数127件、利用率50.8%)が最も利用され、ASEAN-中国FTA(同112件、33.9%)、ASEAN-インドFTA(同44件、49.4%)、ASEAN-韓国FTA(同43件、34.1%)が続いている。第三国間FTA全般の利用率を業種別でみると、自動車(28件、68.3%)や化学(19件、55.9%)、電気機械(14件、53.8%)での利用が活発である。

■ 第三国FTAの課題は情報へのアクセス

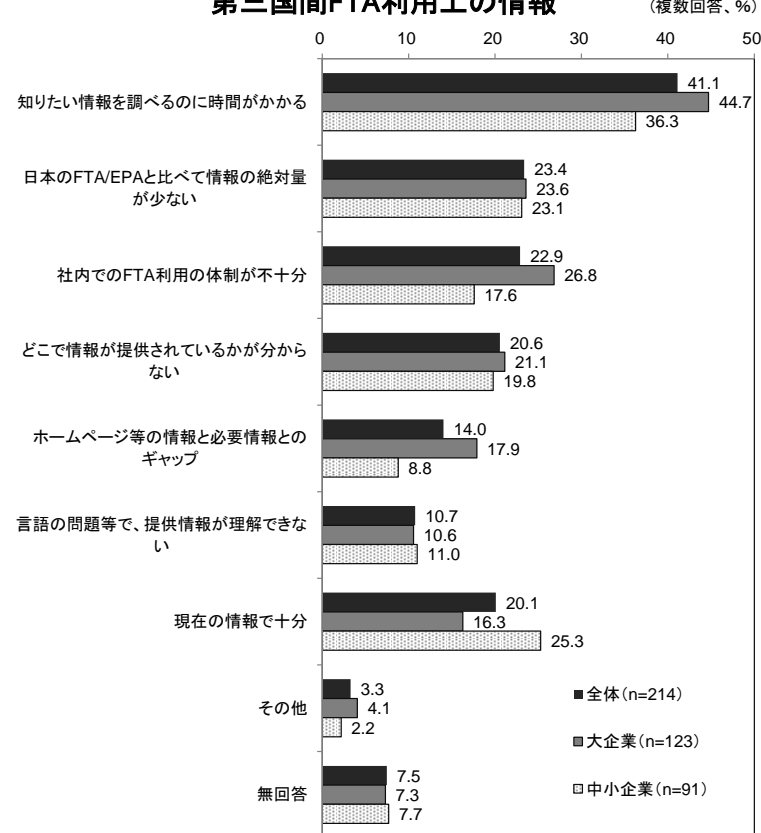
第三国間FTA利用に当たって、「知りたい情報を調べるのに時間がかかる」(41.1%)との回答が多く、その他にも「日本のFTA/EPAと比べて情報の絶対量が少ない(23.4%)」や「社内でのFTA利用の体制が不十分(22.9%)」が利用上の課題として示された。

第三国間FTAの利用状況(FTA別)



[注] ()は当該国・地域間で貿易を行っている企業数(対象企業数)。母数には無回答を含む。

第三国間FTA利用上の情報

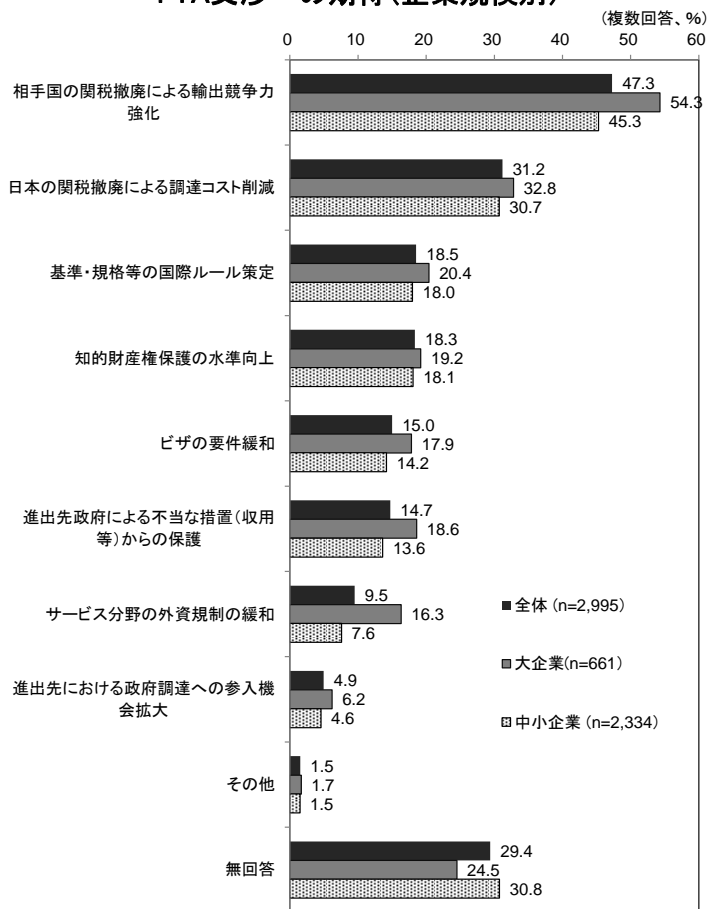


自由貿易協定(FTA)の活用:FTA交渉への期待

最大の関心は物品貿易の自由化、非製造業では「サービス分野の外資規制の緩和」への期待も高い

FTA交渉への今後の期待として、「相手国の関税撤廃による輸出競争力強化(47.3%)」と「日本の関税撤廃による調達コスト削減(31.2%)」と、物品の輸出入に関する回答が上位に挙げられた。業種別では同2項目の他にも、化学、窯業・土石、通信・情報・ソフトウェアなどで「知的財産権保護の水準向上」、化学、一般機械、電気機械、金融・保険、専門サービスなどで「基準・規格等の国際ルール策定」、非製造業の多くで「サービス分野の外資規制の撤廃」や「ビザの要件緩和」への関心が高いなどの特徴があった。

FTA交渉への期待(企業規模別)



FTA交渉への期待(業種別)

	社数	強に相手国の輸出競争力強化	減よる日本の調達コスト削減	サービス分野の外資規制の緩和	保護による進出先政府からの不当な措置	知的財産権保護の水準向上	ビザの要件緩和	府調達への参入機会拡大	進出先における政府調達への参入機会拡大	基準・規格等の国際ルール策定	その他	無回答
総計	2,995	47.3	31.2	9.5	14.7	18.3	15.0	4.9	18.5	1.5	29.4	
製造業	1,707	53.0	31.3	4.0	14.1	20.6	13.5	4.4	18.4	1.7	27.3	
飲食料品	355	49.3	26.5	2.8	10.4	16.1	7.9	2.8	16.1	2.3	33.8	
繊維・織物/アパレル	84	44.0	41.7	3.6	7.1	20.2	10.7	2.4	10.7	0.0	28.6	
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	57	56.1	38.6	8.8	21.1	21.1	10.5	5.3	14.0	0.0	24.6	
化学	96	63.5	39.6	5.2	18.8	30.2	12.5	5.2	28.1	2.1	20.8	
医療品・化粧品	67	55.2	14.9	3.0	6.0	22.4	6.0	1.5	19.4	0.0	34.3	
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	92	52.2	32.6	2.2	12.0	18.5	8.7	2.2	12.0	5.4	25.0	
窯業・土石	38	47.4	23.7	2.6	15.8	28.9	18.4	2.6	15.8	0.0	23.7	
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	192	50.5	35.9	2.6	15.6	24.0	19.3	3.6	17.7	1.0	27.6	
一般機械	165	59.4	30.3	5.5	15.2	20.6	20.6	4.2	26.1	1.8	23.6	
電気機械	92	56.5	32.6	4.3	20.7	17.4	12.0	8.7	27.2	1.1	17.4	
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	61	50.8	32.8	3.3	16.4	16.4	6.6	6.6	23.0	0.0	26.2	
自動車/自動車部品/その他輸送機器	123	64.2	35.8	6.5	22.0	16.3	19.5	4.9	16.3	0.8	20.3	
精密機器	71	47.9	25.4	2.8	15.5	16.9	15.5	7.0	16.9	5.6	36.6	
その他の製造業	214	49.5	30.8	4.7	11.7	26.2	16.8	6.5	16.4	1.4	27.1	
非製造業	1,288	39.7	31.0	16.8	15.5	15.3	16.9	5.7	18.7	1.3	32.1	
商社・卸売	613	49.9	40.8	7.8	12.2	11.3	11.6	3.8	16.2	1.5	27.2	
小売	104	36.5	41.3	12.5	15.4	14.4	13.5	2.9	15.4	1.9	29.8	
建設	75	30.7	22.7	25.3	30.7	17.3	33.3	12.0	22.7	1.3	28.0	
運輸	37	37.8	18.9	29.7	18.9	2.7	10.8	0.0	27.0	5.4	35.1	
金融・保険	87	37.9	19.5	39.1	11.5	19.5	20.7	5.7	27.6	0.0	40.2	
通信・情報・ソフトウェア	83	19.3	15.7	26.5	6.0	33.7	20.5	8.4	12.0	0.0	44.6	
専門サービス	101	27.7	12.9	28.7	26.7	25.7	21.8	13.9	29.7	1.0	37.6	
その他の非製造業	188	28.2	20.7	21.8	19.7	14.9	25.0	6.4	18.6	1.1	38.3	

[注]回答率が20%以上の項目を赤枠で囲った。

8. グローバル経営に向けた人材活用

～留学生の採用は大企業が6割を超える一方、中小企業は
4割強に留まる～

海外ビジネス拡大のために重視する人材

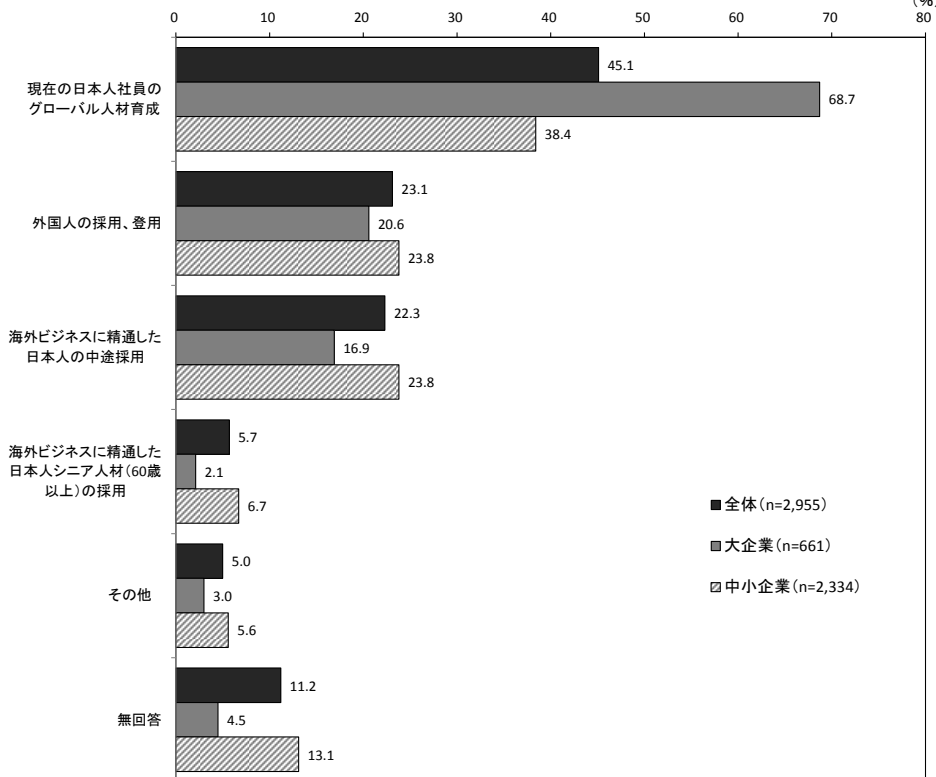
■ 日本人社員のグローバル人材育成とともに外国人材の活用、中小企業では即戦力の人材採用をより重視

海外ビジネス拡大に向けた人材戦略について、「現在の日本人社員のグローバル人材育成」(45.1%)が最も多く、「外国人の採用、登用」(23.1%)、「海外ビジネスに精通した日本人の中途採用」(22.3%)が続いている。中小企業では、「外国人の採用、登用」(23.8%)、「日本人の中途採用」(23.8%)、「海外ビジネスに精通したシニア人材(60歳以上)の採用」(6.7%)がいずれも大企業を超え、即戦力となる人材採用をより重視している。

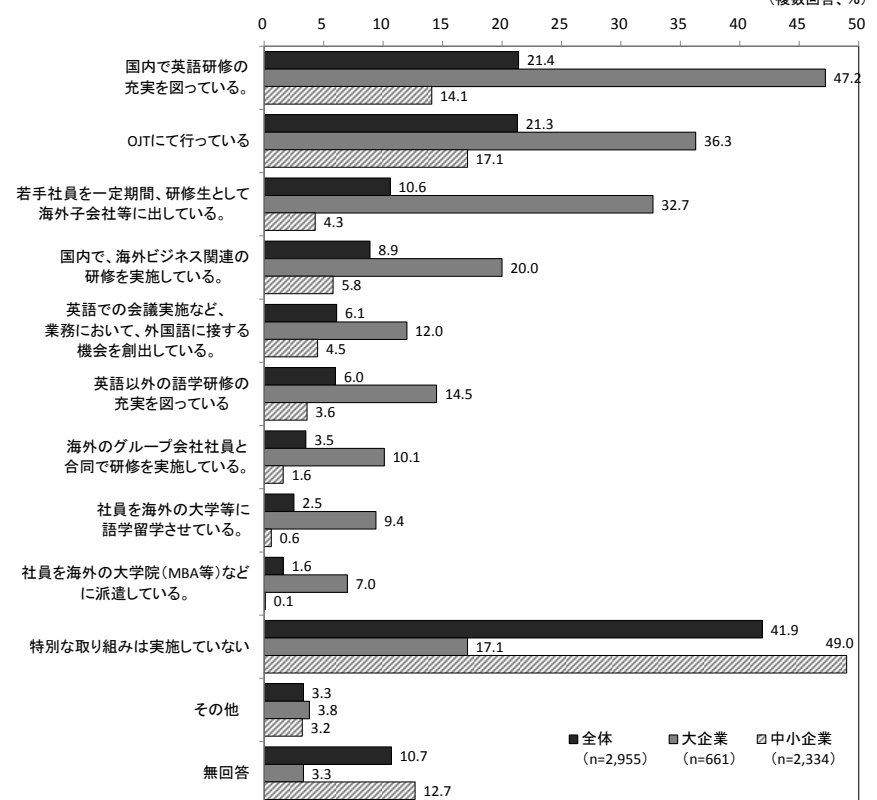
■ 日本人社員のグローバル人材育成への取り組みでは、大企業と中小企業で差

日本人社員をグローバル人材に育てるため、企業が最も取り組んでいるのは「国内で英語研修の充実」(21.4%)で、大企業ではほぼ半数の企業が行っていた。一方、「特別な取り組みは実施していない」が大企業では17.1%だったものの、中小企業では49.0%に上り、中小企業では特別な取り組みを行っていない企業が約半数に上った。

海外ビジネス拡大のために最も重視する人材(企業規模別)



日本人社員のグローバル人材育成への取り組み(企業規模別・業種別)



[注]一部、複数回答した企業も含めて集計

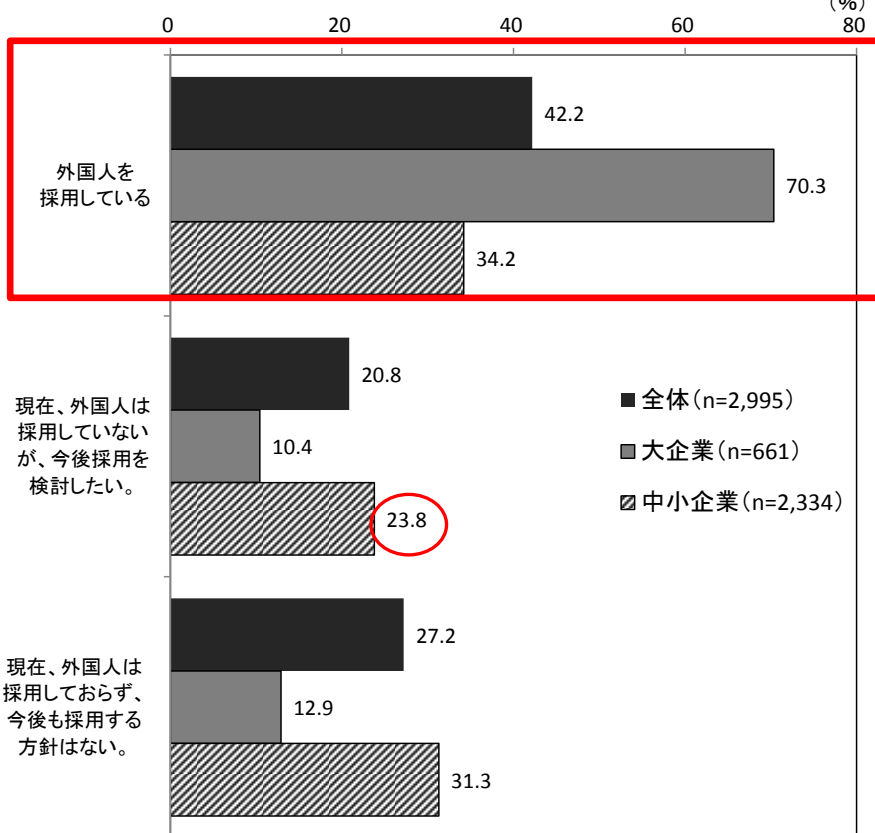
外国人の採用状況

■ 4割の企業が外国人を採用

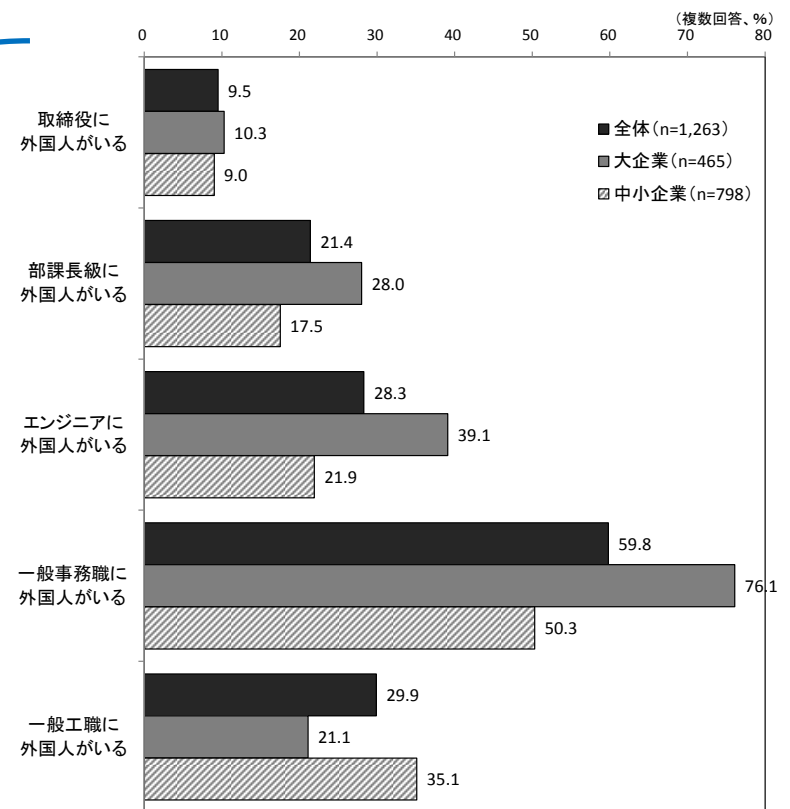
「外国人を採用している」と回答した企業は42.2%で、特に大企業では70.3%と7割に及ぶ。一方、中小企業の同比率は34.2%に留まるが、「今後外国人の採用を検討したい」と回答した中小企業は23.8%に上り、外国人採用への関心は高い。

外国人を採用していると回答した企業における役職別の採用状況では、「一般事務職に外国人がいる」と回答した企業が59.8%と最も多く、大企業(76.1%)、中小企業(50.3%)ともに半数を超えている。

外国人の採用の有無



外国人の採用状況(役職別)



[注]一部回答項目をまとめて集計。

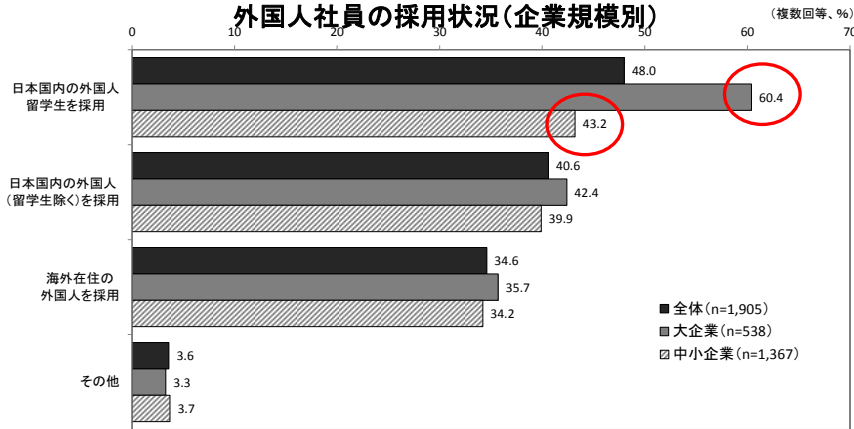
[注]外国人を採用していると回答した企業に限って集計

外国人社員の採用方法

留学生の採用は大企業が6割を超える一方、中小企業は4割強に留まる

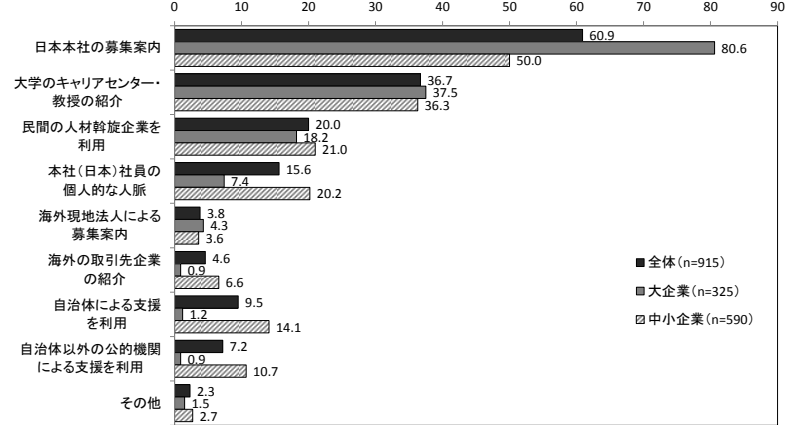
「外国人を採用している」もしくは「今後採用を検討したい」と回答した企業のうち、日本国内の外国人留学生を採用している（もしくは検討している）企業は48.0%と最も多い。同比率は大企業では60.4%に及ぶ一方、中小企業は43.2%に留まり、留学生の獲得の面で差がみられる。採用方法については、大企業は、「日本本社の募集案内」が多い一方、中小企業では、社員の個人的な人脈、自治体やその他の公的機関を活用している企業が多い。

外国人社員の採用状況(企業規模別)



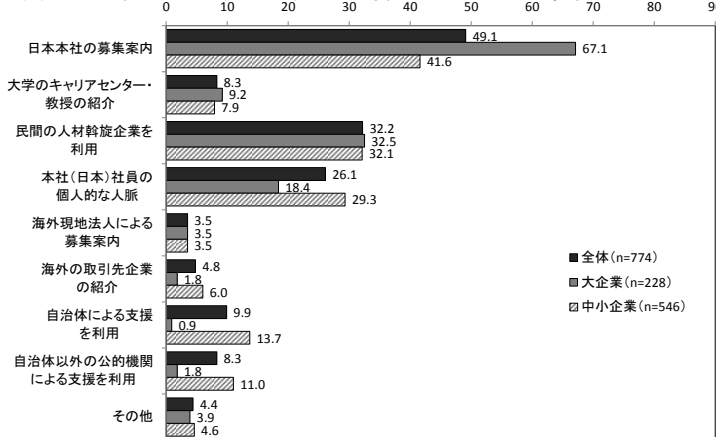
[注]外国人を採用している、もしくは今後採用を検討したいと回答した企業、および、本設問へ回答した企業に限って集計

日本国内の外国人留学生の採用方法(企業規模別)



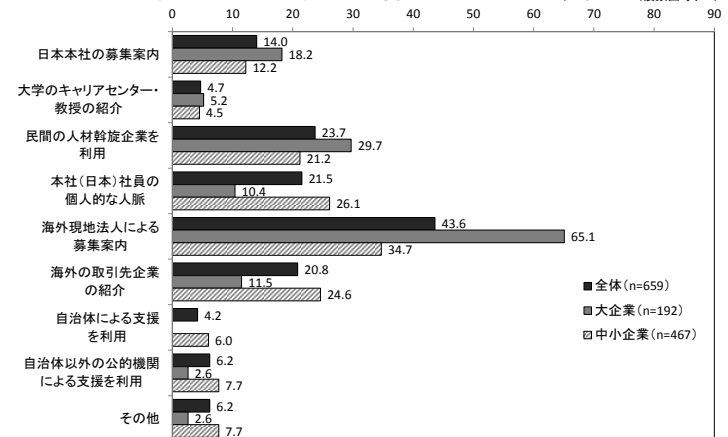
[注]「日本国内の外国人留学生を採用する」、もしくは「検討する」と回答した企業に限って集計

日本国内の留学生を除く外国人の採用方法(企業規模別)



[注]「日本国内の留学生を除く外国人を採用する」、もしくは「検討する」と回答した企業に限って集計

海外在住の外国人の採用方法(企業規模別)



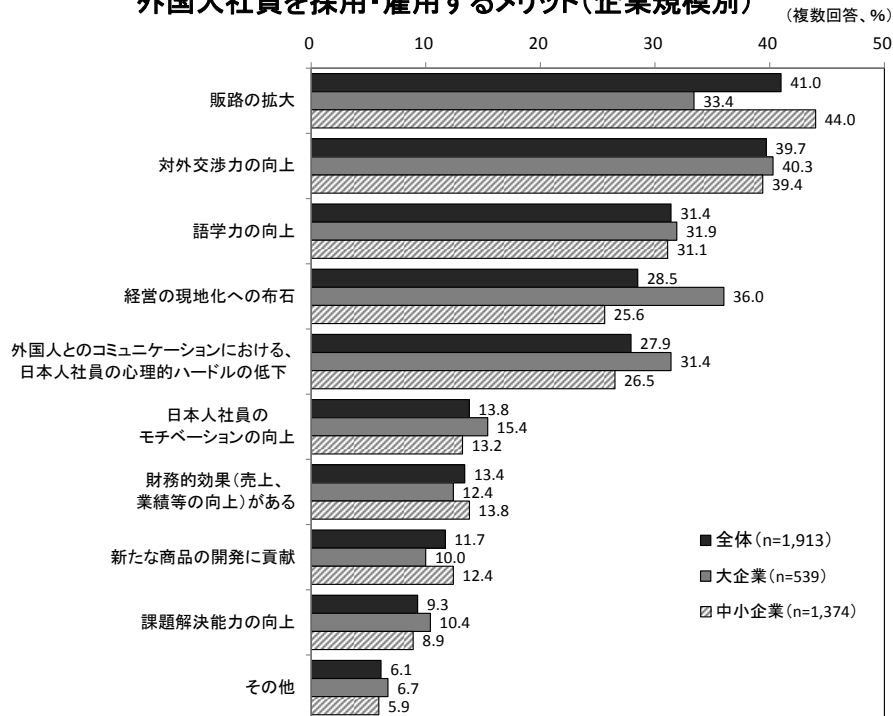
[注]「海外在住の外国人を採用する」、もしくは「検討する」と回答した企業に限って集計

外国人社員を採用・雇用するメリット／課題

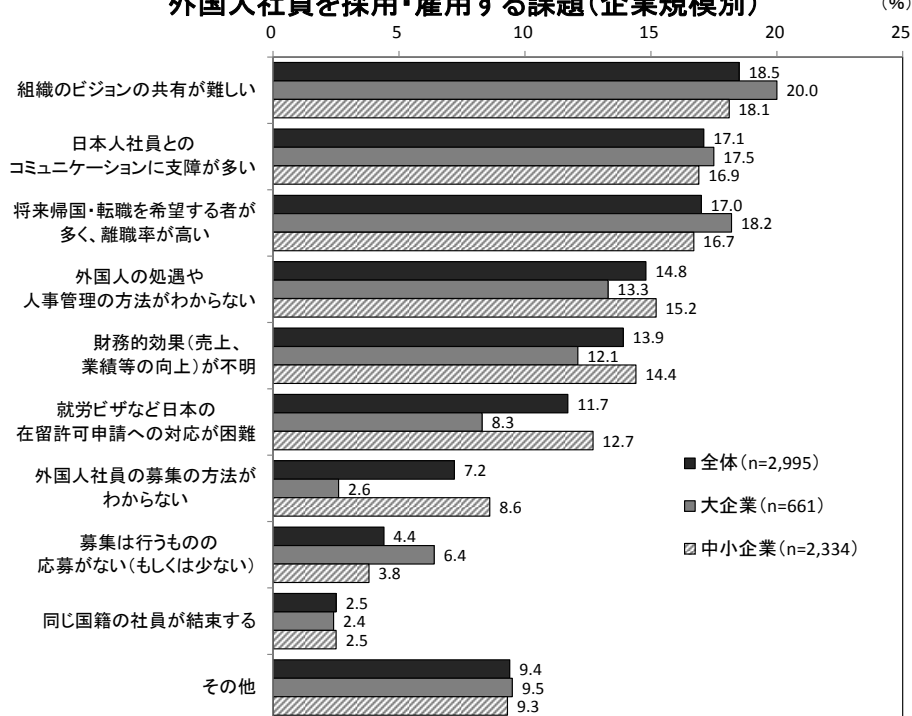
■ 外国人社員を採用・雇用している・検討している企業は、販路の拡大、対外交渉力の向上、日本人社員のコミュニケーション力向上にメリット
外国人社員を採用・雇用するメリットについて、外国人社員を採用・雇用している・検討している企業は、「販路の拡大」(41.0%)、「対外交渉力の向上」(39.7%)の他、「語学力の向上」(31.4%)、「外国人とのコミュニケーションにおける、日本人社員の心理的ハードルの低下」(27.9%)など、日本人社員のコミュニケーション力向上をメリットと認識する企業が多い。企業規模別にみると、大企業では「経営の現地化への布石」(36.0%)との回答が中小企業に比べて多く、中小企業では、「販路の拡大」(44.0%)が大企業に比べて多かった。

■ 外国人社員を採用・雇用する課題は、「組織のビジョンの共有が難しい」
外国人社員を採用・雇用する課題では、「組織のビジョンの共有が難しい」(18.5%)、「日本人社員とのコミュニケーションに支障が多い」(17.1%)、「将来帰国・転職を希望する者が多く、離職率が高い」(17.0%)が多い。企業規模別では、中小企業は「外国人社員の募集方法がわからない」(8.6%)、「在留許可申請への対応が困難」(12.7%)が大企業と比べて多い。

外国人社員を採用・雇用するメリット(企業規模別)



外国人社員を採用・雇用する課題(企業規模別)



[注]外国人を採用している、もしくは今後採用を検討したいと回答した企業、および、本設問へ回答した企業に限って集計

2014年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査(海外ビジネス調査)結果概要

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

【免責事項】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。

【禁無断転載】