

JETRO

**2017 年度日本企業の海外事業展開  
に関するアンケート調査**

～JETRO 海外ビジネス調査～

2018 年 3 月

独立行政法人 日本貿易振興機構  
海外調査部 国際経済課

**【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課  
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32  
TEL： 03-3582-5177  
E-mail：ORI@jetro.go.jp

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。

## はじめに

---

近年、日本企業にとって海外市場の重要性は一段と高まりつつあります。本調査ではこうした事情に鑑み、貿易・海外進出への取り組み、各国のビジネス環境、自由貿易協定(FTA)の活用、外国人材の活用、デジタル技術の活用、CSRやサプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針といった日本企業の海外事業展開に関する動向についてアンケート調査を基に分析しました。

本アンケート調査はジェトロ・メンバーズ（ジェトロの会員制度への加入企業）を対象に2002年度に開始し、今年度で16回目となります。2011年度からジェトロのサービスをこれまでご利用いただいたことがある、会員以外の企業の皆様にもご協力をお願いしています。今年度は2017年11月に、日本企業9,981社（うち、ジェトロ・メンバーズ3,437社、メンバーズ以外でジェトロのサービスを利用頂いたことのある企業6,544社）に調査票を送付し、計3,195社(有効回答率32.0%)から回答を頂きました。

本調査にご協力頂いた企業の方々には、この場を借りて厚くお礼申し上げます。本報告書が日本企業の海外事業展開に関する戦略立案の参考となれば幸いです。

なお本調査は、Transbird 株式会社にて作業の一部を委託しました。

2018年3月

独立行政法人 日本貿易振興機構

海外調査部 国際経済課

TEL : 03-3582-5177

FAX : 03-3582-5309

# 目 次

---

I. 回答企業のプロフィール	2
1. 事業内容	2
2. 輸出の有無	4
3. 海外拠点の有無	7
4. 海外拠点の設置状況（所在と機能）	8
5. 海外ビジネスの開始時期	11
6. 海外ビジネスの影響	13
II. 貿易・海外進出への取り組み	16
1. 今後の輸出事業方針	16
2. 今後の海外進出方針	18
3. 今後の国内事業展開	22
4. 海外で拡大を図る国・地域および機能	27
5. 国内で拡大を図る機能	35
6. 海外/国内の拠点・機能の再編	37
7. 今後の中国でのビジネス展開	45
8. 中国ビジネスを拡充・維持する理由	48
III. 各国のビジネス環境	50
1. 各国の魅力・長所	50
2. 各国のビジネス環境の課題	54
IV. 自由貿易協定(FTA)の活用	59
1. 日本のFTA(EPA)の利用状況	59
2. FTA利用の実務	63
3. FTAによるコスト削減効果	68
V. 外国人材の活用	69
1. 国内拠点における外国人社員の雇用状況	69
2. 海外拠点における現地人材登用	72
3. 中長期的な外国人材に対するニーズ	75
VI. デジタル技術の活用	77
1. デジタル技術に対する見方	77

2. デジタル技術活用のメリット	81
3. デジタル技術活用の課題	83
4. デジタル技術活用状況	85
5. EC を利用した販売のメリット	88
6. 海外向け EC 販売の課題解決策	90
<b>VII. CSR、サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針</b>	<b>92</b>
1. CSR に関する方針の有無	92
2. CSR 方針に明示されている事項	94
3. 調達先に対する労働・安全衛生・環境に関する方針の有無	95
4. 方針準拠を求めている調達先	97
5. 労働・安全衛生・環境に関する顧客方針への準拠	98
6. 方針への準拠を求められた顧客先	100
<b>調査票</b>	<b>101</b>

## 調査実施概要

---

### 1. 調査目的

本調査は、貿易・海外進出への取り組み、各国のビジネス環境、自由貿易協定 (FTA) の活用、外国人材の活用、デジタル技術の活用、CSR やサプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針について、その動向を分析するものである。

### 2. 調査対象

#### (1) 調査対象企業

海外ビジネスに関心が高い日本企業 9,981 社

(ジェトロ・メンバーズ：3,437 社、ジェトロのサービス利用企業：6,544 社)

#### (2) 調査方法

調査票（巻末に添付）を郵送し、本調査への協力を依頼した。

#### (3) 調査期間

調査票発送 2017 年 11 月 17 日

回収締切 2018 年 1 月 5 日

#### (4) 回収状況

発送総数	有効回収数	有効回答率
9,981 社	3,195 社	32.0%

\*ジェトロ・メンバーズへの発送数、有効回収数はそれぞれ 3,437 社、1,256 社であった。

### 3. 調査項目

- (1) 貴社の概要
- (2) 貿易・海外進出への取り組み
- (3) 各国のビジネス環境
- (4) 自由貿易協定 (FTA) の活用
- (5) 外国人材の活用
- (6) デジタル技術の活用
- (7) CSR、サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針

[注]①本報告書における図表等の比率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。

②本報告書内の「先進国」、「新興国」に含まれる国・地域は以下の通り。

・先進国：香港、台湾、韓国、シンガポール、オーストラリア、ニュージーランド、米国、カナダ、西欧（中・東欧を除く EU 加盟国、スイス、ノルウェー、アイスランド、リヒテンシュタイン、アンドラ、サンマリノ、バチカン、モナコ）、イスラエル、日本

・新興国：それ以外の国・地域

## I. 回答企業のプロフィール

### 1. 事業内容

調査の回答企業は 3,195 社で、そのうち「製造業」は 54.7% (1,748 社)、「非製造業」は 45.3% (1,447 社) となっている。業種別では、「商社・卸売」が 21.3% (681 社) で最も多く、次いで「飲食料品」が 14.0% (446 社)、「その他非製造業」が 6.5% (207 社) と続く。

資本金と従業員数により中小企業基本法に基づいた要件で大企業と中小企業に分類すると、「大企業」は 18.9% (604 社)、「中小企業」は 81.1% (2,591 社) であった。

図表 I-1 回答企業のプロフィール（全体、業種別、企業規模別）

	企業数	構成比 (%)
全体	3,195	100.0
製造業	1,748	54.7
飲食料品	446	14.0
繊維・織物／アパレル	105	3.3
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	57	1.8
化学	95	3.0
医療品・化粧品	70	2.2
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	93	2.9
窯業・土石	35	1.1
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	176	5.5
一般機械	158	4.9
電気機械	89	2.8
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	63	2.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	98	3.1
精密機器	61	1.9
その他の製造業	202	6.3
非製造業	1,447	45.3
商社・卸売	681	21.3
小売	123	3.8
建設	110	3.4
運輸	76	2.4
金融・保険	72	2.3
通信・情報・ソフトウェア	97	3.0
専門サービス	81	2.5
その他の非製造業	207	6.5
大企業	604	18.9
大企業(中堅企業を除く)	140	4.4
中堅企業	464	14.5
中小企業	2,591	81.1
中小企業(小規模企業者を除く)	1,046	32.7
小規模企業者	1,545	48.4
輸出企業	1,116	34.9
海外進出企業	1,501	47.0
国内企業	329	10.3

[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。  
 (中小企業の定義 <http://www.chusho.meti.go.jp/soshiki/teigi.html>)  
 その他はジェットロによる定義。詳細は次頁の表を参照。

図表 I-2 企業規模定義

	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

回答企業を資本金、従業員規模別に見ると、資本金では「1千万円超～5千万円以下」の企業が33.1% (1,058社)、従業員数では「6～20人」の企業が19.2% (612社) で最も多い。

図表 I-3 資本金・従業員規模分類 (全体、業種別)

	社数	資本金							従業員規模								
		1千万円以下	1千万円超～5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超～10億円以下	10億円超	無回答	5人以下	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301～1,000人	1,001～3,000人	3,001人以上	無回答
全体	3,195	242	331	164	52	64	146	0.1	11.2	19.2	17.8	13.1	17.1	11.9	5.7	3.8	-
製造業	1,748	21.5	35.0	17.7	5.3	6.1	14.4	0.1	7.0	16.7	18.5	15.5	20.3	12.6	5.0	4.5	-
飲食料品	446	30.7	40.8	15.0	5.4	3.8	4.0	0.2	8.1	25.1	24.2	16.1	13.9	8.3	2.9	1.3	-
繊維・織物/アパレル	105	41.9	38.1	11.4	1.9	1.0	5.7	-	20.0	28.6	15.2	17.1	11.4	6.7	-	1.0	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	57	26.3	40.4	14.0	3.5	5.3	10.5	-	10.5	19.3	10.5	17.5	17.5	15.8	3.5	5.3	-
化学	95	11.6	20.0	21.1	5.3	8.4	33.7	-	4.2	5.3	14.7	11.6	30.5	17.9	8.4	7.4	-
医薬品・化粧品	70	17.1	30.0	27.1	7.1	5.7	12.9	-	7.1	7.1	15.7	12.9	27.1	22.9	-	7.1	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	93	14.0	41.9	19.4	11.8	4.3	8.6	-	5.4	18.3	12.9	21.5	25.8	10.8	2.2	3.2	-
窯業・土石	35	17.1	40.0	17.1	8.6	5.7	11.4	-	11.4	22.9	8.6	17.1	31.4	5.7	2.9	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	176	20.5	39.2	18.2	3.4	4.0	14.8	-	3.4	10.2	18.8	23.9	24.4	8.0	7.4	4.0	-
一般機械	158	10.1	30.4	24.1	6.3	7.6	21.5	-	4.4	9.5	13.9	15.2	31.0	14.6	7.0	4.4	-
電気機械	89	20.2	22.5	21.3	4.5	6.7	24.7	-	4.5	15.7	19.1	13.5	11.2	22.5	3.4	10.1	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	63	11.1	36.5	12.7	1.6	11.1	27.0	-	3.2	17.5	19.0	12.7	20.6	9.5	6.3	11.1	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	98	10.2	19.4	17.3	5.1	15.3	32.7	-	-	7.1	11.2	9.2	20.4	27.6	10.2	14.3	-
精密機器	61	18.0	26.2	21.3	3.3	13.1	18.0	-	3.3	23.0	8.2	13.1	23.0	9.8	13.1	6.6	-
その他の製造業	202	19.3	38.6	16.3	5.9	6.4	13.4	-	9.9	12.4	26.2	10.9	18.8	13.4	5.9	2.5	-
非製造業	1,447	27.6	30.9	14.9	5.0	6.7	14.8	0.1	16.4	22.1	17.1	10.3	13.3	11.1	6.6	3.1	-
商社・卸売	681	29.1	36.0	16.3	4.4	6.9	7.3	-	18.8	27.6	18.6	11.9	12.6	7.9	1.6	0.9	-
小売	123	42.3	26.8	12.2	1.6	6.5	10.6	-	20.3	25.2	19.5	6.5	8.9	8.9	7.3	3.3	-
建設	110	9.1	32.7	13.6	6.4	9.1	29.1	-	2.7	10.9	14.5	12.7	17.3	20.9	13.6	7.3	-
運輸	76	15.8	18.4	22.4	11.8	11.8	19.7	-	7.9	6.6	14.5	6.6	26.3	26.3	7.9	3.9	-
金融・保険	72	-	1.4	2.8	-	5.6	90.3	-	-	1.4	1.4	2.8	2.8	22.2	54.2	15.3	-
通信・情報/ソフトウェア	97	28.9	32.0	14.4	10.3	9.3	4.1	1.0	17.5	26.8	18.6	11.3	12.4	7.2	4.1	2.1	-
専門サービス	81	40.7	23.5	18.5	7.4	6.2	2.5	1.2	34.6	21.0	11.1	8.6	14.8	8.6	1.2	-	-
その他の非製造業	207	31.9	32.9	12.6	4.3	2.4	15.9	-	14.5	19.3	19.8	10.1	15.0	10.6	5.3	5.3	-

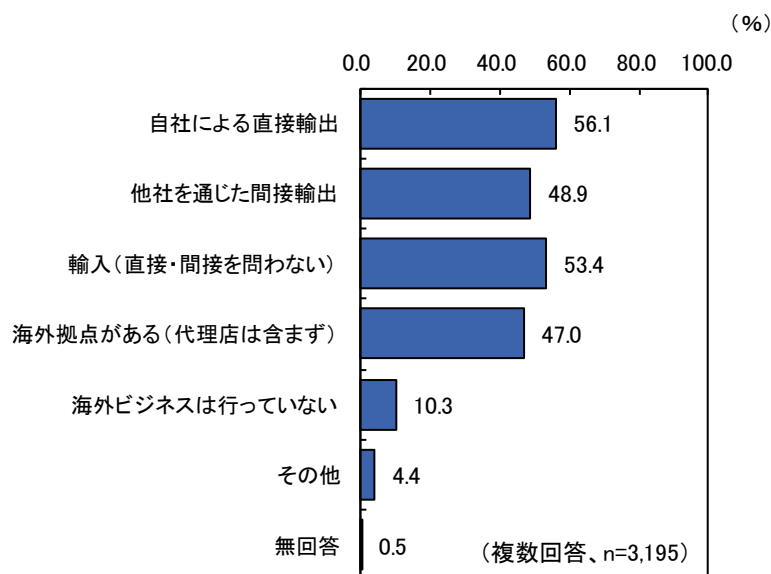


## 2. 輸出の有無

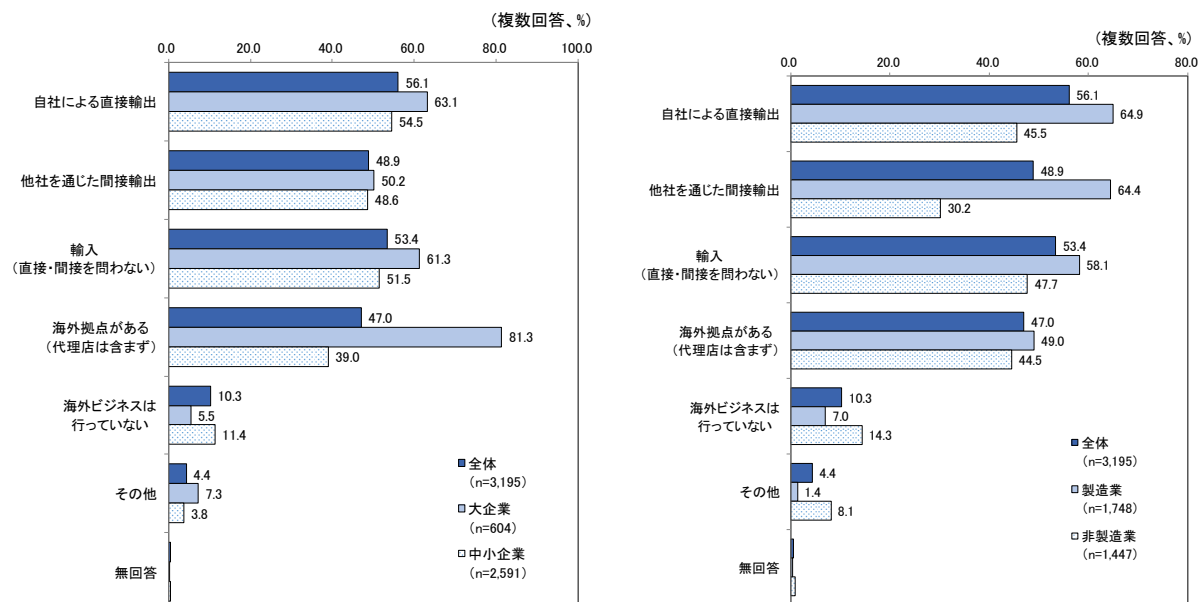
回答企業 3,195 社のうち、「日本から輸出を行っている」企業は 72.3% (2,310 社) であった。そのうち自社から「直接輸出」している企業は 56.1% (1,793 社)、「間接輸出」の企業は 48.9% (1,562 社) となっている。

輸出の有無を企業規模別に見ると、「輸出を行っている」企業の割合は「大企業」で 69.0% (417 社)、「中小企業」で 73.1% (1,893 社) となる。業種別にみると同割合は「製造業」で 84.8% (1,483 社)、「非製造業」で 57.2% (827 社) であった。

図表 I-4 現在行っている海外ビジネス（全体）



図表 I-5 現在行っている海外ビジネス（企業規模別、業種別）



図表 I-6 輸出の有無（全体、業種別、企業規模別）

(%)

	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 行っている	無回答
		輸出の み行っている			
全体 (n=3,195)	72.3	26.4	27.2	7.5	0.5
製造業 (n=1,748)	84.8	32.0	14.8	5.2	0.3
飲食料品 (n=446)	85.4	59.4	14.1	2.7	0.4
繊維・織物／アパレル (n=105)	77.1	28.6	22.9	10.5	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=57)	77.2	24.6	21.1	8.8	1.8
化学 (n=95)	89.5	14.7	9.5	3.2	1.1
医療品・化粧品 (n=70)	91.4	31.4	8.6	4.3	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=93)	81.7	17.2	17.2	7.5	1.1
窯業・土石 (n=35)	94.3	42.9	5.7	0.0	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=176)	75.6	21.0	24.4	9.1	0.0
一般機械 (n=158)	94.9	25.9	4.4	2.5	0.6
電気機械 (n=89)	88.8	18.0	11.2	3.4	0.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=63)	81.0	14.3	19.0	4.8	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=98)	83.7	19.4	16.3	6.1	0.0
精密機器 (n=61)	91.8	18.0	8.2	3.3	0.0
その他の製造業 (n=202)	83.2	24.8	16.8	7.9	0.0
非製造業 (n=1,447)	57.2	19.7	42.1	10.2	0.8
商社・卸売 (n=681)	79.9	21.0	19.8	13.4	0.3
小売 (n=123)	59.3	30.1	38.2	13.8	2.4
建設 (n=110)	44.5	20.0	54.5	5.5	0.9
運輸 (n=76)	30.3	9.2	68.4	2.6	1.3
金融・保険 (n=72)	0.0	0.0	100.0	1.4	0.0
通信・情報・ソフトウェア (n=97)	34.0	20.6	64.9	6.2	1.0
専門サービス (n=81)	30.9	13.6	69.1	16.0	0.0
その他の非製造業 (n=207)	38.6	21.7	59.9	5.8	1.4
大企業 (n=604)	69.0	10.8	30.8	3.0	0.2
大企業 (中堅企業を除く) (n=140)	70.7	9.3	28.6	3.6	0.7
中堅企業 (n=464)	68.5	11.2	31.5	2.8	0.0
中小企業 (n=2,591)	73.1	30.1	26.3	8.5	0.6
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=1,046)	74.0	20.1	25.6	7.6	0.4
小規模企業者 (n=1,545)	72.4	36.8	26.8	9.1	0.8

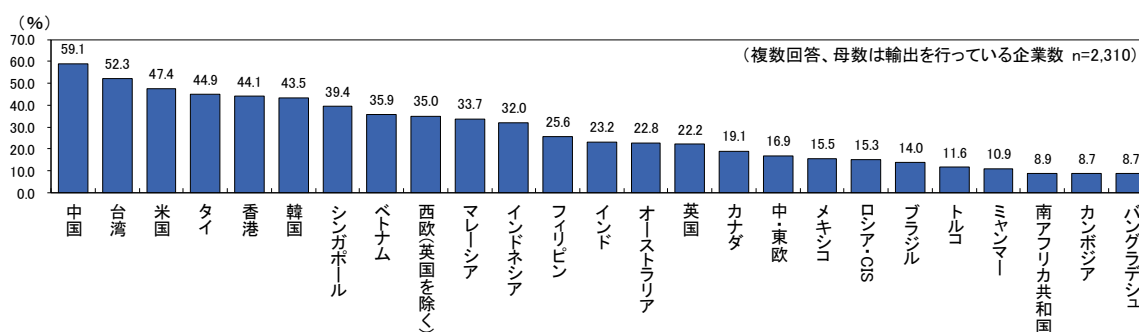
〔注〕①他社を通じた間接輸出を含む。

②「輸出のみを行っている」企業は、輸出を行っている企業から、輸入を行っていない企業を除いた数。

③「現在輸出は行っていない」企業は、母数から、輸出を行っている企業と無回答の企業とを除いた数。

輸出を行っている企業 2,310 社の輸出先の所在地は、「中国」が 59.1% (1,366 社) で最も多く、以下「台湾」が 52.3% (1,208 社)、「米国」が 47.4% (1,095 社) と続く。

図表 I-7 輸出先の所在（全体）



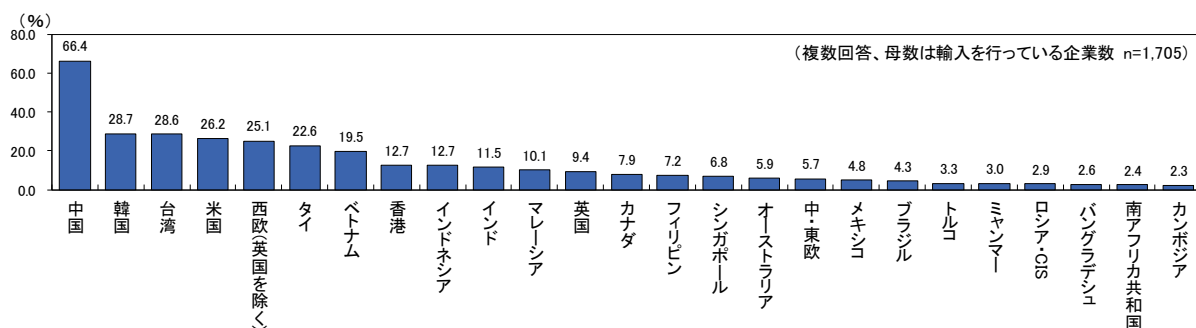
図表 I-8 地域別輸出先の所在（全体、企業規模別）

	(%)						
	全体 (n=2,310)	大企業 (n=417)	大企業 (中堅企業を 除く) (n=99)	中堅企業 (n=318)	中小企業 (n=1,893)	中小企業 (小規模企業 者を除く) (n=774)	小規模 企業者 (n=1,119)
先進国	81.9	88.7	93.9	87.1	80.3	84.5	77.5
新興国	82.4	90.6	91.9	90.3	80.6	88.0	75.5
アジア大洋州	91.9	94.0	96.0	93.4	91.4	95.1	88.9
中国	59.1	80.3	82.8	79.6	54.5	64.7	47.4
香港	44.1	56.8	68.7	53.1	41.3	46.4	37.7
台湾	52.3	73.1	79.8	71.1	47.7	56.5	41.6
ASEAN	69.4	83.0	89.9	80.8	66.5	76.0	59.9
北米・中南米	50.9	70.3	78.8	67.6	46.6	50.9	43.7
米国	47.4	68.1	77.8	65.1	42.8	47.4	39.7
欧州・ロシア	43.3	60.4	68.7	57.9	39.6	42.4	37.6
英国	22.2	39.8	54.5	35.2	18.3	20.8	16.6
西欧(英国を 除く)	35.0	52.3	64.6	48.4	31.2	34.5	28.9
中東・アフリカ	19.7	36.9	53.5	31.8	15.8	22.6	11.2
その他	15.9	24.2	38.4	19.8	14.1	15.4	13.1

〔注〕母数は、現在輸出を行っている企業。

輸入を行っている企業（直接・間接を問わない）1,705社の輸入先の所在地は、「中国」が66.4%（1,132社）で最も多く、以下「韓国」が28.7%（489社）、「台湾」が28.6%（488社）、「米国」が26.2%（446社）と続く。

図表 I-9 輸入先の所在（全体）



### 3. 海外拠点の有無

回答企業 3,195 社のうち、海外に拠点がある企業は 47.0% (1,501 社) である。

規模別に見ると、海外に拠点を持つ企業は「大企業」では 81.3% (491 社)、「中小企業」では 39.0% (1,010 社) である。業種別では、海外に拠点を持つ企業は「製造業」で 49.0% (857 社)、「非製造業」で 44.5% (644 社) である。

特に「自動車／自動車部品／その他輸送機器」は、海外に拠点を有している比率が 77.6% (76 社) と高い。以降、「精密機器」が 73.8% (45 社)、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」が 66.7% (42 社) と続く。

図表 I-10 海外拠点の有無 (全体、業種別、企業規模別)

	(%)		
	海外拠点あり	海外拠点なし	無回答
全体 (n=3,195)	47.0	52.5	0.5
製造業 (n=1,748)	49.0	50.6	0.3
飲食料品 (n=446)	21.5	78.0	0.4
繊維・織物／アパレル (n=105)	48.6	51.4	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=57)	35.1	63.2	1.8
化学 (n=95)	64.2	34.7	1.1
医療品・化粧品 (n=70)	51.4	48.6	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=93)	61.3	37.6	1.1
窯業・土石 (n=35)	54.3	45.7	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=176)	58.0	42.0	0.0
一般機械 (n=158)	58.9	40.5	0.6
電気機械 (n=89)	60.7	39.3	0.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=63)	66.7	33.3	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=98)	77.6	22.4	0.0
精密機器 (n=61)	73.8	26.2	0.0
その他の製造業 (n=202)	52.0	48.0	0.0
非製造業 (n=1,447)	44.5	54.7	0.8
商社・卸売 (n=681)	45.4	54.3	0.3
小売 (n=123)	32.5	65.0	2.4
建設 (n=110)	56.4	42.7	0.9
運輸 (n=76)	55.3	43.4	1.3
金融・保険 (n=72)	52.8	47.2	0.0
通信・情報・ソフトウェア (n=97)	39.2	59.8	1.0
専門サービス (n=81)	45.7	54.3	0.0
その他の非製造業 (n=207)	37.7	60.9	1.4
大企業 (n=604)	81.3	18.5	0.2
大企業 (中堅企業を除く) (n=140)	92.9	6.4	0.7
中堅企業 (n=464)	77.8	22.2	0.0
中小企業 (n=2,591)	39.0	60.4	0.6
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=1,046)	50.9	48.8	0.4
小規模企業者 (n=1,545)	30.9	68.3	0.8

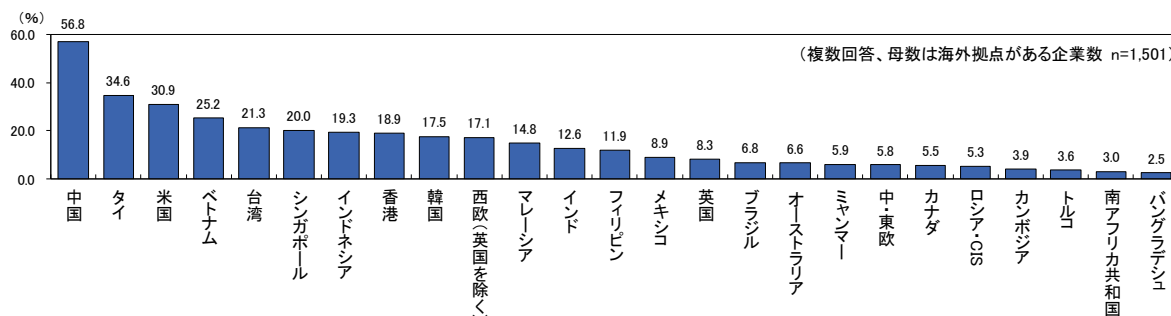
[注] 代理店は海外拠点に含まない。

#### 4. 海外拠点の設置状況（所在と機能）

海外に拠点を持つ企業 1,501 社の拠点所在地は、中国が 56.8%（853 社）で最も多く、以下タイ 34.6%（519 社）、米国 30.9%（464 社）と続く（同一国に複数の拠点があったとしても拠点数は1つとカウント）。

また、拠点を機能別に見ると「販売拠点」が 65.3%（980 社）と最も多く、次いで「生産拠点」が 49.3%（740 社）である。

図表 I-11 海外拠点の所在（全体）

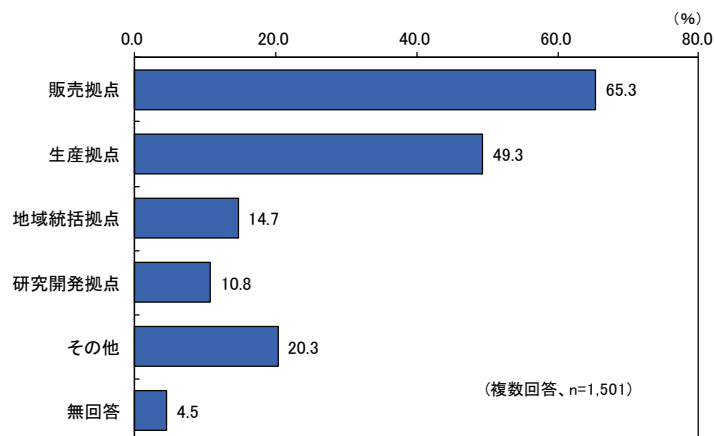


図表 I-12 地域別海外拠点の所在（全体、企業規模別）

	割合 (%)						
	全体 (n=1,501)	大企業 (n=491)	大企業 (中堅企業を 除く) (n=130)	中堅企業 (n=361)	中小企業 (n=1,010)	中小企業 (小規模企業 者を除く) (n=532)	小規模 企業者 (n=478)
先進国	55.6	72.7	88.5	67.0	47.2	50.9	43.1
新興国	83.5	94.1	98.5	92.5	78.4	78.4	78.5
アジア大洋州	89.6	96.1	99.2	95.0	86.4	86.1	86.8
中国	56.8	77.4	90.0	72.9	46.8	50.4	42.9
香港	18.9	30.3	55.4	21.3	13.4	13.0	13.8
台湾	21.3	33.8	58.5	24.9	15.1	15.8	14.4
ASEAN	61.2	78.4	90.8	74.0	52.8	54.3	51.0
北米・中南米	33.0	53.0	72.3	46.0	23.4	29.1	16.9
米国	30.9	49.9	69.2	42.9	21.7	26.9	15.9
欧州・ロシア	21.3	36.7	60.8	28.0	13.9	16.5	10.9
英国	8.3	18.9	45.4	9.4	3.1	3.0	3.1
西欧(英国を除く)	17.1	31.8	56.9	22.7	9.9	12.8	6.7
中東・アフリカ	7.5	14.9	36.2	7.2	3.9	3.4	4.4

〔注〕母数は、現在海外拠点がある企業。

図表 I-13 海外拠点の機能（全体）



〔注〕母数は、現在海外拠点がある企業。

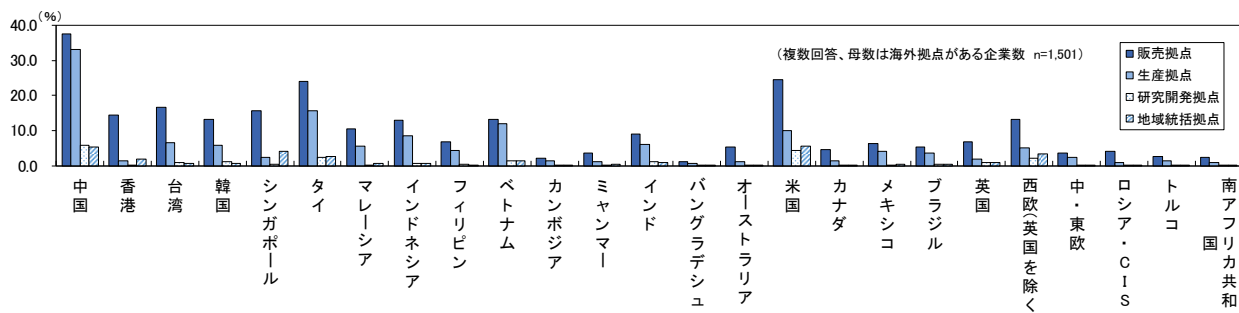
図表 I-14 海外拠点の機能（全体、業種別、企業規模別）

	販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	地域統括拠点	その他	無回答
全体 (n=1,501)	65.3	49.3	10.8	14.7	20.3	4.5
製造業 (n=857)	70.8	68.0	12.6	14.9	12.4	4.0
飲食料品 (n=96)	71.9	46.9	10.4	7.3	12.5	5.2
繊維・織物／アパレル (n=51)	47.1	76.5	9.8	5.9	5.9	3.9
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=20)	50.0	60.0	-	15.0	10.0	10.0
化学 (n=61)	83.6	73.8	24.6	16.4	11.5	8.2
医療品・化粧品 (n=36)	69.4	55.6	16.7	16.7	27.8	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=57)	66.7	71.9	10.5	12.3	10.5	5.3
窯業・土石 (n=19)	89.5	57.9	10.5	10.5	5.3	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=102)	61.8	74.5	3.9	11.8	9.8	1.0
一般機械 (n=93)	77.4	77.4	10.8	17.2	10.8	3.2
電気機械 (n=54)	72.2	55.6	11.1	25.9	7.4	7.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=42)	66.7	73.8	16.7	21.4	23.8	7.1
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=76)	67.1	86.8	26.3	23.7	15.8	2.6
精密機器 (n=45)	77.8	62.2	15.6	13.3	13.3	2.2
その他の製造業 (n=105)	81.0	63.8	9.5	14.3	12.4	2.9
非製造業 (n=644)	57.9	24.4	8.4	14.3	30.9	5.3
商社・卸売 (n=309)	69.9	30.7	6.1	12.0	18.1	6.8
小売 (n=40)	80.0	22.5	7.5	17.5	20.0	5.0
建設 (n=62)	53.2	33.9	6.5	29.0	46.8	1.6
運輸 (n=42)	23.8	4.8	7.1	16.7	69.0	2.4
金融・保険 (n=38)	7.9	-	-	10.5	89.5	2.6
通信・情報・ソフトウェア (n=38)	63.2	26.3	39.5	7.9	15.8	7.9
専門サービス (n=37)	32.4	16.2	18.9	24.3	35.1	5.4
その他の非製造業 (n=78)	55.1	17.9	3.8	9.0	30.8	3.8
大企業 (n=491)	72.5	56.6	16.1	24.2	30.8	2.2
大企業 (中堅企業を除く) (n=130)	80.0	66.9	30.8	46.9	32.3	0.8
中堅企業 (n=361)	69.8	52.9	10.8	16.1	30.2	2.8
中小企業 (n=1,010)	61.8	45.7	8.2	10.0	15.2	5.6
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=532)	64.5	44.2	9.6	11.8	16.4	6.6
小規模企業者 (n=478)	58.8	47.5	6.7	7.9	14.0	4.6

〔注〕 代理店は海外拠点に含まない。

国・地域別では、中国には 565 社（海外に拠点を所有している企業 1,501 社の 37.6%）が「販売拠点」を有し、495 社（同 33.0%）が「生産拠点」を有する。米国には 366 社（同 24.4%）が「販売拠点」、150 社（同 10.0%）が「生産拠点」を有している。海外に「販売拠点」がある企業の拠点所在国は、中国、米国、タイの順に高く、「生産拠点」の拠点所在国は、中国、タイ、ベトナムの順となっている。「研究開発拠点」の拠点所在国は中国、米国、タイの順となる。

図表 I-15 海外拠点の所在と機能（国・地域別）



図表 I-16 海外拠点の所在と機能（国・地域別）

（複数回答、%）

	全体					
	販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	地域統括拠点	その他	
全体	100.0	65.3	49.3	10.8	14.7	20.3
中国	56.8	37.6	33.0	5.8	5.3	7.3
香港	18.9	14.4	1.3	0.1	1.8	3.7
台湾	21.3	16.7	6.6	0.9	0.7	2.3
韓国	17.5	13.3	5.9	1.1	0.7	2.1
シンガポール	20.0	15.7	2.3	0.4	4.1	2.6
タイ	34.6	23.9	15.7	2.5	2.7	5.1
マレーシア	14.8	10.5	5.5	0.3	0.7	1.9
インドネシア	19.3	13.0	8.5	0.7	0.7	3.4
フィリピン	11.9	6.9	4.4	0.4	0.2	2.5
ベトナム	25.2	13.2	11.9	1.3	1.3	5.0
カンボジア	3.9	2.2	1.3	0.1	0.1	1.1
ミャンマー	5.9	3.5	1.2	0.1	0.4	1.8
インド	12.6	8.9	6.0	1.1	0.9	1.8
バングラデシュ	2.5	1.1	0.7	0.1	0.2	0.7
オーストラリア	6.6	5.4	1.1	0.3	0.1	0.9
米国	30.9	24.4	10.0	4.3	5.7	4.2
カナダ	5.5	4.7	1.5	0.2	0.1	0.4
メキシコ	8.9	6.4	4.2	0.2	0.5	1.1
ブラジル	6.8	5.3	3.5	0.5	0.5	0.8
英国	8.3	6.7	1.9	0.8	0.9	1.3
西欧(英国を除く)	17.1	13.2	5.1	2.1	3.4	2.2
中・東欧	5.8	3.7	2.5	0.3	0.3	0.8
ロシア・CIS	5.3	4.1	1.0	0.1	0.3	0.9
トルコ	3.6	2.7	1.5	0.1	0.2	0.4
南アフリカ共和国	3.0	2.3	0.9	0.1	0.3	0.6

〔注〕母数は、現在海外拠点がある企業。

図表 I-17 海外拠点の所在（国別ランキング）

（社）

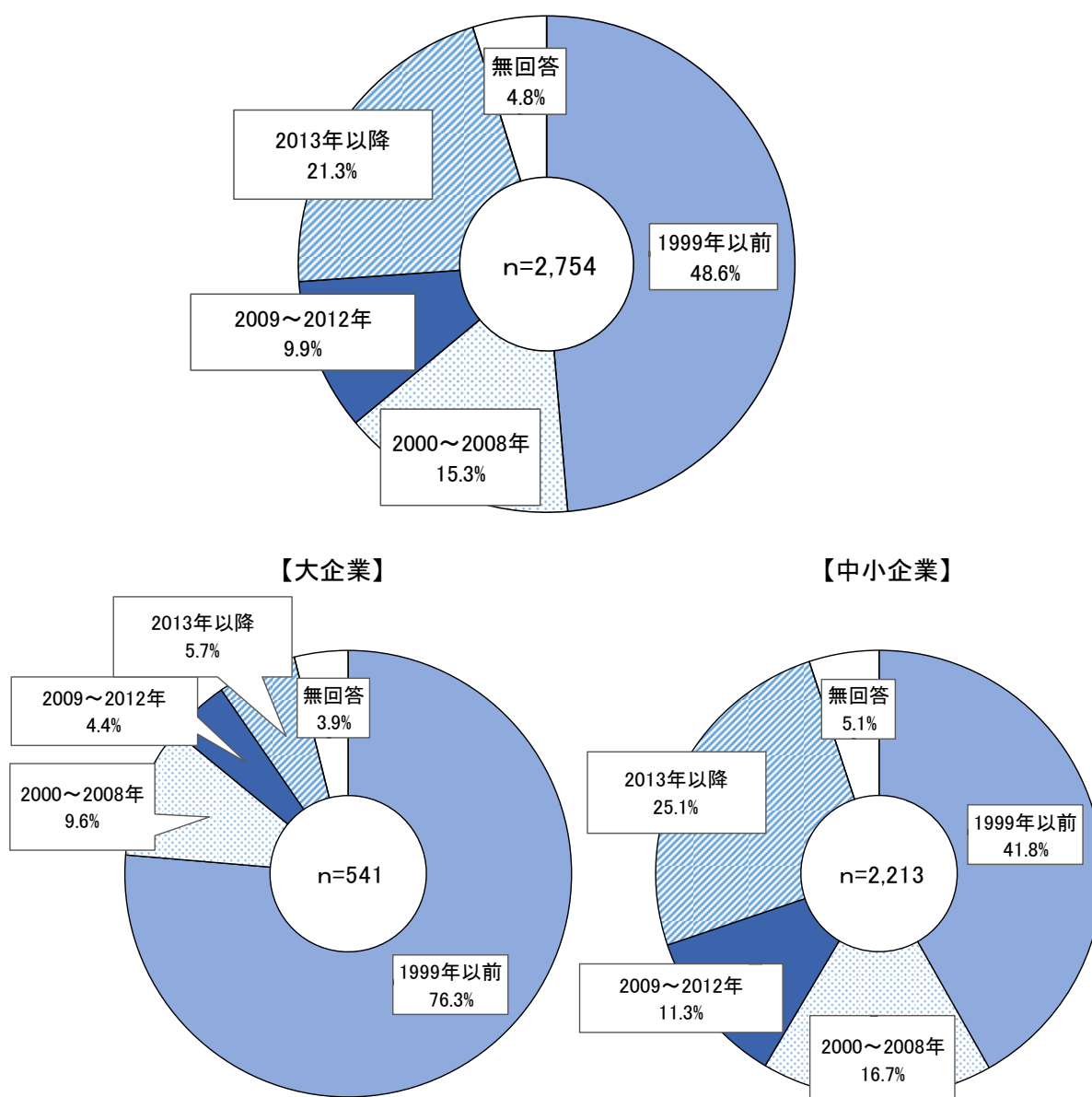
販売		生産		研究開発		地域統括		その他						
1	中国	565	1	中国	495	1	中国	87	1	米国	86	1	中国	109
2	米国	366	2	タイ	236	2	米国	64	2	中国	79	2	タイ	76
3	タイ	358	3	ベトナム	178	3	タイ	38	3	シンガポール	62	3	ベトナム	75
4	台湾	251	4	米国	150	4	西欧(英国を除く)	32	4	西欧(英国を除く)	51	4	米国	63
5	シンガポール	236	5	インドネシア	127	5	ベトナム	20	5	タイ	41	5	香港	55
6	香港	216	6	台湾	99	6	韓国	17	6	香港	27	6	インドネシア	51
7	韓国	199	7	インド	90	7	インド	16	7	ベトナム	20	7	シンガポール	39
8	ベトナム	198	8	韓国	89	8	台湾	13	8	インド	14	8	フィリピン	38
8	西欧(英国を除く)	198	9	マレーシア	83	9	英国	12	8	英国	14	9	台湾	34
10	インドネシア	195	10	西欧(英国を除く)	76	10	インドネシア	10	10	韓国	11	10	西欧(英国を除く)	33

## 5. 海外ビジネスの開始時期

海外ビジネスを行っていると回答した企業（2,754社）に対し、海外ビジネスを開始した時期を尋ねたところ、「1999年以前」が1,338社（48.6%）で最も多く、次いで「2013年以降」が587社（21.3%）となった。企業規模別にみると、大企業は「1999年以前」が76.3%を占めた一方で、中小企業は「1999年以前」（41.8%）、「2013年以降」（25.1%）、「2000～2008年」（16.7%）と海外ビジネスの開始時期が分かれた。

業種別に見ると、「1999年以前」がほとんどであるが、専門サービス（26社、45.6%）、通信・情報・ソフトウェア（24社、43.6%）、その他の非製造業（54社、42.9%）、小売（38社、39.6%）では「2013年以降（2012年末の円安への反転以降）」が最も高くなっている。

図表 I-18 海外ビジネスの開始時期（全体・企業規模別）  
【全体】



〔注〕①本設問は回答者が海外ビジネス開始時期を「1999年以前」、「2000～2008年（リーマンショック前）」、「2009～2012年（リーマンショック後、円高基調〔80～90円/ドル〕の時期）」、「2013年以降（2012年末の円安への反転以降）」の4つの選択肢から回答する方式とした。②母数は、回答企業総数のうち、輸出、輸入、海外進出（海外拠点を有する）のいずれかを行っている企業。



図表 I-19 海外ビジネスの開始時期（業種別、企業規模別）

(%)

	社数	1999年以前	2000～2008年 (リーマンショック前)	2009～2012年 (リーマンショック後、円高基調[80～90円/ドル]の時期)	2013年以降(2012年末の円安への反転以降)	無回答
全体	2,754	48.6	15.3	9.9	21.3	4.8
製造業	1,604	52.7	15.2	9.1	19.1	3.9
飲食料品	397	34.3	15.9	12.8	32.7	4.3
繊維・織物/アパレル	94	42.6	16.0	8.5	26.6	6.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	50	36.0	28.0	8.0	24.0	4.0
化学	89	75.3	6.7	4.5	9.0	4.5
医療品・化粧品	67	55.2	19.4	7.5	16.4	1.5
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	85	55.3	21.2	10.6	10.6	2.4
窯業・土石	33	51.5	9.1	18.2	15.2	6.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	156	56.4	15.4	12.8	14.1	1.3
一般機械	155	69.7	12.3	5.8	9.0	3.2
電気機械	82	64.6	12.2	6.1	12.2	4.9
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	56	64.3	14.3	7.1	10.7	3.6
自動車/自動車部品/その他輸送機器	93	66.7	15.1	5.4	10.8	2.2
精密機器	59	62.7	13.6	11.9	5.1	6.8
その他の製造業	188	52.7	15.4	4.8	21.8	5.3
非製造業	1,150	42.9	15.5	11.1	24.4	6.1
商社・卸売	639	53.2	15.6	10.2	16.3	4.7
小売	96	16.7	17.7	19.8	39.6	6.3
建設	86	46.5	11.6	9.3	23.3	9.3
運輸	52	53.8	17.3	5.8	17.3	5.8
金融・保険	39	48.7	12.8	2.6	15.4	20.5
通信・情報・ソフトウェア	55	12.7	16.4	20.0	43.6	7.3
専門サービス	57	19.3	21.1	7.0	45.6	7.0
その他の非製造業	126	25.4	12.7	13.5	42.9	5.6

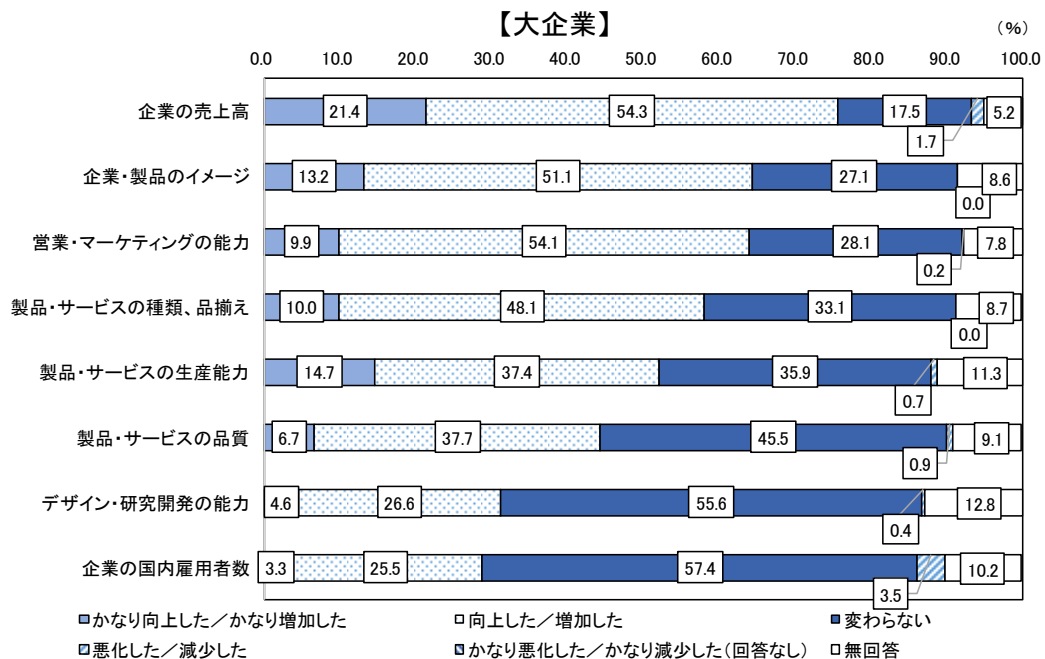
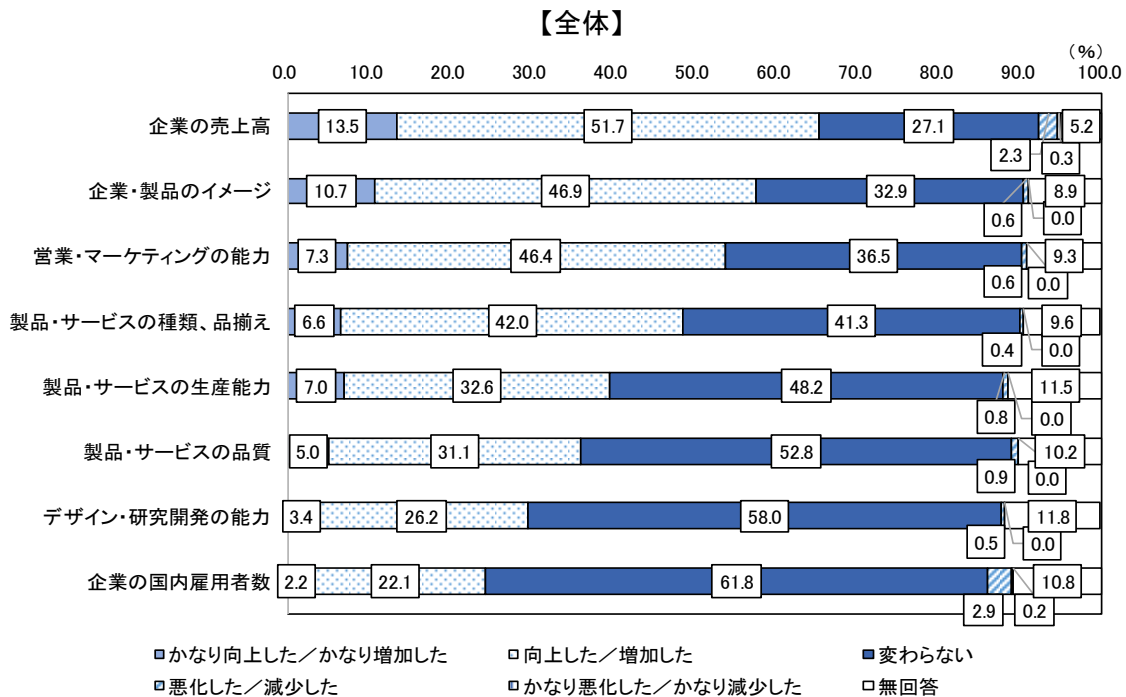
[注] ①本設問は回答者が海外ビジネス開始時期を「1999年以前」、「2000～2008年（リーマンショック前）」、「2009～2012年（リーマンショック後、円高基調 [80～90円/ドル] の時期）」、「2013年以降（2012年末の円安への反転以降）」の4つの選択肢から回答する方式とした。②母数は、回答企業総数のうち、輸出、輸入、海外進出（海外拠点を有する）のいずれかを行っている企業。③網掛けは、各業種で無回答を除き回答比率が最大の項目。

## 6. 海外ビジネスの影響

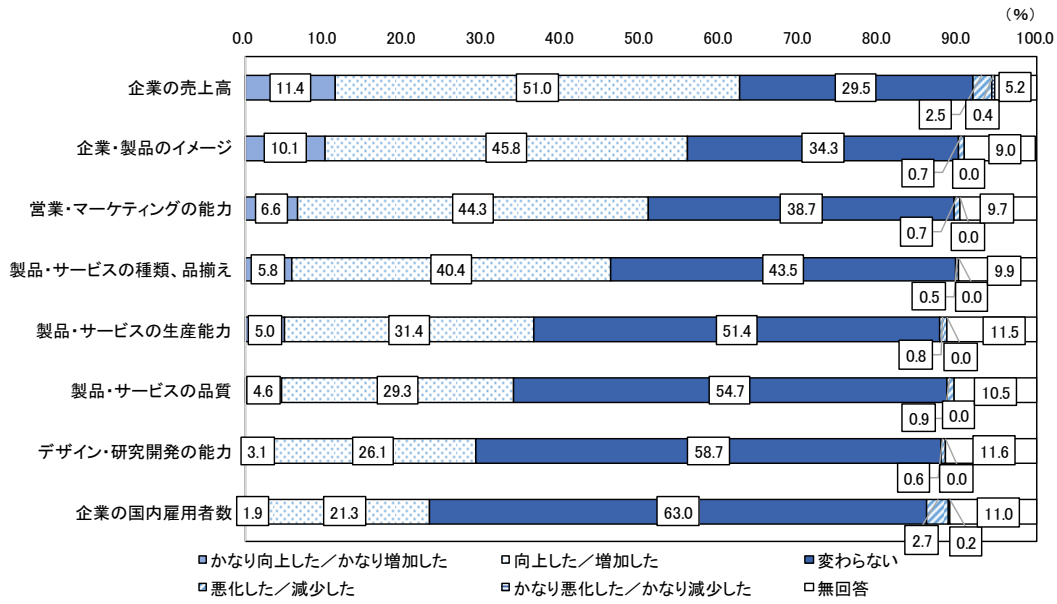
海外ビジネス（輸出、海外進出に限る）による経営への影響を尋ねたところ、「企業の売上高」において「かなり向上／増加した」および「向上／増加した」と回答した企業の比率は65.2%に及んだ。売上高への好影響を指摘する企業の比率は企業規模を問わず最多となった（大企業：75.7%、中小企業：62.4%）。一方で、「変わらない」との回答が最も多かったのは「国内雇用者数」（61.8%）であった。

海外ビジネスによる経営への影響を海外ビジネスの開始時期別にみると、「企業の売上高」や「製品・サービスの生産能力」、「製品・サービスの品質」について、開始時期が早いほど「かなり向上／増加した」あるいは「向上／増加した」の回答比率が大きくなる傾向が見られた。他方、「デザイン・研究開発の能力」や「企業の国内雇用者数」は、海外ビジネスの開始時期によって傾向に差がほとんど見られない。

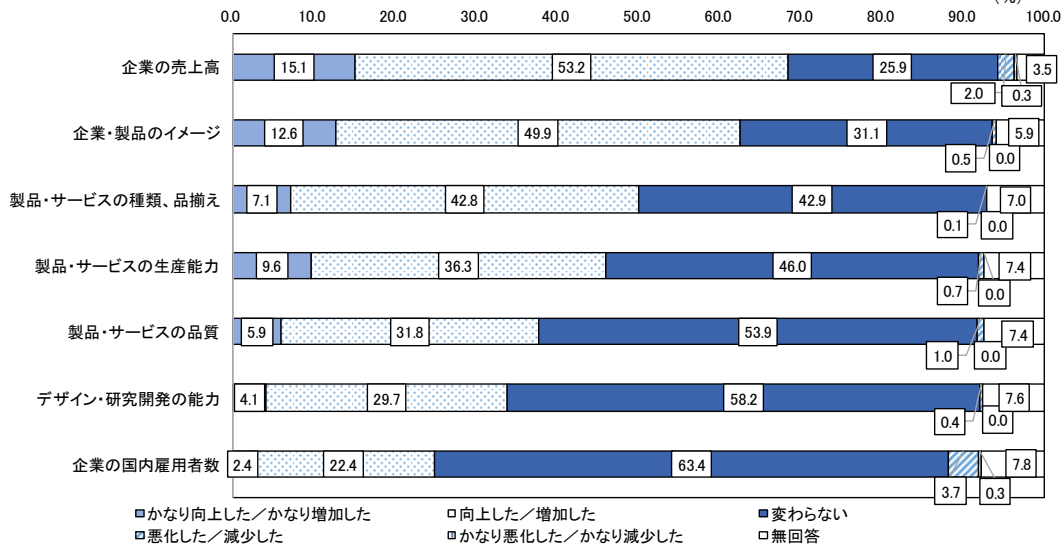
図表 I-20 海外ビジネスの影響（全体、企業規模別、業種別）



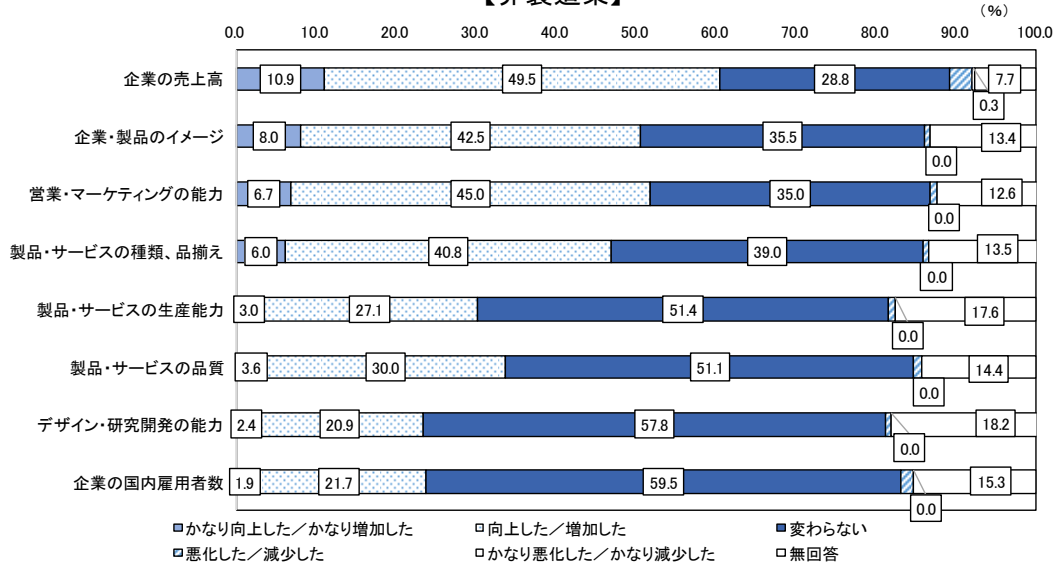
### 【中小企業】



### 【製造業】

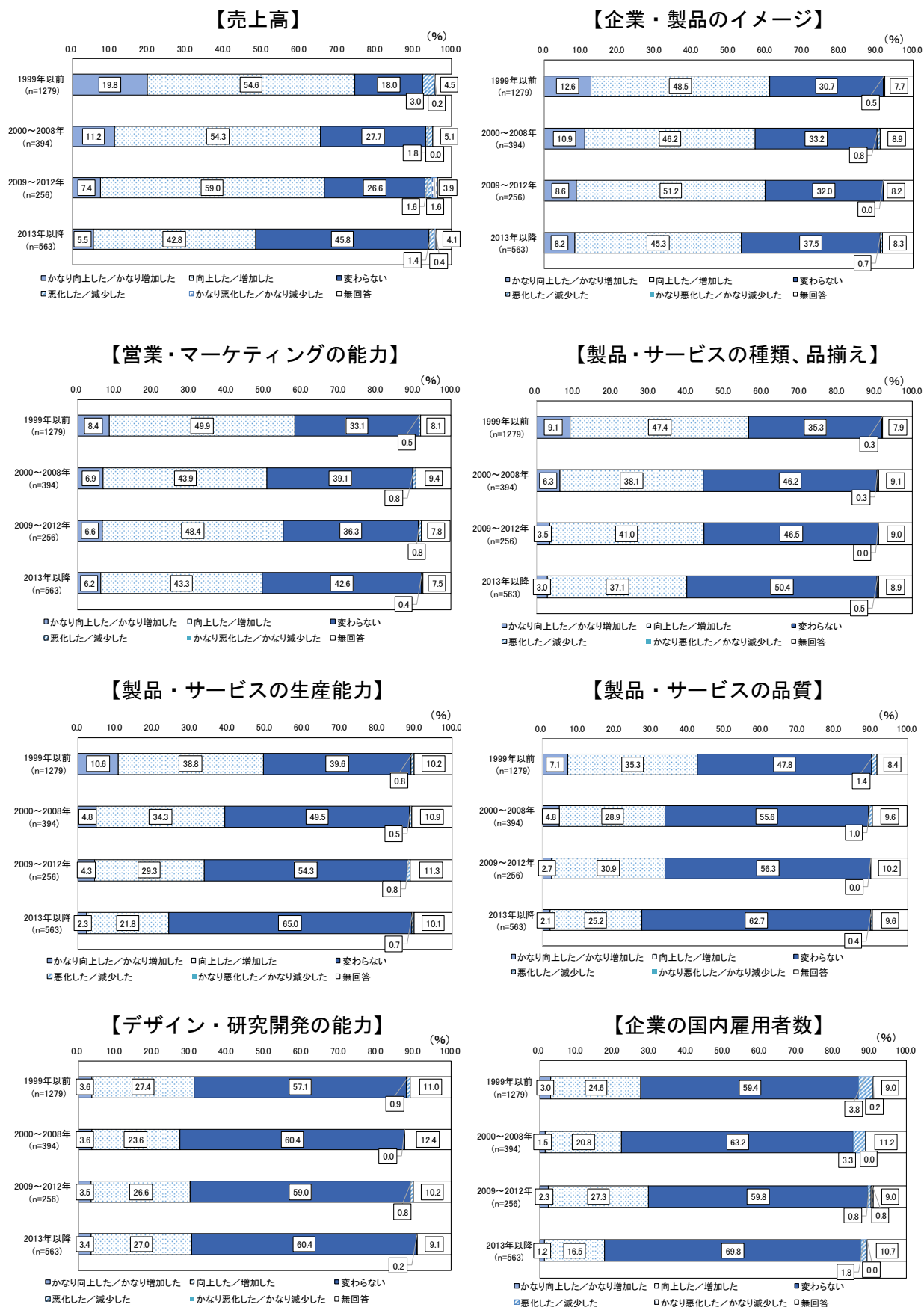


### 【非製造業】



[注] 母数は、輸出、海外進出（海外拠点を有する）のいずれかを行っている企業。

図表 I-21 海外ビジネスの影響（海外ビジネスを開始した時期別）



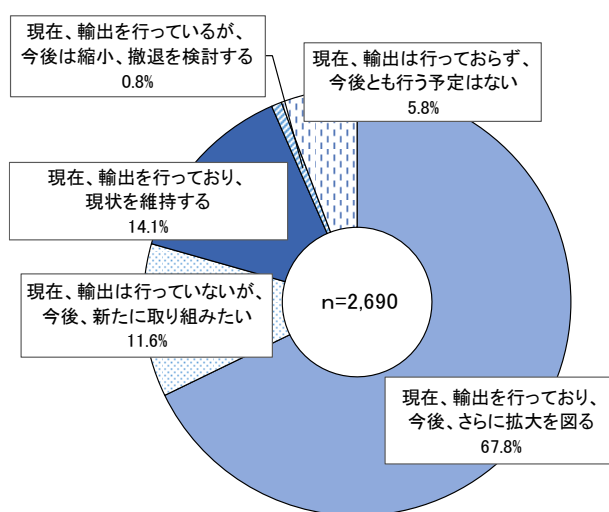
〔注〕母数は、輸出、海外進出（海外拠点を有する）のいずれかを行っている企業。

## II. 貿易・海外進出への取り組み

### 1. 今後の輸出事業方針

今後（3年程度）の輸出方針については、「さらに拡大を図る」と回答した企業が67.8%と高水準が続くものの2年連続で減少し、一服感がみられる。企業規模別では、輸出の拡大を図る企業は大企業で74.5%と前年から横ばい、中小企業では66.4%とやや縮小した。業種別では、小売、一般機械など輸出拡大意欲が増加した業種もあるが、商社・卸売などの非製造業を中心に輸出は現状を維持する企業の比率が増加した。

図表Ⅱ-1 今後(2017年度も含め3カ年程度)の輸出に関する方針(全体)



〔注〕母数は「輸出を行う業種ではない」「無回答」を除いた企業数。

図表Ⅱ-2 今後(2017年度も含め3カ年程度)の輸出に関する方針(全体、業種別)

	社数	現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る		現在、輸出は行っていないが、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、今後は縮小、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	
		FY16→FY17	FY17→FY17	FY16→FY17	FY17→FY17	FY16→FY17	FY17→FY17	FY16→FY17	FY17→FY17	FY16→FY17	FY17→FY17
全体	2,690	67.8	Δ2.3	11.6	Δ0.2	14.1	+2.5	0.8	Δ0.1	5.8	+0.2
製造業	1,664	72.5	Δ0.8	8.4	Δ0.4	13.8	+0.6	0.6	Δ0.2	4.8	+0.8
飲食料品	428	75.5	Δ0.6	9.8	Δ4.0	10.5	+4.5	0.5	Δ0.1	3.7	+0.1
繊維・織物/アパレル	99	64.6	+0.8	16.2	+0.2	12.1	+1.5	0.0	Δ2.1	7.1	Δ0.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	54	63.0	Δ13.7	16.7	+6.7	13.0	+6.3	1.9	+0.2	5.6	+0.6
化学	91	80.2	+1.6	2.2	Δ1.2	12.1	Δ5.9	2.2	+2.2	3.3	+3.3
医療品・化粧品	68	89.7	+3.3	7.4	+5.7	2.9	Δ5.5	0.0	+0.0	0.0	Δ3.4
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	88	60.2	+0.2	11.4	+4.7	20.5	Δ6.2	1.1	+0.0	6.8	+1.3
窯業・土石	32	75.0	Δ9.0	0.0	Δ4.0	21.9	+13.9	0.0	+0.0	3.1	Δ0.9
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	163	62.0	Δ1.6	8.6	Δ1.3	17.2	Δ2.0	0.6	Δ0.6	11.7	+5.5
一般機械	153	83.0	+6.0	2.6	Δ2.4	13.7	+1.5	0.0	Δ2.2	0.7	Δ2.9
電気機械	85	76.5	Δ5.4	4.7	Δ0.6	14.1	+2.4	0.0	+0.0	4.7	+3.6
情報通信機器/電子部品・デバイス	59	61.0	Δ15.5	11.9	+9.9	20.3	+6.6	1.7	+1.7	5.1	Δ2.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器	95	60.0	+1.9	6.3	+2.5	27.4	Δ6.9	0.0	Δ1.9	6.3	+4.4
精密機器	59	81.4	+3.1	3.4	Δ2.4	13.6	Δ0.9	0.0	+0.0	1.7	+0.2
その他の製造業	190	73.7	Δ2.5	9.5	Δ0.3	10.5	+1.9	1.1	+1.1	5.3	Δ0.1
非製造業	1,026	60.2	Δ4.9	16.9	+0.1	14.5	+5.6	1.1	+0.1	7.3	Δ0.8
商社・卸売	616	70.0	Δ6.1	10.4	+1.2	13.6	+6.2	0.6	Δ0.3	5.4	Δ0.9
小売	101	56.4	+10.7	20.8	Δ10.6	12.9	+4.3	3.0	Δ1.3	6.9	Δ3.1
建設	75	40.0	+0.0	25.3	+7.2	22.7	+6.3	1.3	Δ0.5	10.7	Δ13.0
運輸	20	55.0	Δ18.1	10.0	Δ1.5	25.0	+13.5	5.0	+5.0	5.0	+1.2
通信・情報・ソフトウェア	56	41.1	+0.1	39.3	+4.9	8.9	Δ4.2	0.0	+0.0	10.7	Δ0.8
専門サービス	34	41.2	Δ13.7	23.5	Δ2.3	29.4	+19.7	0.0	+0.0	5.9	Δ3.8
その他の非製造業	120	43.3	Δ4.4	30.8	Δ4.6	12.5	+1.7	1.7	+1.7	11.7	+5.5

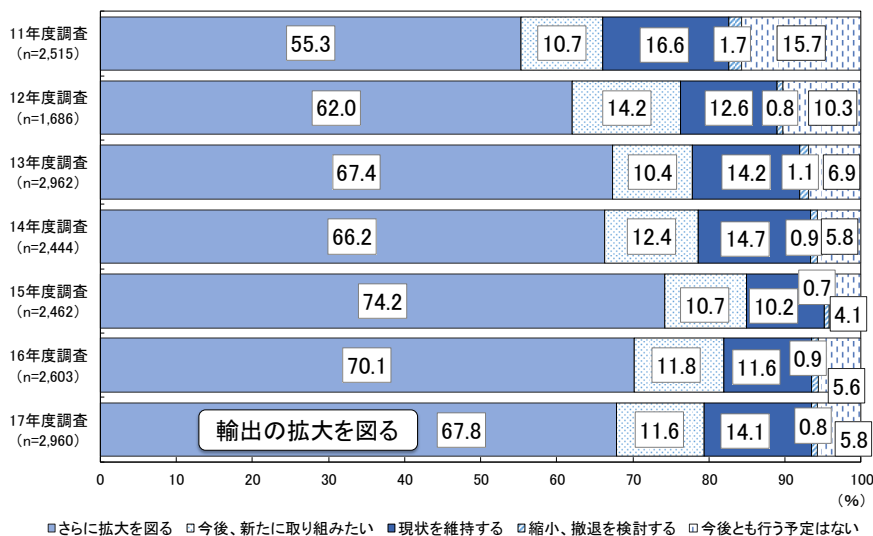
〔注〕①網掛け・太字は16年度から5%ポイント以上増加、網掛け・斜字体は5%ポイント以上減少した項目。

回答社数が10社以上の業種のみ。

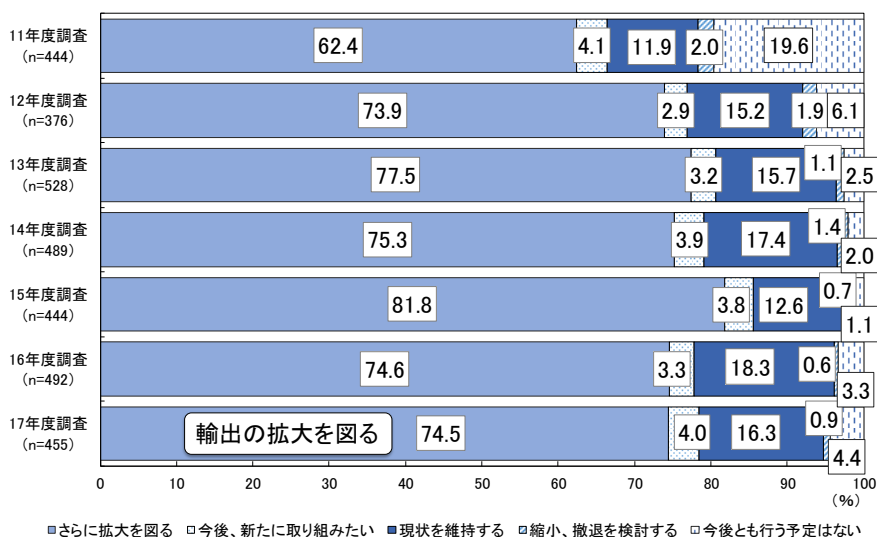
②母数は「輸出を行う業種ではない」「無回答」を除いた企業数。

図表Ⅱ-3 今後(2017年度も含め3カ年程度)の輸出に関する方針(時系列、企業規模別)

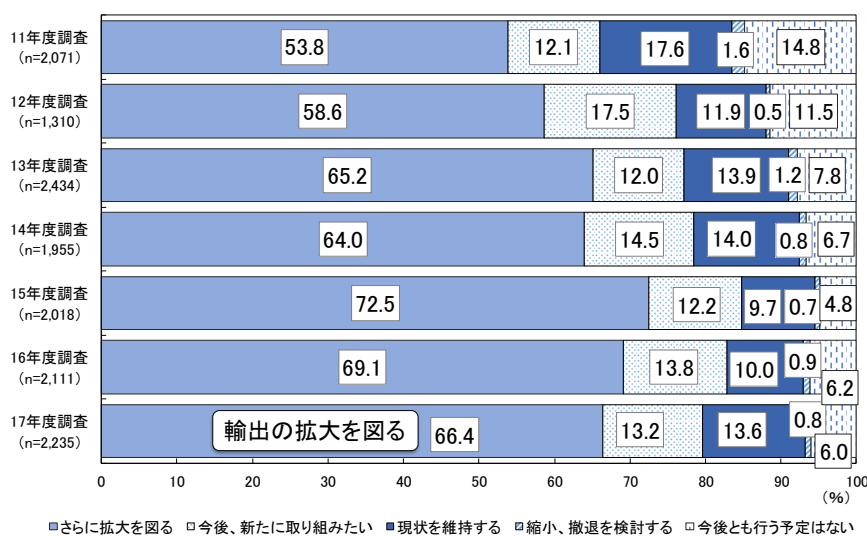
【全体】



【大企業】



【中小企業】

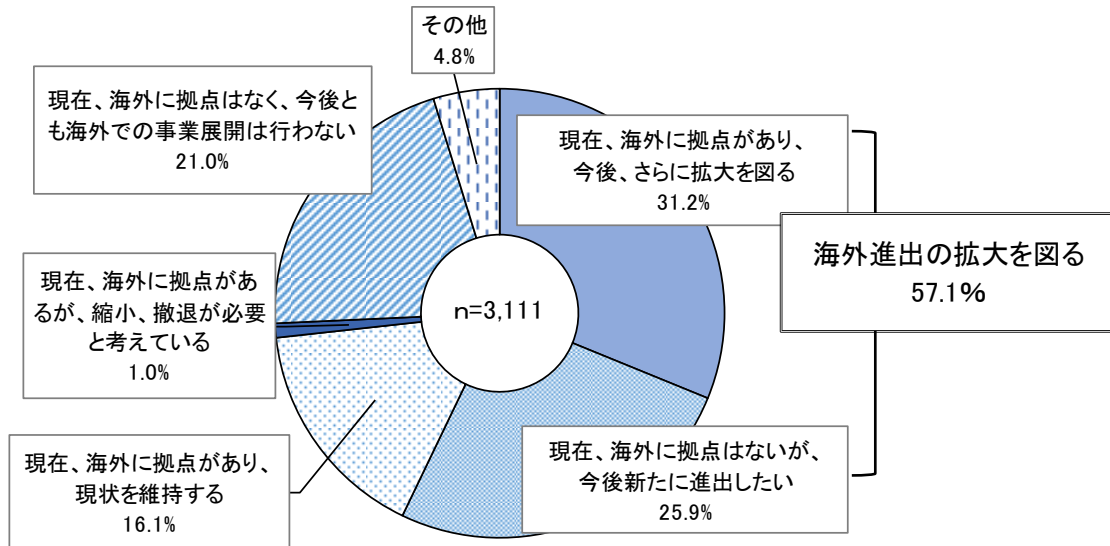


[注] 母数は「輸出を行う業種ではない」(2012年度に新設)、「無回答」を除いた企業数。

## 2. 今後の海外進出方針

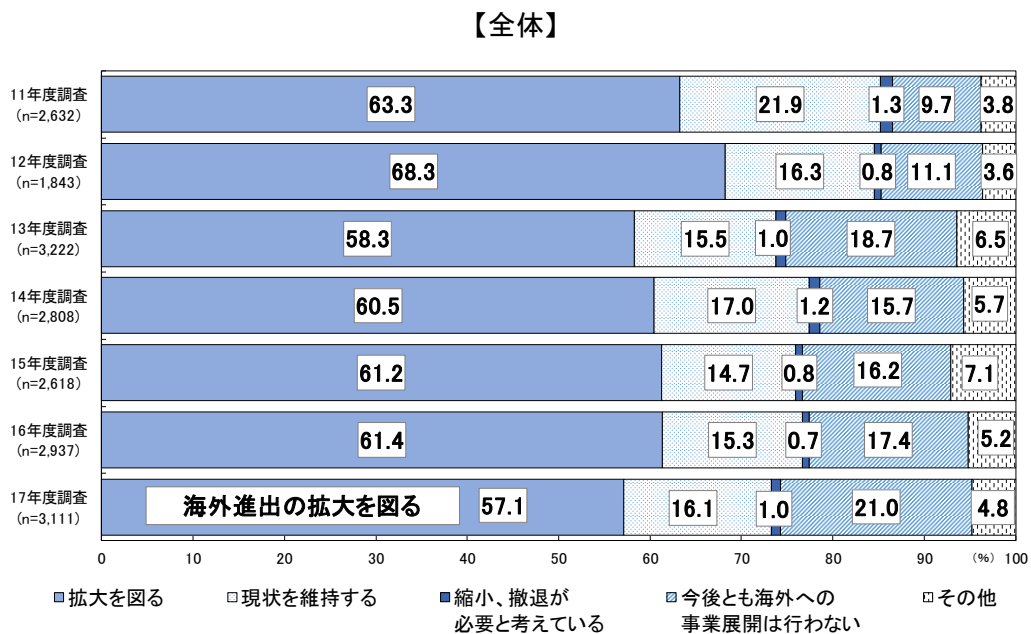
今後（3年程度）の海外進出方針では、「拡大を図る」企業の割合が57.1%と依然として過半を超えるが、前年（61.4%）から減少した。企業規模別では、大企業で61.6%、中小企業では56.1%が「拡大を図る」と回答した。業種別では、医療品・化粧品（75.0%）、窯業・土石（73.5%）、繊維・織物／アパレル（72.5%）、化学（66.3%）などで海外進出拡大意欲が高かった。

図表Ⅱ-4 今後（2017年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（全体）

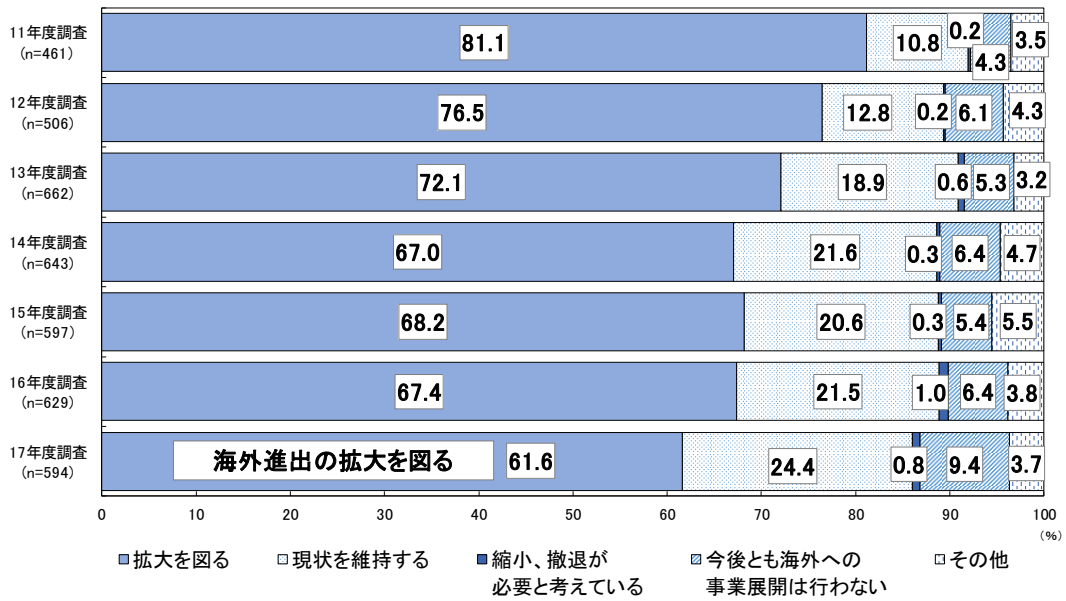


〔注〕母数は「無回答」を除いた企業数。

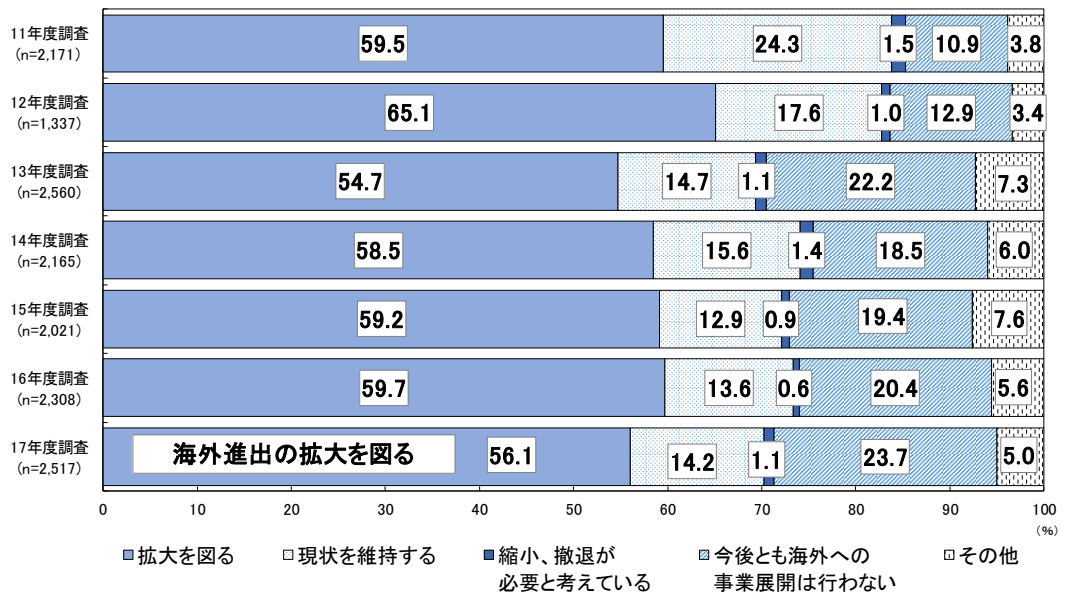
図表Ⅱ-5 今後（2017年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（時系列、企業規模別）



### 【大企業】



### 【中小企業】



[注] ①母数は「無回答」を除く企業数。②2013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。



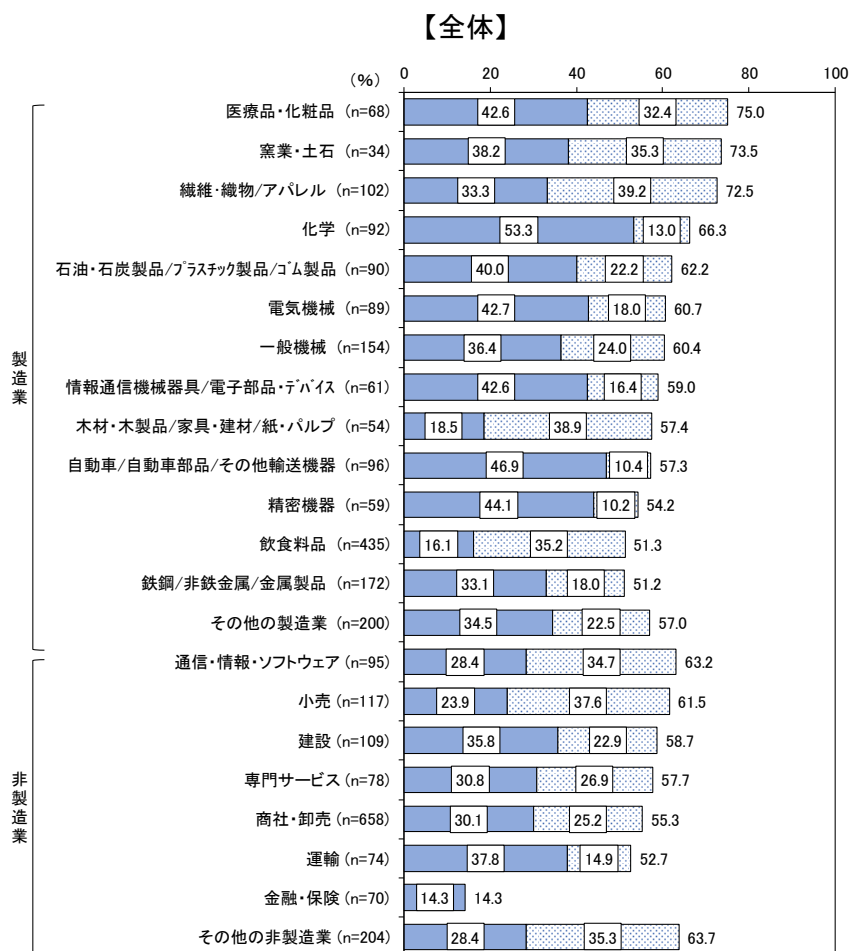
図表Ⅱ-6 今後（2017年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（業種別）

（単位：％）

	社数	現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る	現在、海外に拠点は無いが、今後新たに進出したい	現在、海外に拠点があり、現状を維持する	現在、海外に拠点があるが、縮小、撤退が必要と考えている	現在、海外に拠点は無く、今後とも海外での事業展開は行わない	その他
総計	3,111	31.2	25.9	16.1	1.0	21.0	4.8
製造業	1,706	32.7	25.5	16.6	0.9	19.8	4.5
飲食料品	435	16.1	35.2	7.8	0.5	33.8	6.7
繊維・織物/アパレル	102	33.3	39.2	13.7	1.0	8.8	3.9
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	54	18.5	38.9	18.5	1.9	20.4	1.9
化学	92	53.3	13.0	12.0	1.1	19.6	1.1
医療品・化粧品	68	42.6	32.4	10.3	-	14.7	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	90	40.0	22.2	18.9	1.1	14.4	3.3
窯業・土石	34	38.2	35.3	14.7	-	5.9	5.9
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	172	33.1	18.0	22.7	1.7	19.8	4.7
一般機械	154	36.4	24.0	22.1	1.3	9.7	6.5
電気機械	89	42.7	18.0	16.9	1.1	16.9	4.5
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	61	42.6	16.4	23.0	3.3	13.1	1.6
自動車/自動車部品/その他輸送機器	96	46.9	10.4	30.2	-	9.4	3.1
精密機器	59	44.1	10.2	30.5	-	11.9	3.4
その他の製造業	200	34.5	22.5	18.5	0.5	19.5	4.5
非製造業	1,405	29.3	26.5	15.5	1.2	22.4	5.1
商社・卸売	658	30.1	25.2	16.1	0.5	24.3	3.8
小売	117	23.9	37.6	10.3	3.4	23.1	1.7
建設	109	35.8	22.9	19.3	4.6	12.8	4.6
運輸	74	37.8	14.9	18.9	1.4	21.6	5.4
金融・保険	70	14.3	-	35.7	-	34.3	15.7
通信・情報・ソフトウェア	95	28.4	34.7	11.6	1.1	17.9	6.3
専門サービス	78	30.8	26.9	12.8	1.3	17.9	10.3
その他の非製造業	204	28.4	35.3	9.3	1.0	21.1	4.9

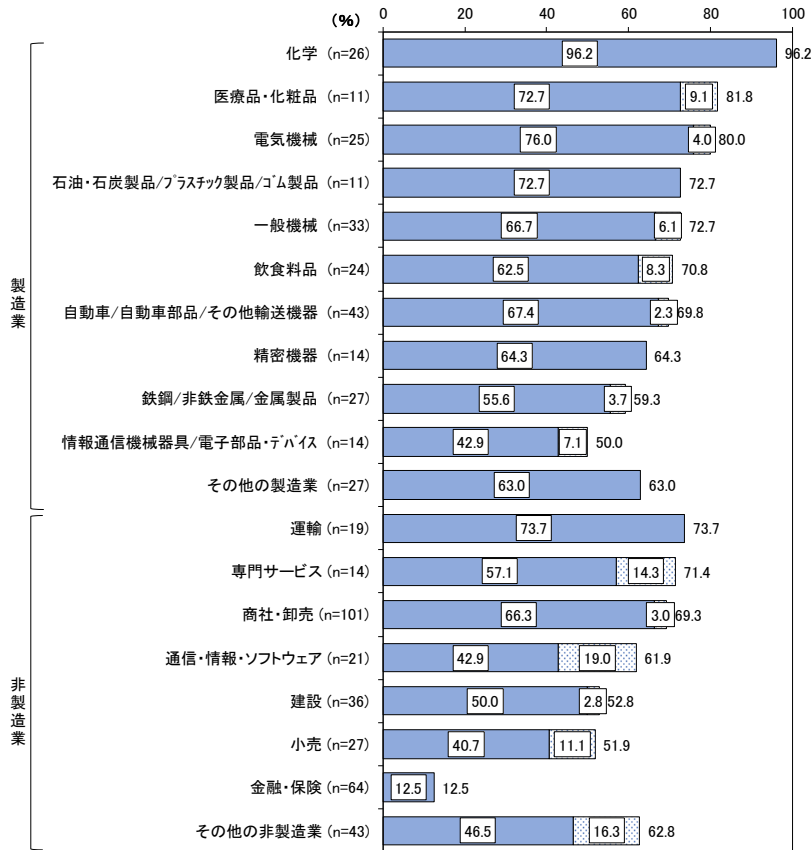
〔注〕母数は「無回答」を除く。

図表Ⅱ-7 今後（2017年度も含め3カ年度程度）、海外進出の拡大を図る企業の比率（業種別、企業規模別）



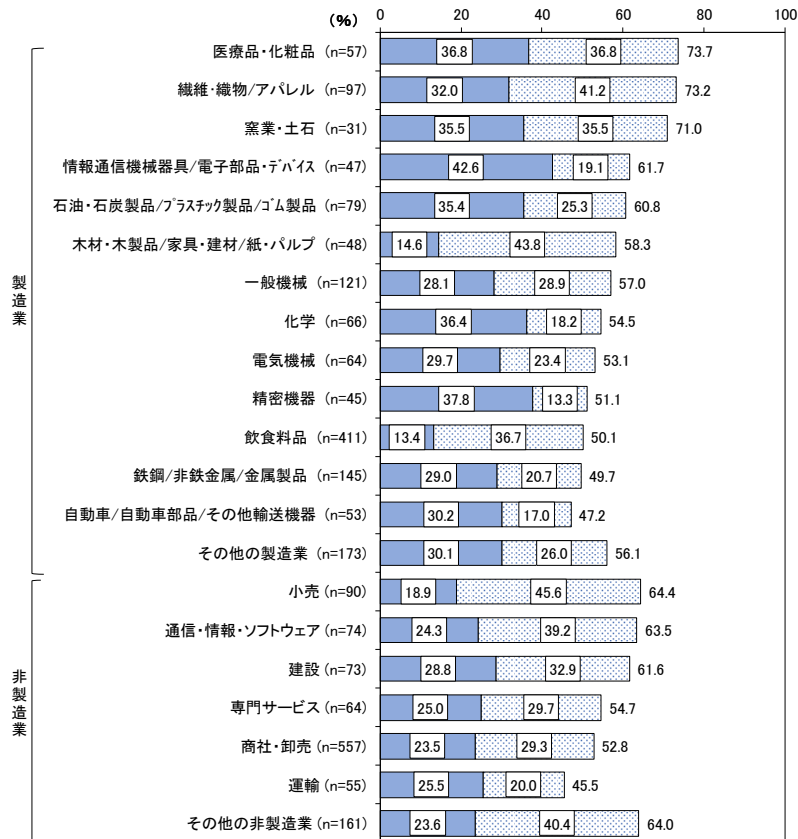
■ 現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る □ 現在、海外に拠点は無いが、今後新たに進出したい

### 【大企業】



□ 現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る □ 現在、海外に拠点はないが、今後新たに 진출したい

### 【中小企業】

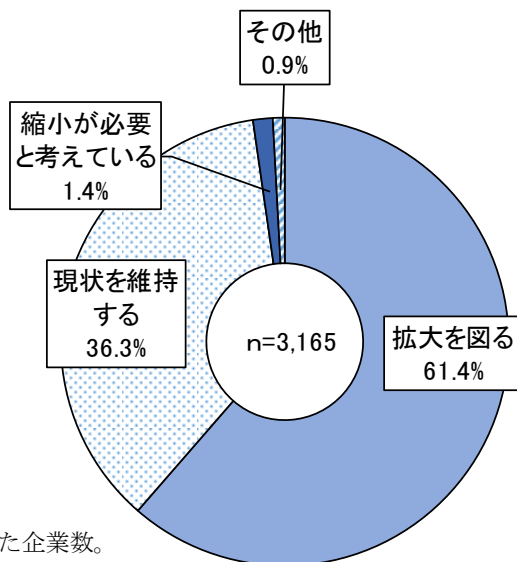


□ 現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る □ 現在、海外に拠点はないが、今後新たに 진출したい  
〔注〕母数は「無回答」を除く。10社以上の業種のみ掲載。

### 3. 今後の国内事業展開

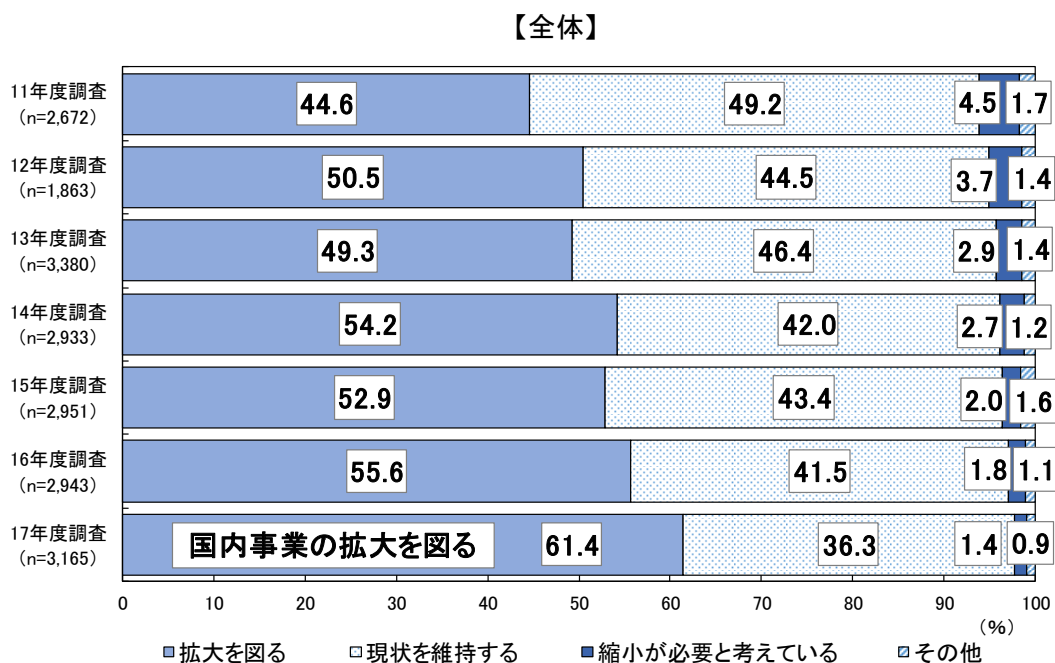
今後（3年程度）の国内事業展開方針では、「拡大を図る」企業の割合が61.4%と、比較可能な2011年度以降で初めて6割を超えた。企業規模別では、大企業（57.1%）、中小企業（62.4%）ともに「拡大を図る」企業が前年から増加し、中小企業では6割を超えた。業種別では、通信・情報・ソフトウェア（77.1%）、木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ（72.7%）、電気機械（71.9%）、医薬品・化粧品（71.4%）などで国内事業拡大意欲が高い。

図表Ⅱ-8 今後（2017年度も含め3カ年度程度）の国内事業展開（全体）

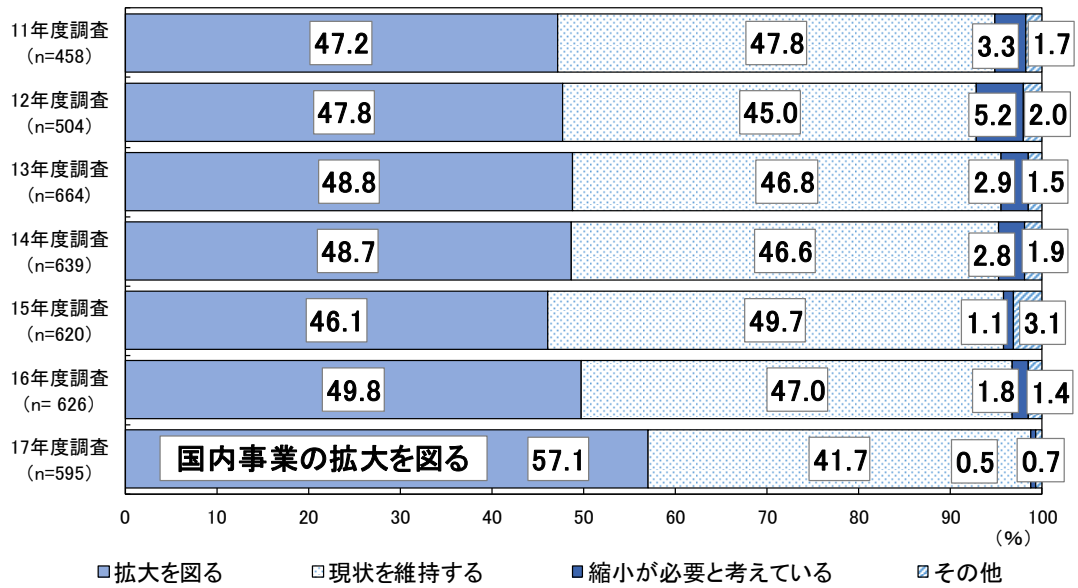


〔注〕母数は「無回答」を除いた企業数。

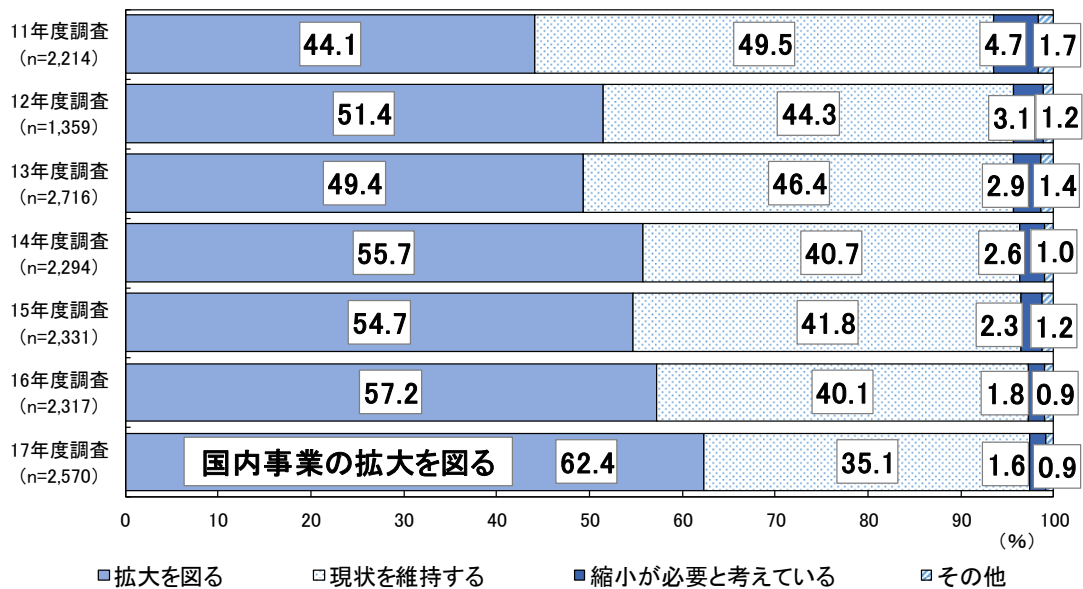
図表Ⅱ-9 今後（2017年度も含め3カ年度程度）の国内事業展開（時系列、企業規模別）



### 【大企業】



### 【中小企業】



[注] 母数は「無回答」を除いた企業数。

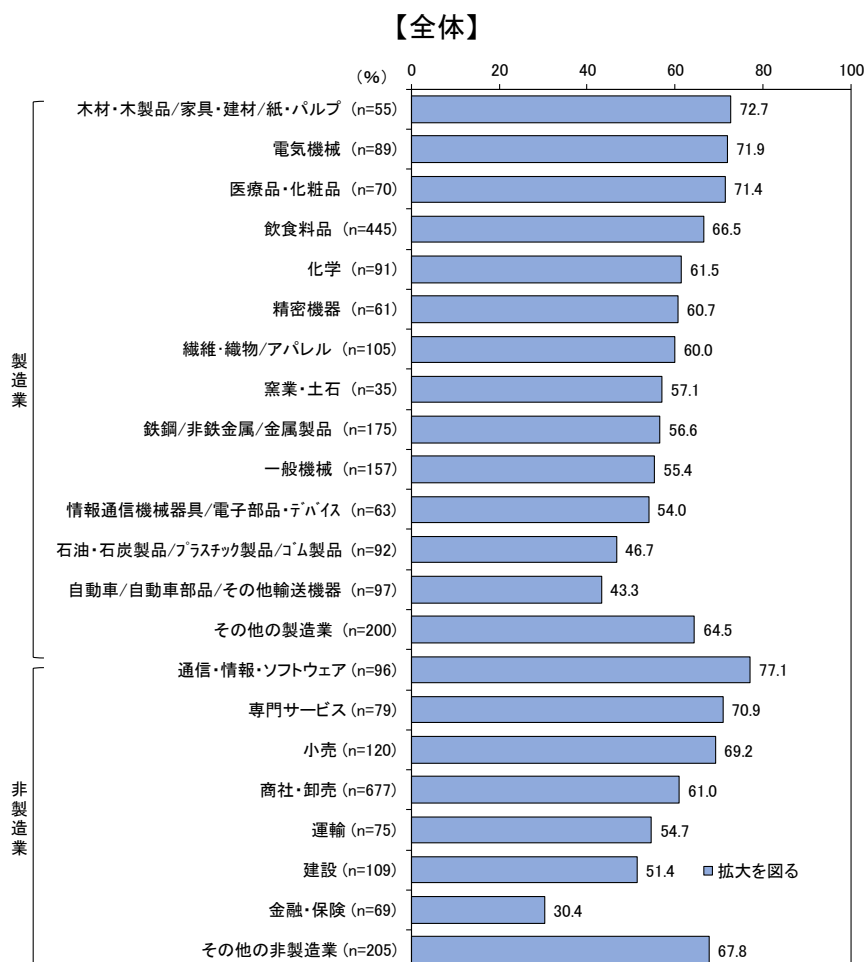
図表Ⅱ-10 今後（2017年度も含め3カ年度程度）の国内事業展開（業種別）

(単位:%)

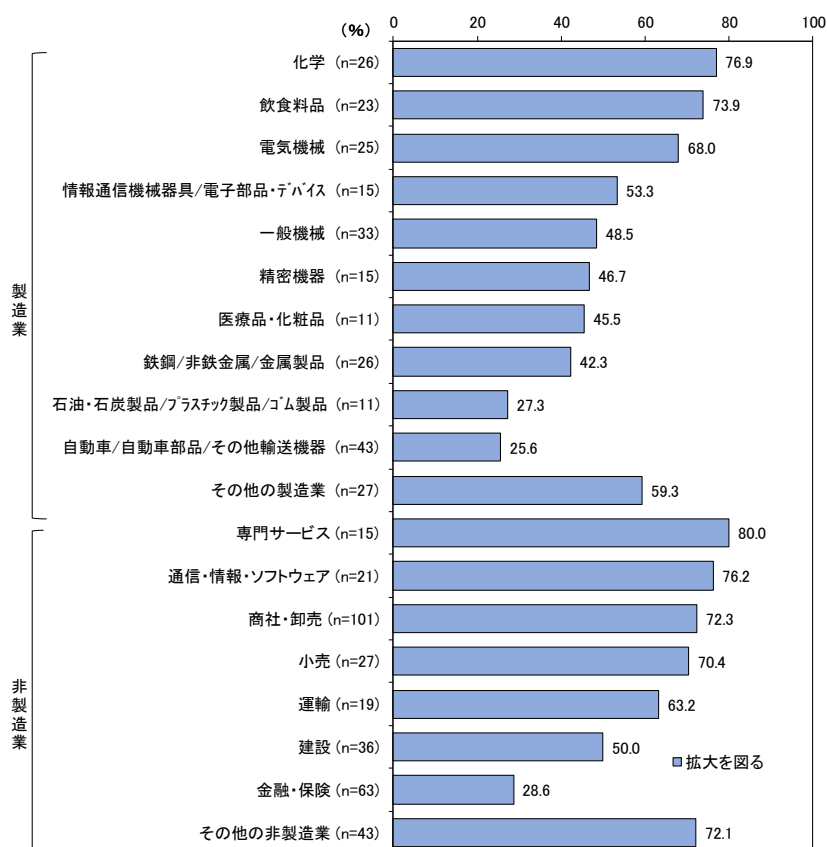
	社数	拡大を図る	現状を維持する	縮小が必要と考えている	その他
総計	3,165	61.4	36.3	1.4	0.9
製造業	1,735	61.1	37.1	1.4	0.5
飲食料品	445	66.5	31.2	1.8	0.4
繊維・織物/アパレル	105	60.0	38.1	1.9	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	55	72.7	27.3	-	-
化学	91	61.5	35.2	3.3	-
医薬品・化粧品	70	71.4	28.6	-	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	92	46.7	53.3	-	-
窯業・土石	35	57.1	31.4	8.6	2.9
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	175	56.6	41.7	1.7	-
一般機械	157	55.4	44.6	-	-
電気機械	89	71.9	25.8	1.1	1.1
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	63	54.0	42.9	1.6	1.6
自動車/自動車部品/その他輸送機器	97	43.3	55.7	1.0	-
精密機器	61	60.7	39.3	-	-
その他の製造業	200	64.5	33.0	1.0	1.5
非製造業	1,430	61.7	35.5	1.5	1.3
商社・卸売	677	61.0	36.2	1.3	1.5
小売	120	69.2	25.0	5.0	0.8
建設	109	51.4	46.8	0.9	0.9
運輸	75	54.7	41.3	-	4.0
金融・保険	69	30.4	66.7	-	2.9
通信・情報・ソフトウェア	96	77.1	20.8	-	2.1
専門サービス	79	70.9	27.8	1.3	-
その他の非製造業	205	67.8	30.2	2.0	-

[注] 母数は無回答を除く企業数。

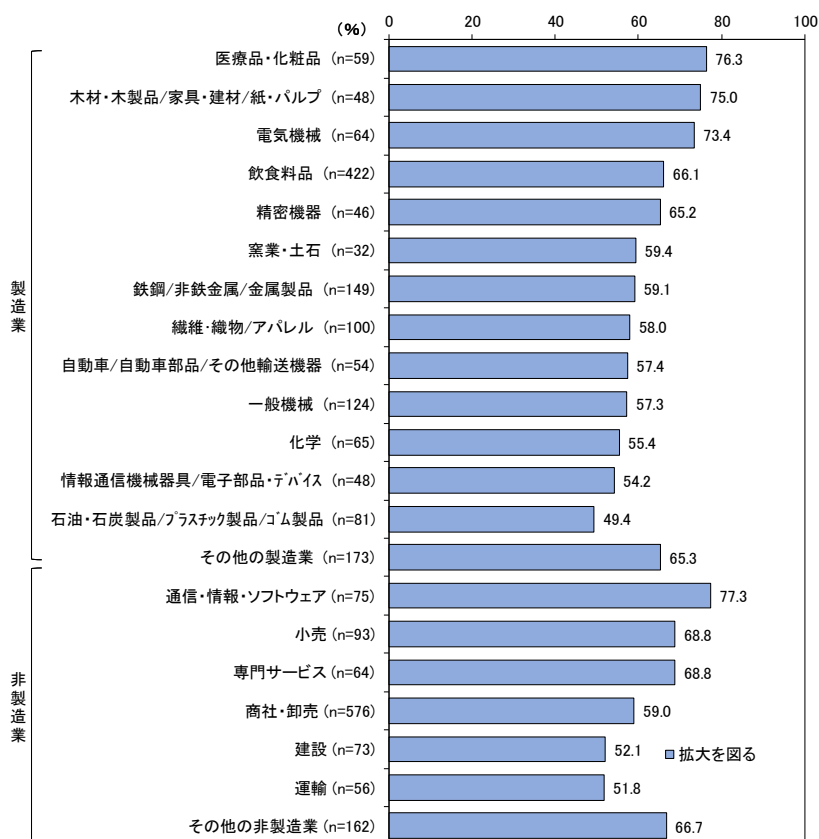
図表Ⅱ-11 今後（2017年度も含め3カ年度程度）、国内事業拡大を図る企業の比率（業種別、企業規模別）



### 【大企業】



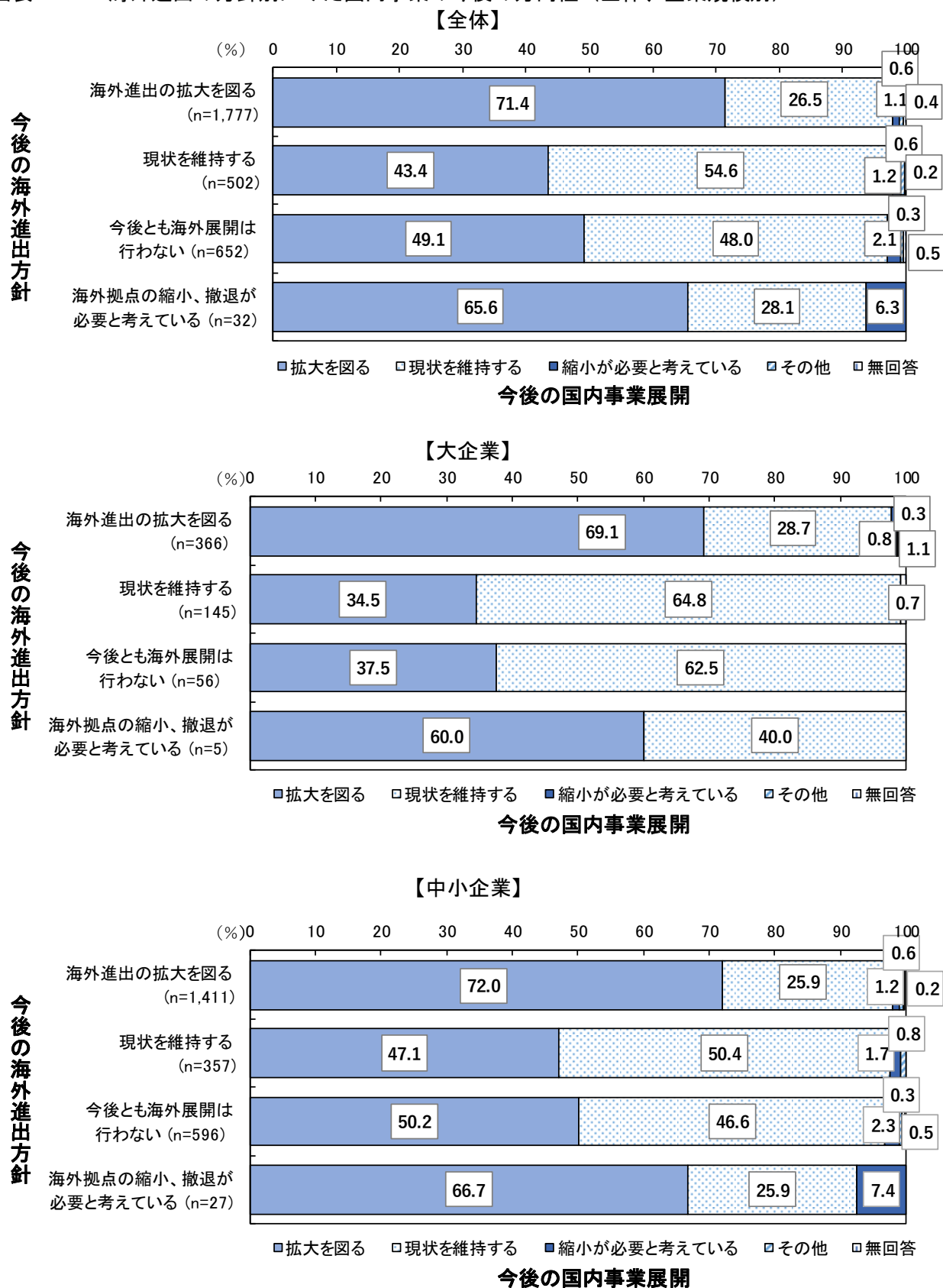
### 【中小企業】



〔注〕母数は無回答を除く企業数。10社以上の業種のみ掲載。

海外進出拡大方針を有する企業（全体）の71.4%は国内事業も拡大を図ると回答し、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る。この比率は、大企業で69.1%、中小企業では72.0%となった。

図表Ⅱ-12 海外進出の方針別にみた国内事業の今後の方向性（全体、企業規模別）



#### 4. 海外で拡大を図る国・地域および機能

「現在、海外に拠点があり、今後さらに海外進出の拡大を図る」と回答した企業のうち、拡大を図る国・地域については、ベトナム（前年 34.1%→37.5%）が 3 年連続で増加して 2 位に上昇した。中国（同 52.3%→49.4%）は引き続き首位を維持した。

主要国・地域で拡大を図る国・地域としては、ASEAN6（69.2%）が中国（49.4%）を 6 年連続で上回った。ASEAN6 の中では、ベトナムは非製造業、フィリピンは製造業の事業拡大意欲の増加が目立つ一方、タイやインドネシアでは事業拡大意欲の鈍化が続いた。タイ（前年 38.6%→36.7%、3 位）、インドネシア（同 26.8%→24.8%、5 位）、シンガポール（同 17.7%→17.1%、9 位）、マレーシア（同 14.7%→14.0%、10 位）は減少した。また米国は製造業の事業拡大意欲が縮小した。メキシコは特に製造業の事業拡大意欲低下が続いた。

図表 II-13 海外で拡大する国・地域（時系列、上位 20 カ国・地域）

国・地域名	2017年度		2016年度		2015年度		2014年度	2013年度	2012年度	2011年度
	(n=938)	順位	(n=992)	順位	(n=895)	順位	(n=1,001)	(n=1,119)	(n=1,149)	(n=1,602)
中国	49.4	(1)	52.3	(1)	53.7	(1)	56.5	56.9	59.2	67.9
ベトナム	37.5	(2)	34.1	(3)	32.4	(4)	28.7	29.6	25.9	20.3
タイ	36.7	(3)	38.6	(2)	41.7	(2)	44.0	47.0	41.2	27.9
米国	29.0	(4)	33.5	(4)	33.7	(3)	31.3	25.4	26.0	21.1
インドネシア	24.8	(5)	26.8	(5)	31.8	(5)	34.4	35.0	32.0	24.7
西欧	21.5	(6)	19.7	(7)	20.6	(7)	18.1	15.7	15.9	15.7
台湾	20.0	(7)	20.6	(6)	21.6	(6)	21.0	20.0	21.8	18.5
インド	18.2	(8)	18.5	(8)	20.1	(8)	16.1	19.2	19.4	21.8
シンガポール	17.1	(9)	17.7	(9)	16.1	(10)	19.3	18.3	17.8	14.0
マレーシア	14.0	(10)	14.7	(11)	15.5	(11)	14.8	15.4	15.7	12.2
香港	13.6	(11)	14.1	(12)	14.2	(12)	16.1	15.4	15.8	14.2
フィリピン	13.1	(12)	13.4	(13)	11.3	(14)	10.8	10.9	7.5	5.1
韓国	12.6	(13)	15.0	(10)	16.5	(9)	15.9	17.2	18.8	18.8
ミャンマー	10.2	(14)	12.7	(14)	11.5	(13)	10.1	10.9	-	-
メキシコ	6.9	(15)	8.5	(15)	10.9	(15)	10.1	7.6	5.6	3.1
中・東欧	5.2	(16)	5.9	(16)	7.0	(16)	6.1	3.3	4.2	4.7
カンボジア	4.8	(17)	5.2	(17)	6.0	(17)	5.3	5.4	-	-
オーストラリア	4.3	(18)	4.6	(19)	4.6	(19)	2.8	3.3	3.7	4.0
ロシア・CIS	4.1	(19)	4.9	(18)	4.1	(20)	6.2	6.5	5.8	6.9
ブラジル	4.1	(19)	3.4	(21)	5.1	(18)	6.9	8.0	8.4	7.4
ASEAN6	69.2		70.5		73.2		73.5	74.8	69.0	56.3

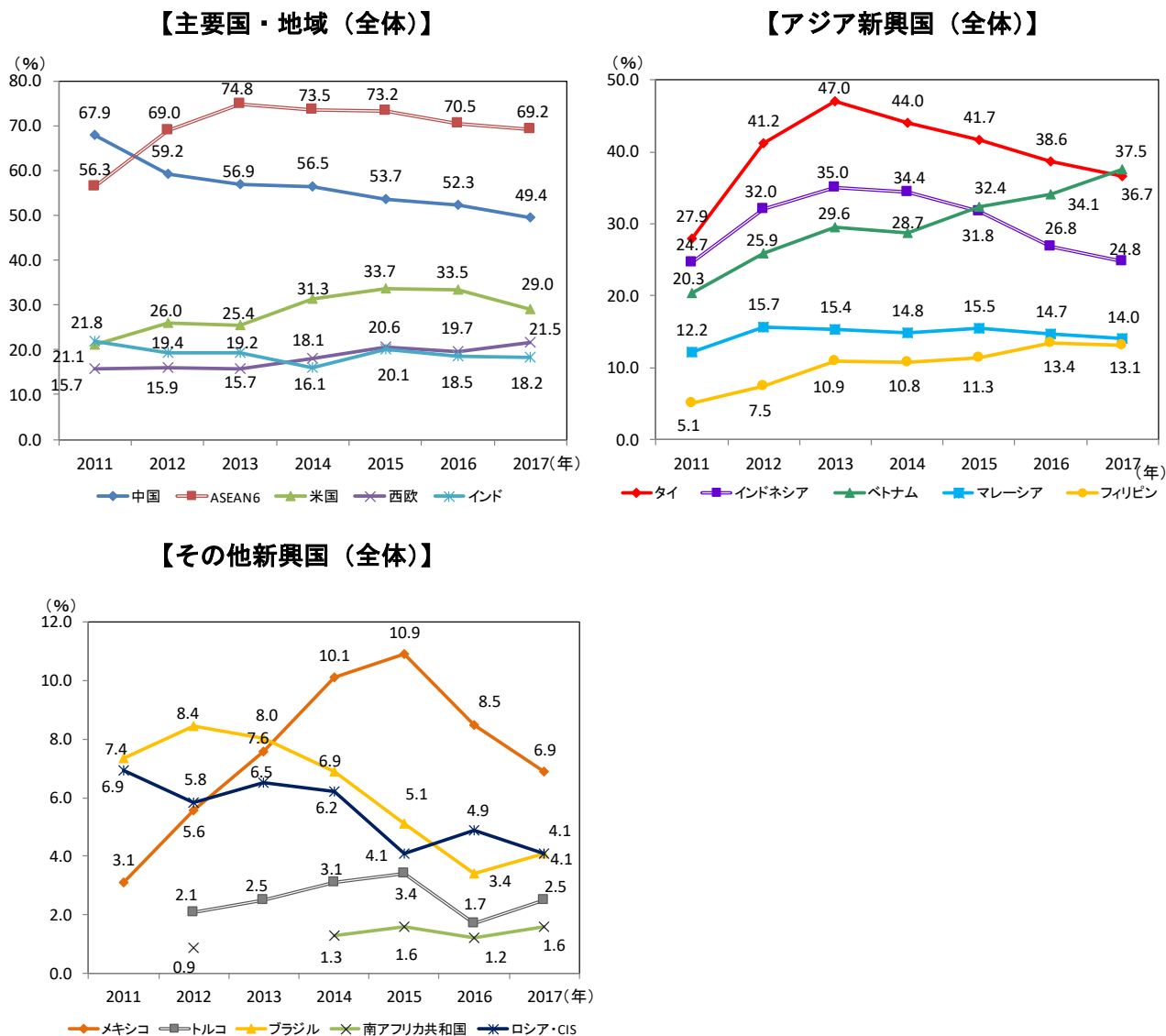
[注] ①2011 年度、2012 年度の母数は「新規進出と今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。2013 年度以降の母数は「今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。

②ASEAN6 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）。西欧、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。ミャンマー、カンボジアは 2013 年度調査以降のみ。2017 年度の西欧は、英国、西欧（英国以外）のいずれかを選択した企業。

③各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数の比率。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。



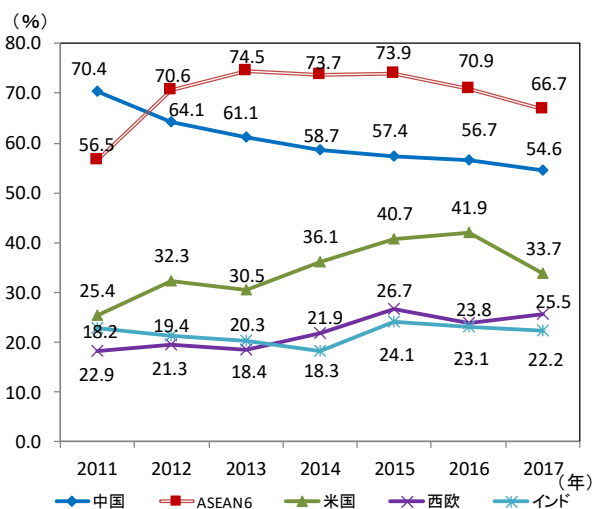
図表Ⅱ-14 海外で拡大する国・地域（全体、時系列）



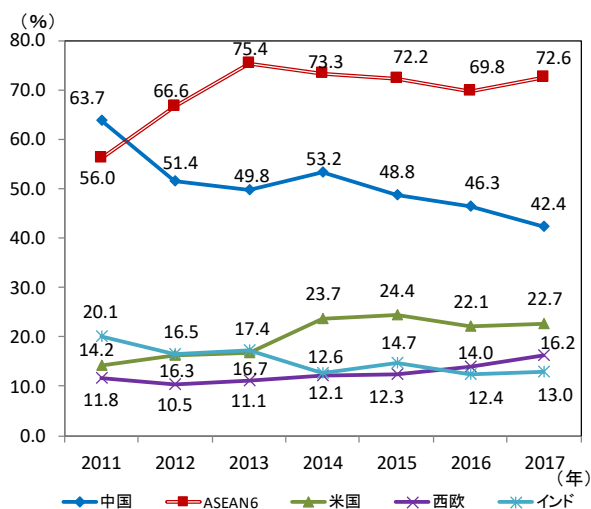
- [注] ①2011年度、2012年度の母数は「新規進出と今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。2013年度以降の母数は「今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。
- ②ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。西欧、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。2017年度の西欧は、英国、西欧（英国以外）のいずれかを選択した企業。南アフリカ共和国は2013年度は選択肢がない。
- ③各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数の比率。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。

図表Ⅱ-15 海外で拡大する国・地域（業種別、時系列）

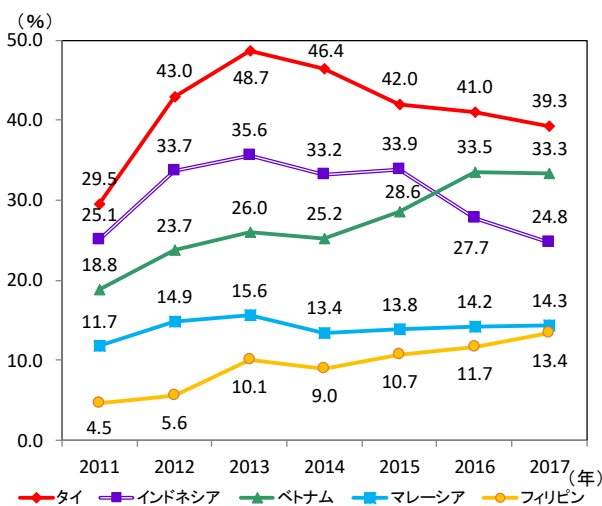
【主要国・地域（製造業）】



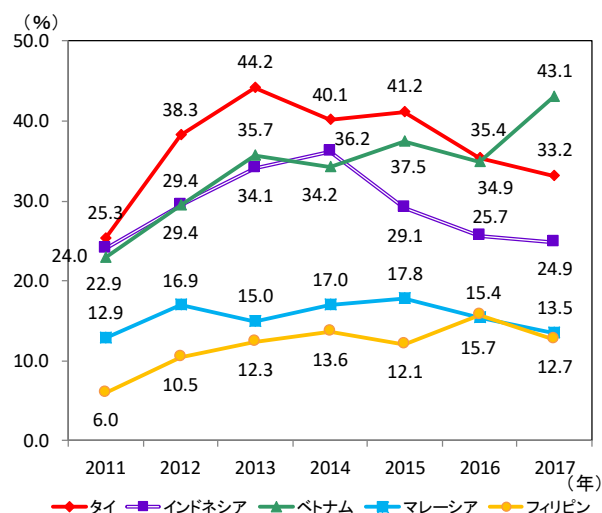
【主要国・地域（非製造業）】



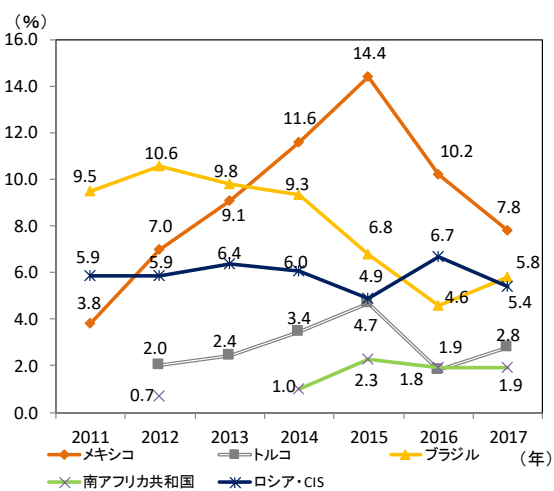
【アジア新興国（製造業）】



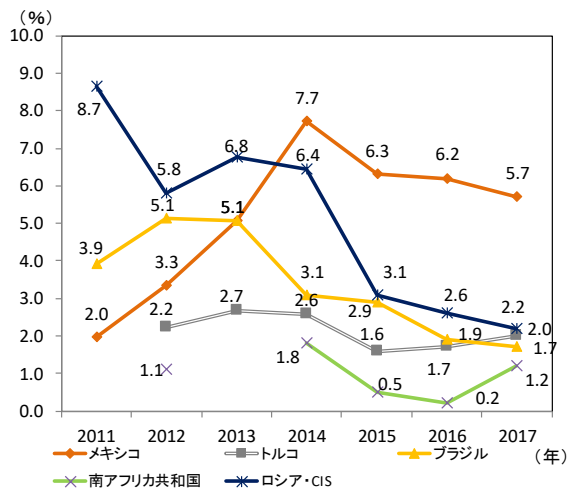
【アジア新興国（非製造業）】



【その他新興国（製造業）】



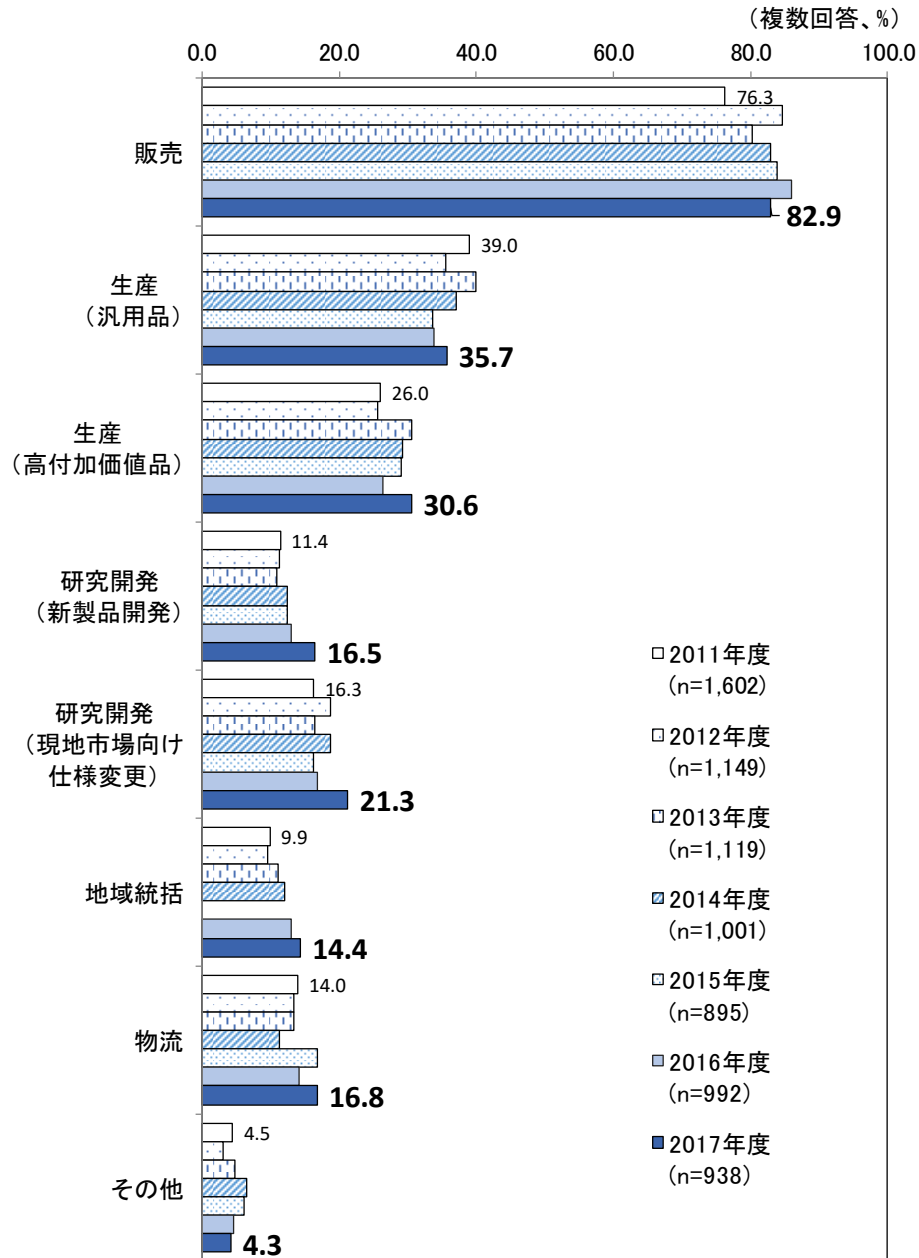
【その他新興国（非製造業）】



〔注〕 図表Ⅱ-14 と同じ。

海外で拡大を図る機能としては、販売機能の強化を図る方針の企業が 82.9%と引き続き高水準となった。海外での事業拡大意欲を機能別にみると、販売機能を拡大する国・地域としてはベトナムが2年連続で順位を上げた（前々年5位→前年4位→3位）。汎用品の生産（前年3位→2位）、新製品開発（同5位→3位）でも順位を上げた。

図表Ⅱ-16 海外で拡大する機能（全体、時系列）



[注] ①2011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、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。2013年度以降の母数は「今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。  
②2015年度は「地域統括」は選択肢なし。

図表Ⅱ-17 海外で拡大する機能（全体、企業規模別）

（複数回答、％）

	全体	大企業	大企業	中堅企業	中小企業	中小企業	小規模事
	(n=938)	(n=324)	(n=94)	(n=230)	(n=614)	(n=314)	業者 (n=300)
販売	82.9	82.4	87.2	80.4	83.2	88.9	77.3
生産（汎用品）	35.7	43.5	48.9	41.3	31.6	31.5	31.7
生産（高付加価値品）	30.6	35.8	42.6	33.0	27.9	25.2	30.7
研究開発（新製品開発）	16.5	20.1	22.3	19.1	14.7	15.0	14.3
研究開発 （現地市場向け仕様変更）	21.3	27.2	31.9	25.2	18.2	20.4	16.0
地域統括	14.4	21.9	24.5	20.9	10.4	12.7	8.0
物流	16.8	23.5	25.5	22.6	13.4	14.6	12.0
その他	4.3	6.5	6.4	6.5	3.1	2.9	3.3

〔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。

図表Ⅱ-18 海外で拡大する機能（国・地域ランキング）

（複数回答、％）

販売	生産						研究開発						地域統括				物流			
	汎用品		高付加価値品		新製品開発		現地市場向け仕様変更		地域統括		地域統括		地域統括		地域統括		地域統括			
	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	40.4	1	中国	15.6	1	中国	14.6	1	中国	7.8	1	中国	9.1	1	中国	3.7	1	中国	6.3
2	タイ	27.9	2	ベトナム	11.2	2	タイ	7.8	2	米国	3.9	2	タイ	5.4	2	シンガポール	3.5	2	タイ	4.4
3	ベトナム	26.8	3	タイ	9.8	3	ベトナム	7.2	3	ベトナム	3.7	3	タイ	5.1	3	タイ	3.1	3	ベトナム	3.7
4	米国	25.3	4	インドネシア	5.0	4	米国	5.3	4	タイ	3.1	4	ベトナム	4.4	3	米国	3.1	4	米国	3.6
5	インドネシア	20.9	5	インド	4.3	5	インドネシア	4.2	5	西欧(英国除く)	2.3	5	西欧(英国除く)	3.0	5	西欧(英国除く)	2.3	5	西欧(英国除く)	2.0
6	台湾	17.1	6	米国	3.6	6	西欧(英国除く)	3.3	6	インド	2.0	6	インドネシア	2.9	6	ベトナム	2.1	6	シンガポール	1.6
7	西欧(英国除く)	16.3	7	台湾	2.8	7	韓国	2.8	7	台湾	1.5	7	インド	2.8	7	香港	1.3	7	インドネシア	1.5
8	インド	16.0	8	ミャンマー	2.6	7	インド	2.8	7	韓国	1.5	8	台湾	2.7	8	マレーシア	0.6	8	香港	1.4
9	シンガポール	13.1	9	マレーシア	2.3	9	台湾	2.6	9	マレーシア	1.3	9	マレーシア	2.1	8	インドネシア	0.6	8	インド	1.4
10	マレーシア	11.6	10	西欧(英国除く)	2.2	10	マレーシア	2.2	9	インドネシア	1.3	10	韓国	1.5	10	台湾	0.5	10	ミャンマー	1.3
11	香港	11.3	11	フィリピン	1.9	11	フィリピン	1.9	11	香港	1.2	10	シンガポール	1.5	10	フィリピン	0.5	11	台湾	1.1
12	フィリピン	10.8	12	韓国	1.6	12	シンガポール	1.6	12	シンガポール	0.9	12	香港	1.4	10	ミャンマー	0.5	11	メキシコ	1.1
13	韓国	9.8	12	メキシコ	1.6	13	香港	1.2	12	フィリピン	0.9	13	フィリピン	0.9	10	インド	0.5	13	韓国	0.9
14	ミャンマー	6.8	14	バングラデシュ	1.3	13	ミャンマー	1.2	14	ミャンマー	0.6	14	ミャンマー	0.7	14	英国	0.4	13	マレーシア	0.9
15	メキシコ	5.1	15	カンボジア	0.9	13	メキシコ	1.2	15	ブラジル	0.5	15	英国	0.5	15	メキシコ	0.3	13	フィリピン	0.9
16	英国	4.2	15	オーストラリア	0.9	16	オーストラリア	0.5	16	英国	0.4	16	ブラジル	0.4	15	中・東欧	0.3	16	オーストラリア	0.6
17	中・東欧	3.9	17	ブラジル	0.7	16	英国・CIS	0.5	17	バングラデシュ	0.3	17	メキシコ	0.3	17	韓国	0.2	16	英国	0.6
18	オーストラリア	3.7	17	中・東欧	0.7	16	ロシア・CIS	0.5	17	メキシコ	0.3	17	ロシア・CIS	0.3	17	カンボジア	0.2	18	カンボジア	0.4
18	ロシア・CIS	3.7	19	シンガポール	0.6	19	ブラジル	0.4	19	カンボジア	0.2	19	カンボジア、バングラデシュ、オーストラリア、中・東欧	0.2	17	バングラデシュ	0.2	18	中・東欧	0.4
20	ブラジル	3.5	20	香港	0.5	20	バングラデシュ	0.3	19	オーストラリア	0.2	17	ブラジル	0.2	17	ブラジル	0.2	20	トルコ	0.3
ASEAN6	52.9	ASEAN6	20.5	ASEAN6	15.8	ASEAN6	7.8	ASEAN6	10.6	ASEAN6	8.1	ASEAN6	8.1	ASEAN6	7.9					
(参考)西欧	17.8	(参考)西欧	2.2	(参考)西欧	3.4	(参考)西欧	2.6	(参考)西欧	3.2	(参考)西欧	2.6	(参考)西欧	2.6	(参考)西欧	2.2					
販売 計	82.9	汎用品 計	35.7	高付加価値品 計	30.6	新製品開発 計	16.5	現地市場向け仕様変更 計	21.3	地域統括 計	14.4	地域統括 計	14.4	物流 計	16.8					

〔注〕①母数は「今後3年程度で海外事業の拡大を図る」企業のうち（970社）、拡大する機能について無回答の企業を除いた数（938社）。  
②西欧（英国を除く）、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。なお、下段の西欧は英国、西欧（英国以外）のいずれかを選択した企業。  
③ASEAN6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）。  
④網掛けは回答率が10%以上の項目。

図表Ⅱ-19 海外で拡大する機能（国・地域別）

（複数回答、％）

	総合	販売	生産 (汎用品)	生産(高付 加価値品)	研究開発 (新製品 開発)	研究開発 (現地市場 向け仕様 変更)	地域統括	物流	その他
全体	100.0	79.7	32.5	27.8	14.5	18.6	12.4	14.0	3.7
アジア大洋州	91.0	73.7	31.1	25.6	13.1	16.5	11.0	12.5	3.3
ASEAN	72.1	40.4	15.6	14.6	7.8	9.1	3.7	6.3	0.9
ASEAN6	69.2	11.3	0.5	1.2	1.2	1.4	1.3	1.4	0.1
中国	49.4	17.1	2.8	2.6	1.5	2.7	0.5	1.1	0.3
香港	13.6	9.8	1.6	2.8	1.5	1.5	0.2	0.9	0.2
台湾	20.0	54.5	21.5	16.4	8.2	10.9	8.4	8.5	2.9
韓国	12.6	52.9	20.5	15.8	7.8	10.6	8.1	7.9	2.7
シンガポール	17.1	13.1	0.6	1.6	0.9	1.5	3.5	1.6	0.3
タイ	36.7	27.9	9.8	7.8	3.1	5.4	3.1	4.4	1.2
マレーシア	14.0	11.6	2.3	2.2	1.3	2.1	0.6	0.9	0.2
インドネシア	24.8	20.9	5.0	4.2	1.3	2.9	0.6	1.5	0.6
フィリピン	13.1	10.8	1.9	1.9	0.9	0.9	0.5	0.9	0.4
ベトナム	37.5	26.8	11.2	7.2	3.7	4.4	2.1	3.7	1.7
カンボジア	4.8	3.1	0.9	0.2	0.2	0.2	0.2	0.4	0.1
ミャンマー	10.2	6.8	2.6	1.2	0.6	0.7	0.5	1.3	0.4
インド	18.2	16.0	4.3	2.8	2.0	2.8	0.5	1.4	0.4
バングラデシュ	3.0	1.3	1.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.1
オーストラリア	4.3	3.7	0.9	0.5	0.2	0.2	0.1	0.6	0.0
アジア大洋州その他	1.8	1.1	0.3	0.1	0.1	0.2	0.1	0.3	0.2
北米・中南米	33.8	29.5	4.9	6.4	4.1	5.2	3.3	3.8	0.5
米国	29.0	25.3	3.6	5.3	3.9	5.1	3.1	3.6	0.5
カナダ	2.2	1.9	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
北米その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
メキシコ	6.9	5.1	1.6	1.2	0.3	0.3	0.3	1.1	0.1
ブラジル	4.1	3.5	0.7	0.4	0.5	0.4	0.2	0.0	0.0
中南米その他	0.6	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
欧州・ロシア	24.9	20.9	2.9	3.9	2.6	3.5	2.6	2.7	1.0
英国	5.3	4.2	0.1	0.5	0.4	0.5	0.4	0.6	0.1
西欧(英国除く)	19.7	16.3	2.2	3.3	2.3	3.0	2.3	2.0	0.5
中・東欧	5.2	3.9	0.7	0.1	0.0	0.2	0.3	0.4	0.4
ロシア・CIS	4.1	3.7	0.2	0.5	0.0	0.3	0.0	0.2	0.2
欧州その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
(参考) 西欧	21.5	17.8	2.2	3.4	2.6	3.2	2.6	2.2	0.5
中東・アフリカ	6.3	5.3	1.0	0.7	0.3	0.4	0.3	0.9	0.1
トルコ	2.5	2.1	0.3	0.2	0.1	0.1	0.1	0.3	0.0
中東その他	2.2	1.8	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.3	0.1
南アフリカ共和国	1.6	1.6	0.3	0.2	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0
アフリカその他	1.6	1.3	0.2	0.2	0.1	0.0	0.0	0.2	0.1
その他	0.2	0.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

- [注] ①母数は「今後3年程度で海外事業の拡大を図る」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(938社)。  
 ②「総合」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。  
 ③ASEAN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、カンボジア、ミャンマーの8カ国の合計。ASEAN6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。いずれも重複する企業は除く。西欧は、英国、西欧(英国以外)のいずれかを選択した企業。  
 ④網掛けは回答率が10%以上の項目(機能別のみ)。

図表Ⅱ-20 海外で拡大する機能（機能別、時系列ランキング）

【販売】

（複数回答、％）

国・地域名	2017年度		2016年度		2015年度		2014年度 (n=1,001)	2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=938)	順位	(n=992)	順位	(n=895)	順位				
中国	40.4	(1)	44.1	(1)	44.0	(1)	46.1	45.7	49.3	51.5
タイ	27.9	(2)	29.1	(2)	33.1	(2)	33.5	33.9	33.2	18.3
ベトナム	26.8	(3)	25.1	(4)	22.2	(5)	18.4	18.9	18.5	12.4
米国	25.3	(4)	28.5	(3)	29.6	(3)	24.9	20.6	21.9	15.7
インドネシア	20.9	(5)	22.4	(5)	25.9	(4)	26.5	26.5	26.7	17.0
西欧	17.8	(6)	16.2	(7)	17.8	(7)	13.7	13.1	12.8	11.5
台湾	17.1	(7)	17.3	(6)	18.7	(6)	18.2	17.0	18.7	15.0
インド	16.0	(8)	15.0	(8)	17.3	(8)	13.1	14.2	15.8	16.9
シンガポール	13.1	(9)	13.9	(9)	12.2	(11)	14.8	12.9	14.2	10.3
マレーシア	11.6	(10)	11.8	(12)	12.7	(10)	12.0	11.7	13.1	8.7
ASEAN6	52.9		56.1		57.4		56.6	53.9	56.0	38.2
販売 計	82.9		86.0		83.9		82.9	80.3	84.6	76.3

【生産（汎用品）】

（複数回答、％）

国・地域名	2017年度		2016年度		2015年度		2014年度 (n=1,001)	2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=938)	順位	(n=992)	順位	(n=895)	順位				
中国	15.6	(1)	14.7	(1)	15.8	(1)	18.0	18.3	19.7	24.8
ベトナム	11.2	(2)	9.8	(3)	9.1	(3)	9.0	8.7	7.9	6.9
タイ	9.8	(3)	10.0	(2)	10.6	(2)	13.5	13.9	10.8	9.7
インドネシア	5.0	(4)	4.6	(5)	6.7	(4)	7.9	9.2	7.3	6.9
インド	4.3	(5)	5.2	(4)	3.9	(5)	4.7	5.2	4.2	5.2
米国	3.6	(6)	4.0	(6)	3.1	(6)	4.0	4.1	3.7	2.4
台湾	2.8	(7)	2.1	(9)	2.7	(8)	2.6	2.9	2.5	2.6
ミャンマー	2.6	(8)	2.6	(7)	2.2	(9)	2.9	2.2	-	-
マレーシア	2.3	(9)	2.5	(8)	1.9	(11)	2.3	2.9	2.4	2.4
西欧	2.2	(10)	1.6	(12)	1.6	(13)	1.3	1.2	1.0	1.3
ASEAN6	20.5		19.1		21.5		24.2	25.0	21.3	20.1
生産（汎用品） 計	35.7		33.9		33.7		37.1	39.9	35.6	39.0

【生産（高付加価値品）】

（複数回答、％）

国・地域名	2017年度		2016年度		2015年度		2014年度 (n=1,001)	2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=938)	順位	(n=992)	順位	(n=895)	順位				
中国	14.6	(1)	10.6	(1)	13.5	(1)	13.4	14.8	13.9	14.7
タイ	7.8	(2)	6.6	(2)	9.1	(2)	8.7	11.1	7.0	5.4
ベトナム	7.2	(3)	5.0	(3)	5.4	(4)	4.8	5.5	3.7	3.4
米国	5.3	(4)	5.0	(3)	6.0	(3)	5.8	4.3	4.3	4.6
インドネシア	4.2	(5)	3.8	(5)	4.6	(5)	4.2	5.3	3.3	3.3
西欧	3.4	(6)	2.6	(8)	3.2	(7)	2.7	1.5	1.7	2.6
韓国	2.8	(7)	2.0	(9)	1.8	(10)	2.2	2.1	2.5	1.9
インド	2.8	(7)	3.0	(6)	3.8	(6)	3.1	2.4	2.4	1.7
台湾	2.6	(9)	3.0	(6)	3.0	(8)	2.7	3.1	3.4	2.4
マレーシア	2.2	(10)	1.9	(10)	1.5	(12)	2.1	2.2	2.2	1.7
ASEAN6	15.8		13.3		16.8		15.8	18.1	12.6	10.2
生産（高付加価値品） 計	30.6		26.3		29.2		29.2	30.6	25.7	26.0

## 【研究開発（新製品開発）】

(複数回答、%)

国・地域名	2017年度		2016年度		2015年度		2014年度 (n=1,001)	2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=938)	順位	(n=992)	順位	(n=895)	順位				
中国	7.8	(1)	4.8	(1)	5.9	(1)	5.4	5.3	5.7	6.4
米国	3.9	(2)	3.9	(2)	4.4	(2)	4.9	2.1	3.2	2.6
ベトナム	3.7	(3)	1.9	(5)	2.3	(3)	1.2	1.3	0.8	1.1
タイ	3.1	(4)	2.4	(4)	1.8	(5)	2.8	2.1	2.1	1.6
西欧	2.6	(5)	2.6	(3)	2.2	(4)	2.3	1.3	1.4	1.8
インド	2.0	(6)	1.2	(8)	1.1	(8)	0.8	0.4	0.4	0.9
台湾	1.5	(7)	1.7	(6)	1.3	(6)	1.7	1.4	1.7	1.2
韓国	1.5	(7)	0.9	(10)	0.8	(11)	1.2	1.3	1.3	1.2
マレーシア	1.3	(9)	0.9	(10)	0.8	(11)	0.4	0.8	0.8	0.7
インドネシア	1.3	(9)	1.5	(7)	1.3	(6)	1.2	1.4	1.5	1.2
ASEAN6	7.8		5.7		5.3		5.6	4.6	4.2	3.4
研究開発(新製品) 計	16.5		13.1		12.5		12.4	10.9	11.3	11.4

## 【研究開発（現地市場向け仕様変更）】

(複数回答、%)

国・地域名	2017年度		2016年度		2015年度		2014年度 (n=1,001)	2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=938)	順位	(n=992)	順位	(n=895)	順位				
中国	9.1	(1)	7.8	(1)	8.8	(1)	11.2	9.7	10.3	9.6
タイ	5.4	(2)	4.5	(2)	3.8	(3)	5.0	4.8	5.7	3.4
米国	5.1	(3)	4.2	(3)	4.4	(2)	4.4	3.1	4.2	2.4
ベトナム	4.4	(4)	3.2	(4)	2.2	(6)	1.9	1.4	2.0	1.6
西欧	3.2	(5)	2.8	(5)	2.2	(6)	2.1	1.5	1.7	2.1
インドネシア	2.9	(6)	1.9	(8)	2.7	(4)	3.5	2.7	3.6	2.4
インド	2.8	(7)	2.7	(6)	2.5	(5)	2.2	1.9	2.0	2.1
台湾	2.7	(8)	2.2	(7)	1.9	(8)	2.6	1.9	2.4	2.1
マレーシア	2.1	(9)	1.4	(10)	1.8	(9)	1.1	1.6	1.9	1.2
シンガポール	1.5	(10)	1.9	(8)	1.8	(9)	1.5	2.1	1.6	1.1
韓国	1.5	(10)	0.7	(13)	1.2	(12)	1.4	1.9	2.3	1.7
ASEAN6	10.6		8.0		8.0		8.9	8.3	9.6	6.4
現地市場向け仕様変更	21.3		16.8		16.3		18.7	16.5	18.7	16.3

## 【物流】

(複数回答、%)

国・地域名	2017年度		2016年度		2015年度		2014年度 (n=1,001)	2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=938)	順位	(n=992)	順位	(n=895)	順位				
中国	6.3	(1)	5.2	(1)	5.8	(1)	5.0	4.9	6.4	8.5
タイ	4.4	(2)	3.5	(2)	4.6	(2)	4.0	3.6	3.7	3.1
ベトナム	3.7	(3)	3.4	(3)	3.4	(4)	1.9	2.7	2.3	1.7
米国	3.6	(4)	3.4	(3)	3.7	(3)	2.0	1.2	1.8	0.6
西欧	2.2	(5)	2.5	(5)	2.3	(6)	1.1	0.4	0.4	0.9
シンガポール	1.6	(6)	2.2	(6)	2.8	(5)	0.9	2.0	2.0	1.9
インドネシア	1.5	(7)	1.5	(10)	1.7	(9)	1.6	2.9	2.6	2.4
香港	1.4	(8)	2.0	(7)	2.2	(7)	1.2	1.4	1.8	2.2
インド	1.4	(8)	1.7	(8)	1.7	(9)	1.7	2.1	1.2	2.0
ミャンマー	1.3	(10)	1.2	(12)	0.9	(15)	1.0	1.1	-	-
ASEAN6	7.9		7.9		9.7		6.2	7.7	6.8	6.2
物流 計	16.8		14.1		16.9		11.4	13.4	13.3	14.0

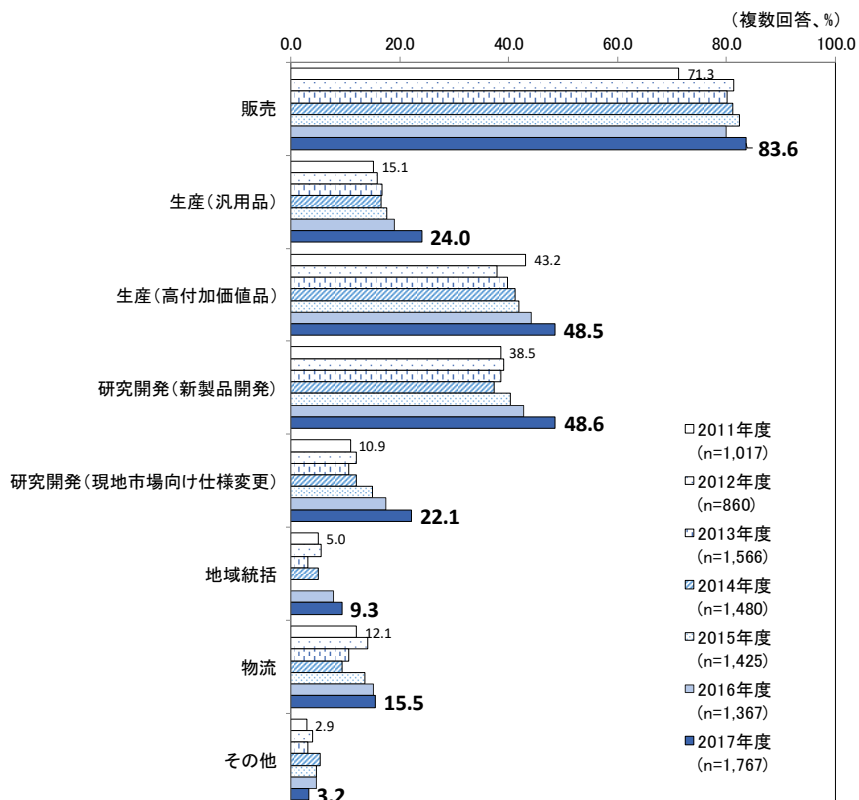
〔注〕①母数は「今後3年程度で海外事業の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数(938社)。②ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計。いずれも重複する企業は除く。西欧は、英国、西欧(英国以外)のいずれかを選択した企業。

## 5. 国内で拡大を図る機能

日本国内で事業規模の拡大を図ると回答した企業の83.6%が販売機能の拡大を図ると回答。次いで研究開発（新製品開発）で48.6%、生産（高付加価値品）で48.5%の企業が拡大を図ると回答した。その他を除く機能すべてで、2011年度以降の調査で最も高い割合となった。

海外および国内で拡大を図る機能を比べると、生産（高付加価値品）、研究開発（新製品開発）で国内での拡大意欲が海外を上回った。特に、研究開発（新製品開発）では海外と国内で大きな差が見られ、前回調査と比べその差が少し大きくなっている。

図表Ⅱ-21 国内で拡大する機能（全体、時系列）



[注] ①母数は「今後3年程度で国内事業を拡大する」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数。  
②2015年度は「地域統括」は選択肢なし

図表Ⅱ-22 国内で拡大する機能（全体、企業規模別）

機能	（複数回答、%）						
	全体 (n=1,767)	大企業 (n=300)	大企業 (n=71)	中堅企業 (n=229)	中小企業 (n=1,467)	中小企業 (n=560)	小規模企業 (n=907)
販売機能	83.6	79.7	76.1	80.8	84.4	85.9	83.5
生産(汎用品)	24.0	24.3	22.5	24.9	23.9	23.8	24.0
生産(高付加価値品)	48.5	45.0	46.5	44.5	49.2	47.0	50.6
研究開発(新製品開発)	48.6	46.3	49.3	45.4	49.1	46.4	50.7
研究開発(現地市場向け仕様変更)	22.1	22.0	21.1	22.3	22.2	20.7	23.0
地域統括	9.3	10.7	12.7	10.0	9.1	7.7	9.9
物流	15.5	20.7	19.7	21.0	14.5	17.9	12.3
その他	3.2	7.3	11.3	6.1	2.4	3.2	1.9

[注] ①母数は「今後3年程度で国内事業を拡大する」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数。  
②網掛けは回答率が30%以上の項目。



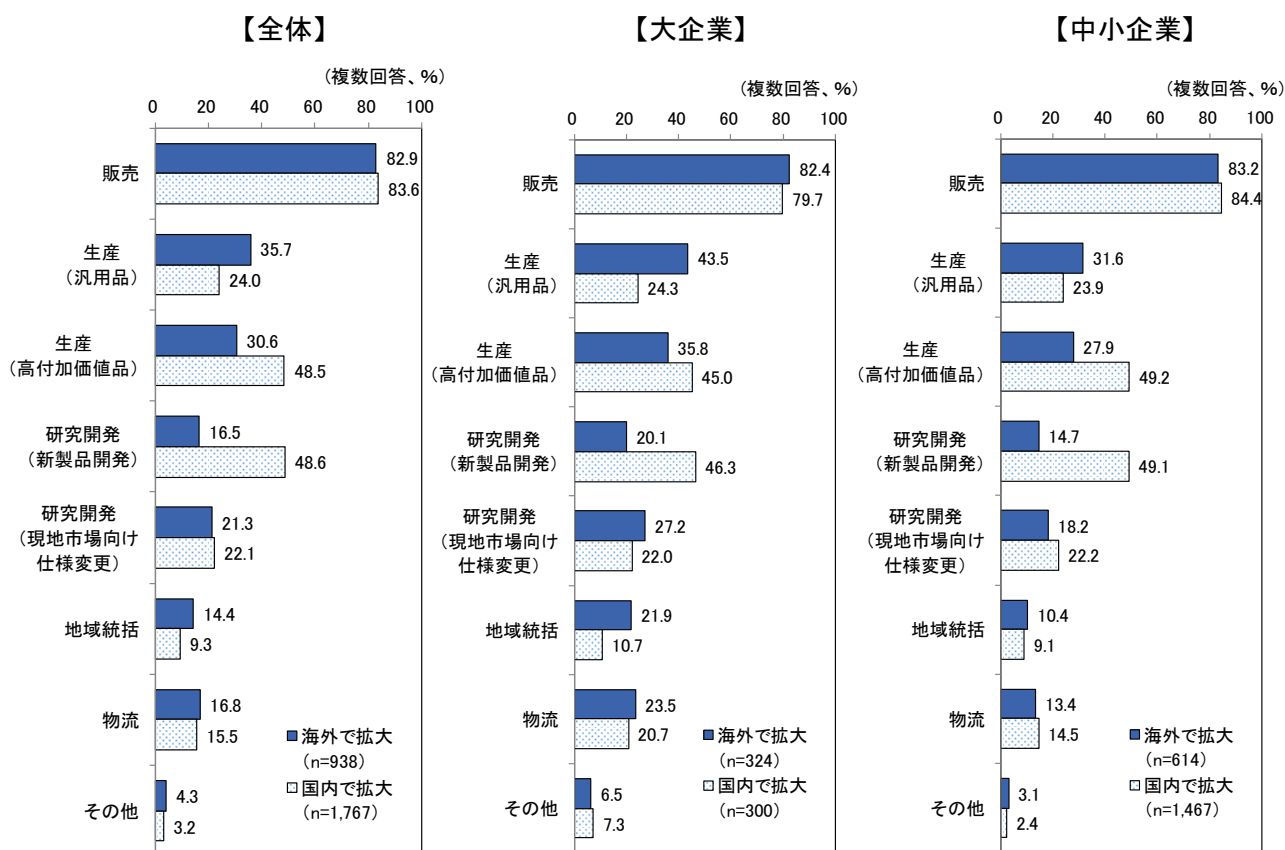
図表Ⅱ-23 国内で拡大する機能（全体、業種別）

（複数回答、％）

	社数	販売	生産 (汎用品)	生産 (高付加価値品)	研究開発 (新製品開発)	研究開発 (現地市場向け仕様変更)	地域統括	物流	その他
全体	1,767	83.6	24.0	48.6	48.6	22.1	9.3	15.5	3.2
製造業	982	84.9	34.2	64.2	63.2	29.1	10.6	14.5	0.4
食料品	277	90.6	36.1	63.9	61.0	26.7	11.2	17.3	0.0
繊維・織物／アパレル	59	83.1	16.9	55.9	57.6	18.6	6.8	13.6	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	38	89.5	44.7	55.3	39.5	18.4	5.3	13.2	0.0
化学	54	81.5	25.9	66.7	64.8	35.2	9.3	18.5	0.0
医薬品・化粧品	48	87.5	37.5	54.2	70.8	27.1	14.6	14.6	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	37	86.5	37.8	73.0	59.5	40.5	8.1	13.5	0.0
窯業・土石	19	84.2	36.8	68.4	84.2	36.8	15.8	15.8	5.3
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	94	72.3	34.0	71.3	61.7	24.5	5.3	7.4	1.1
一般機械	81	85.2	38.3	59.3	65.4	34.6	12.3	11.1	1.2
電気機械	56	82.1	21.4	64.3	76.8	33.9	7.1	8.9	0.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	32	78.1	53.1	81.3	78.1	37.5	18.8	15.6	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	36	83.3	50.0	66.7	61.1	30.6	13.9	19.4	0.0
精密機器	34	85.3	38.2	64.7	70.6	32.4	17.6	17.6	0.0
その他の製造業	117	84.6	28.2	63.2	60.7	30.8	11.1	14.5	0.9
非製造業	785	81.9	11.2	28.9	30.3	13.4	7.8	16.8	6.8
商社・卸売	374	94.7	11.8	31.0	28.9	13.1	6.4	17.4	0.5
小売	72	94.4	15.3	27.8	34.7	15.3	5.6	16.7	2.8
建設	50	70.0	16.0	34.0	32.0	16.0	20.0	4.0	14.0
運輸	39	17.9	0.0	5.1	5.1	5.1	5.1	84.6	5.1
金融・保険	14	35.7	0.0	14.3	21.4	0.0	7.1	0.0	64.3
通信・情報・ソフトウェア	68	83.8	19.1	45.6	54.4	27.9	8.8	2.9	2.9
専門サービス	47	61.7	2.1	4.3	27.7	0.0	12.8	4.3	21.3
その他の非製造業	121	72.7	9.1	30.6	28.1	13.2	6.6	13.2	15.7

〔注〕①母数は「今後3年程度で国内事業を拡大する」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数。  
②網掛けは回答率が30%以上の項目。

図表Ⅱ-24 国内と海外で拡大する機能（全体、企業規模別）



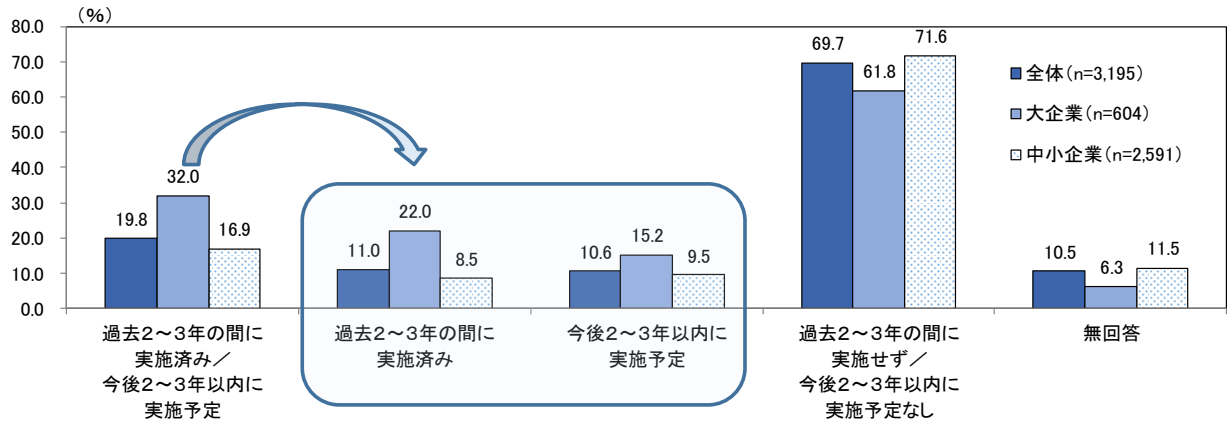
〔注〕母数は「今後3年程度で海外事業の拡大を図る」(海外)、「今後3年程度で国内事業を拡大する」(国内)企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数。

## 6. 海外/国内の拠点・機能の再編

海外拠点間の再編（海外→海外）、国内から海外への生産機能などの移管（日本→海外）、もしくは海外から日本への移管（海外→日本）のいずれかを過去2～3年の間に行ったか、また今後2～3年の間に行う予定かどうかについて尋ねたところ、実施済み/実施予定の企業は19.8%、「過去2～3年の間に実施せず/今後2～3年以内に実施予定なし」が69.7%であった。

業種別では、「過去2～3年の間に実施済み」では、情報通信機械器具/電子部品・デバイスで27.0%、自動車/自動車部品/その他輸送機器で21.4%となった。「今後2～3年以内に実施予定」では化学で18.9%となった。

図表Ⅱ-25 国内外拠点・機能の再編（全体、企業規模別）



〔注〕「過去2～3年の間実施済み/今後2～3年以内に実施予定」は、「過去2～3年の間に実施済み」、「今後2～3年以内に実施予定」のいずれかを選択した企業。

図表Ⅱ-26 国内外拠点・機能の再編（全体、業種別）

	社数	海外拠点の再編を、過去2～3年の間に			
		行った/今後2～3年以内に行う予定である	行った	今後2～3年以内に行う予定である	行っていない/今後2～3年以内に行う予定はない
全体	3,195	19.8	11.0	10.6	69.7
製造業	1,748	21.5	13.0	10.6	68.8
飲食料品	446	11.4	5.2	7.0	73.5
繊維・織物/アパレル	105	30.5	19.0	15.2	60.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	57	19.3	3.5	15.8	68.4
化学	95	31.6	17.9	18.9	62.1
医療品・化粧品	70	27.1	20.0	7.1	65.7
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	93	30.1	19.4	12.9	64.5
窯業・土石	35	25.7	20.0	8.6	71.4
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	176	20.5	12.5	11.4	70.5
一般機械	158	20.9	15.2	8.2	70.9
電気機械	89	22.5	14.6	10.1	71.9
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	63	33.3	27.0	14.3	65.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	98	28.6	21.4	9.2	64.3
精密機器	61	26.2	18.0	9.8	62.3
その他の製造業	202	20.3	8.9	12.9	69.3
非製造業	1,447	17.8	8.6	10.5	70.8
商社・卸売	681	18.5	10.3	9.4	70.2
小売	123	19.5	7.3	13.8	65.9
建設	110	22.7	9.1	14.5	69.1
運輸	76	17.1	9.2	11.8	72.4
金融・保険	72	8.3	4.2	5.6	80.6
通信・情報・ソフトウェア	97	17.5	7.2	12.4	72.2
専門サービス	81	13.6	4.9	8.6	70.4
その他の非製造業	207	16.9	7.2	11.1	72.5

〔注〕「過去2～3年の間実施済み/今後2～3年以内に実施予定」は、「過去2～3年の間に実施済み」、「今後2～3年以内に実施予定」のいずれかを選択した企業。なお「過去2～3年の間に実施済み」、「今後2～3年以内に実施予定」のみ複数回答可。

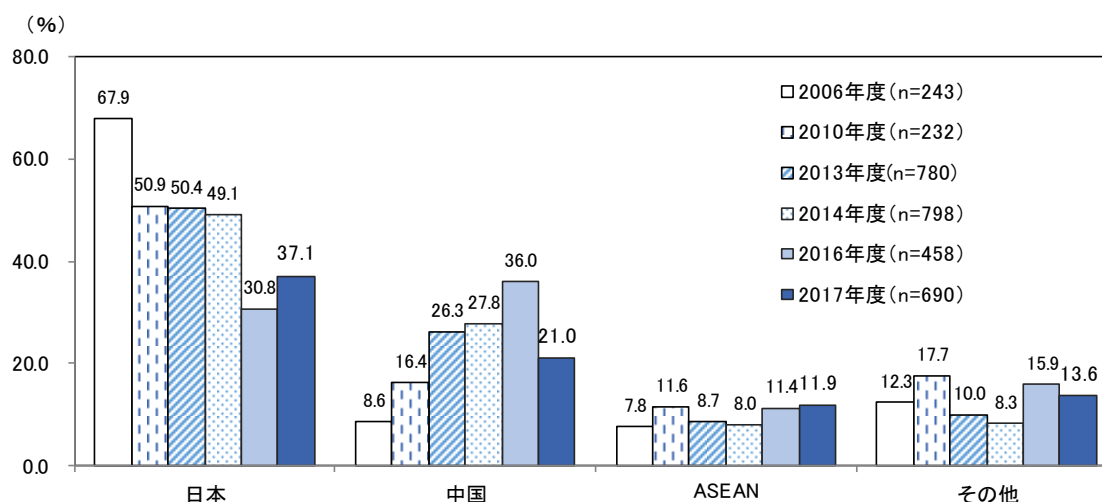
海外／国内拠点の再編を「過去2～3年の間に行った」あるいは「今後2～3年以内に行う予定である」を合わせた再編件数全体（690件）で見ると、移管元では日本が移管件数全体の37.1%を占めた。拠点・機能の移管先では、中国が14.3%で1位となった。次いでベトナム（12.2%）、タイ（8.0%）、日本（7.4%）が続いた。また、移管元から移管先への再編パターンで最も件数が多かったのが日本からベトナムへの拠点・機能の再編（46件）で、次いで中国の国内拠点間（43件）、日本から中国（42件）、日本からタイ（30件）など、日本、中国、ASEANが再編の軸となった。

図表Ⅱ-27 国内外拠点・機能の移管元（全体）

移管元		件数	比率
再編件数 全体		690	100.0
1	日本	256	37.1
2	中国	145	21.0
3	タイ	22	3.2
4	シンガポール	20	2.9
5	ベトナム	17	2.5
6	香港	16	2.3
6	米国	16	2.3
8	台湾	13	1.9
8	西欧(英国除く)	13	1.9
10	マレーシア	11	1.6
11	韓国	9	1.3
12	インドネシア	6	0.9
13	インド	5	0.7
13	英国	5	0.7
(参考) ASEAN		82	11.9

[注] 件数が5件以上のみ。

図表Ⅱ-28 国内外拠点・機能の移管元（全体、時系列）



[注] ①母数は国内・海外拠点・機能の再編を過去2～3年に実施／今後2～3年以内実施予定の案件数の合計。移管元または移管先が無記名の案件を含むため、日本、中国、ASEAN、その他の合計は100%にならない  
②2006年度、2010年度はジェトロ・メンバーズのみを対象とした調査。2016年度は製造業・商社・卸売・小売業のみ。

図表Ⅱ-29 国内外拠点・機能の移管元（全体、業種別）

（複数回答、％）

	件数	アジア大洋州	中国	香港	台湾	韓国	ASEAN	ASEAN 6										カンボジア	ミャンマー	インド	バン格拉デシュ	オーストラリア
								ASEAN 6	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	ASEAN 6	ASEAN 6	ASEAN 6					
全体	690	39.6	21.0	2.3	1.9	1.3	11.9	11.4	2.9	3.2	1.6	0.9	0.4	2.5	0.3	0.1	0.7	0.1	0.1			
製造業	413	37.5	23.2	1.7	2.7	0.2	9.7	9.7	1.7	3.9	1.5	1.0	0.5	1.2	-	-	-	-	-			
飲食料品	54	42.6	27.8	1.9	7.4	-	5.6	5.6	-	1.9	-	-	1.9	1.9	-	-	-	-	-			
繊維・織物/アパレル	36	47.2	38.9	-	5.6	-	2.8	2.8	-	-	-	2.8	-	-	-	-	-	-	-			
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	11	36.4	18.2	-	9.1	-	9.1	9.1	-	9.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
化学	35	25.7	11.4	2.9	-	-	11.4	11.4	-	2.9	-	2.9	2.9	2.9	-	-	-	-	-			
医療品・化粧品	19	21.1	10.5	-	5.3	-	5.3	5.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	53.3	43.3	3.3	-	-	6.7	6.7	3.3	-	-	3.3	-	-	-	-	-	-	-			
窯業・土石	10	20.0	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	42	38.1	19.0	-	2.4	-	16.7	16.7	2.4	7.1	2.4	2.4	-	2.4	-	-	-	-	-			
一般機械	37	32.4	16.2	-	2.7	-	13.5	13.5	2.7	8.1	2.7	-	-	-	-	-	-	-	-			
電気機械	22	36.4	22.7	-	-	-	13.6	13.6	-	9.1	4.5	-	-	-	-	-	-	-	-			
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	26	50.0	34.6	-	-	-	15.4	15.4	3.8	11.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
自動車/自動車部品/その他輸送機器	30	26.7	13.3	3.3	3.3	-	6.7	6.7	3.3	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
精密機器	17	29.4	23.5	-	-	-	5.9	5.9	-	-	5.9	-	-	-	-	-	-	-	-			
その他の製造業	44	40.9	18.2	6.8	-	2.3	13.6	13.6	2.3	2.3	4.5	-	-	4.5	-	-	-	-	-			
非製造業	277	42.6	17.7	3.2	0.7	2.9	15.2	14.1	4.7	2.2	1.8	0.7	0.4	4.3	0.7	0.4	1.8	0.4	0.4			
商社・卸売	134	44.0	20.9	3.7	0.7	3.0	12.7	11.9	5.2	1.5	2.2	0.7	-	2.2	-	0.7	2.2	-	0.7			
小売	26	23.1	11.5	-	-	-	7.7	3.8	3.8	-	-	3.8	-	-	-	-	-	-	-			
建設	26	53.8	15.4	-	-	3.8	26.9	26.9	3.8	7.7	-	3.8	-	11.5	-	-	3.8	-	-			
運輸	16	50.0	25.0	-	-	-	25.0	12.5	6.3	-	6.3	-	-	-	12.5	-	-	-	-			
金融・保険	7	28.6	-	14.3	-	-	14.3	14.3	-	-	-	-	14.3	-	-	-	-	-	-			
通信・情報・ソフトウェア	19	36.8	15.8	-	-	5.3	15.8	15.8	5.3	-	-	-	-	10.5	-	-	-	-	-			
専門サービス	11	27.3	9.1	-	-	-	18.2	18.2	-	9.1	-	-	-	9.1	-	-	-	-	-			
その他の非製造業	38	50.0	15.8	7.9	2.6	-	18.4	18.4	7.9	2.6	-	-	-	7.9	-	-	2.6	2.6	-			

	北米・中南米	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	欧州・ロシア	英国	西欧（英国除く）	中・東欧	ロシア・CIS	中東・アフリカ	トルコ	南アフリカ共和国	日本	その他	無回答
製造業	3.1	2.7	-	-	0.5	3.4	0.5	2.7	-	0.2	-	-	-	41.4	0.2	14.3
飲食料品	3.7	3.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.9	1.9	25.9
繊維・織物/アパレル	2.8	2.8	-	-	-	2.8	-	2.8	-	-	-	-	-	36.1	-	11.1
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36.4	-	27.3
化学	2.9	2.9	-	-	-	5.7	-	5.7	-	-	-	-	-	62.9	-	2.9
医療品・化粧品	5.3	5.3	-	-	-	5.3	5.3	-	-	-	-	-	-	52.6	-	15.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	3.3	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30.0	-	13.3
窯業・土石	-	-	-	-	-	10.0	-	10.0	-	-	-	-	-	60.0	-	10.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	-	-	-	-	-	7.1	-	7.1	-	-	-	-	-	42.9	-	11.9
一般機械	5.4	2.7	-	-	2.7	2.7	-	2.7	-	-	-	-	-	37.8	-	21.6
電気機械	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45.5	-	18.2
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	-	-	-	-	-	7.7	3.8	3.8	-	-	-	-	-	42.3	-	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	6.7	6.7	-	-	-	3.3	-	-	-	3.3	-	-	-	53.3	-	10.0
精密機器	11.8	5.9	-	-	5.9	-	-	-	-	-	-	-	-	41.2	-	17.6
その他の製造業	2.3	2.3	-	-	-	4.5	-	4.5	-	-	-	-	-	38.6	-	13.6
非製造業	3.2	1.8	0.4	0.4	0.7	2.5	1.1	0.7	0.4	0.4	0.7	-	-	30.7	0.7	19.5
商社・卸売	3.0	1.5	-	0.7	0.7	2.2	0.7	0.7	-	0.7	0.7	-	-	28.4	0.7	20.9
小売	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46.2	-	30.8
建設	3.8	-	-	-	3.8	3.8	-	3.8	-	3.8	-	-	-	26.9	-	7.7
運輸	6.3	6.3	-	-	-	12.5	6.3	6.3	-	-	-	-	-	6.3	-	25.0
金融・保険	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14.3	-	57.1
通信・情報・ソフトウェア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57.9	-	5.3
専門サービス	9.1	9.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45.5	-	18.2
その他の非製造業	5.3	2.6	2.6	-	-	2.6	2.6	-	-	-	-	-	-	26.3	2.6	13.2

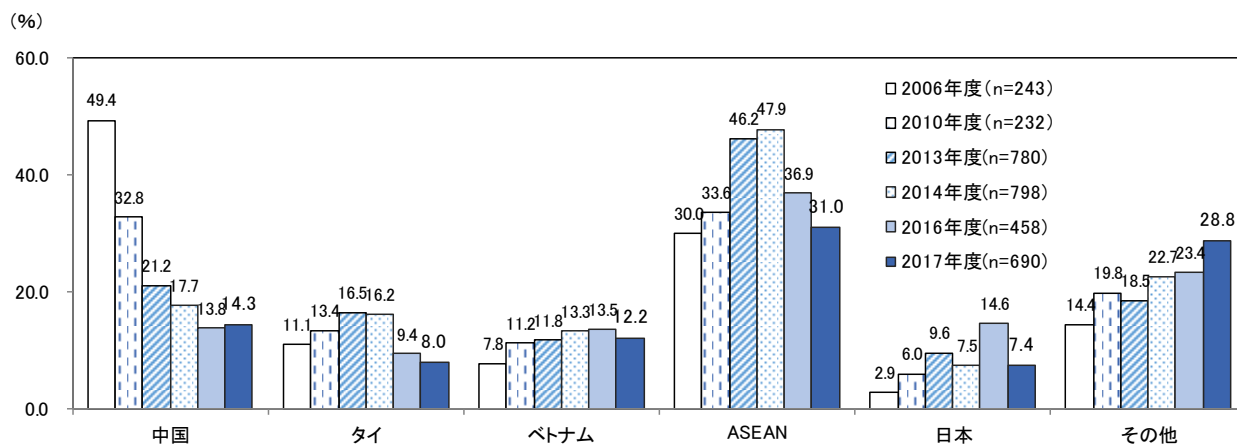
〔注〕母数は再編件数全体（690件）。

図表Ⅱ-30 国内外拠点・機能の移管先（全体）

移管先		件数	比率
再編件数 全体		690	100.0
1	中国	99	14.3
2	ベトナム	84	12.2
3	タイ	55	8.0
4	日本	51	7.4
5	移管先なし(移管せずに撤退・廃止)	47	6.8
6	米国	35	5.1
7	マレーシア	19	2.8
8	台湾	18	2.6
9	シンガポール	17	2.5
9	インドネシア	17	2.5
11	インド	16	2.3
12	香港	14	2.0
12	フィリピン	14	2.0
14	西欧(英国除く)	13	1.9
15	メキシコ	12	1.7
16	英国	7	1.0
17	韓国	6	0.9
18	アジア大洋州その他	5	0.7
(参考) ASEAN		214	31.0

[注] 件数が5件以上のみ。

図表Ⅱ-31 国内外拠点・機能の移管先（全体、時系列）



[注] ①母数は国内・海外拠点・機能の再編を過去2～3年に実施/今後2～3年以内に実施予定の案件数の合計。移管元または移管先が無記名の案件を含むため、日本、中国、ASEAN、その他の合計は100%にならない  
 ②2006年度、2010年度は、ジェットロ・メンバーズのみを対象とした調査。2016年度は製造業・商社・卸売・小売業のみ。

図表Ⅱ-32 国内外拠点・機能の移管先（全体、業種別）

（複数回答、%）

	件数	アジア 大洋州	中国				ASEAN	ASEAN 6						カンボジア	ミャンマー	インド	バングラデシュ	オーストラリア	
			中国	香港	台湾	韓国		ASEAN 6	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
全体	690	54.2	14.3	2.0	2.6	0.9	31.0	29.9	2.5	8.0	2.8	2.5	2.0	12.2	0.6	0.6	2.3	0.1	0.1
製造業	413	58.1	15.5	2.4	2.9	1.0	32.4	32.0	1.7	9.0	1.9	2.9	2.9	13.6	0.2	0.2	2.9	0.2	-
飲食料品	54	40.7	11.1	11.1	5.6	-	13.0	13.0	1.9	5.6	-	1.9	-	3.7	-	-	-	-	-
繊維・織物／アパレル	36	61.1	16.7	2.8	2.8	-	33.3	33.3	2.8	2.8	-	5.6	-	22.2	-	-	-	2.8	-
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	11	54.5	18.2	-	-	-	36.4	36.4	-	9.1	9.1	-	9.1	-	-	-	-	-	-
化学	35	80.0	22.9	-	-	5.7	37.1	37.1	5.7	14.3	-	2.9	2.9	11.4	-	-	14.3	-	-
医療品・化粧品	19	63.2	15.8	-	-	5.3	42.1	42.1	-	5.3	5.3	5.3	10.5	15.8	-	-	-	-	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	30	56.7	16.7	3.3	-	-	36.7	36.7	3.3	10.0	-	6.7	3.3	13.3	-	-	-	-	-
窯業・土石	10	40.0	-	-	-	-	40.0	40.0	-	10.0	-	-	-	30.0	-	-	-	-	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	42	61.9	11.9	-	2.4	2.4	42.9	40.5	-	7.1	-	2.4	7.1	23.8	-	2.4	2.4	-	-
一般機械	37	59.5	16.2	-	8.1	-	35.1	35.1	2.7	8.1	2.7	8.1	2.7	10.8	-	-	-	-	-
電気機械	22	59.1	13.6	-	9.1	-	27.3	27.3	-	9.1	4.5	-	-	13.6	-	-	4.5	-	-
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	26	65.4	19.2	-	-	-	46.2	46.2	-	30.8	7.7	-	-	7.7	-	-	-	-	-
自動車／自動車部品／その他輸送機器	30	53.3	26.7	-	3.3	-	16.7	16.7	3.3	6.7	-	-	3.3	3.3	-	-	6.7	-	-
精密機器	17	58.8	11.8	-	-	-	41.2	41.2	-	-	-	-	17.6	23.5	-	-	5.9	-	-
その他の製造業	44	56.8	11.4	4.5	2.3	-	31.8	29.5	-	9.1	4.5	-	-	15.9	2.3	-	4.5	-	-
非製造業	277	48.4	12.6	1.4	2.2	0.7	28.9	26.7	3.6	6.5	4.0	1.8	0.7	10.1	1.1	1.1	1.4	-	0.4
商社・卸売	134	55.2	17.9	1.5	3.7	1.5	27.6	26.9	4.5	7.5	3.7	2.2	0.7	8.2	-	0.7	1.5	-	0.7
小売	26	53.8	19.2	-	3.8	-	26.9	15.4	7.7	-	-	-	-	7.7	11.5	-	-	-	-
建設	26	50.0	3.8	-	-	-	46.2	46.2	-	19.2	7.7	-	-	19.2	-	-	-	-	-
運輸	16	37.5	12.5	-	-	-	18.8	18.8	-	-	12.5	-	6.3	-	-	-	6.3	-	-
金融・保険	7	14.3	-	-	-	-	14.3	14.3	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
通信・情報・ソフトウェア	19	42.1	10.5	-	-	-	26.3	21.1	-	-	-	-	-	21.1	-	5.3	5.3	-	-
専門サービス	11	36.4	-	-	-	-	36.4	27.3	-	-	9.1	-	-	18.2	-	9.1	-	-	-
その他の非製造業	38	36.8	2.6	5.3	-	-	28.9	28.9	2.6	7.9	2.6	5.3	-	10.5	-	-	-	-	-

	北米・中 南米	欧州・ロシア				英国	西 欧 （ 英 国 除 く ）	中 ・ 東 欧	ロ シ ア ・ C I S	中 東 ・ ア フ リ カ	トル コ	南 ア フ リ カ 共 和 国	日本	そ の 他	移 管 先 な し	無 回 答	
		米 国	カ ナ ダ	メ キ シ コ	ブラ ジ ル												
全体	7.1	5.1	-	1.7	-	3.8	1.0	1.9	0.6	0.3	1.2	0.3	0.1	7.4	1.2	6.8	18.4
製造業	6.8	4.4	-	2.4	-	4.4	1.2	2.7	0.2	0.2	0.5	-	-	6.5	1.2	5.3	17.2
飲食料品	1.9	1.9	-	-	-	5.6	1.9	1.9	-	1.9	-	-	-	13.0	1.9	7.4	27.8
繊維・織物／アパレル	2.8	2.8	-	-	-	11.1	5.6	-	-	-	-	-	-	8.3	-	2.8	13.9
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	9.1	9.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9.1	9.1	18.2	-
化学	5.7	5.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.7	-	2.9	5.7
医療品・化粧品	15.8	15.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21.1
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	3.3	-	-	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10.0	-	-	30.0
窯業・土石	-	-	-	-	-	10.0	-	-	10.0	10.0	-	-	-	10.0	10.0	10.0	10.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	4.8	-	-	4.8	-	4.8	-	4.8	-	-	-	-	-	-	-	11.9	16.7
一般機械	8.1	2.7	-	5.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8.1	24.3
電気機械	4.5	4.5	-	-	-	4.5	-	4.5	-	-	-	-	-	13.6	-	-	18.2
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	19.2	19.2	-	-	-	7.7	3.8	3.8	-	-	-	-	-	3.8	-	-	3.8
自動車／自動車部品／その他輸送機器	20.0	6.7	-	13.3	-	3.3	-	3.3	-	-	-	-	-	10.0	-	3.3	10.0
精密機器	5.9	-	-	5.9	-	5.9	-	5.9	-	-	-	-	-	-	-	17.6	11.8
その他の製造業	2.3	2.3	-	-	-	6.8	2.3	4.5	-	-	-	-	-	9.1	4.5	4.5	15.9
非製造業	7.6	6.1	-	0.7	-	2.9	0.7	0.7	1.1	0.4	2.2	0.7	0.4	8.7	1.1	9.0	20.2
商社・卸売	6.7	5.2	-	1.5	-	3.0	0.7	1.5	-	0.7	-	-	-	5.2	0.7	7.5	21.6
小売	-	-	-	-	-	3.8	-	3.8	-	11.5	3.8	-	-	3.8	-	3.8	23.1
建設	3.8	-	-	-	-	3.8	-	3.8	-	-	-	-	-	11.5	-	19.2	11.5
運輸	6.3	6.3	-	-	-	12.5	6.3	6.3	-	-	-	-	-	6.3	-	12.5	25.0
金融・保険	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14.3	14.3	57.1	-
通信・情報・ソフトウェア	15.8	15.8	-	-	-	-	-	-	-	5.3	-	-	-	15.8	-	10.5	10.5
専門サービス	9.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27.3	-	-	27.3
その他の非製造業	15.8	15.8	-	-	-	-	-	-	-	5.3	2.6	2.6	15.8	2.6	10.5	13.2	-

〔注〕母数は再編件数全体（690件）。

図表Ⅱ-33 国内外拠点・機能の再編パターン（移管元×移管先ランキング）

(件、%)

	移管元	移管先	件数	比率
	再編件数 全体		690	100.0
1	日本	ベトナム	46	6.7
2	中国	中国	43	6.2
3	日本	中国	42	6.1
4	日本	タイ	30	4.3
5	中国	日本	29	4.2
6	日本	米国	28	4.1
7	中国	ベトナム	27	3.9
8	中国	移管先なし	14	2.0
8	日本	台湾	14	2.0
10	日本	シンガポール	10	1.4
10	日本	インドネシア	10	1.4
12	日本	マレーシア	9	1.3
12	日本	インド	9	1.3
14	中国	タイ	8	1.2
14	日本	西欧(英国除く)	8	1.2
16	香港	中国	7	1.0
16	ベトナム	ベトナム	7	1.0
16	日本	メキシコ	7	1.0
19	日本	フィリピン	6	0.9
20	中国	香港	5	0.7
20	中国	フィリピン	5	0.7
20	タイ	タイ	5	0.7
20	シンガポール	タイ	5	0.7
20	ベトナム	移管先なし	5	0.7
20	日本	韓国	5	0.7
20	日本	香港	5	0.7

[注] ①再編件数全体は、拠点・機能の再編を過去2～3年に実施/今後2～3年以内に実施予定の案件数の合計。構成比は再編件数全体に対する比率。再編パターンが5件以上のみ。  
 ②「西欧（英国を除く）」の国別内訳は選択肢の設定が無い。  
 ③「移管先なし」は拠点機能を移管せずに撤退・廃止。

図表Ⅱ-34 日本・中国・ASEAN間の移管パターン（全体、時系列）

(複数回答、%)

	2006年度	2010年度	2013年度	2014年度	2016年度	2017年度
日本から中国への移管	37.4	22.0	15.3	12.0	6.8	6.1
日本からASEANへの移管	19.8	19.0	24.2	22.7	12.9	16.8
中国からASEANへの移管	4.5	8.2	13.7	16.2	15.3	6.7
中国から日本への移管	0.4	1.3	4.7	4.6	8.5	4.2
中国から中国への移管	1.6	3.4	4.2	3.5	5.2	6.2
ASEANから日本への移管	0.8	0.4	1.8	1.1	2.6	1.2
ASEANから中国への移管	2.5	3.4	0.3	0.4	0.4	0.6
ASEANからASEANへの移管	4.1	3.4	6.2	5.8	7.0	5.9

[注] ①母数は各年度とも再編件数全体。  
 ②2006年度、2010年度は、ジェットロ・メンバーズのみを対象とした調査。2016年度は製造業・商社・卸売・小売業のみ。

図表Ⅱ-35 日本・中国・ASEAN間の移管パターン（詳細）

（複数回答、％）

移管元	移管先	構成比	主な業種
日本	ASEAN(n=116)	16.8	商社・卸売(12.9%) 鉄鋼／非鉄金属／金属製品(8.6%) 化学、その他の製造業(7.8%)
	ベトナム(n=46)	6.7	鉄鋼／非鉄金属／金属製品(15.2%) 商社・卸売(10.9%) その他の製造業(8.7%)
	タイ(n=30)	4.3	商社・卸売(13.3%)、化学(13.3%) その他の製造業、建設、情報通信機械器具／電子部品・デバイス(10.0%)
	インドネシア(n=10)	1.4	繊維・織物／アパレル(20.0%) 一般機械(20.0%)
	シンガポール(n=10)	1.4	商社・卸売(30.0%) 化学(20.0%) 小売(20.0%)
日本	中国(n=42)	6.1	商社・卸売(19.0%) 化学(11.9%) 自動車／自動車部品／その他輸送機器(11.9%)
中国	ASEAN(n=46)	6.7	商社・卸売(15.2%) 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品、鉄鋼／非鉄金属／金属製品(13.0%)
	ベトナム(n=27)	3.9	繊維・織物／アパレル(18.5%)、商社・卸売(14.8%) 石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品、鉄鋼／非鉄金属／金属製品(11.1%)
	タイ(n=8)	1.2	情報通信機械器具／電子部品・デバイス(37.5%) 商社・卸売(25.0%)
中国	日本(n=29)	4.2	飲食料品(20.7%) 繊維・織物／アパレル、石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品、電気機械、商社・卸売(10.3%)
中国	中国(n=43)	6.2	商社・卸売(27.9%)、繊維・織物／アパレル(11.6%) 飲食料品、情報通信機械器具／電子部品・デバイス(9.3%)
全体(n=690)		100.0	商社・卸売(19.4%) 飲食料品(7.8%) その他の製造業(6.4%)

〔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（％）を示す。



図表Ⅱ-36 国内外拠点・機能の再編状況（移管元×移管先）

（複数回答、％）

	全体 （件数）	移管先											
		中国	香港	台湾	韓国	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	インド	
移管元	全体(件数)	690	99	14	18	6	17	55	19	17	14	84	16
	中国	145	6.2	0.7	0.1	-	0.1	1.2	0.1	0.1	0.7	3.9	0.1
	香港	16	1.0	0.3	-	-	0.1	0.1	-	-	-	-	-
	台湾	13	0.1	0.1	0.3	-	0.1	0.4	-	0.1	-	-	-
	韓国	9	0.1	-	-	0.1	-	-	0.1	-	-	-	-
	シンガポール	20	-	-	-	-	0.3	0.7	0.4	0.3	-	-	0.1
	タイ	22	0.3	-	-	-	0.1	0.7	0.1	0.1	-	0.6	0.1
	マレーシア	11	0.1	-	-	-	-	0.4	0.1	-	0.1	-	0.1
	インドネシア	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ベトナム	17	0.1	-	-	-	-	-	0.1	0.3	-	1.0	-
	インド	5	-	-	0.1	-	-	-	-	-	-	-	0.1
	米国	16	0.1	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	英国	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	西欧(英国除く)	13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.1
	日本	256	6.1	0.7	2.0	0.7	1.4	4.3	1.3	1.4	0.9	6.7	1.3
	無回答	113	-	-	-	-	0.1	-	0.1	-	-	-	-

	米 国	メ キ シ コ	英 国	除 西 欧 ( 英 国 除 く )	日 本	そ の 他	移 管 先 な し	無 回 答	
									移管先
移管元	全体(件数)	35	12	7	13	51	8	47	127
	中国	-	-	-	-	4.2	-	2.0	0.6
	香港	-	-	-	-	0.3	0.1	0.3	-
	台湾	-	-	-	-	0.1	-	0.3	0.1
	韓国	-	-	-	-	0.6	-	0.1	-
	シンガポール	-	-	-	-	0.6	-	0.3	0.1
	タイ	-	-	-	-	0.1	0.1	0.4	0.1
	マレーシア	-	-	-	-	0.1	-	0.3	0.1
	インドネシア	-	-	-	-	0.3	-	0.4	0.1
	ベトナム	0.1	-	-	-	-	-	0.7	-
	インド	-	-	-	-	0.1	-	0.1	0.1
	米国	0.4	0.6	0.3	-	0.3	0.1	-	0.3
	英国	-	-	0.1	0.3	-	0.1	-	0.1
	西欧(英国除く)	-	-	0.4	0.4	0.1	-	0.4	-
	日本	4.1	1.0	0.1	1.2	-	0.4	-	1.0
	無回答	-	-	-	-	0.1	-	0.3	15.4

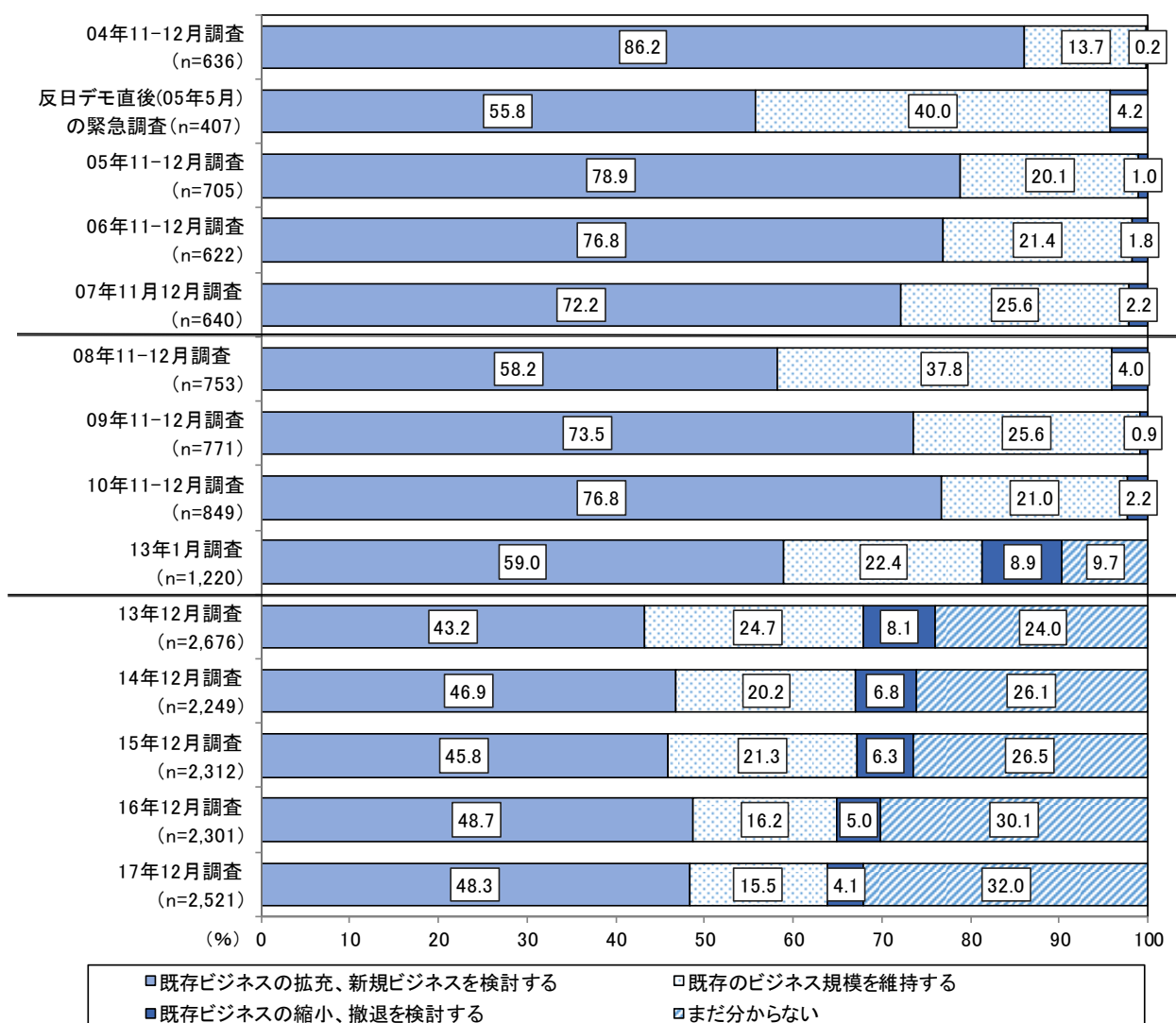
[注] ①移管元、移管先の全体件数が5件以上の国・地域のみ。  
 ②網掛けは、比率が高い上位5パターンを示す。  
 ③「移管先なし」は拠点機能を移管せずに撤退・廃止。

## 7. 今後の中国でのビジネス展開

中国に対する今後（3年程度）のビジネス展開（貿易、業務委託、技術提携、直接投資）について尋ねたところ、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」と回答した企業は48.3%と前年並み（48.7%）が続き、「既存のビジネス規模を維持」（15.5%）、「既存ビジネスを縮小、撤退」（4.1%）と続いた。一方、「まだ分からない」と回答した企業は前年調査の30.1%から32.0%に増加、日本企業の対中ビジネスへの姿勢は引き続き様子見の状態が続いている。

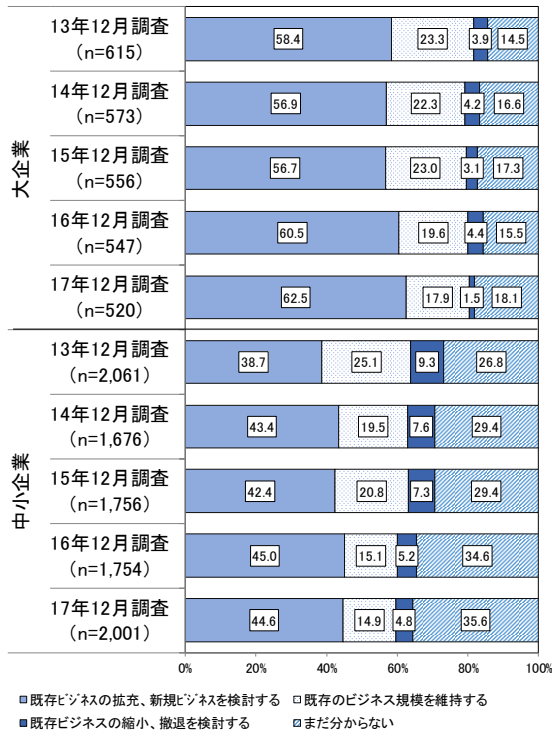
既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する企業の比率は、企業規模別では大企業が62.5%と2年連続で増加、ビジネスの縮小、撤退を検討する企業の比率は前年の4.4%から1.5%に縮小した。一方、中小企業では中国ビジネスを拡充、新規ビジネスを検討する企業の比率は横ばい（前年45.0%→44.6%）となった。

図表Ⅱ-37 今後の中国でのビジネス展開（全体、時系列）

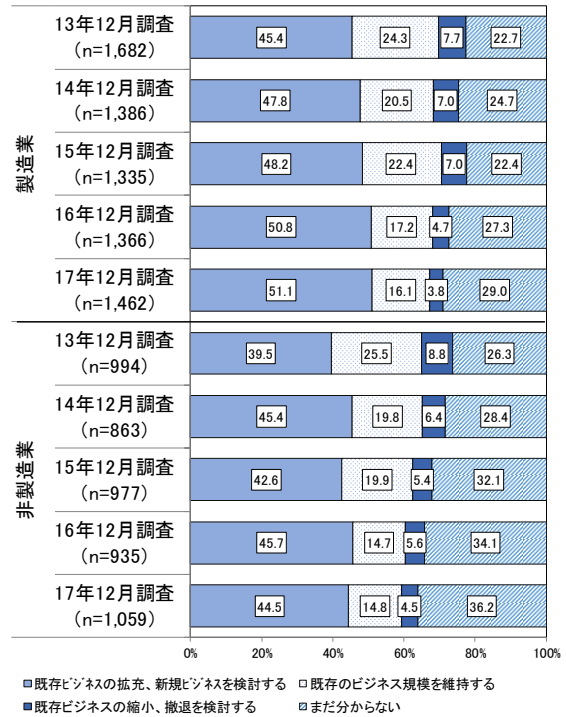


- [注] ①母数は「今後も中国でビジネス展開は行わない」「無回答」を除いた企業数。なお2010年度以前の回答企業はジェトロ・メンバーズのみ。  
 ②2007年度以前は製造業・商社・卸売・小売業のみ。  
 ③調査年度により異なる設問項目を一部調整の上で集計。「まだ分からない」の選択肢は2013年1月調査以降のみ。  
 ④2011年度は、今後のビジネス展開に関する設問を設けていない。

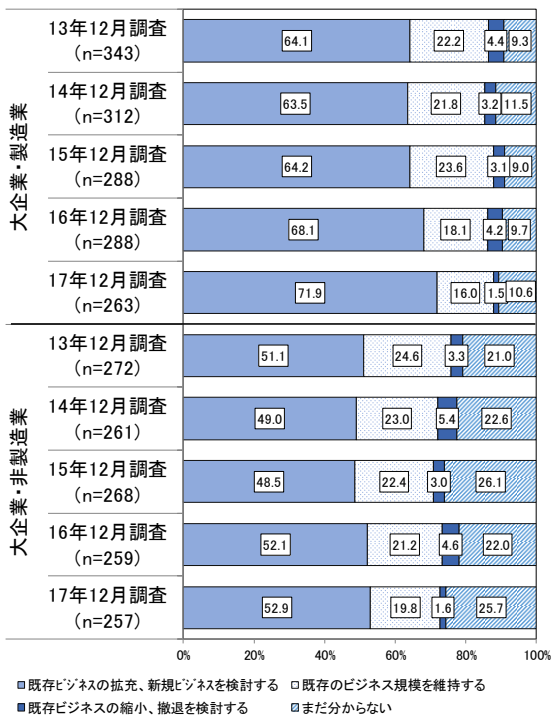
図表Ⅱ-38 今後の中国でのビジネス展開  
(企業規模別、時系列)



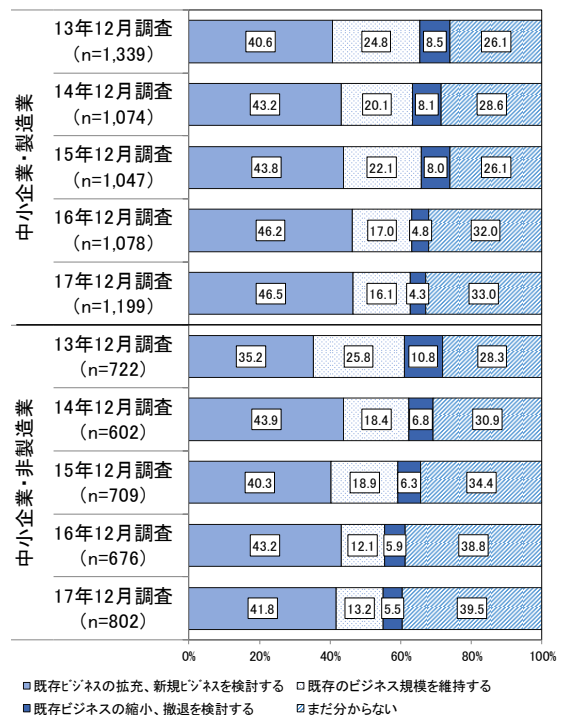
図表Ⅱ-39 今後の中国でのビジネス展開  
(業種別、時系列)



図表Ⅱ-40 今後の中国でのビジネス展開  
(大企業、業種別、時系列)



図表Ⅱ-41 今後の中国でのビジネス展開  
(中小企業、業種別、時系列)



[注] 母数は「今後ともビジネス展開は行わない」「無回答」を除いた企業数。

図表Ⅱ-42 今後の中国でのビジネス展開（全体、業種別）

（複数回答、％）

	社数	既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する	既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する	規模やベ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	既存のビジネス規模を維持する	既存ビジネスの縮小、撤退を検討する	中国ビジネスは縮小して、他国への移管を検討する	中国ビジネスからは撤退して、他国での展開を検討する	まだ、分からない
総計	2,521	48.3	42.9	5.4	15.5	4.1	2.8	1.3	32.0
製造業	1,462	51.1	45.3	5.7	16.1	3.8	2.9	1.0	29.0
飲食料品	367	40.1	37.3	2.7	9.8	3.0	1.4	1.6	47.1
繊維・織物／アパレル	83	56.6	48.2	8.4	13.3	3.6	3.6	-	26.5
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	43	39.5	27.9	11.6	4.7	7.0	4.7	2.3	48.8
化学	82	72.0	57.3	14.6	13.4	4.9	4.9	-	9.8
医薬品・化粧品	66	66.7	65.2	1.5	10.6	4.5	3.0	1.5	18.2
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	78	59.0	51.3	7.7	15.4	6.4	6.4	-	19.2
窯業・土石	31	61.3	48.4	12.9	12.9	3.2	3.2	-	22.6
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	141	41.8	38.3	3.5	25.5	5.0	5.0	-	27.7
一般機械	134	51.5	45.5	6.0	28.4	3.0	1.5	1.5	17.2
電気機械	77	50.6	42.9	7.8	19.5	6.5	5.2	1.3	23.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	55	70.9	60.0	10.9	3.6	3.6	-	3.6	21.8
自動車／自動車部品／その他輸送機器	86	47.7	41.9	5.8	22.1	2.3	1.2	1.2	27.9
精密機器	51	51.0	45.1	5.9	31.4	2.0	2.0	-	15.7
その他の製造業	168	56.5	53.0	3.6	15.5	3.0	3.0	-	25.0
非製造業	1,059	44.5	39.5	5.0	14.8	4.5	2.6	1.9	36.2
商社・卸売	571	51.7	45.5	6.1	16.1	4.9	3.2	1.8	27.3
小売	86	44.2	38.4	5.8	10.5	5.8	3.5	2.3	39.5
建設	56	17.9	17.9	-	23.2	5.4	3.6	1.8	53.6
運輸	54	42.6	38.9	3.7	16.7	1.9	-	1.9	38.9
金融・保険	38	26.3	26.3	-	36.8	-	-	-	36.8
通信・情報・ソフトウェア	66	34.8	33.3	1.5	10.6	4.5	1.5	3.0	50.0
専門サービス	47	42.6	36.2	6.4	8.5	6.4	2.1	4.3	42.6
その他の非製造業	141	36.9	31.9	5.0	6.4	3.5	2.1	1.4	53.2

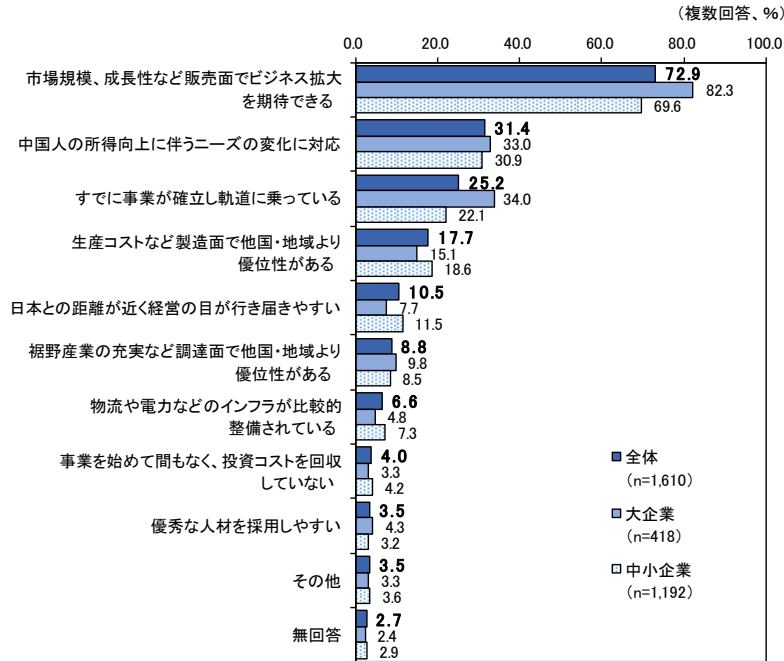
[注] ①網掛けは各業種で回答比率が最大の項目。

②母数は「今後ともビジネス展開は行わない」「無回答」と回答した企業を除いた企業数。

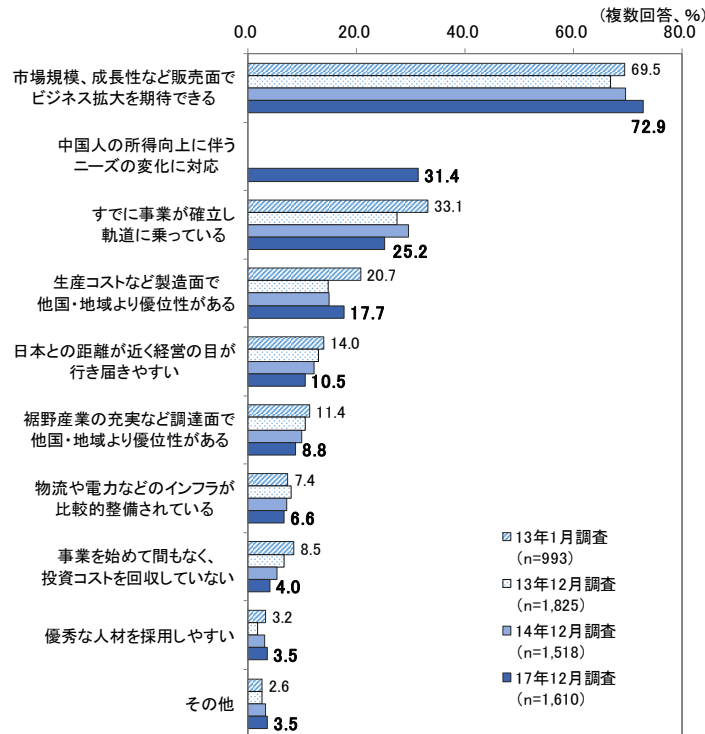
## 8. 中国ビジネスを拡充・維持する理由

中国ビジネスを拡充・維持する理由について尋ねたところ、「中国の市場規模、成長性」(72.9%)が引き続き最大で、「中国人の所得向上に伴うニーズの変化」(31.4%)、「事業が確立し軌道に乗っている」(25.2%)が続いた。業種別では、石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品、繊維・織物/アパレル、精密機器では「生産コストなど製造面での優位性」、通信・情報・ソフトウェアでは「優秀な人材を採用しやすい」を挙げる企業の比率も高かった。

図表Ⅱ-43 中国ビジネスを拡充・維持する理由（全体、企業規模別）



図表Ⅱ-44 中国ビジネスを拡充・維持する理由（全体、時系列）



[注]図表Ⅱ-43、44とも①母数は「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」、「既存のビジネス規模を維持する」と回答した企業。②「中国人の所得向上に伴うニーズの変化に対応」は2017年度に新設。

図表Ⅱ-45 中国ビジネスを拡充・維持する理由（全体、業種別）

（複数回答、％）

	社数	市場規模、成長性など販売面でビジネス拡大を期待できる	中国人の所得向上に伴うニーズの変化に対応	すでに事業が確立し軌道に乗っている	生産コストなど製造面で他国・地域より優位性がある	日本との距離が近く経営の目が行き届きやすい	裾野産業の充実など調達面で他国・地域より優位性がある	物流や電力などのインフラが比較的整備されている	事業を始め間もなく、投資コストを回収していない	優秀な人材を採用しやすい	その他	無回答
全体	1,610	72.9	31.4	25.2	17.7	10.5	8.8	6.6	4.0	3.5	3.5	2.7
製造業	982	75.8	31.1	23.8	16.8	9.8	7.6	6.1	3.8	2.4	2.7	3.3
食料品	183	78.1	44.8	15.3	7.1	7.7	2.7	4.4	3.8	1.1	3.8	4.9
繊維・織物／アパレル	58	53.4	44.8	20.7	25.9	20.7	17.2	12.1	1.7	3.4	5.2	1.7
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	19	78.9	31.6	36.8	21.1	21.1	10.5	5.3	5.3	0.0	0.0	0.0
化学	70	87.1	30.0	41.4	15.7	5.7	5.7	5.7	5.7	7.1	1.4	1.4
医薬品・化粧品	51	92.2	54.9	29.4	5.9	5.9	5.9	3.9	5.9	0.0	0.0	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	58	67.2	27.6	27.6	27.6	15.5	13.8	5.2	6.9	3.4	5.2	0.0
窯業・土石	23	78.3	21.7	8.7	8.7	17.4	4.3	4.3	0.0	4.3	8.7	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	95	65.3	32.6	23.2	20.0	9.5	8.4	7.4	5.3	3.2	2.1	9.5
一般機械	107	77.6	18.7	24.3	19.6	7.5	3.7	4.7	1.9	1.9	0.9	3.7
電気機械	54	74.1	25.9	20.4	11.1	13.0	9.3	3.7	0.0	3.7	3.7	7.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	41	80.5	14.6	31.7	14.6	9.8	12.2	9.8	4.9	0.0	2.4	2.4
自動車／自動車部品／その他輸送機器	60	83.3	16.7	31.7	13.3	8.3	10.0	3.3	6.7	1.7	3.3	3.3
精密機器	42	71.4	19.0	23.8	23.8	9.5	11.9	11.9	2.4	2.4	0.0	0.0
その他の製造業	121	76.0	26.4	19.8	25.6	7.4	7.4	7.4	2.5	2.5	2.5	0.8
非製造業	628	68.5	32.0	27.2	19.1	11.6	10.7	7.5	4.3	5.1	4.8	1.9
商社・卸売	387	68.7	34.4	28.2	24.8	13.2	11.4	8.8	3.6	3.6	2.6	1.8
小売	47	76.6	36.2	23.4	21.3	10.6	14.9	4.3	6.4	2.1	8.5	2.1
建設	23	60.9	0.0	39.1	17.4	4.3	13.0	0.0	4.3	8.7	8.7	4.3
運輸	32	71.9	21.9	46.9	3.1	9.4	0.0	12.5	9.4	9.4	6.3	0.0
金融・保険	24	54.2	29.2	33.3	4.2	4.2	12.5	4.2	0.0	4.2	20.8	0.0
通信・情報・ソフトウェア	30	70.0	33.3	16.7	10.0	20.0	16.7	13.3	10.0	26.7	3.3	3.3
専門サービス	24	70.8	25.0	20.8	0.0	0.0	8.3	4.2	4.2	12.5	12.5	0.0
その他の非製造業	61	65.6	34.4	14.8	8.2	9.8	4.9	1.6	3.3	0.0	4.9	3.3

[注]①母数は「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」、「既存のビジネス規模を維持する」と回答した企業。②網掛けは、各業種について回答比率の高い上位3項目。

### Ⅲ. 各国のビジネス環境

#### 1. 各国の魅力・長所

海外ビジネスを行っている、または検討している国・地域の魅力・長所についてどのように評価しているか尋ねたところ、選択肢に挙げた11カ国全てで、「市場規模・成長性」が最大の回答率となった。ASEAN 諸国については、今回新設した「親日的な国民感情」が2-3番目に高い回答率となった。2013年度の前回調査と比べ、ベトナムやフィリピンの「市場規模・成長性」、ベトナムやミャンマーの「顧客（納入先）企業の集積」、インドの「従業員の質の高さ、優秀な人材が豊富」、メキシコの「人件費の安さ、豊富な労働力」、「言語・コミュニケーション上の障害の少なさ」の回答率が5%ポイント以上上昇した。一方、タイやマレーシアの「インフラ（電力、運輸、通信等）の充実」、マレーシアの「安定した政治・社会情勢」、フィリピンの「言語・コミュニケーション上の障害の少なさ」、メキシコの「市場規模・成長性」の回答率は前回調査から5%ポイント以上低下した。今回新設した、「現地企業・大学等の高い技術力」については、米国（13.8%）、英国（13.5%）に続き、インド（9.3%）、中国（6.1%）が高評価となった。

図表Ⅲ-1 各国の魅力・長所（全体）

(複数回答、%)

	回答企業数	市場	企業等の集積				労働力			インフラ			手続き・制度			政治・社会他				
		市場規模・成長性	（関連産業の集積が容易）	顧客（納入先）の集積	現地企業・大学等の高い技術力	人件費の安さ、豊富な労働力	従業員の定着率の高さ	優秀な人材が豊富	輸、通信等）の充実	インフラ（電力、運輸、通信等）の充実	料の安さ	土地・事務所スペースが豊富、地価・賃料が安い	各種手続き等が迅速	（法人税、関税など）税制面での優位性	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上の障害の少なさ	優れている駐在員の生活環境	親日的な国民感情	その他
中国	1,879	<b>89.8</b>	21.8	27.4	6.1	13.6	2.7	9.0	12.8	3.2	2.1	1.3	0.6	3.9	10.1	4.2	1.6	0.9		
タイ	1,299	<b>69.2</b>	19.6	35.5	4.2	17.7	5.4	10.9	13.9	6.7	3.3	5.9	5.2	11.2	6.5	20.2	52.1	1.0		
マレーシア	732	<b>66.1</b>	8.7	19.7	3.7	12.0	4.2	7.5	10.0	6.1	2.9	2.5	2.0	16.8	13.0	10.4	28.6	1.8		
インドネシア	914	<b>84.1</b>	6.6	25.9	1.9	26.0	3.2	4.9	2.8	8.5	0.2	2.6	0.9	5.1	3.9	3.9	28.3	0.9		
フィリピン	607	<b>72.7</b>	6.3	18.1	1.8	29.7	3.0	6.8	3.0	7.7	1.0	3.3	2.3	5.6	20.6	3.5	26.4	1.3		
ベトナム	1,261	<b>82.2</b>	8.7	19.8	5.1	41.9	7.0	20.2	4.7	12.3	1.3	4.7	2.5	17.8	4.8	6.9	42.8	1.3		
ミャンマー	480	<b>75.4</b>	2.5	8.8	1.9	40.4	2.9	5.4	0.4	11.5	0.4	2.5	2.3	1.3	2.3	1.0	29.2	2.3		
インド	679	<b>92.5</b>	8.5	18.7	9.3	24.9	1.5	10.2	1.8	6.9	0.6	2.9	1.0	5.6	11.2	0.1	12.1	1.3		
米国	1,136	<b>82.6</b>	14.4	28.3	13.8	0.2	1.8	11.4	22.5	1.1	7.4	1.2	0.7	30.2	32.8	18.0	11.0	1.2		
メキシコ	287	<b>75.6</b>	12.5	34.5	2.1	23.7	2.4	2.8	6.3	4.5	1.4	4.9	2.1	5.9	6.6	2.1	12.9	2.4		
英国	379	<b>53.3</b>	7.4	16.4	13.5	0.3	1.8	14.0	20.6	0.0	6.1	1.3	0.3	31.4	39.8	19.3	11.6	2.4		

[注] ①母数（回答企業数）は、国ごとの魅力・長所に回答した企業の総数（現在ビジネスを行っている、または検討している国・地域のみ回答）。

②各セルの値は、各国の母数に占める項目ごとの回答率（魅力・長所ごとの回答数/母数）。

③網掛けセルは回答率20%以上の魅力・長所。数字が太字のセルは各国について、回答率が最大の魅力・長所。数字がイタリックのセルは同様に、回答率が2番目に高い魅力・長所。

図表Ⅲ-2 各国の魅力・長所（自由回答のその他の国、全体）

（複数回答、％）

	回答企業数	市場	企業等の集積			労働力			インフラ		手続き・制度			政治・社会他				
		市場規模・成長性	（関連産業の集積が容易）	顧客（納入先）の集積	現地企業・大学等の高い技術力	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、優秀な人材が豊富	輸インフラ（電力、通信等）の充実	土地・事務所スペースの豊富さ、地価・賃料の安さ	各種手続き等が迅速	税制面での優位性（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	な言語・コミュニケーション上の障害の少	駐在員の生活環境が	親的な国民感情	その他
台湾	60	55.0	21.7	25.0	20.0	10.0	11.7	36.7	20.0	1.7	10.0	1.7	3.3	36.7	35.0	18.3	93.3	3.3
シンガポール	33	60.6	15.2	51.5	15.2	0.0	0.0	24.2	12.1	3.0	21.2	33.3	6.1	54.5	33.3	30.3	30.3	3.0
韓国	19	57.9	10.5	31.6	0.0	0.0	0.0	5.3	10.5	0.0	21.1	0.0	0.0	10.5	31.6	0.0	5.3	0.0
ドイツ	17	70.6	35.3	29.4	11.8	0.0	5.9	23.5	17.6	0.0	5.9	5.9	0.0	52.9	29.4	17.6	23.5	0.0
フランス	14	50.0	14.3	21.4	7.1	0.0	0.0	0.0	21.4	0.0	0.0	0.0	0.0	35.7	21.4	21.4	50.0	14.3
スリランカ	12	75.0	16.7	16.7	8.3	50.0	8.3	16.7	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	16.7	91.7	0.0
香港	12	58.3	8.3	0.0	0.0	0.0	8.3	33.3	16.7	8.3	25.0	25.0	0.0	33.3	41.7	33.3	33.3	0.0
カンボジア	10	80.0	10.0	0.0	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	10.0	20.0	10.0	10.0	10.0	30.0	0.0
ロシア	10	100.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	20.0	0.0	40.0	0.0
アラブ首長国連邦	9	100.0	11.1	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0	22.2	0.0	0.0	33.3	0.0	22.2	0.0	22.2	33.3	0.0
オーストラリア	9	88.9	0.0	22.2	22.2	0.0	0.0	22.2	22.2	0.0	11.1	0.0	0.0	66.7	66.7	22.2	44.4	0.0
バングラデシュ	9	44.4	22.2	11.1	11.1	77.8	11.1	33.3	11.1	11.1	11.1	22.2	0.0	11.1	11.1	0.0	44.4	0.0
ブラジル	8	100.0	12.5	0.0	0.0	25.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	62.5	12.5
モンゴル	6	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	50.0	16.7	16.7	33.3	16.7	16.7	50.0	0.0	16.7	33.3	16.7
ラオス	6	50.0	0.0	0.0	0.0	33.3	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	66.7	0.0
カナダ	5	80.0	20.0	20.0	60.0	0.0	0.0	20.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	40.0	0.0	40.0	0.0
トルコ	5	80.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0	40.0	20.0
ニュージーランド	5	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	80.0	20.0	0.0	40.0	20.0
アジア計	173	58.4	16.2	26.6	11.6	16.2	7.5	25.4	12.7	5.8	15.6	12.1	4.6	31.8	27.7	16.8	57.2	2.3
欧州計	76	69.7	18.4	31.6	15.8	2.6	2.6	13.2	13.2	1.3	6.6	2.6	0.0	35.5	23.7	13.2	23.7	6.6
中東計	27	85.2	11.1	14.8	14.8	7.4	3.7	7.4	11.1	7.4	3.7	14.8	0.0	14.8	18.5	11.1	33.3	7.4
アフリカ計	17	88.2	5.9	5.9	0.0	41.2	0.0	11.8	11.8	23.5	5.9	0.0	5.9	23.5	11.8	0.0	29.4	11.8
中南米計	17	94.1	5.9	5.9	17.6	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	17.6	11.8	11.8	41.2	5.9
大洋州計	17	70.6	5.9	17.6	23.5	0.0	0.0	11.8	17.6	5.9	5.9	0.0	0.0	58.8	41.2	17.6	47.1	5.9

- 〔注〕①母数（回答企業数）は、その他の自由回答欄に記載された各国・地域ごとの魅力・長所に回答した企業の総数（現在ビジネスを行っている、または検討している国・地域のみ回答）。
- ②各セルの値は、各国・地域の母数に占める項目ごとの回答率（魅力・長所ごとの回答数／母数）。
- ③網掛けセルは回答率20%以上の魅力・長所。数字が太字のセルは各国・地域について、回答率が最大の魅力・長所。数字がイタリックのセルは同様に、回答率が2番目に高い魅力・長所。
- ④その他（自由回答欄）の国・地域は回答社数が5社以上の国・地域のみ掲載。各地域計はその他（自由回答欄）に挙げられた、当該地域に含まれる全ての国・地域を足しあげたもの。



図表Ⅲ-3 各国の魅力・長所（魅力項目別、全体、時系列）

（複数回答、％）

順位	市場規模・成長性			関連産業の集積 (現地調達が可能)			顧客(納入先)企業の集積			現地企業・大学等の高い技術力		
	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度
1	インド	92.5	92.4	中国	21.8	19.1	タイ	35.5	39.1	米国	13.8	-
2	中国	89.8	85.8	タイ	19.6	20.4	メキシコ	34.5	35.4	英国	13.5	-
3	インドネシア	84.1	87.5	米国	14.4	-	米国	28.3	-	インド	9.3	-
4	米国	82.6	-	メキシコ	12.5	9.9	中国	27.4	27.3	中国	6.1	-
5	ベトナム	82.2	75.0	マレーシア	8.7	8.5	インドネシア	25.9	26.0	ベトナム	5.1	-
6	メキシコ	75.6	85.0	ベトナム	8.7	5.1	ベトナム	19.8	14.7	タイ	4.2	-
7	ミャンマー	75.4	77.5	インド	8.5	5.0	マレーシア	19.7	18.7	マレーシア	3.7	-
8	フィリピン	72.7	63.7	英国	7.4	-	インド	18.7	16.9	メキシコ	2.1	-
9	タイ	69.2	73.5	インドネシア	6.6	8.5	フィリピン	18.1	16.8	ミャンマー	1.9	-
10	マレーシア	66.1	63.9	フィリピン	6.3	4.6	英国	16.4	-	インドネシア	1.9	-
11	英国	53.3	-	ミャンマー	2.5	0.9	ミャンマー	8.8	3.7	フィリピン	1.8	-
順位	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、優秀な人材が豊富			インフラ(電力、運輸、通信等)の充実		
	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度
1	ベトナム	41.9	44.0	ベトナム	7.0	5.3	ベトナム	20.2	19.7	米国	22.5	-
2	ミャンマー	40.4	43.6	タイ	5.4	4.4	英国	14.0	-	英国	20.6	-
3	フィリピン	29.7	30.5	マレーシア	4.2	3.1	米国	11.4	-	タイ	13.9	23.9
4	インドネシア	26.0	26.0	インドネシア	3.2	2.0	タイ	10.9	13.7	中国	12.8	13.6
5	インド	24.9	21.7	フィリピン	3.0	3.0	インド	10.2	4.5	マレーシア	10.0	20.1
6	メキシコ	23.7	17.2	ミャンマー	2.9	3.3	中国	9.0	5.4	メキシコ	6.3	6.2
7	タイ	17.7	18.6	中国	2.7	1.2	マレーシア	7.5	9.4	ベトナム	4.7	5.3
8	中国	13.6	16.9	メキシコ	2.4	1.8	フィリピン	6.8	8.8	フィリピン	3.0	4.8
9	マレーシア	12.0	10.7	英国	1.8	-	ミャンマー	5.4	10.3	インドネシア	2.8	4.2
10	英国	0.3	-	米国	1.8	-	インドネシア	4.9	3.8	インド	1.8	2.5
11	米国	0.2	-	インド	1.5	1.2	メキシコ	2.8	3.3	ミャンマー	0.4	1.4
順位	土地・事務所スペースが豊富、地価・賃料の安さ			各種手続き等が迅速			税制面での優位性(法人税、関税など)			投資奨励制度の充実		
	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度
1	ベトナム	12.3	8.3	米国	7.4	-	タイ	5.9	7.8	タイ	5.2	7.6
2	ミャンマー	11.5	8.7	英国	6.1	-	メキシコ	4.9	3.3	ベトナム	2.5	1.7
3	インドネシア	8.5	4.4	タイ	3.3	3.9	ベトナム	4.7	3.0	フィリピン	2.3	2.6
4	フィリピン	7.7	6.8	マレーシア	2.9	4.2	フィリピン	3.3	5.4	ミャンマー	2.3	0.5
5	インド	6.9	3.4	中国	2.1	0.8	インド	2.9	1.3	メキシコ	2.1	2.6
6	タイ	6.7	4.7	メキシコ	1.4	1.5	インドネシア	2.6	2.1	マレーシア	2.0	1.7
7	マレーシア	6.1	4.5	ベトナム	1.3	0.9	ミャンマー	2.5	2.1	インド	1.0	0.4
8	メキシコ	4.5	2.9	フィリピン	1.0	2.4	マレーシア	2.5	3.7	インドネシア	0.9	1.4
9	中国	3.2	2.9	インド	0.6	0.1	中国	1.3	1.0	米国	0.7	-
10	米国	1.1	-	ミャンマー	0.4	0.0	英国	1.3	-	中国	0.6	0.6
11	英国	0.0	-	インドネシア	0.2	1.0	米国	1.2	-	英国	0.3	-
順位	安定した政治・社会情勢			言語・コミュニケーション上の障害の少なさ			駐在員の生活環境が優れている			親日的な国民感情		
	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度	国	17年度	13年度
1	英国	31.4	-	英国	39.8	-	タイ	20.2	21.4	タイ	52.1	-
2	米国	30.2	-	米国	32.8	-	英国	19.3	-	ベトナム	42.8	-
3	ベトナム	17.8	15.3	フィリピン	20.6	26.1	米国	18.0	-	ミャンマー	29.2	-
4	マレーシア	16.8	22.0	マレーシア	13.0	14.1	マレーシア	10.4	15.1	マレーシア	28.6	-
5	タイ	11.2	7.3	インド	11.2	10.3	ベトナム	6.9	4.0	インドネシア	28.3	-
6	メキシコ	5.9	7.7	中国	10.1	7.5	中国	4.2	4.5	フィリピン	26.4	-
7	フィリピン	5.6	6.4	メキシコ	6.6	1.5	インドネシア	3.9	3.4	メキシコ	12.9	-
8	インド	5.6	4.0	タイ	6.5	4.9	フィリピン	3.5	3.6	インド	12.1	-
9	インドネシア	5.1	6.5	ベトナム	4.8	3.5	メキシコ	2.1	0.4	英国	11.6	-
10	中国	3.9	0.8	インドネシア	3.9	3.1	ミャンマー	1.0	0.5	米国	11.0	-
11	ミャンマー	1.3	2.3	ミャンマー	2.3	2.8	インド	0.1	0.3	中国	1.6	-

〔注〕①母数(回答企業数)は、国ごとの魅力・長所に回答した企業の総数(現在ビジネスを行っている、または検討している国・地域のみ回答)。

②各セルの値は、各国の母数に占める項目ごとの回答率(魅力・長所ごとの回答数/母数)。

③黄色の網掛けかつ太字は前回調査(2013年度)から回答率が5%ポイント以上上昇したセル。青の網掛けのセルは同様に5%ポイント以上回答率が低下したセル。

④米国、英国の2カ国、および「現地企業・大学等の高い技術力」「親日的な国民感情」は2017年度に新設。「顧客(納入先)企業の集積」の2013年度は「取引先(納入先)企業の集積」。「従業員の質の高さ、優秀な人材が豊富」の2013年度は「従業員の質の高さ」。「税制面での優位性(法人税、関税など)」の2013年度は「税制面でのインセンティブ(法人税、関税など)」。

⑤各年度の母数(回答企業数)は以下のとおり。

〔回答企業数(17年度)〕=中国:1,879、タイ:1,299、マレーシア:732、インドネシア:914、フィリピン:607、ベトナム:1,261、ミャンマー:480、インド:679、米国:1,136、メキシコ:287、英国:379

〔回答企業数(13年度)〕=中国:1,841、タイ:1,372、マレーシア:710、インドネシア:1,015、フィリピン:499、ベトナム:1,047、ミャンマー:427、インド:682、メキシコ:274

図表Ⅲ-4 各国の魅力・長所（国別、全体、時系列）

（複数回答、%）

順位	中国		タイ		マレーシア		インドネシア					
	17年度	13年度	17年度	13年度	17年度	13年度	17年度	13年度				
1	市場規模	89.8	85.8	市場規模	69.2	73.5	市場規模	66.1	63.9	市場規模	84.1	87.5
2	納入先集積	27.4	27.3	親日感情	52.1	-	親日感情	28.6	-	親日感情	28.3	-
3	現地調達容易	21.8	19.1	納入先集積	35.5	39.1	納入先集積	19.7	18.7	人件費・労働力	26.0	26.0
4	人件費・労働力	13.6	16.9	生活環境	20.2	21.4	政治・社会安定	16.8	22.0	納入先集積	25.9	26.0
5	インフラ	12.8	13.6	現地調達容易	19.6	20.4	コミュニケーション	13.0	14.1	土地・事務所	8.5	4.4
6	コミュニケーション	10.1	7.5	人件費・労働力	17.7	18.6	人件費・労働力	12.0	10.7	現地調達容易	6.6	8.5
7	人材の質	9.0	5.4	インフラ	13.9	23.9	生活環境	10.4	15.1	政治・社会安定	5.1	6.5
8	技術力	6.1	-	政治・社会安定	11.2	7.3	インフラ	10.0	20.1	人材の質	4.9	3.8
9	生活環境	4.2	4.5	人材の質	10.9	13.7	現地調達容易	8.7	8.5	コミュニケーション	3.9	3.1
10	政治・社会安定	3.9	0.8	土地・事務所	6.7	4.7	人材の質	7.5	9.4	生活環境	3.9	3.4
11	土地・事務所	3.2	2.9	コミュニケーション	6.5	4.9	土地・事務所	6.1	4.5	従業員定着率	3.2	2.0
12	従業員定着率	2.7	1.2	税制	5.9	7.8	従業員定着率	4.2	3.1	インフラ	2.8	4.2
13	手続き迅速	2.1	0.8	従業員定着率	5.4	4.4	技術力	3.7	-	税制	2.6	2.1
14	親日感情	1.6	-	投資奨励制度	5.2	7.6	手続き迅速	2.9	4.2	技術力	1.9	-
15	税制	1.3	1.0	技術力	4.2	-	税制	2.5	3.7	投資奨励制度	0.9	1.4
16	その他	0.9	-	手続き迅速	3.3	3.9	投資奨励制度	2.0	1.7	その他	0.9	-
17	投資奨励制度	0.6	0.6	その他	1.0	-	その他	1.8	-	手続き迅速	0.2	1.0

順位	フィリピン		ベトナム		ミャンマー		インド					
	17年度	13年度	17年度	13年度	17年度	13年度	17年度	13年度				
1	市場規模	72.7	63.7	市場規模	82.2	75.0	市場規模	75.4	77.5	市場規模	92.5	92.4
2	人件費・労働力	29.7	30.5	親日感情	42.8	-	人件費・労働力	40.4	43.6	人件費・労働力	24.9	21.7
3	親日感情	26.4	-	人件費・労働力	41.9	44.0	親日感情	29.2	-	納入先集積	18.7	16.9
4	コミュニケーション	20.6	26.1	人材の質	20.2	19.7	土地・事務所	11.5	8.7	親日感情	12.1	-
5	納入先集積	18.1	16.8	納入先集積	19.8	14.7	納入先集積	8.8	3.7	コミュニケーション	11.2	10.3
6	土地・事務所	7.7	6.8	政治・社会安定	17.8	15.3	人材の質	5.4	10.3	人材の質	10.2	4.5
7	人材の質	6.8	8.8	土地・事務所	12.3	8.3	従業員定着率	2.9	3.3	技術力	9.3	-
8	現地調達容易	6.3	4.6	現地調達容易	8.7	5.1	現地調達容易	2.5	0.9	現地調達容易	8.5	5.0
9	政治・社会安定	5.6	6.4	従業員定着率	7.0	5.3	税制	2.5	2.1	土地・事務所	6.9	3.4
10	生活環境	3.5	3.6	生活環境	6.9	4.0	投資奨励制度	2.3	0.5	政治・社会安定	5.6	4.0
11	税制	3.3	5.4	技術力	5.1	-	コミュニケーション	2.3	2.8	税制	2.9	1.3
12	従業員定着率	3.0	3.0	コミュニケーション	4.8	3.5	その他	2.3	-	インフラ	1.8	2.5
13	インフラ	3.0	4.8	インフラ	4.7	5.3	技術力	1.9	-	従業員定着率	1.5	1.2
14	投資奨励制度	2.3	2.6	税制	4.7	3.0	政治・社会安定	1.3	2.3	その他	1.3	-
15	技術力	1.8	-	投資奨励制度	2.5	1.7	生活環境	1.0	0.5	投資奨励制度	1.0	0.4
16	その他	1.3	-	手続き迅速	1.35	0.9	インフラ	0.4	1.4	手続き迅速	0.6	0.1
17	手続き迅速	1.0	2.4	その他	1.27	-	手続き迅速	0.4	0.0	生活環境	0.1	0.3

順位	米国		メキシコ		英国				
	17年度	13年度	17年度	13年度	17年度	13年度			
1	市場規模	82.6	-	市場規模	75.6	85.0	市場規模	53.3	-
2	コミュニケーション	32.8	-	納入先集積	34.5	35.4	コミュニケーション	39.8	-
3	政治・社会安定	30.2	-	人件費・労働力	23.7	17.2	政治・社会安定	31.4	-
4	納入先集積	28.3	-	親日感情	12.9	-	インフラ	20.6	-
5	インフラ	22.5	-	現地調達容易	12.5	9.9	生活環境	19.3	-
6	生活環境	18.0	-	コミュニケーション	6.6	1.5	納入先集積	16.4	-
7	現地調達容易	14.4	-	インフラ	6.3	6.2	人材の質	14.0	-
8	技術力	13.8	-	政治・社会安定	5.9	7.7	技術力	13.5	-
9	人材の質	11.4	-	税制	4.9	3.3	親日感情	11.6	-
10	親日感情	11.0	-	土地・事務所	4.5	2.9	現地調達容易	7.4	-
11	手続き迅速	7.4	-	人材の質	2.8	3.3	手続き迅速	6.1	-
12	従業員定着率	1.8	-	従業員定着率	2.4	1.8	その他	2.4	-
13	税制	1.2	-	その他	2.4	-	従業員定着率	1.8	-
14	その他	1.2	-	技術力	2.1	-	税制	1.3	-
15	土地・事務所	1.1	-	投資奨励制度	2.1	2.6	人件費・労働力	0.3	-
16	投資奨励制度	0.7	-	生活環境	2.1	0.4	投資奨励制度	0.3	-
17	人件費・労働力	0.2	-	手続き迅速	1.4	1.5	土地・事務所	0.0	-

〔注〕各国、2017年度の回答率の高い魅力・長所項目順に並べてあるが、回答率が同率の項目は同順位。他は、図表Ⅲ-3と同じ。魅力・長所の正式名称は次のとおり：市場規模（正式名称：市場規模・成長性）、現地調達容易（関連産業の集積（現地調達が容易））、納入先集積（顧客（納入先）企業の集積）、技術力（現地企業・大学等の高い技術力）、人件費・労働力（人件費の安さ、豊富な労働力）、従業員定着率（従業員の定着率の高さ）、人材の質（従業員の質の高さ、優秀な人材が豊富）、インフラ（インフラ（電力、運輸、通信等）の充実）、土地・事務所（土地・事務所スペースが豊富、地価・賃料の安さ）、手続き迅速（各種手続き等が迅速）、税制（税制面での優位性（法人税、関税など））、投資奨励制度（投資奨励制度の充実）、政治・社会安定（安定した政治・社会情勢）、コミュニケーション（言語・コミュニケーション上の障害の少なさ）、生活環境（駐在員の生活環境が優れている）、親日感情（親日的な国民感情）。

## 2. 各国のビジネス環境の課題

海外ビジネスを行っている、または検討している国・地域について、ビジネスを行う上での課題をどのように評価しているか尋ねたところ、選択肢に挙げた11カ国のうち、「米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり（米新政権の政策）」が米国（58.6%）とメキシコ（52.8%）で最大の課題となった。同様に、「英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり（英EU離脱リスク）」は英国で最大の課題（65.0%）となった。自由回答のその他の国についての回答も含めると、「英EU離脱リスク」は英国および欧州で最大の課題とされているが、その他地域ではほとんど課題として認識されていない。一方、「米新政権の政策」は、特に米国、メキシコ、ロシアで回答率5割を超えるビジネス上の最大課題として認識されている他、アラブ首長国連邦、カナダ、韓国、中東、中南米でも回答率が2割を超えた。

中国の課題指摘率は他国と比べて依然高いものの、前回調査（2015年度）と比べて全項目で低下した。2012年度以降、「政情リスクや社会情勢・治安に問題あり（政情・社会情勢・治安）」「法制度が未整備、運用に問題あり（法制度・運用）」「労務上の問題あり」の改善が顕著である。また、2015年度調査と比べて、11カ国全ての国で「インフラ（電力、運輸、通信等）が未整備（インフラ）」の課題指摘率が減少した。その他、2012年度以降、課題指摘率が特に低下傾向にあるのは、「インフラ」（インドネシア、フィリピン、ベトナム、ミャンマー、インド）、「政情・社会情勢・治安」（タイ）、「自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり」（タイ、フィリピン）、「法制度・運用」（ベトナム、ミャンマー）、「関連産業が集積・発展していない」（ベトナム）などである。

一方、課題指摘率が2015年度調査から5%ポイント以上増加した国・課題としては、フィリピンやミャンマーの「政情・社会情勢・治安」やインドの「自然災害・環境汚染」が挙げられる。また、「特段のリスク・問題を認識していない」の比率が、フィリピン、ミャンマー、インド、メキシコで5%ポイント以上低下した。

図表Ⅲ-5 各国のビジネス環境の課題（全体）

	回答企業数	(複数回答、%)																	
		時事問題		為替	取引相手		労働力			インフラ		手続き・制度				政治・社会他			なし
		米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	為替リスクが高い	関連産業が集積・発展していない	代金回収上のリスク・問題あり	人件費が高い、上昇している	労働力の不足・適切な人材の採用難	労務上の問題あり	インフラ（電力、運輸、通信等）が未整備	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	法制度が未整備、運用に問題あり	知的財産権の保護に問題あり	税制・税務手続きの煩雑さ	行政手続きの煩雑さ（許認可など）	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	その他	特段のリスク・問題を認識していない
中国	1,853	13.8	1.2	15.8	1.4	35.8	46.6	12.7	13.4	3.8	9.6	22.0	40.5	19.6	29.7	36.8	18.4	1.5	6.6
タイ	1,048	3.0	0.3	11.5	3.2	10.2	25.3	13.3	4.7	5.1	5.1	7.6	5.5	7.3	12.9	24.6	12.0	0.9	24.9
マレーシア	588	3.4	0.7	12.6	7.3	8.8	13.6	7.1	3.1	4.4	2.7	6.0	4.6	5.3	8.8	7.7	2.7	2.0	44.4
インドネシア	779	3.6	0.4	17.8	7.3	17.2	14.9	7.3	8.0	21.6	3.3	24.6	7.8	17.8	26.1	25.4	9.9	1.3	21.1
フィリピン	581	6.2	0.3	10.7	12.0	16.4	5.2	5.2	4.8	19.4	2.4	15.0	7.1	8.4	14.6	33.9	12.0	1.5	25.6
ベトナム	952	4.2	0.4	12.6	13.3	16.1	16.5	7.7	4.4	20.0	4.8	21.1	10.1	14.0	24.5	8.2	4.7	1.2	24.8
ミャンマー	516	4.1	0.6	11.8	24.8	18.0	2.3	7.9	5.0	40.7	8.3	32.6	10.7	13.6	18.6	39.7	7.6	1.0	19.4
インド	601	3.7	1.3	12.1	11.5	27.3	4.8	6.7	8.5	33.3	2.2	22.0	8.7	23.6	25.1	18.3	20.1	1.2	19.5
米国	1,026	58.6	2.5	20.1	0.8	2.8	19.5	5.6	3.4	0.1	4.8	0.4	0.9	3.1	7.9	4.9	1.8	1.2	21.6
メキシコ	388	52.8	1.0	15.2	4.6	10.3	6.4	7.2	4.4	4.9	2.3	5.2	2.6	5.2	5.9	27.6	4.9	1.0	24.5
英国	523	5.0	65.0	15.7	1.7	1.9	12.2	3.6	1.5	0.6	4.6	0.2	0.4	1.3	4.0	2.5	0.2	1.0	23.3

〔注〕①母数（回答企業数）は、国ごとの課題に回答した企業の総数（現在ビジネスを行っている、または検討している国・地域のみ回答）。

②各セルの値は、各国の母数に占める項目ごとの回答率（課題ごとの回答数／母数）。

③網掛けセルは回答率20%以上の課題。数字が太字のセルは各国について、回答率が最大の課題。数字がイタリックのセルは同様に、回答率が2番目に高い課題。

図表Ⅲ-6 各国のビジネス環境の課題（自由回答のその他の国、全体）

（複数回答、％）

回答企業数	時事問題		為替	取引相手		労働力			インフラ		手続き・制度				政治・社会他			なし	
	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	為替リスクが高い	関連産業が集積・発展していない	代金回収上のリスク・問題あり	人件費が高い、上昇している	労働力の不足・適切な人材の採用難	労務上の問題あり	インフラ（電力、運輸、通信等）が未整備	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	法制度が未整備、運用に問題あり	知的財産権の保護に問題あり	税制・税務手続きの煩雑さ	行政手続きの煩雑さ（許認可など）	政治リスクや社会情勢・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	その他	特段のリスク・問題を認識していない	
台湾	49	6.1	2.0	4.1	2.0	4.1	18.4	8.2	4.1	0.0	8.2	4.1	4.1	6.1	12.2	0.0	0.0	6.1	46.9
シンガポール	28	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	32.1	14.3	0.0	0.0	32.1	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	3.6	46.4
韓国	14	21.4	0.0	21.4	0.0	14.3	14.3	14.3	7.1	0.0	0.0	7.1	21.4	7.1	7.1	28.6	0.0	0.0	14.3
ロシア	12	50.0	0.0	41.7	0.0	33.3	8.3	8.3	0.0	8.3	8.3	41.7	0.0	33.3	33.3	25.0	0.0	8.3	0.0
ドイツ	11	0.0	36.4	27.3	0.0	0.0	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.3
フランス	11	0.0	36.4	9.1	0.0	9.1	27.3	9.1	9.1	0.0	9.1	0.0	9.1	0.0	9.1	9.1	0.0	0.0	54.5
香港	10	0.0	0.0	10.0	0.0	20.0	40.0	10.0	0.0	0.0	20.0	10.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0
カンボジア	9	0.0	0.0	0.0	55.6	33.3	0.0	22.2	0.0	33.3	0.0	33.3	22.2	22.2	11.1	33.3	0.0	11.1	0.0
スリランカ	9	0.0	0.0	22.2	11.1	44.4	11.1	11.1	11.1	44.4	0.0	22.2	0.0	22.2	22.2	0.0	22.2	0.0	11.1
アラブ首長国連邦	7	28.6	0.0	0.0	0.0	28.6	28.6	28.6	0.0	0.0	14.3	28.6	14.3	28.6	28.6	42.9	14.3	0.0	0.0
カナダ	7	28.6	0.0	42.9	14.3	0.0	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3
バングラデシュ	7	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	57.1	0.0	14.3	0.0	28.6	42.9	71.4	42.9	0.0	0.0
トルコ	6	16.7	0.0	33.3	0.0	50.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	83.3	0.0	0.0	0.0
オーストラリア	5	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	60.0
ブラジル	5	0.0	0.0	80.0	20.0	60.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0	80.0	40.0	80.0	0.0	0.0	0.0
アジア計	140	4.3	0.7	8.6	8.6	12.9	18.6	10.7	2.9	12.9	10.7	11.4	6.4	9.3	11.4	12.1	6.4	3.6	31.4
欧州計	57	3.5	38.6	28.1	0.0	10.5	22.8	8.8	5.3	0.0	7.0	1.8	1.8	5.3	12.3	8.8	0.0	0.0	31.6
中東計	30	36.7	0.0	13.3	3.3	30.0	16.7	13.3	10.0	3.3	6.7	20.0	6.7	20.0	26.7	56.7	3.3	3.3	3.3
アフリカ計	18	0.0	0.0	27.8	33.3	50.0	0.0	0.0	16.7	38.9	5.6	27.8	11.1	11.1	22.2	55.6	5.6	5.6	11.1
中南米計	15	20.0	0.0	46.7	20.0	46.7	20.0	13.3	20.0	26.7	6.7	20.0	13.3	40.0	40.0	60.0	20.0	0.0	0.0
大洋州計	12	0.0	0.0	8.3	16.7	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	16.7	8.3	0.0	0.0	16.7	8.3	8.3	0.0	58.3

- [注] ①母数（回答企業数）は、その他の自由回答欄に記載された国・地域ごとの課題に回答した企業の総数（現在ビジネスを行っている、または検討している国・地域のみ回答）。
- ②各セルの値は、各国・地域の母数に占める項目ごとの回答率（課題ごとの回答数／母数）。
- ③網掛けセルは回答率20%以上の課題。数字が太字のセルは各国・地域について、回答率が最大の課題。数字がイタリックのセルは同様に、回答率が2番目に高い課題。
- ④その他（自由回答欄）の国・地域は回答社数が5社以上の国・地域のみ掲載。各地域計はその他（自由回答欄）に挙げられた、当該地域に含まれる全ての国・地域を足しあげたもの。

図表Ⅲ-7 各国のビジネス環境の課題（課題項目別、全体、時系列）

（複数回答、％）

順位	為替リスクが高い						関連産業が集積・発展していない						代金回収上のリスク・問題あり					
	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度
1	米国	20.1					ミャンマー	24.8	25.3	23.3	28.0	32.2	中国	35.8	41.8	41.4	40.3	45.6
2	インドネシア	17.8	21.6	16.2	21.8	12.4	ベトナム	13.3	16.4	18.2	17.9	23.0	インド	27.3	23.8	23.7	23.5	23.1
3	中国	15.8	23.4	20.5	20.5	12.3	フィリピン	12.0	12.5	13.7	11.6	15.2	ミャンマー	18.0	17.9	16.8	14.5	21.0
4	英国	15.7	-	-	-	-	インド	11.5	10.9	12.3	11.4	18.5	インドネシア	17.2	12.7	11.2	12.9	15.8
5	メキシコ	15.2	11.7	9.0	17.0	14.4	インドネシア	7.3	10.8	9.2	9.4	11.1	フィリピン	16.4	13.8	12.2	11.4	15.4
6	ベトナム	12.6	10.2	11.5	15.7	14.2	マレーシア	7.3	6.1	6.1	7.1	10.0	ベトナム	16.1	16.4	14.2	14.2	15.7
7	マレーシア	12.6	12.4	7.2	11.8	9.7	メキシコ	4.6	7.1	6.0	7.6	9.6	メキシコ	10.3	12.3	12.5	14.1	14.0
8	インド	12.1	11.0	12.8	21.5	13.8	タイ	3.2	3.6	3.5	2.1	5.5	タイ	10.2	9.2	7.3	7.1	9.9
9	ミャンマー	11.8	10.4	8.8	12.0	8.7	英国	1.7	-	-	-	-	マレーシア	8.8	10.5	8.7	9.9	11.9
10	タイ	11.5	12.7	11.1	13.1	10.4	中国	1.4	3.2	3.0	1.9	3.3	米国	2.8	-	-	-	-
11	フィリピン	10.7	7.8	8.3	11.6	8.8	米国	0.8	-	-	-	-	英国	1.9	-	-	-	-
順位	人件費が高い、上昇している						労働力の不足・適切な人材の採用難						労務上の問題あり					
	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度
1	中国	46.6	50.7	48.8	50.8	49.5	タイ	13.3	18.6	18.6	19.6	-	中国	13.4	20.9	22.7	22.3	34.1
2	タイ	25.3	27.2	29.1	29.3	30.1	中国	12.7	13.9	14.4	14.3	-	インド	8.5	10.3	13.2	13.4	23.7
3	米国	19.5	-	-	-	-	ミャンマー	7.9	4.2	4.3	3.8	-	インドネシア	8.0	11.3	12.6	13.9	22.1
4	ベトナム	16.5	13.5	12.8	12.6	18.1	ベトナム	7.7	6.0	6.6	6.3	-	ミャンマー	5.0	5.9	4.7	3.6	9.6
5	インドネシア	14.9	14.7	21.2	19.9	21.0	インドネシア	7.3	5.4	6.6	6.2	-	フィリピン	4.8	6.0	5.1	3.8	8.8
6	マレーシア	13.6	12.4	16.2	17.8	15.9	メキシコ	7.2	8.4	5.4	6.5	-	タイ	4.7	7.1	6.4	5.4	12.7
7	英国	12.2	-	-	-	-	マレーシア	7.1	7.2	7.6	9.5	-	ベトナム	4.4	6.4	6.8	6.5	11.9
8	メキシコ	6.4	8.2	4.8	5.8	6.0	インド	6.7	5.3	4.0	3.9	-	メキシコ	4.4	6.7	7.8	7.2	12.8
9	フィリピン	5.2	4.2	4.8	5.2	7.3	米国	5.6	-	-	-	-	米国	3.4	-	-	-	-
10	インド	4.8	6.5	7.3	7.7	7.9	フィリピン	5.2	2.9	2.6	3.2	-	マレーシア	3.1	4.2	4.7	5.3	9.3
11	ミャンマー	2.3	3.5	3.7	2.6	3.3	英国	3.6	-	-	-	-	英国	1.5	-	-	-	-
順位	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備						土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇						法制度が未整備、運用に問題あり					
	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度
1	ミャンマー	40.7	53.2	53.9	70.5	60.4	中国	9.6	11.7	10.6	9.5	-	ミャンマー	32.6	34.2	32.6	42.5	39.3
2	インド	33.3	44.4	44.8	55.7	56.8	ミャンマー	8.3	10.3	10.8	9.0	-	インドネシア	24.6	27.0	26.9	24.5	27.2
3	インドネシア	21.6	34.0	36.2	41.5	36.4	タイ	5.1	5.4	5.0	5.4	-	中国	22.0	39.8	41.9	44.5	45.1
4	ベトナム	20.0	34.4	38.0	48.7	43.6	ベトナム	4.8	3.9	3.7	4.3	-	インド	22.0	24.7	27.9	28.7	29.6
5	フィリピン	19.4	24.0	26.8	31.4	28.6	米国	4.8	-	-	-	-	ベトナム	21.1	26.4	28.1	31.9	27.8
6	タイ	5.1	10.6	8.3	9.1	10.5	英国	4.6	-	-	-	-	フィリピン	15.0	14.2	14.0	12.2	15.6
7	メキシコ	4.9	11.3	12.0	14.9	15.6	インドネシア	3.3	5.7	7.1	6.3	-	タイ	7.6	10.1	9.3	7.1	6.5
8	マレーシア	4.4	9.8	9.0	11.7	10.0	マレーシア	2.7	3.5	2.9	2.1	-	マレーシア	6.0	7.9	5.9	7.1	6.8
9	中国	3.8	10.9	9.5	9.9	11.6	フィリピン	2.4	2.3	1.7	1.6	-	メキシコ	5.2	9.5	10.2	7.2	11.2
10	英国	0.6	-	-	-	-	メキシコ	2.3	2.6	3.4	1.8	-	米国	0.4	-	-	-	-
11	米国	0.1	-	-	-	-	インド	2.2	2.7	3.8	3.4	-	英国	0.2	-	-	-	-
順位	知的財産権の保護に問題あり						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)					
	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度
1	中国	40.5	49.0	52.6	51.3	53.1	インド	23.6	26.4	26.4	13.9	15.0	中国	29.7	35.1	34.6	-	-
2	ミャンマー	10.7	8.6	10.0	8.1	8.7	中国	19.6	24.0	25.0	18.9	23.2	インドネシア	26.1	24.9	21.3	-	-
3	ベトナム	10.1	8.6	9.5	8.0	8.7	インドネシア	17.8	16.9	16.2	11.1	13.7	インド	25.1	24.0	26.6	-	-
4	インド	8.7	9.0	11.1	8.3	6.9	ベトナム	14.0	17.9	17.0	7.9	9.8	ベトナム	24.5	24.9	22.0	-	-
5	インドネシア	7.8	6.6	7.0	6.4	6.5	ミャンマー	13.6	12.1	12.0	5.8	9.3	ミャンマー	18.6	18.6	17.1	-	-
6	フィリピン	7.1	5.9	6.4	5.2	6.4	フィリピン	8.4	8.6	7.6	4.4	8.3	フィリピン	14.6	12.2	9.8	-	-
7	タイ	5.5	5.4	5.1	4.5	4.8	タイ	7.3	9.4	9.7	4.4	5.6	タイ	12.9	13.3	10.8	-	-
8	マレーシア	4.6	4.1	3.9	4.9	3.4	マレーシア	5.3	7.8	4.8	2.5	4.9	マレーシア	8.8	10.6	8.1	-	-
9	メキシコ	2.6	4.1	4.4	4.0	3.6	メキシコ	5.2	12.1	10.2	6.5	7.6	米国	7.9	-	-	-	-
10	米国	0.9	-	-	-	-	米国	3.1	-	-	-	-	メキシコ	5.9	10.8	7.6	-	-
11	英国	0.4	-	-	-	-	英国	1.3	-	-	-	-	英国	4.0	-	-	-	-
順位	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						特段のリスク・問題を認識していない					
	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	国	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度
1	ミャンマー	39.7	32.9	21.8	32.7	35.8	インド	20.1	11.6	8.3	9.3	5.3	マレーシア	44.4	48.8	51.8	40.5	45.3
2	中国	36.8	45.8	49.8	59.8	64.6	中国	18.4	22.9	21.1	27.2	4.8	フィリピン	25.6	37.9	35.8	21.4	31.8
3	フィリピン	33.9	26.6	26.5	23.2	15.4	フィリピン	12.0	13.7	18.9	23.6	14.4	タイ	24.9	25.9	25.2	14.1	23.9
4	メキシコ	27.6	29.4	28.9	32.2	12.4	タイ	12.0	16.9	21.4	28.8	41.6	ベトナム	24.8	28.5	28.5	17.3	21.9
5	インドネシア	25.4	23.6	21.5	22.6	14.3	インドネシア	9.9	9.1	12.3	12.8	18.5	メキシコ	24.5	45.7	50.0	30.8	42.0
6	タイ	24.6	37.4	37.3	46.4	15.3	ミャンマー	7.6	5.1	4.7	4.7	5.2	英国	23.3	-	-	-	-
7	インド	18.3	18.6	15.9	17.9	8.9	メキシコ	4.9	3.2	3.0	1.4	4.0	米国	21.6	-	-	-	-
8	ベトナム	8.2	10.7	8.8	8.2	7.2	ベトナム	4.7	4.3	3.8	4.3	3.4	インドネシア	21.1	25.6	26.9	15.7	21.5
9	マレーシア	7.7	7.8	5.6	5.7	2.1	マレーシア	2.7	2.9	2.3	3.4	3.8	インド	19.5	26.5	28.1	11.0	17.4
10	米国	4.9	-	-	-	-	米国	1.8	-	-	-	-	ミャンマー	19.4	26.2	31.3	9.0	18.6
11	英国	2.5	-	-	-	-	英国	0.2	-	-	-	-	中国	6.6	6.2	6.0	1.6	2.8

〔注〕①母数（回答企業数）は、国ごとの課題に回答した企業の総数（現在ビジネスを行っている、または検討している国・地域のみ回答）。

②各セルの値は、各国の母数に占める項目ごとの回答率（課題ごとの回答数／母数）。

③「米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり」「英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり」は2017年度に新設した項目のため本表から外した。米国と英国については2017年度のみ尋ねている。「労働力の不足・適切な人材の採用難」の2012-15年度は「労働力の不足・人材採用難」。「インフラ（電力、運輸、通信等）が未整備」の2012-15年度は「インフラが未整備」。「税制・税務手続きの煩雑さ」の2012・13年度は、「税務上のリスク・問題あり」。「政情リスクや社会情勢・治安に問題あり」の2012年度は「政情リスクに問題あり」。「自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり」の2012年度は「自然災害リスクに問題あり」。

④各年度の母数（回答企業数）は以下のとおり。

〔回答企業数（17年度）〕＝中国：1,853、タイ：1,048、マレーシア：588、インドネシア：779、フィリピン：581、ベトナム：952、ミャンマー：516、インド：601、米国：1,026、メキシコ：388、英国：523〕

〔回答企業数（15年度）〕＝中国：1,942、タイ：1,267、マレーシア：838、インドネシア：997、フィリピン：730、ベトナム：1,042、ミャンマー：663、インド：774、メキシコ：538〕

〔回答企業数（14年度）〕＝中国：1,946、タイ：1,288、マレーシア：767、インドネシア：1,003、フィリピン：687、ベトナム：996、ミャンマー：601、インド：755、メキシコ：502〕

〔回答企業数（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、ミャンマー：468、インド：648、メキシコ：276〕

〔回答企業数（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、ミャンマー：366、インド：507、メキシコ：250〕

図表Ⅲ-8 各国のビジネス環境の課題（国別、全体、時系列）

(複数回答、%)

順位	中国					タイ						
	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度		
1	人件費が高い、上昇している	46.6	50.7	48.8	50.8	49.5	人件費が高い、上昇している	25.3	27.2	29.1	29.3	30.1
2	知的財産権の保護に問題あり	40.5	49.0	52.6	51.3	53.1	特段のリスク・問題を認識していない	24.9	25.9	25.2	14.1	23.9
3	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	36.8	45.8	49.8	59.8	64.6	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	24.6	37.4	37.3	46.4	15.3
4	代金回収上のリスク・問題あり	35.8	41.8	41.4	40.3	45.6	労働力の不足・適切な人材の採用難	13.3	18.6	18.6	19.6	-
5	行政手続きの煩雑さ	29.7	35.1	34.6	-	-	行政手続きの煩雑さ	12.9	13.3	10.8	-	-
6	法制度が未整備・運用に問題あり	22.0	39.8	41.9	44.5	45.1	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	12.0	16.9	21.4	28.8	41.6
7	税制・税務手続きの煩雑さ	19.6	24.0	25.0	18.9	23.2	為替リスクが高い	11.5	12.7	11.1	13.1	10.4
8	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	18.4	22.9	21.1	27.2	4.8	代金回収上のリスク・問題あり	10.2	9.2	7.3	7.1	9.9
9	為替リスクが高い	15.8	23.4	20.5	20.5	12.3	法制度が未整備・運用に問題あり	7.6	10.1	9.3	7.1	6.5
10	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	13.8	-	-	-	-	税制・税務手続きの煩雑さ	7.3	9.4	9.7	4.4	5.6
11	労働上の問題あり	13.4	20.9	22.7	22.3	34.1	知的財産権の保護に問題あり	5.5	5.4	5.1	4.5	4.8
12	労働力の不足・適切な人材の採用難	12.7	13.9	14.4	14.3	-	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	5.1	10.6	8.3	9.1	10.5
13	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	9.6	11.7	10.6	9.5	-	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	5.1	5.4	5.0	5.4	-
14	特段のリスク・問題を認識していない	6.6	6.2	6.0	1.6	2.8	労働上の問題あり	4.7	7.1	6.4	5.4	12.7
15	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	3.8	10.9	9.5	9.9	11.6	関連産業が集積・発展していない	3.2	3.6	3.5	2.1	5.5
16	関連産業が集積・発展していない	1.4	3.2	3.0	1.9	3.3	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	3.0	-	-	-	-
17	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	1.2	-	-	-	-	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	0.3	-	-	-	-

順位	マレーシア					インドネシア						
	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度		
1	特段のリスク・問題を認識していない	44.4	48.8	51.8	40.5	45.3	行政手続きの煩雑さ	26.1	24.9	21.3	-	-
2	人件費が高い、上昇している	13.6	12.4	16.2	17.8	15.9	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	25.4	23.6	21.5	22.6	14.3
3	為替リスクが高い	12.6	12.4	7.2	11.8	9.7	法制度が未整備・運用に問題あり	24.6	27.0	26.9	24.5	27.2
4	代金回収上のリスク・問題あり	8.8	10.5	8.7	9.9	11.9	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	21.6	34.0	36.2	41.5	36.4
5	行政手続きの煩雑さ	8.8	10.6	8.1	-	-	特段のリスク・問題を認識していない	21.1	25.6	26.9	15.7	21.5
6	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	7.7	7.8	5.6	5.7	2.1	為替リスクが高い	17.8	21.6	16.2	21.8	12.4
7	関連産業が集積・発展していない	7.3	6.1	6.1	7.1	10.0	税制・税務手続きの煩雑さ	17.8	16.9	16.2	11.1	13.7
8	労働力の不足・適切な人材の採用難	7.1	7.2	7.6	9.5	-	代金回収上のリスク・問題あり	17.2	12.7	11.2	12.9	15.8
9	法制度が未整備・運用に問題あり	6.0	7.9	5.9	7.1	6.8	人件費が高い、上昇している	14.9	14.7	21.2	19.9	21.0
10	税制・税務手続きの煩雑さ	5.3	7.8	4.8	2.5	4.9	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	9.9	9.1	12.3	12.8	18.5
11	知的財産権の保護に問題あり	4.6	4.1	3.9	4.9	3.4	労働上の問題あり	8.0	11.3	12.6	13.9	22.1
12	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	4.4	9.8	9.0	11.7	10.0	知的財産権の保護に問題あり	7.8	6.6	7.0	6.4	6.5
13	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	3.4	-	-	-	-	関連産業が集積・発展していない	7.3	10.8	9.2	9.4	11.1
14	労働上の問題あり	3.1	4.2	4.7	5.3	9.3	労働力の不足・適切な人材の採用難	7.3	5.4	6.6	6.2	-
15	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	2.7	3.5	2.9	2.1	-	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	3.6	-	-	-	-
16	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	2.7	2.9	2.3	3.4	3.8	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	3.3	5.7	7.1	6.3	-
17	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	0.7	-	-	-	-	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	0.4	-	-	-	-

順位	フィリピン					ベトナム						
	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	17年度	15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	33.9	26.6	26.5	23.2	15.4	特段のリスク・問題を認識していない	24.8	28.5	28.5	17.3	21.9
2	特段のリスク・問題を認識していない	25.6	37.9	35.8	21.4	31.8	行政手続きの煩雑さ	24.5	24.9	22.0	-	-
3	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	19.4	24.0	26.8	31.4	28.6	法制度が未整備・運用に問題あり	21.1	26.4	28.1	31.9	27.8
4	代金回収上のリスク・問題あり	16.4	13.8	12.2	11.4	15.4	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	20.0	34.4	38.0	48.7	43.6
5	法制度が未整備・運用に問題あり	15.0	14.2	14.0	12.2	15.6	人件費が高い、上昇している	16.5	13.5	12.8	12.6	18.1
6	行政手続きの煩雑さ	14.6	12.2	9.8	-	-	代金回収上のリスク・問題あり	16.1	16.4	14.2	14.2	15.7
7	関連産業が集積・発展していない	12.0	12.5	13.7	11.6	15.2	税制・税務手続きの煩雑さ	14.0	17.9	17.0	7.9	9.8
8	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	12.0	13.7	18.9	23.6	14.4	関連産業が集積・発展していない	13.3	16.4	18.2	17.9	23.0
9	為替リスクが高い	10.7	7.8	8.3	11.6	8.8	為替リスクが高い	12.6	10.2	11.5	15.7	14.2
10	税制・税務手続きの煩雑さ	8.4	8.6	7.6	4.4	8.3	知的財産権の保護に問題あり	10.1	8.6	9.5	8.0	8.7
11	知的財産権の保護に問題あり	7.1	5.9	6.4	5.2	6.4	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	8.2	10.7	8.8	8.2	7.2
12	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	6.2	-	-	-	-	労働力の不足・適切な人材の採用難	7.7	6.0	6.6	6.3	-
13	人件費が高い、上昇している	5.2	4.2	4.8	5.2	7.3	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	4.8	3.9	3.7	4.3	-
14	労働力の不足・適切な人材の採用難	5.2	2.9	2.6	3.2	-	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	4.7	4.3	3.8	4.3	3.4
15	労働上の問題あり	4.8	6.0	5.1	3.8	8.8	労働上の問題あり	4.4	6.4	6.8	6.5	11.9
16	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	2.4	2.3	1.7	1.6	-	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	4.2	-	-	-	-
17	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	0.3	-	-	-	-	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	0.4	-	-	-	-

順位	ミャンマー					インド						
	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度		
1	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	40.7	53.2	53.9	70.5	60.4	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	33.3	44.4	44.8	55.7	56.8
2	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	39.7	32.9	21.8	32.7	35.8	代金回収上のリスク・問題あり	27.3	23.8	23.7	23.5	23.1
3	法制度が未整備、運用に問題あり	32.6	34.2	32.6	42.5	39.3	行政手続きの煩雑さ	25.1	24.0	26.6	-	-
4	関連産業が集積・発展していない	24.8	25.3	23.3	28.0	32.2	税制・税務手続きの煩雑さ	23.6	26.4	26.4	13.9	15.0
5	特段のリスク・問題を認識していない	19.4	26.2	31.3	9.0	18.6	法制度が未整備、運用に問題あり	22.0	24.7	27.9	28.7	29.6
6	行政手続きの煩雑さ	18.6	18.6	17.1	-	-	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	20.1	11.6	8.3	9.3	5.3
7	代金回収上のリスク・問題あり	18.0	17.9	16.8	14.5	21.0	特段のリスク・問題を認識していない	19.5	26.5	28.1	11.0	17.4
8	税制・税務手続きの煩雑さ	13.6	12.1	12.0	5.8	9.3	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	18.3	18.6	15.9	17.9	8.9
9	為替リスクが高い	11.8	10.4	8.8	12.0	8.7	為替リスクが高い	12.1	11.0	12.8	21.5	13.8
10	知的財産権の保護に問題あり	10.7	8.6	10.0	8.1	8.7	関連産業が集積・発展していない	11.5	10.9	12.3	11.4	18.5
11	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	8.3	10.3	10.8	9.0	-	知的財産権の保護に問題あり	8.7	9.0	11.1	8.3	6.9
12	労働力の不足・適切な人材の採用難	7.9	4.2	4.3	3.8	-	労働力の不足・適切な人材の採用難	8.5	10.3	13.2	13.4	23.7
13	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	7.6	5.1	4.7	4.7	5.2	労働力の不足・適切な人材の採用難	6.7	5.3	4.0	3.9	-
14	労務上の問題あり	5.0	5.9	4.7	3.6	9.6	人件費が高い、上昇している	4.8	6.5	7.3	7.7	7.9
15	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	4.1	-	-	-	-	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	3.7	-	-	-	-
16	人件費が高い、上昇している	2.3	3.5	3.7	2.6	3.3	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	2.2	2.7	3.8	3.4	-
17	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	0.6	-	-	-	-	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	1.3	-	-	-	-

順位	米国					メキシコ						
	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度		
1	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	58.6	-	-	-	-	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	52.8	-	-	-	-
2	特段のリスク・問題を認識していない	21.6	-	-	-	-	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	27.6	29.4	28.9	32.2	12.4
3	為替リスクが高い	20.1	-	-	-	-	特段のリスク・問題を認識していない	24.5	45.7	50.0	30.8	42.0
4	人件費が高い、上昇している	19.5	-	-	-	-	為替リスクが高い	15.2	11.7	9.0	17.0	14.4
5	行政手続きの煩雑さ(許認可など)	7.9	-	-	-	-	代金回収上のリスク・問題あり	10.3	12.3	12.5	14.1	14.0
6	労働力の不足・適切な人材の採用難	5.6	-	-	-	-	労働力の不足・適切な人材の採用難	7.2	8.4	5.4	6.5	-
7	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	4.9	-	-	-	-	人件費が高い、上昇している	6.4	8.2	4.8	5.8	6.0
8	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	4.8	-	-	-	-	行政手続きの煩雑さ	5.9	10.8	7.6	-	-
9	労務上の問題あり	3.4	-	-	-	-	法制度が未整備、運用に問題あり	5.2	9.5	10.2	7.2	11.2
10	税制・税務手続きの煩雑さ	3.1	-	-	-	-	税制・税務手続きの煩雑さ	5.2	12.1	10.2	6.5	7.6
11	代金回収上のリスク・問題あり	2.8	-	-	-	-	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	4.9	11.3	12.0	14.9	15.6
12	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	2.5	-	-	-	-	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	4.9	3.2	3.0	1.4	4.0
13	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	1.8	-	-	-	-	関連産業が集積・発展していない	4.6	7.1	6.0	7.6	9.6
14	知的財産権の保護に問題あり	0.9	-	-	-	-	労務上の問題あり	4.4	6.7	7.8	7.2	12.8
15	関連産業が集積・発展していない	0.8	-	-	-	-	知的財産権の保護に問題あり	2.6	4.1	4.4	4.0	3.6
16	法制度が未整備、運用に問題あり	0.4	-	-	-	-	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	2.3	2.6	3.4	1.8	-
17	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	0.1	-	-	-	-	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	1.0	-	-	-	-

順位	英国					
	17年度	15年度	14年度	13年度	12年度	
1	英国のEU離脱決定によるリスク・問題あり	65.0	-	-	-	-
2	特段のリスク・問題を認識していない	23.3	-	-	-	-
3	為替リスクが高い	15.7	-	-	-	-
4	人件費が高い、上昇している	12.2	-	-	-	-
5	米トランプ新政権の政策変更によるリスク・問題あり	5.0	-	-	-	-
6	土地・事務所スペースの不足、地価・賃料の上昇	4.6	-	-	-	-
7	行政手続きの煩雑さ(許認可など)	4.0	-	-	-	-
8	労働力の不足・適切な人材の採用難	3.6	-	-	-	-
9	政情リスクや社会情勢・治安に問題あり	2.5	-	-	-	-
10	代金回収上のリスク・問題あり	1.9	-	-	-	-
11	関連産業が集積・発展していない	1.7	-	-	-	-
12	労務上の問題あり	1.5	-	-	-	-
13	税制・税務手続きの煩雑さ	1.3	-	-	-	-
14	インフラ(電力、運輸、通信等)が未整備	0.6	-	-	-	-
15	知的財産権の保護に問題あり	0.4	-	-	-	-
16	法制度が未整備、運用に問題あり	0.2	-	-	-	-
17	自然災害リスクまたは環境汚染に問題あり	0.2	-	-	-	-

[注] 各国、2017年度の回答率の高い課題項目順に並べてあるが、回答率が同率の項目は同順位。他は、図表Ⅲ-7に同じ。

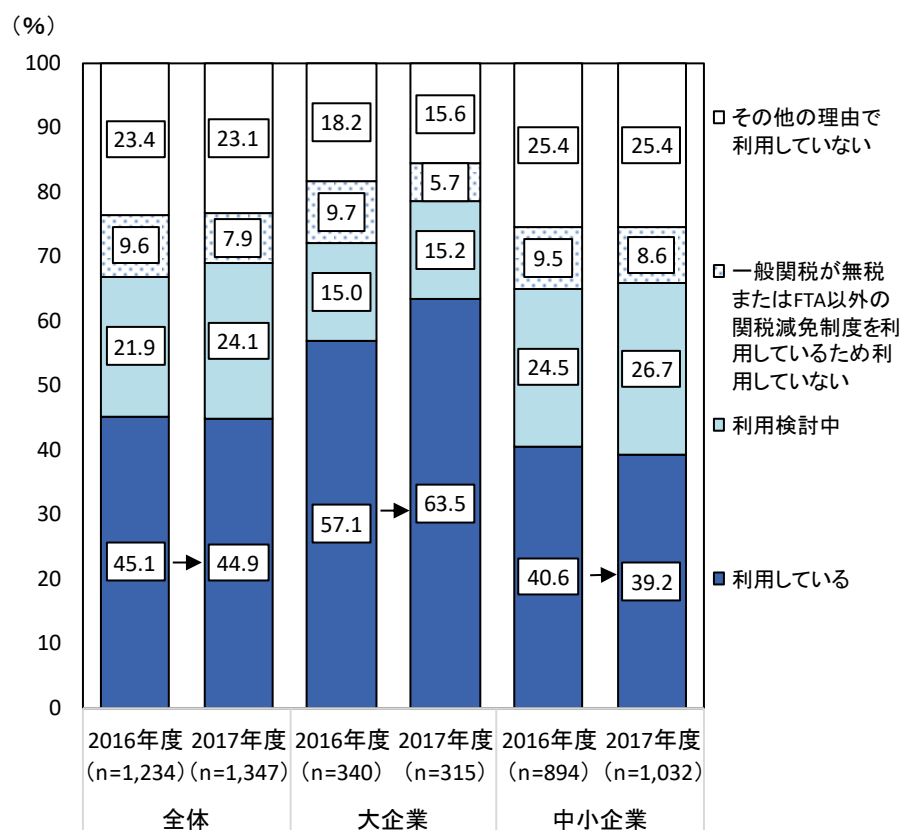
## IV. 自由貿易協定 (FTA) の活用

### 1. 日本の FTA (EPA) の利用状況

日本との間で FTA（日本では一般に EPA と呼ばれる）が発効済みである主要国・地域（タイ、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、オーストラリア、モンゴル）へ輸出を行う企業のうち、当該 FTA を利用していると回答した企業の比率は 605 社（44.9%）で、前年（45.1%）からほぼ横ばいであった。

特に大企業の利用率は 200 社（63.5%）と高く、前年比で 6.4%ポイント上昇した。利用検討中の大企業もあわせると 248 社（78.7%）に上る。中小企業の利用率は大企業より低くなり、405 社（39.2%）、利用検討中をあわせると 681 社（66.0%）となった。

図表IV-1 日本の発効済み FTA の利用率（全体、企業規模別）

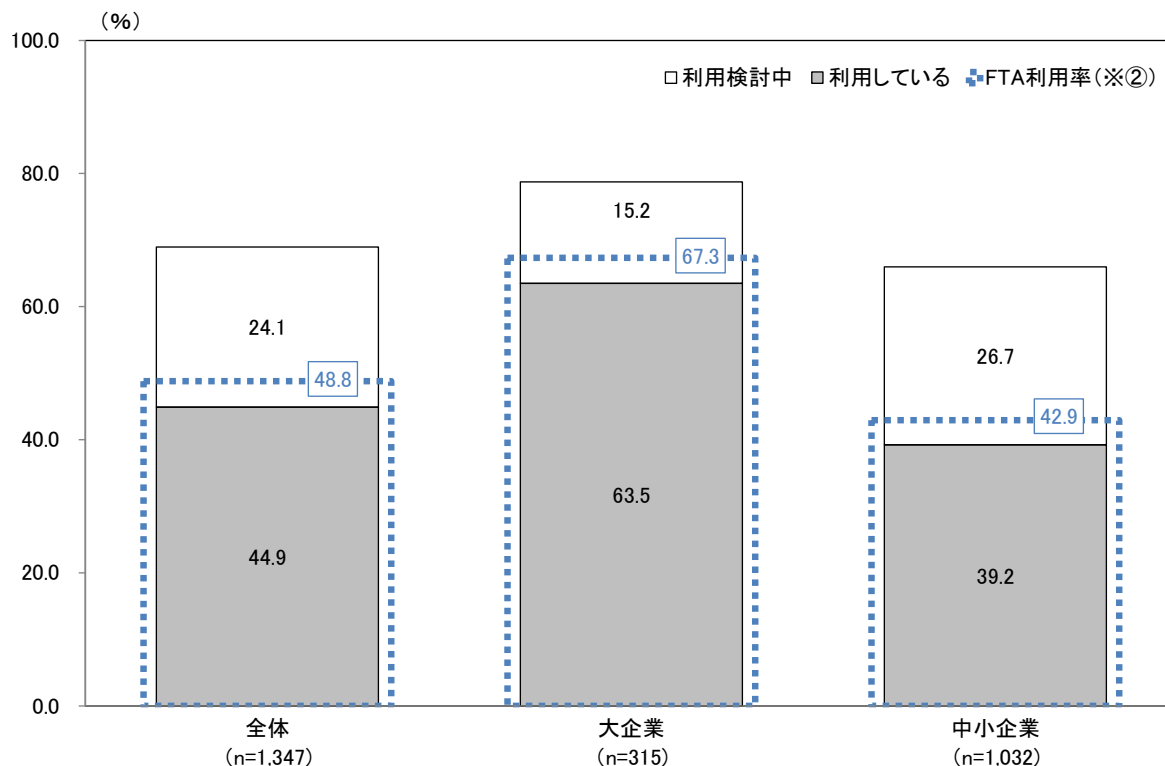


〔注〕母数は、対象国・地域のいずれか一つ以上に輸出を行っている企業数。

FTA 利用率を計算する際の母数には、一般関税が既にも無税であること、または他の関税減免制度の使用により、FTA を使う必要のない企業も 7.9%存在する。情報技術協定 (ITA) の存在などから、情報通信機械器具/電子部品・デバイス (21.9%) や精密機器 (14.0%) などその割合が高くなった。これら企業を母数から除いた場合の FTA 利用率は、全体で 48.8%、大企業で 67.3%、中小企業で 42.9%となった。



図表Ⅳ-2 日本の発効済み FTA の利用率（FTA を利用していない企業のうち、一般関税が無税または FTA 以外の関税減免制度を利用している企業を母数から除いた場合との比較）



〔注〕①母数は、対象国・地域（タイ、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、オーストラリア、モンゴル）のいずれか一つ以上に輸出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。

②点線で示した FTA 利用率は、FTA を利用していないと回答した企業のうち、「一般関税が無税または FTA 以外の関税減免制度を利用している」企業を、母数から除いて計算。

図表Ⅳ-3 日本の発効済み FTA の利用率（全体、企業規模別、業種別）

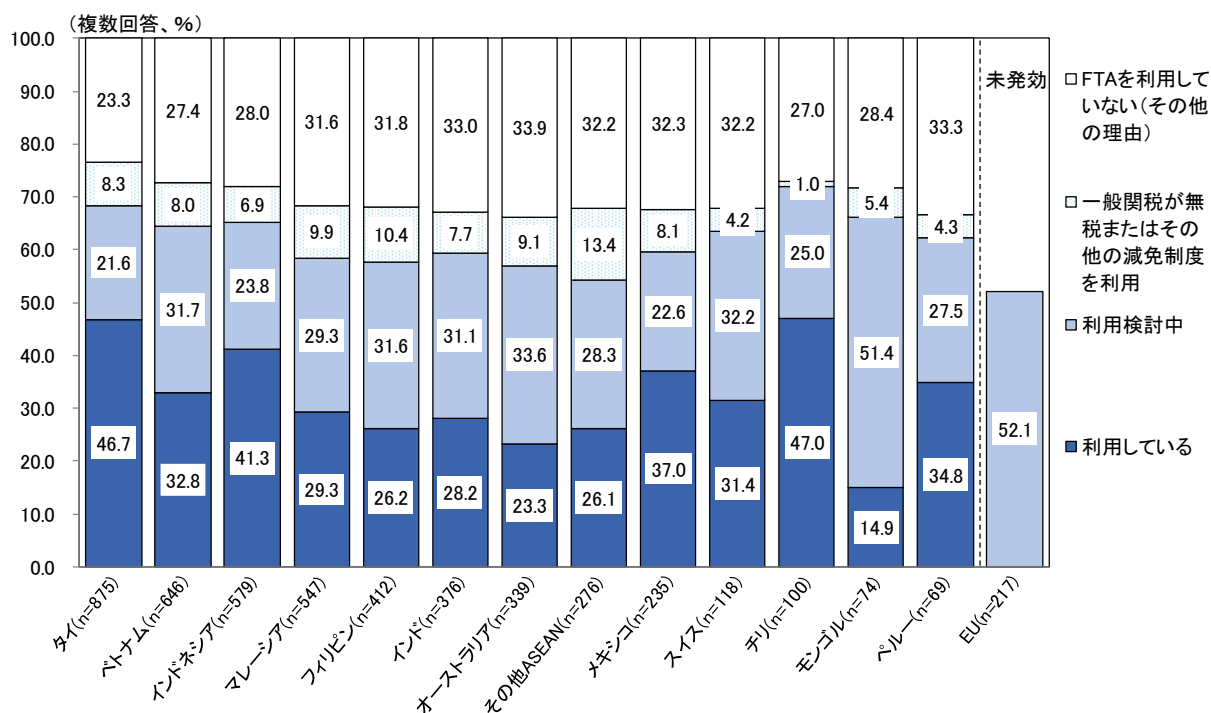
	企業数	利用または利用を検討している			利用していない	
		利用している	利用を検討している	利用している	一般関税が無税または FTA 以外の関税減免制度を利用	
全体	1,347	69.0	44.9	24.1	31.0	7.9
大企業	315	78.7	63.5	15.2	21.3	5.7
中小企業	1,032	66.0	39.2	26.7	34.0	8.6
製造業	910	71.9	48.5	23.4	28.1	6.9
飲食料品	172	68.6	47.7	20.9	31.4	6.4
繊維・織物/アパレル	35	74.3	37.1	37.1	25.7	2.9
化学	67	70.1	52.2	17.9	29.9	10.4
医療品・化粧品	46	76.1	45.7	30.4	23.9	2.2
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	49	87.8	67.3	20.4	12.2	4.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	87	79.3	54.0	25.3	20.7	5.7
一般機械	112	66.1	44.6	21.4	33.9	8.9
電気機械	54	68.5	50.0	18.5	31.5	5.6
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	32	46.9	34.4	12.5	53.1	21.9
自動車/自動車部品/その他輸送機器	64	85.9	73.4	12.5	14.1	3.1
精密機器	43	65.1	37.2	27.9	34.9	14.0
その他の製造業	108	75.0	43.5	31.5	25.0	4.6
非製造業	437	62.9	37.5	25.4	37.1	10.1
商社・卸売	307	67.1	45.0	22.1	32.9	10.7
建設	32	68.8	28.1	40.6	31.3	9.4
その他の非製造業	36	52.8	22.2	30.6	47.2	11.1

〔注〕①母数が30社以上の業種のみ表示。

②網掛けは、各項目で割合の高かった上位5業種。

輸出において FTA の利用企業が最も多いのはタイ（409 社、利用率 46.7%）で、次いでインドネシア（239 社、同 41.3%）、ベトナム（212 社、同 32.8%）、マレーシア（160 社、同 29.3%）と、ASEAN 各国が続く。一方、チリ（47 社、同 47.0%）やメキシコ（87 社、37.0%）も利用率が高い。前年から傾向に大きな変化はない。2017 年 12 月に交渉妥結した日 EU・EPA の利用を検討中と回答した企業は、52.1%（113 社）と、5 割を超えた。

図表Ⅳ-4 相手国・地域別 FTA 利用率（FTA 別）



〔注〕①母数は、それぞれの対象国・地域に輸出を行っている企業数。②左から、当該国・地域への輸出を行っている企業が多い順（未発効のEUを除く）。

業種別では、全 FTA を通して商社・卸売（138 社、45.0%）の利用社数が最も多いが、利用率が高いのは自動車/自動車部品/その他輸送機器（47 社、73.4%）や石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品（33 社、67.3%）である。自動車/自動車部品/その他輸送機器はベトナム、ペルー、モンゴルを除く 10 の国・地域で利用率が 1 位となった。

図表Ⅳ-5 業種別の FTA 利用状況（全体、利用率上位順）

順位	業種	企業数	%	順位	業種	企業数	%
1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	47	73.4	9	一般機械	50	44.6
2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	33	67.3	10	その他の製造業	47	43.5
3	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	54.0	11	精密機器	16	37.2
4	化学	35	52.2	12	繊維・織物/アパレル	13	37.1
5	電気機械	27	50.0	13	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	11	34.4
6	飲料食品	82	47.7	14	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	8	33.3
7	医療品・化粧品	21	45.7	15	専門サービス	3	30.0
8	商社・卸売	138	45.0				

〔注〕①母数 (n=1,347) は、対象国・地域のいずれか一つ以上に輸出を行っている企業数。「企業数」は、FTA を「利用している」と回答した企業数。母数が 10 社以上ある業種を、利用率の高い順に並べた。  
②パーセンテージは、各業種の総数に占める FTA 利用中の企業の比率。

図表IV-6 日本企業の輸出におけるFTA利用状況（相手国・地域別×業種別）

順位	日本-タイ(n=875)	企業数	%	順位	日本-マレーシア(n=547)	企業数	%	順位	日本-インドネシア(n=579)	企業数	%
1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	51	70.6	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	24	58.3	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	40	77.5
2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	30	66.7	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	19	52.6	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	23	60.9
2	繊維・織物/アパレル	15	66.7	3	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	38	47.4	3	その他の製造業	48	52.1
4	飲食料品	108	59.3	4	化学	33	39.4	4	化学	43	48.8
5	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	50	52.0	5	その他の製造業	47	34.0	5	一般機械	72	47.2

順位	日本-フィリピン(n=412)	企業数	%	順位	日本-ベトナム(n=646)	企業数	%	順位	日本-その他ASEAN(n=276)	企業数	%
1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	21	61.9	1	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	19	52.6	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	13	69.2
2	その他の製造業	35	34.3	2	自動車/自動車部品/その他輸送機器	29	51.7	2	化学	15	33.3
3	化学	31	32.3	3	化学	38	42.1	3	その他の製造業	27	29.6
4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	27	29.6	4	飲食料品	80	38.8	4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	14	28.6
5	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	14	28.6	5	繊維・織物/アパレル	13	38.5	5	電気機械	11	27.3

順位	日本-インド(n=376)	企業数	%	順位	日本-メキシコ(n=235)	企業数	%	順位	日本-チリ(n=100)	企業数	%
1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	31	61.3	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	27	66.7	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	6	100.0
2	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	33	39.4	2	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	20	55.0	2	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	8	75.0
3	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	13	38.5	3	化学	19	47.4	3	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	5	60.0
4	化学	34	38.2	4	商社・卸売	39	43.6	4	一般機械	7	57.1
5	一般機械	44	27.3	5	その他の製造業	21	28.6	5	商社・卸売	20	50.0

順位	日本-ペルー(n=69)	企業数	%	順位	日本-スイス(n=118)	企業数	%	順位	日本-オーストラリア(n=339)	企業数	%
1	商社・卸売	13	53.8	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	6	66.7	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	10	70.0
2	その他の製造業	8	37.5	2	商社・卸売	18	50.0	2	化学	14	42.9
3	化学	8	25.0	3	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	7	42.9	3	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	26	38.5
4	一般機械	5	20.0	4	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	5	40.0	4	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	13	30.8
4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	5	20.0	5	飲食料品	22	31.8	5	一般機械	33	30.3

順位	日本-モンゴル(n=74)	企業数	%	順位	【未発効】日本-EU(n=217)	企業数	%
1	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	8	37.5	1	商社・卸売	34	67.6
2	商社・卸売	10	20.0	2	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	16	62.5
3	医療品・化粧品	13	15.4	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器	12	58.3
4	-	-	-	4	化学	15	53.3
5	-	-	-	5	その他の製造業	22	50.0

[注] ①母数（「企業数」）は、当該国へ輸出を行っている企業数。母数が10社以上ある業種（チリ、ペルー、スイス、モンゴルについては5社以上）を、利用率の高い順に並べた。②パーセンテージは、各業種の総数に占めるFTA利用（発効済みFTAの場合）または利用検討（未発効FTAの場合）企業の比率。

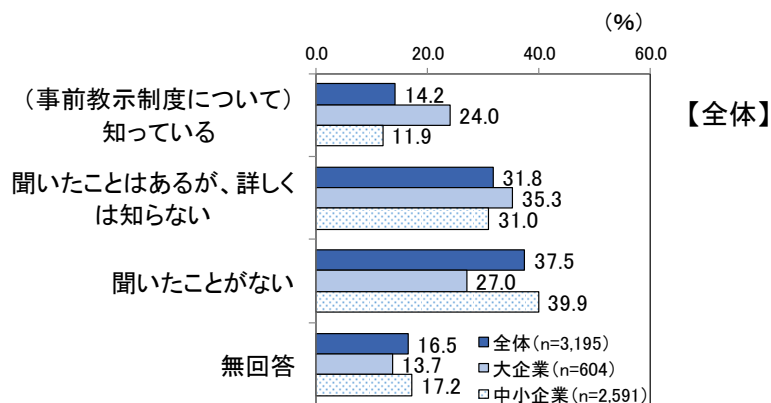
## 2. FTA 利用の実務

FTA 利用に関する 3 つの制度（事前教示制度、自己証明制度、検認（確認手続））について、それぞれに対する認知度を「知っている」、「聞いたことはあるが、詳しくは知らない」、「聞いたことがない」の 3 分類で尋ねた。

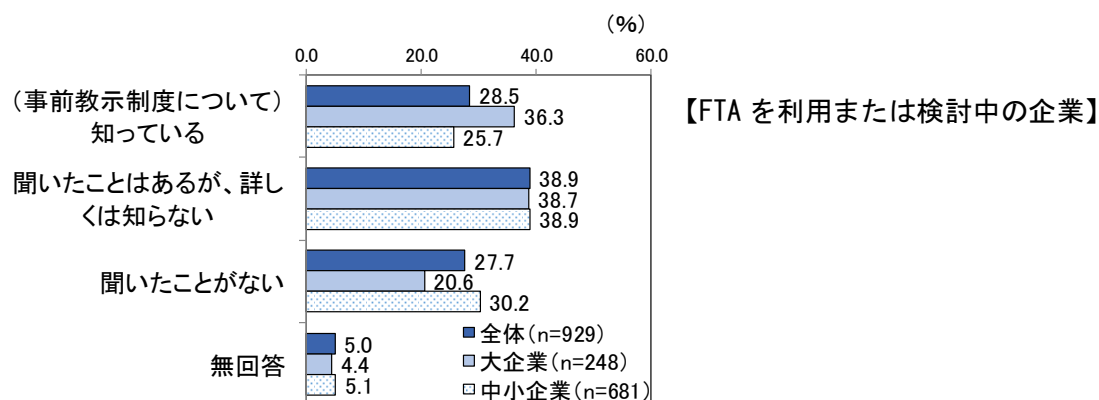
### (1) 事前教示制度

事前教示制度（輸入国の税関に対して貨物の関税分類（税番）、原産地、関税評価及び減免税につき照会を行い、その回答を受けることができる制度）について、「知っている」と回答した企業は、全回答企業ベースでは 14.2%であった。FTA を利用している企業では「知っている」と回答した企業は 37.7%であった。

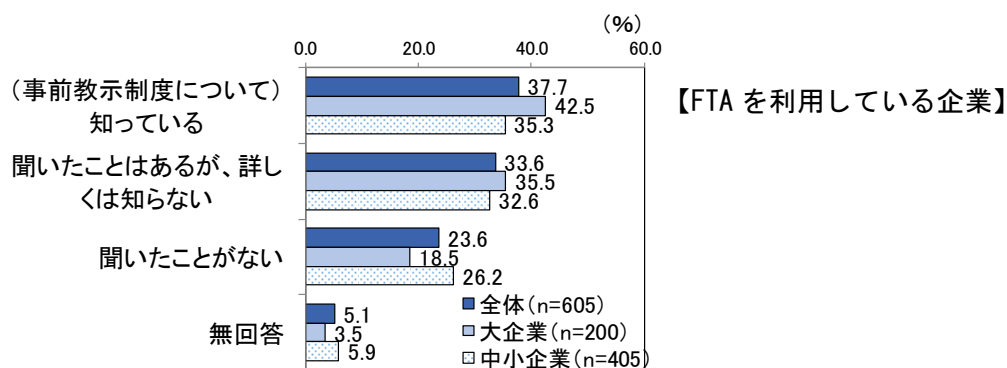
図表IV-7 事前教示制度の認知度（全体、FTA を利用または検討中、FTA を利用している企業の順）



[注]母数は、本調査の回答企業総数。



[注]母数は、輸出においてFTAを利用している、または利用を検討している企業数。



[注]母数は、輸出においてFTAを利用している企業数。

図表IV-8 事前教示制度の認知度（業種別、FTA を利用している企業）

	企業数	知っている	聞いたことはあるが、詳しくは知らない	聞いたことがない	無回答
全体	605	37.7	33.6	23.6	5.1
大企業	200	42.5	35.5	18.5	3.5
中小企業	405	35.3	32.6	26.2	5.9
製造業	441	36.7	33.3	25.6	4.3
飲食料品	82	25.6	31.7	39.0	3.7
繊維・織物/アパレル	13	46.2	7.7	38.5	7.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	8	37.5	62.5	0.0	0.0
化学	35	28.6	48.6	17.1	5.7
医療品・化粧品	21	42.9	28.6	9.5	19.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	33	45.5	30.3	15.2	9.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	38.3	27.7	29.8	4.3
一般機械	50	30.0	42.0	28.0	0.0
電気機械	27	40.7	37.0	14.8	7.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	11	45.5	36.4	9.1	9.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	47	42.6	36.2	21.3	0.0
精密機器	16	37.5	37.5	25.0	0.0
その他の製造業	47	44.7	21.3	31.9	2.1
非製造業	164	40.2	34.1	18.3	7.3
商社・卸売	138	43.5	31.2	18.1	7.2
建設	9	22.2	66.7	11.1	0.0
その他の非製造業	8	12.5	62.5	12.5	12.5

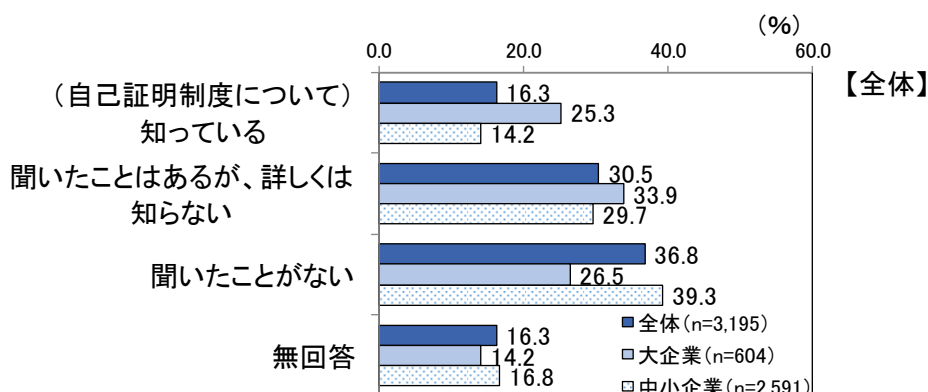
〔注〕①母数（輸出におけるFTA利用企業）が5社以上の業種のみ表示。

②網掛けは回答率が50%以上の項目。

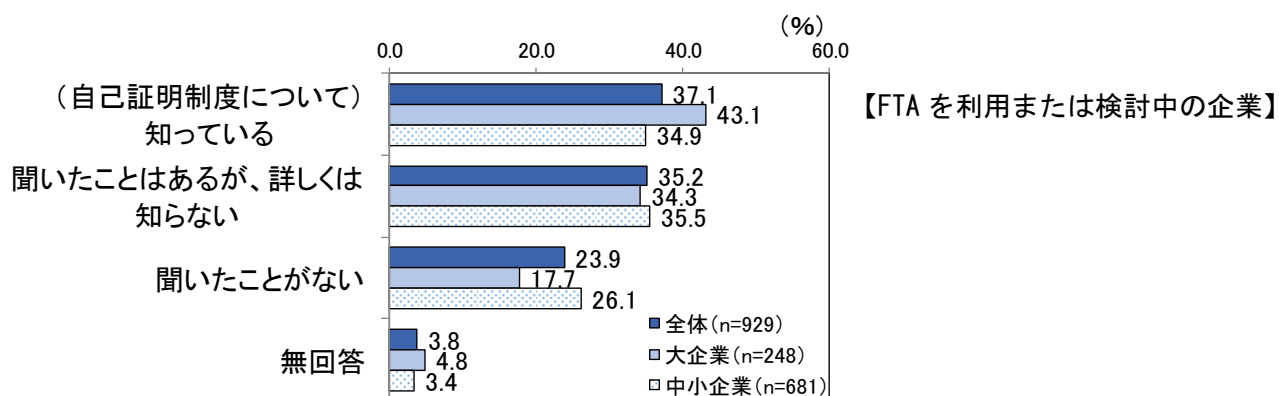
## (2) 自己証明制度

自己証明制度（FTA の適用を受けるための原産地証明を企業（輸出者、生産者または輸入者）自らが行う制度、自己申告制度）について、「知っている」と回答した企業は、全回答企業ベースでは 16.3% であった。FTA を利用している企業では「知っている」と回答した企業は 49.1% とほぼ 5 割に達し、3 つの制度の中では最も認知度が高かった。

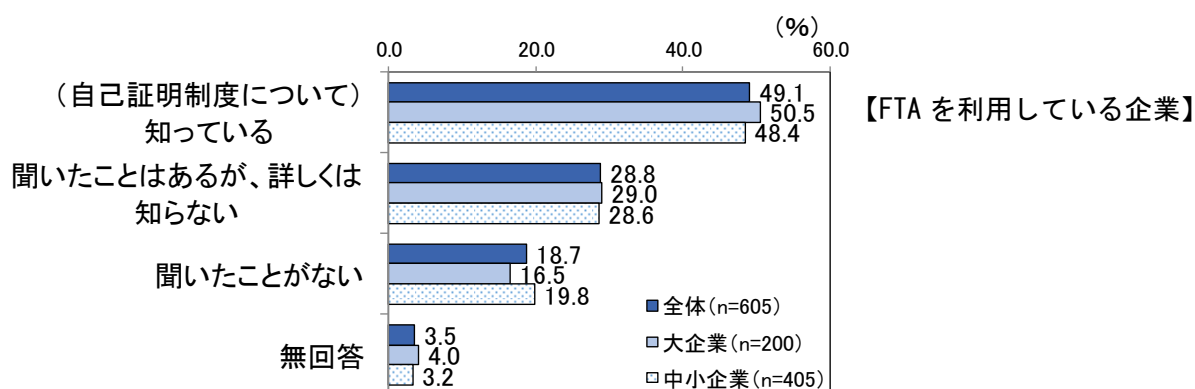
図表IV-9 事前教示制度の認知度（全体、FTA を利用または検討中、FTA を利用している企業の順）



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。



〔注〕母数は、輸出においてFTAを利用している、または利用を検討している企業数。



〔注〕母数は、輸出においてFTAを利用している企業数。

図表IV-10 自己証明制度の認知度（業種別、FTA を利用している企業）

	企業数	知っている	聞いたことはあるが、詳しくは知らない	聞いたことがない	無回答
全体	605	49.1	28.8	18.7	3.5
大企業	200	50.5	29.0	16.5	4.0
中小企業	405	48.4	28.6	19.8	3.2
製造業	441	49.9	28.8	18.6	2.7
飲食料品	82	30.5	37.8	30.5	1.2
繊維・織物/アパレル	13	53.8	15.4	23.1	7.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	8	37.5	62.5	0.0	0.0
化学	35	54.3	22.9	20.0	2.9
医療品・化粧品	21	57.1	9.5	19.0	14.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	33	57.6	30.3	6.1	6.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	46.8	23.4	25.5	4.3
一般機械	50	56.0	32.0	10.0	2.0
電気機械	27	59.3	25.9	14.8	0.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	11	45.5	45.5	9.1	0.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	47	63.8	25.5	8.5	2.1
精密機器	16	37.5	31.3	31.3	0.0
その他の製造業	47	55.3	25.5	19.1	0.0
非製造業	164	47.0	28.7	18.9	5.5
商社・卸売	138	47.8	28.3	18.8	5.1
建設	9	44.4	44.4	11.1	0.0
その他の非製造業	8	37.5	37.5	25.0	0.0

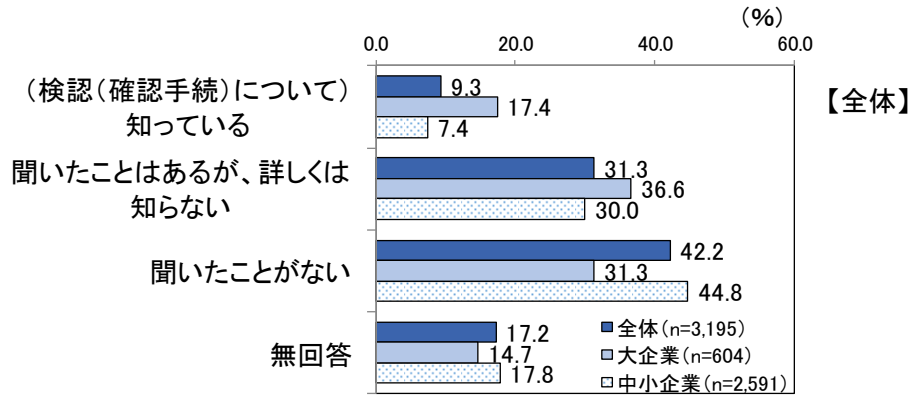
〔注〕①母数（輸出におけるFTA利用企業）が5社以上の業種のみ表示。

②網掛けは回答率が50%以上の項目。

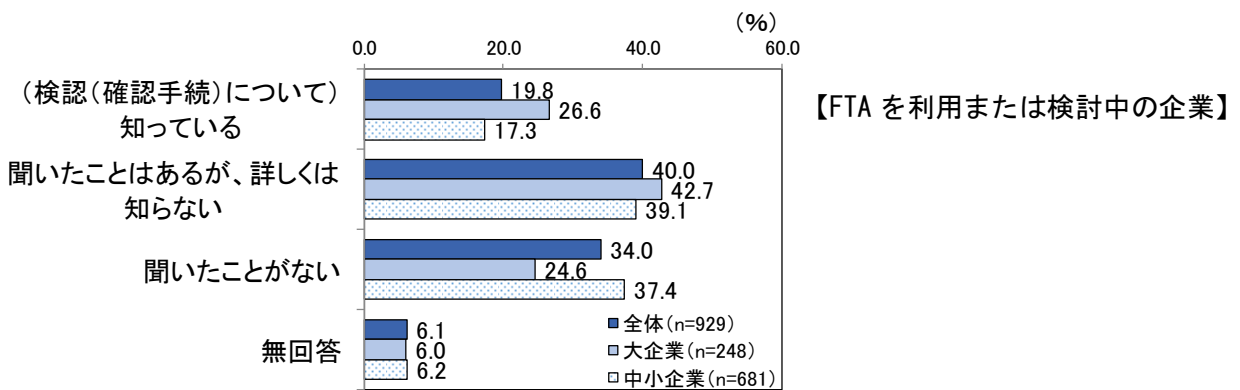
### (3) 検認制度(確認手続)

検認制度(輸出先国の税関が、産品が原産品であるかどうかの審議確認を輸出者・生産者または輸入者に対して行うことのできるルール)について、「知っている」と回答した企業は、全回答企業ベースでは9.3%にとどまった。FTAを利用している企業でも「知っている」と回答した企業は26.6%と3割に満たず、「聞いたことがない」と回答した企業が30.4%であった。3つの制度の中では最も認知度が低かった。

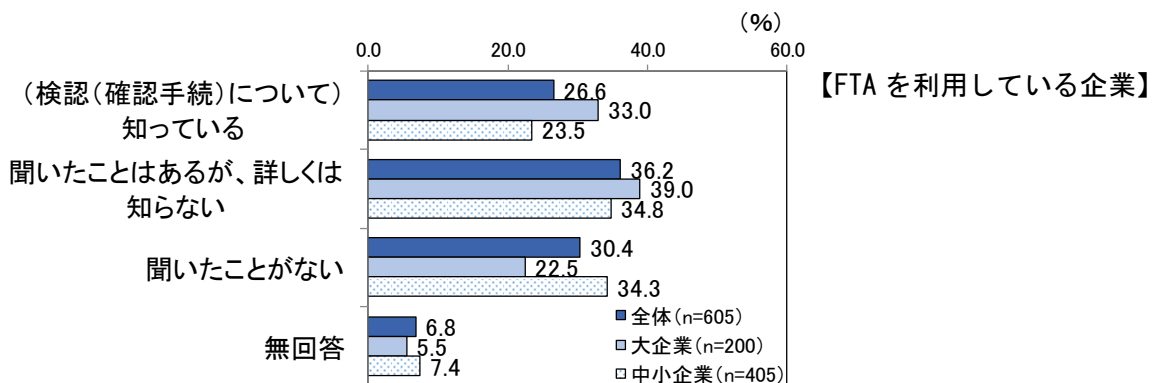
図表IV-11 検認制度の認知度(全体、FTAを利用または検討中、FTAを利用している企業の順)



[注]母数は、本調査の回答企業総数。



[注]母数は、輸出においてFTAを利用している、または利用を検討している企業数。



[注]母数は、輸出においてFTAを利用している企業数。

図表IV-12 検認制度の認知度（業種別、FTA を利用している企業）

(%)

	企業数	知っている	聞いたことはあるが、詳しくは知らない	聞いたことがない	無回答
全体	605	26.6	36.2	30.4	6.8
大企業	200	33.0	39.0	22.5	5.5
中小企業	405	23.5	34.8	34.3	7.4
製造業	441	27.2	36.3	30.8	5.7
飲食料品	82	17.1	36.6	42.7	3.7
繊維・織物/アパレル	13	15.4	15.4	53.8	15.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	8	37.5	62.5	0.0	0.0
化学	35	28.6	40.0	25.7	5.7
医療品・化粧品	21	23.8	28.6	28.6	19.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	33	33.3	39.4	18.2	9.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	25.5	29.8	40.4	4.3
一般機械	50	26.0	38.0	32.0	4.0
電気機械	27	25.9	44.4	22.2	7.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	11	18.2	54.5	18.2	9.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	47	46.8	34.0	14.9	4.3
精密機器	16	18.8	43.8	31.3	6.3
その他の製造業	47	31.9	29.8	36.2	2.1
非製造業	164	25.0	36.0	29.3	9.8
商社・卸売	138	26.8	34.1	29.0	10.1
建設	9	22.2	55.6	22.2	0.0
その他の非製造業	8	12.5	50.0	25.0	12.5

[注] ①母数（輸出におけるFTA利用企業）が5社以上の業種のみ表示。

②網掛けは回答率が50%以上の項目。



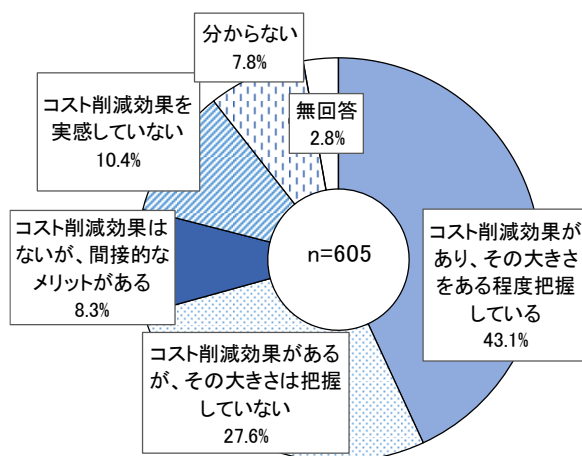
### 3. FTAによるコスト削減効果

輸出を行っている国・地域においてFTAの優遇税率を「利用している」と回答した605社に対し、FTA利用によるコスト削減効果（注）について尋ねたところ、43.1%「コスト削減効果があり、その大きさのある程度把握している」、27.6%が「コスト削減効果があるが、その大きさは把握していない」と回答した。他方、10.4%が、「コスト効果を実感していない」と回答しており、その割合は中小企業で高かった。

業種別に見ると、「コスト削減効果があり、その大きさのある程度把握している」が、木材・木製品/家具・建材/紙・パルプで75.0%、自動車/自動車部品/その他輸送機器で66.0%と高い。一方で「コスト削減効果を実感していない」企業の割合は、小売で40.0%、その他の非製造業で37.5%となっている。

（注）関税撤廃による輸出競争力の向上効果、および関税撤廃による調達コストの低減効果を指す。

図表IV-13 FTAによるコスト削減効果（全体）



図表IV-14 FTAによるコスト削減効果（業種別、企業規模別）

	企業数	コスト削減効果がある					分からない	無回答
		コスト削減効果があるが、その大きさは把握している	コスト削減効果があるが、その大きさは把握していない	コスト削減効果はないが、間接的なメリットがある	コスト削減効果を実感していない			
全体	605	70.7	43.1	27.6	8.3	10.4	7.8	2.8
大企業	200	81.5	48.5	33.0	6.0	6.0	3.5	3.0
中小企業	405	65.4	40.5	24.9	9.4	12.6	9.9	2.7
製造業	441	71.9	43.1	28.8	7.5	10.4	7.7	2.5
飲食料品	82	68.3	39.0	29.3	9.8	12.2	9.8	0.0
繊維・織物/アパレル	13	77.0	46.2	30.8	15.4	0.0	0.0	7.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	8	100.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
化学	35	77.1	45.7	31.4	8.6	8.6	2.9	2.9
医療品・化粧品	21	80.9	23.8	57.1	9.5	9.5	0.0	0.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	33	69.7	42.4	27.3	6.1	15.2	6.1	3.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	47	63.9	36.2	27.7	4.3	10.6	14.9	6.4
一般機械	50	54.0	26.0	28.0	8.0	20.0	12.0	6.0
電気機械	27	74.0	48.1	25.9	18.5	7.4	0.0	0.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	11	72.8	45.5	27.3	9.1	0.0	18.2	0.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	47	89.4	66.0	23.4	2.1	6.4	2.1	0.0
精密機器	16	68.8	43.8	25.0	6.3	12.5	12.5	0.0
その他の製造業	47	74.4	48.9	25.5	4.3	8.5	8.5	4.3
非製造業	164	67.7	43.3	24.4	10.4	10.4	7.9	3.7
商社・卸売	138	70.3	44.9	25.4	11.6	6.5	7.2	4.3
小売	5	40.0	20.0	20.0	20.0	40.0	0.0	0.0
建設	9	66.6	44.4	22.2	0.0	33.3	0.0	0.0
その他の非製造業	8	50.0	25.0	25.0	0.0	37.5	12.5	0.0

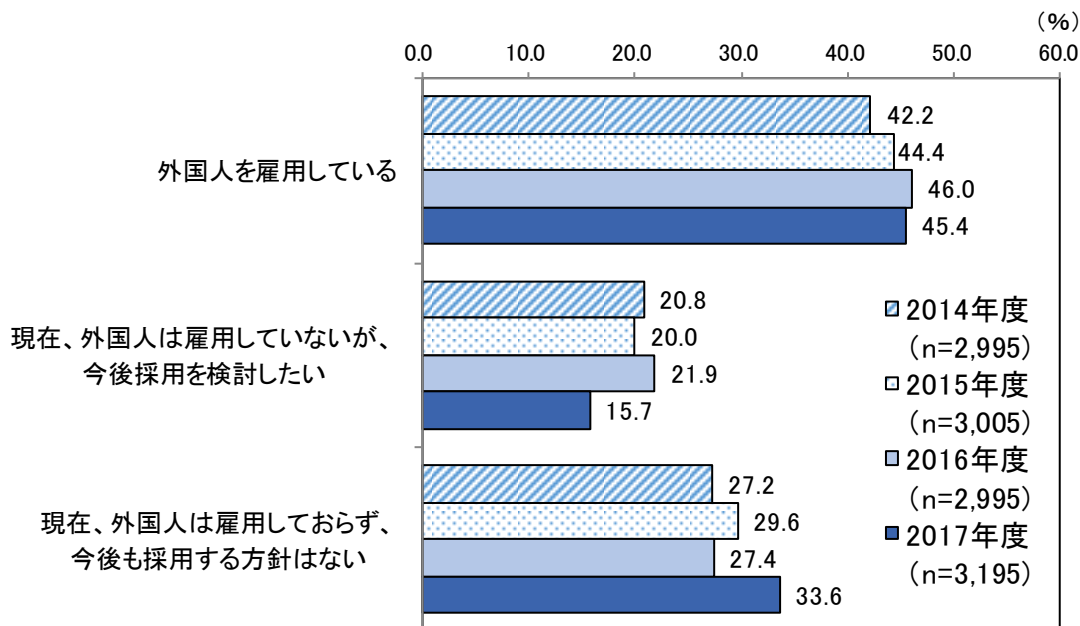
〔注〕①母数は、輸出においてFTAを利用している企業。母数が5社以上の業種のみ表示。  
②網掛けは、各項目で割合の高い上位5業種。

## V. 外国人材の活用

### 1. 国内拠点における外国人社員の雇用状況

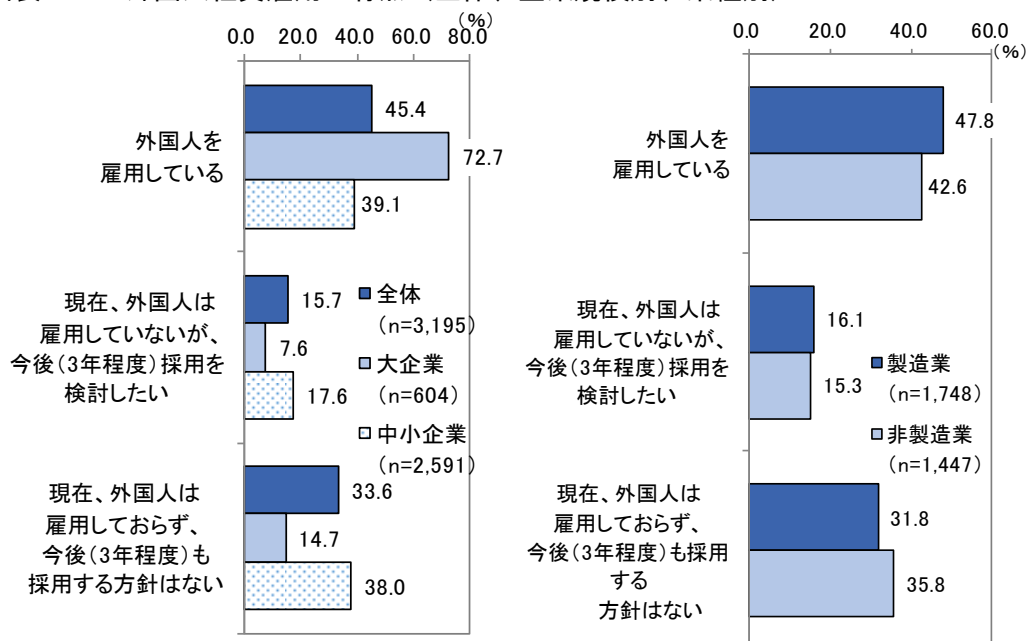
国内拠点で「外国人を雇用している」企業の割合は45.4%と、前年並みの水準を維持した。企業規模別では大企業の72.7%が外国人社員を雇用する一方、中小企業は39.1%に留まる。

図表V-1 外国人社員雇用の有無（全体、時系列）



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

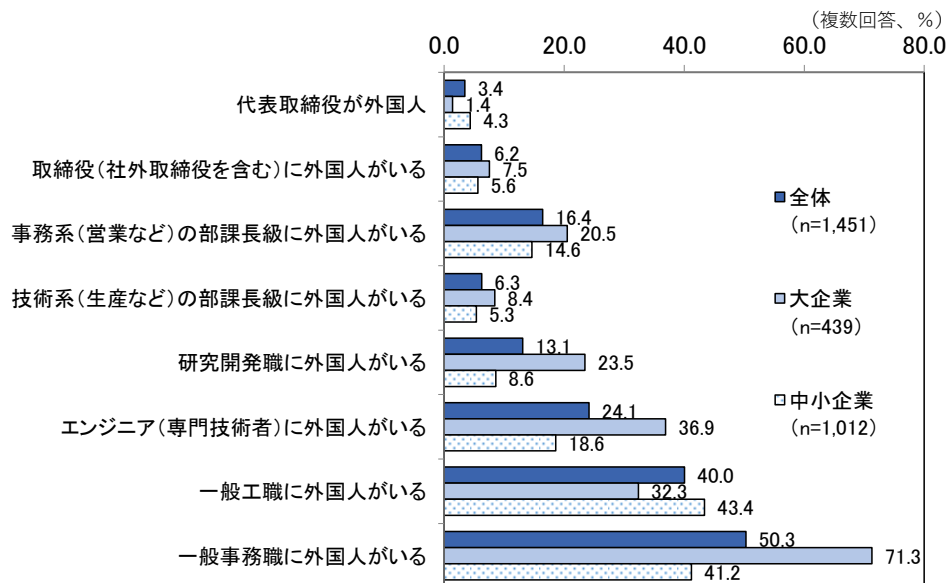
図表V-2 外国人社員雇用の有無（全体、企業規模別、業種別）



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

外国人社員を雇用する企業においては、「一般事務職に外国人がいる」企業が50.3%と最も多く、次いで一般工職（40.0%）、エンジニア（24.1%）と続いた。

図表V-3 外国人社員の雇用状況（全体、企業規模別）



〔注〕母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。

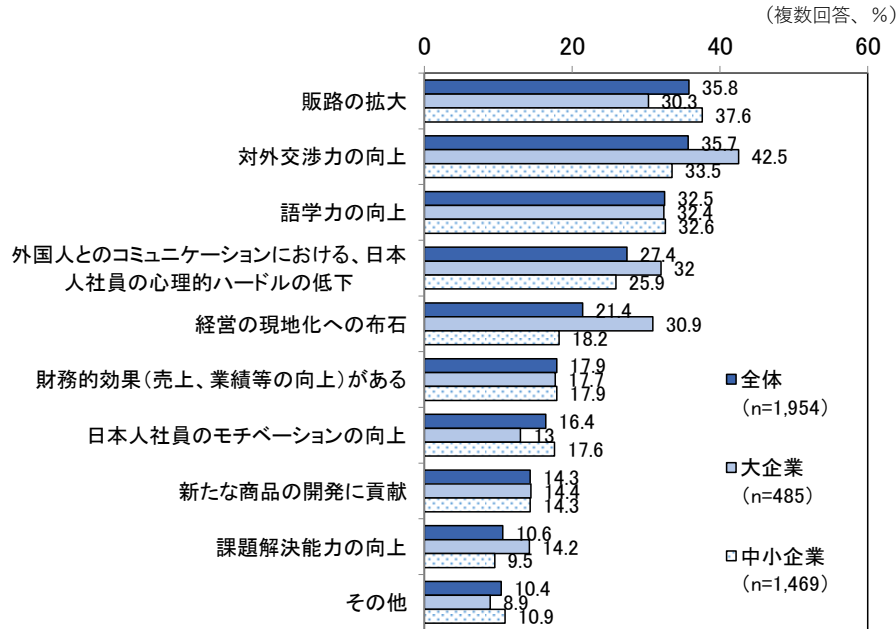
図表V-4 外国人社員の雇用状況（全体、業種別）

業種	社数	(複数回答、%)								
		代表取締役が外国人	取締役(社外取締役を含む)に外国人がいる	事務系(営業など)の部課長級に外国人がいる	技術系(生産など)の部課長級に外国人がいる	研究開発職に外国人がいる	エンジニア(専門技術者)に外国人がいる	一般工職に外国人がいる	一般事務職に外国人がいる	
全体	1,451	3.4	6.2	16.4	6.3	13.1	24.1	40.0	50.3	
製造業	835	1.2	5.6	15.4	6.8	18.4	24.7	53.8	46.9	
飲食料品	140	0.7	2.9	9.3	1.4	10.7	1.4	67.1	31.4	
繊維・織物／アパレル	38	-	-	7.9	10.5	7.9	7.9	47.4	55.3	
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	22	-	-	13.6	-	4.5	9.1	68.2	36.4	
化学	52	-	11.5	23.1	11.5	40.4	32.7	26.9	55.8	
医療品・化粧品	41	2.4	12.2	26.8	7.3	22.0	7.3	26.8	58.5	
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	45	-	2.2	11.1	4.4	4.4	13.3	66.7	55.6	
窯業・土石	13	-	-	7.7	7.7	7.7	15.4	69.2	38.5	
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	95	-	2.1	13.7	7.4	16.8	33.7	62.1	34.7	
一般機械	98	1.0	3.1	17.3	9.2	17.3	35.7	55.1	46.9	
電気機械	49	-	2.0	22.4	8.2	22.4	49.0	36.7	49.0	
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	38	5.3	10.5	18.4	10.5	34.2	39.5	44.7	71.1	
自動車／自動車部品／その他輸送機器	72	1.4	11.1	18.1	11.1	34.7	45.8	66.7	54.2	
精密機器	35	2.9	11.4	17.1	5.7	22.9	22.9	40.0	51.4	
その他の製造業	97	3.1	9.3	14.4	5.2	12.4	24.7	49.5	50.5	
非製造業	616	6.5	7.0	17.7	5.5	5.8	23.4	21.4	54.9	
商社・卸売	267	9.0	8.2	24.3	4.1	2.6	8.6	19.1	62.5	
小売	44	4.5	2.3	25.0	4.5	2.3	6.8	27.3	47.7	
建設	65	1.5	3.1	1.5	1.5	9.2	67.7	29.2	21.5	
運輸	32	9.4	12.5	18.8	9.4	3.1	9.4	9.4	75.0	
金融・保険	29	-	3.4	10.3	3.4	-	-	-	93.1	
通信・情報・ソフトウェア	52	3.8	3.8	3.8	9.6	23.1	82.7	7.7	42.3	
専門サービス	35	11.4	8.6	20.0	11.4	8.6	25.7	5.7	45.7	
その他の非製造業	92	4.3	8.7	15.2	7.6	6.5	20.7	44.6	51.1	

〔注〕 ①母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。  
 ②網掛けは回答率が20%以上の業種。

国内拠点で外国人を雇用している、もしくは外国人の採用を検討する企業は「販路拡大」(35.8%)、「対外交渉力向上」(35.7%)などを外国人材活用のメリットとして指摘。特に大企業では「対外交渉力の向上」が42.5%と高く、中小企業では「販路の拡大」が37.6%と高くなった。

図表V-5 外国人社員を採用・雇用するメリット（全体、企業規模別）



〔注〕母数は国内拠点で「外国人社員を雇用している」「今後採用を検討したい」と回答した企業。

図表V-6 外国人社員を採用・雇用するメリット（全体、業種別）

	社数	財務的効果(売上、業績等の向上)がある	販路の拡大	新たな商品の開発に貢献	経営の現地化への布石	語学力の向上	日本人社員のモチベーションの向上	課題解決能力の向上	対外交渉力の向上	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	その他	無回答
全体	1,954	17.9	35.8	14.3	21.4	32.5	16.4	10.6	35.7	27.4	10.4	5.3
製造業	1,117	19.2	34.4	13.2	19.2	32.5	16.3	9.3	32.9	26.2	11.7	5.8
飲料食品	229	16.2	30.1	14.8	10.5	30.6	16.6	9.2	27.9	25.8	17.0	8.3
繊維・織物/アパレル	59	23.7	33.9	16.9	20.3	44.1	8.5	10.2	22.0	15.3	8.5	5.1
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	32	21.9	31.3	18.8	9.4	28.1	12.5	15.6	25.0	18.8	9.4	9.4
化学	62	14.5	43.5	16.1	24.2	43.5	8.1	9.7	41.9	30.6	8.1	4.8
医薬品・化粧品	51	25.5	51.0	21.6	25.5	45.1	13.7	7.8	45.1	21.6	7.8	2.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	62	17.7	27.4	9.7	11.3	24.2	21.0	8.1	33.9	17.7	11.3	9.7
窯業・土石	17	29.4	41.2	-	11.8	23.5	17.6	11.8	17.6	35.3	17.6	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	119	19.3	31.1	7.6	29.4	26.1	21.8	10.1	21.8	29.4	10.9	5.9
一般機械	120	18.3	35.8	6.7	18.3	30.8	16.7	10.0	31.7	33.3	10.8	5.0
電気機械	64	14.1	39.1	17.2	21.9	29.7	15.6	6.3	40.6	25.0	10.9	4.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	48	29.2	29.2	22.9	22.9	37.5	16.7	18.8	39.6	25.0	6.3	4.2
自動車/自動車部品/その他輸送機器	83	21.7	30.1	12.0	32.5	30.1	14.5	10.8	38.6	31.3	10.8	4.8
精密機器	42	19.0	38.1	19.0	7.1	26.2	26.2	4.8	35.7	19.0	4.8	9.5
その他の製造業	129	18.6	37.2	10.1	20.9	37.2	15.5	5.4	41.1	27.1	14.0	3.1
非製造業	837	16.1	37.6	15.9	24.3	32.6	16.6	12.4	39.5	29.0	8.6	4.5
商社・卸売	358	19.0	47.5	15.9	17.9	36.9	14.2	9.8	46.4	27.7	5.9	5.0
小売	67	10.4	50.7	17.9	28.4	19.4	14.9	16.4	37.3	23.9	11.9	3.0
建設	82	11.0	14.6	4.9	45.1	30.5	23.2	7.3	25.6	42.7	13.4	2.4
運輸	44	6.8	31.8	11.4	22.7	43.2	25.0	20.5	40.9	25.0	13.6	-
金融・保険	33	6.1	9.1	6.1	6.1	33.3	12.1	24.2	45.5	33.3	9.1	6.1
通信・情報/ソフトウェア	71	12.7	36.6	33.8	32.4	28.2	18.3	18.3	33.8	29.6	7.0	8.5
専門サービス	46	19.6	32.6	23.9	26.1	39.1	4.3	17.4	43.5	32.6	4.3	6.5
その他の非製造業	136	20.6	30.1	13.2	26.5	25.7	21.3	10.3	30.9	25.7	11.8	3.7

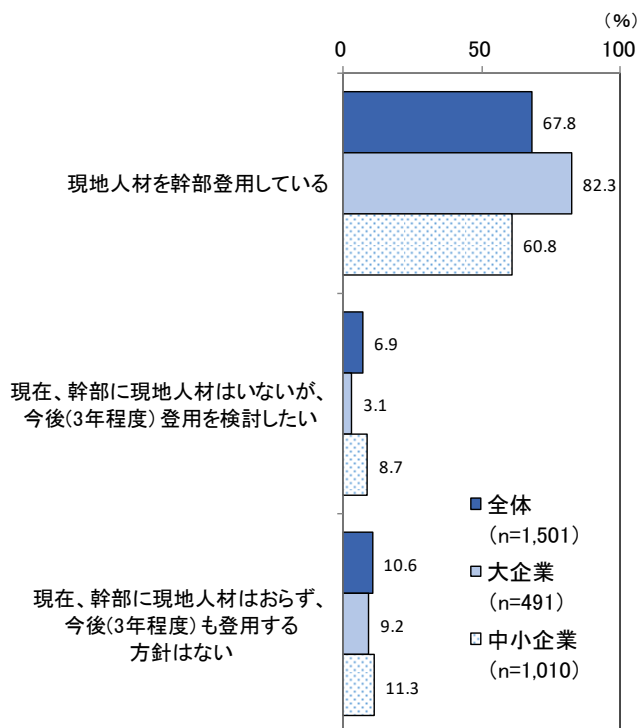
〔注〕①母数は国内拠点で「外国人社員を雇用している」「今後採用を検討したい」と回答した企業。

②網掛けは各業種で回答率が最大の項目。

## 2. 海外拠点における現地人材登用

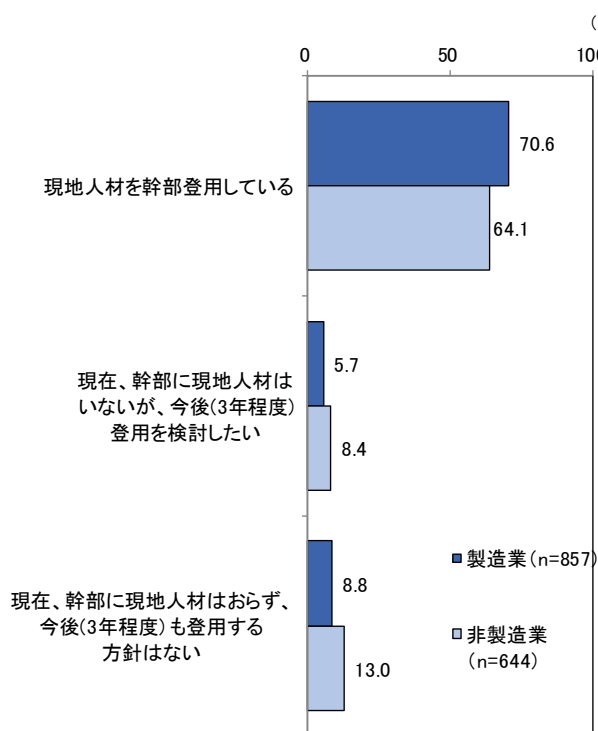
海外拠点を有する企業のうち、約7割(67.8%)が現地人材の幹部(代表取締役、取締役、部課長級、研究開発職)登用を行う。今後登用を検討する企業とあわせると、74.7%が現地人材登用の意向を有する。

図表V-7 海外拠点における現地人材登用の有無(全体、企業規模別)



[注] 母数は、海外拠点を有する企業。

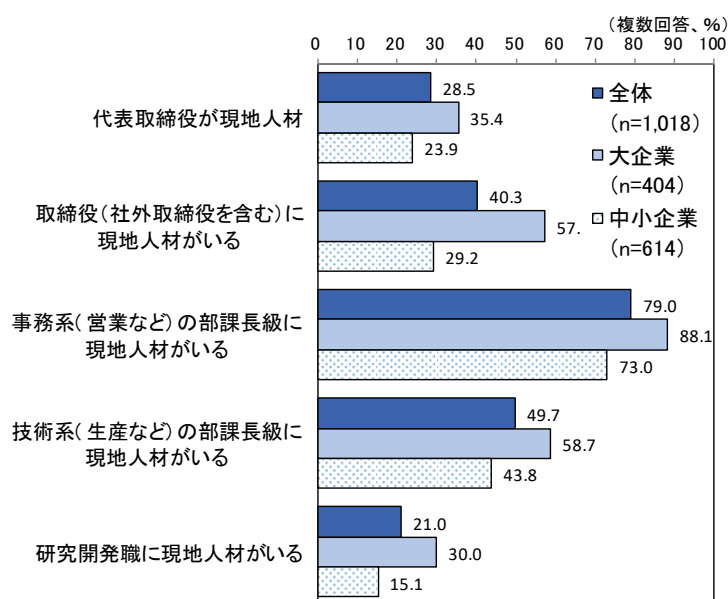
図表V-8 海外拠点における現地人材登用の有無(全体、業種別)



[注] 母数は、海外拠点を有する企業。

海外拠点で幹部登用している企業では「事務系の部課長級」に登用する割合（79.0%）が最も高い。次いで「技術系の部課長級」が49.7%、「取締役（社外取締役を含む）」が40.3%となった。大企業においては「事務系の部課長級」との回答が88.1%と8割を超えている。

図表V-9 海外拠点における現地人材登用状況（全体、企業規模別）



〔注〕母数は海外拠点で現地人材を幹部登用している企業。

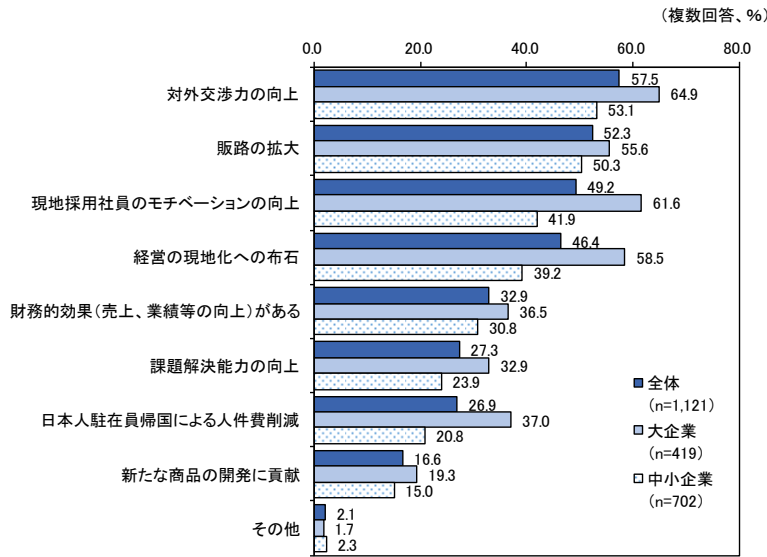
図表V-10 海外拠点における現地人材登用（全体、業種別）

		（複数回答、%）					
		社数	代表取締役が現地人材	取締役(社外取締役を含む)に現地人材がいる	事務系(営業など)の部課長級に現地人材がいる	技術系(生産など)の部課長級に現地人材がいる	研究開発職に現地人材がいる
全体		1,018	28.5	40.3	79.0	49.7	21.0
製造業	製造業	605	30.6	43.5	82.0	62.3	27.9
	飲料食品	51	37.3	45.1	66.7	52.9	31.4
	繊維・織物／アパレル	29	20.7	27.6	79.3	44.8	27.6
	木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	12	16.7	33.3	100.0	66.7	0.0
	化学	55	36.4	36.4	76.4	56.4	36.4
	医療品・化粧品	20	15.0	30.0	95.0	45.0	25.0
	石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	38	28.9	36.8	84.2	57.9	18.4
	窯業・土石	9	11.1	44.4	77.8	44.4	11.1
	鉄鋼／非鉄金属／金属製品	70	27.1	47.1	81.4	68.6	20.0
	一般機械	73	23.3	49.3	82.2	64.4	20.5
	電気機械	39	38.5	48.7	74.4	59.0	25.6
	情報通信機械器具／電子部品・デバイス	38	34.2	39.5	86.8	65.8	31.6
	自動車／自動車部品／その他輸送機器	66	30.3	59.1	93.9	83.3	47.0
	精密機器	31	45.2	32.3	83.9	67.7	29.0
	その他の製造業	74	33.8	43.2	81.1	59.5	28.4
非製造業	非製造業	413	25.4	35.6	74.6	31.2	10.9
	商社・卸売	206	23.3	35.0	75.7	24.3	7.8
	小売	24	20.8	16.7	70.8	33.3	12.5
	建設	46	28.3	39.1	67.4	71.7	8.7
	運輸	33	21.2	48.5	81.8	15.2	6.1
	金融・保険	10	40.0	40.0	100.0	10.0	10.0
	通信・情報・ソフトウェア	25	20.0	28.0	56.0	36.0	32.0
	専門サービス	23	34.8	43.5	69.6	30.4	17.4
	その他の非製造業	46	32.6	34.8	80.4	34.8	15.2

〔注〕①母数は海外拠点で現地人材を幹部登用している企業。②網掛けは回答率が40%以上の業種。

海外拠点で現地人材を幹部登用している、もしくは登用を検討している企業では、「対外交渉力向上」(57.5%)を登用のメリットに挙げる企業が最多であった。企業規模別に見ると、大企業では「対外交渉力の向上」(64.9%)、「現地採用社員のモチベーションの向上」(61.6%)、「経営の現地化への布石」(58.5%)の順で高く、中小企業では「対外交渉力の向上」(53.1%)、「販路の拡大」(50.3%)、「現地採用社員のモチベーションの向上」(41.9%)の順となった。

図表V-11 現地人材を登用するメリット（全体、企業規模別）



[注] 母数は海外拠点で「現地人材を幹部登用している」「今後登用を検討したい」と回答した企業。

図表V-12 現地人材を登用するメリット（全体、業種別）

	社数	理由 (複数回答、%)									
		財務的効果(売上、業績等の向上)がある	販路の拡大	新たな商品の開発に貢献	経営の現地化への布石	現地採用社員のモチベーションの向上	課題解決能力の向上	対外交渉力の向上	日本人駐在員帰国による人件費削減	その他	無回答
全体	1,121	32.9	52.3	16.6	46.4	49.2	27.3	57.5	26.9	2.1	5.1
製造業	654	35.0	52.4	15.4	48.3	53.2	29.4	57.3	30.4	1.7	4.7
飲食料品	57	45.6	54.4	29.8	45.6	47.4	40.4	59.6	38.6	3.5	5.3
繊維・織物/アパレル	34	38.2	38.2	14.7	50.0	55.9	41.2	58.8	23.5	2.9	2.9
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	14	28.6	21.4	14.3	21.4	57.1	28.6	42.9	50.0	-	7.1
化学	55	27.3	63.6	18.2	54.5	47.3	32.7	60.0	25.5	-	1.8
医療品・化粧品	22	50.0	72.7	22.7	54.5	54.5	31.8	54.5	13.6	-	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	42	45.2	38.1	7.1	40.5	50.0	19.0	45.2	21.4	2.4	-
窯業・土石	11	18.2	45.5	18.2	27.3	45.5	18.2	45.5	27.3	-	9.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	78	34.6	34.6	10.3	60.3	55.1	25.6	50.0	30.8	1.3	3.8
一般機械	79	30.4	63.3	13.9	36.7	44.3	32.9	51.9	24.1	5.1	7.6
電気機械	45	31.1	64.4	11.1	53.3	62.2	20.0	64.4	37.8	-	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	40	30.0	42.5	7.5	52.5	62.5	30.0	60.0	35.0	2.5	2.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	67	40.3	52.2	13.4	59.7	62.7	31.3	73.1	47.8	-	7.5
精密機器	32	21.9	56.3	18.8	40.6	43.8	12.5	43.8	28.1	3.1	15.6
その他の製造業	78	35.9	61.5	19.2	43.6	55.1	30.8	64.1	23.1	-	5.1
非製造業	467	30.0	52.0	18.2	43.7	43.7	24.4	57.8	21.8	2.6	5.6
商社・卸売	228	35.1	58.3	20.2	36.8	45.2	25.4	58.8	18.9	2.2	5.7
小売	30	16.7	53.3	13.3	50.0	33.3	43.3	60.0	26.7	-	-
建設	51	25.5	43.1	9.8	49.0	49.0	27.5	62.7	33.3	3.9	3.9
運輸	35	25.7	31.4	5.7	42.9	34.3	20.0	51.4	31.4	2.9	8.6
金融・保険	10	10.0	10.0	10.0	20.0	40.0	20.0	70.0	20.0	10.0	20.0
通信・情報・ソフトウェア	30	30.0	56.7	40.0	60.0	43.3	16.7	60.0	16.7	-	6.7
専門サービス	29	24.1	44.8	10.3	48.3	48.3	13.8	58.6	17.2	-	3.4
その他の非製造業	54	29.6	55.6	22.2	57.4	42.6	20.4	48.1	20.4	5.6	5.6

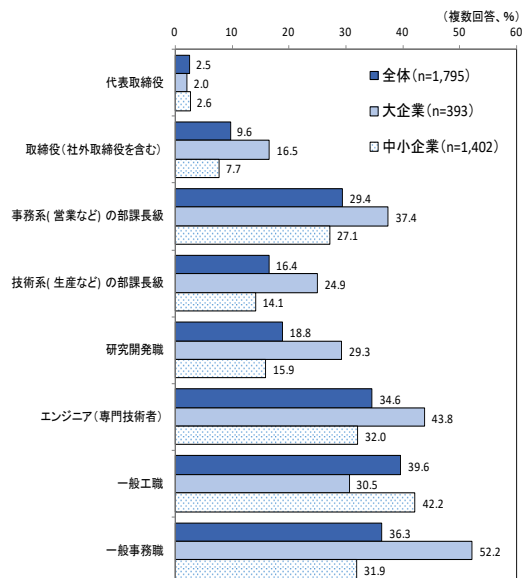
[注] ①母数は海外拠点で「現地人材を幹部登用している」「今後登用を検討したい」と回答した企業。

②網掛けは各業種で回答比率が最大の項目。

### 3. 中長期的な外国人材に対するニーズ

国内拠点では今後、幹部職層への人材ニーズも大企業を中心に高まる見通し。中長期的（5～10年程度）に外国人材ニーズが高まると見込まれる職種を尋ねたところ、幹部人材では「事務系の部課長級」が29.4%で最も多く、「研究開発職」（18.8%）、「技術系の部課長級」（16.4%）、「取締役（社外取締役を含む）」（9.6%）と続いた。

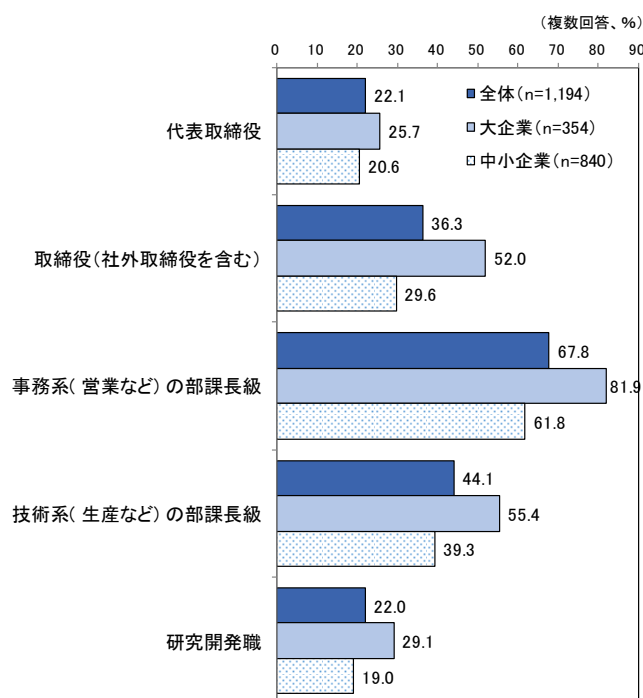
図表V-13 中長期的に外国人材ニーズの高い職種（国内拠点）（全体、企業規模別）



〔注〕母数は何らかの職種で中長期的に外国人材活用の必要性が現在よりも増すと回答した企業。

一方、海外拠点で今後、中長期的（5～10年程度）に現地人材登用ニーズが高まると見込まれる職種については、「事務系の部課長級」と回答した企業が最多の67.8%となった。同割合は大企業で81.9%に及ぶ。企業規模別にみると、「取締役（社外取締役を含む）」、「技術系の部課長級」への登用においても、大企業と中小企業の回答率の差が大きい。

図表V-14 中長期的に現地人材登用ニーズの高い職種（海外拠点）（全体、企業規模別）

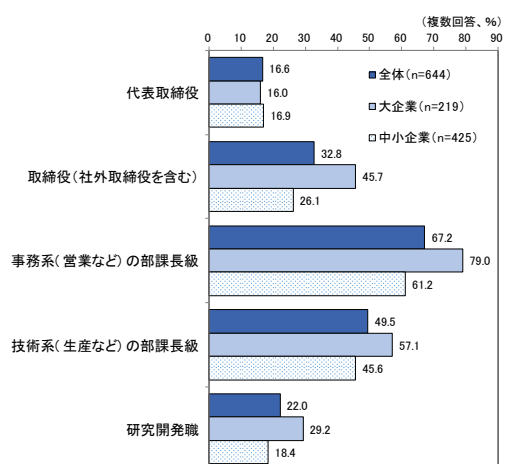


〔注〕母数は何らかの職種で中長期的に現地人材登用の必要性が現在よりも増すと回答した企業。

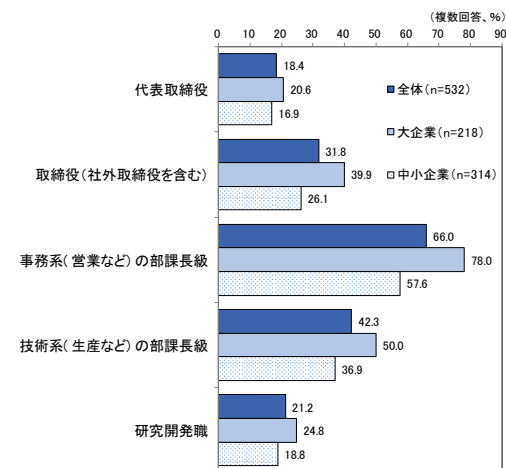


中長期的に現地人材登用ニーズが高まると見込まれる職種を主な海外拠点別にみると、ASEAN6 と中国では「事務系の部課長級」、「技術系の部課長級」の順に多かった。一方、米国では「事務系の部課長級」に次いで「取締役」が多く、特に大企業が 58.6% と高かった。

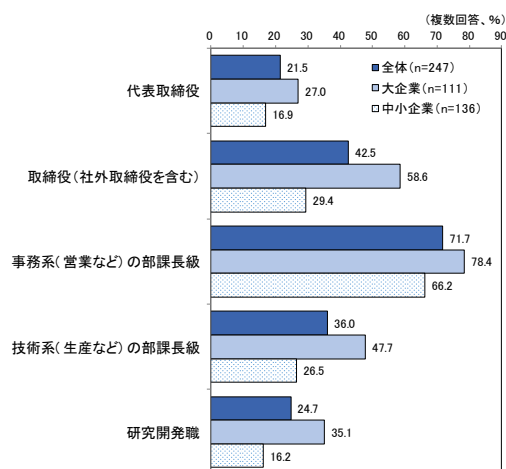
図表 V-15 中長期的に現地人材登用ニーズの高い職種（ASEAN6 拠点）（全体、企業規模別）



図表 V-16 中長期的に現地人材登用ニーズの高い職種（中国拠点）（全体、企業規模別）



図表 V-17 中長期的に現地人材登用ニーズの高い職種（米国拠点）（全体、企業規模別）



[注] 図表 V-15, 16, 17 とも、母数は海外拠点に当該国・地域（V-15 は ASEAN6、16 は中国、17 は米国）を挙げた企業のうち、何らかの職種で中長期的に現地人材登用の必要性が現在よりも増すと回答した企業。

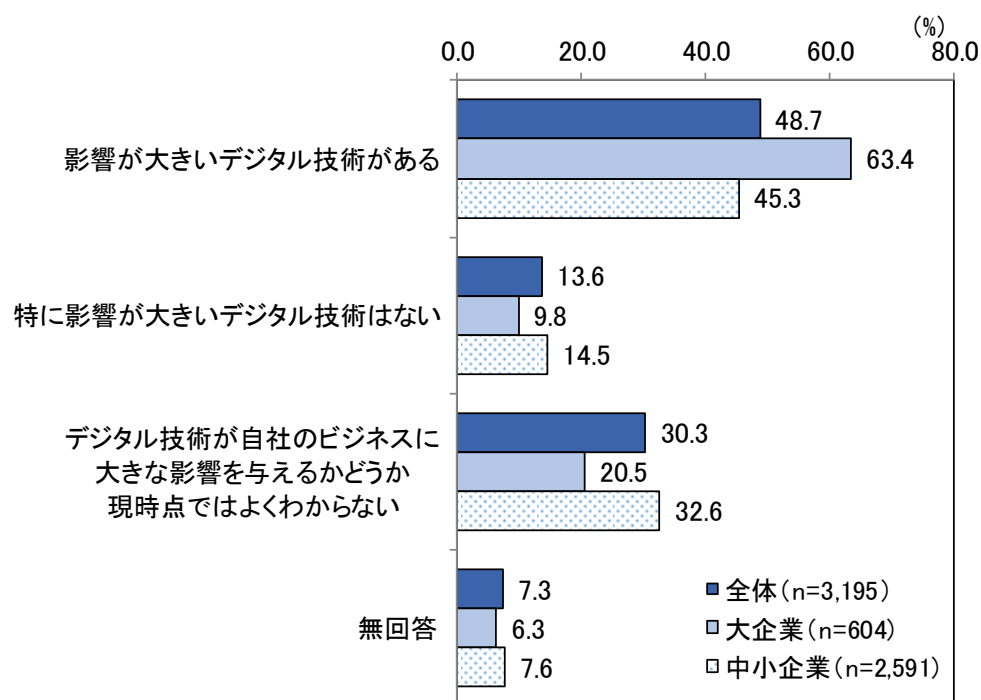
## VI. デジタル技術の活用

### 1. デジタル技術に対する見方

「デジタル技術」(注)が今後、中長期的(5~10年程度)に自社のビジネスに与える影響について尋ねたところ、「影響が大きいデジタル技術がある」が48.7%で最も高くなった。一方、影響について「よくわからない」と回答した企業も30.3%存在する。「特に影響が大きいデジタル技術はない」とした企業は13.6%にとどまった。企業規模が小さくなるほど、「影響が大きいデジタル技術がある」の回答率が減り、影響不明、影響が大きい技術なしと回答した企業の割合が増加する。

(注) 本調査におけるデジタル技術は、「既存のビジネスのあり方を変えるような、新しいデジタル技術や同技術を利用したビジネス手法」を指し、具体的には電子商取引(EC)、ロボット、3Dプリンター、IoT(モノのインターネット)、ビッグデータ、人工知能(AI)、フィンテック等を含む。

図表VI-1 デジタル技術に対する見方(全体、企業規模別)



[注] 母数は、本調査の回答企業総数。

業種別では、通信・情報・ソフトウェア(83.5%)、金融・保険(70.8%)、情報通信機械器具/電子部品・デバイス(65.1%)、電気機械(62.9%)、精密機器(60.7%)の順に、「影響が大きいデジタル技術がある」の回答率が高くなった。

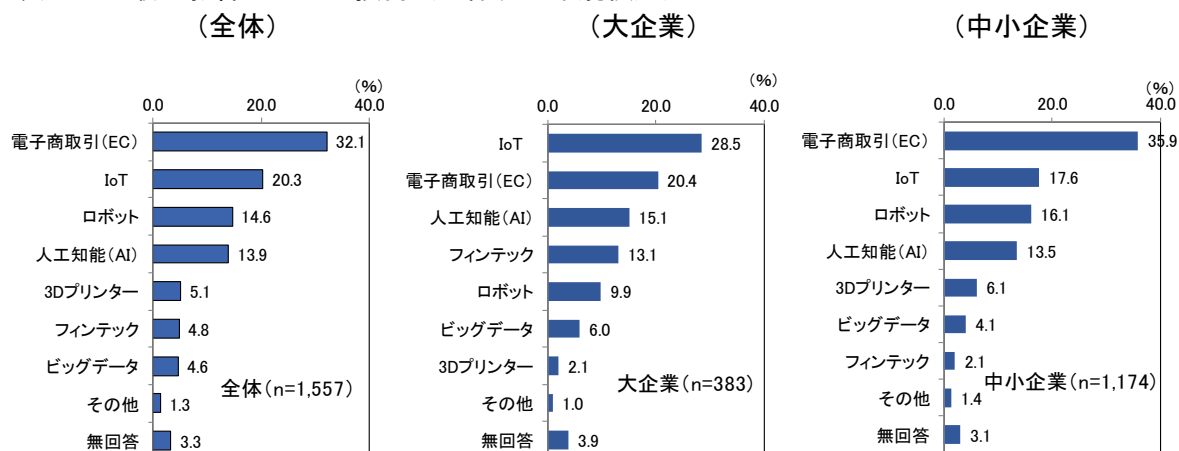
図表VI-2 デジタル技術に対する見方（全体、業種別、企業規模別）

	社数	影響が大きいデジタル技術がある	特に影響が大きいデジタル技術はない	デジタル技術が自社のビジネスに大きな影響を与えるかどうか現時点ではよくわからない	無回答
全体	3,195	48.7	13.6	30.3	7.3
製造業	1,748	48.6	14.0	30.4	7.0
飲食品	446	38.8	11.9	37.7	11.7
繊維・織物/アパレル	105	53.3	10.5	27.6	8.6
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	57	29.8	22.8	38.6	8.8
化学	95	45.3	12.6	36.8	5.3
医療品・化粧品	70	51.4	15.7	25.7	7.1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	93	43.0	16.1	37.6	3.2
窯業・土石	35	48.6	17.1	25.7	8.6
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	176	51.1	17.6	27.8	3.4
一般機械	158	58.9	9.5	25.9	5.7
電気機械	89	62.9	23.6	12.4	1.1
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	63	65.1	15.9	15.9	3.2
自動車/自動車部品/その他輸送機器	98	55.1	11.2	26.5	7.1
精密機器	61	60.7	6.6	26.2	6.6
その他の製造業	202	47.5	15.8	30.7	5.9
非製造業	1,447	48.9	13.1	30.3	7.7
商社・卸売	681	42.3	14.8	35.7	7.2
小売	123	43.9	11.4	31.7	13.0
建設	110	40.9	16.4	34.5	8.2
運輸	76	47.4	11.8	38.2	2.6
金融・保険	72	70.8	6.9	11.1	11.1
通信・情報・ソフトウェア	97	83.5	3.1	9.3	4.1
専門サービス	81	56.8	18.5	17.3	7.4
その他の非製造業	207	51.7	12.1	28.0	8.2
大企業	604	63.4	9.8	20.5	6.3
大企業(中堅企業を除く)	140	76.4	2.9	12.9	7.9
中堅企業	464	59.5	11.9	22.8	5.8
中小企業	2,591	45.3	14.5	32.6	7.6
中小企業(小規模企業者を除く)	1,046	47.0	15.6	31.7	5.6
小規模企業者	1,545	44.1	13.8	33.2	8.9

〔注〕①母数は、本調査の回答企業総数。②網掛けは50%以上の項目。

「影響が大きいデジタル技術がある」と回答した1,557社において、最も影響が大きいデジタル技術を尋ねたところ、電子商取引（EC）が32.1%で最も高く、次いでIoT（モノのインターネット）（20.3%）、ロボット（14.6%）、人工知能（AI）（13.9%）の順となった。企業規模によって傾向が異なり、大企業では、IoT（28.5%）、EC（20.4%）、AI（15.1%）、フィンテック（13.1%）の順となる。一方、中小企業では、EC（35.9%）が圧倒的で、次にIoT（17.6%）、ロボット（16.1%）、AI（13.5%）が続く。

図表VI-3 最も影響が大きい技術（全体、企業規模別）



〔注〕母数は、「影響が大きいデジタル技術がある」と回答した企業。

業種別では、製造業はEC、IoT、ロボット、AIの順に回答率が高いが、非製造業はAIの順位が上がって、EC、AI、IoT、ロボットの順となる。回答率の高い主な業種を見ると、ECは非耐久消費財（医療品・化粧品、飲食料品、繊維・織物／アパレル）や流通業、IoTは機械機器や輸送機器の製造、ロボットは、木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ、鉄鋼／非鉄金属／金属製品、輸送機器、運輸、AIは通信・情報・ソフトウェア、専門サービス、その他非製造業となる。

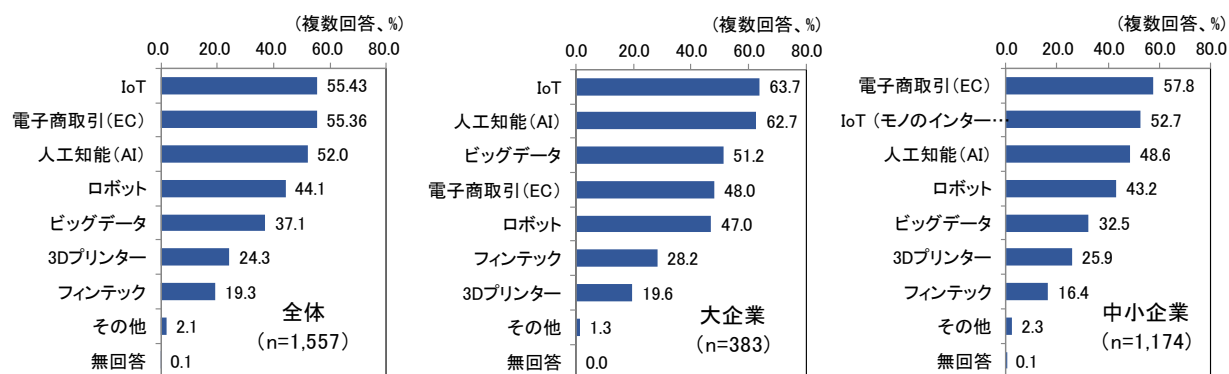
図表VI-4 最も影響が大きい技術（全体、業種別、企業規模別）

	社数	電子商取引 (EC)	ロボット	3Dプリンター	IoT（モノ のインター ネット）	ビッグデー タ	人工知能 (AI)	フィンテック	その他	無回答
全体	1,557	32.1	14.6	5.1	20.3	4.6	13.9	4.8	1.3	3.3
製造業	849	30.3	18.7	6.9	25.2	3.4	10.0	0.9	0.7	3.8
飲食料品	173	52.0	22.5	0.6	9.2	1.2	8.1	2.3	0.0	4.0
繊維・織物／アパレル	56	50.0	5.4	12.5	10.7	0.0	5.4	1.8	1.8	12.5
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	17	29.4	41.2	0.0	11.8	5.9	11.8	0.0	0.0	0.0
化学	43	25.6	18.6	4.7	23.3	7.0	11.6	2.3	0.0	7.0
医療品・化粧品	36	63.9	2.8	5.6	5.6	2.8	16.7	0.0	0.0	2.8
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	40	42.5	12.5	10.0	27.5	0.0	5.0	0.0	0.0	2.5
窯業・土石	17	29.4	17.6	29.4	11.8	0.0	5.9	0.0	0.0	5.9
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	90	21.1	27.8	10.0	27.8	3.3	7.8	0.0	0.0	2.2
一般機械	93	5.4	23.7	4.3	44.1	5.4	10.8	0.0	2.2	4.3
電気機械	56	8.9	8.9	3.6	53.6	7.1	16.1	0.0	0.0	1.8
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	41	7.3	9.8	4.9	48.8	7.3	14.6	2.4	2.4	2.4
自動車／自動車部品／その他輸送機器	54	7.4	25.9	9.3	40.7	3.7	7.4	1.9	1.9	1.9
精密機器	37	18.9	18.9	5.4	29.7	0.0	24.3	0.0	0.0	2.7
その他の製造業	96	36.5	16.7	14.6	16.7	5.2	7.3	0.0	1.0	2.1
非製造業	708	34.3	9.6	3.0	14.4	5.9	18.6	9.5	2.0	2.7
商社・卸売	288	51.4	7.3	5.6	14.6	4.2	8.3	4.2	1.4	3.1
小売	54	59.3	7.4	1.9	11.1	3.7	13.0	0.0	0.0	3.7
建設	45	8.9	17.8	2.2	24.4	8.9	24.4	0.0	6.7	6.7
運輸	36	30.6	25.0	0.0	5.6	5.6	22.2	0.0	8.3	2.8
金融・保険	51	0.0	3.9	0.0	0.0	0.0	3.9	90.2	0.0	2.0
通信・情報・ソフトウェア	81	14.8	6.2	0.0	21.0	8.6	42.0	3.7	2.5	1.2
専門サービス	46	21.7	4.3	2.2	13.0	13.0	39.1	2.2	0.0	4.3
その他の非製造業	107	24.3	15.9	1.9	16.8	8.4	26.2	4.7	1.9	0.0
大企業	383	20.4	9.9	2.1	28.5	6.0	15.1	13.1	1.0	3.9
大企業（中堅企業を除く）	107	12.1	7.5	0.9	37.4	5.6	22.4	8.4	0.0	5.6
中堅企業	276	23.6	10.9	2.5	25.0	6.2	12.3	14.9	1.4	3.3
中小企業	1,174	35.9	16.1	6.1	17.6	4.1	13.5	2.1	1.4	3.1
中小企業（小規模企業者を除く）	492	35.2	17.1	3.9	18.1	4.7	14.6	2.4	1.6	2.4
小規模企業者	682	36.5	15.4	7.8	17.3	3.7	12.8	1.9	1.2	3.5

〔注〕①母数は、「影響が大きいデジタル技術がある」と回答した企業。②網掛けは30%以上の項目。

「影響が大きいデジタル技術」（自社のビジネスに最も影響が大きいデジタル技術に加え、その他影響が大きいデジタル技術の回答を合わせたもの）については、IoT（55.43%）、EC（55.36%）、AI（52.0%）、ロボット（44.1%）、ビッグデータ（37.1%）、3Dプリンター（24.3%）、フィンテック（19.3%）の順に回答率が高くなった。企業規模別では、大企業はIoT、AI、ビッグデータ、EC、ロボット、フィンテック、3Dプリンターの順となり、AIやビッグデータがECを上回った。

図表VI-5 影響が大きい技術（最も影響大およびその他影響大の技術、全体、企業規模別）



〔注〕母数は、「影響が大きいデジタル技術がある」と回答した企業。

業種別では、製造業はIoT、ロボット、EC、AIの順に回答率が高く、最も影響が大きい技術だけに限定した場合と比べECの順位が下がる。非製造業はEC、AI、IoT、ビッグデータの順で、最も影響が大きい技術だけに限定した場合と比べビッグデータの順位が高まる。

図表VI-6 影響が大きい技術（最も影響大およびその他影響大の技術、全体、業種別）

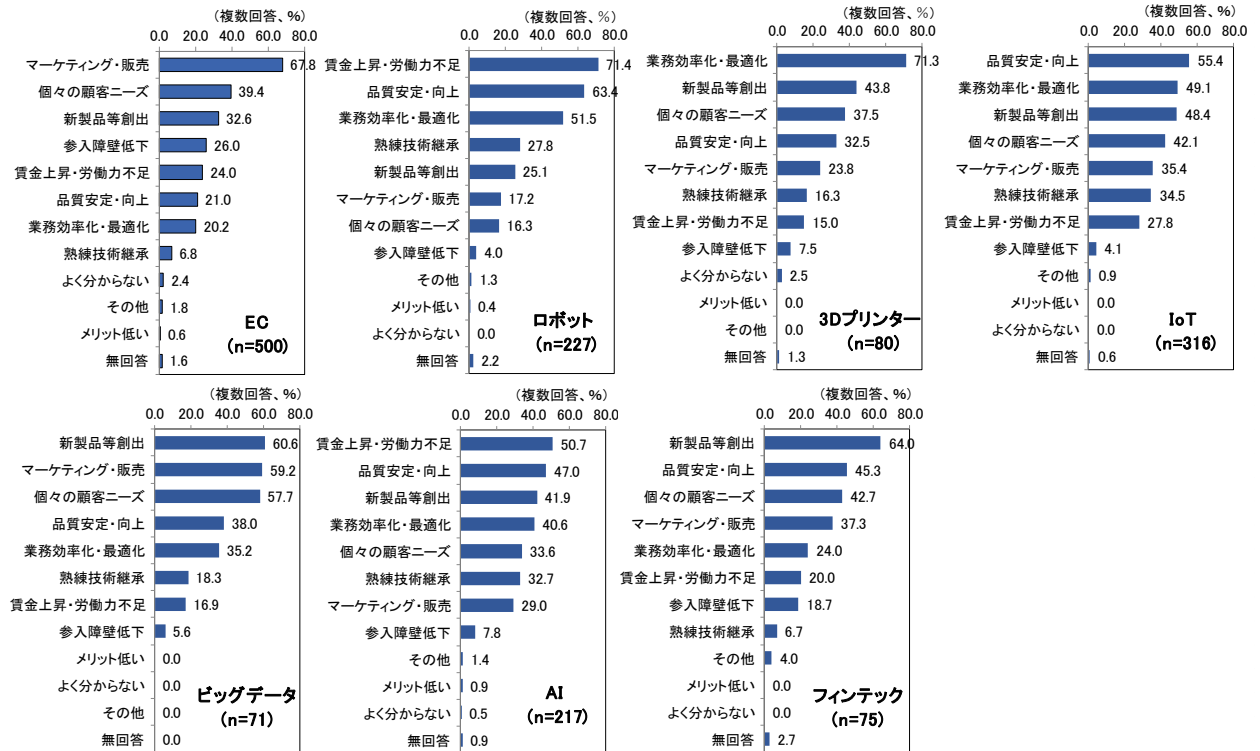
	社数	電子商取引(EC)	ロボット	3Dプリンター	IoT(モノのインターネット)	ビッグデータ	人工知能(AI)	フィンテック	その他	無回答
全体	1557	55.4	44.1	24.3	55.4	37.1	52.0	19.3	2.1	0.1
製造業	849	51.0	51.4	31.0	59.2	31.8	47.3	11.8	1.6	0.0
飲食料品	173	77.5	50.3	8.1	39.3	24.3	40.5	13.3	1.7	0.0
繊維・織物/アパレル	56	75.0	32.1	28.6	37.5	30.4	33.9	16.1	1.8	0.0
木材・木製品/家具/建材/紙・パルプ	17	41.2	70.6	35.3	70.6	35.3	35.3	11.8	0.0	0.0
化学	43	44.2	62.8	25.6	60.5	37.2	48.8	18.6	2.3	0.0
医薬品・化粧品	36	77.8	13.9	19.4	36.1	41.7	38.9	11.1	0.0	0.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	40	62.5	42.5	30.0	60.0	40.0	50.0	12.5	2.5	0.0
窯業・土石	17	47.1	41.2	70.6	52.9	11.8	52.9	23.5	5.9	0.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	90	35.6	65.6	47.8	74.4	34.4	48.9	11.1	0.0	0.0
一般機械	93	29.0	61.3	37.6	76.3	31.2	54.8	6.5	2.2	0.0
電気機械	56	39.3	51.8	23.2	91.1	41.1	64.3	7.1	0.0	0.0
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	41	31.7	58.5	14.6	78.0	39.0	56.1	14.6	4.9	0.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器	54	22.2	72.2	51.9	75.9	33.3	48.1	14.8	1.9	0.0
精密機器	37	37.8	56.8	56.8	73.0	32.4	59.5	8.1	0.0	0.0
その他の製造業	96	52.1	35.4	40.6	42.7	28.1	42.7	8.3	2.1	0.0
非製造業	708	60.6	35.5	16.4	50.8	43.4	57.6	28.4	2.5	0.1
商社・卸売	288	74.3	31.9	25.0	46.9	30.2	41.7	22.9	1.7	0.3
小売	54	85.2	27.8	13.0	53.7	51.9	53.7	22.2	0.0	0.0
建設	45	17.8	57.8	17.8	71.1	40.0	66.7	4.4	6.7	0.0
運輸	36	66.7	55.6	5.6	52.8	47.2	55.6	13.9	8.3	0.0
金融・保険	51	56.9	23.5	0.0	31.4	52.9	70.6	98.0	0.0	0.0
通信・情報・ソフトウェア	81	46.9	32.1	7.4	66.7	65.4	86.4	39.5	3.7	0.0
専門サービス	46	32.6	28.3	13.0	45.7	52.2	69.6	21.7	2.2	0.0
その他の非製造業	107	51.4	43.9	14.0	50.5	49.5	66.4	22.4	2.8	0.0

〔注〕①母数は、「影響が大きいデジタル技術がある」と回答した企業。②網掛けは各業種で最高比率の項目。

## 2. デジタル技術活用のメリット

最も影響が大きいデジタル技術についてその活用メリットを尋ねたところ、ECは「マーケティングの強化・販売先の拡大」、IoTは「製品・サービスの品質が安定・向上」、ロボットとAIは「賃金上昇や労働力不足に対処できる」、3Dプリンターは「開発・生産工程や業務の効率化・最適化（期間短縮・コスト削減等）が可能」、ビッグデータとフィンテックは「新しい製品・サービス・ビジネスモデルを創出できる」が最大のメリットとなり、技術によって異なるメリットが認識されている。大企業・中小企業に分けてみてもほぼ同様の傾向となる。

図表VI-7 デジタル技術活用のメリット（全体、最も影響が大きい技術別）



〔注〕①母数は当該技術を最も影響が大きい技術だと回答した企業。②選択肢の正式名称は図表VI-8参照。

最も影響が大きい技術の活用メリット第1位は、ECやロボット、3Dプリンター、フィンテックについては製造業と非製造業に違いが見られない。一方、IoTの活用メリット第1位は製造業が「製品・サービスの品質が安定・向上」であるのに対し、非製造業が「新しい製品・サービス・ビジネスモデルを創出できる」となる。同様に、ビッグデータでは製造業が「マーケティングの強化・販売先の拡大」、非製造業が「新しい製品・サービス・ビジネスモデルを創出できる」、人工知能(AI)では製造業が「開発・生産工程や業務の効率化・最適化（期間短縮・コスト削減等）が可能」、非製造業が「賃金上昇や労働力不足に対処できる」となる。

図表VI-8 デジタル技術活用のメリット（最も影響が大きい技術×企業規模別）

最も影響の大きい技術	企業規模	社数	(複数回答、%)											
			賃金上昇や労働力不足に 対処できる	熟練技術の「見える化」 ・継承が可能	製品・サービスの品質が 安定・向上	マーケティングの強化 ・販売先の拡大	効率化・最適化（期間短縮、 コスト削減等）が可能	開発・生産工程や業務の 縮小	個々の顧客ニーズに応じた 製品・サービスの提供が実現	ビジネスへの参入障壁が 低下する	新しい製品・サービス ・ビジネスモデルを 創出できる	デジタル技術活用の メリットは低い	メリットについて よく分からない	その他
電子商取引 (EC)	大企業	78	25.6	2.6	11.5	69.2	19.2	52.6	17.9	41.0	0.0	2.6	2.6	1.3
	中小企業	422	23.7	7.6	22.7	67.5	20.4	37.0	27.5	31.0	0.7	2.4	1.7	1.7
ロボット	大企業	38	68.4	26.3	57.9	23.7	63.2	34.2	7.9	50.0	0.0	0.0	2.6	0.0
	中小企業	189	72.0	28.0	64.6	15.9	49.2	12.7	3.2	20.1	0.5	0.0	1.1	2.6
3Dプリンター	大企業	8	37.5	25.0	50.0	37.5	87.5	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	中小企業	72	12.5	15.3	30.6	22.2	69.4	36.1	8.3	43.1	0.0	2.8	0.0	1.4
IoT(モノのインターネット)	大企業	109	27.5	32.1	65.1	39.4	54.1	52.3	6.4	54.1	0.0	0.0	0.0	0.9
	中小企業	207	28.0	35.7	50.2	33.3	46.4	36.7	2.9	45.4	0.0	0.0	1.4	0.5
ビッグデータ	大企業	23	17.4	30.4	47.8	56.5	47.8	60.9	8.7	73.9	0.0	0.0	0.0	0.0
	中小企業	48	16.7	12.5	33.3	60.4	29.2	56.3	4.2	54.2	0.0	0.0	0.0	0.0
人工知能(AI)	大企業	58	56.9	31.0	51.7	27.6	44.8	39.7	5.2	46.6	0.0	0.0	1.7	0.0
	中小企業	159	48.4	33.3	45.3	29.6	39.0	31.4	8.8	40.3	1.3	0.6	1.3	1.3
フィンテック	大企業	50	22.0	4.0	52.0	38.0	24.0	56.0	14.0	74.0	0.0	0.0	2.0	0.0
	中小企業	25	16.0	12.0	32.0	36.0	24.0	16.0	28.0	44.0	0.0	0.0	8.0	8.0

〔注〕母数は当該技術を最も影響が大きい技術だと回答した企業。②網掛けは各企業規模で最高比率の項目。

図表VI-9 デジタル技術活用のメリット（最も影響が大きい技術×産業別）

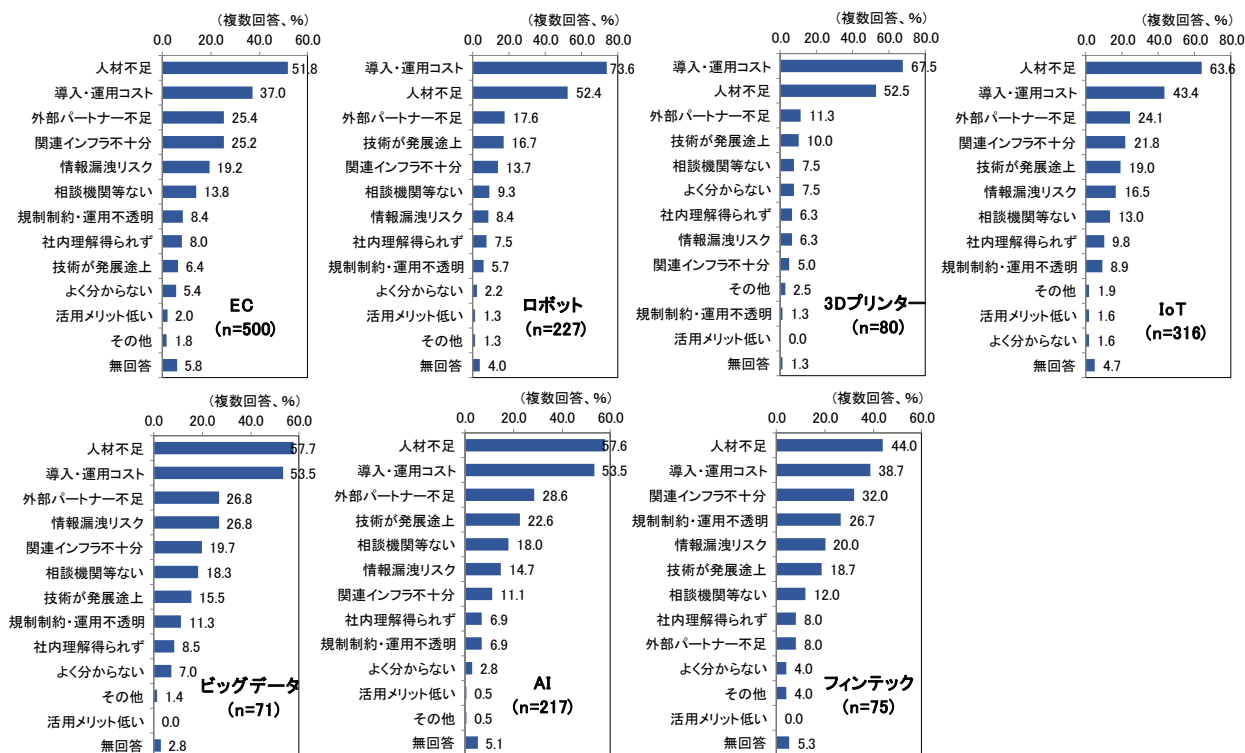
最も影響の大きい技術	産業	社数	(複数回答、%)											
			賃金上昇や労働力不足に 対処できる	熟練技術の「見える化」 ・継承が可能	製品・サービスの品質が 安定・向上	マーケティングの強化 ・販売先の拡大	効率化・最適化（期間短縮、 コスト削減等）が可能	開発・生産工程や業務の 縮小	個々の顧客ニーズに応じた 製品・サービスの提供が実現	ビジネスへの参入障壁が 低下する	新しい製品・サービス ・ビジネスモデルを 創出できる	デジタル技術活用の メリットは低い	メリットについて よく分からない	その他
電子商取引 (EC)	製造業	257	23.0	7.4	22.2	68.9	22.2	39.3	26.8	31.1	0.8	3.1	1.9	1.2
	非製造業	243	25.1	6.2	19.8	66.7	18.1	39.5	25.1	34.2	0.4	1.6	1.6	2.1
ロボット	製造業	159	72.3	32.7	69.2	17.0	53.5	15.7	3.1	25.2	0.6	0.0	0.6	1.9
	非製造業	68	69.1	16.2	50.0	17.6	47.1	17.6	5.9	25.0	0.0	0.0	2.9	2.9
3Dプリンター	製造業	59	18.6	20.3	33.9	22.0	71.2	32.2	8.5	44.1	0.0	1.7	0.0	1.7
	非製造業	21	4.8	4.8	28.6	28.6	71.4	52.4	4.8	42.9	0.0	4.8	0.0	0.0
IoT(モノのインターネット)	製造業	214	28.5	39.3	61.7	35.5	50.9	41.1	4.2	47.7	0.0	0.0	0.5	0.5
	非製造業	102	26.5	24.5	42.2	35.3	45.1	44.1	3.9	50.0	0.0	0.0	2.0	1.0
ビッグデータ	製造業	29	13.8	24.1	37.9	58.6	41.4	51.7	6.9	51.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	非製造業	42	19.0	14.3	38.1	59.5	31.0	61.9	4.8	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
人工知能(AI)	製造業	85	50.6	47.1	48.2	24.7	52.9	28.2	8.2	29.4	0.0	0.0	0.0	1.2
	非製造業	132	50.8	23.5	46.2	31.8	32.6	37.1	7.6	50.0	1.5	0.8	2.3	0.8
フィンテック	製造業	8	12.5	0.0	12.5	25.0	25.0	12.5	37.5	50.0	0.0	0.0	0.0	12.5
	非製造業	67	20.9	7.5	49.3	38.8	23.9	46.3	16.4	65.7	0.0	0.0	4.5	1.5

〔注〕母数は、当該技術を最も影響が大きい技術だと回答した企業。②網掛けは各産業で最高比率の項目。

### 3. デジタル技術活用の課題

最も影響が大きいデジタル技術についてその活用課題を尋ねたところ、全ての技術において「デジタル技術を扱える技術者等人材が不足（人材不足）」および「導入や運用のコストが高い（導入・運用コスト）」の2つが他の課題を圧倒した。「適切な外部パートナーが不足」もフィンテック以外の技術で第3の課題となった。企業規模別でも、同様の傾向となった。製造業、非製造業の別でも、「人材不足」および「導入・運用コスト」が二大課題であることに変わりはない。

図表VI-10 デジタル技術活用の課題（全体、最も影響が大きい技術別）



〔注〕 ①母数は当該技術を最も影響が大きい技術だと回答した企業。②選択肢の正式名称は図表VI-11 参照。



図表VI-11 デジタル技術活用の課題（最も影響が大きい技術別×企業規模別）

(複数回答、%)

最も影響の大きい技術	企業規模	社数	導入や運用のコストが高い	活用について社内の理解が得られない	デジタル技術を扱える技術者等人材が不足	適切な外部パートナーが不足	デジタル技術の活用方法について相談できる機関等がない	関連インフラ（通信環境、物流網、決済システムなど）が不十分	規制の制約がある（データ関連規制など）・運用が不透明	情報漏洩のリスクがある	技術が発展途上または複数の規格があり、どの技術を活用すべきか不明	デジタル技術活用のメリットが低い・活用の必要性を感じていない	課題についてよく分からない	その他	無回答
電子商取引 (EC)	大企業	78	39.7	12.8	44.9	21.8	7.7	37.2	11.5	19.2	9.0	1.3	3.8	2.6	2.6
	中小企業	422	36.5	7.1	53.1	26.1	14.9	23.0	7.8	19.2	5.9	2.1	5.7	1.7	6.4
ロボット	大企業	38	73.7	15.8	42.1	23.7	7.9	23.7	13.2	13.2	28.9	0.0	5.3	2.6	2.6
	中小企業	189	73.5	5.8	54.5	16.4	9.5	11.6	4.2	7.4	14.3	1.6	1.6	1.1	4.2
3Dプリンター	大企業	8	50.0	12.5	37.5	25.0	12.5	25.0	0.0	25.0	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0
	中小企業	72	69.4	5.6	54.2	9.7	6.9	2.8	1.4	4.2	9.7	0.0	8.3	1.4	1.4
IoT(モノのインターネット)	大企業	109	37.6	11.0	67.0	26.6	9.2	26.6	11.0	15.6	23.9	0.9	2.8	0.9	2.8
	中小企業	207	46.4	9.2	61.8	22.7	15.0	19.3	7.7	16.9	16.4	1.9	1.0	2.4	5.8
ビッグデータ	大企業	23	47.8	8.7	60.9	21.7	8.7	26.1	13.0	26.1	13.0	0.0	13.0	0.0	8.7
	中小企業	48	56.3	8.3	56.3	29.2	22.9	16.7	10.4	27.1	16.7	0.0	4.2	2.1	0.0
人工知能(AI)	大企業	58	50.0	10.3	70.7	27.6	13.8	15.5	10.3	15.5	25.9	0.0	3.4	0.0	1.7
	中小企業	159	54.7	5.7	52.8	28.9	19.5	9.4	5.7	14.5	21.4	0.6	2.5	0.6	6.3
フィンテック	大企業	50	48.0	8.0	46.0	8.0	8.0	38.0	28.0	20.0	20.0	0.0	4.0	4.0	6.0
	中小企業	25	20.0	8.0	40.0	8.0	20.0	20.0	24.0	20.0	16.0	0.0	4.0	4.0	4.0

〔注〕母数は当該技術を最も影響が大きい技術だと回答した企業。②網掛けは各企業規模で最高比率の項目。

図表VI-12 デジタル技術活用の課題（最も影響が大きい技術×産業別）

(複数回答、%)

最も影響の大きい技術	産業	社数	導入や運用のコストが高い	活用について社内の理解が得られない	デジタル技術を扱える技術者等人材が不足	適切な外部パートナーが不足	デジタル技術の活用方法について相談できる機関等がない	関連インフラ（通信環境、物流網、決済システムなど）が不十分	規制の制約がある（データ関連規制など）・運用が不透明	情報漏洩のリスクがある	技術が発展途上または複数の規格があり、どの技術を活用すべきか不明	デジタル技術活用のメリットが低い・活用の必要性を感じていない	課題についてよく分からない	その他	無回答
電子商取引 (EC)	製造業	257	34.2	8.9	52.1	25.3	13.2	20.6	7.0	22.2	5.1	1.6	5.8	1.6	5.4
	非製造業	243	39.9	7.0	51.4	25.5	14.4	30.0	9.9	16.0	7.8	2.5	4.9	2.1	6.2
ロボット	製造業	159	73.6	5.7	56.6	20.1	8.8	16.4	5.0	8.2	13.2	0.6	1.9	0.6	4.4
	非製造業	68	73.5	11.8	42.6	11.8	10.3	7.4	7.4	8.8	25.0	2.9	2.9	2.9	2.9
3Dプリンター	製造業	59	67.8	6.8	55.9	10.2	6.8	5.1	0.0	3.4	8.5	0.0	5.1	3.4	1.7
	非製造業	21	66.7	4.8	42.9	14.3	9.5	4.8	4.8	14.3	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0
IoT(モノのインターネット)	製造業	214	46.3	11.2	64.5	22.0	12.1	19.6	8.9	15.0	21.0	1.9	1.4	1.4	5.6
	非製造業	102	37.3	6.9	61.8	28.4	14.7	26.5	8.8	19.6	14.7	1.0	2.0	2.9	2.9
ビッグデータ	製造業	29	62.1	10.3	58.6	27.6	17.2	34.5	17.2	27.6	13.8	0.0	10.3	0.0	0.0
	非製造業	42	47.6	7.1	57.1	26.2	19.0	9.5	7.1	26.2	16.7	0.0	4.8	2.4	4.8
人工知能(AI)	製造業	85	55.3	8.2	60.0	27.1	18.8	7.1	14.1	14.1	18.8	0.0	2.4	0.0	5.9
	非製造業	132	52.3	6.1	56.1	29.5	17.4	13.6	2.3	15.2	25.0	0.8	3.0	0.8	4.5
フィンテック	製造業	8	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	25.0	25.0	25.0	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0
	非製造業	67	43.3	9.0	43.3	9.0	7.5	32.8	26.9	19.4	19.4	0.0	3.0	4.5	6.0

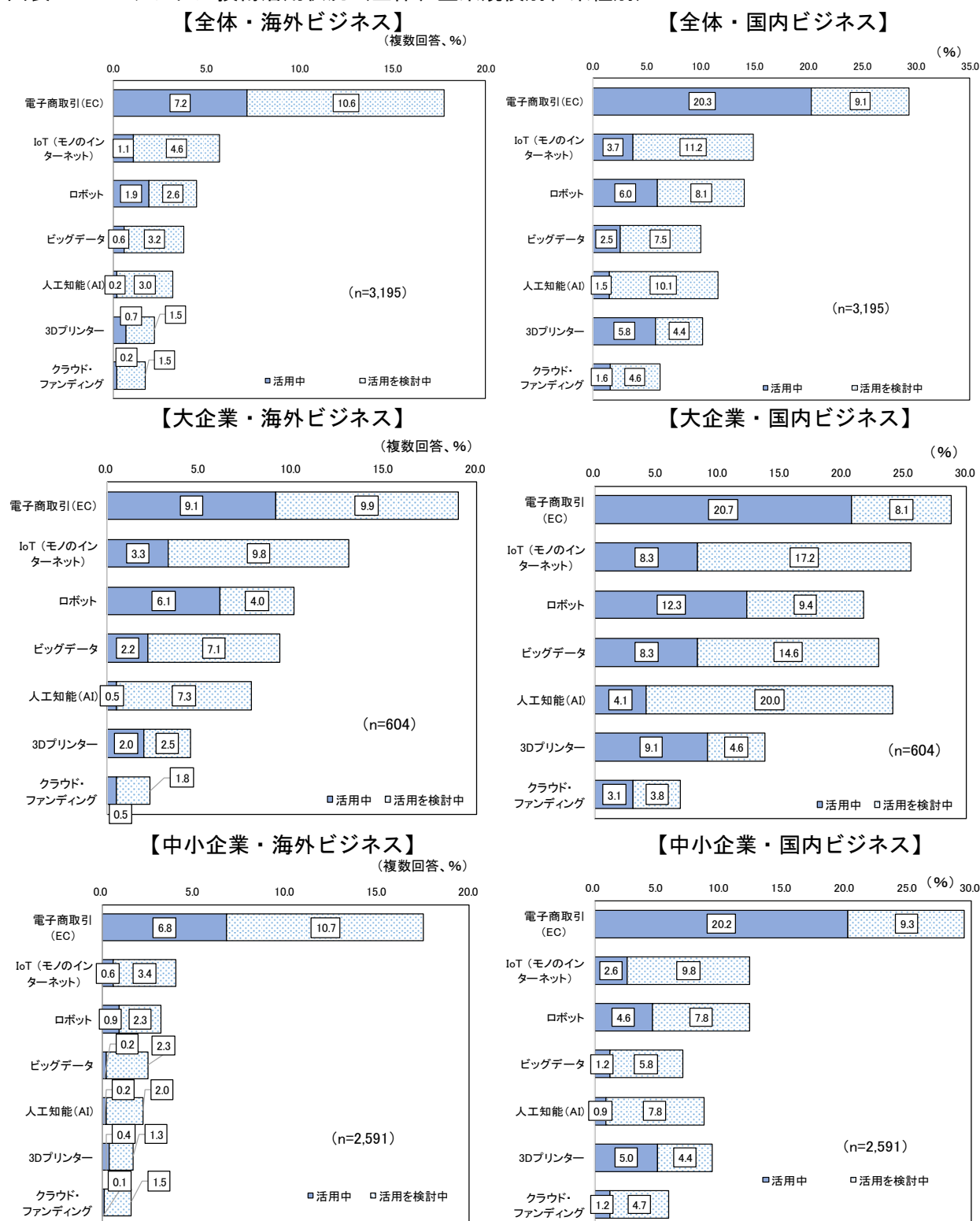
〔注〕①母数は、当該技術を最も影響が大きい技術だと回答した企業。②網掛けは各産業で最高比率の項目。

#### 4. デジタル技術活用状況

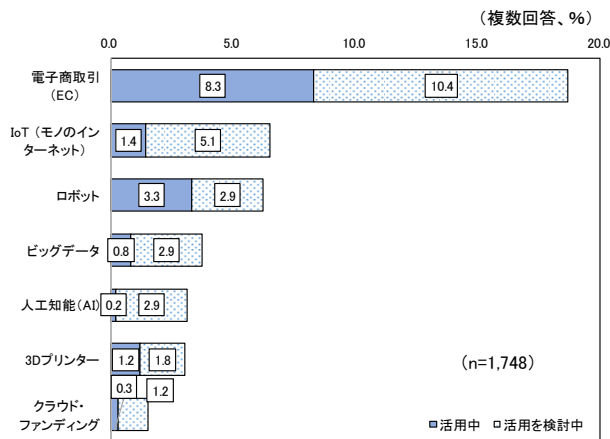
海外ビジネス（注①）においてデジタル技術を「活用中」または「活用を検討中」と回答した企業の比率をみると、「電子商取引（EC）」が最多（17.8%）で、次いで、IoT（5.7%）、ロボット（4.5%）と続いた。企業規模別にみると、特にIoT、ロボット、AI、ビッグデータでは、大企業と中小企業で同比率に5%ポイント以上の差が開いた。

同比率を海外ビジネスと国内ビジネスで比較すると、いずれの技術も国内ビジネスの比率が上回った。特に大企業では、AI とクラウド・ファンディングを除く5つの技術の回答比率が20%を超えた。

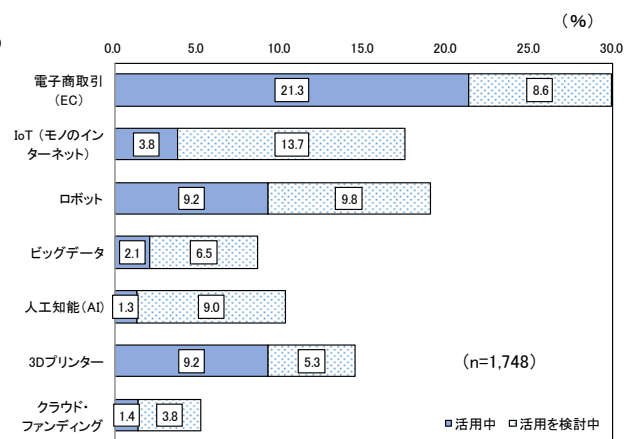
図表VI-13 デジタル技術活用状況（全体、企業規模別、業種別）



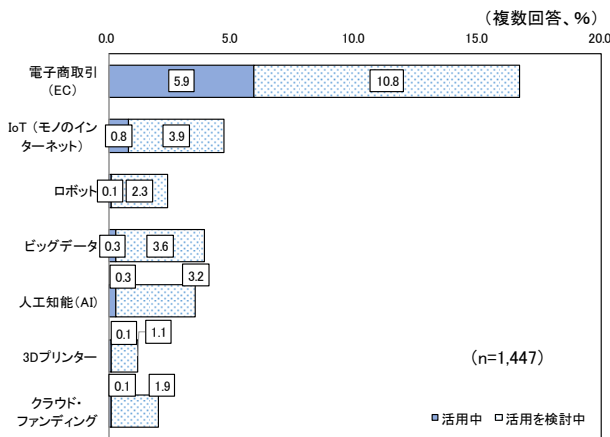
### 【製造業・海外ビジネス】



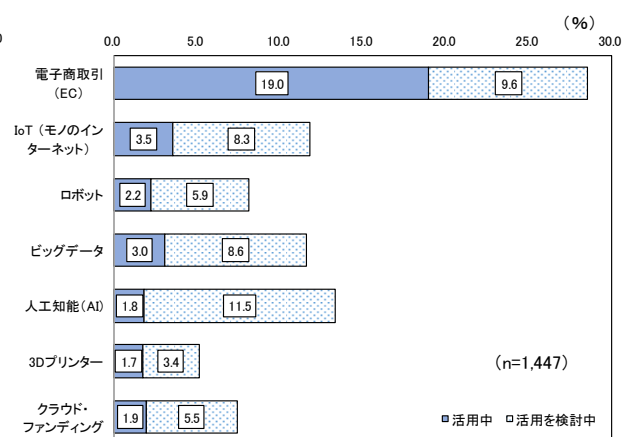
### 【製造業・国内ビジネス】



### 【非製造業・海外ビジネス】



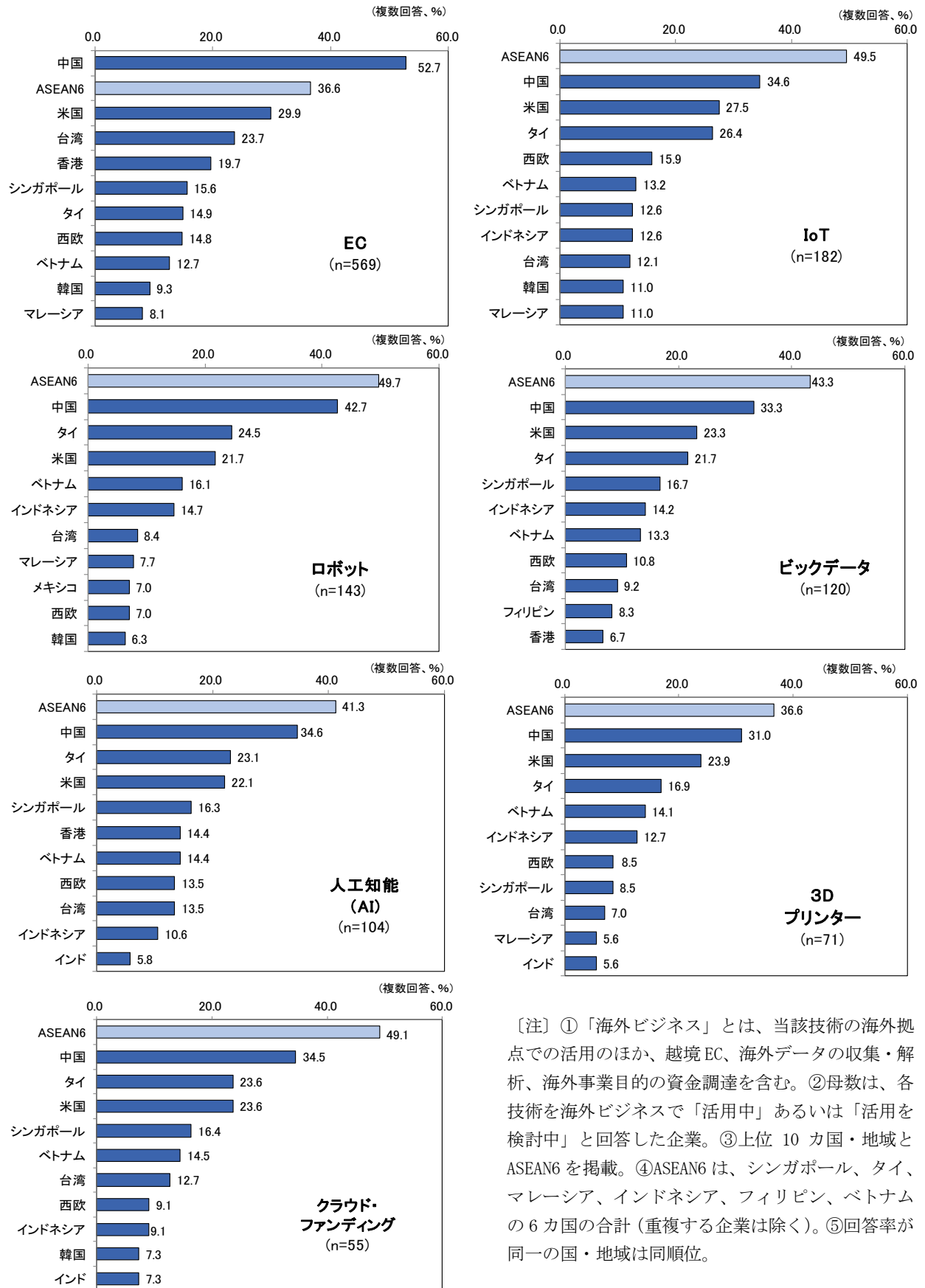
### 【非製造業・国内ビジネス】



[注] ①「海外ビジネス」とは、当該技術の海外拠点での活用のほか、越境EC、海外データの収集・解析、海外事業目的の資金調達を含む。②母数は、本調査の回答企業総数。このため、「活用中」、「活用を検討中」以外の企業には、本設問への無回答企業も含まれる。③海外ビジネスで「活用中」、「活用を検討中」の両方を回答した企業は「活用中」に分類している。④フィンテックは多岐にわたるため、本設問ではフィンテックの一例としてクラウド・ファンディングについて尋ねた。

海外ビジネスにおけるデジタル技術の活用対象国・地域をみると、電子商取引（EC）では中国を挙げる企業が最多となった一方、他の技術では ASEAN6 が最多となった。国別では、中国が全ての技術で首位となった。

図表VI-14 海外ビジネスにおけるデジタル技術の活用対象国・地域（全体）



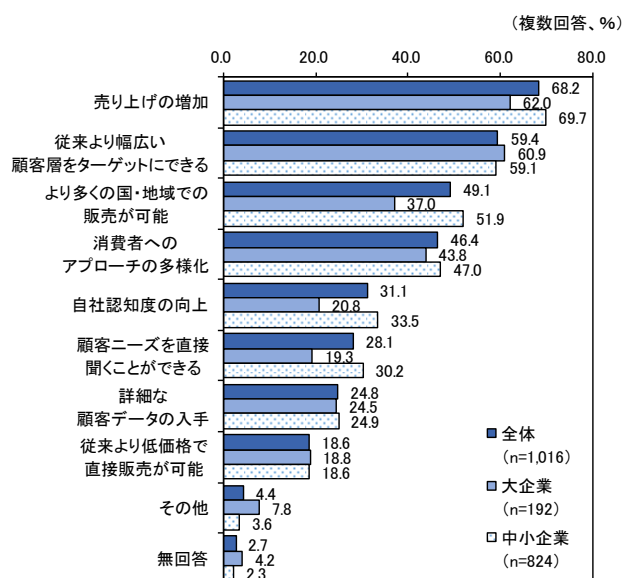
〔注〕①「海外ビジネス」とは、当該技術の海外拠点での活用のほか、越境EC、海外データの収集・解析、海外事業目的の資金調達を含む。②母数は、各技術を海外ビジネスで「活用中」あるいは「活用を検討中」と回答した企業。③上位10カ国・地域とASEAN6を掲載。④ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。⑤回答率が同一の国・地域は同順位。

## 5. EC を利用した販売のメリット

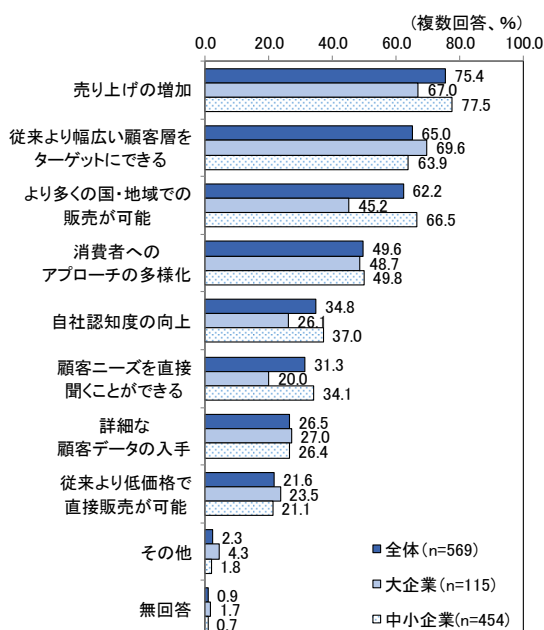
電子商取引（EC）を国内ビジネスまたは海外ビジネスにおいて「活用中」あるいは「活用を検討中」と回答した1,016社において、ECを利用した販売のメリットについて尋ねたところ、「売り上げの増加」（68.2%）、「従来より幅広い顧客層をターゲットにできる」（59.4%）が高い割合を占めた。海外ビジネスでECを「活用中」あるいは「活用を検討中」と回答した企業に限定すると、75.4%の企業が「売り上げの増加」をメリットに挙げる。各項目を企業規模別にみると、「売り上げの増加」を含む5項目で中小企業の回答比率が大企業を上回った。

図表VI-15 ECを利用した販売のメリット（全体、企業規模別）

【全体】



【海外ビジネスでECを「活用中」あるいは「活用を検討中」】



[注] 「全体」の母数は、海外ビジネスあるいは国内ビジネスで電子商取引（EC）を「活用中」または「活用を検討中」と回答した企業。「海外ビジネス」の母数は、海外ビジネスで電子商取引（EC）を「活用中」または「活用を検討中」と回答した企業。

図表VI-16 ECを利用した販売のメリット（全体、業種別）

【全体】

(複数回答、%)

	社数	売り上げの増加	従来より幅広い顧客層をターゲットにできる	より多くの国・地域での販売が可能	消費者へのアプローチの多様化	自社認知度の向上	顧客ニーズを直接聞くことができる	詳細な顧客データの入手	従来より低価格で直接販売が可能	その他	無回答
全体	1,016	68.2	59.4	49.1	46.4	31.1	28.1	24.8	18.6	4.4	2.7
製造業	557	70.9	59.4	48.5	46.5	32.3	30.2	25.3	19.4	3.8	2.9
飲食料品	158	79.7	62.7	49.4	51.9	38.0	35.4	26.6	19.6	2.5	1.9
繊維・織物／アパレル	50	82.0	68.0	58.0	54.0	38.0	42.0	30.0	20.0	2.0	4.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	13	61.5	92.3	46.2	38.5	23.1	23.1	15.4	15.4	-	-
化学	23	69.6	65.2	47.8	47.8	13.0	30.4	17.4	30.4	4.3	4.3
医療品・化粧品	35	91.4	68.6	71.4	65.7	48.6	20.0	25.7	11.4	-	2.9
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	34	79.4	64.7	58.8	38.2	29.4	17.6	11.8	26.5	5.9	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	47	68.1	51.1	44.7	44.7	31.9	34.0	23.4	23.4	6.4	4.3
一般機械	21	57.1	42.9	33.3	28.6	19.0	23.8	19.0	47.6	4.8	14.3
電気機械	27	55.6	55.6	44.4	37.0	14.8	11.1	22.2	14.8	-	-
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	24	37.5	37.5	29.2	29.2	16.7	12.5	20.8	12.5	12.5	12.5
自動車／自動車部品／その他輸送機器	26	46.2	46.2	53.8	30.8	15.4	23.1	34.6	23.1	7.7	-
精密機器	21	57.1	61.9	38.1	23.8	23.8	28.6	52.4	28.6	-	-
その他の製造業	70	68.6	55.7	38.6	51.4	42.9	38.6	24.3	7.1	5.7	1.4
非製造業	459	64.9	59.5	49.9	46.2	29.6	25.7	24.2	17.6	5.2	2.4
商社・卸売	255	66.3	61.6	49.4	45.1	28.2	27.1	20.4	12.2	4.3	1.6
小売	65	75.4	66.2	64.6	56.9	38.5	23.1	29.2	24.6	3.1	-
建設	15	13.3	33.3	26.7	13.3	6.7	-	-	13.3	40.0	-
運輸	13	61.5	30.8	46.2	23.1	15.4	23.1	23.1	23.1	-	7.7
通信・情報・ソフトウェア	43	65.1	58.1	53.5	37.2	25.6	30.2	32.6	30.2	4.7	7.0
専門サービス	12	66.7	66.7	41.7	58.3	41.7	33.3	50.0	33.3	-	-
その他の非製造業	49	61.2	57.1	44.9	57.1	36.7	28.6	28.6	22.4	4.1	4.1

【海外ビジネスでECを「活用中」あるいは「活用を検討中」】

(複数回答、%)

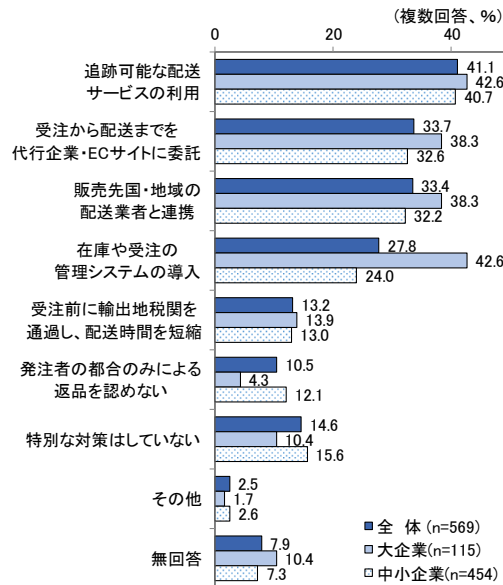
	社数	売り上げの増加	従来より幅広い顧客層をターゲットにできる	より多くの国・地域での販売が可能	消費者へのアプローチの多様化	自社認知度の向上	顧客ニーズを直接聞くことができる	詳細な顧客データの入手	従来より低価格で直接販売が可能	その他	無回答
全体	569	75.4	65.0	62.2	49.6	34.8	31.3	26.5	21.6	2.3	0.9
製造業	327	78.6	64.5	61.2	48.6	33.6	32.1	26.9	21.7	2.8	0.6
飲食料品	76	85.5	67.1	64.5	51.3	39.5	36.8	26.3	21.1	2.6	-
繊維・織物／アパレル	33	87.9	72.7	63.6	60.6	45.5	42.4	24.2	18.2	-	3.0
化学	10	80.0	80.0	70.0	70.0	20.0	50.0	40.0	40.0	-	-
医療品・化粧品	29	96.6	75.9	72.4	69.0	51.7	24.1	27.6	10.3	-	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	25	92.0	68.0	68.0	40.0	24.0	16.0	12.0	28.0	4.0	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	26	80.8	53.8	57.7	50.0	38.5	34.6	26.9	26.9	3.8	-
一般機械	14	64.3	50.0	28.6	28.6	21.4	28.6	21.4	50.0	7.1	7.1
電気機械	16	56.3	62.5	50.0	31.3	12.5	18.8	31.3	25.0	-	-
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	11	72.7	54.5	45.5	27.3	18.2	18.2	36.4	18.2	9.1	-
自動車／自動車部品／その他輸送機器	23	43.5	47.8	60.9	34.8	17.4	26.1	34.8	26.1	4.3	-
精密機器	11	81.8	63.6	45.5	18.2	27.3	27.3	63.6	27.3	-	-
その他の製造業	41	70.7	63.4	58.5	58.5	36.6	41.5	19.5	9.8	4.9	-
非製造業	242	71.1	65.7	63.6	50.8	36.4	30.2	26.0	21.5	1.7	1.2
商社・卸売	136	71.3	66.9	61.8	51.5	35.3	31.6	22.8	14.7	2.2	1.5
小売	42	73.8	69.0	76.2	52.4	40.5	26.2	26.2	26.2	2.4	-
運輸	11	72.7	36.4	54.5	27.3	18.2	18.2	27.3	27.3	-	-
通信・情報・ソフトウェア	20	85.0	75.0	75.0	40.0	25.0	35.0	30.0	40.0	-	-
その他の非製造業	20	60.0	65.0	50.0	70.0	55.0	35.0	30.0	30.0	-	-

〔注〕①「全体」の母数は、海外ビジネスあるいは国内ビジネスで電子商取引（EC）を「活用中」または「活用を検討中」と回答した企業。「海外ビジネス」の母数は、海外ビジネスで電子商取引（EC）を「活用中」または「活用を検討中」と回答した企業。②網掛けは、回答率が60%以上の項目。③社数が10社以上の業種のみ掲載。

## 6. 海外向け EC 販売の課題解決策

海外向けの EC 販売（注①）における物流課題の解決策を尋ねたところ、「追跡可能な配送サービスの利用」が 41.1% で最多となった。企業規模別にみると、多くの項目で大企業の回答比率が中小企業を上回った。特に、「在庫や受注の管理システムの導入」に関して大企業の回答が 42.6% と比較的多かったのに対し、中小企業の回答は 24.0% と差が見られた。同回答を業種別にみると、「自動車／自動車部品／その他輸送機器」（65.2%）、「精密機械」（63.6%）に関わる企業の回答率が 6 割を超えた。

図表 VI-17 海外向け EC 販売の物流課題解決策（全体、企業規模別）



〔注〕①「海外向けの EC 販売」とは、越境 EC のほか、海外拠点での EC 販売を含む。②母数は、海外ビジネスで電子商取引 (EC) を「活用中」あるいは「活用を検討中」と回答した企業。

図表 VI-18 海外向け EC 販売の物流課題解決策（全体、業種別）

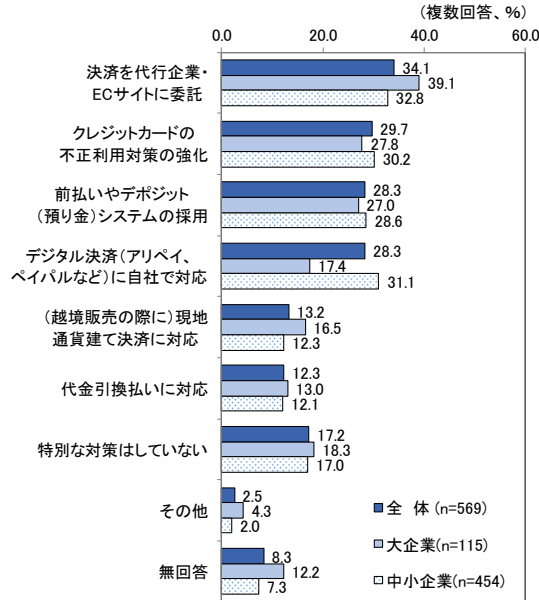
	社数	(複数回答、%)								
		追跡可能な配送サービスの利用	受注から配送までを代行企業・ECサイトに委託	販売先国・地域の配送業者と連携	在庫や受注の管理システムの導入	受注前に輸出地税関を通過し、配送時間を短縮	発注者の都合のみによる返品を認めない	特別な対策はしていない	その他	無回答
全体	569	41.1	33.7	33.4	27.8	13.2	10.5	14.6	2.5	7.9
製造業	327	43.7	39.4	33.3	27.8	13.1	10.7	13.8	1.8	5.2
- 飲食料	76	48.7	55.3	43.4	30.3	22.4	18.4	10.5	3.9	1.3
- 繊維・織物／アパレル	33	39.4	30.3	24.2	15.2	12.1	3.0	15.2	6.1	9.1
- 化学	10	30.0	70.0	40.0	60.0	20.0	50.0	10.0	-	-
- 医薬品・化粧品	29	34.5	44.8	37.9	17.2	10.3	13.8	17.2	-	6.9
- 鉄鋼／非鉄金属／金属製品	26	50.0	38.5	38.5	15.4	3.8	15.4	-	-	3.8
- 一般機械	14	42.9	14.3	35.7	14.3	14.3	-	28.6	-	7.1
- 電気機械	16	43.8	43.8	31.3	25.0	-	-	31.3	-	6.3
- 情報通信機械器具／電子部品・デバイス	11	45.5	18.2	18.2	18.2	9.1	9.1	27.3	-	-
- 自動車／自動車部品／その他輸送機器	23	47.8	39.1	43.5	65.2	13.0	-	8.7	-	-
- 精密機器	11	27.3	45.5	18.2	63.6	9.1	18.2	-	-	18.2
- その他の製造業	41	43.9	14.6	22.0	22.0	7.3	4.9	24.4	2.4	7.3
非製造業	242	37.6	26.0	33.5	27.7	13.2	10.3	15.7	3.3	11.6
- 商社・卸売	136	38.2	27.9	28.7	27.9	13.2	12.5	14.0	2.9	10.3
- 小売	42	42.9	31.0	50.0	33.3	16.7	9.5	16.7	2.4	7.1
- 運輸	11	63.6	27.3	63.6	45.5	36.4	9.1	9.1	9.1	-
- 通信・情報・ソフトウェア	20	35.0	10.0	35.0	20.0	5.0	-	10.0	10.0	20.0
- その他の非製造業	20	30.0	20.0	20.0	20.0	5.0	5.0	20.0	-	15.0

〔注〕①「海外向けの EC 販売」とは、越境 EC のほか、海外拠点での EC 販売を含む。②母数は、海外ビジネスで電子商取引 (EC) を「活用中」あるいは「活用を検討中」と回答した企業。③網掛けは、各業種で回答比率が最大の項目。④社数が 10 社以上の業種のみ掲載。

海外向けの EC 販売における決済課題の解決策を尋ねたところ、「決済を代行企業・EC サイトに委託」と回答した企業が全体の 34.1%と最多だった。企業規模別にみると、「デジタル決済（アリペイ、ペイパルなど）に自社で対応」と回答した大企業は 17.4%だった一方、中小企業は 31.1%で大企業の回答を 10 ポイント以上上回った。

業種別にみると、製造業では「決済を代行企業・EC サイトに委託」（37.6%）が最多だったのに対し、非製造業では「クレジットカードの不正利用対策の強化」（29.8%）、「デジタル決済に自社で対応」（29.8%）が最多となった。

図表 VI-19 海外向け EC 販売の決済課題解決策（全体、企業規模別）



[注] ①「海外向けの EC 販売」とは、越境 EC のほか、海外拠点での EC 販売を含む。②母数は、海外ビジネスで電子商取引 (EC) を「活用中」あるいは「活用を検討中」と回答した企業。

図表 VI-20 海外向け EC 販売の決済課題解決策（全体、業種別）

	社数	決済を代行企業・ECサイトに委託	クレジットカードの不正利用対策の強化	前払いやデビット(預り金)システムの採用	デジタル決済(アリペイ、ペイパルなど)に自社で対応	(越境販売の際に)現地通貨建て決済に対応	代金引換払いに対応	特別な対策はしていない	その他	無回答
全体	569	34.1	29.7	28.3	28.3	13.2	12.3	17.2	2.5	8.3
製造業	327	37.6	29.7	32.1	27.2	12.5	11.3	16.5	1.8	6.7
飲食料品	76	48.7	42.1	34.2	27.6	15.8	21.1	11.8	-	-
繊維・織物/アパレル	33	36.4	18.2	15.2	48.5	12.1	12.1	12.1	6.1	9.1
化学	10	70.0	30.0	50.0	30.0	30.0	20.0	10.0	-	-
医療品・化粧品	29	41.4	20.7	27.6	31.0	13.8	10.3	20.7	-	6.9
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	25	36.0	28.0	28.0	28.0	16.0	4.0	12.0	4.0	12.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	26	30.8	23.1	38.5	7.7	-	7.7	15.4	-	3.8
一般機械	14	14.3	7.1	42.9	14.3	7.1	7.1	28.6	7.1	7.1
電気機械	16	25.0	18.8	37.5	12.5	12.5	6.3	31.3	-	6.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	11	36.4	36.4	9.1	18.2	18.2	-	36.4	-	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	23	34.8	26.1	34.8	21.7	21.7	8.7	34.8	-	4.3
精密機器	11	18.2	27.3	45.5	9.1	-	-	9.1	-	36.4
その他の製造業	41	34.1	31.7	34.1	36.6	9.8	12.2	12.2	4.9	7.3
非製造業	242	29.3	29.8	23.1	29.8	14.0	13.6	18.2	3.3	10.3
商社・卸売	136	27.2	26.5	23.5	27.9	11.0	13.2	19.1	2.2	12.5
小売	42	38.1	33.3	28.6	35.7	11.9	16.7	9.5	2.4	9.5
運輸	11	18.2	27.3	18.2	27.3	36.4	18.2	36.4	9.1	9.1
通信・情報・ソフトウェア	20	25.0	45.0	25.0	40.0	30.0	15.0	5.0	10.0	-
その他の非製造業	20	40.0	30.0	15.0	30.0	10.0	5.0	20.0	-	5.0

[注] ①「海外向けの EC 販売」とは、越境 EC のほか、海外拠点での EC 販売を含む。②母数は、海外ビジネスで電子商取引 (EC) を「活用中」あるいは「活用を検討中」と回答した企業。③網掛けは、各業種で回答比率が最大の項目。④社数が 10 社以上の業種のみ掲載。



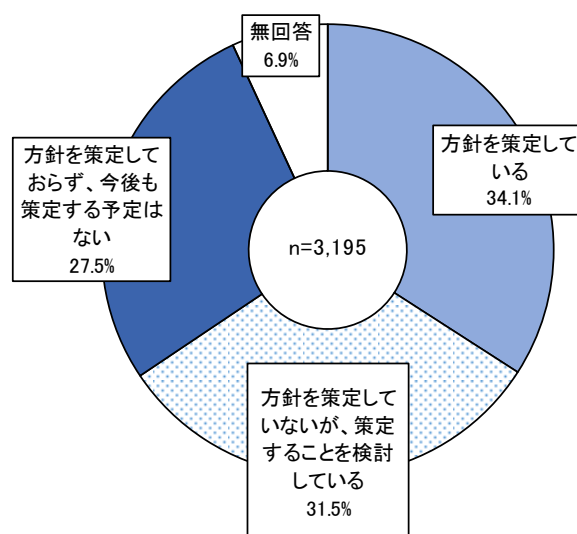
## VII. CSR、サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針

### 1. CSRに関する方針の有無

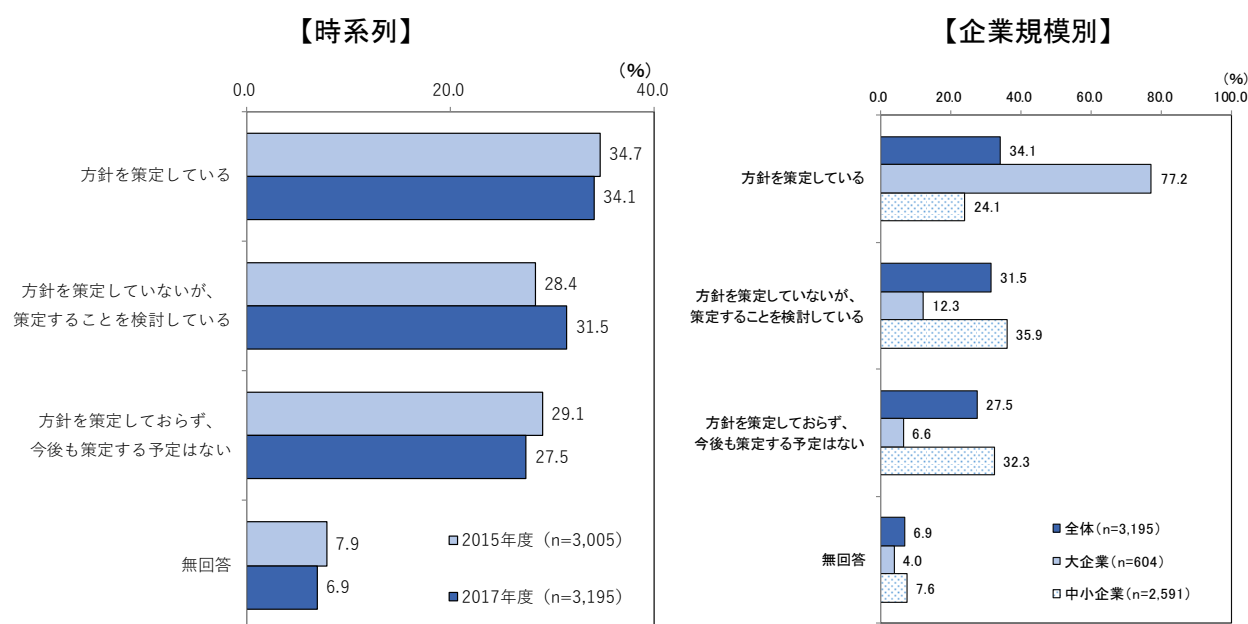
CSR（企業の社会的責任）に関する方針の策定について、「方針を策定している」企業は34.1%であった。「方針を策定していないが、策定することを検討している」企業（31.5%）を含めると、方針を策定または検討している企業は65.6%に上る。企業規模別に見ると、大企業は77.2%の企業が「方針を策定している」と回答。中小企業では同24.1%と企業規模による差が大きい。

業種別では、「方針を策定している」企業は金融・保険（69.4%）、自動車/自動車部品/その他輸送機器（59.2%）、情報通信機械器具/電子部品・デバイス（58.7%）などで高い。「方針を策定していないが、策定することを検討している」とする企業では、小売（40.7%）で同回答比率が高い。

図表VII-1 CSRに関する方針の有無（全体）



図表VII-2 CSRに関する方針の有無



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

図表VII-3 CSRに関する方針の有無（業種別）

(%)

	社数	方針を策定している	方針を策定していないが、策定することを検討している	方針を策定しておらず、今後も策定する予定はない	無回答
全体	3,195	34.1	31.5	27.5	6.9
製造業	1,748	35.3	32.9	25.3	6.5
飲食料品	446	26.5	36.1	26.7	10.8
繊維・織物/アパレル	105	21.0	32.4	39.0	7.6
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	57	28.1	31.6	29.8	10.5
化学	95	55.8	25.3	11.6	7.4
医薬品・化粧品	70	34.3	34.3	28.6	2.9
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	93	38.7	36.6	23.7	1.1
窯業・土石	35	28.6	31.4	28.6	11.4
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	176	35.8	36.4	23.3	4.5
一般機械	158	34.2	35.4	25.9	4.4
電気機械	89	44.9	28.1	25.8	1.1
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	63	58.7	28.6	11.1	1.6
自動車/自動車部品/その他輸送機器	98	59.2	21.4	14.3	5.1
精密機器	61	37.7	29.5	26.2	6.6
その他の製造業	202	31.2	33.2	30.2	5.4
非製造業	1,447	32.7	29.7	30.1	7.5
商社・卸売	681	27.3	29.5	35.7	7.5
小売	123	25.2	40.7	24.4	9.8
建設	110	51.8	22.7	19.1	6.4
運輸	76	47.4	31.6	17.1	3.9
金融・保険	72	69.4	5.6	12.5	12.5
通信・情報・ソフトウェア	97	27.8	38.1	28.9	5.2
専門サービス	81	27.2	25.9	38.3	8.6
その他の非製造業	207	30.9	32.9	29.0	7.2

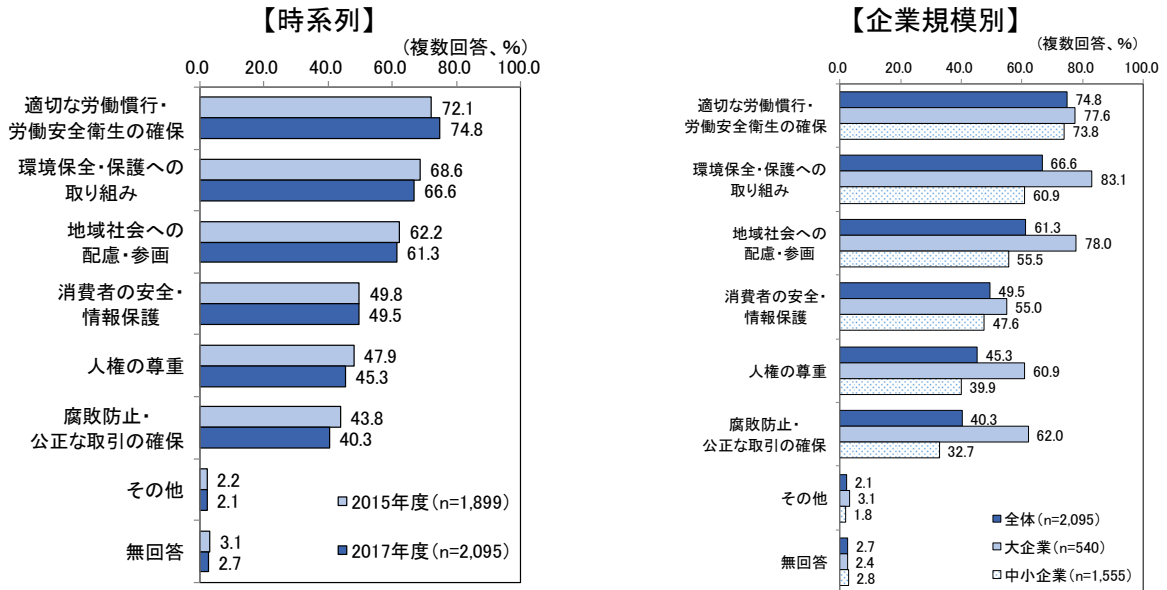
[注] ①母数は、本調査の回答企業総数。②網掛けは回答率40%以上の項目。

## 2. CSR方針に明示されている事項

方針を策定している（または策定を検討している）企業に、CSR方針として明示されている事項について尋ねたところ、「適切な労働慣行・労働安全衛生の確保」（74.8%）が最も多く、「環境保全・保護への取り組み」（66.6%）、「地域社会への配慮・参画」（61.3%）が続く。いずれの項目も、前回調査（2015年度）から大きな変化は見られなかった。

業種別では「環境保全・保護への取り組み」では、自動車／自動車部品／その他輸送機器（93.7%）、化学（87.0%）、建設（78.0%）が高く、「地域社会への配慮・参画」では金融・保険（85.2%）、「消費者の安全・情報保護」では医療品・化粧品（79.2%）の回答率が最大となるなど、業種別に違いが見られた。

図表VII-4 CSR方針に明示されている事項



[注] 母数は、「CSRに関する方針を策定している」あるいは「策定を検討している」と回答した企業。

図表VII-5 CSR方針に明示されている事項（業種別）

	社数	生行適の確保 労働安全衛生	人権の尊重	環境保全 への取り組み	地域社会への 参画	消費者の安全・ 情報保護	腐敗防止 の確保・公正	その他	無回答
全体	2,095	74.8	45.3	66.6	61.3	49.5	40.3	2.1	2.7
製造業	1,192	78.4	46.6	70.6	62.0	52.0	38.8	1.4	2.5
飲食料品	279	77.4	43.4	62.0	67.0	70.3	32.6	0.7	1.8
繊維・織物／アパレル	56	71.4	39.3	53.6	46.4	50.0	28.6	3.6	1.8
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	34	76.5	47.1	70.6	58.8	41.2	38.2	-	5.9
化学	77	83.1	54.5	87.0	72.7	59.7	57.1	3.9	1.3
医療品・化粧品	48	64.6	41.7	64.6	60.4	79.2	43.8	-	2.1
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	70	84.3	50.0	77.1	51.4	42.9	31.4	-	-
窯業・土石	21	76.2	47.6	71.4	47.6	42.9	28.6	9.5	4.8
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	127	85.0	48.0	71.7	66.9	37.0	37.0	1.6	1.6
一般機械	110	80.9	46.4	71.8	54.5	31.8	35.5	-	5.5
電気機械	65	75.4	49.2	73.8	53.8	44.6	49.2	1.5	4.6
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	55	83.6	56.4	80.0	67.3	45.5	52.7	1.8	1.8
自動車／自動車部品／その他輸送機器	79	87.3	50.6	93.7	68.4	50.6	53.2	1.3	1.3
精密機器	41	82.9	48.8	63.4	65.9	53.7	43.9	2.4	2.4
その他の製造業	130	67.7	42.3	65.4	59.2	46.9	32.3	1.5	3.8
非製造業	903	70.0	43.6	61.5	60.4	46.2	42.3	3.1	2.9
商社・卸売	387	71.1	42.6	58.7	51.4	47.0	42.4	2.8	3.4
小売	81	72.8	43.2	64.2	69.1	61.7	38.3	2.5	-
建設	82	74.4	48.8	78.0	73.2	34.1	53.7	6.1	4.9
運輸	60	75.0	45.0	68.3	68.3	30.0	51.7	-	5.0
金融・保険	54	51.9	38.9	68.5	85.2	44.4	38.9	3.7	1.9
通信・情報・ソフトウェア	64	70.3	46.9	53.1	57.8	45.3	42.2	4.7	-
専門サービス	43	69.8	41.9	58.1	58.1	41.9	46.5	-	2.3
その他の非製造業	132	67.4	43.9	56.8	61.4	51.5	33.3	3.8	3.0

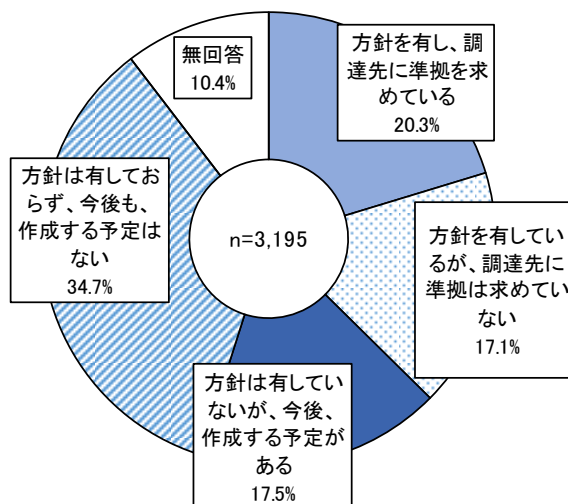
[注] ①母数は「CSRに関する方針を策定している」あるいは「策定を検討している」と回答した企業数。  
②網掛けは各業種で回答比率が最大の項目。

### 3. 調達先に対する労働・安全衛生・環境に関する方針の有無

調達先への労働・安全衛生・環境に関する方針の有無について、「方針を有し、調達先に準拠を求めている」企業は 20.3%で、「方針を有しているが、調達先に準拠は求めている」(17.1%)を含めると、37.4%の企業が方針を有している。企業規模別に見ると、大企業は 43.0%の企業が「方針を有し、調達先に準拠を求めている」と回答。中小企業では同 14.9%と企業規模による差が大きい。

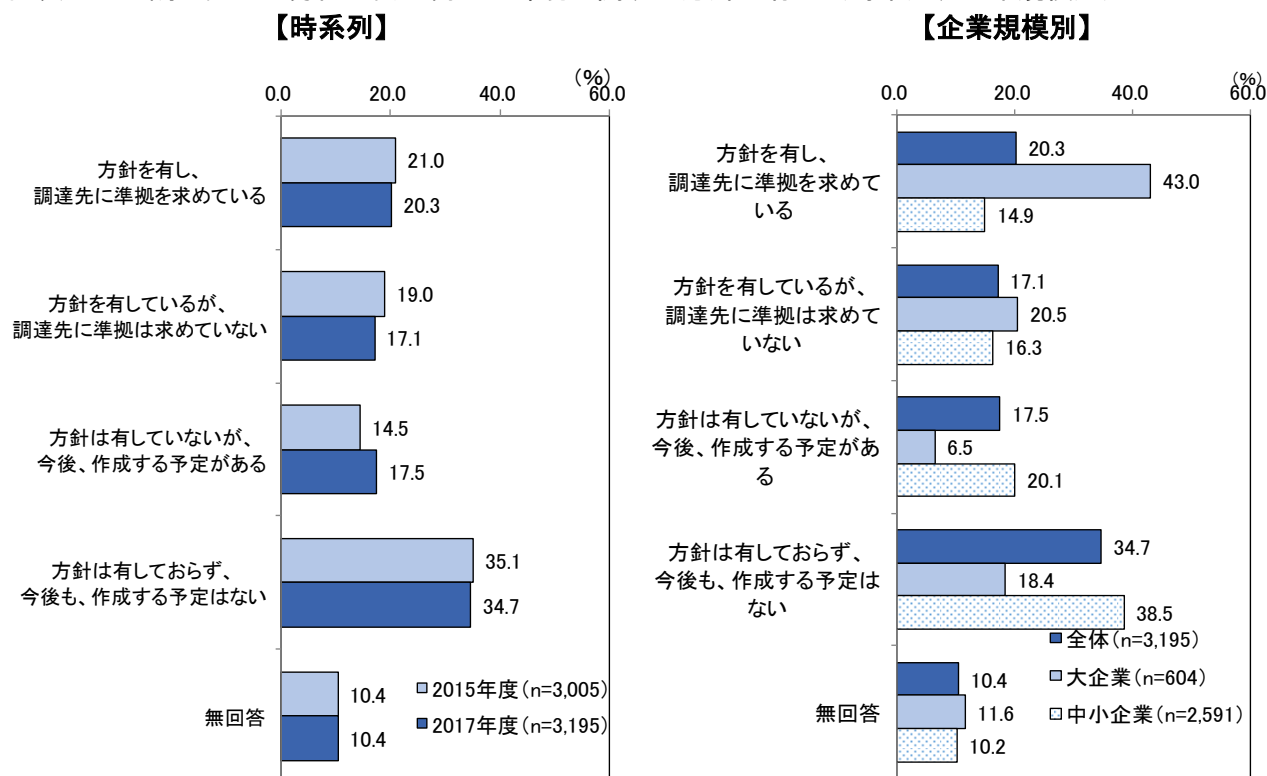
業種別では、「方針を有し、調達先に準拠を求めている」企業は自動車/自動車部品/その他輸送機器 (40.8%)、情報通信機械器具/電子部品・デバイス (38.1%)、建設 (37.3%) などが高い。

図表VII-6 調達先への労働・安全衛生・環境に関する方針の有無（全体）



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

図表VII-7 調達先への労働・安全衛生・環境に関する方針の有無（時系列、企業規模別）



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

図表VII-8 調達先への労働・安全衛生・環境に関する方針の有無（業種別）

(%)

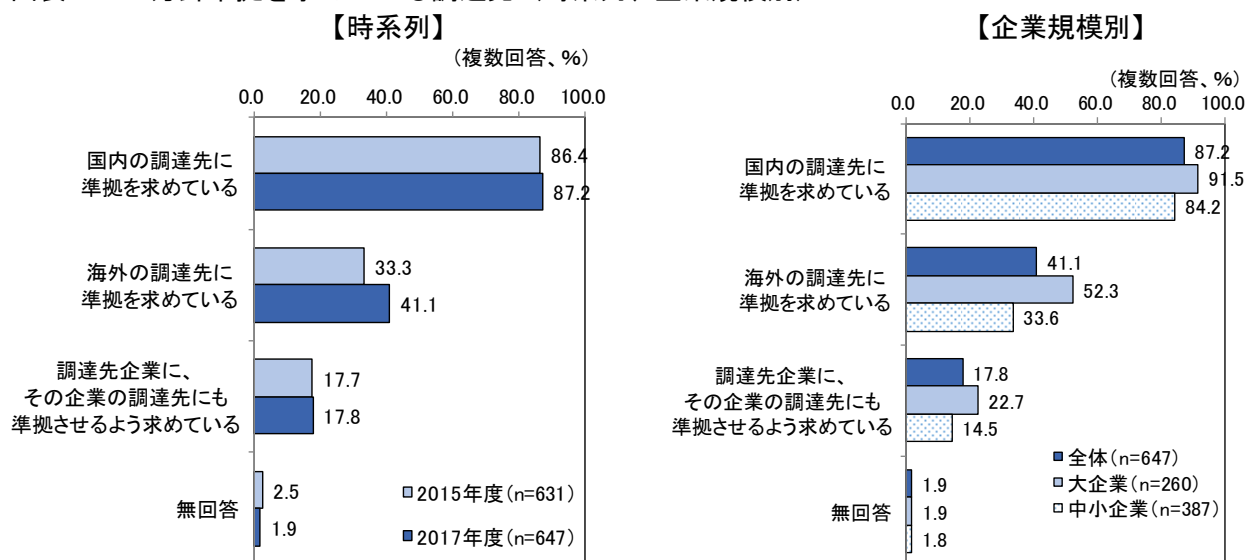
	社数	方針を有し、取引先に準拠を求めている	方針を有しているが、取引先に準拠は求めている	方針は有していないが、今後、作成する予定がある	方針は有しておらず、今後も、作成する予定はない	無回答
全体	3,195	20.3	17.1	17.5	34.7	10.4
製造業	1,748	23.2	19.3	17.6	30.9	8.9
飲食料品	446	19.1	13.2	18.8	34.8	14.1
繊維・織物/アパレル	105	14.3	17.1	19.0	41.9	7.6
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	57	17.5	7.0	17.5	45.6	12.3
化学	95	33.7	26.3	12.6	21.1	6.3
医療品・化粧品	70	32.9	11.4	18.6	28.6	8.6
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	93	25.8	25.8	19.4	29.0	-
窯業・土石	35	8.6	17.1	14.3	48.6	11.4
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	176	16.5	31.8	18.2	27.3	6.3
一般機械	158	19.6	24.7	15.2	31.6	8.9
電気機械	89	32.6	18.0	19.1	25.8	4.5
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	63	38.1	22.2	15.9	19.0	4.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器	98	40.8	20.4	15.3	15.3	8.2
精密機器	61	27.9	23.0	19.7	21.3	8.2
その他の製造業	202	21.8	16.8	17.8	35.1	8.4
非製造業	1,447	16.7	14.5	17.3	39.3	12.2
商社・卸売	681	14.0	15.6	16.4	43.5	10.6
小売	123	20.3	7.3	26.0	33.3	13.0
建設	110	37.3	22.7	10.9	22.7	6.4
運輸	76	15.8	23.7	18.4	25.0	17.1
金融・保険	72	6.9	5.6	-	45.8	41.7
通信・情報・ソフトウェア	97	13.4	15.5	26.8	37.1	7.2
専門サービス	81	16.0	6.2	18.5	45.7	13.6
その他の非製造業	207	17.9	13.5	19.3	39.1	10.1

〔注〕 ①母数は、本調査の回答企業総数。②網掛けは、回答比率が40%以上の項目。

#### 4. 方針準拠を求めている調達先

方針への準拠を求めていると回答した企業に対しその調達先について尋ねたところ、「国内の調達先に準拠を求めている」(87.2%)が最も多い。企業規模別に見ると、「海外の調達先に準拠を求めている」は大企業で52.3%と中小企業と比較して高い割合となっている。業種別では、「海外の調達先に準拠を求めている」企業は、木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ(80.0%)、繊維・織物/アパレル(73.3%)、自動車/自動車部品/その他輸送機器(60.0%)、専門サービス(53.8%)、商社・卸売(51.6%)が多い。

図表VII-9 方針準拠を求めている調達先(時系列、企業規模別)



[注] 母数は、調達先に対する労働・安全衛生・環境に関する「方針を有し、調達先に準拠を求めている」と回答した企業。

図表VII-10 方針準拠を求めている調達先(業種別)

	社数	国内の調達先に準拠を求めている	海外の調達先に準拠を求めている	調達先企業に、その企業の調達先にも準拠させるよう求めている	無回答
全体	647	87.2	41.1	17.8	1.9
製造業	406	91.1	42.1	17.7	1.7
飲食料品	85	94.1	24.7	14.1	1.2
繊維・織物/アパレル	15	60.0	73.3	13.3	6.7
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	10	90.0	80.0	30.0	-
化学	32	96.9	40.6	6.3	-
医療品・化粧品	23	95.7	39.1	8.7	4.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	24	83.3	41.7	20.8	4.2
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	29	96.6	34.5	27.6	3.4
一般機械	31	83.9	35.5	19.4	-
電気機械	29	96.6	48.3	27.6	-
情報通信機器器具/電子部品・デバイス	24	91.7	50.0	16.7	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	40	92.5	60.0	25.0	2.5
精密機器	17	88.2	41.2	17.6	-
その他の製造業	44	90.9	45.5	15.9	2.3
非製造業	241	80.5	39.4	17.8	2.1
商社・卸売	95	77.9	51.6	17.9	3.2
小売	25	68.0	36.0	20.0	-
建設	41	90.2	29.3	14.6	2.4
運輸	12	91.7	25.0	16.7	-
通信・情報・ソフトウェア	13	84.6	30.8	23.1	-
専門サービス	13	46.2	53.8	7.7	7.7
その他の非製造業	37	89.2	29.7	24.3	-

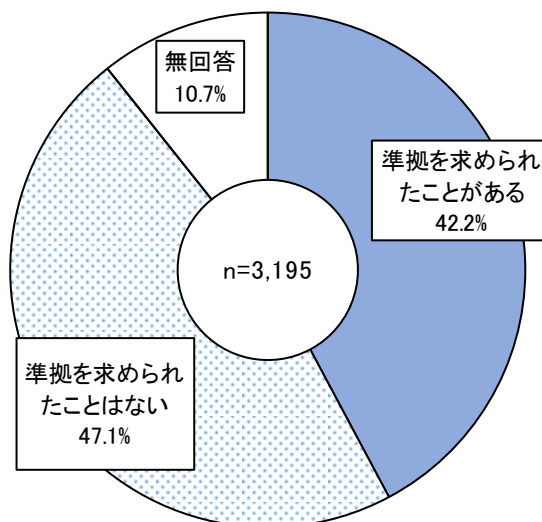
[注] ①母数は、調達先に対する労働・安全衛生・環境に関する「方針を有し、調達先に準拠を求めている」と回答した企業。②回答社数が10社以上の業種のみ掲載。③網掛けは、「海外の調達先に準拠を求めている」の回答比率が50%以上の業種。

## 5. 労働・安全衛生・環境に関する顧客方針への準拠

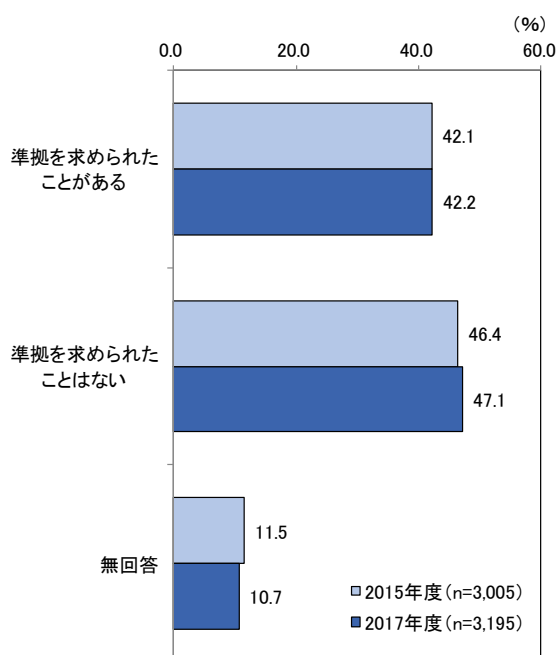
労働・安全衛生・環境に関する顧客（納入先）方針への準拠について、「準拠を求められたことがある」企業が42.2%で、「準拠を求められたことがない」と回答した企業は47.1%だった。どちらの回答比率も、前回調査（2015年度）から横ばいとなった。

業種別では、「準拠を求められたことがある」企業は、情報通信機械器具/電子部品・デバイス（79.4%）、自動車/自動車部品/その他輸送機器（66.3%）、化学（65.3%）などで高い。

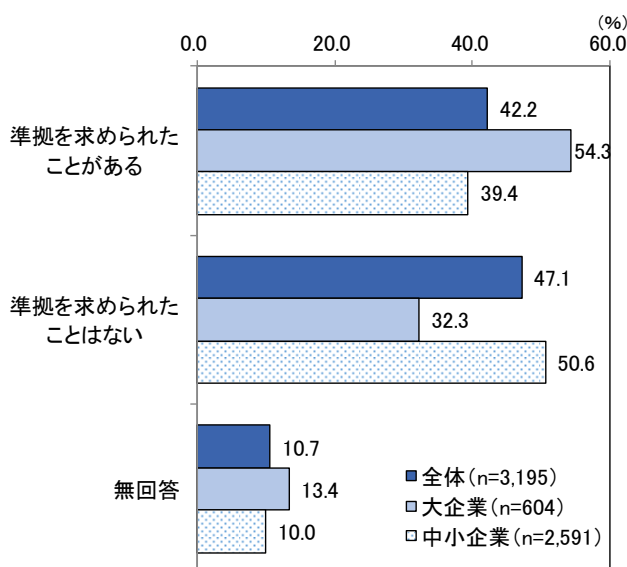
図表Ⅶ-11 労働・安全衛生・環境に関する顧客方針への準拠（全体、時系列、企業規模別）  
【全体】



【時系列】



【企業規模別】



[注] 母数は、本調査の回答企業総数。

図表VII-12 労働・安全衛生・環境に関する顧客方針への準拠（業種別）

(%)

	社数	準拠を求められたことがある	準拠を求められたことはない	無回答
全体	3,195	42.2	47.1	10.7
製造業	1,748	49.5	41.4	9.0
飲食料品	446	44.6	41.3	14.1
繊維・織物/アパレル	105	40.0	50.5	9.5
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	57	35.1	54.4	10.5
化学	95	65.3	27.4	7.4
医薬品・化粧品	70	34.3	61.4	4.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	93	60.2	39.8	-
窯業・土石	35	40.0	45.7	14.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	176	52.8	41.5	5.7
一般機械	158	45.6	46.8	7.6
電気機械	89	51.7	41.6	6.7
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	63	79.4	15.9	4.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器	98	66.3	25.5	8.2
精密機器	61	42.6	45.9	11.5
その他の製造業	202	48.0	43.1	8.9
非製造業	1,447	33.4	54.0	12.6
商社・卸売	681	35.4	53.2	11.5
小売	123	21.1	69.1	9.8
建設	110	54.5	38.2	7.3
運輸	76	48.7	38.2	13.2
金融・保険	72	5.6	51.4	43.1
通信・情報・ソフトウェア	97	39.2	53.6	7.2
専門サービス	81	25.9	61.7	12.3
その他の非製造業	207	27.1	59.9	13.0

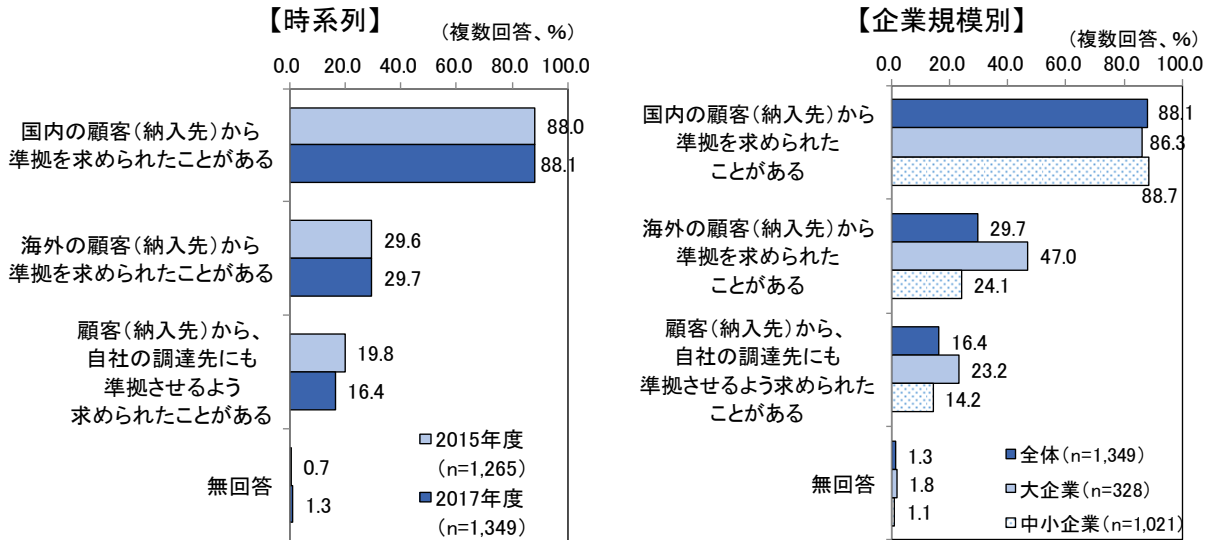
〔注〕①母数は、本調査の回答企業総数。②網掛けは、「準拠を求められたことがある」の回答比率が50%以上の業種。



## 6. 方針への準拠を求められた顧客先

方針への準拠を求められたと回答した企業に対しその顧客先について尋ねたところ、「国内の顧客（納入先）から準拠を求められたことがある」（88.1%）が最も多い。企業規模別に見ると、「海外の顧客（納入先）から準拠を求められたことがある」は大企業で47.0%と中小企業（24.1%）と比較して高い割合となっている。業種別では、「海外の顧客（納入先）から準拠を求められたことがある」企業は、医療品・化粧品（54.2%）、化学（50.0%）で多い。

図表VII-13 方針への準拠を求められた顧客先（全体、企業規模別）



〔注〕母数は、顧客（納入先）から、労働・安全衛生・環境への取り組みに関する当該顧客（納入先）の方針への「準拠を求められたことがある」と回答した企業。

図表VII-14 方針への準拠を求められた顧客先（業種別）

		社数	国内の顧客(納入先)から準拠を求められたことがある	海外の顧客(納入先)から準拠を求められたことがある	顧客(納入先)から、自社の調達先にも準拠させるよう求められたことがある	無回答
全体		1,349	88.1	29.7	16.4	1.3
製造業		866	88.9	32.2	14.7	1.2
	飲食料品	199	89.4	25.1	11.1	2.0
	繊維・織物/アパレル	42	83.3	35.7	11.9	-
	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	20	95.0	40.0	25.0	5.0
	化学	62	87.1	50.0	17.7	1.6
	医療品・化粧品	24	58.3	54.2	4.2	-
	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	56	98.2	25.0	10.7	-
	窯業・土石	14	92.9	7.1	7.1	-
	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	93	91.4	17.2	19.4	1.1
	一般機械	72	91.7	34.7	11.1	-
	電気機械	46	95.7	26.1	19.6	2.2
	情報通信機械器具/電子部品・デバイス	50	90.0	44.0	34.0	-
	自動車/自動車部品/その他輸送機器	65	93.8	41.5	15.4	3.1
	精密機器	26	84.6	30.8	3.8	-
	その他の製造業	97	81.4	38.1	13.4	-
非製造業		483	86.7	25.1	19.5	1.4
	商社・卸売	241	83.4	31.5	25.7	1.7
	小売	26	84.6	30.8	19.2	-
	建設	60	88.3	36.7	20.0	-
	運輸	37	83.8	8.1	13.5	2.7
	通信・情報・ソフトウェア	38	94.7	2.6	7.9	2.6
	専門サービス	21	90.5	14.3	9.5	-
	その他の非製造業	56	96.4	14.3	8.9	-

〔注〕①母数は、顧客（納入先）から、労働・安全衛生・環境への取り組みに関する当該顧客（納入先）の方針への「準拠を求められたことがある」と回答した企業。②社数が10社以上の業種のみ掲載。③網掛けは、「海外の顧客（納入先）から準拠を求められたことがある」の回答比率が50%以上の業種。

日本企業の海外事業展開に関するアンケート  
～ジェトロ海外ビジネス調査～

本調査は、日本企業を対象とした、海外ビジネスへの取り組みに関するアンケート調査です。本調査結果は、統計的に処理し、和文および英文で公表いたしますが、個別の回答を公表することはありません。ご多忙の折とは存じますが、可能な範囲でのご協力を何卒宜しくお願い申し上げます。貴社のご事情により回答が困難なもの、または不明なものがございましたら、省略いただいても結構です。

【ご回答者様の情報をご記入ください】

貴社名			
部署名		役職	
ご回答者氏名		電話番号	
貴社住所	〒		

ご協力いただいた企業様には、上記にご記入の住所に、本調査結果をまとめた報告書をお送りいたします。お手数ではございますが、**2017年12月18日(月)**までに同封の返信用封筒によりご返送ください。

《お問い合わせ先》:独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ) 海外調査部 国際経済課

担当:長崎、明日山  
ながさき あすやま

〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

TEL: 03-3582-5177 FAX: 03-3582-5309 E-mail: ORI@jetro.go.jp

■ 個人情報保護について

ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針(<https://www.jetro.go.jp/privacy/>)に基づき、適正に管理運用させていただきます。回答内容は、統計的に処理しますので、個別の回答内容が外部に漏れることはありません。ご回答頂いた調査票は、本件のとりまとめ業務を委託しております Transbird 株式会社が集計を行います。

I 貴社の概要

問1 貴社の業種に該当する項目を一つチェックしてください。複数の業種にまたがる方は、売上高のなかで最も大きな割合を占める業種を選択してください。

製造業	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 飲食料品	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 繊維・織物	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub> アパレル	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 木材・木製品(家具を除く)
	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 家具・建材	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub> 紙・パルプ	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub> 化学	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub> 医療品・化粧品
	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub> 石油・石炭製品	<input type="checkbox"/> <sub>10</sub> プラスチック製品	<input type="checkbox"/> <sub>11</sub> ゴム製品	<input type="checkbox"/> <sub>12</sub> 窯業・土石
	<input type="checkbox"/> <sub>13</sub> 鉄鋼	<input type="checkbox"/> <sub>14</sub> 非鉄金属	<input type="checkbox"/> <sub>15</sub> 金属製品	<input type="checkbox"/> <sub>16</sub> 一般機械
	<input type="checkbox"/> <sub>17</sub> 電気機械	<input type="checkbox"/> <sub>18</sub> 情報通信機械器具	<input type="checkbox"/> <sub>19</sub> 電子部品・デバイス	<input type="checkbox"/> <sub>20</sub> 自動車
	<input type="checkbox"/> <sub>21</sub> 自動車部品	<input type="checkbox"/> <sub>22</sub> その他輸送機器	<input type="checkbox"/> <sub>23</sub> 精密機器	<input type="checkbox"/> <sub>24</sub> その他( )
非製造業	<input type="checkbox"/> <sub>25</sub> 商社・卸売	<input type="checkbox"/> <sub>26</sub> 小売	<input type="checkbox"/> <sub>27</sub> 鉱業	<input type="checkbox"/> <sub>28</sub> 建設
	<input type="checkbox"/> <sub>29</sub> 電気・ガス・水道	<input type="checkbox"/> <sub>30</sub> 運輸	<input type="checkbox"/> <sub>31</sub> 金融・保険	<input type="checkbox"/> <sub>32</sub> 農業・林業・水産業
	<input type="checkbox"/> <sub>33</sub> 印刷・同関連	<input type="checkbox"/> <sub>34</sub> 通信	<input type="checkbox"/> <sub>35</sub> 不動産	<input type="checkbox"/> <sub>36</sub> 情報・ソフトウェア
	<input type="checkbox"/> <sub>37</sub> 飲食店・宿泊施設	<input type="checkbox"/> <sub>38</sub> 医療・福祉	<input type="checkbox"/> <sub>39</sub> 専門サービス(コンサルティング・法務等)	
	<input type="checkbox"/> <sub>40</sub> その他サービス(旅行、娯楽等)	<input type="checkbox"/> <sub>41</sub> その他( )		

問2 貴社の**資本金**に該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 1千万円以下      <sub>2</sub> 1千万円超～5千万円以下      <sub>3</sub> 5千万円超～1億円以下  
<sub>4</sub> 1億円超～3億円以下      <sub>5</sub> 3億円超～10億円未満      <sub>6</sub> 10億円以上

問3 貴社の**常時雇用従業員数**に該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 5人以下      <sub>2</sub> 6～20人      <sub>3</sub> 21～50人      <sub>4</sub> 51～100人  
<sub>5</sub> 101～300人      <sub>6</sub> 301～1,000人      <sub>7</sub> 1,001～3,000人      <sub>8</sub> 3,001人以上

問4 貴社が行っている**海外ビジネス**を全てチェックしてください。(「海外拠点」には販売・生産・研究開発・地域統括・物流の各拠点や駐在員事務所などを含みますが、代理店は含めません。)

- <sub>1</sub> 自社による直接輸出      <sub>2</sub> 他社を通じた間接輸出      <sub>3</sub> 輸入(直接・間接を問わない)  
<sub>4</sub> 海外拠点がある(代理店は含まず)      <sub>5</sub> 海外ビジネスは行っていない      <sub>6</sub> その他( )

⇒ **□<sub>5</sub>または□<sub>6</sub>を選択された場合は、問7へお進み下さい。**

付問4-1 【問4で、□<sub>1</sub>～□<sub>4</sub> 自社による直接輸出、他社を通じた間接輸出、輸入、海外拠点があると回答された方へ】  
貴社が海外ビジネスを開始した時期に該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 1999年以前  
<sub>2</sub> 2000～2008年 (リーマンショック前)  
<sub>3</sub> 2009～2012年 (リーマンショック後、円高基調[80～90円/ドル]の時期)  
<sub>4</sub> 2013年以降 (2012年末の円安への反転以降)

問5 **現在の海外ビジネス状況(貿易・海外進出)**

貴社の輸出・輸入先の国・地域、および海外拠点の主な機能について、該当箇所を**全て**チェックしてください。「海外拠点」の「その他」は、物流拠点や駐在員事務所などが該当しますが、代理店は含めません。

	輸出先 (注1)	輸入先 (注1)	海外拠点					
			販売拠点	生産拠点	研究開発 拠点	地域統括 拠点	その他 ( )	
アジア・ 大洋州	中国	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	香港	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	台湾	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	韓国	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	シンガポール	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	タイ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	マレーシア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	インドネシア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	フィリピン	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	ベトナム	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	カンボジア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	ミャンマー	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	インド	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	バングラデシュ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	オーストラリア	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
その他( )	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	
北米・ 中南米	米国	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	カナダ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	メキシコ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	ブラジル	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	その他( )	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
欧州・ ロシア	英国	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	西欧(英国を除く)(注2)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	中・東欧(注3)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	ロシア・CIS(注4)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	その他( )	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
中東・ アフリカ	トルコ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	南アフリカ共和国	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>
	その他( )	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>

(注1) 輸出先、輸入先には他社を通じた間接輸出、間接輸入を含む。

(注2) 西欧(英国を除く): 英国、中・東欧を除く EU 加盟国、スイス、ノルウェー、アイスランド、リヒテンシュタイン、アンドラ、サンマリノ、バチカン、モナコ。

(注3) 中・東欧: ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、スロベニア、クロアチア、ルーマニア、ブルガリア、バルト3国(エストニア、ラトビア、リトアニア)。

(注4) ロシア・CIS: ロシア、アルメニア、アゼルバイジャン、ベラルーシ、ジョージア、カザフスタン、キルギス、モルドバ、タジキスタン、トルクメニスタン、ウクライナ、ウズベキスタン。

問6 **海外ビジネスの影響**

海外ビジネス(輸出、海外進出)により、貴社の経営全般にどのような影響があったと思いますか。下記のa~hについて最も当てはまる□をそれぞれ一つチェックしてください。下記以外の影響があれば、「i.その他」にご記入下さい。

	かなり向上した /かなり増加した	向上した/ 増加した	変わらない	悪化した/ 減少した	かなり悪化した /かなり減少した
a. 貴社の売上高(海外売上高も含む)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>
b. 貴社・製品のイメージ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>
c. 製品・サービスの種類、品揃え	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>
d. 製品・サービスの品質	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>
e. 製品・サービスの生産能力	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>
f. 営業・マーケティングの能力	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>
g. デザイン・研究開発の能力	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>
h. 貴社の国内雇用者数	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>
i. その他 ( )					

## II 貿易・海外進出への取り組み

### 問7 今後の輸出事業方針

貴社の現在の輸出(商社などを通じた間接輸出を含む)への取り組みと、今後(2017年度も含め3か年度程度)の方針について該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る  
<sub>2</sub> 現在、輸出を行っており、現状を維持する  
<sub>3</sub> 現在、輸出は行っていないが、今後、新たに組みたい  
<sub>4</sub> 現在、輸出を行っているが、後は縮小、撤退を検討する  
<sub>5</sub> 現在、輸出は行っておらず、今後とも行う予定はない  
<sub>6</sub> 輸出を行う業種ではない

### 問8 今後の海外進出方針

貴社は今後(2017年度も含め3か年度程度)の海外進出(新規投資、既存拠点の拡充)方針について、どのようにお考えですか。該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る  
<sub>2</sub> 現在、海外に拠点があり、現状を維持する  
<sub>3</sub> 現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい  
<sub>4</sub> 現在、海外に拠点があるが、縮小、撤退が必要と考えている  
<sub>5</sub> 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  
<sub>6</sub> その他( )

### 問9 今後の国内事業展開

貴社は今後(2017年度も含め3か年度程度)の日本国内での事業(新規投資、既存拠点の拡充)について、どのようにお考えですか。該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 拡大を図る <sub>2</sub> 現状を維持する  
<sub>3</sub> 縮小が必要と考えている <sub>4</sub> その他( )

### 問10 海外および国内で拡大を図る機能 【問8で、<sub>1</sub>今後、さらに拡大を図る、<sub>3</sub>今後、新たに進出したい、問9で<sub>1</sub>拡大を図る、と回答された方へ】

海外または日本国内で事業の拡大を図る際、どのような機能を拡大しますか。海外と日本で拡大する機能について、それぞれ該当する項目を全てチェックしてください。なお、海外については、事業拡大を図る対象国・地域を以下の選択肢から選び、国・地域の番号を記入してください(複数回答可)。

拡大する機能	日本	海外	事業拡大を図る海外の対象国・地域 (選択肢から、国・地域名の横の番号をご記入ください)					
販売	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>						
生産(汎用品)	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>						
生産(高付加価値品)	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>						
研究開発(新製品開発)	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>						
研究開発(現地市場向け仕様変更)	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>						
地域統括	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>6</sub>						
物流	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>7</sub>						
その他( )	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>8</sub>						

#### <国・地域の選択肢>

- |              |             |              |             |             |           |
|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-----------|
| 1. 中国        | 2. 香港       | 3. 台湾        | 4. 韓国       | 5. シンガポール   | 6. タイ     |
| 7. マレーシア     | 8. インドネシア   | 9. フィリピン     | 10. ベトナム    | 11. カンボジア   | 12. ミャンマー |
| 13. インド      | 14. バングラデシュ | 15. オーストラリア  | 16. 米国      | 17. カナダ     | 18. メキシコ  |
| 19. ブラジル     | 20. 英国      | 21. 西欧(英国除く) | 22. 中・東欧    | 23. ロシア・CIS | 24. トルコ   |
| 25. 南アフリカ共和国 | 26. その他1( ) | 27. その他2( )  | 28. その他3( ) |             |           |

(注) 西欧(英国除く)、中・東欧、ロシア・CIS の定義は問 5 に同じ。

**問 11 国内・海外拠点の再編**

\* 本設問における「国内・海外拠点の再編」には、販売、生産、研究開発、地域統括、物流機能の完全移転(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。海外拠点と国内拠点の間(海外⇄国内)の移転や移管は「再編」に含まれますが、国内拠点間(国内⇒国内)の移転や移管は「再編」に含みません。

貴社における国内・海外拠点の再編実績、あるいは今後の計画の有無について、該当する項目を**全て**チェックしてください。

- 1 国内・海外拠点の再編を、過去 2～3 年の間に行った
- 2 国内・海外拠点の再編を、今後 2～3 年以内に行う予定である
- 3 国内・海外拠点の再編を、過去 2～3 年の間に行っていない/今後 2～3 年以内に行う予定はない

付問 11-1 **移管元／移管先の国・地域**【問 11 で「国内・海外拠点の再編を、1 過去 2～3 年の間に行った、2 今後 2～3 年以内に行う予定であると回答された方へ】

移管元／移管先の国・地域(日本を含む)を以下の選択肢から選び、番号を**一つずつ**記入してください。なお、複数の再編実績、同計画がある場合は、それぞれ最も重要度の高いものについてお答えください。

	再編を <b>過去</b> 2～3 年に行った		再編を <b>今後</b> 2～3 年以内に行う予定	
	移管元	移管先	移管元	移管先
移管元(拠点 A) → 移管先(拠点 B)	A	B	A	B

※過去/今後とも、それぞれ最も重要な拠点再編(各1案件)につき、ご回答下さい。

**< 国・地域の選択肢 >**

- |              |             |              |                       |             |           |
|--------------|-------------|--------------|-----------------------|-------------|-----------|
| 1. 中国        | 2. 香港       | 3. 台湾        | 4. 韓国                 | 5. シンガポール   | 6. タイ     |
| 7. マレーシア     | 8. インドネシア   | 9. フィリピン     | 10. ベトナム              | 11. カンボジア   | 12. ミャンマー |
| 13. インド      | 14. バングラデシュ | 15. オーストラリア  | 16. 米国                | 17. カナダ     | 18. メキシコ  |
| 19. ブラジル     | 20. 英国      | 21. 西欧(英国除く) | 22. 中・東欧              | 23. ロシア・CIS | 24. トルコ   |
| 25. 南アフリカ共和国 | 26. 日本      | 27. その他( )   | 28. 移管先なし(移管せずに撤退・廃止) |             |           |

(注) 西欧(英国除く)、中・東欧、ロシア・CIS の定義は問 5 に同じ。

**問 12 今後の中国でのビジネス展開**

貴社は中国に対する今後(2017年度も含め3か年度程度)のビジネス展開(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)についてどのようにお考えですか。該当する項目を**一つ**チェックしてください。

- 1 既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する
- 2 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
- 3 既存のビジネス規模を維持する
- 4 中国ビジネスは縮小して、他国への移管を検討する
- 5 中国ビジネスからは撤退して、他国での展開を検討する
- 6 まだ、分からない
- 7 今後ともビジネス展開は行わない

付問 12-1 **中国ビジネスを拡充・維持する理由**【問 12 で1～3 既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討、既存のビジネス規模を維持と回答された方へ】

中国ビジネスを拡充または維持する理由について、該当する項目を**全て**チェックして下さい。

- 1 生産コストなど製造面で他国・地域より優位性がある
- 2 市場規模、成長性など販売面でビジネス拡大を期待できる
- 3 中国人の所得向上に伴うニーズの変化に対応
- 4 裾野産業の充実など調達面で他国・地域より優位性がある
- 5 物流や電力などのインフラが比較的整備されている
- 6 優秀な人材を採用しやすい
- 7 日本との距離が近く経営の目が行き届きやすい
- 8 すでに事業が確立し軌道に乗っている
- 9 事業を始めて間もなく、投資コストを回収していない
- 10 その他( )

III 各国のビジネス環境

問 13 各国の魅力・長所

貴社が海外ビジネスを行っている、または検討している国・地域について、ビジネスを行う上での魅力・長所をどのように評価していますか。該当する全ての国・地域について、魅力・長所であると思われる項目を全てチェックしてください。掲載されていない国がある場合は、その他の欄に国名(複数ある場合は最も重要国)を記入ください。

	市場		企業等の集積		労働力			インフラ		手続き・制度			政治・社会他				
	市場規模・成長性	関連産業の集積 (現地調達が可能)	顧客(納入先)企業の集積	現地企業・大学等の 高い技術力	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、 優秀な人材が豊富	インフラ(電力、運輸、 通信等)の充実	土地・事務所スペースが 豊富、地価・賃料の安さ	各種手続き等が迅速	税制面での優位性 (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上の 障害の少なさ	駐在員の生活環境が 優れている	親的な国民感情	その他( )
中国	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17
タイ	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17
マレーシア	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17
インドネシア	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17
フィリピン	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17
ベトナム	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17
ミャンマー	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17
インド	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17
米国	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17
メキシコ	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17
英国	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17
その他( )	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17

問 14 各国のビジネス環境の課題

貴社が海外ビジネスを行っている、または検討している国・地域について、ビジネスを行う上での課題をどのように評価していますか。該当する全ての国・地域について、課題があると思われる項目を全てチェックください。特段の課題がない場合は18をチェックください。掲載されていない国がある場合は、その他の欄に国名(複数ある場合は最重要国)を記入ください。

	時事問題		為替	取引相手	労働力			インフラ		手続き・制度			政治・社会他					なし
	米トランプ新政権の政策変更 (注)によるリスク・問題あり	英国の Brexit 離脱決定 によるリスク・問題あり	為替リスクが高い	関連産業が 集積・発展していない	代金回収上のリスク・問題あり	人件費が高い、上昇している	労働力の不足・ 適切な人材の採用難	労働上の問題あり	インフラ(電力、運輸、 通信等)が未整備	土地・事務所スペースの不足、 地価・賃料の上昇	法制度が未整備、 運用に問題あり	知的財産権の保護に問題あり	税制・税務手続きの煩雑さ	行政手続きの煩雑さ (許認可など)	行政リスクや社会情勢・ 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	その他( )	特段のリスク・問題を 認識していない
中国	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
タイ	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
マレーシア	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
インドネシア	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
フィリピン	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
ベトナム	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
ミャンマー	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
インド	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
米国	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
メキシコ	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
英国	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
その他( )	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18

(注)米トランプ新政権の政策変更の例:国内政策としては、環境規制の緩和、インフラ投資促進、法人税削減に向けた税制改革など、通商・外交政策としては TPP 離脱、NAFTA 再交渉、貿易制限的措置の執行強化、米韓 FTA の見直し、対ロシア制裁強化、対中貿易赤字是正に向けた取り組み、パリ協定脱退などが挙げられる。

**IV 自由貿易協定(FTA)の活用**

**問 15 日本の FTA(EPA)の利用状況**

日本からの輸出における FTA(日本では一般に EPA)の利用状況をお伺いします。下記のうち輸出を行っている国・地域を全てチェックしてください。また、輸出を行っている国・地域について、それぞれの FTA(注 1)の優遇税率利用の有無に関し、該当する項目を一つチェックしてください。 ⇒ **いずれの国・地域にも輸出を行っていない場合は、問 16 へお進み下さい。**

	左記の国へ輸出している場合はチェック	日本との間で発効している FTA の優遇税率を利用している/利用を検討していますか。(一つチェック)				
		利用している	現在利用していないが、 <b>利用を検討中</b>	現在利用しておらず、 <b>今後も利用する予定がない</b>		
				一般関税が無税または FTA 以外の関税減免制度(注2)を利用している	その他の理由で利用していない	
タイ	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
マレーシア	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
インドネシア	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
フィリピン	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
ベトナム	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
その他 ASEAN (注3)	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
インド	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
メキシコ	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
チリ	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
ペルー	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
スイス	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
オーストラリア	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
モンゴル	<input type="checkbox"/> 1	→	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
EU(未発効)	<input type="checkbox"/> 1	→		<input type="checkbox"/> 3		

(注 1)それぞれの FTA の発効年月は次のとおり。シンガポール(02 年 11 月)、メキシコ(05 年 4 月)、マレーシア(06 年 7 月)、チリ(07 年 9 月)、タイ(07 年 11 月)、インドネシア(08 年 7 月)、ブルネイ(08 年 7 月)、フィリピン(08 年 12 月)、ASEAN(08 年 12 月)、スイス(09 年 9 月)、ベトナム(09 年 10 月)、インド(11 年 8 月)、ペルー(12 年 3 月)、オーストラリア(15 年 1 月)、モンゴル(16 年 6 月)。EU(17 年 7 月大枠合意)は未発効。

(注 2) FTA 以外の関税減免制度の例として、再輸出や保税區・加工區の活用などが含まれる。

(注 3)「その他 ASEAN」は、カンボジア、ラオス、ミャンマー、ブルネイ、シンガポールの 5 カ国。

**問 16 FTA 利用の実務**

FTA に関する以下の制度につき、該当する項目をそれぞれ一つチェックしてください。エラー! リンクが正しくありません。(注 1)

輸入国の税関に対して貨物の関税分類(税番)、原産地、関税評価及び減免税につき照会を行い、その回答を受けることができる制度。

(注 2) 輸出者(または生産者、輸入者)自らが原産地証明書を作成する制度。

(注 3) 輸出先国の税関が、産品が原産品であるかどうかの真偽確認を輸出者・生産者または輸入者に対して行うことのできるルール。

**問 17 FTA によるコスト削減効果【問 15 で FTA を利用していると回答された方へ】**

輸出での FTA の利用によるコスト削減効果(注)はあるとお考えですか。効果がある場合、その大きさ(ある程度具体的な金額、規模)を把握していますか。該当する項目を一つチェックしてください。

(注) 関税撤廃による輸出競争力の向上効果、および関税撤廃による調達コストの低減効果を指す。なお、輸出先国の通関で関税を支払うのは輸入者。

- 1 コスト削減効果があり、その大きさをある程度把握している
- 2 コスト削減効果があるが、その大きさは把握していない
- 3 コスト削減効果はないが、間接的なメリット(自社の信頼性向上、生産・調達の最適化など)がある
- 4 コスト削減効果を実感していない
- 5 分からない

**問 18 FTA 利用上の問題点【問 15 で FTA を利用していると回答された方へ】**

FTA 利用に際して感じている問題点があれば、お聞かせください。特定の相手国に関することでしたら国名も記入ください。



V 外国人材の活用

問 19 国内拠点における外国人社員の雇用状況

貴社(本社および国内工場)の外国人社員の雇用状況についてお伺いします。該当する項目を全てチェックしてください。

- 1 代表取締役が外国人
- 2 取締役(社外取締役を含む)に外国人がいる
- 3 事務系(営業など)の部課長級に外国人がいる
- 4 技術系(生産など)の部課長級に外国人がいる
- 5 研究開発職に外国人がいる
- 6 エンジニア(専門技術者)に外国人がいる
- 7 一般工職に外国人がいる
- 8 一般事務職に外国人がいる
- 9 現在、外国人は雇用していないが、今後(3年程度)採用を検討したい
- 10 現在、外国人は雇用しておらず、今後(3年程度)も採用する方針はない

付問 19-1 【問 19 で、1～9、外国人社員を雇用している、あるいは今後採用を検討したいと回答された方へ】

国内拠点で外国人社員を採用・雇用するメリットについてお伺いします。該当する項目を全てチェックしてください。

- 1 財務的効果(売上、業績等の向上)がある
- 2 販路の拡大
- 3 新たな商品の開発に貢献
- 4 経営の現地化への布石
- 5 語学力の向上
- 6 日本人社員のモチベーションの向上
- 7 課題解決能力の向上
- 8 対外交渉力の向上
- 9 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
- 10 その他( )

問 20 海外拠点における現地人材登用 【問 4 で、4、海外拠点があると回答された方へ】

貴社の海外拠点における現地人材の登用状況について、該当する項目を全てチェックして下さい。

- 1 代表取締役が現地人材
- 2 取締役(社外取締役を含む)に現地人材がいる
- 3 事務系(営業など)の部課長級に現地人材がいる
- 4 技術系(生産など)の部課長級に現地人材がいる
- 5 研究開発職に現地人材がいる
- 6 現在、幹部(上記1～5)に現地人材はいないが、今後(3年程度)登用を検討したい
- 7 現在、幹部(上記1～5)に現地人材はおらず、今後(3年程度)も登用する方針はない

付問 20-1 【問 20 で、1～6、現地人材を登用している、あるいは今後登用を検討したいと回答された方へ】

海外拠点の現地人材を登用するメリットについてお伺いします。該当する項目を全てチェックしてください。

- 1 財務的効果(売上、業績等の向上)がある
- 2 販路の拡大
- 3 新たな商品の開発に貢献
- 4 経営の現地化への布石
- 5 現地採用社員のモチベーションの向上
- 6 課題解決能力の向上
- 7 対外交渉力の向上
- 8 日本人駐在員帰国による人件費削減
- 9 その他( )

問 21 中長期的な外国人材に対するニーズ

貴社において中長期的(今後 5～10 年程度)に、日本国内での外国人材活用、あるいは海外拠点での現地人材登用の必要性が現在よりも増すと見込まれる職種についてお伺いします。該当する項目を全てチェックして下さい。

	代表取締役	取締役(社外取締役を含む)	事務系(営業など)の部課長級の	技術系(生産など)の部課長級の	研究開発職	(エンジニア)	一般工職	一般事務職	(その他)	必要性は見込めない
日本国内(本社および国内工場)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
海外拠点(最大で重点3カ国・地域の番号を以下の選択肢から記入ください)										
海外拠点 1:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5				<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
海外拠点 2:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5				<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
海外拠点 3:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5				<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10

< 国・地域の選択肢 >

- 1. 中国
- 2. 香港
- 3. 台湾
- 4. 韓国
- 5. シンガポール
- 6. タイ
- 7. マレーシア
- 8. インドネシア
- 9. フィリピン
- 10. ベトナム
- 11. カンボジア
- 12. ミャンマー
- 13. インド
- 14. バングラデシュ
- 15. オーストラリア
- 16. 米国
- 17. カナダ
- 18. メキシコ
- 19. ブラジル
- 20. 英国
- 21. 西欧(英国除く)
- 22. 中・東欧
- 23. ロシア・CIS
- 24. トルコ
- 25. 南アフリカ共和国
- 26. その他1( )
- 27. その他2( )
- 28. その他3( )

(注) 西欧(英国除く)、中・東欧、ロシア・CIS の定義は問 5 に同じ。

問 22 **デジタル技術に対する見方**

現在、既存のビジネスのあり方を変えるような、新しいデジタル技術や同技術を利用したビジネス手法(以下、併せて「**デジタル技術**」とする)に注目が集まっています。今後、中長期的(5~10年程度)に、貴社のビジネスにデジタル技術が与える影響について、該当する項目を□<sub>1</sub>、□<sub>2</sub>、□<sub>3</sub>の中から**一つ**、チェックしてください。また、□<sub>1</sub> 影響が大きいデジタル技術がある、にチェックされた場合は、**最も影響が大きい技術の一つ、その他影響が大きい技術を全て**、選択肢の中から**お選びください**。

□<sub>1</sub> 影響が大きいデジタル技術がある (以下、選択肢から技術の横の番号をご記入ください)

最も影響が大きい技術(1つ)		その他、影響が大きい技術(複数回答可)							
----------------	--	---------------------	--	--	--	--	--	--	--

- <sub>2</sub> 特に影響が大きいデジタル技術はない
- <sub>3</sub> デジタル技術が自社のビジネスに大きな影響を与えるかどうか現時点ではよくわからない

<b>&lt;デジタル技術の選択肢&gt;</b>							
1. 電子商取引(EC)	2. ロボット	3. 3D プリンター	4. IoT(モノのインターネット)				
5. ビッグデータ	6. 人工知能(AI)	7. フィンテック	8. その他( )				

**<デジタル技術の説明>**

**電子商取引(EC)**: インターネット上で行われる物・サービスの売却あるいは購入。支払い及び配送はオンライン、オフラインどちらで行われても構わない。

**ロボット**: センサー、知能・制御系、駆動系の要素技術をもつ知能化した機械システムで、産業用ロボット(人間の代わりに工場の自動化ライン等で溶接・塗装、組み立て、搬送などの作業を行うロボット)の他、サービスロボット(清掃、警備、介護、生活支援、娯楽等の用途で人間と協働するロボット)も含む。

**3Dプリンター**: 3次元のデジタル設計情報から、材料を付加させて立体物を製造する技術を備えた装置のこと。

**IoT(モノのインターネット)**: モノ(センサーや通信技術等を埋め込んだ物理的物体)がインターネットなどにつながり、相互に通信しあうことで、モノのデータ化やそれに基づく自動化等を進展させ、付加価値を生み出すという概念。

**ビッグデータ**: 様々なデータソースから得られる膨大な量のデータで、従来の技術では管理や処理が困難なデータ群のこと。これらデータの解析や解析結果の利用も含む。

**人工知能(AI)**: 知的な機械、特に、知的なコンピュータプログラムを作る科学と技術のことで、大量の知識データに対して、高度な推論を的確に行うことを目指す。

**フィンテック**: 情報通信技術(インターネットやブロックチェーンなどを含む)を活用した革新的な金融サービス。クラウド・ファンディングやデジタル決済などを含む。本アンケート調査では、自社の財務管理を主目的としたインターネットバンキングや資産管理サービス利用は除く。

(参考) 経済産業省、総務省、厚生労働省、文部科学省、中小企業庁、日本ロボット工業会、人工知能学会等の資料を参考に作成

付問 22-1 **デジタル技術活用のメリット** 【問 22 で□<sub>1</sub> 影響が大きいデジタル技術があると回答された方へ】

問 22 で**最も影響が大きいと回答されたデジタル技術**についてお伺いします。貴社の国内外ビジネスにおいて、同技術を活用するメリットについて、該当する項目を**全て**チェックしてください。(同技術を貴社で活用されない場合も、一般的な活用メリットについてお答えください。)

- <sub>1</sub> 賃金上昇や労働力不足に対処できる
- <sub>2</sub> 熟練技術の「見える化」・継承が可能
- <sub>3</sub> 製品・サービスの品質が安定・向上
- <sub>4</sub> マーケティングの強化・販売先の拡大
- <sub>5</sub> 開発・生産工程や業務の効率化・最適化(期間短縮、コスト削減等)が可能
- <sub>6</sub> 個々の顧客ニーズに応じた製品・サービスの提供が実現
- <sub>7</sub> ビジネスへの参入障壁が低下する
- <sub>8</sub> 新しい製品・サービス・ビジネスモデルを創出できる
- <sub>9</sub> デジタル技術活用のメリットは低い
- <sub>10</sub> メリットについてよく分からない
- <sub>11</sub> その他( )

付問 22-2 **デジタル技術活用の課題** 【問 22 で□<sub>1</sub> 影響が大きいデジタル技術があると回答された方へ】

問 22 で**最も影響が大きいと回答されたデジタル技術**についてお伺いします。貴社の国内外ビジネスにおいて、同技術を活用する際の課題について、該当する項目を**全て**チェックしてください。(同技術を貴社で活用されない場合は、活用されない理由についてお答えください。)

- <sub>1</sub> 導入や運用のコストが高い
- <sub>2</sub> 活用について社内の理解が得られない
- <sub>3</sub> デジタル技術を扱える技術者等人材が不足
- <sub>4</sub> 適切な外部パートナーが不足
- <sub>5</sub> デジタル技術の活用方法について相談できる機関等がない
- <sub>6</sub> 関連インフラ(通信環境、物流網、決済システムなど)が不十分
- <sub>7</sub> 規制の制約がある(データ関連規制など)・運用が不透明
- <sub>8</sub> 情報漏洩のリスクがある
- <sub>9</sub> 技術が発展途上または複数の規格があり、どの技術を活用すべきか不明
- <sub>10</sub> デジタル技術活用のメリットが低い・活用の必要性を感じていない
- <sub>11</sub> 課題についてよく分からない
- <sub>12</sub> その他( )

問 23 **デジタル技術の活用状況**

貴社の**国内ビジネス**、**海外ビジネス**(海外拠点での活用の他、**越境 EC**、**海外データの収集・解析**、**海外事業目的の資金調達**を含む)において、**デジタル技術を既に活用している、または活用を検討している場合**、該当する□を**全て**チェックしてください。また、**海外ビジネス**においてどちらかの□をチェックした場合、**選択肢から、同ビジネスが対象とする国・地域の番号を全て**記入ください。

デジタル技術 (注1)	国内ビジネス		海外ビジネス (海外拠点での活用、越境 EC、海外データの収集・解析、海外事業目的の資金調達)							
	活用中	活用を検討中	活用中	活用を検討中	海外ビジネスが対象とする全ての国・地域 (選択肢から国・地域名の横の番号をご記入ください)					
電子商取引 (EC)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>						
ロボット	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>						
3D プリンター	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>						
IoT (モノのインターネット)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>						
ビッグデータ	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>						
人工知能 (AI)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>						
クラウド・ファンディング (注2)	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>						
その他 ( )	<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>						

(注 1) 複数のデジタル技術が組み込まれた製品を活用している場合には(例: AI を搭載したロボットを活用)、該当する技術(例: AI とロボットの両方)を**全て**チェックしてください。

(注 2) クラウド・ファンディングとは、フィンテックの一形態で、インターネットを介して不特定多数の人々から資金調達をする手法のこと。

< 国・地域の選択肢 >					
1. 中国	2. 香港	3. 台湾	4. 韓国	5. シンガポール	6. タイ
7. マレーシア	8. インドネシア	9. フィリピン	10. ベトナム	11. カンボジア	12. ミャンマー
13. インド	14. バングラデシュ	15. オーストラリア	16. 米国	17. カナダ	18. メキシコ
19. ブラジル	20. 英国	21. 西欧 (英国除く)	22. 中・東欧	23. ロシア・CIS	24. トルコ
25. 南アフリカ共和国	26. その他 1 ( )	27. その他 2 ( )	28. その他 3 ( )		

(注) 西欧 (英国除く)、中・東欧、ロシア・CIS の定義は問 5 に同じ。

以下 2 問は、**デジタル技術**の中でも特に、**電子商取引 (EC)**についてお聞きします。

問 24 **EC を利用した販売のメリット** 【問 23 で EC を活用中あるいは活用検討中と回答された方へ】

EC を利用した販売のメリットはどのような点にあるとお考えですか。該当する項目を**全て**チェックしてください。

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 売り上げの増加              | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> より多くの国・地域での販売が可能 |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 従来より幅広い顧客層をターゲットにできる | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 従来より低価格で直接販売が可能  |
| <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 顧客ニーズを直接聞くことができる     | <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> 詳細な顧客データの入手      |
| <input type="checkbox"/> <sub>7</sub> 消費者へのアプローチの多様化       | <input type="checkbox"/> <sub>8</sub> 自社認知度の向上         |
| <input type="checkbox"/> <sub>9</sub> その他 ( )              |  |

問 25 **海外向け EC 販売の課題解決策** 【問 23 で海外ビジネスで EC を活用中あるいは活用検討中と回答された方へ】

EC を活用した海外向けの販売では、**物流及び決済関連の課題**がよく指摘されます。貴社が**海外向け販売**に EC を利用する上での課題解決策として、該当する項目を**全て**チェックしてください。

なお、**海外向け**の EC 販売には、**越境 EC 販売**のほか、**海外拠点での EC 販売**を含みます。

1) 物流

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> 追跡可能な配送サービスの利用          | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 販売先国・地域の配送業者と連携    |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> 受注から配送までを代行企業・EC サイトに委託 | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 在庫や受注の管理システムの導入    |
| <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 受注前に輸出地税関を通過し、配送時間を短縮   | <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> 発注者の都合のみによる返品を認めない |
| <input type="checkbox"/> <sub>7</sub> 特別な対策はしていない             | <input type="checkbox"/> <sub>8</sub> その他 ( )            |

2) 決済

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> <sub>1</sub> クレジットカードの不正利用対策の強化        | <input type="checkbox"/> <sub>2</sub> 前払いやデポジット(預り金)システムの採用 |
| <input type="checkbox"/> <sub>3</sub> デジタル決済(アリペイ、ペイパルなど)に自社で対応 | <input type="checkbox"/> <sub>4</sub> 代金引換払いに対応             |
| <input type="checkbox"/> <sub>5</sub> 決済を代行企業・EC サイトに委託         | <input type="checkbox"/> <sub>6</sub> (越境販売の際に)現地通貨建て決済に対応  |
| <input type="checkbox"/> <sub>7</sub> 特別な対策はしていない               | <input type="checkbox"/> <sub>8</sub> その他 ( )               |

VII CSR、サプライチェーンにおける労働・安全衛生・環境に関する方針

問 26 **CSRに関する方針の有無**

貴社(本社)ではCSR(企業の社会的責任)に関する方針を策定されていますか? 該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 方針を策定している
- <sub>2</sub> 方針を策定していないが、策定することを検討している
- <sub>3</sub> 方針を策定しておらず、今後も策定する予定はない

付問 26-1 【問 26 で、<sub>1</sub> ~<sub>2</sub> 方針を策定している、策定することを検討していると回答された方へ】

CSR方針に明示されている(策定を検討している)事項について、該当する項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> 適切な労働慣行・労働安全衛生の確保
- <sub>2</sub> 人権の尊重
- <sub>3</sub> 環境保全・保護への取り組み
- <sub>4</sub> 地域社会への配慮・参画
- <sub>5</sub> 消費者の安全・情報保護
- <sub>6</sub> 腐敗防止・公正な取引の確保
- <sub>7</sub> その他( )

問 27 **調達先に対する労働・安全衛生・環境に関する方針の有無**

貴社(本社)では、調達先の工場や職場の労働・安全衛生・環境への取り組みに関する方針を有し、調達先にその準拠を求めていますか? 該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 方針を有し、調達先に準拠を求めている
- <sub>2</sub> 方針を有しているが、調達先に準拠は求めている
- <sub>3</sub> 方針は有していないが、今後、作成する予定がある
- <sub>4</sub> 方針は有しておらず、今後も、作成する予定はない

付問 27-1 【問 27 で、<sub>1</sub> 準拠を求めていると回答された方へ】

貴社方針への準拠を求めている調達先について、該当する項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> 国内の調達先に準拠を求めている
- <sub>2</sub> 海外の調達先に準拠を求めている
- <sub>3</sub> 調達先企業に、その企業の調達先にも準拠させるよう求めている

問 28 **顧客の労働・安全衛生・環境に関する方針への準拠**

貴社(本社)では、顧客(納入先)から、工場や職場の労働・安全衛生・環境への取り組みに関する当該顧客(納入先)の方針への準拠を求められたことがありますか? 該当する項目を一つチェックしてください。

- <sub>1</sub> 準拠を求められたことがある
- <sub>2</sub> 準拠を求められたことはない

付問 28-1 【問 28 で、<sub>1</sub> 準拠を求められたことがあると回答された方へ】

貴社が方針への準拠を求められた顧客(納入先)について、該当する項目を全てチェックしてください。

- <sub>1</sub> 国内の顧客(納入先)から準拠を求められたことがある
- <sub>2</sub> 海外の顧客(納入先)から準拠を求められたことがある
- <sub>3</sub> 顧客(納入先)から、自社の調達先にも準拠させるよう求められたことがある

アンケートはこれにて終了です。  
ご多忙のところ、ご協力いただき誠にありがとうございました。

レポートをご覧いただいた後、アンケート（所要時間：約1分）にご協力ください。  
<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20170107>

2017年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査  
～JETRO海外ビジネス調査～  
2018年3月作成

---

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

---

Copyright© 2018 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載