



JETRO

2022年度

海外進出日系企業実態調査 | 北米編

— 景気回復も高インフレによるコスト高などが景況感を下押し —

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部

2022年12月20日



目次

	<米国編>	<カナダ編>
調査結果のポイント	<u>p.2-10</u>	<u>p.2-10</u>
本年度調査の実施概要	<u>p.12</u>	<u>p.73</u>
回答企業の所在州	<u>p.13</u>	<u>p.73</u>
回答企業の設立年、拠点数、工場数	<u>p.14</u>	<u>p.74</u>
従業員数・日本からの派遣者数	<u>p.15</u>	<u>p.75</u>
I. 営業利益見通し	<u>p.16-20</u>	<u>p.76-80</u>
II. 今後の事業展開	<u>p.21-35</u>	<u>p.81-92</u>
III. 雇用状況と賃金実態	<u>p.36-46</u>	<u>p.93-103</u>
IV. サプライチェーン	<u>p.47-51</u>	<u>p.104-105</u>
V. サプライチェーンと人権	<u>p.52-55</u>	<u>p.106-108</u>
VI. 脱炭素化への対応	<u>p.56-61</u>	<u>p.109-113</u>
VII. 通商環境の変化の影響	<u>p.62-63</u>	<u>p.114-115</u>
VIII. 経営上の課題と対応策	<u>p.64-67</u>	<u>p.116-119</u>
IX. バイデン政権の政策（米国のみ）	<u>p.68-69</u>	
X. 州政府等、地元コミュニティとの関係（米国のみ）	<u>p.70-71</u>	

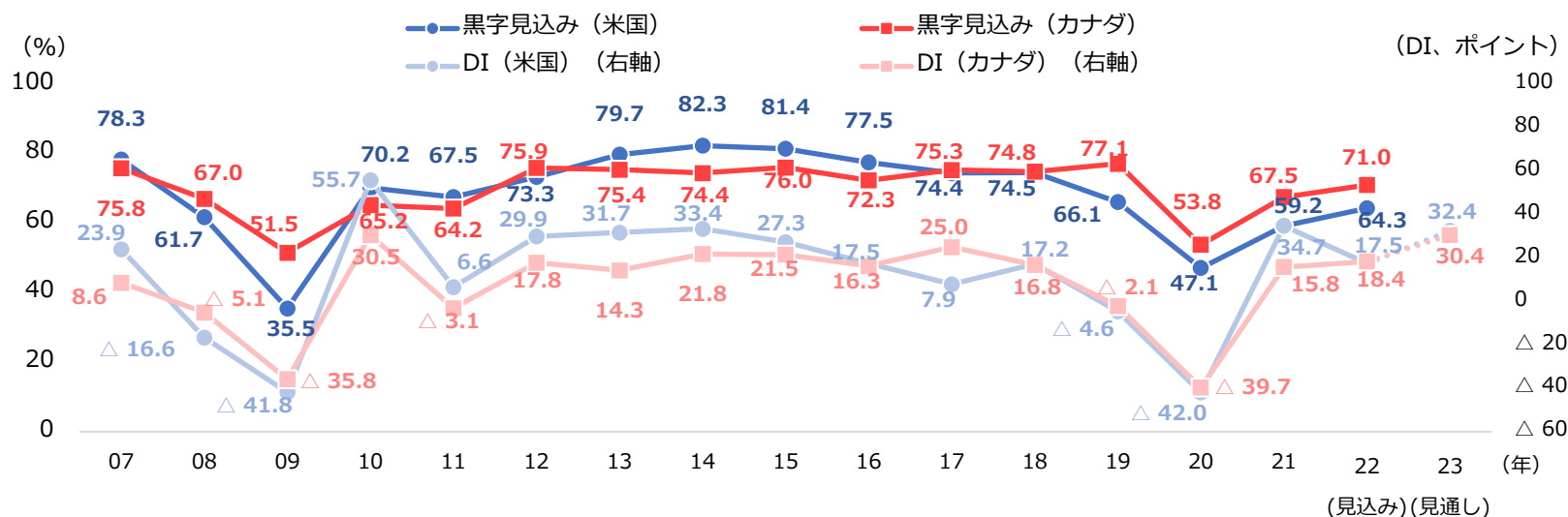
調査結果のポイント

- **2022年に黒字を見込む日系企業の割合は、米国で6割台半ば（64.3%）、カナダで7割強（71.0%）**と、ともに前年（米国：59.2%、カナダ：67.5%）から上昇したが、新型コロナ禍前の2019年の水準（66.1%、77.1%）には及ばなかった。景況感を示すDI値は、**カナダ**では前年（15.8）からは**若干上昇し18.4**となったが、**米国**では前年（34.7）から**大幅に低下し17.5**となった。新型コロナ禍からの回復における需要増をとらえつつも、**急激なインフレによる原材料・部品調達コストの上昇が景況感を下押し**している。
- **経営上の課題**は、両国とも**「従業員の賃金上昇」が筆頭**に挙げられた（それぞれ67.5%、61.8%）ほか、米国では「物流コストの上昇」（56.9%）、カナダでは「従業員（一般社員の確保）」（47.3%）が続いた。
- 原材料や物流費用の高騰や供給途絶リスクへの対応などを理由に、今後サプライチェーンを見直す予定の企業は両国ともに5割を超えた（それぞれ54.9%、50.4%）。**主な見直し内容**としては、「**販売価格の引き上げ**」や「**調達先の見直し**」が上位に挙がり、**製造業を中心に日本・中国から米国・メキシコへの調達先シフトの動き**が顕著だった。
- **通商環境の変化**が業績に「マイナスの影響」を与える割合は、米国で3割近く（26.6%）、カナダで2割弱（19.1%）。「**マイナスの影響**」を受ける具体的な政策は、両国ともに「**通商法301条に基づく追加関税**」が最多だった。
- 一方で、今後1~2年の事業を拡大する企業は、米国が5割近く（48.7%）、カナダは4割強（43.1%）となり、両国とも新型コロナ禍前の2019年（米国47.5%、カナダ35.6%）を上回った。**拡大する理由**は、両国ともに「**成長性、潜在性の高さ**」が筆頭要因で、「**販売機能**」を強化して、**北米市場での販路拡大を目指している**。

1. 営業利益見通し：黒字割合はコロナ禍前に近づくも、先行き不透明

- 景気回復に伴う需要の増加**により**2022年に黒字を見込む日系企業**の割合は**米国で64.3%**となり、前年（59.2%）から5.1ポイント上昇した。**カナダでは71.0%**と前年（67.5%）から3.5ポイント上昇した。ただし、新型コロナウイルス感染拡大前（2019年）の水準（米国66.1%、カナダ77.1%）には及ばなかった。
- 黒字見込みの割合**は**米国**では**非製造業で71.5%**だったが、**製造業で58.6%**にとどまった。業種別にみると、製造業では一般機械（81.7%）や電気・電子機器（75.9%）などが好調だったが、半導体不足による自動車生産台数減少などの影響を受けた自動車等部品は17.1%にとどまった。非製造業では、サプライチェーンの混乱による運賃高騰により運輸業が95.7%と好調だったが、旅行需要の回復が遅れている旅行・娯楽業は37.5%と低調だった。**カナダ**では**製造業（70.2%）**、**非製造業（71.6%）**ともに**黒字見込みは7割を超えた**。製造業では食料品や自動車等（ともに83.3%）で、非製造業では販売会社（84.2%）で8割を超えた。

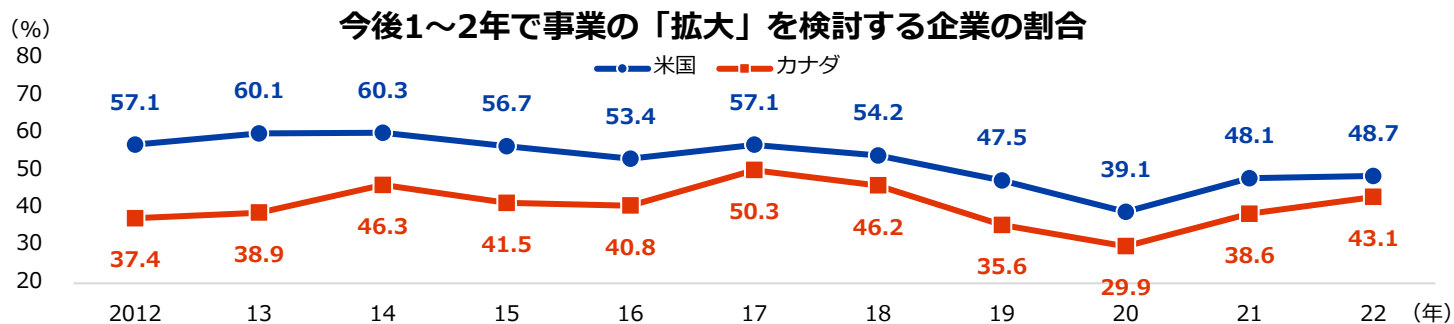
在米国・カナダ日系企業の黒字比率と景況感DIの推移（2007～2023年）



- **景況感を示すDI値**（注）は**米国は17.5**となり、前年（34.7）から大幅に低下した。**カナダは18.4**となり、前年（15.8）から2.6ポイント上昇した。
- **2022年の営業利益見込みが前年比で「改善」**を見込む企業の割合は、**米国**で前年比9.7ポイント減の**41.9%**に対し、「**悪化**」は同7.5ポイント増の**24.4%**だった。**カナダ**で「**改善**」は1.9ポイント減の**37.5%**に対し、「**悪化**」は4.5ポイント減の**19.1%**だった。営業利益見込みが**改善する主因**は「**新型コロナに起因する反動増**」（米国20.1%、カナダ28.0%）が、一方、**悪化する主因**では「**原材料・部品調達コストの上昇**」（それぞれ25.3%、19.2%）が筆頭要因に挙げられた。

2. 今後の事業展開：成長市場として、事業拡大を継続

- **今後1～2年で事業を「拡大」**する企業の割合は**米国**で**48.7%**、**カナダ**では**43.1%**となり、両国とも新型コロナ禍前の2019年（米国47.5%、カナダ35.6%）を上回り、事業拡大意欲は上昇傾向が続いている。業種別にみると、米国では精密・医療機器（82.4%）や鉱業・エネルギー（80.0%）で、カナダでは食料品（83.3%）で8割を超えた。
- **拡大する理由**としては、両国ともに「**成長性、潜在力の高さ**」が筆頭要因に挙げられた。**拡大する機能**としては両国ともに「**販売機能**」が筆頭に挙げられ、「生産（高付加価値品）」「生産（汎用品）」が続いた。



（注）Diffusion Indexの略で、営業利益が「改善」する企業の割合(%)から「悪化」する割合を差し引いた数値

- **2022年の設備投資**については、金額ベースで**前年を上回る企業**の割合は両国とも**3割超**（米国30.7%、カナダ31.9%）となり、増加企業の割合は2年連続で上昇した。**設備投資の目的**は、「**既存設備の維持・補修**」「**増産・販売力増強**」「**デジタル化への対応**」が上位に挙がった。
- **新型コロナ禍から2022年後半の調査時点までにサプライチェーン**（販売・調達・生産）を見直した企業の割合は**5割未満**（米国49.2%、カナダ48.1%）で、**今後見直し予定がある企業**の割合は**5割を超えた**（それぞれ54.9%、50.4%）。米国では精密・医療機器（調査時点まで82.4%、今後76.5%）で、カナダでは自動車等（100%、83.3%）で、見直し割合が高かった。
- **今後の販売見直し内容**としては、両国ともに「**販売価格の引き上げ**」「**販売先の見直し**」が上位に挙がった。今後の販売**見直し理由**としては、「**物流費の高騰**」が最も多かった。今後の**販売先の変更国・地域**は、**進出国内での変更**（米国88件中38件、カナダ20件中11件）がその多くを占めた。
- **今後の調達見直し内容**としては、両国ともに「**調達先の見直し**」が最多だった。今後の調達**見直し理由**としては、「**物流費の高騰**」「**物流の混乱に伴う今後のサプライチェーン途絶リスクへの対応**」「**原材料費の高騰**」が上位に挙がった。今後の**調達先の変更国・地域**は、**米国**では、**米国内での変更**（29件）のほか、日本から米国（28件）や中国から米国（15件）、中国からメキシコへの変更（7件）などが多く、**製造業を中心に日本・中国から米国・メキシコへの調達先シフトの動き**がみられた。**カナダ**では、変更後の調達先として**米国**（6件）が最も多かった。
- **今後の生産の見直し内容**としては、両国ともに「**新規投資／設備投資の増強**」「**自動化・省人化の推進**」「**生産地の見直し**」が上位に挙がった。**今後の生産見直し理由**としては、両国ともに「**人件費の高騰**」「**生産コストの適正化**」「**原材料費の高騰**」が上位に挙がった。**今後の生産地の変更国・地域**としては、**米国からメキシコへの変更**（11件）が最も多く、**米国内の変更**が8件だった。
- **今後の管理・経営体制の見直し**としては、両国ともに「**人材育成の強化**」が最多で、「**在宅勤務やテレワークの活用の見直し**」が続いた。

3. 雇用状況と賃金実態：逼迫する労働市場受け、賃金上昇圧力が顕在化

- **現地従業員数**と**日本からの派遣者数**の変化をみると、両国ともに**新型コロナ禍前**より「減少」が「増加」を上回った。今後について、**現地従業員数**を「増加」予定の企業は**米国**で**5割近く**（47.5%）、**カナダ**で**4割近く**（36.3%）となった。
- **2022年度の基本給の昇給率の中央値**は**米国**で**4.0%**、**カナダ**で**3.0%**だった。**2023年度**の昇給率の中央値は**米国**で**3.5%**、**カナダ**で**3.0%**の見通し。
- リモートワークが可能な職種の**従業員の勤務体制**について、**2022年9月時点**で「原則出社」は**米国**で**4割弱**（39.0%）、**カナダ**で**約3割**（30.5%）だった。**2023年1月以降**、「原則出社」を予定している企業は**米国**で**約4割**（40.9%）、**カナダ**で**3割強**（31.2%）となっている。

4. サプライチェーン：今後の調達・販売方針のトレンドは「地産地消」

- 原材料・部品の**調達先**については、**米国の製造業**では**米国内**が**5割弱**（49.5%）、**非製造業**では**日本**からが**4割強**（43.0%）を占めた。各調達先で**今後調達を拡大**する企業数は、**米国**（製造業83社、非製造業48社）が多かった。一方で、**中国**は**縮小**（それぞれ30社、16社）が**拡大**（ともに7社）を上回った。**カナダ**は**カナダ国内**が**3割台半ば**（34.5%）を占めた。**今後調達を拡大**するという企業数は、**米国**や**カナダ**（各8社）が多かった。
- **米国市場向け**製品の**生産地**については、**米国の割合**が**6割台半ば**（64.5%）を占めた。業種別では、米国の割合は**自動車等部品**（83.4%）で高かった。各生産地における**今後の生産体制**では、**生産を拡大**するという企業数は**米国**（55社）や**メキシコ**（20社）が多かった一方、**日本**（拡大24社、縮小27社）や**中国**（拡大5社、縮小12社）では**縮小**が**拡大**を上回った。
- **販売先**については、**米国**は**米国内**が**8割近く**（製造業77.8%、非製造業77.3%）を占めた。**カナダ**は**カナダ国内**が**6割台半ば**（65.9%）を占めた。

5. サプライチェーンと人権：ビジネス活動における人権対応は黎明期

- **サプライチェーンにおける人権**の問題を**経営課題として認識**している企業の割合は、**米国**では**5割台半ば**（54.5%）、**カナダ**では**6割弱**（59.2%）だった。**企業規模別により認識に差がみられ**、**大企業**では**6割超**（米国64.9%、カナダ67.5%）だったが、**中小企業**では**5割未滿**（それぞれ48.4%、47.2%）にとどまった。
- 事業活動において**人権デューディリジェンス**（人権DD）を**実施**している企業の割合は、**カナダ**では**約4割**（40.3%）だったが、**米国**では**約4分の1**（25.1%）にとどまった。

6. 脱炭素化への対応：取り組む企業は増加傾向

- **サプライチェーンにおける脱炭素化**の問題を**経営課題として認識**する企業の割合は、**米国**では**7割近く**（68.3%）、**カナダ**では**7割強**（73.0%）だった。すでに**何らかの脱炭素化に取り組んでいる**企業の割合は**米国**では**4割弱**（39.1%）、**カナダ**では**6割強**（62.7%）となり、両国とも前年（米国33.5%、カナダ43.2%）から上昇した。
- 脱炭素化に取り組んでいる、あるいは取り組もうとしている企業による**具体的な取り組み内容**（予定、検討中を含む）は、両国ともに「**省エネ・省資源化**」（米国67.3%、カナダ64.2%）が最多となった。
- 全回答企業のうち、**Scope1**（注）または**Scope2に対する何らかの取り組み**を行っている、または取り組もうとしている企業の割合は**米国**では**4割近く**（37.4%）、**カナダ**では**7割弱**（69.8%）を占めた。**Scope3**については**米国**では**3割弱**（29.4%）、**カナダ**では**5割強**（52.4%）だった。

（注）Scope1：事業者自らによる温室効果ガスの直接排出（燃料の燃焼、工業プロセス）
Scope2：他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出
Scope3：Scope1、Scope2以外の間接排出（事業者の活動に関連する他社の排出）

7. 通商環境の変化の影響：米中対立が「マイナスの影響」の筆頭要因に

- **通商環境の変化**が業績に与える影響について、**米国**では「**影響はない**」（34.5%）と回答した割合が最も高く、「**マイナスの影響**」（26.6%）、「**わからない**」（23.1%）が続いた。2021年1月のバイデン政権の発足から1年半以上が経過したこともあり、「**わからない**」と回答した割合は前年（29.0%）から**5.9ポイント減少**した。一方、「**マイナスとプラスの影響が同程度**」は**2.7ポイント増加**した。
- **カナダ**でも「**影響はない**」（44.3%）と回答した割合が最も高く、「**わからない**」（25.2%）、「**マイナスの影響**」（19.1%）が続いた。「**わからない**」は前年（31.4%）から**6.2ポイント減少**した一方、「**影響はない**」は3.6ポイント増加、「**マイナスの影響**」は2.2ポイント増加した。
- 「**マイナスの影響**」を受ける**具体的な政策**としては、両国ともに「**通商法301条に基づく追加関税**」（米国52.4%、カナダ40.9%）が最も多く挙げられた。**米国**では「**中国の米国に対する報復関税**」（34.0%）や「**米国の鉄鋼・アルミニウムを対象とした追加関税賦課**」（20.4%）が続いた。**カナダ**では「**米国の鉄鋼・アルミニウムを対象とした追加関税賦課**」（31.8%）や「**カナダ政府の輸出入管理・投資規制強化**」「**ロシアに対する経済制裁**」（ともに13.6%）が続いた。

8. 経営上の課題：インフレにより「従業員の賃金上昇」が筆頭課題

- 新型コロナ禍からの回復の兆しがみられる一方、急激なインフレが経営に影響を及ぼす中、**経営上の課題**としては、両国ともに「**従業員の賃金上昇**」（米国67.5%、カナダ61.8%）が筆頭に挙げられた。**米国**では「**物流コストの上昇**」（56.9%）や「**新規顧客の開拓**」（52.5%）が、**カナダ**では「**従業員（一般社員）の確保**」（47.3%）や「**物流コストの上昇**」（46.6%）、「**調達コストの上昇**」（45.8%）が続き、雇用・労務面や原材料・部品調達面の課題を挙げる企業が多かった。

- **経営上の課題への対応策**としては、両国ともに「**賃金の引き上げ**」（米国：59.3%、カナダ：55.5%）を挙げる企業の割合が最も高かった。米国では「**調達先・調達内容の見直し**」（40.5%）、「**競合製品との差別化**」（36.7%）が、カナダでは「**人件費以外の経費削減**」（41.8%）、「**競合商品との差別化**」（39.1%）が続いた。
- 2022年初頭からの**円安米ドル（カナダ・ドル）高傾向**について、**在米国企業**では「**全体としてプラスの影響がある**」が**3割強**（32.1%）を占め、「**影響はない**」（26.2%）、「**マイナスとプラスの影響が同程度**」（18.5%）が続いた。**在カナダ企業**では「**影響はない**」が**3分の1**（33.3%）を占め、「**全体としてプラスの影響がある**」（23.3%）、「**マイナスとプラスの影響が同程度**」（17.8%）が続いた。
- 具体的な**プラスの影響**としては**日本からの輸入コストの減少**が挙げられた一方、**マイナスの影響**として、**新規投資にあたっての投資額の増加**などが挙げられた。また、**円建てでの取引**が限られており、**影響はない**という企業もみられた。

9. バイデン政権の政策の影響（米国のみ）：「わからない」が減少

- **バイデン政権の政策**がビジネス活動に与える影響について、「**わからない**」が**3割強**（32.9%）を占め、「**影響はない**」（26.1%）、「**マイナスとプラスの影響が同程度**」（14.9%）、「**マイナスの影響**」（13.8%）が続いた。「**わからない**」は前年（38.4%）から**5.5ポイント減少**、「**プラスの影響がある**」は前年（13.6%）から**2.4ポイント減少**となった一方、「**影響はない**」は前年（22.3%）から**3.8ポイント増加**した。
- 業種別では、「**マイナスの影響がある**」はプラスチック製品（28.0%）や商社・卸売業（22.5%）で、「**プラスの影響がある**」はゴム・窯業・土石（44.4%）や建設業（27.3%）で高かった。

調査結果のポイント

- 経営に影響を与える**バイデン政権の政策分野**としては、「**米国法人税制**」が**4割強**（43.3%）を占め、「対中国政策」（34.7%）、「経済政策（インフレ対策含む）」（31.6%）、「港湾貨物混雑対策」（29.0%）、「気候変動対策」（25.4%）が続いた。

10. 州政府等、地元コミュニティとの関係（米国のみ）：関係構築が過半数

- 州政府等、**地元コミュニティとの関係構築**について、「良好な関係を構築」（26.1%）、「対話ができる程度の関係構築」（30.0%）を合わせると、**対話チャンネルを有する企業は6割近く**（56.1%）に達した。産業別では、**製造業は7割近く**（67.1%）と高かったが、**非製造業は4割強**（42.4%）にとどまった。
- **地元コミュニティとの接点**については、**地域の商工会への参加**が目立ったほか、**雇用創出の面で貢献**しているとの回答があった。地元コミュニティと良好な関係がある企業からは、「移転した際、（移転先の）地元政府から**多大な支援**を受けた」「**土地取得や環境対応**などについて、**州や市と連携して援助**を受けた」といった声が聞かれた。他方、関係を有していない企業からは「**何から始めてよいかわからない**」「規模が小さく**費用対効果がみえない**」との声が挙がった。

（注）特に記載のない場合、割合の表記は以下のとおり。

表記	3割	約3割	3割強	3割台半ば	4割近く	4割弱
範囲	30.0%	30.1～30.9%	31.0～33.9%	34.0～35.9%	36.0～38.9%	39.0～39.9%

JETRO

米国編（第41回調査）



本年度調査の概要

調査目的

米国に進出する日系企業の経営状況、現地でのビジネス環境の変化などについて把握し、日本企業の海外事業戦略立案や関係機関の施策立案に資することを目的とする。

実施時期

2022年9月8～30日

有効回答率

43.4%

(回答企業数 787社 / 1,841社)

調査対象

在米日系企業（製造業・非製造業）のうち、直接出資および間接出資を含めて、日本の親会社の出資比率が10%以上の企業、日本企業の支店が対象。

備考

本調査は1981年より実施しており、今回は41回目となる（2004年度は実施せず）。

(注1) 調査結果の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100とはならない。

(注2) アンケートに回答した企業が、各設問全てに回答したわけではない。回答比率は、各設問の回答者数を基数として算出した。

(注3) 次ページ以降の図表中、特に記載のない場合、括弧内数値は回答企業数を示す。

(注4) 各選択肢の回答企業数の分母が一定数に満たない業種や選択肢は対象から外した。

回答企業数の業種別・地域別内訳

(単位：社、%)

		企業数	構成比		
全業種		787	100		
業種別					
製造業	企業数	構成比	非製造業	企業数	構成比
	441	56.0		346	44.0
自動車等部品	70	8.9	販売会社	110	14.0
一般機械	60	7.6	商社・卸売業	75	9.5
化学・医薬	55	7.0	情報通信業	29	3.7
鉄・非鉄・金属	50	6.4	運輸業	23	2.9
食料品	37	4.7	事業関連サービス	22	2.8
電気・電子機器	30	3.8	旅行・娯楽業	16	2.0
プラスチック製品	26	3.3	金融・保険業	15	1.9
電気・電子機器部品	25	3.2	建設業	11	1.4
ゴム・窯業・土石	19	2.4	鉱業・エネルギー	10	1.3
精密・医療機器	18	2.3	小売業	10	1.3
自動車等	8	1.0	不動産・賃貸業	9	1.1
紙・木製品・印刷	8	1.0	教育・医療	2	0.3
繊維・衣服	5	0.6	飲食業	2	0.3
鉄道・運搬車両等	5	0.6	農林水産業	1	0.1
鉄道・運搬車両等部品	5	0.6	その他非製造業	11	1.4
その他製造業	20	2.5			
地域別（製造業）			地域別（非製造業）		
中西部	146	18.6	西部	134	17.0
南部	142	18.0	北東部	78	9.9
西部	106	13.5	南部	71	9.0
北東部	47	6.0	中西部	63	8.0

回答企業の所在州

回答企業および主要工場の所在州内訳

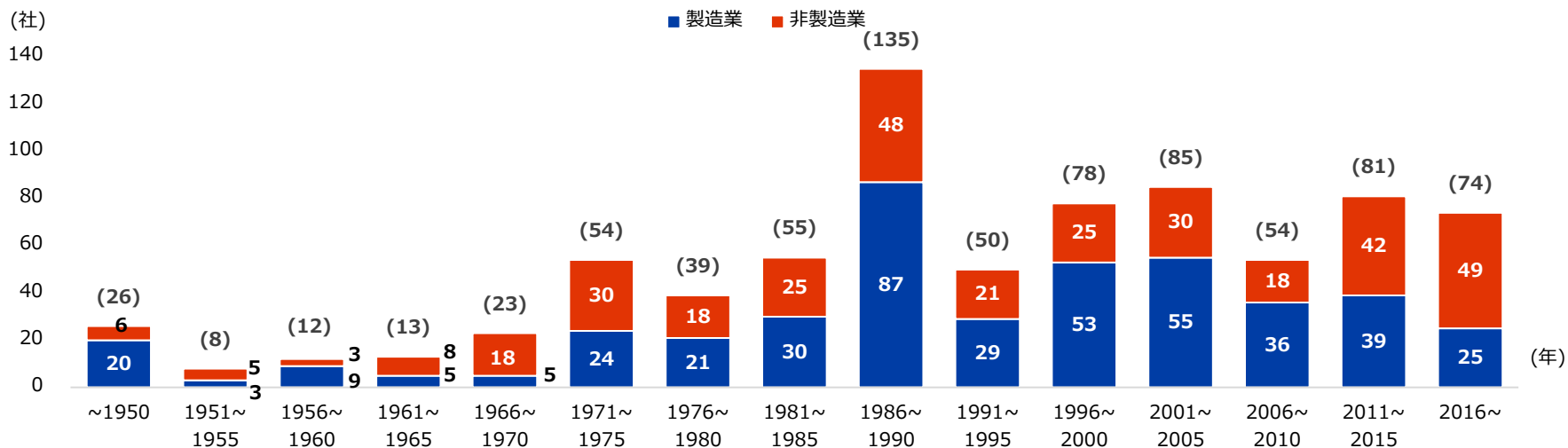
(単位：社)

回答企業数	回答企業の所在州			主要工場の所在州
	製造業	非製造業	全業種	全業種
	787			531
北東部	47	78	125	63
CT コネチカット	0	2	2	0
MA マサチューセッツ	4	4	8	3
ME メイン	0	1	1	0
NH ニューハンプシャー	1	0	1	0
NJ ニュージャージー	15	10	25	15
NY ニューヨーク	13	58	71	24
PA ペンシルベニア	12	2	14	18
RI ロードアイランド	2	1	3	3
VT バーモント	0	0	0	0
中西部	146	63	209	173
IA アイオワ	1	0	1	1
IL イリノイ	46	39	85	50
IN インディアナ	24	4	28	25
KS カンザス	3	0	3	6
MI ミシガン	18	15	33	19
MN ミネソタ	3	0	3	8
MO ミズーリ	3	0	3	3
ND ノースダコタ	1	0	1	1
NE ネブラスカ	3	0	3	8
OH オハイオ	40	4	44	45
SD サウスダコタ	0	0	0	0
WI ウィスコンシン	4	1	5	7

	回答企業の所在州			主要工場の所在州
	製造業	非製造業	全業種	全業種
南部	142	71	213	179
AL アラバマ	8	1	9	7
AR アーカンソー	1	0	1	1
DE デラウェア	0	1	1	0
FL フロリダ	4	1	5	2
GA ジョージア	39	14	53	51
KY ケンタッキー	25	7	32	29
LA ルイジアナ	1	0	1	1
MD メリーランド	1	2	3	1
MS ミシシッピ	3	0	3	3
NC ノースカロライナ	6	4	10	8
OK オクラホマ	0	0	0	0
SC サウスカロライナ	4	2	6	11
TN テネシー	22	1	23	29
TX テキサス	20	36	56	27
VA バージニア	4	1	5	5
WV ウェストバージニア	4	0	4	4
DC ワシントンDC	0	1	1	0
西部	106	134	240	116
AK アラスカ	0	0	0	0
AZ アリゾナ	4	0	4	9
CA カリフォルニア	88	122	210	83
CO コロラド	1	0	1	2
HI ハワイ	1	6	7	3
ID アイダホ	0	0	0	0
MT モンタナ	0	0	0	0
NV ネバダ	3	2	5	2
NM ニューメキシコ	0	0	0	0
OR オレゴン	5	2	7	8
UT ユタ	1	0	1	0
WA ワシントン	3	2	5	9
WY ワイオミング	0	0	0	0
計	441	346	787	531

回答企業の設立年、拠点数、工場数

回答企業の設立年



(注) 括弧内は全業種（製造業と非製造業を合わせた）回答企業数を示す

回答企業の拠点数の内訳

回答企業数	683			拠点数
	企業数 (社)			
拠点数	製造業	非製造業	全業種	総計
拠点なし	1	8	9	0
1~5	348	253	601	1,098
6~10	29	15	44	337
11~15	12	5	17	213
16~20	5	3	8	142
21~25	1	1	2	46
26~30	0	0	0	0
30以上	1	1	2	129
計	397	286	683	1,965

回答企業の工場数の内訳

回答企業数	573			工場数
	企業数 (社)			
工場数	製造業	非製造業	全業種	総計
工場なし	68	184	252	0
1~5	285	17	302	431
6~10	17	0	17	132
11以上	2	0	2	24
計	372	201	573	587

従業員数・日本からの派遣者数： 1社あたりの中央値はそれぞれ50人、3人

- 回答企業の総従業員数は51万9,222人で、**1社あたり従業員数平均値**は660人、**中央値**は50人。産業別で見ると、製造業の中央値は100人、非製造業の中央値は20人。
- 回答企業の日本からの総派遣者（駐在員）数は7,795人で、**1社あたり派遣者数平均値**は10人、**中央値**は3人。産業別で見ると、製造業の中央値は4人、非製造業の中央値は3人。

従業員数の平均値と中央値

(単位：人)

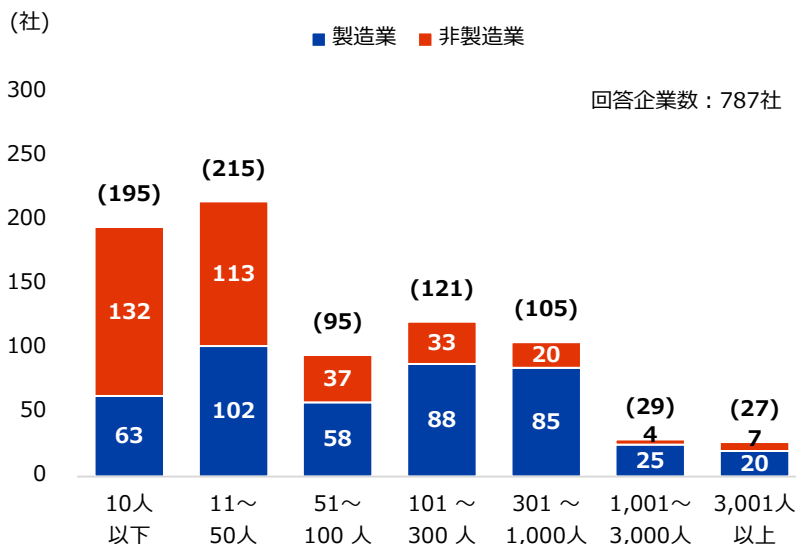
	総従業員数	平均値	中央値
全業種(787)	519,222	660	50
製造業(441)	316,781	718	100
非製造業(346)	202,441	585	20

日本からの派遣者数の平均値と中央値

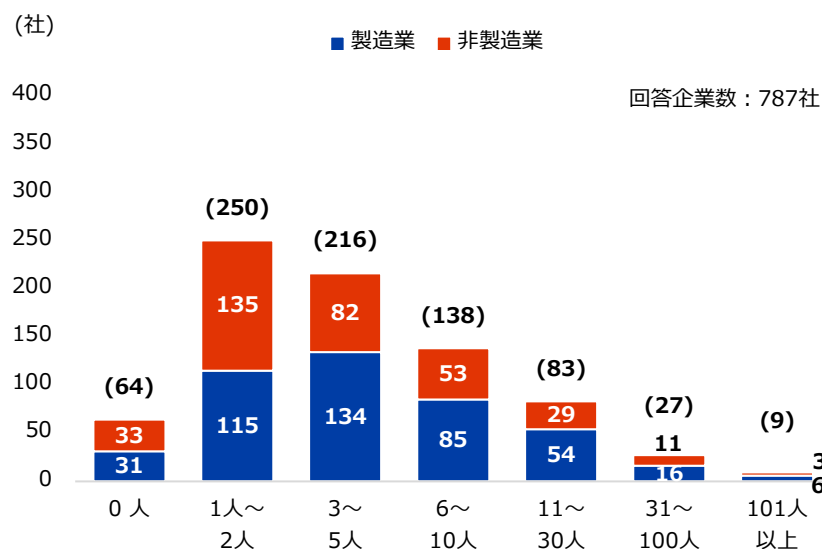
(単位：人)

	総派遣者数	平均値	中央値
全業種(787)	7,795	10	3
製造業(441)	5,074	12	4
非製造業(346)	2,721	8	3

産業別の従業員数内訳



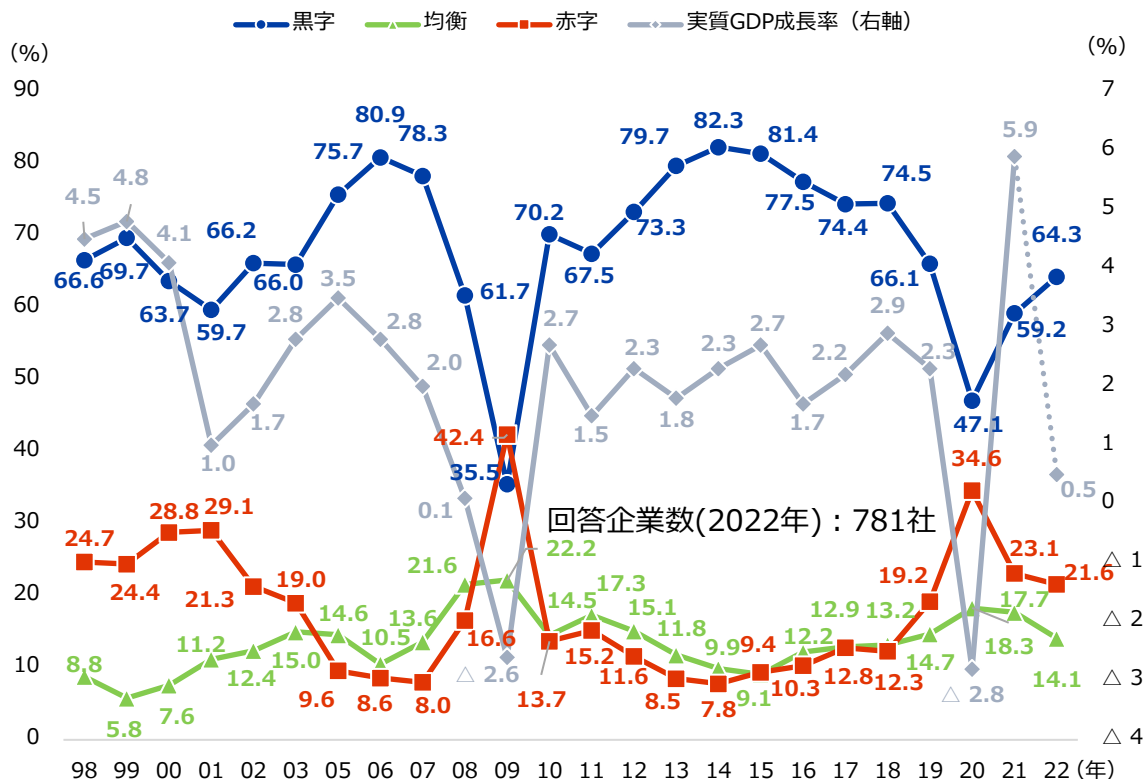
産業別の日本からの派遣者数内訳



1 | 2022年営業利益見込み： 黒字見込みは6割台半ば、2019年水準に近づく

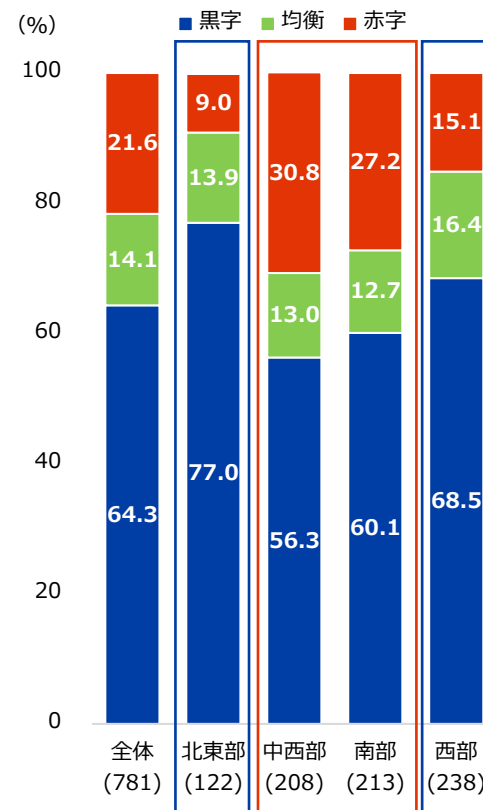
- 2022年に「黒字」を見込む企業は**64.3%**で、前年（59.2%）から5.1ポイント上昇も、**新型コロナ禍前の2019年（66.1%）の水準には及ばなかった**。「赤字」見込みは21.6%。
- 地域別でみると、「黒字」を見込む企業は北東部（77.0%）や西部（68.5%）で高い一方、製造業が多く集積する中西部（56.3%）や南部（60.1%）は6割前後にとどまった。

営業利益見込みと米国の実質GDP成長率



(注) 2021年までの実質GDP成長率は米国商務省経済分析局 (BEA) の発表値 (2022年11月)
実質GDP成長率は連邦公開市場委員会 (FOMC) 参加者による予測中央値 (2022年12月)
2004年度は調査を実施せず

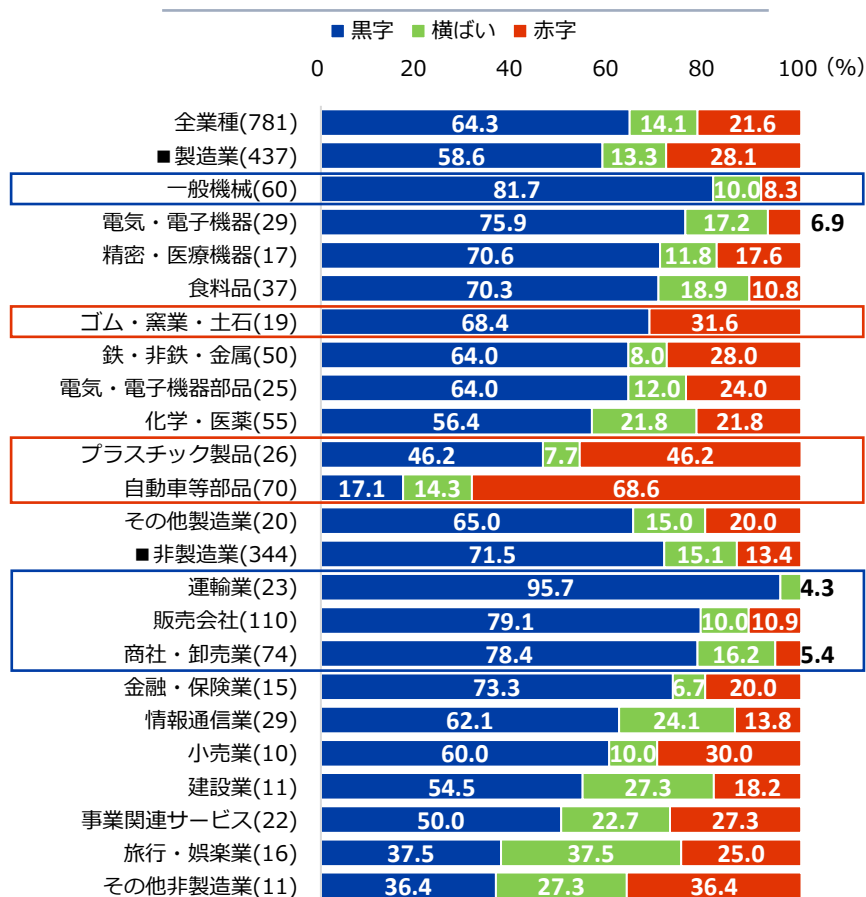
2022年の営業利益見込み (地域別)



2 | 2022年営業利益見込み（業種別）： 運輸業の黒字9割超、自動車等部品で赤字7割近く

- **業種別黒字見込み**は、**物流費高騰の影響を受けた運輸業で最大**（95.7%）となり、一般機械（81.7%）、販売会社（79.1%）、商社・卸売業（78.4%）が続いた。
- 一方、**赤字見込み**は、**半導体不足等の影響を受けた自動車等部品で最大**（68.6%）となり、プラスチック製品（46.2%）、ゴム・窯業・土石（31.6%）が続いた。

2022年の営業利益見込み（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

営業利益黒字見込みに影響した要因（自由記述）

- 家庭内食の**機会増加**、レストラン**需要の拡大**【食料品】
- **景気の回復**、原材料高騰分の**売値への転嫁**【鉄・非鉄・金属】
- **ウクライナ危機**に伴う、鉄鋼**製品価格の上昇**【鉄・非鉄・金属】
- **物流の混乱**に伴う、**海上輸送運賃の値上がり**【運輸業】
- **円安**、北米・南米市場の**需要増**【販売会社】
- 資産運用残高の増加【金融・保険業】
- ITソリューション事業の増益【情報通信業】
- サービス・メンテナンス事業における**収益の安定**【一般機械】

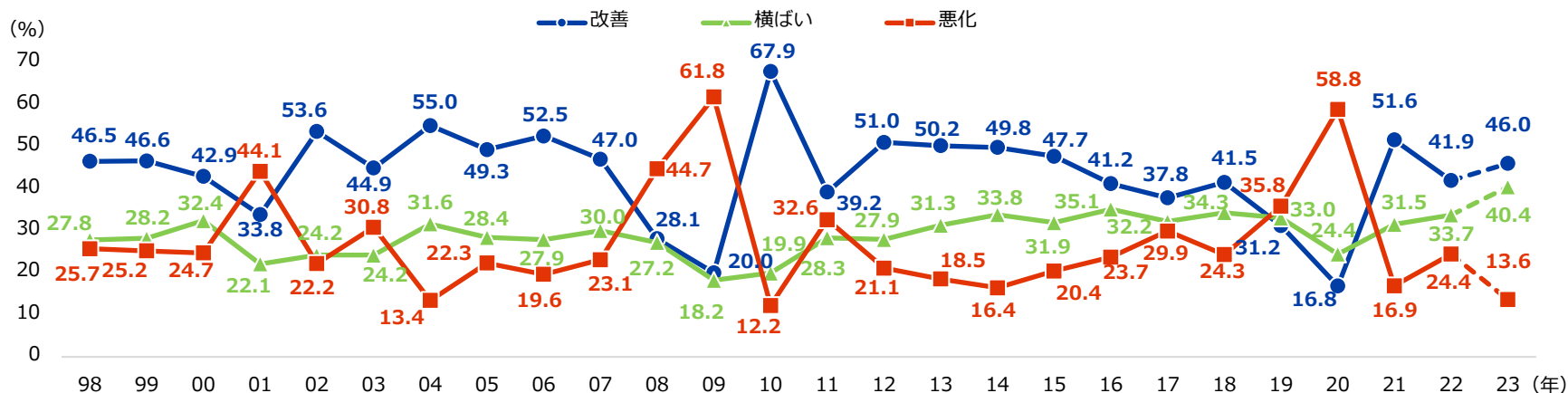
営業利益赤字見込みに影響した要因（自由記述）

- **原材料費、人件費、エネルギー価格の上昇**【ゴム・窯業・土石】
- **自動車業界**における**減産**【プラスチック製品】
- **半導体不足**に伴う**サプライチェーンの混乱**【化学・医薬】
- **新型コロナ禍**における**営業活動の縮小**【情報通信業】
- **コロナの影響**による**旅行需要の回復の遅れ**【旅行・娯楽業】
- **上海のロックダウン**に伴う**出荷先の操業停止**【化学・医薬】
- 新規プロジェクトへの**投資の影響**【自動車等部品】

3 | 景況感DI： 22年景況感は17.5と低下、23年は改善の見通し

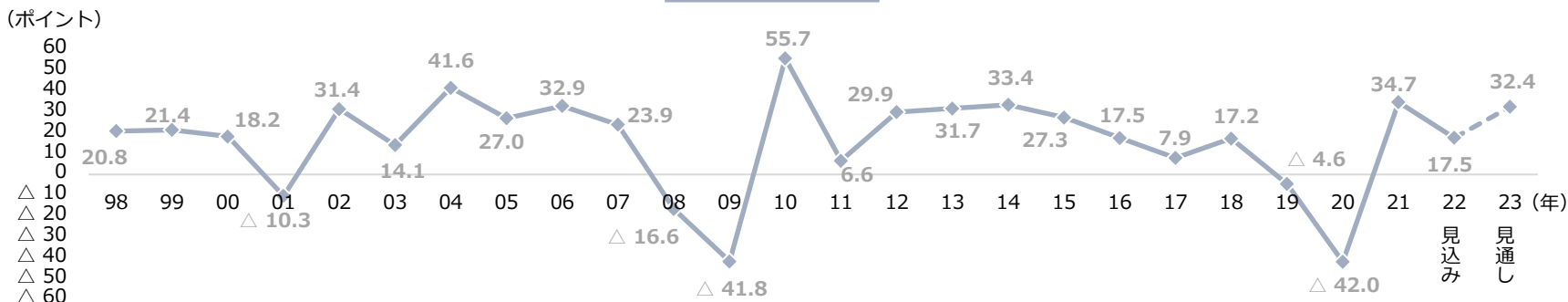
- 2022年の営業利益見込みについて、前年から「改善」が41.9%、「横ばい」は33.7%、「悪化」は24.4%。2023年に「改善」を見通す企業は46.0%。
- 2022年の景況感を示すDI（改善－悪化）は17.5でプラスを維持したが、前年（34.7）から17.2ポイント低下。2023年は32.4と改善の見通し。

前年と比較した営業利益の変化



回答企業数(2022年)：778社
回答企業数(2023年)：780社

景況感DIの推移

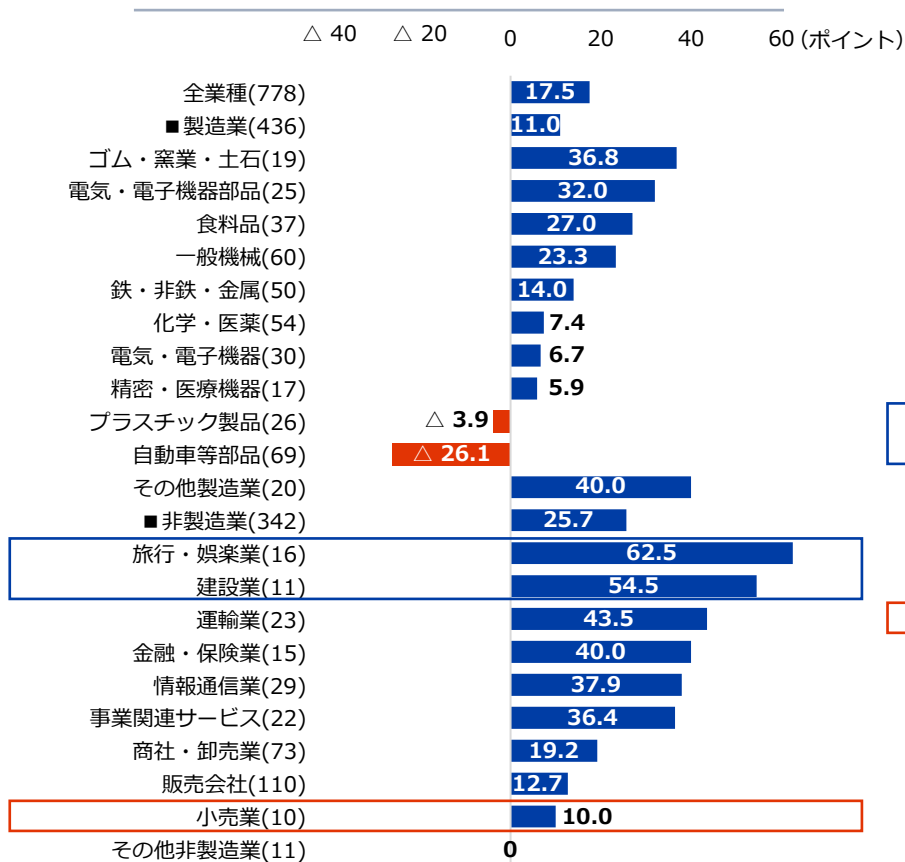


(注) 2004年度は調査を実施しなかったため、2003年度調査時点の見通しの数値

4 | 景況感DI（業種別）： 22年は建設業や旅行・娯楽業で大幅改善

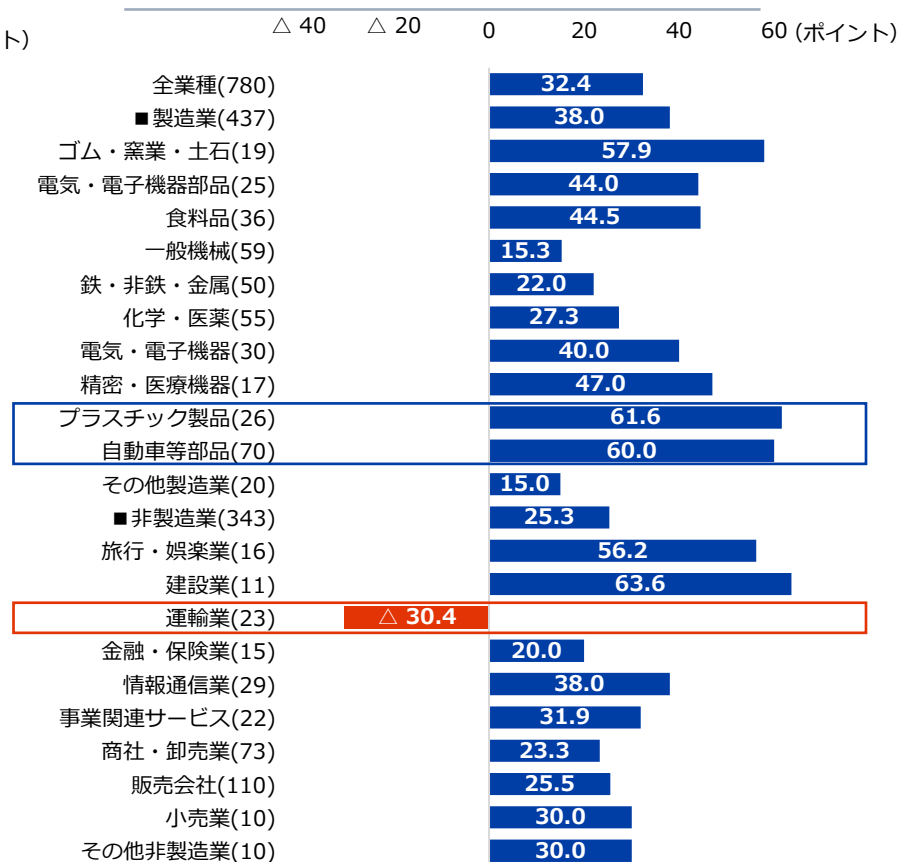
- 2022年の業種別DIは、**建設業**（前年比71.1ポイント増）や**旅行・娯楽業**（69.2ポイント増）で大幅に改善したが、小売業（80.9ポイント減）や不動産・賃貸業（54.2ポイント減）などで悪化した。
- 2023年は、**自動車等部品**（86.1ポイント増）や**プラスチック製品**（65.5ポイント増）で改善を見込むが、運輸業（73.9ポイント減）や不動産・賃貸業（55.5ポイント減）で悪化を見込む。

2022年の主な業種別の景況感DI（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

2023年の主な業種別の景況感DI（業種別）

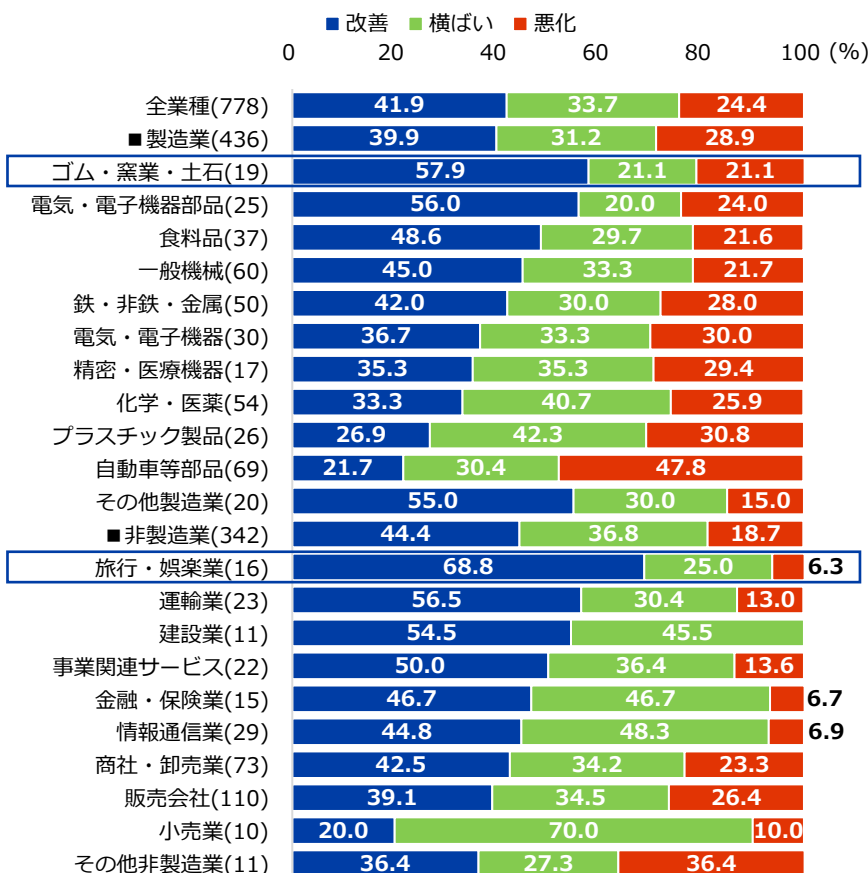


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

5 対前年比営業利益見込み（業種別）： 非製造業で改善大、新型コロナに起因する反動増が牽引

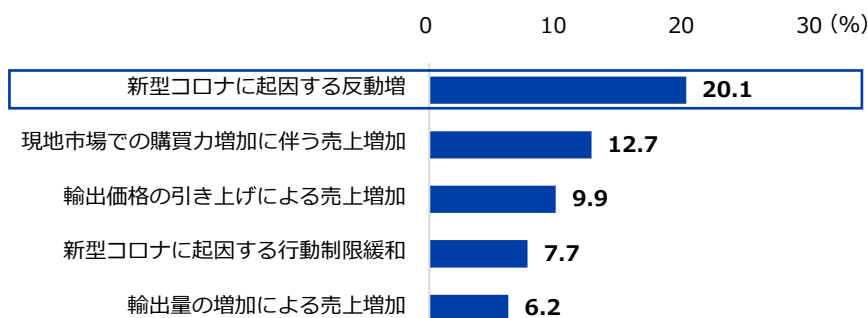
- 営業利益見込みを前年と比べると、「改善」の割合は製造業より非製造業で大きく、製造業ではゴム・窯業・土石（57.9%）、非製造業では旅行・娯楽業（68.8%）で最大。
- 営業利益見込み改善の主因は、「**新型コロナに起因する反動増**」（20.1%）、**悪化の主因**は、「**原材料・部品調達コストの上昇**」（25.3%）がそれぞれ最大。

2021年と比較した営業利益見込みの変化（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

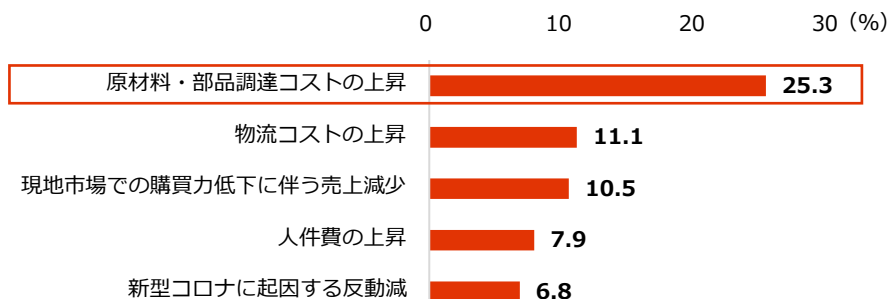
2022年の営業利益見込みが改善する理由（主因）



回答企業数：324社

(注) 上位項目のみ掲載

2022年の営業利益見込みが悪化する理由（主因）



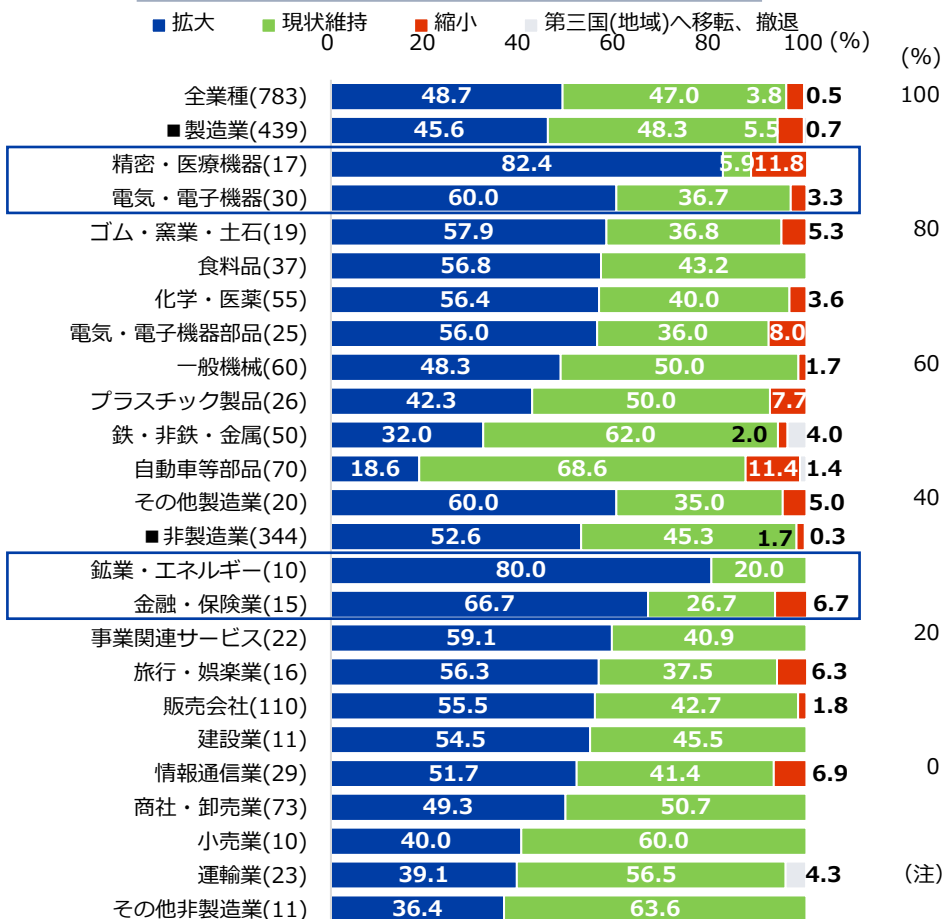
回答企業数：190社

(注) 上位項目のみ掲載

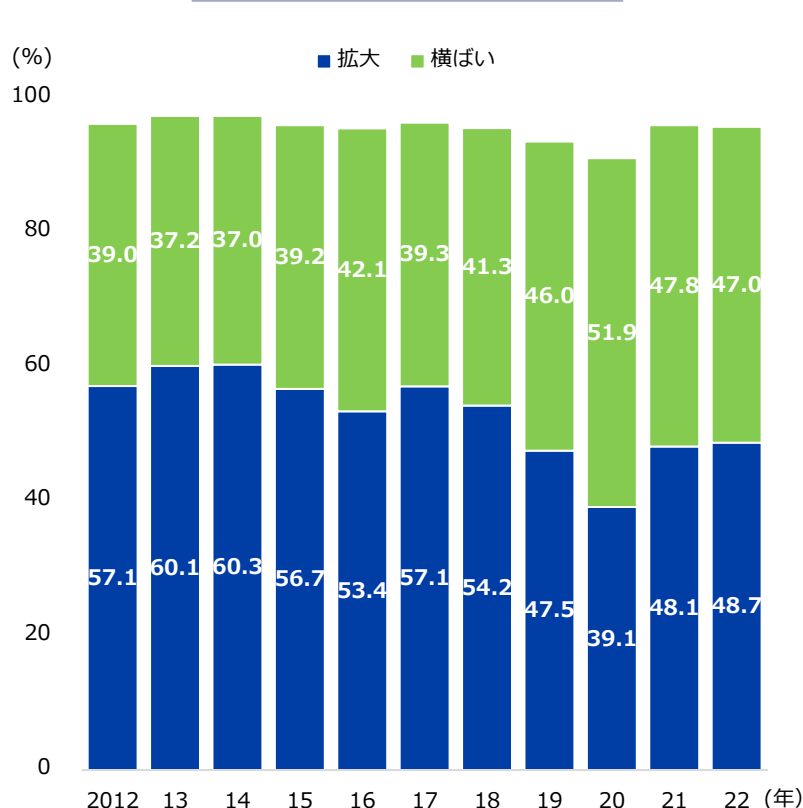
1 今後の事業展開： 事業拡大は5割近くで推移

- 今後1～2年の事業を拡大する企業は前回調査（48.1%）に続き、**5割近く（48.7%）で推移**。
- 業種別にみると、製造業では精密・医療機器（82.4%）や電気・電子機器（60.0%）で、非製造業では鉱業・エネルギー（80.0%）や金融・保険業（66.7%）で「拡大」の比率が高かった。

今後1～2年の事業展開の方向性（業種別）



今後1～2年の事業展開の推移



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

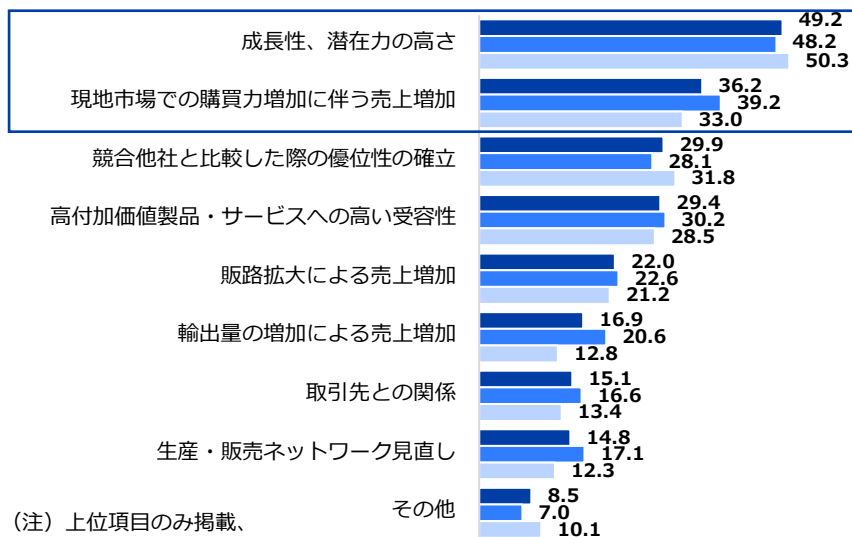
2 事業拡大の理由： 成長性、潜在力の高さが5割弱

- 今後1～2年の事業拡大の主な理由は、**米国市場の「成長性、潜在力の高さ」**が筆頭理由（49.2%）で、「現地市場での購買力増加に伴う売り上げ増加」（36.2%）が続いた。
- 拡大する機能は、「**販売機能**」が6割弱（59.1%）を占め、「生産（高付加価値品）」（37.4%）、「生産（汎用品）」（22.2%）が続いた。

事業拡大の理由（複数回答）

■ 全業種(378) ■ 製造業(199) ■ 非製造業(179)

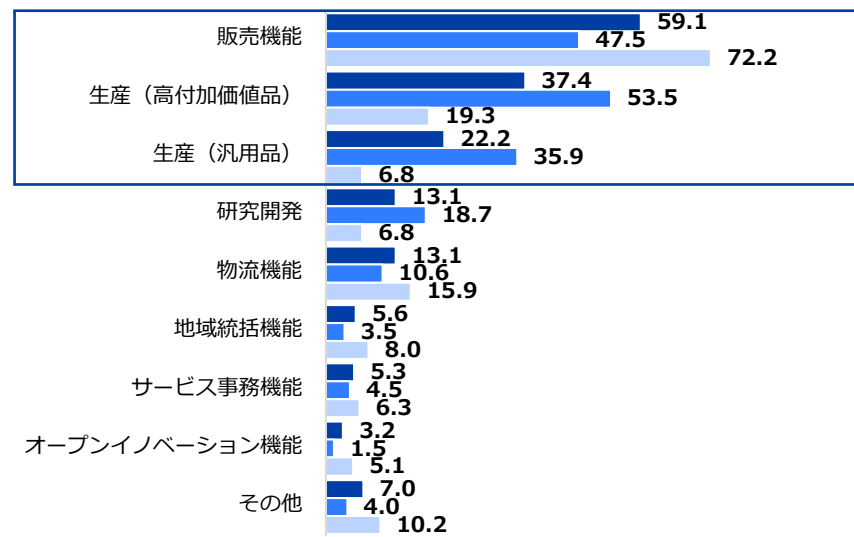
0 10 20 30 40 50 (%)



具体的にどのような機能を拡大するのか（複数回答）

■ 全業種(374) ■ 製造業(198) ■ 非製造業(176)

0 10 20 30 40 50 60 70 80 (%)



(注) 上位項目のみ掲載、
凡例に併記された括弧内の数値は
各産業の有効回答企業数

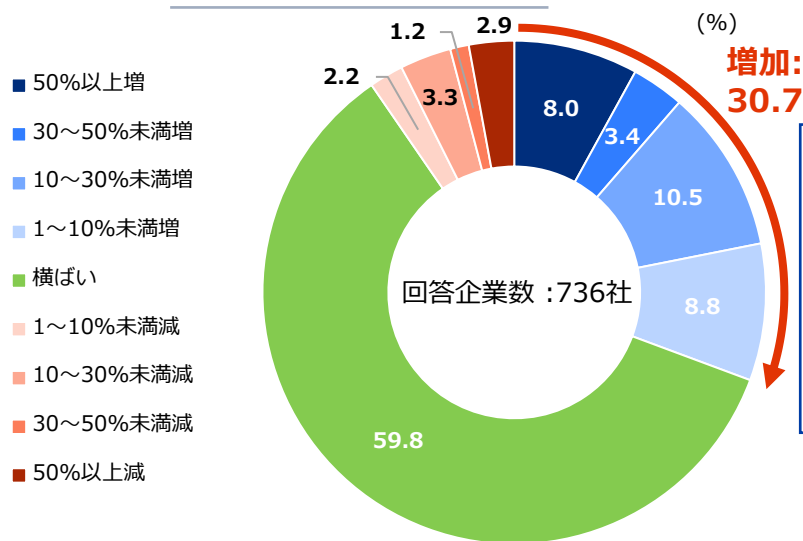
事業拡大の理由「その他」ほかの具体的理由（自由記述）

- **新規顧客販売の増加**【事業関連サービス、自動車等部品】
- **Eコマースの進展**【食料品】
- 各地で**客先の設備投資が増加**【建設業】
- **自動車業界の生産回復**【鉄・非鉄・金属、化学・医薬】
- **制裁関税による中国製品の競争力低下**【化学・医薬】
- **USMCAによる現地調達化**【鉄・非鉄・金属】
- 工場の**生産能力増強**【化学・医薬】
- **IP強化、グループ全体の海外販売強化**【旅行・娯楽業】
- **新製品上市／新規事業の立ち上げ**【ゴム・窯業・土石、自動車等、販売会社】
- グループ企業の**ビジネス拡大**【商社・卸売業】
- **中南米への事業拡大**／拠点確立【販売会社、商社・卸売業】
- **買収による事業拡大**【事業関連サービス、化学・医薬、販売会社、精密・医療機器】
- **円安傾向の為替相場の動向**【一般機械】

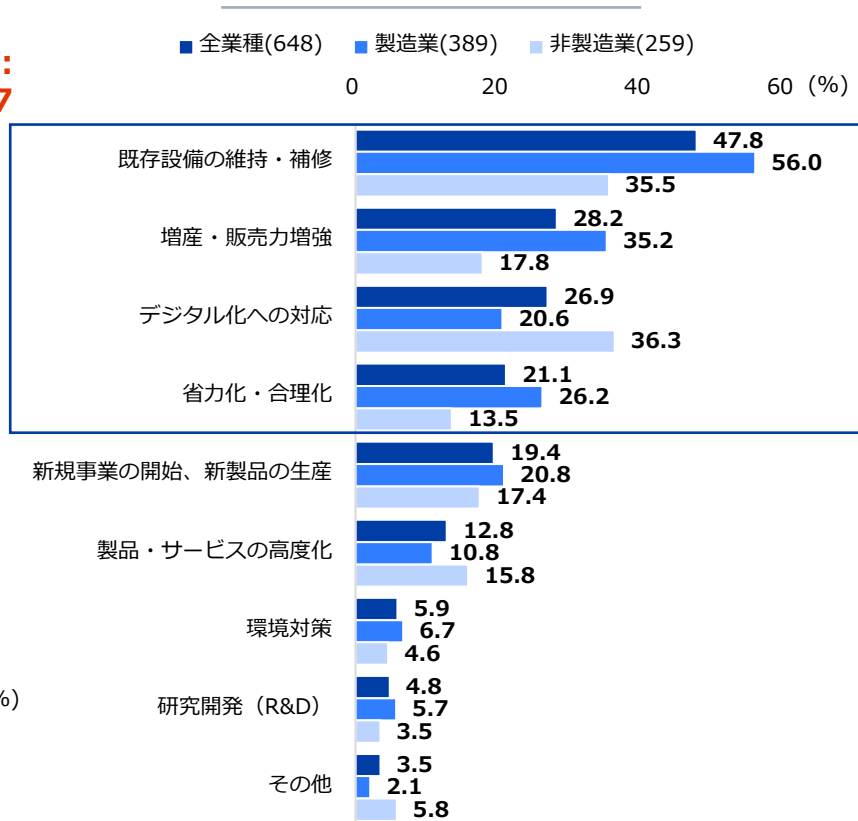
3 設備投資の変化： 前年を上回る企業は約3割

- **2022年の設備投資**は、金額ベースで**前年を上回る企業は30.7%**で、前回調査（27.9%）から2.8ポイント増加。前年を下回る企業は9.6%で、前回（10.5%）から0.9ポイント減少。
- **設備投資の目的**は、「**既存設備の維持・補修**」（47.8%）や、「**増産・販売力増強**」（28.2%）、「**デジタル化への対応**」（26.9%）、「**省力化・合理化**」（21.1%）が上位。

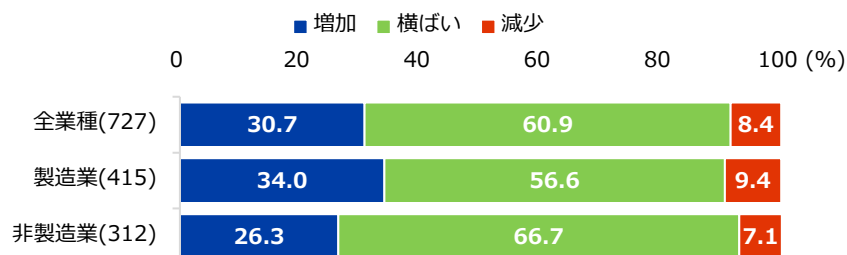
2022年の設備投資の変化



設備投資の目的（複数回答）



2023年以降の設備投資の見込み（産業別）

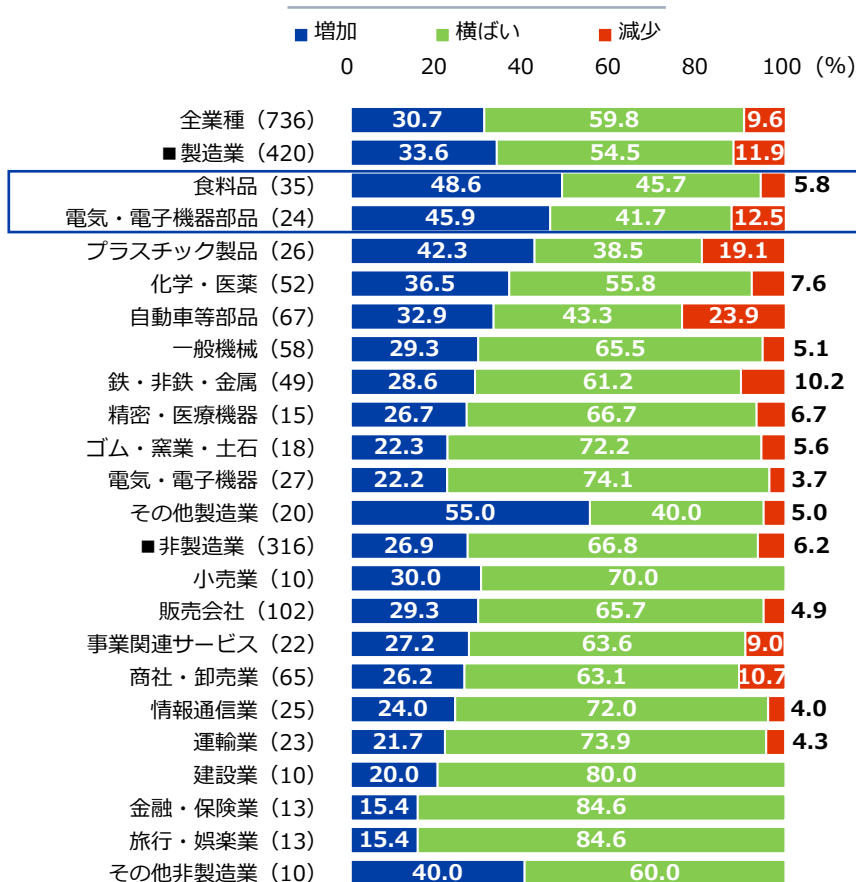


(注) 凡例に併記された括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

4 | 設備投資の変化（業種別）： 「増加」の割合は食料品で半数近くに

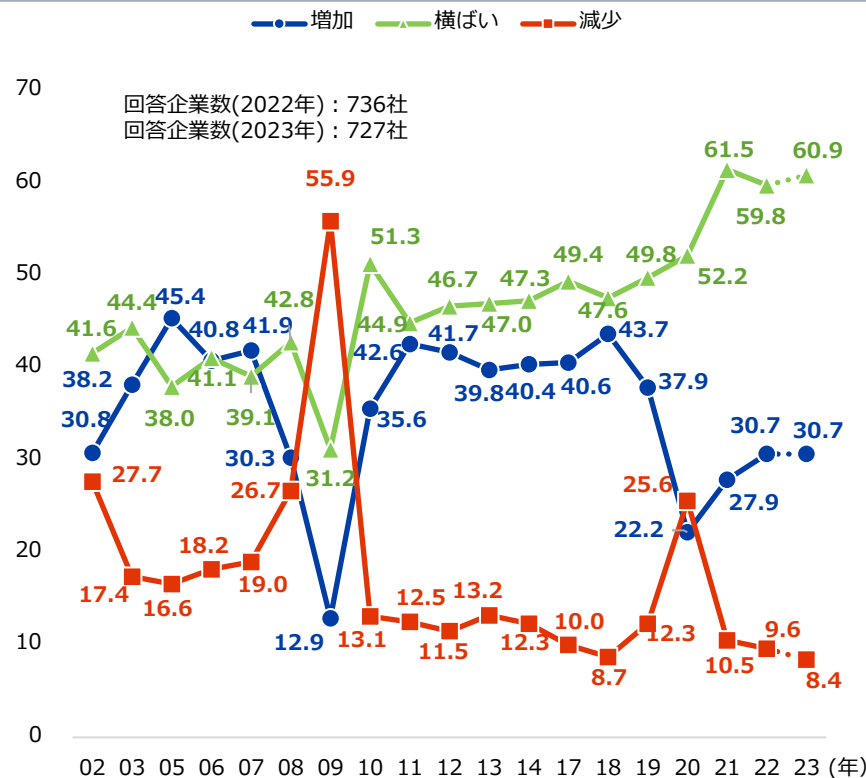
- 2022年の設備投資の変化を業種別で比較すると、**前年から設備投資を「増加」**した割合は、**食料品**（48.6%）や**電気・電子機器部品**（45.9%）などで高かった。
- 前年から設備投資を「増加」した企業の割合は、2020年に2割強（22.2%）に落ち込むも、2022年は30.7%に上昇した。**2023年も30.7%が「増加」を見込む**。

2022年の設備投資の変化



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

前年と比較した設備投資の変化の推移（2002～2023年見込み）



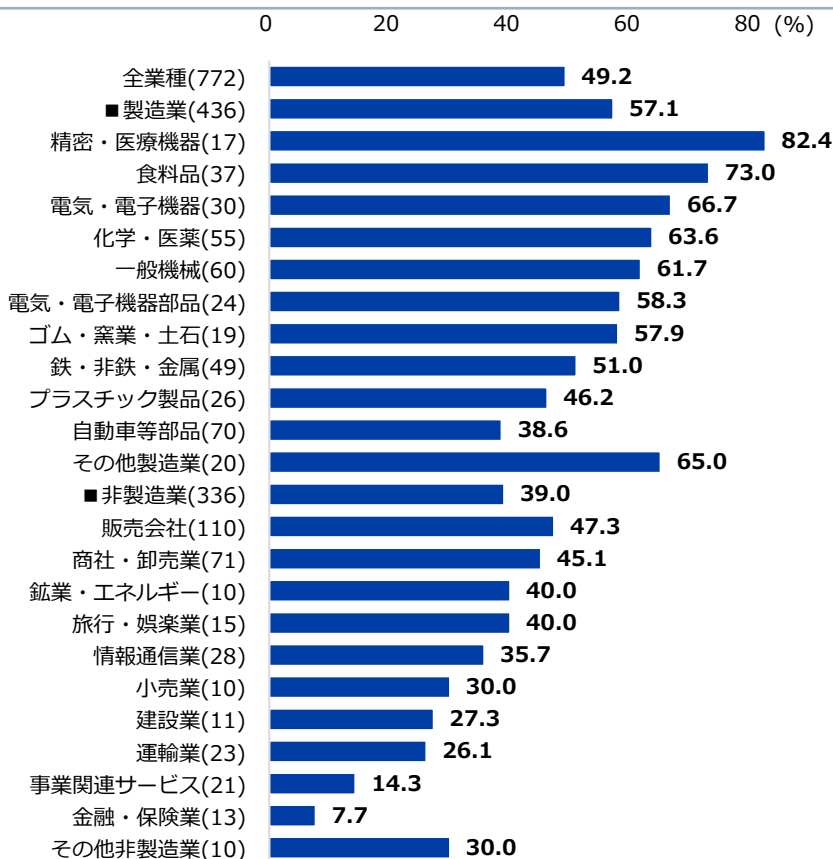
(注) 2004年度は調査を実施せず
2015年度および2016年度は設問に含まれず

（見込み）

5 サプライチェーンの見直し： 今後の見直し予定がある企業は5割台半ば

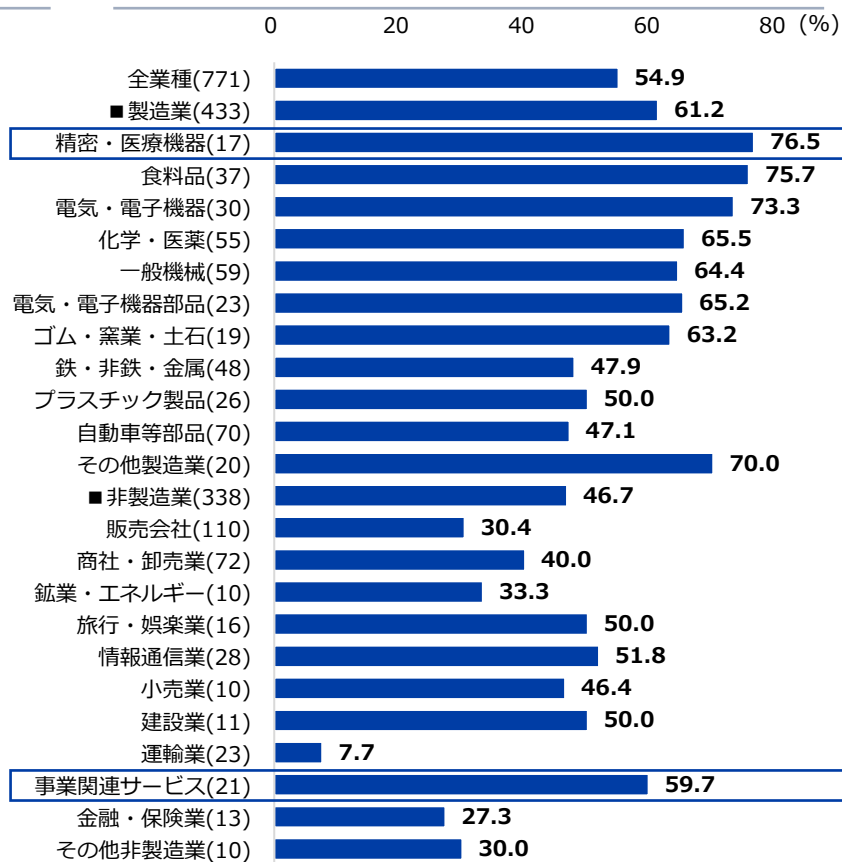
- **新型コロナ禍から2022年後半の調査時点までにサプライチェーン（販売・調達・生産）を見直した企業の割合は5割弱（49.2%）。** **今後の見直し予定がある企業の割合は5割台半ば（54.9%）。**
- 今後見直す予定の企業の割合を業種別にみると、製造業では精密・医療機器（76.5%）で、非製造業では事業関連サービス（59.7%）で高かった。

コロナ禍～調査時点のサプライチェーンの見直し割合（業種別）



(注) 有効回答企業数が10社以上の業種のみ掲載

今後のサプライチェーンの見直し割合（業種別）

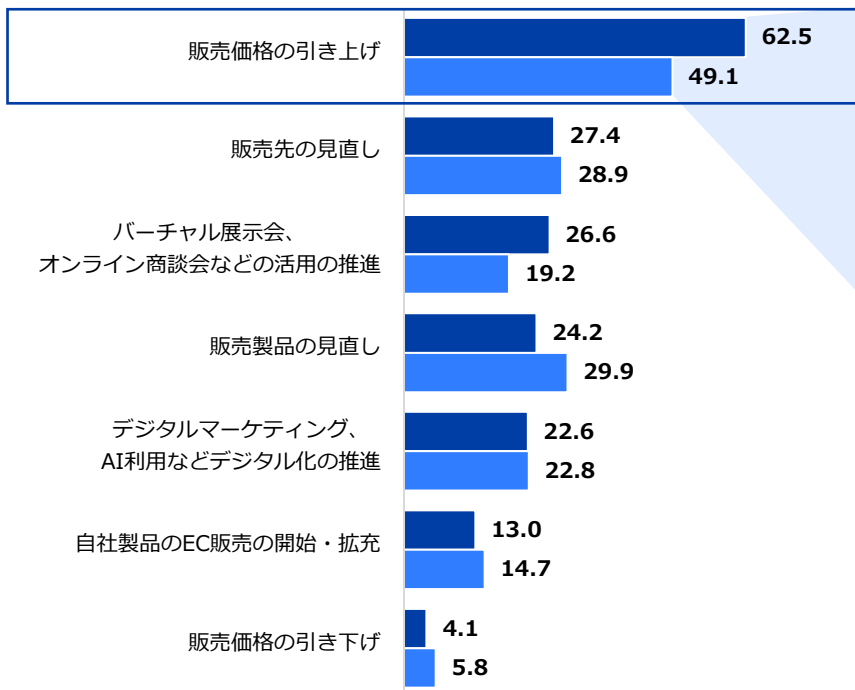


6 | 今後の販売の見直し内容： 「販売価格の引き上げ」が主な見直し内容に

- 新型コロナ禍から2022年後半の調査時点まで、および今後の**販売見直し内容**としては、「**販売価格の引き上げ**」（調査時点まで62.5%、今後49.1%）が最も多く挙げられた。
- 「販売価格の引き上げ」を挙げた割合について業種別にみると、電気・電子機器部品が調査時点まで（92.3%）および今後（69.2%）とも、最も高かった。

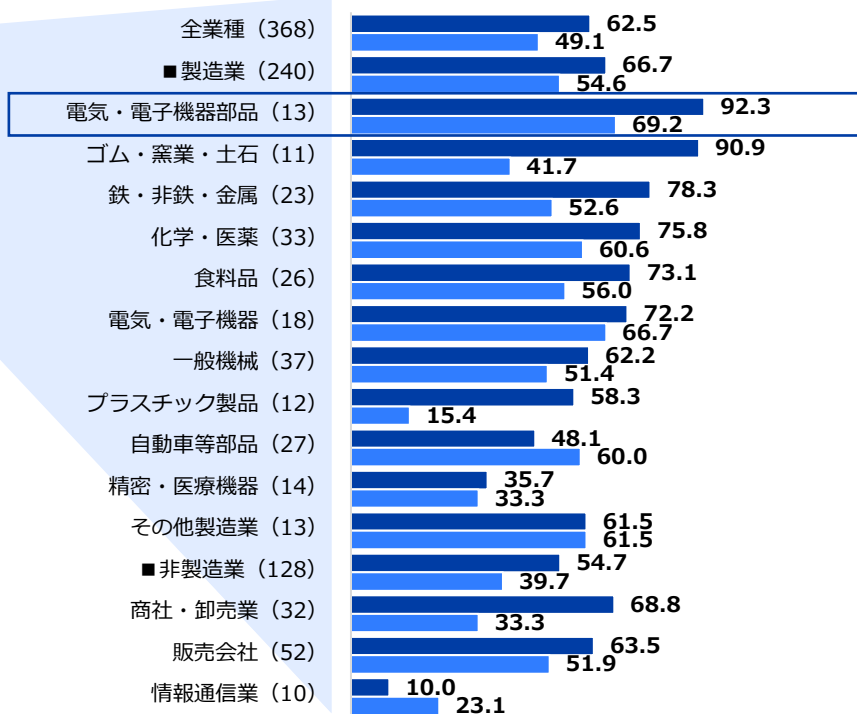
販売の見直し内容（時点別）

■ コロナ禍～調査時点までの見直し内容（368）
■ 今後の販売見直しにおける見直し内容（381）



「販売価格の引き上げ」を挙げた割合（業種別、時点別）

■ コロナ禍～調査時点までの見直し ■ 今後の販売見直し



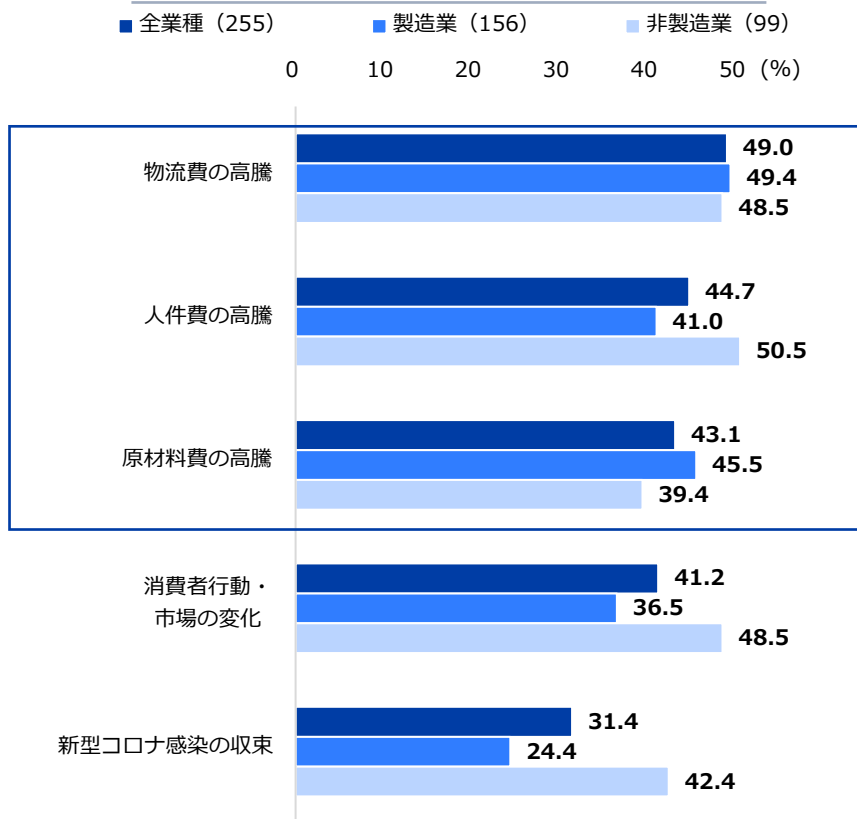
(注) 凡例に併記された括弧内の数値は各時点の有効回答企業数

(注) 有効回答企業数が10社以上の業種のみ掲載

7 今後の販売の見直し理由： 各種費用の高騰が主な見直し理由に

- 今後の販売見直し理由としては、「**物流費の高騰**」（49.0%）が最も多く、「**人件費の高騰**」（44.7%）「**原材料費の高騰**」（43.1%）が続いた。
- 販売見直しの具体的理由としては、「**インフレによる原材料費急騰**」「**原材料供給不安によるスペック変更**」「**新型コロナによる製品需要の減退**」などが挙げられた。

今後の販売見直し理由（複数回答、産業別）



(注) 上位項目のみ抜粋、
凡例に併記された括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

販売見直しの具体的理由（自由記述）

- 販売価格の見直し理由
 - **インフレ**による**原材料費急騰**【繊維・衣服】
 - **原材料価格上昇分の反映**
【その他非製造業、紙・木製品・印刷】
 - **運賃**（物流費）、**人件費上昇分の反映**
【販売会社、自動車等部品、商社・卸売業】
 - **コンテナ海上輸送費の急騰**
【電気・電子機器部品】
- 販売製品の見直し理由
 - **原材料供給不安**による**スペック変更**【食料品】
 - **新型コロナ**による**製品需要の減退**
【商社・卸売業】
 - **原料価格**や**輸送費**、**人件費**、**光熱費**などの**値上がり**
【鉄道・運搬車両等部品】
- 販売先の見直し理由
 - **利益率の重視**と連邦政府の**通商政策への適応**
（中国向け販売の縮小理由）【化学・医薬】
 - **原料の現地調達化拡大**への期待【商社・卸売業】
 - **競合他社の閉鎖**、**再編**【鉄・非鉄・金属】
 - **米現地企業買収**【販売会社】
 - **取引先からの要請**【電気・電子機器部品】

8 | 今後の販売先の変更国・地域： 米国からの変更が主、米国内での変更が4割強

- 今後の販売先の変更対象、変更先はともに**米国が最も多く、米国内での変更は38件と、全ての変更（88件）の4割強（43.2%）**を占めた。
- 米国から変更後の国外販売先としては、メキシコ（5件）やカナダ（2件）などが多かった。

販売先の変更内容（複数回答）

(件)

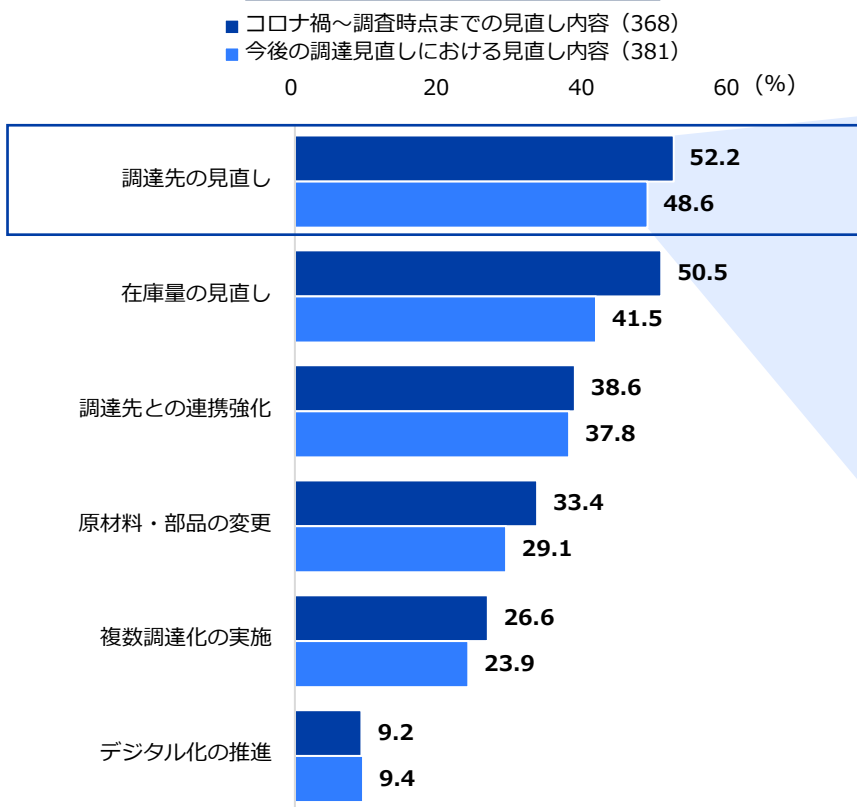
		変更後の販売先								総計	
		米国	メキシコ	メキシコを除く中南米	カナダ	ASEAN	日本	販売打ち切り	その他		未回答
変更前の販売先	米国	38	5	2	2				6	9	62
	メキシコ		2					1		3	6
	日本	1					1			1	3
	中国	1			1	1					3
	欧州	2									2
	新たに販売を開始	2		2		1					5
	その他	2	1			1				3	7
	総計	46	8	4	3	3	1	1	6	16	88

(注) それぞれの変更内容について、5件以上は太字

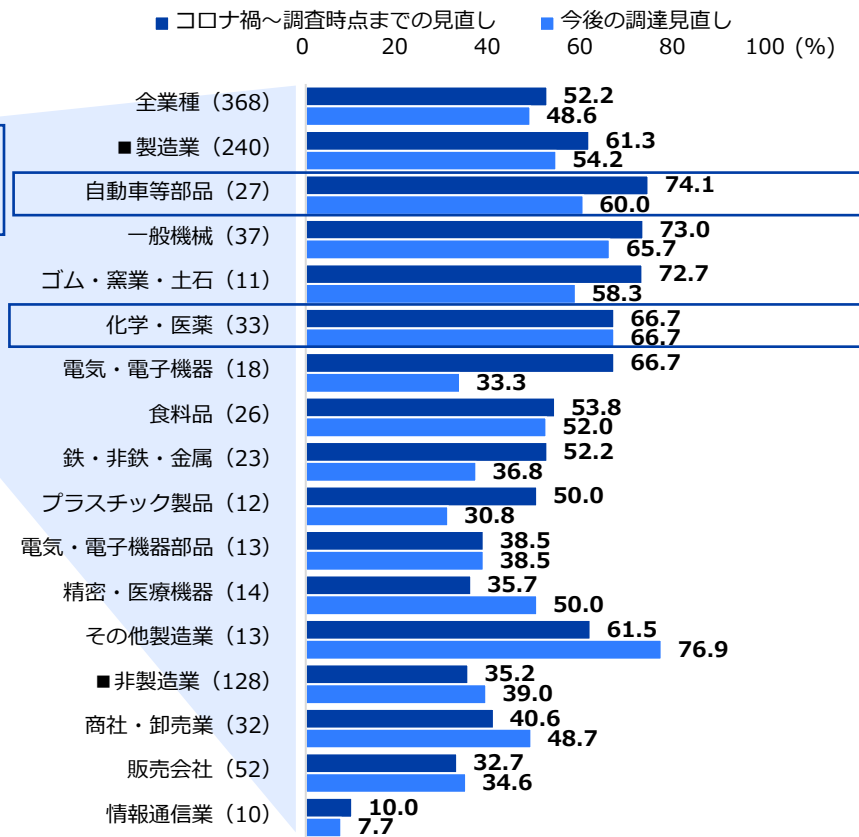
9 | 調達の見直し内容： 「調達先の見直し」が主な見直し内容に

- 新型コロナ禍から2022年後半の調査時点まで、および今後の調達見直し内容としては、「調達先の見直し」（調査時点まで：52.2%、今後：48.6%）が最も多く挙げられた。
- 「調達先の見直し」を挙げた割合について業種別にみると、調査時点まででは自動車等部品（74.1%）が、今後については化学・医薬（66.7%）が特に高かった。

調達の見直し内容（時点別）



「調達先の見直し」を挙げた割合（業種別、時点別）



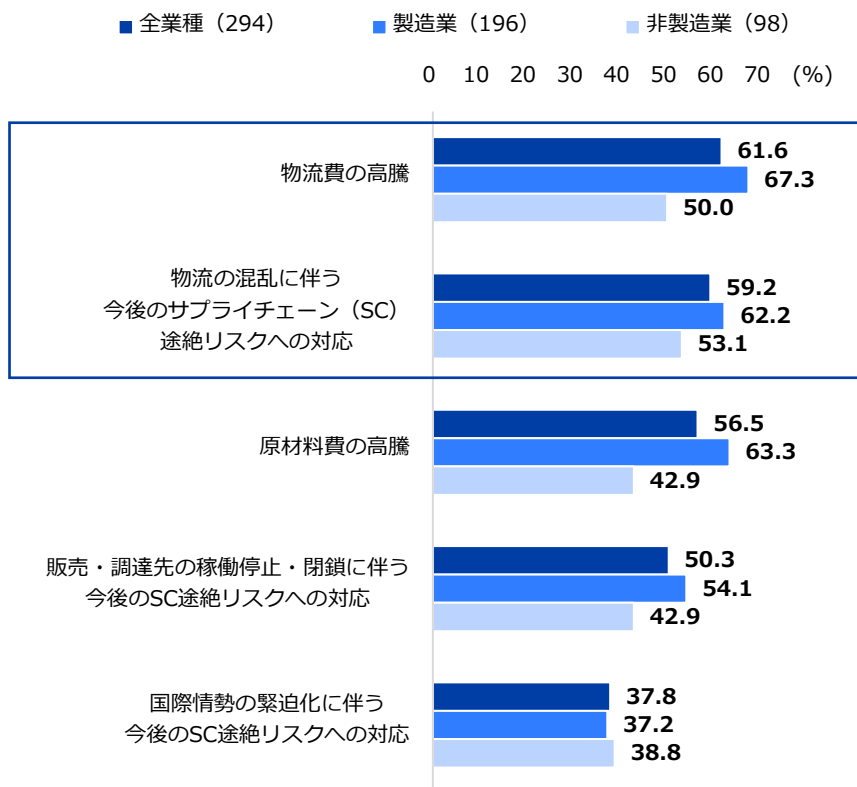
(注) 凡例に併記された括弧内の数値は各時点の有効回答企業数

(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

10 | 今後の調達見直し理由： 物流・原材料費の高騰やリスク対応が主な理由に

- 今後の調達見直し理由としては、**製造業では「物流費の高騰」**（67.3%）が、**非製造業では「物流の混乱に伴う今後のサプライチェーン途絶リスクへの対応」**（53.1%）が最も多く挙げられた。
- 物流費・原材料費の高騰への対応方法としては、「製造拠点に近い場所からの調達」や「納入数分の一括購入」などが挙げられた。

今後の調達見直し理由（複数回答、産業別）



物流費・原材料費の高騰への対応方法（自由記述）

- 物流費の高騰への対応
 - **製造拠点に近い場所からの調達**【その他製造業】
 - 欧州のグループ会社から**米国内の外部会社への調達先変更**【自動車等部品】
 - **サプライヤーの増加**【一般機械】
- 原材料費の高騰への対応
 - 納入数分の**一括購入**【一般機械】

調達見直しの具体的理由（自由記述）

- **材料需要増に伴うサプライチェーン途絶リスクへの対応**【販売会社】
- **条件の良い他社への変更**【不動産・賃貸業】
- 自社保有地への**工場誘致**【商社・卸売業】
- **業界再編に対応した競争力の維持**【事業関連サービス】

(注) 上位項目のみ抜粋、
凡例に併記された括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

11 | 今後の調達先の変更国・地域： 日本・中国から米国・メキシコへのシフトの動き

- 今後調達先を見直す企業の主な変更対象は、**米国**（69件）、**日本**（44件）、**中国**（41件）が上位に挙げられた。**米国内での変更は29件**みられた。
- **日本から米国**への変更（28件）や**中国から米国**への変更（15件）、**中国からメキシコ**への変更（7件）も多く、**製造業を中心に日本・中国から米国・メキシコへの調達先シフトの動きが顕著**にみられた。

調達先の変更内容（複数回答）

(件)

		変更後の調達先										
		米国	日本	メキシコ	ASEAN	中国	メキシコを除く中南米	欧州	韓国	その他	無回答	総計
変更前の調達先	米国	29	11	5	4	1	4	1	2	4	8	69
	日本	28	6	2	4	2		1			1	44
	中国	15	4	7	5	2		1	1	4	2	41
	欧州	6	1			1		1				9
	ASEAN	1	1	3	1					1		7
	メキシコ			1							2	3
	韓国	1	1							1		3
	その他	2	2				1	1		1	3	1
	新たに調達を開始	2										2
	総計	84	26	18	14	6	5	5	3	11	16	188

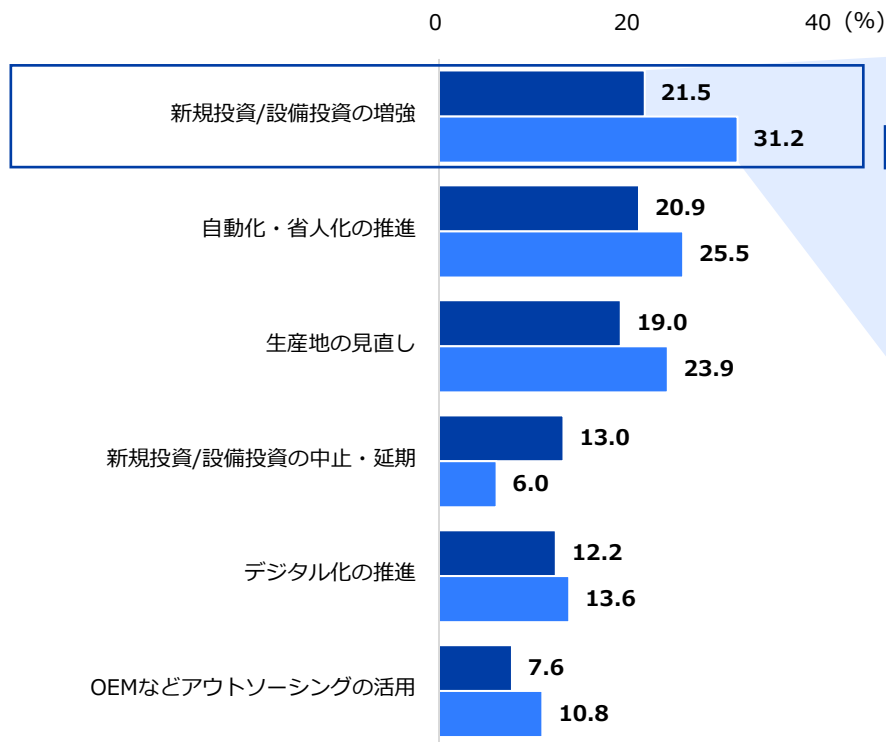
(注) それぞれの変更内容について、5件以上は太字

12 | 生産の見直し内容： 新規投資／設備投資の増強や自動化・省人化が進む

- 新型コロナ禍から2022年後半の調査時点まで、および今後の**生産見直し内容**としては、「**新規投資／設備投資の増強**」（調査時点まで21.5%、今後31.2%）が最も多く挙げられた。
- 「新規投資／設備投資の増強」を挙げた割合について業種別にみると、電気・電子機器部品が調査時点まで（46.2%）および今後（46.2%）とも高かった。

生産の見直し内容（時点別）

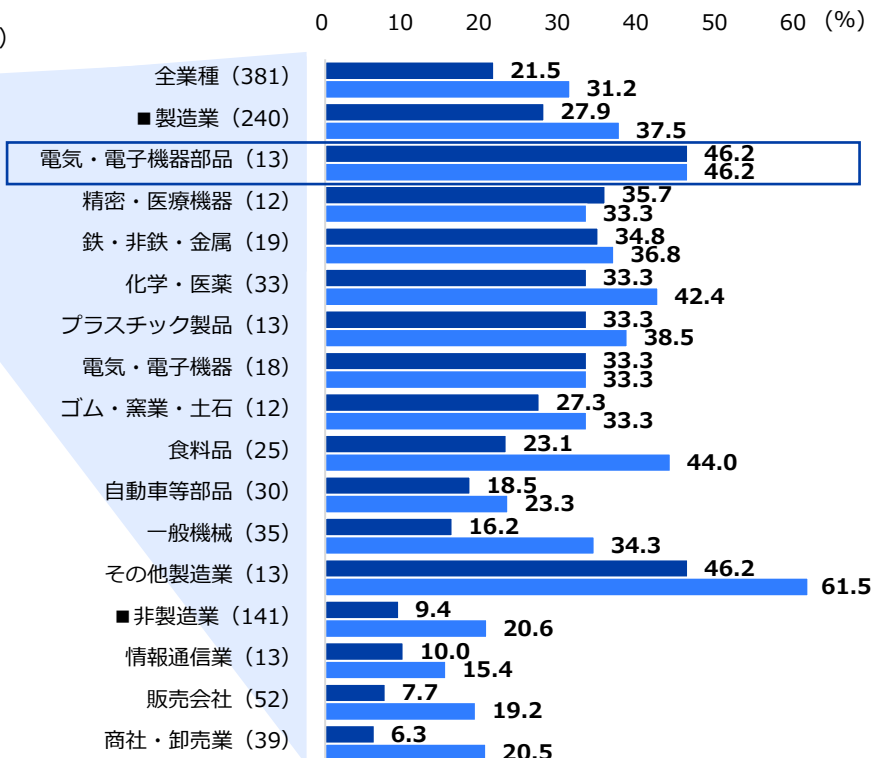
■ コロナ禍～調査時点までの見直し内容（368）
■ 今後の生産見直しにおける見直し内容（381）



(注) 凡例に併記された括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

「新規投資／設備投資の増強」を挙げた割合（業種別、時点別）

■ コロナ禍～調査時点までの見直し ■ 今後の生産見直し



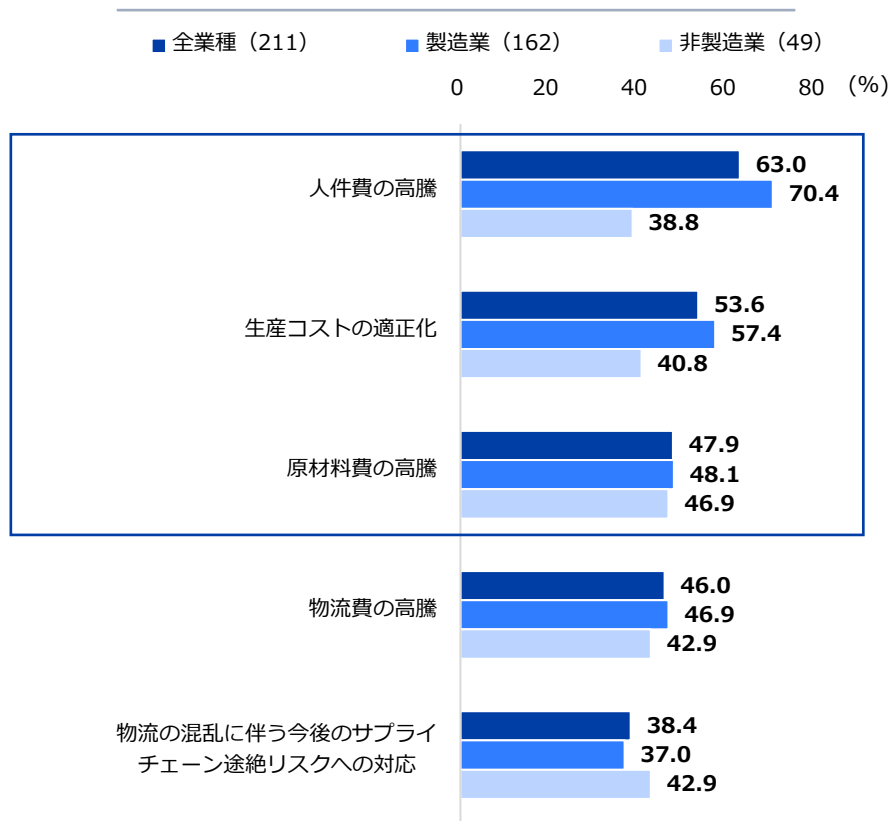
(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

13

今後の生産の見直し理由： コストの上昇は生産の見直しにも波及

- **今後の生産見直し理由**としては「**人件費の高騰**」（63.0%）が最も多く、特に製造業では約7割（70.4%）に上った。「**生産コストの適正化**」（53.6%）「**原材料費の高騰**」（47.9%）が続いた。
- 各種費用高騰への対応方法としては「**一部生産工程の日本への移管**」や「**製品パッケージ簡易化による原材料費削減**」などが挙げられた。

今後の生産の見直し理由（複数回答、産業別）



(注) 上位項目のみ抜粋、
凡例に併記された括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

各種費用の高騰への対応方法（自由記述）

- 全般的な費用高騰への対応
 - ・ 一部生産工程の**日本への移管**【電気・電子機器部品】
- 人件費高騰への対応
 - ・ **機械への自動化**や、人件費の安い**米国外のグループ会社への製造移管**【自動車等部品】
- 原材料費の高騰への対応
 - ・ サプライヤーとの協働での**製品パッケージ簡易化**による**原材料費削減**【自動車等部品】

生産見直しの具体的理由（自由記述）

- **労働市場のタイト化**により採用・雇用維持が困難なため**生産設備の自動化**を進める【化学・医薬】
- 米国の**競争力の見直し**【事業関連サービス】

14 | 今後の生産地の変更国・地域： コスト削減に向けた移転の傾向がみられる

- 今後生産地を見直す企業の主な変更対象としては、**米国**（38件）、**日本**（16件）、**中国**（14件）が多く上がった。**米国からメキシコ**（11件）への変更が最も多く、**次いで米国内**（8件）が多い。
- **変更後の生産地**としては、**米国**（20件）のほか、**ASEAN**（17件）や**メキシコ**（16件）など、コスト削減に向けた移転もみられた。

生産地の変更内容（複数回答）

(件)

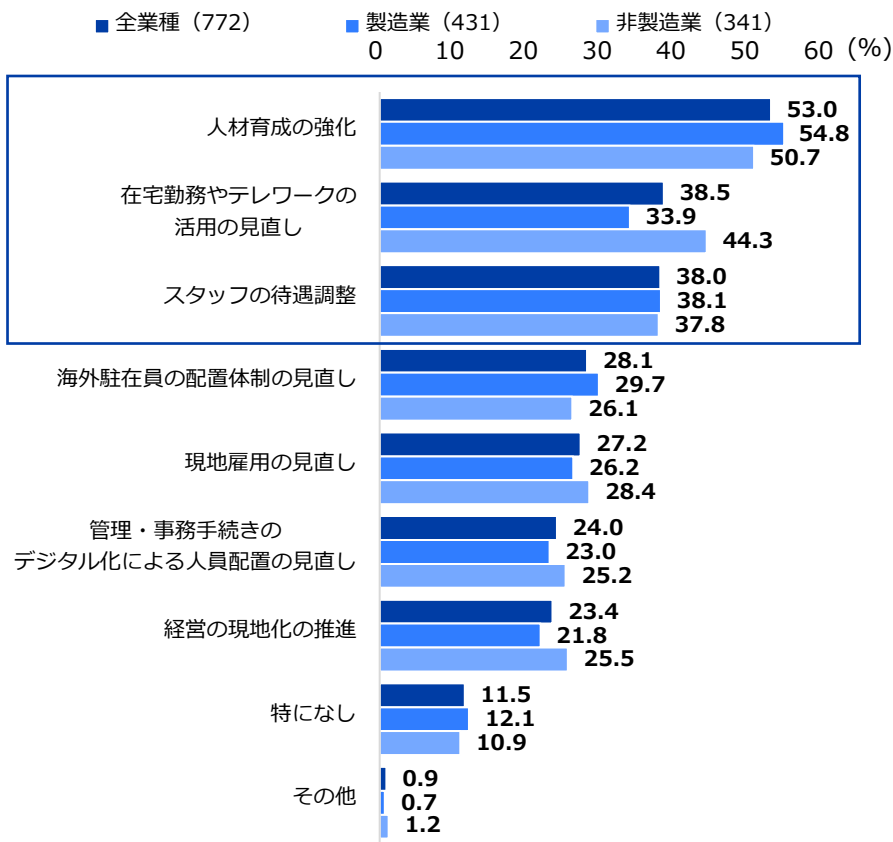
		変更後の生産地							
		米国	ASEAN	メキシコ	日本	メキシコを除く中南米	その他	未回答	総計
変更前の生産地	米国	8	6	11	5	2	4	2	38
	日本	6	4	3			2	1	16
	中国	2	5	2	1		3	1	14
	メキシコ	1	1			1		3	6
	ASEAN	2						1	3
	欧州	1					1		2
	その他		1				1	2	4
	総計	20	17	16	6	3	11	10	83

(注) それぞれの変更内容について、5件以上は太字

15 | 今後の管理・経営体制の見直し： 人材の育成・管理を進める企業が多くみられる

- **今後の管理・経営体制の見直し内容**として、製造業・非製造業ともに「**人材育成の強化**」を挙げる企業が最も多く、いずれも**5割を超えた**（製造業54.8%、非製造業50.7%）。
- 2番目に多い見直し内容は、**製造業では「スタッフの待遇調整」（38.1%）、非製造業では「在宅勤務やテレワークの活用の見直し」（44.3%）**となった。

今後の管理・経営体制の見直し内容（複数回答、産業別）



(注) 凡例に併記された括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

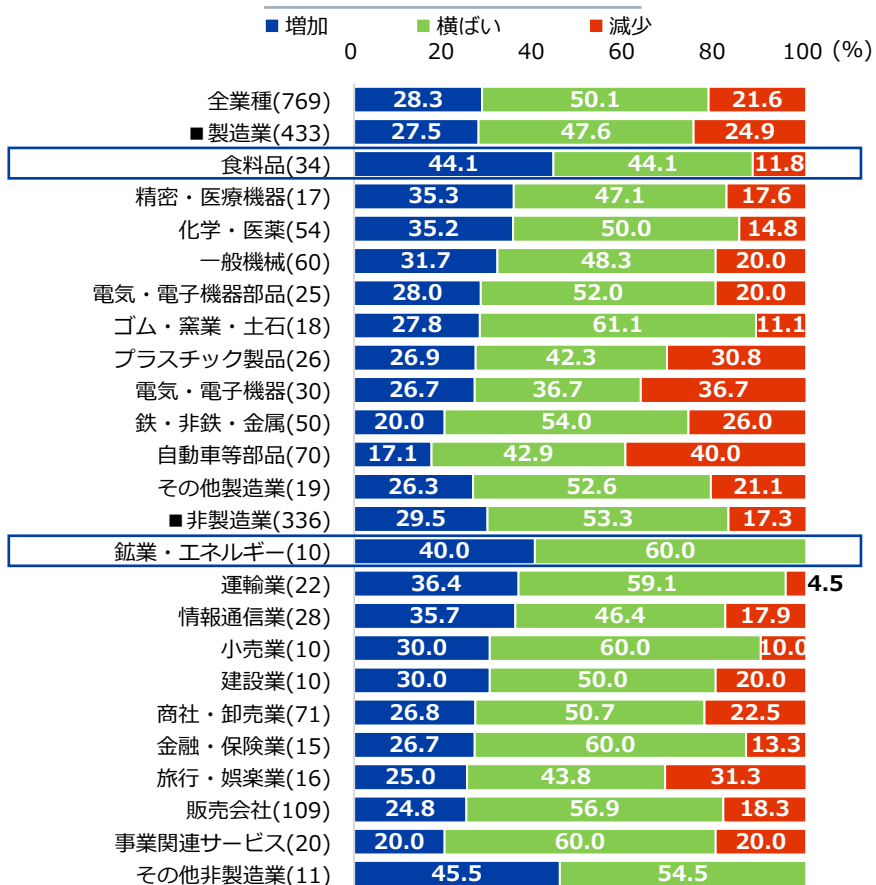
「その他」の具体的理由（自由記述）

- 必要な**人員の採用**および**育成投資**
【精密・医療機器】
- **関連会社から撤退**【販売会社】
- 原料調達コスト増にともなう市場への対応
【その他製造業】
- **採用強化・駐在員増加**【その他製造業】
- **他国拠点との連携強化**【建設業】
- **後継者問題への対応**【商社・卸売業】
- ナショナルスタッフの**人事考課制度整備**による労働意欲と個々のスキル向上【事業関連サービス】

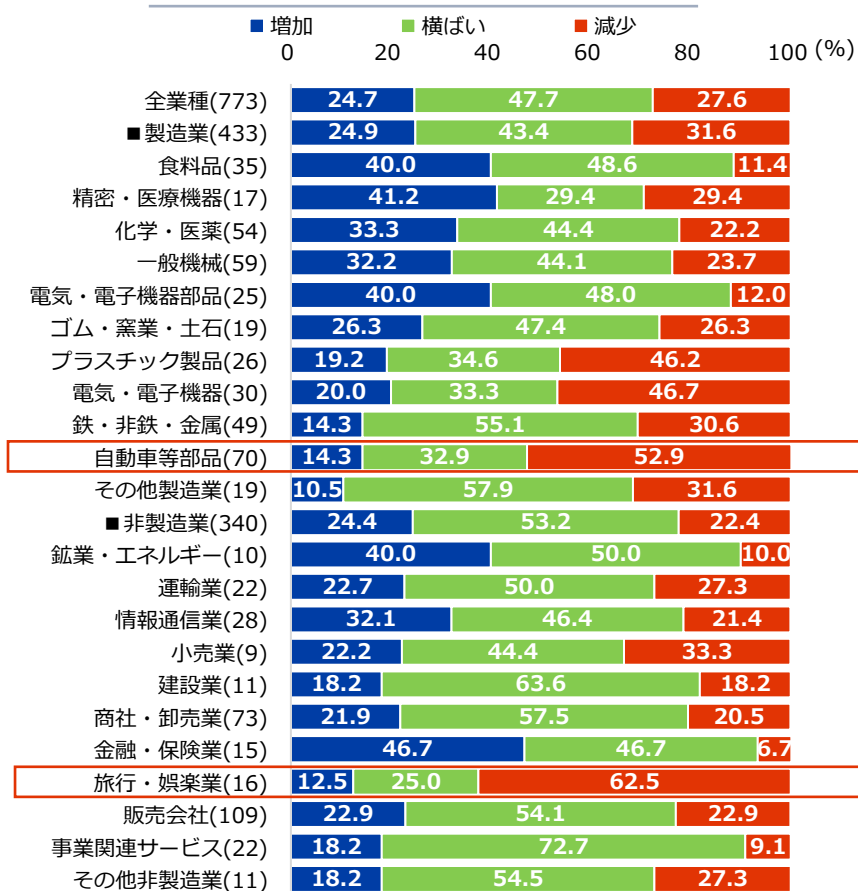
1 現地従業員数の変化（過去1年／新型コロナ禍前比）： コロナ禍前より「減少」が「増加」を上回る

- 過去1年の現地従業員数の変化は「横ばい」が50.1%で、「増加」は28.3%で、「減少」は21.6%だった。「増加」は食料品（44.1%）や鉱業・エネルギー（40.0%）が高かった。
- **新型コロナ禍前からの変化**は「横ばい」が47.7%で、「**減少**」は**27.6%**で「**増加**」は**24.7%**だった。「減少」は旅行・娯楽業（62.5%）や自動車等部品（52.9%）が高かった。

過去1年の変化（業種別）



新型コロナ禍前からの変化（業種別）

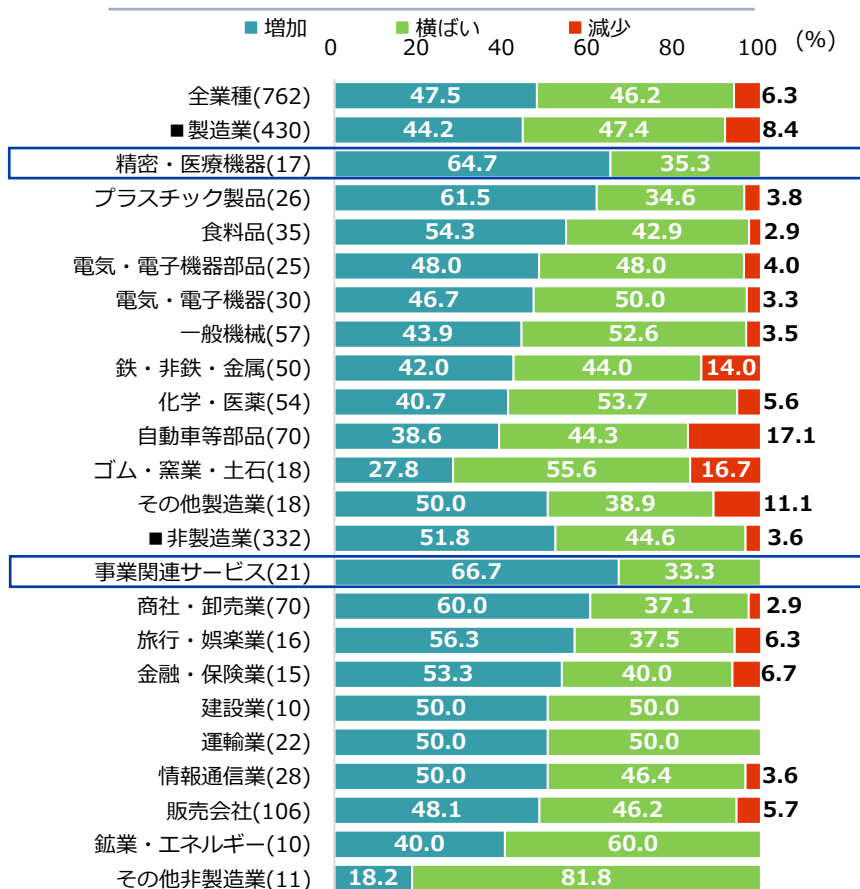


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

2 現地従業員数の変化（今後の予定）： 「増加」は5割近く

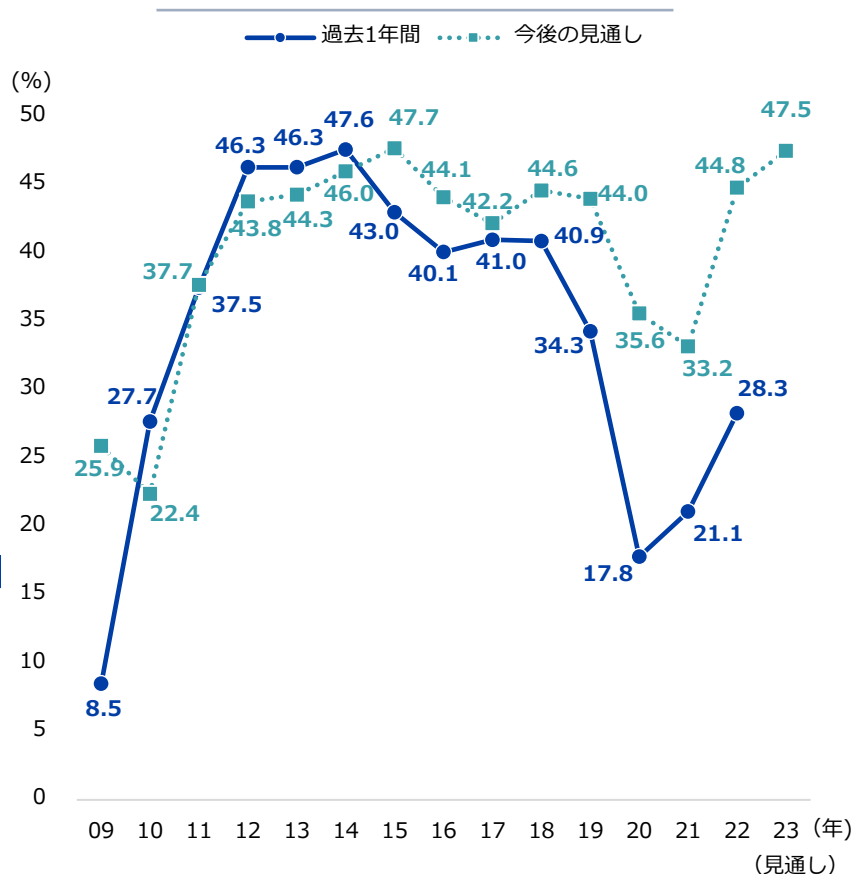
- **今後の予定**について、**現地従業員数を「増加」と回答した企業は47.5%**。業種別では、事業関連サービス（66.7%）や精密・医療機器（64.7%）などで6割超。
- 2019年以降は、現地従業員数の過去1年間の増加の回答割合が、今後の予定の増加割合を大きく下回っており、**労働需給の逼迫**や**新型コロナ**により**雇用拡大を進められていない状況**が浮かび上がる。

現地従業員数の変化（今後の予定、業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

現地従業員数の変化（増加）の推移



(注) 今後の予定は、前年の調査における今後増加予定の企業の割合を記載

3 現地従業員数の変化（増減要因と人材開発のための取り組み事例）：事業拡大や労働市場逼迫が増減の要因に

- **現地従業員数の「増加」理由**としては、**事業拡大**や**生産増加**などが挙げられた。一方**「減少」理由**としては、**労働市場の逼迫による退社の増加**と**雇用難**、**ライフスタイルの変化**などが挙げられた。
- 人材開発のための取り組み事例としては、研修や勉強会の実施、社外教育受講への補助のほか、人材引き留めのための待遇改善や現地従業員の幹部層への登用活発化なども挙げられた。

現地従業員数「増加」の要因（自由記述）

- **事業拡大**【電気・電子機器、一般機械、販売会社など】
- **生産増加**【一般機械、情報通信業、化学・医薬など】
- **業務の増加**【自動車等、自動車等部品、販売会社など】
- **平均賃金上昇**による**離職率増加を見据えた対応**【情報通信業】
- **市場拡大**や**売り手市場**を見込んだ**待遇の見直し**【販売会社】

現地従業員数「減少」の要因（自由記述）

- **生産地の移管**や**不採算工場の縮小**を新型コロナ禍前から進めていたため【自動車等部品】
- 好待遇を求めての**退社の増加**【鉄・非鉄・金属】
- 市場より**低い給与水準**による**離職**【繊維・衣服】
- **固定費削減**【一般機械】
- **生産移管**に伴う**人員削減**【ゴム・窯業・土石】
- **雇用難**【自動車等、ゴム・窯業・土石】
- **労働市場の逼迫**【自動車等部品、販売会社、商社・卸売業など】
- **ライフスタイル意識の変化**【電気・電子機器】

人材開発のための取り組み事例（自由記述）

<日本本社への派遣>

- **日本での研修、人材育成プログラムの再開**。海外採用社員の日本採用（中途）制度の検討【運輸業】
- **日本本社での派遣研修**、社外教育受講への補助【化学・医薬】

<オンライン研修の活用>

- **動画、オンライントレーニング**の活用。他拠点への出張トレーニングの実施【自動車等部品】
- **通信教育補助、E-ラーニングプログラム**【販売会社】

<研修や勉強会の実施>

- 新規採用者に対する**安全教育**、オペレーションに関わる教育の実践・マネジメント層への目標設定の導入【鉄・非鉄・金属】
- 社内外の講師による**勉強会の実施**【情報通信業】
- **外部専門人材**による役職に応じた**人事トレーニング**、**部署間異動による経験多様化プログラム**【商社・卸売業】
- **経営理念の共有**、**異文化理解**、**コーチングマインドの醸成**【鉱業・エネルギー】
- **経営方針の共有**、**目標管理制度**と定期的なコミュニケーション【電気・電子機器】

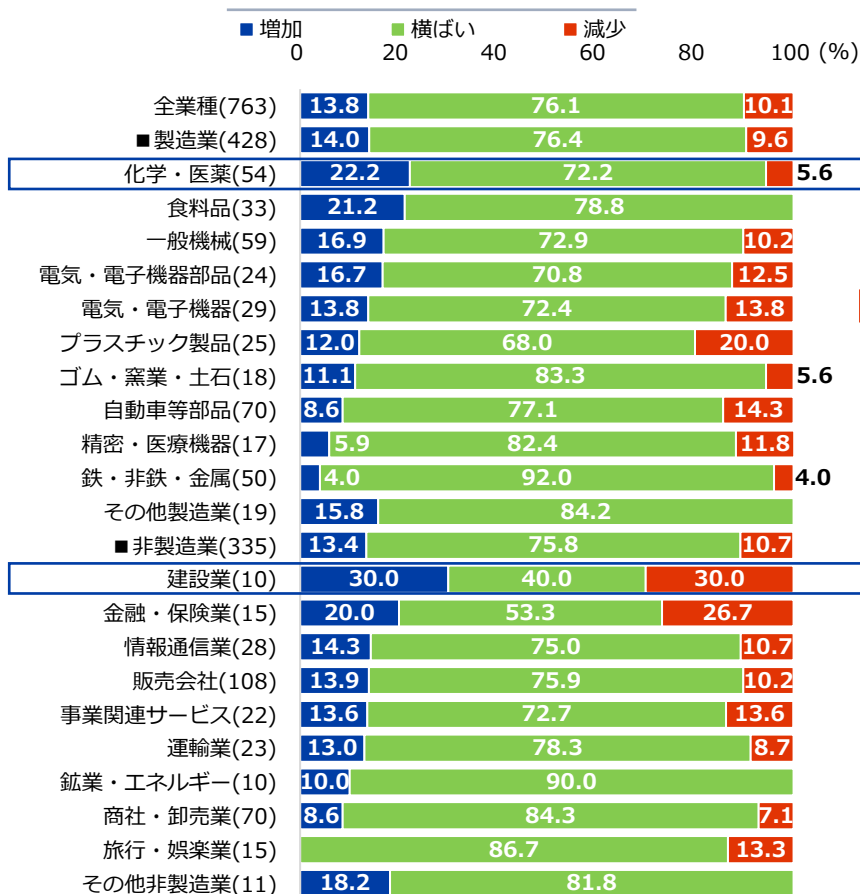
<待遇改善・現地職員の登用、その他>

- **現地従業員**の幹部層への**登用活発化**【情報通信業】
- **待遇改善**による**モチベーション向上**および**離職率の改善**【旅行・娯楽業】
- 大学との連携による**講座の開設**と有望な**新卒者採用**の促進【一般機械】

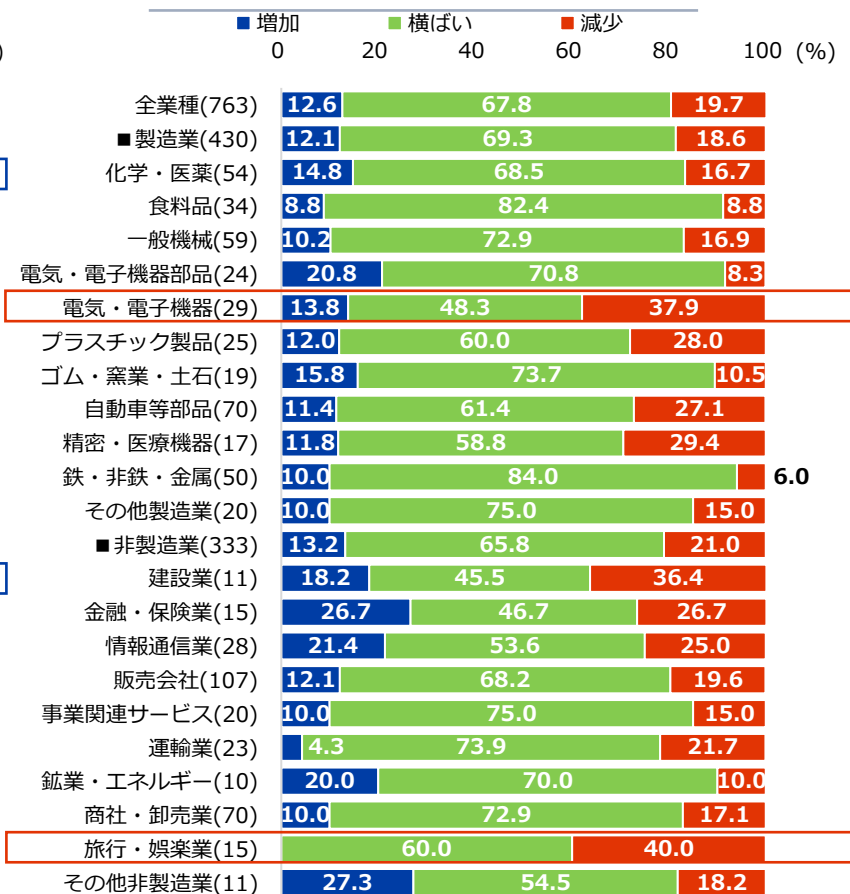
4 | 日本からの派遣者数の変化（過去1年／新型コロナ禍前比）： コロナ禍前より「減少」が「増加」を上回る

- 過去1年間の日本からの派遣者数の変化は「横ばい」が76.1%で、「増加」は13.8%、「減少」は10.1%だった。「増加」は建設業（30.0%）や化学・医薬（22.2%）などで高かった。
- **新型コロナ禍前からの変化**は、「横ばい」が67.8%で、「**減少**」は**19.7%**、「**増加**」は**12.6%**だった。「減少」は旅行・娯楽業（40.0%）や電気・電子機器（37.9%）で高かった。

過去1年間の変化（業種別）



新型コロナ禍前からの変化（業種別）

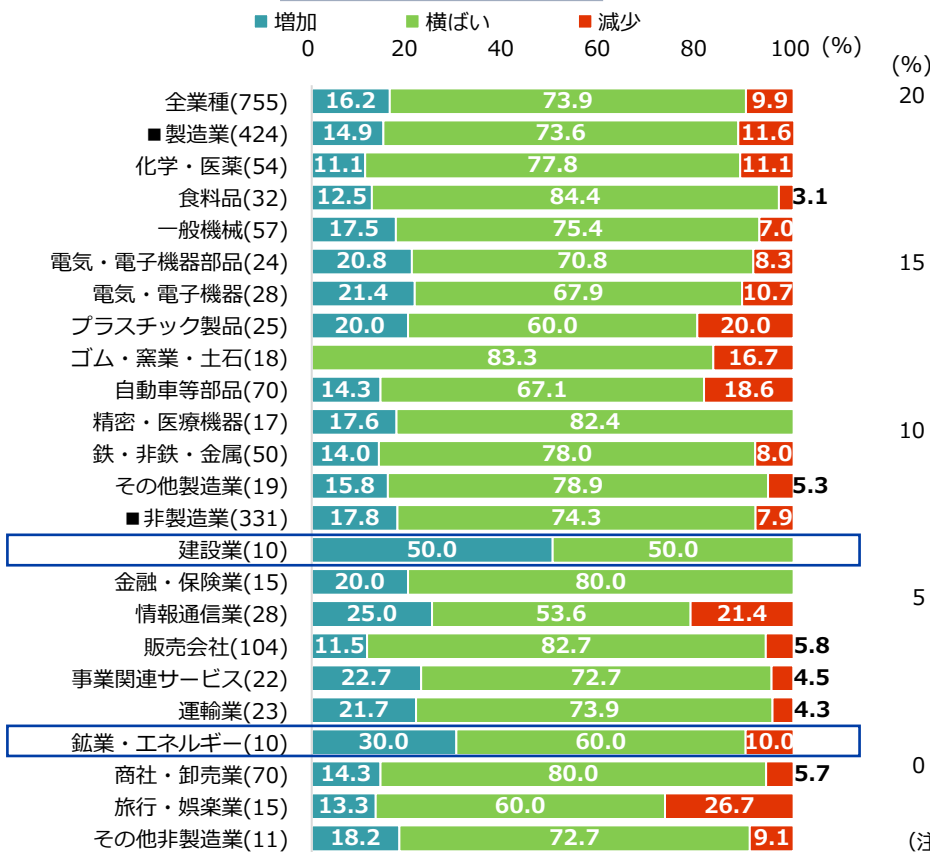


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

5 | 日本からの派遣者数の変化（今後の予定）： 「増加」は2割近く、「減少」は1割弱

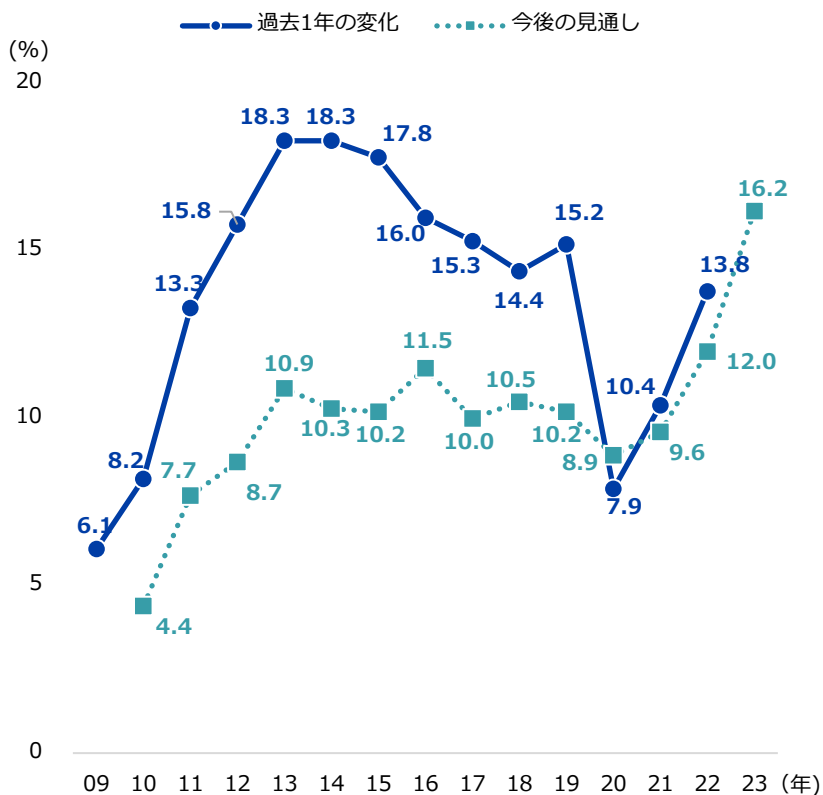
- **今後の予定**については、「増加」と回答した企業は**16.2%**。業種別では、建設業（50.0%）や鉱業・エネルギー（30.0%）で高かった。「減少」は9.9%だった。
- 過去1年間の増加の回答割合は、今後の予定の増加割合を上回ってきた。**新型コロナにより2020年は増加の割合は1桁台に減少**したが、**2021年以降は再び増加傾向**にある。

今後の予定（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

日本からの派遣者数の変化（増加）の推移



(注) 今後の予定は、前年の調査における今後増加予定の企業の割合を記載 (見直し)

6 | 日本からの派遣者数の変化（増減要因）： 現地化推進が増加要因に挙がるも、現地採用苦戦の声も

- **日本からの派遣者数「増加」の要因**としては、**新規事業の立ち上げ**や**生産能力の拡大**といったポジティブな要因のみならず、**現地従業員採用の苦戦**など、**雇用環境に起因**するものも挙げられた。
- 「減少」の要因としては、事業の縮小や現地化の推進、リモートでの対応が可能になったことによる必要性の減少などが挙げられた。

日本からの派遣者数「増加」の要因

- **新規事業**の立ち上げ、**大型案件**の獲得
【食料品、情報通信業】
- **生産拡大・業務拡大**などによる**技術者派遣**
【販売会社、一般機械、プラスチック製品】
- **研究開発拠点拡大**による**研究者派遣**【一般機械】
- **生産性改善**とそのための**指導**
【鉄・非鉄・金属、自動車等部品】
- **マネジメント強化**【情報通信業】
- **体制・社内組織力の増強**【一般機械】
- **本社若手職員の海外経験**【精密・医療機器】
- **ビザ要件の緩和**【商社・卸売業】
- **現地従業員採用の苦戦**や**相次ぐ退職の補填**
【販売会社、情報通信業、自動車等部品】

日本からの派遣者数「横ばい」の要因

- **機能・管理体制の現状維持**【自動車等部品、販売会社、電気・電子機器、不動産・賃貸業など】
- 特定数で固定し運営可能であるため
【精密・医療機器、食料品、商社・卸売業】
- 派遣希望者を見つけにくい
【情報通信業、鉄・非鉄・金属】
- **現地採用職員による経営体制強化**【金融・保険業】

日本からの派遣者数「減少」の要因

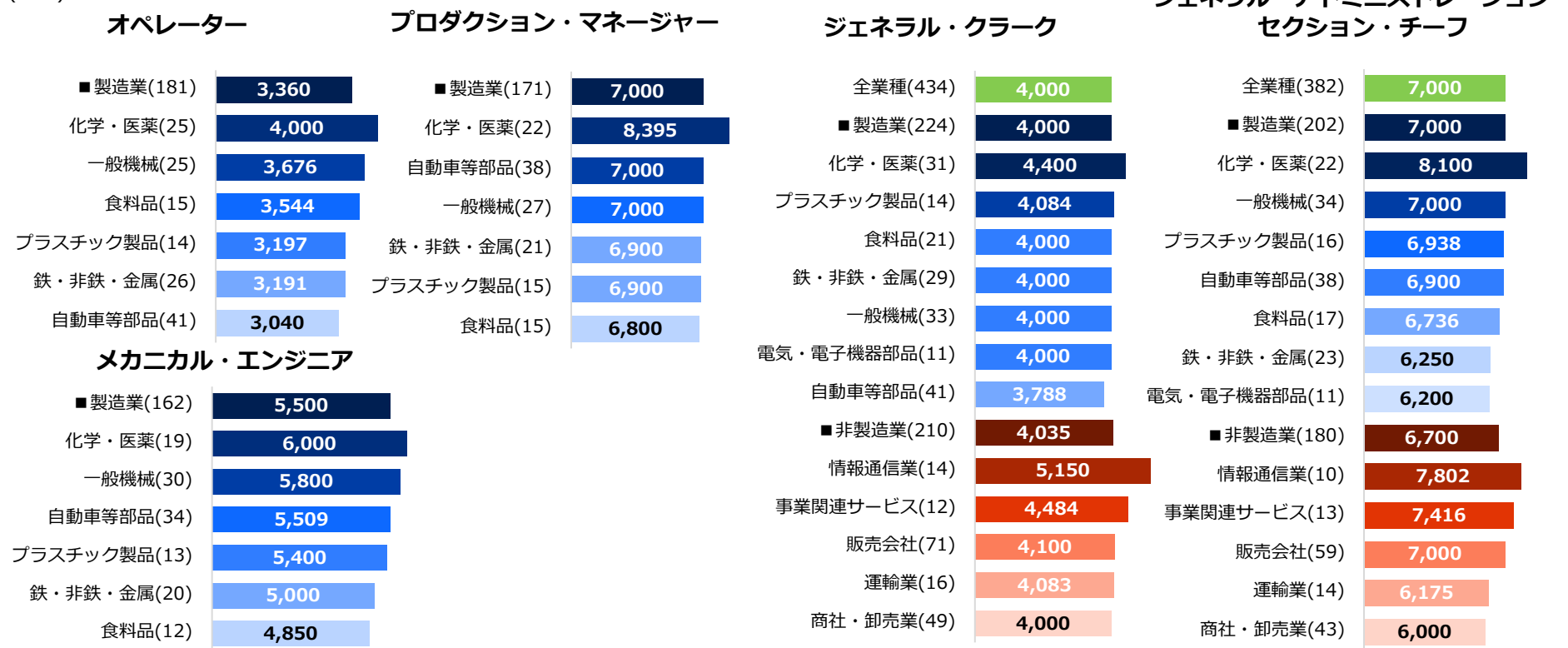
- ＜新型コロナウイルスの感染拡大に伴う影響＞
- **新型コロナ感染拡大**に伴う**帰国**【一般機械】
- **リモートでの対応**が可能となったため
【商社・卸売業】
- ＜事業縮小、現地化推進、事業・経営見直し＞
- **人員配置の見直し**【繊維・衣服、建設業】
- **売上減少、事業縮小**
【電気・電子機器、自動車等部品、販売会社】
- 自社部品**販売先における商品生産台数減少**
【自動車等部品】
- **支店・事務所の統合・閉鎖**
【事業関連サービス、情報通信業、商社・卸売業】
- **現地化**の推進
【一般機械、自動車等部品、情報通信業】
- **他拠点へのシフト**【販売会社】
- **工場安定稼働**による**技術者帰任**【プラスチック製品】
- ＜派遣者後任の不在＞
- **派遣者の帰任**【販売会社】
- 任期満了者の**後任不在**【自動車等部品】
- ＜その他＞
- **人件費の高騰**【情報通信業】

7 | 賃金（基本給月額）： 職種別中央値は最大7,000ドル、22年度昇給率は4%

- **工場などの職種別の中央値**は、オペレーター（前年3,110ドル）、メカニカル・エンジニア（同5,000ドル）、プロダクション・マネージャー（同6,725ドル）の**いずれも前年から増加**。
- 事務職の中央値は、ジェネラル・クラークで横ばい（同4,000ドル）だが、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（同6,500ドル）で増加。**昇給率中央値は22年度4.0%、23年度3.5%の見通し**。

賃金（基本給月額）中央値（職種別、業種別）

(ドル)



(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答

(注2) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

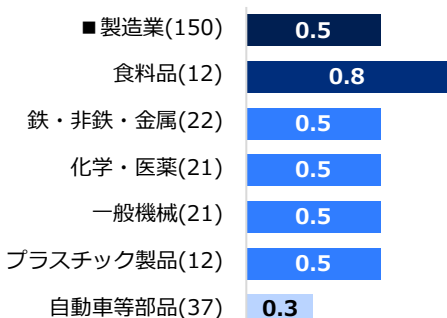
8 | 賃金（年間賞与）： 職種別中央値は0.5～1.0カ月、工場職種で増加

- **工場などの職種別の中央値**は、オペレーター（前年0.2カ月）、メカニカル・エンジニア（同0.5カ月）、プロダクション・マネージャー（同0.6月）といずれも前年から増加。
- **事務職の中央値**は、ジェネラル・クラーク（同1.0カ月）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（同1.0カ月）ともに横ばい。

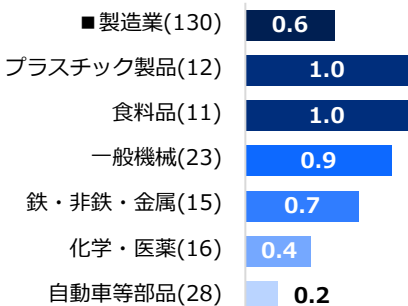
(カ月)

賃金（年間賞与）中央値（職種別、業種別）

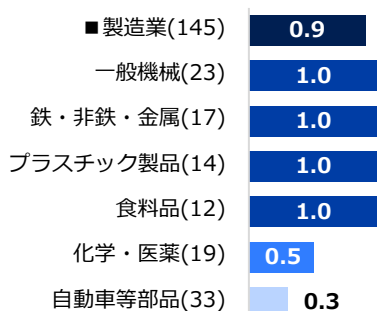
オペレーター



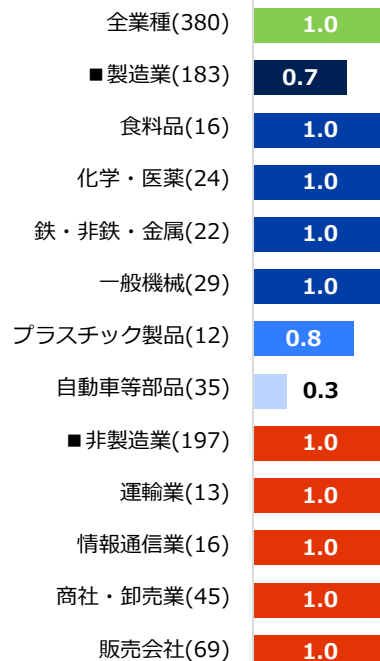
メカニカル・エンジニア



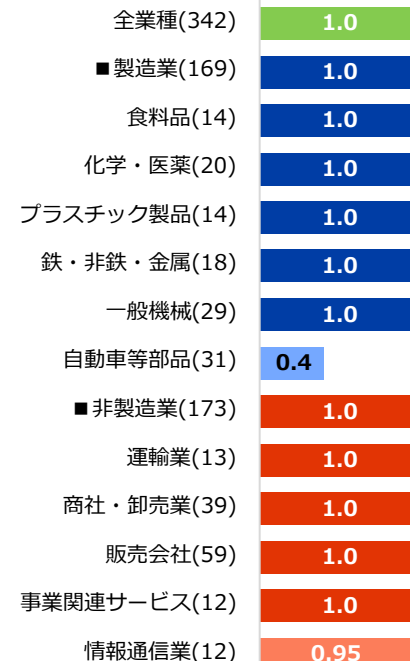
プロダクション・マネージャー



ジェネラル・クラーク



ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ



(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答

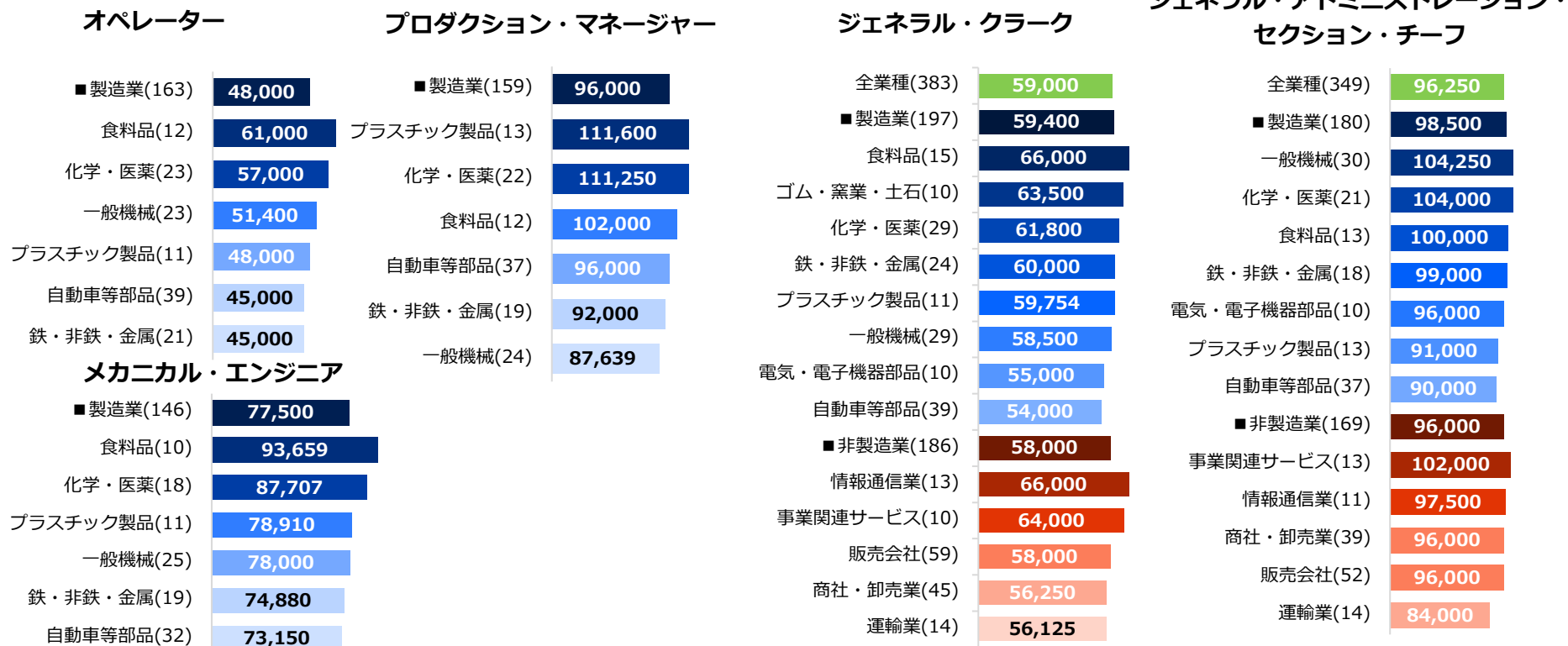
(注2) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

9 | 賃金（年間実負担額）： 職種別中央値は4万8,000～9万6,250ドル、負担増加

- **工場などの職種別の中央値**は、オペレーター（前年4万5,000ドル）、メカニカル・エンジニア（同7万5,000ドル）、プロダクション・マネージャー（同9万500ドル）の**いずれも前年から増加**。
- **事務職の中央値**も、ジェネラル・クラーク（同5万5,000ドル）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（同9万ドル）とも**前年から増加**。

(ドル)

賃金（年間実負担額）中央値（職種別、業種別）



(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答

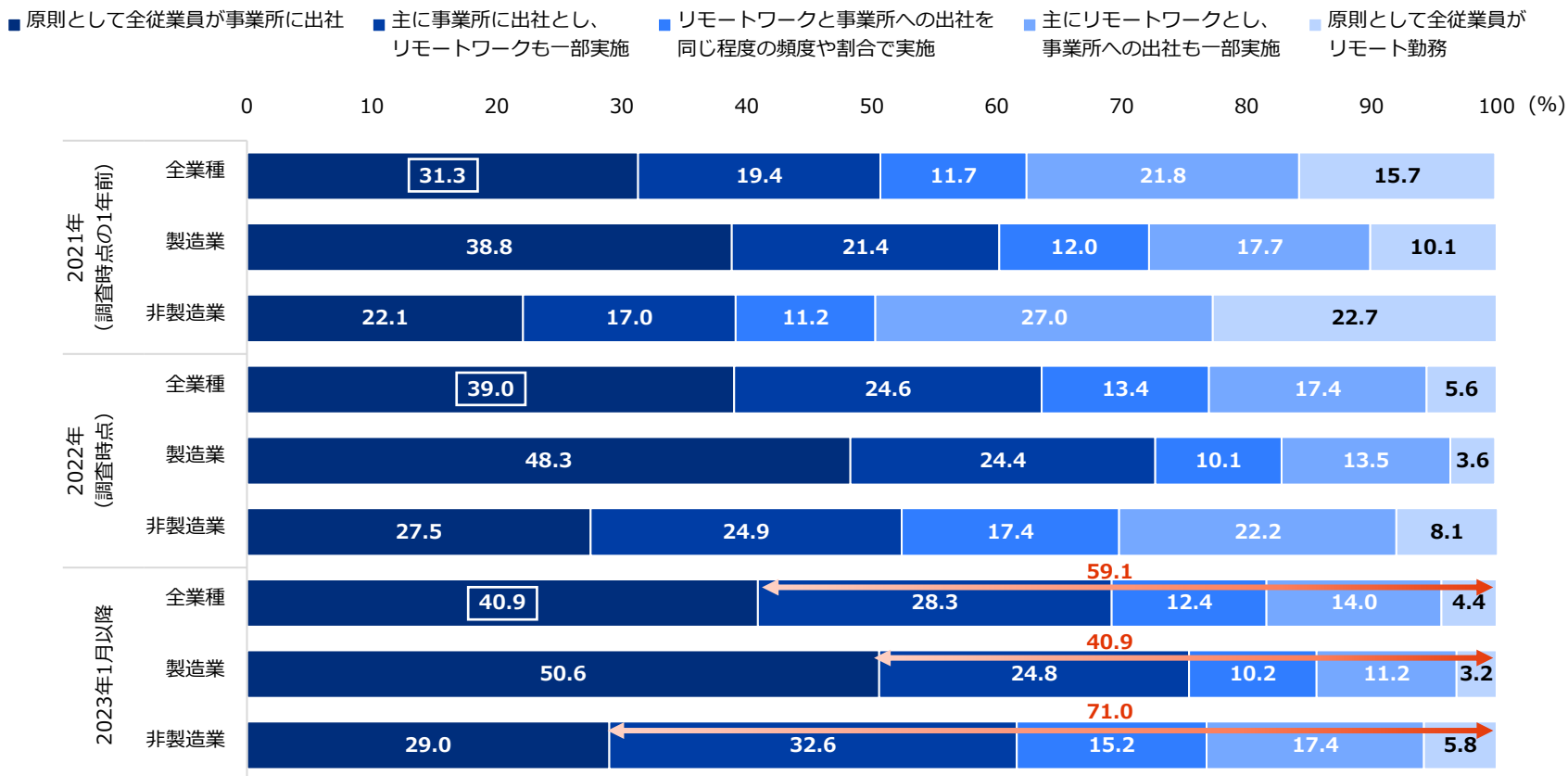
(注2) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

10

勤務体制の変化： 「原則出社」は4割弱、23年以降は約4割

- リモートワークが可能な職種の従業員の勤務体制について、**2021年9月時点で「原則出社」は31.3%**だったが、**2022年9月時点では39.0%**（製造業48.3%、非製造業27.5%）に上昇した。
- **2023年1月以降、「原則出社」を予定している企業は40.9%**（製造業50.6%、非製造業29.0%）で、リモートワーク制度を活用予定の企業は59.1%（製造業49.4%、非製造業71.0%）となっている。

リモートワークが可能な職種の従業員の勤務体制（2021～2023年（予定））



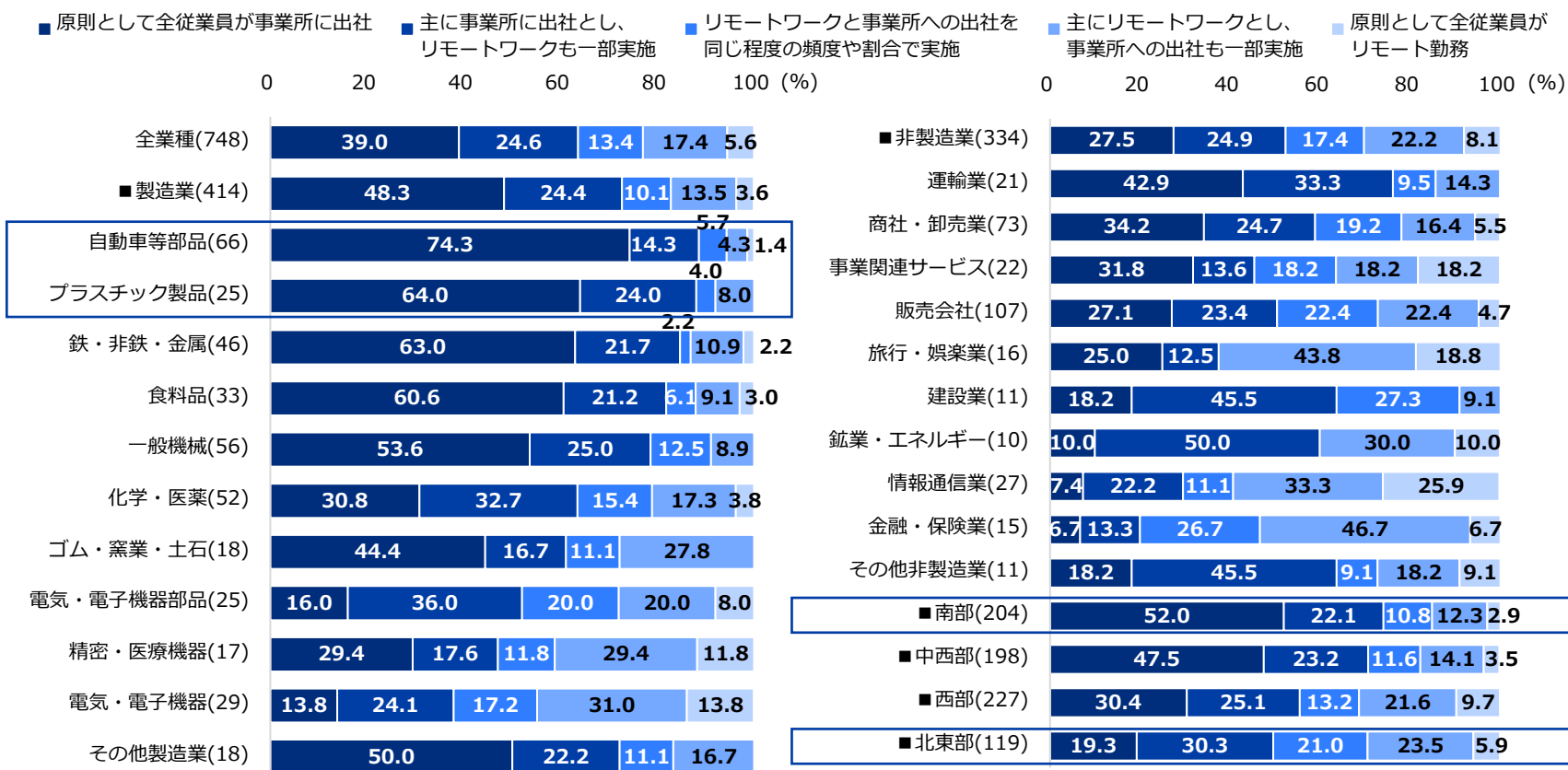
(注) 未回答および「リモートワークが可能な職種がない」と回答した企業数を含まない

11

勤務体制の変化（業種・地域別）： 「原則出社」は自動車等部品で7割台半ば

- 2022年9月時点で、「原則出社」の勤務体制を採用する企業は、**製造業で48.3%**、**非製造業で27.5%**。業種別では自動車等部品で74.3%、プラスチック製品で64.0%を占めた。
- 地域別にみると、南部（52.0%）で5割を超えたが、北東部（19.3%）は2割弱だった。

リモートワークが可能な職種の従業員の勤務体制（業種別・地域別、2022年9月時点）

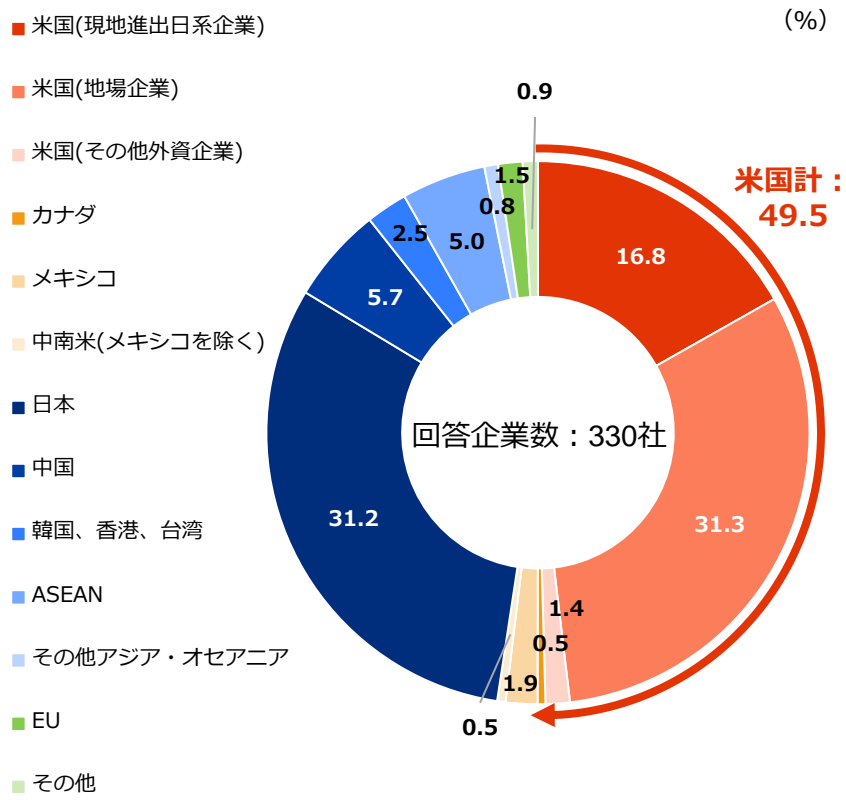


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載
未回答および「リモートワークが可能な職種がない」と回答した企業数を含まない

1 | 調達先（製造業）： 米国内が5割弱、中国からの縮小方針は3割強

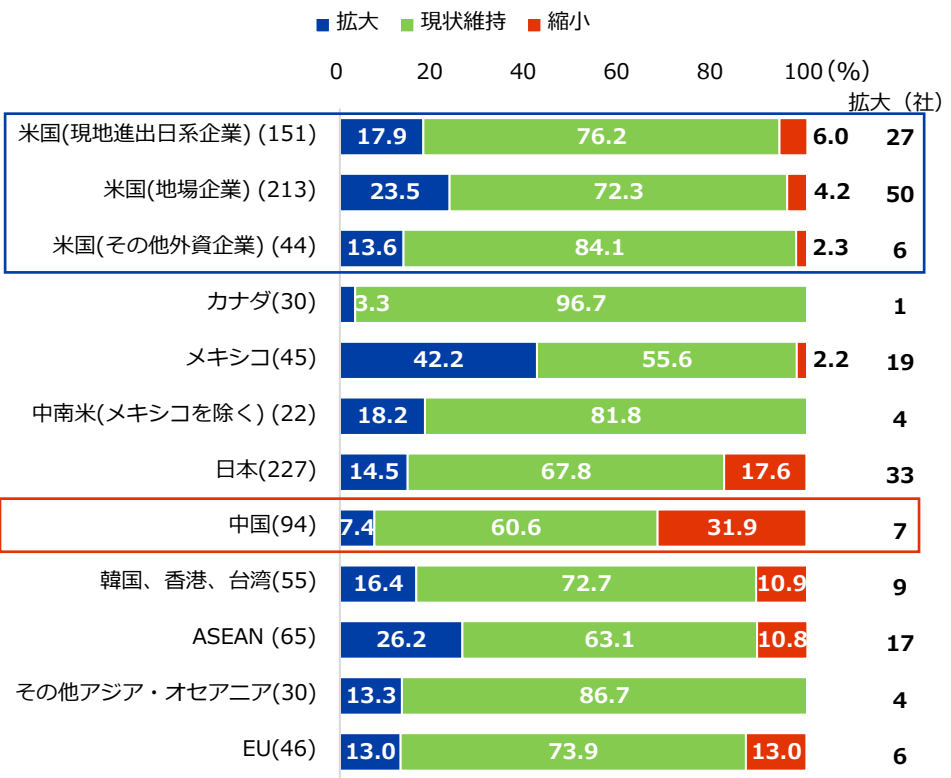
- 製造業の原材料・部品の調達先について、米国内からの調達比率が49.5%を占めた。次いで、日本が31.2%、中国が5.7%、ASEANは5.0%。
- 各調達先における今後の調達方針について、調達を拡大するという企業数は、米国内（83社）が多かった一方、中国では縮小（30社）が拡大（7社）を大きく上回った。

原材料・部品の調達先（国・地域別）



(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの

原材料・部品の調達先についての今後の方針

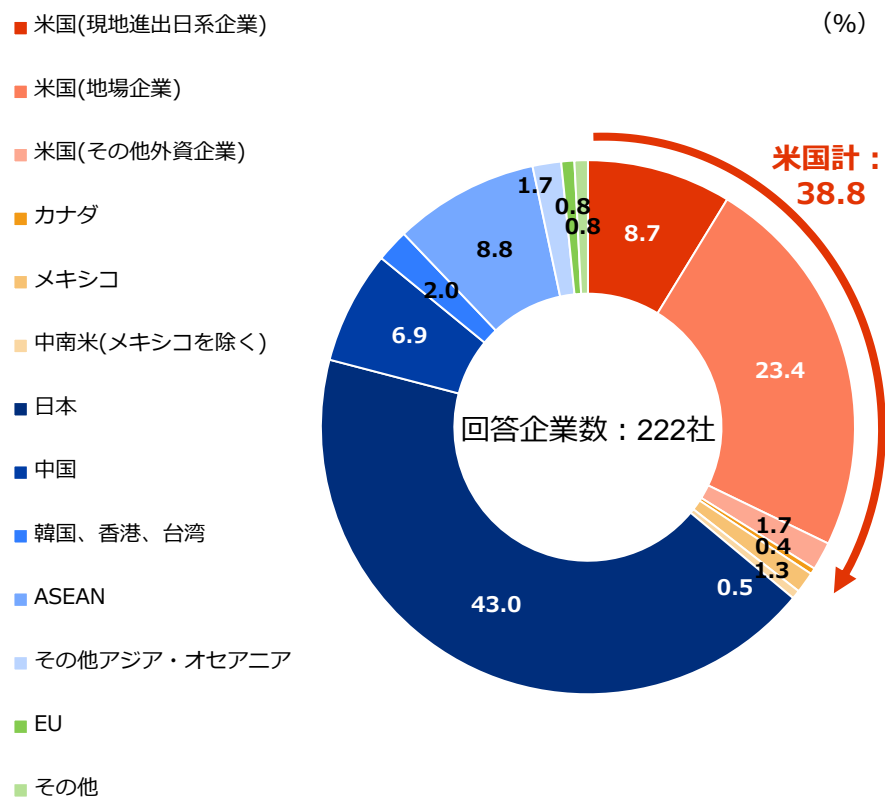


(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載

2 | 調達先（非製造業）： 日本からが4割強、米国は4割近く

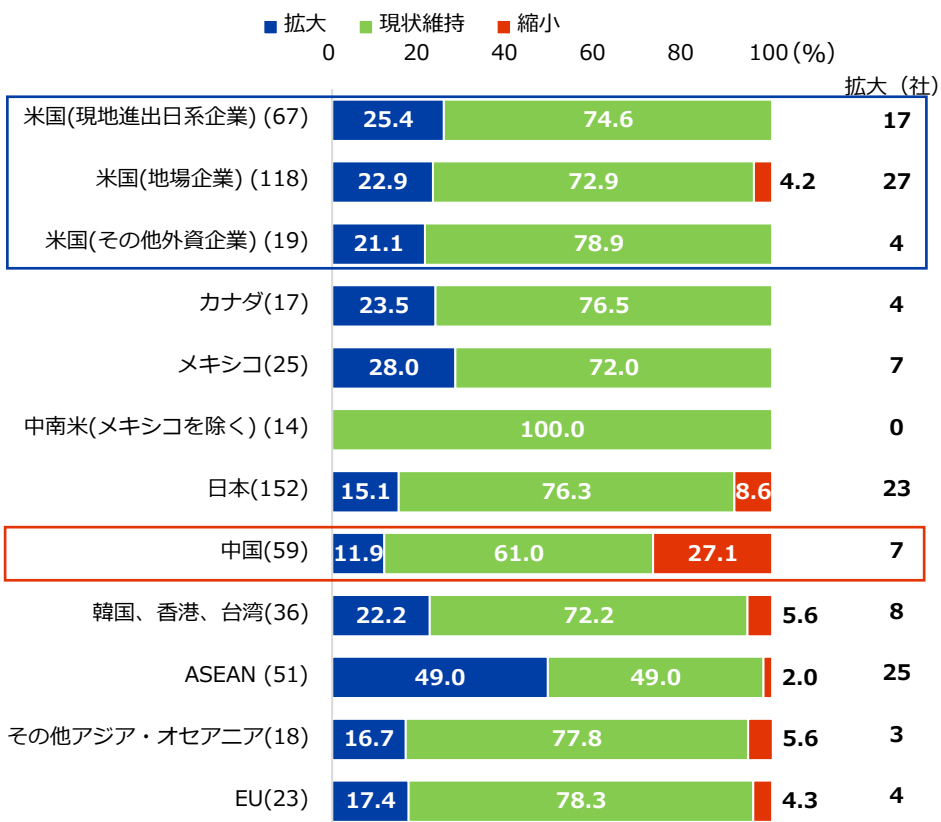
- **非製造業の調達先**について、**日本からの調達比率が43.0%**を占めた。次いで、**米国内が38.8%**、ASEANが8.8%、中国は6.9%。
- 各調達先における**今後の調達方針**について、調達を**拡大**するという企業数は、**米国内（48社）**が多かった一方、**中国では縮小（16社）が拡大（7社）を上回った**。

原材料・部品の調達先（国・地域別）



(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの

原材料・部品の調達先についての今後の方針

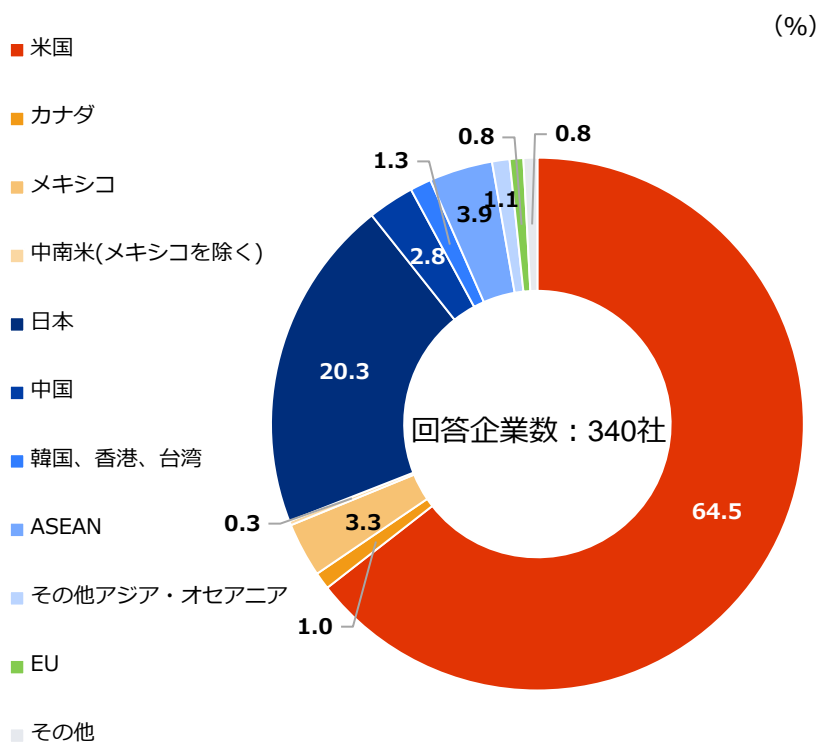


(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載

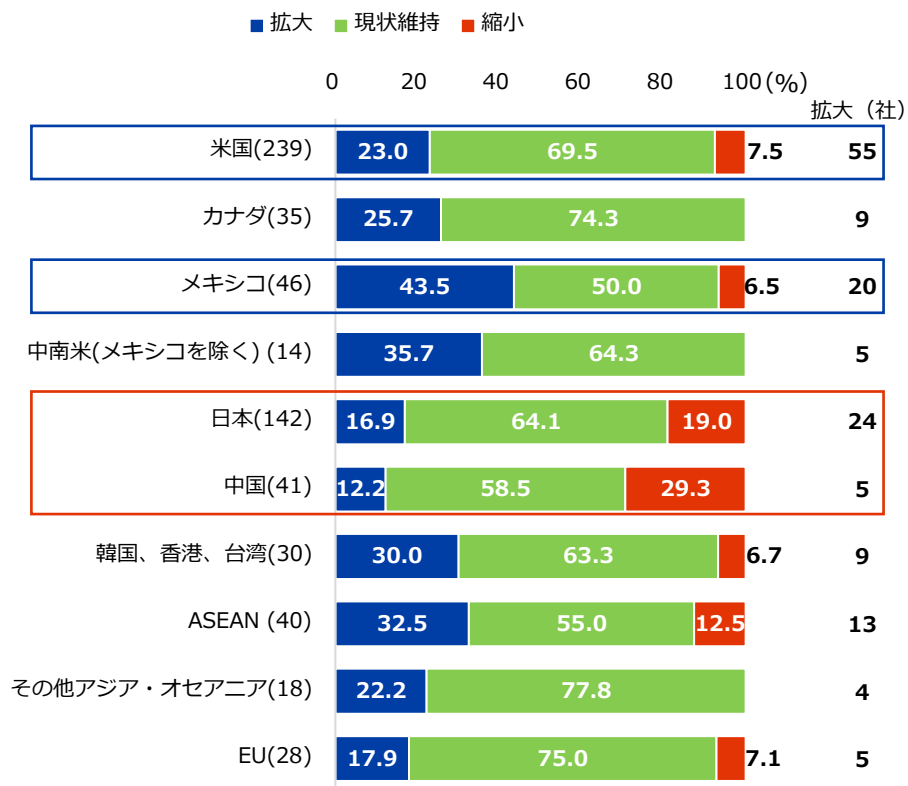
3 | 米国市場向け生産地： 米国は6割台半ば、日本は約2割

- **米国市場向け製品の生産地**について、**米国の割合が64.5%**と最大で、**日本は20.3%**。業種別では、**米国の割合は、自動車等部品（83.4%）**で高かった。
- 各生産地における**今後の生産体制**について、**拡大**するという企業数は**米国（55社）**や**メキシコ（20社）**で多かった。**日本（拡大24社、縮小27社）**や**中国（拡大5社、縮小12社）**では**縮小が拡大を上回った**。

米国市場向け製品の生産地（国・地域別）



米国市場向け製品の生産地の今後の方針



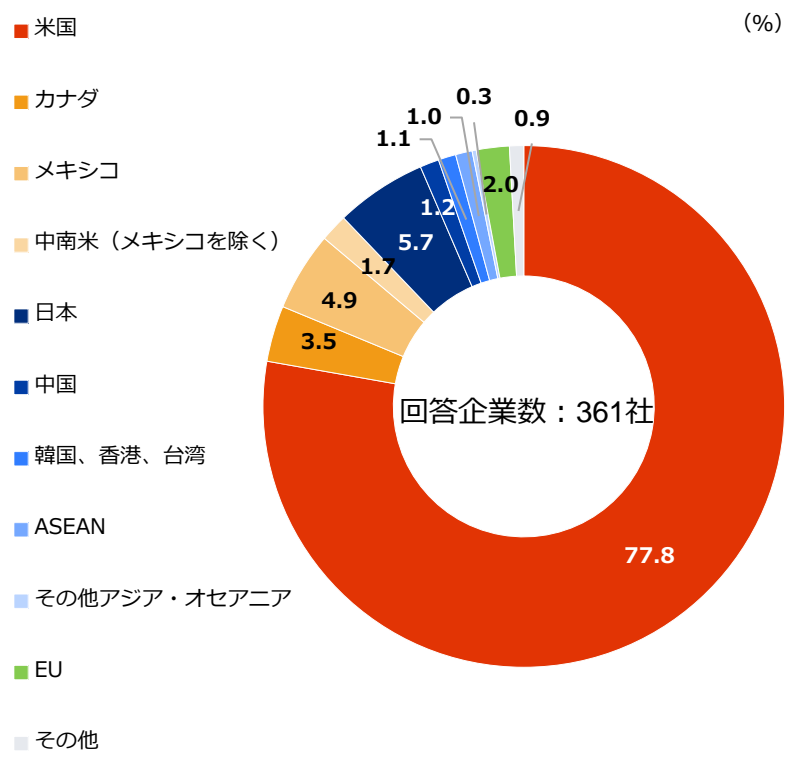
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの

(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載

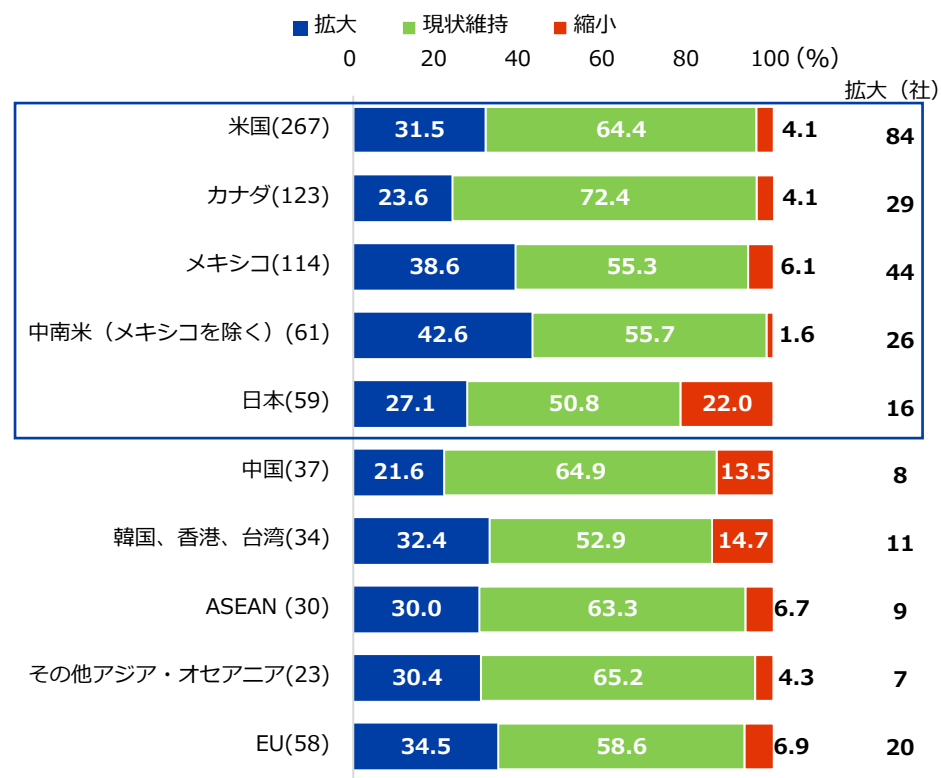
4 | 販売先（製造業） 米国内が8割近く、USMCA向けは9割近くに

- **製造業の販売先は米国内が77.8%**で、メキシコとカナダを加えた**USMCA市場向けは86.2%**、日本は5.7%。
- 各販売先における**今後の販売方針**について、**販売を拡大**するという企業数は**米国**（84社）、**メキシコ**（44社）、**カナダ**（29社）などで多かった。日本は拡大16社に対して縮小13社となった。

製品の販売先（国・地域別）



製品の販売先についての今後の方針



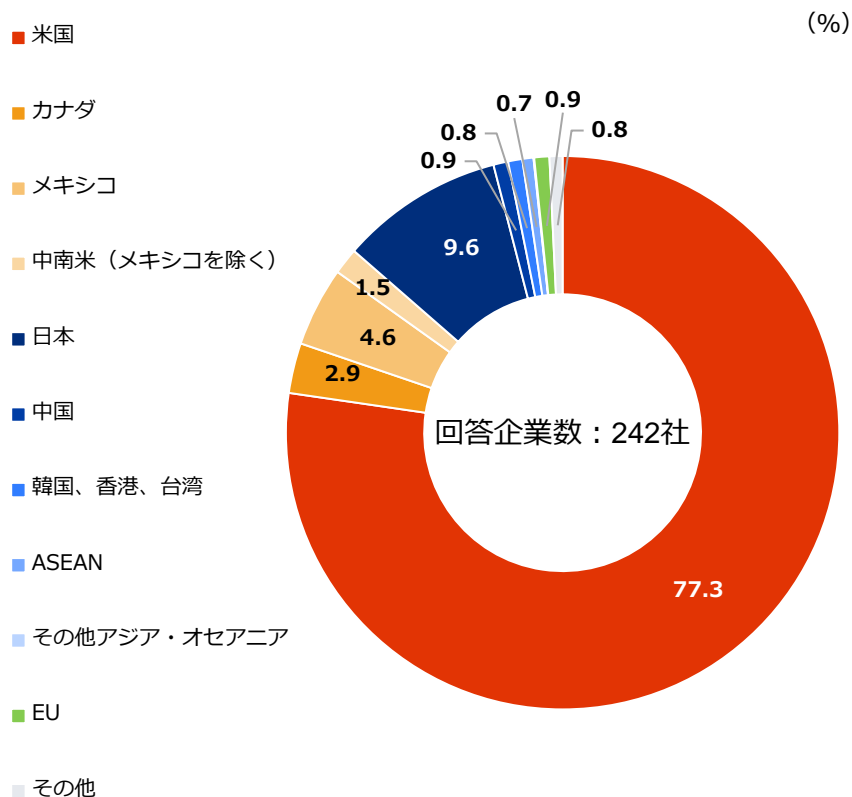
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの

(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載

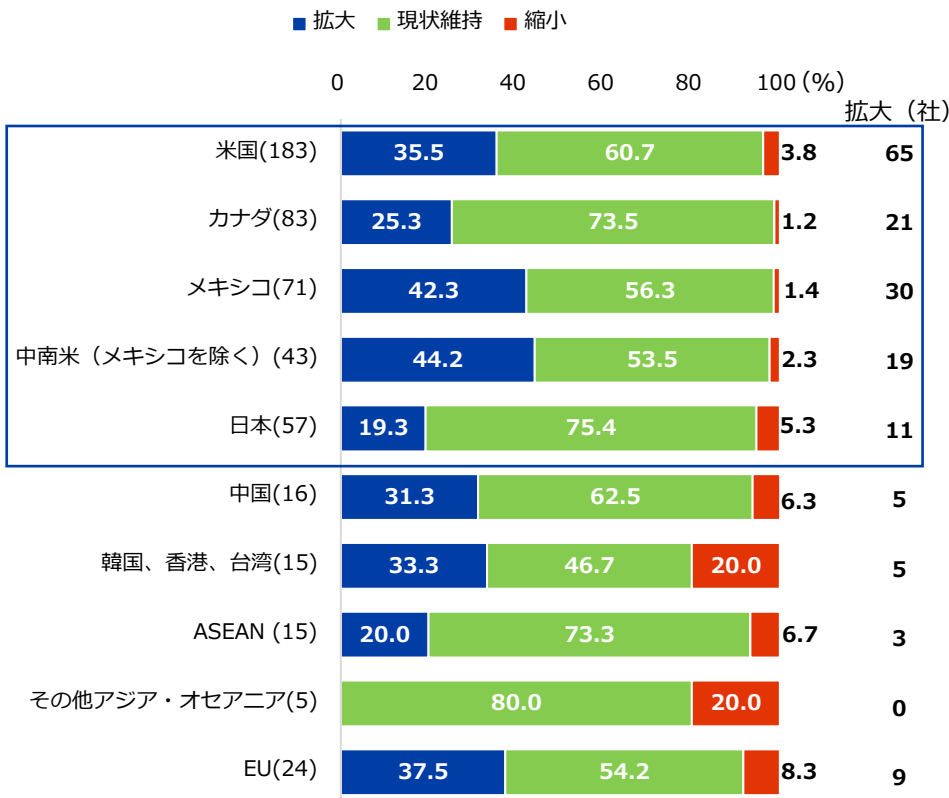
5 | 販売先（非製造業）： 米国内が8割近く、USMCA向けは8割台半ば

- **非製造業の販売先は米国内が77.3%**で、**USMCA向けは84.8%**となり、日本は9.6%。
- 各販売先における**今後の販売方針**について、**販売を拡大**するという企業数は**米国**（65社）、**メキシコ**（30社）、**カナダ**21社、**メキシコ除く中南米**（19社）が多かった。日本への販売拡大は約2割（11社）であった。

製品の販売先（国・地域別）



製品の販売先についての今後の方針



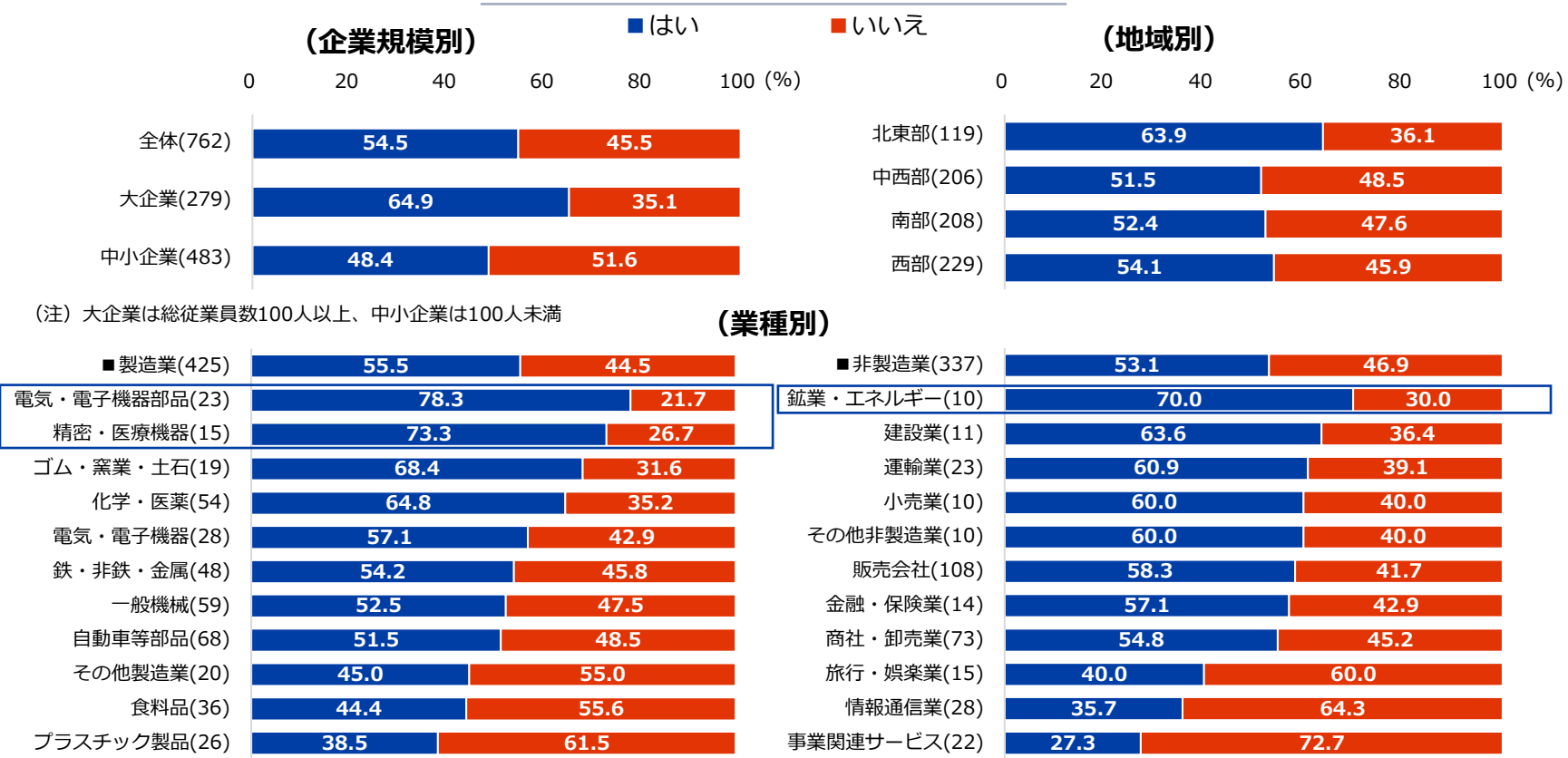
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの

(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載

1 | サプライチェーンと人権： 5割台半ばが経営課題として認識

- **サプライチェーンにおける人権の問題**について、**54.5%の企業が経営課題と認識**。
- 業種別では、製造業では電気・電子機器部品（78.3%）や精密・医療機器（73.3%）、非製造業では鉱業・エネルギー（70.0%）で7割以上が経営課題として認識。企業規模別では、**大企業（64.9%）が中小企業（48.4%）**より16.5ポイント高く、**業種や企業規模により認識に差**。

人権の問題を経営課題として認識しているか



(注) 大企業は総従業員数100人以上、中小企業は100人未満

(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

2 | サプライチェーンと人権： 経営課題と認識する理由は経営方針や顧客からの要求

- サプライチェーンにおける人権の問題を経営課題と認識する理由では、自社・親会社の経営方針や顧客からの要求を挙げる企業が目立った。
- サプライチェーン上に人権リスクがあることによるレピュテーションリスクや、ウイグル強制労働防止法執行などによる米国内販売への影響への言及もみられた。

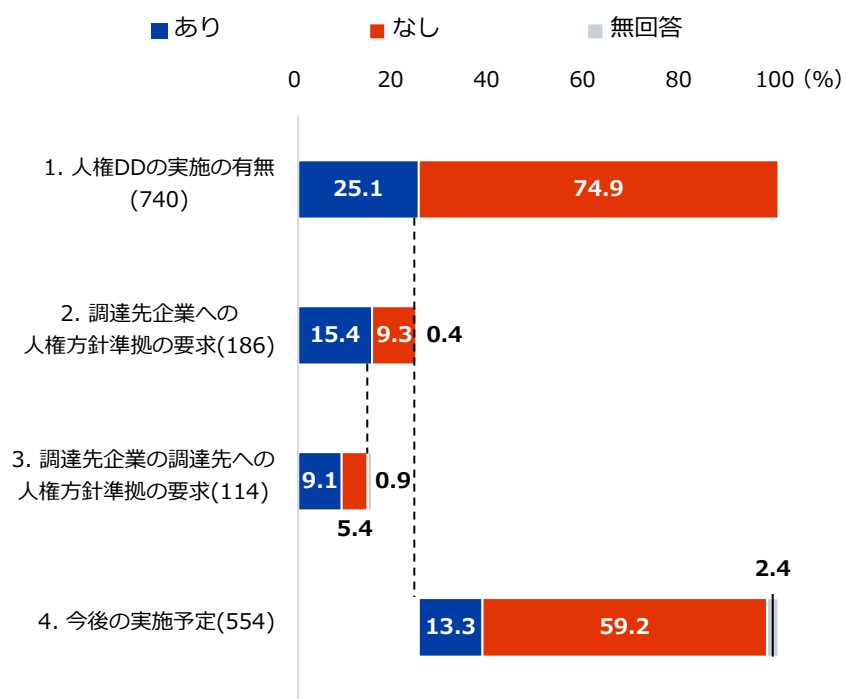
人権の問題を経営課題として認識している理由（自由記述）

主な理由	コメント
経営方針	多くのサプライヤー企業との取引がある中、会社として人権問題を踏まえた調達方針を制定しているため【食料品】 人権問題を抱えている企業とは取引しないという親会社の方針【電気・電子機器部品】 サプライチェーンに人権侵害の可能性がある場合、人権を守るという意味と継続的な事業という意味から基本的に取りをしないようにしている【化学・医薬】
顧客からの要求	原材料の原産地について顧客からの問い合わせが入るようになった【化学・医薬】 顧客から要求されるケースが増えてきているから【繊維・衣服】 米国での意識の高さ、特に顧客から販売契約の際に遵守する項目として必ずこの問題が挙げられる【販売会社】 顧客との取引条件に明示されている場合があるため【商社・卸売業】 取引先の管理状況によってはそれを活用する自社の風評にも影響するため【電気・電子機器】
レピュテーションリスク	消費者からのイメージダウンが販売へ大きく影響するため【販売会社】 サプライヤーの強制労働や児童労働に加担することでブランドイメージを損なうことを回避するため【食料品】
法規制	米国において販売に支障が出る可能性があるため【販売会社】 ウイグル強制労働防止法の法令遵守【販売会社】
人権リスク	直接購入していないが、原料にアフリカの鉱山由来のものがあるため【化学・医薬】 材料や構成部品の多くがアジアで生産されているため【自動車等部品】 原料の一部にアジアからの輸入品が含まれるため【化学・医薬】
その他	自社内でコンプライアンスを順守するのみならず、コンプライアンスを順守している取引先（顧客、サプライヤー）との取引が社会的・社内的に求められているため【鉄・非鉄・金属】 人権問題に対する欧米の法規制は厳格化しており、顧客からの人権DDの要請等も今後増加すると想定されるため【その他非製造業】 人権の尊重は、持続可能な事業とするための基盤の1つであると認識しているため【食料品】 弊社単独では微力でも、社会課題として解決すべき優先事項であるため【食料品】

3 | サプライチェーンと人権： 人権デューディリジェンスの実施は約4分の1

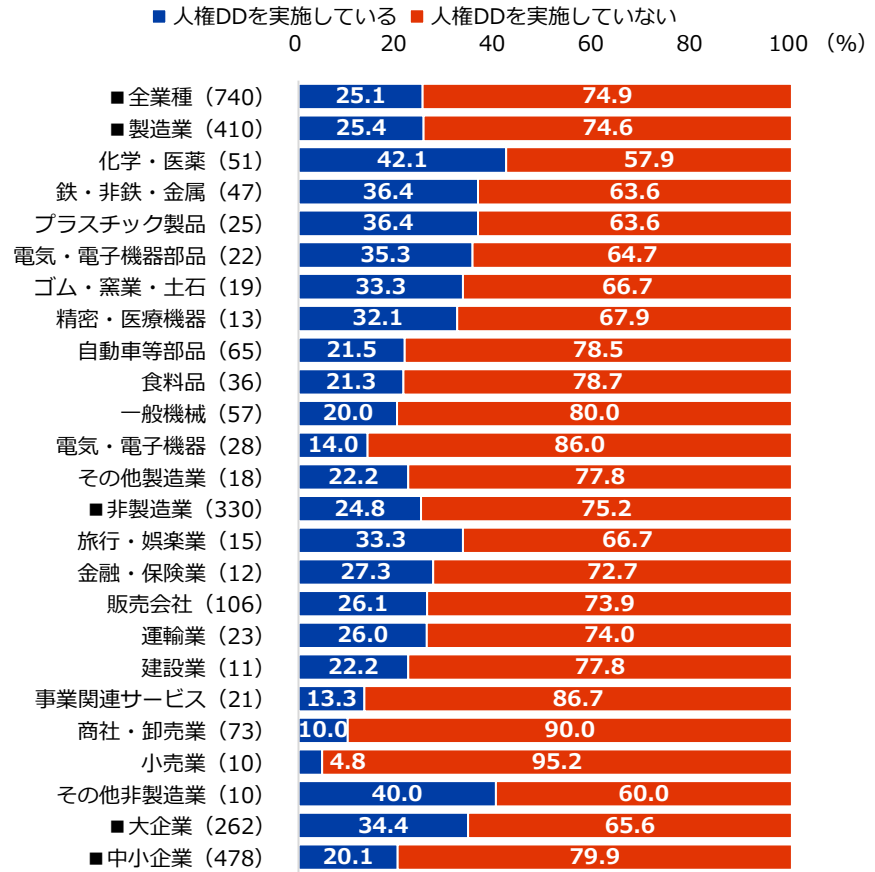
- **事業活動において人権デューディリジェンス（人権DD）を実施**している企業の割合は**25.1%**にとどまった。業種別では、自動車等で3分の2（66.7%）が実施していた。
- 調達先企業にも自社のサプライチェーンにおける人権方針への準拠を求めている企業は15.4%、さらにその調達先の企業にも人権方針への準拠を求めている企業は9.1%だった。

人権DD実施／予定、調達先／調達先の調達先への準拠要求



(注) 「2.調達先企業への人権方針準拠の要求」「3.調達先企業の調達先への人権方針準拠の要求」「4.今後の実施予定」は、「1.人権DDの実施の有無」で「あり」と回答した186社（25.1%）および「なし」と回答した554社（74.9%）を全体の母数（n=740）として算出

人権DD実施有無（業種別）



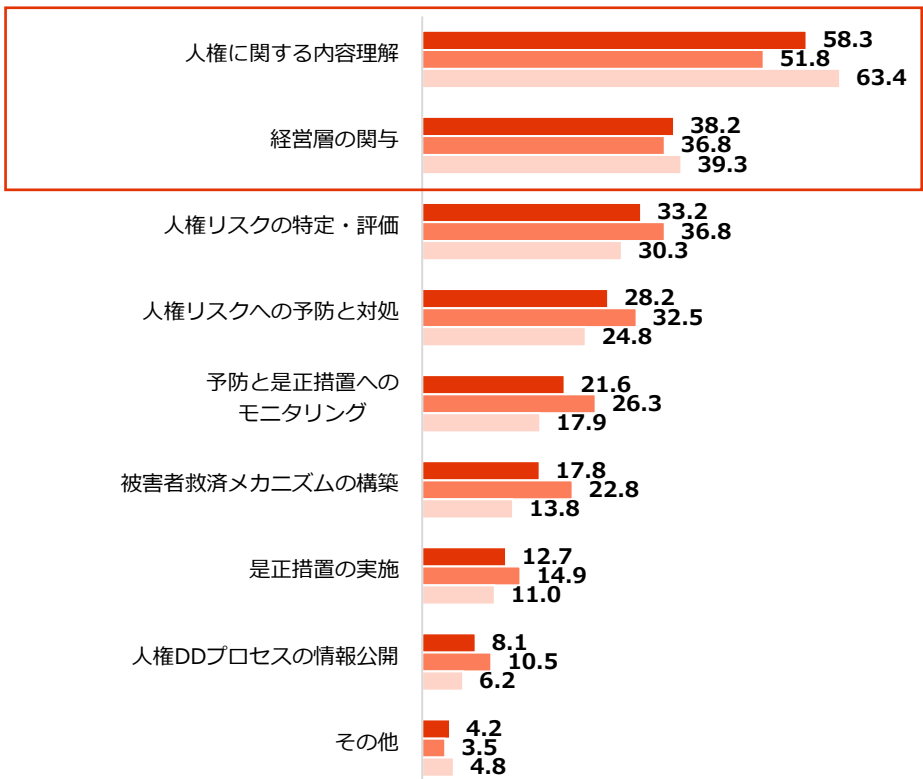
(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載
大企業は総従業員数100人以上、中小企業は100人未満

4 サプライチェーンと人権： 人権DD内容理解に課題、情報収集に取り組む

- 人権DDを実施または実施予定の企業が抱える課題では、「人権に関する内容の理解」が58.3%で、「経営層の関与」（38.2%）が続いた。
- 人権リスクの特定・評価のために実施している取り組みは、「リスク把握のための情報収集」が45.6%で、「サプライチェーンの把握・可視化」（40.9%）が続いた。

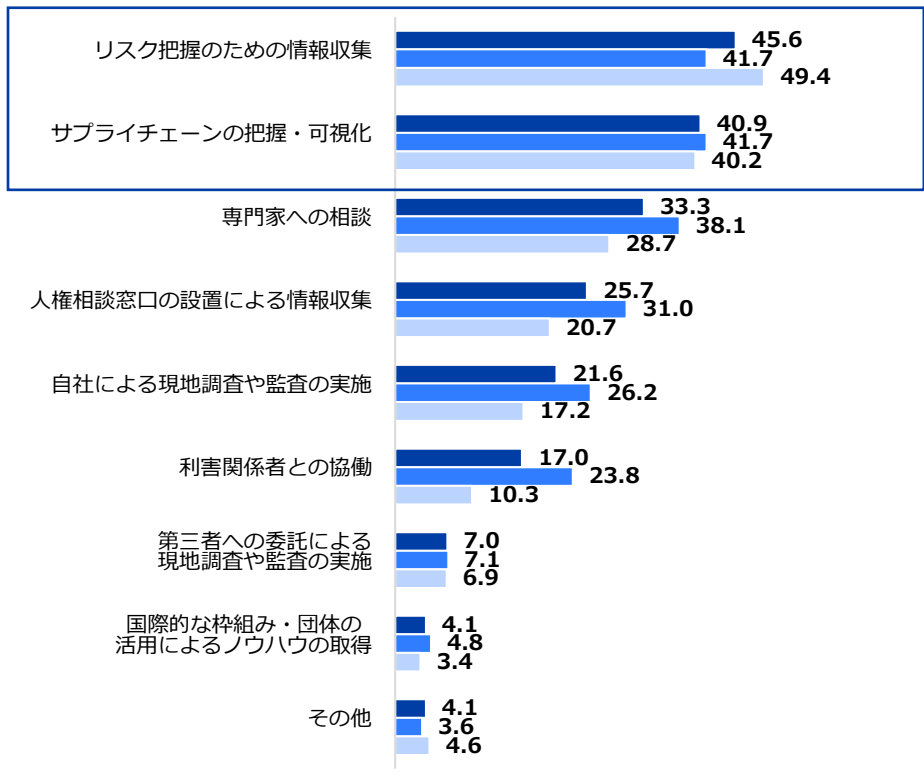
人権DDの取り組み上の課題（複数回答）

■ 全体 (259) ■ 大企業 (114) ■ 中小企業 (145)
0 10 20 30 40 50 60 (%)



リスク特定・評価の取り組み状況（複数回答）

■ 全体 (171) ■ 大企業 (84) ■ 中小企業 (87)
0 10 20 30 40 50 (%)

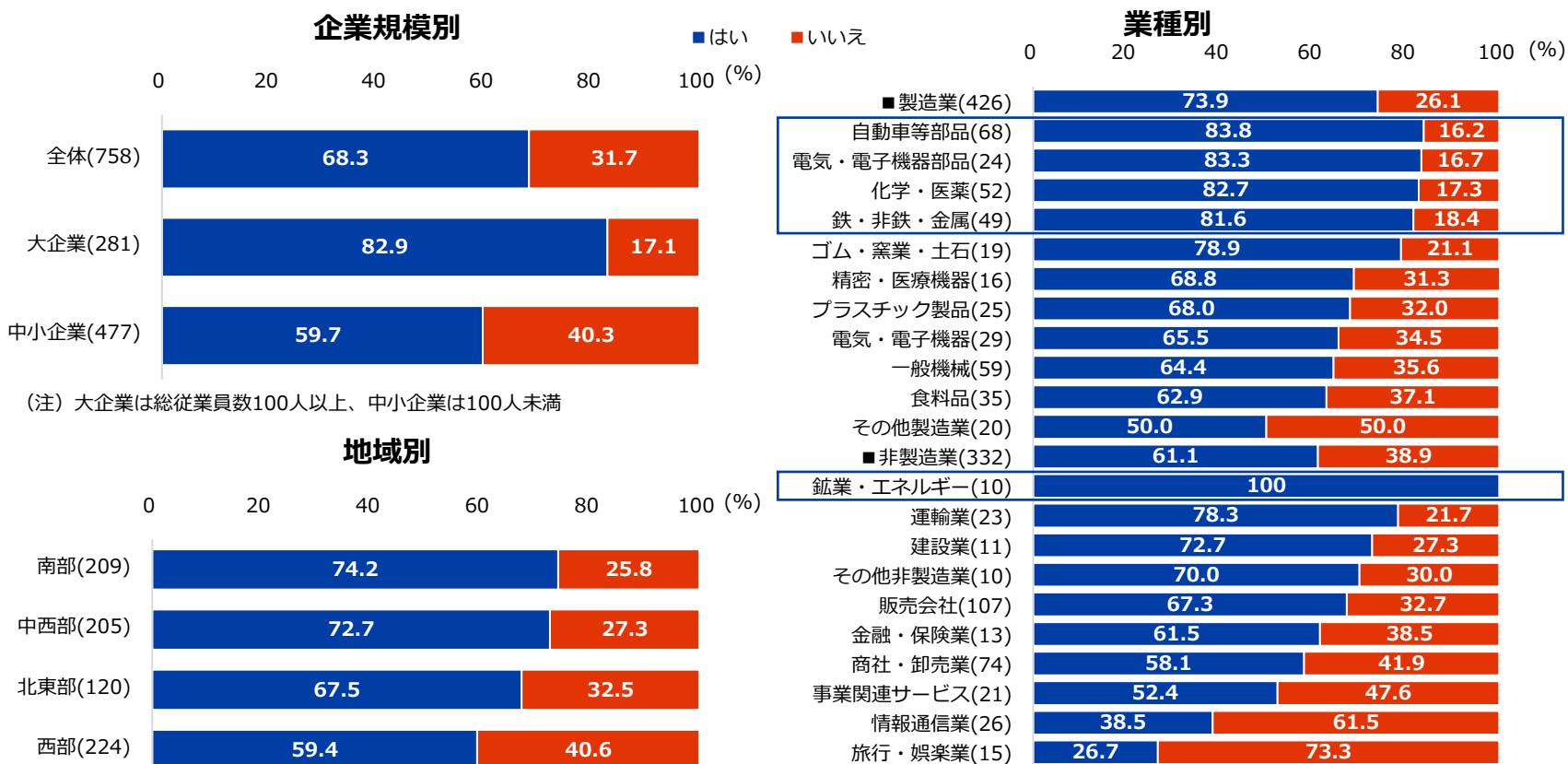


(注) 凡例に併記された括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

1 脱炭素化への対応： 7割近くが経営課題として認識するも、企業規模により差

- 脱炭素化を経営課題として認識している企業は**68.3%**だった。大企業では**8割強**（82.9%）が経営課題として認識していたのに対し、**中小企業では6割弱**（59.7%）にとどまった。
- 製造業では自動車等部品（83.8%）、電気・電子機器部品（83.3%）、化学・医薬（82.7%）、鉄・非鉄・金属（81.6%）で8割を超え、非製造業では鉱業・エネルギーが100%だった。

サプライチェーンにおける脱炭素化の問題について、経営課題として認識しているか



(注) 大企業は総従業員数100人以上、中小企業は100人未満

(注) 有効回答10社以上の地域・業種のみ掲載

2 脱炭素化への対応（経営課題としての認識理由）： 社会的・世界的意識の高まりを挙げた企業が多数

- **経営課題として認識する理由**としては、**社会全体、世界全体における意識の高まり**に関係するものが多かった。
- 一方、認識しない理由としては、特に中小企業において、コロナの影響やサプライチェーン問題による物不足の状況下では取り組みが難しい、あるいは費用的に余裕がないという回答が目立った。

脱炭素化を経営課題として認識する理由（自由記述）

- **本社**がSDGsをはじめとする**社会問題に取り組んでいる**ため【自動車等部品】
- **社会情勢**の影響【プラスチック製品】
- **製品の超寿命化**を通して、廃棄機会の削減を志向【プラスチック製品】
- **ESG対応の開示要求の増加**【電気・電子機器部品】
- **市場での企業評価に直結**するため【電気・電子機器】
- **脱炭素化**は将来への企業存続を決める**重要なKPIの1つ**であると認識【ゴム・窯業・土石】
- 会社としての開示の義務はないが、**将来、顧客から開示を求められる**と予想【販売会社】

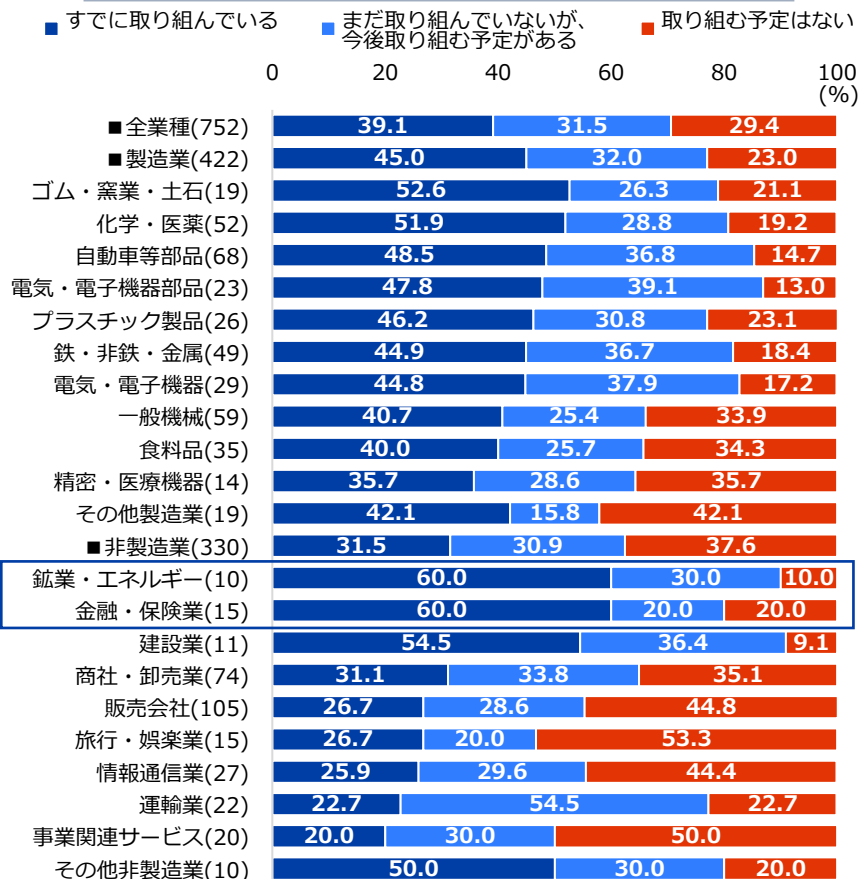
脱炭素化を経営課題として認識しない理由（自由記述）

- **工場や輸出入取引を持たない**ため【事業関連サービス】
- **排出量が少量**であるとの認識のため【自動車等部品】
- **コロナの影響**で仕入れ価格の上昇、長納期化等が常習化しており、**脱炭素化への対応どころではない**。取引先に本問題対応を求めれば、**取引自体を断られかねない**【一般機械】
- 零細企業なのでまだそこまで**現実的な問題に至っていない**【自動車等部品】
- **費用的な余裕がない**【食料品】
- **将来的には取り組みを進める事項**という認識だが、現在、**物不足の状況下**で本件を考慮した取り組みは不可能なため【商社・卸売業】

3 | 脱炭素化への対応： 「すでに取り組んでいる」企業は4割弱に増加

- 脱炭素化に「すでに取り組んでいる」企業は**39.1%**で前回の33.5%から5.6ポイント増加。製造業（45%）の方が非製造業（31.5%）に比べ取り組んでいる割合が高い。大企業では55.9%と5割台半ばに達しているが、中小企業では3割弱（29.4%）にとどまる。
- 業種別では、**鉱業・エネルギー**と**金融・保険業**（各60.0%）で6割に達した。

何らかの脱炭素化への取り組みやその予定の有無



(注) 有効回答10社以上のみ掲載

取り組みにおける問題点（自由記述）

- **コストが増加**する、思ったより高い【化学・医薬、食料品】
- 従業員に**エコという概念が希薄**で、脱炭素、省エネという概念を浸透させるには時間がかかる【精密・医療機器】
- **米国**では一般的に**認知が少ない**【電気・電子機器部品】
- **限定的な政府による補助金**【電気・電子機器】
- **高額**の**投資**が必要。移行までに時間が掛かる【ゴム・窯業・土石】
- **再生可能エネルギーの調達**が**困難**【商社・卸売業】

脱炭素化の取り組み事例とその効果（自由記述）

<取り組み事例>

- **太陽光パネル**設置、**LED電球**への交換【化学・医薬】
- 本社部門の**電源供給をソーラーパネル**に切り替え、従業員の通勤車用に**EV充電ステーションを設置**し、EV/HV利用を推奨【食料品】

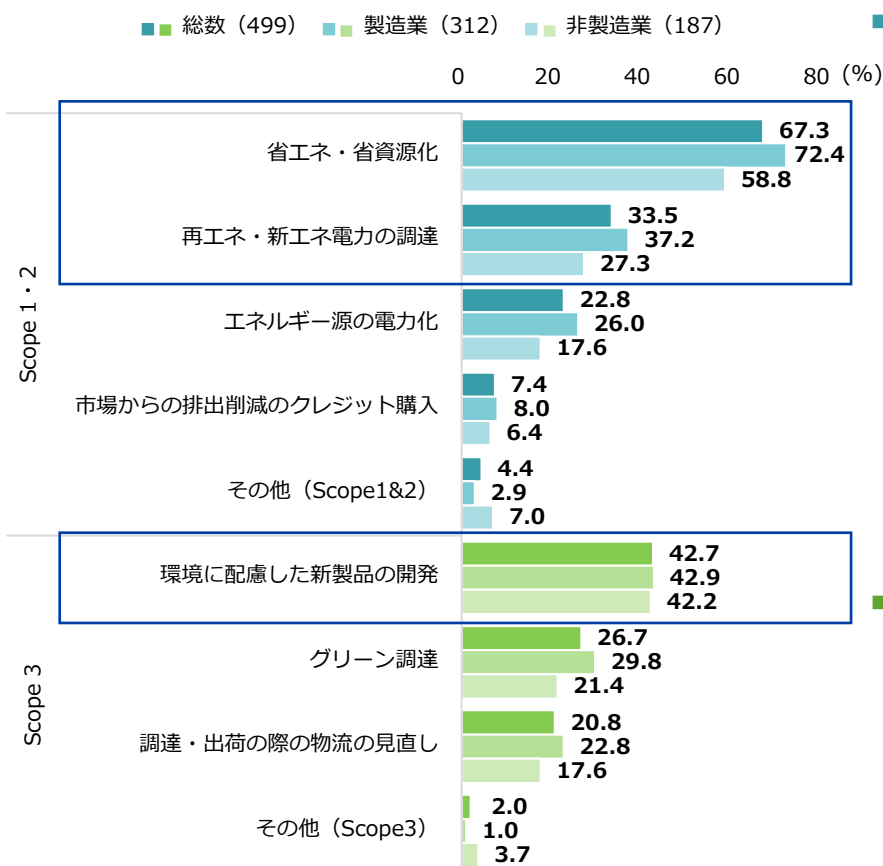
<効果>

- **工場照明のLED化**により年間CO2排出削減量127メガトン【鉄・非鉄・金属】
- 取り組み事例は特にないが、**在宅勤務を継続**することで**オフィスの稼働が減った分**、電気使用が減っている【情報通信業】

4 脱炭素化への対応： 「省エネ・資源化」に取り組む企業は7割近く

- **具体的な取り組み内容**は、「**省エネ・省資源化**」が**67.3%**を占め、「環境に配慮した新製品の開発」（42.7%）、「再エネ・新エネ（太陽光、風力、水素など）電力の調達」（33.5%）が続いた。
- その他には、リサイクルの徹底化やEV充電施設の導入、グループ会社の排出削減に貢献する案件への投資検討などが挙げられた。

具体的な取り組み内容（取り組み中のものを含む）



(注) 凡例に併記された括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

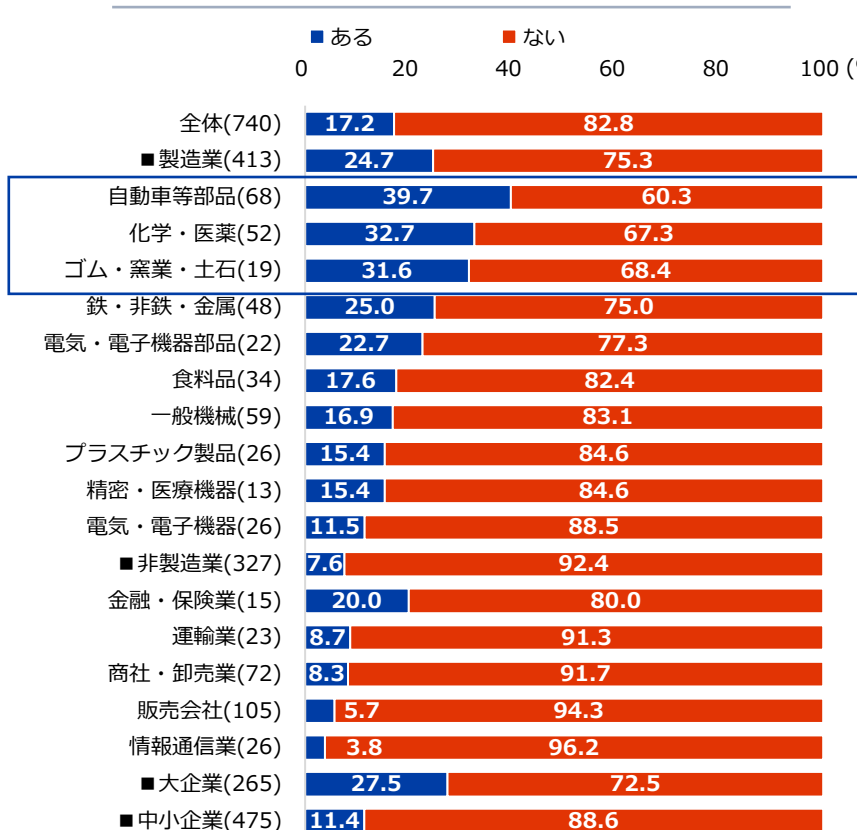
「その他」の具体的な取り組み内容（自由記述）

- Scope1・2
 - ・ **PHVを社用車に導入**【その他製造業】
 - ・ 植林など**CO2をオフセットする活動**を実施【電気・電子機器】
 - ・ **カーボン・キャプチャーの導入・検討**や新エネへの参入【建設業、鉱業・エネルギー、商社・卸売業】
 - ・ **カーボンリサイクル技術の導入**（カーボンキュア等）【ゴム・窯業・土石】
 - ・ **リサイクルの徹底化**【自動車等部品】
 - ・ **リモートワークの徹底**（オフィスを極力利用しない）【紙・木製品・印刷】
 - ・ **再エネ事業への投資**【鉱業・エネルギー】
 - ・ **EV充電施設の導入**【旅行・娯楽業】
 - ・ **水素還元**による製鉄。電炉の活用拡大【事業関連サービス】
- Scope 3
 - ・ **環境証書の調達販売**【商社・卸売業】
 - ・ **Scope3のモニタリングサービス**の企画【情報通信業】
 - ・ **テナントの電力使用量モニタリング**を準備中【不動産・賃貸業】
 - ・ グループ会社の**排出削減に貢献する案件への投資検討**【その他非製造業】

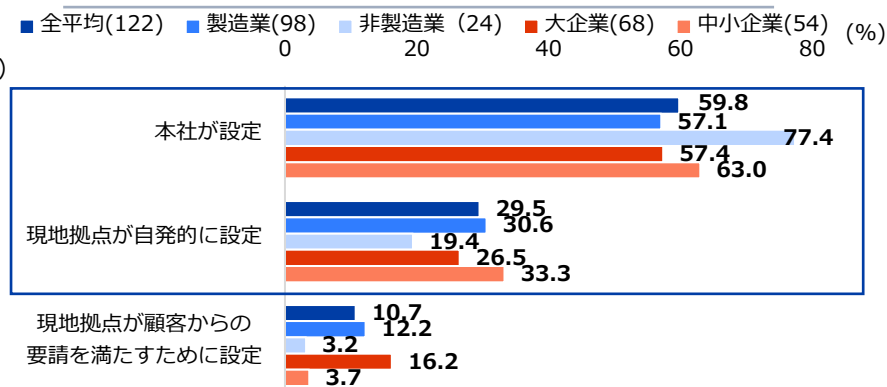
5 脱炭素化への対応： 現地拠点独自の脱炭素目標がある企業は2割近く

- 排出削減や再エネ利用について、**現地拠点独自の数値的な目標が「ある」と回答した企業は17.2%**。業種別では自動車等部品（39.7%）、化学・医薬（32.7%）、ゴム・窯業・土石（31.6%）で高かった。
- 「ある」と回答した企業では、「本社が設定」している企業は59.8%で、「現地拠点が自発的に設定」の企業は29.5%だった。

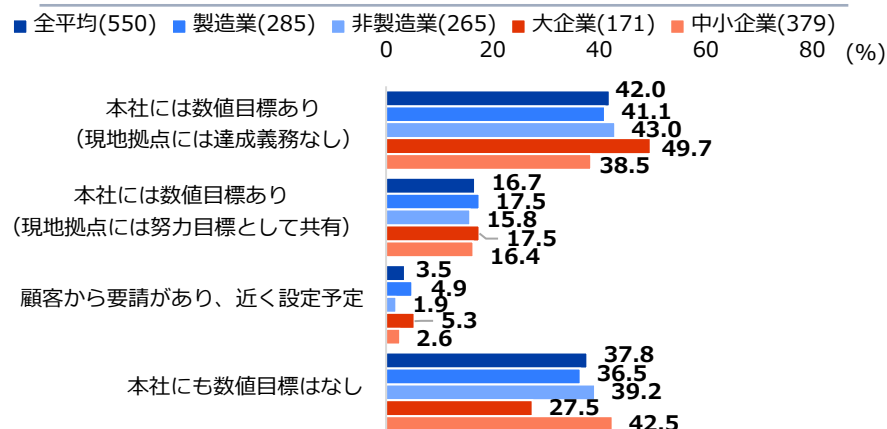
排出削減・再エネ利用に関する独自目標の有無



数値目標の設定方法（独自目標が「ある」企業）



その他数値目標の設定の有無（独自目標の「ない」企業）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載
大企業は総従業員数100人以上、中小企業は100人未満

(注) 凡例に併記された、括弧内の数値は各産業・企業規模の有効回答企業数

6 脱炭素化への対応： 数値目標は2030／50年のカーボンニュートラルが中心

- **脱炭素の具体的な数値目標**として、**ターゲット年での排出量ネットゼロを目標**とする企業が多かったほか、**ターゲット年時点での排出量を特定年から一定割合削減するという目標**を定める企業も多かった。
- 再生エネルギーやカーボンニュートラル電力の使用比率の拡大目標を設定している企業のほか、エネルギースタースコアや温暖化抑制目標（1.5℃）を掲げている企業もあった。

本社が設定

- **2030年にネットゼロ達成**【電気・電子機器】
- **2050年までにカーボンニュートラル達成**【自動車等部品】
- **2050年までにCO2排出量を実質ゼロ化**【運輸業】
- **2030年の目標として対2013年比46%削減**【繊維・衣服】
- **2030年にグループ全体で対2018年比CO2実質排出量30%削減**【化学・医薬】
- **2030年度までにGHG排出量、用水使用量の売上収益原単位30%削減**（2013年度比）【その他非製造業】
- **2030年度の温室効果ガス売上高原単位を、対2013年度比30%削減**【繊維・衣服】
- **対2018年度比CO2排出量を30%以上削減**【商社・卸売業】
- 使用電力の再生可能エネルギー比率の拡大
- **2030年度にCO2排出量を対2020年度比30%削減**【電気・電子機器部品】
- **2025年度：10%以上**【販売会社】
- **2030年までに対2022年比CO2排出を50%削減**【商社・卸売業】
- **2030年までに航空機燃料の10%以上をSAFへ置き換え**【運輸業】
- **10年間で30%削減**【化学・医薬】
- **2030年度に対2018年比CO2排出量を27%削減**【化学・医薬】

現地拠点が顧客からの要請を満たすために設定

- **2050年にカーボンニュートラル電力100%導入**【化学・医薬】

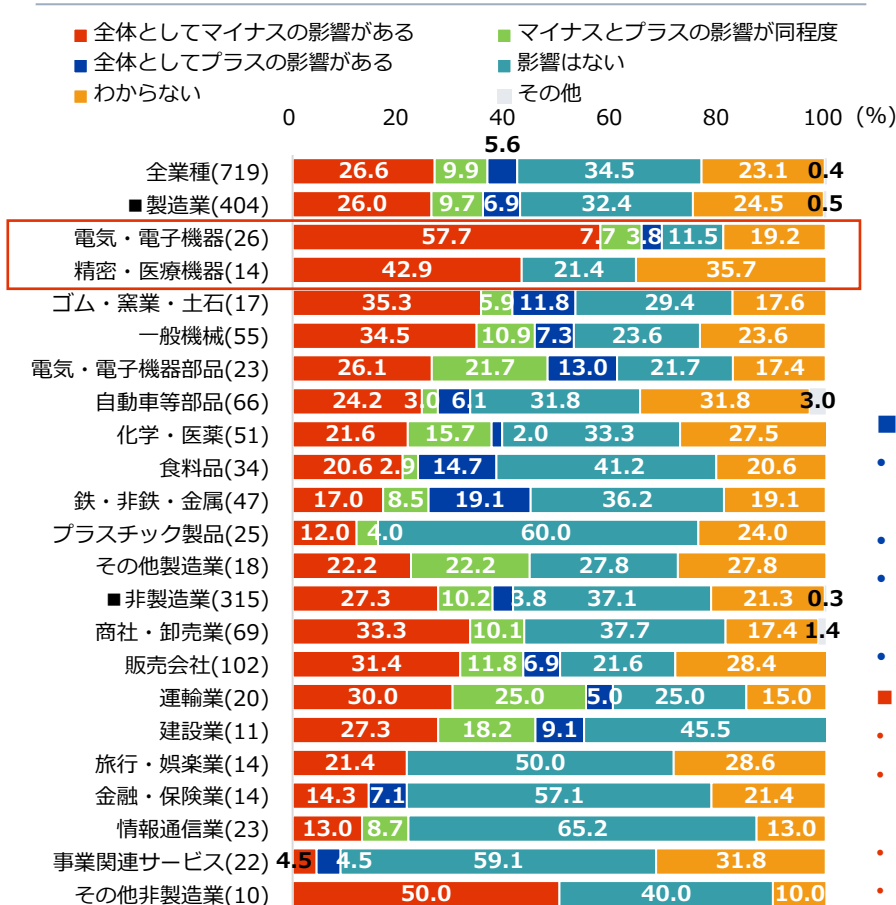
現地拠点が自発的に設定

- 生産重量当たりの排出量をKPIとして管理【自動車等部品】
- **電力消費量、ガス消費量 CO2換算値 前年度売上原単位マイナス1%**【自動車等部品】
- **前年同期比3%削減**【電気・電子機器部品】
- 生産工程ではCO2排出はなく、出荷トラックのみの削減。
- **省エネは使用量2%削減**が目標【鉄・非鉄・金属】
- 消費電力量の削減【鉄・非鉄・金属】
- **毎月約20メガトンのCO2の削減**【ゴム・窯業・土石】
- 設備投資時に**省エネ2割**【一般機械】
- **2%削減**【自動車等部品】
- 管理する**オフィスビル**において、**電力使用のネットゼロカーボン化**【教育・医療】
- **エネルギースタースコア80以上**【不動産・賃貸業】
- **2030年までに2005年対比52%削減**【金融・保険業】

1 | 通商環境の変化： 「全体としてマイナスの影響」は4分の1強

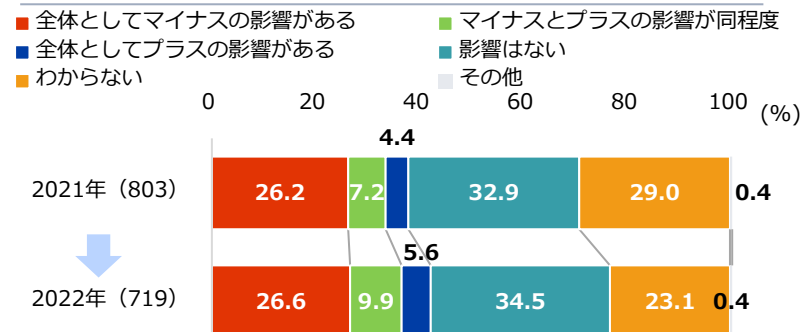
- 通商環境の変化が2022年の業績に与える影響について、「影響はない」が34.5%（前回32.9%）、
「全体としてマイナスの影響」は26.6%（同26.2%）、「わからない」は23.1%（同29.0%）。
- 業種別では、「全体としてマイナスの影響」は電気・電子機器が57.7%（前回33.3%）、精密・
医療機器が42.9%（前回26.3%）と高かった。

通商環境の変化が2022年の業績に与える影響（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

通商環境の変化が業績に与える影響（前年度比較）



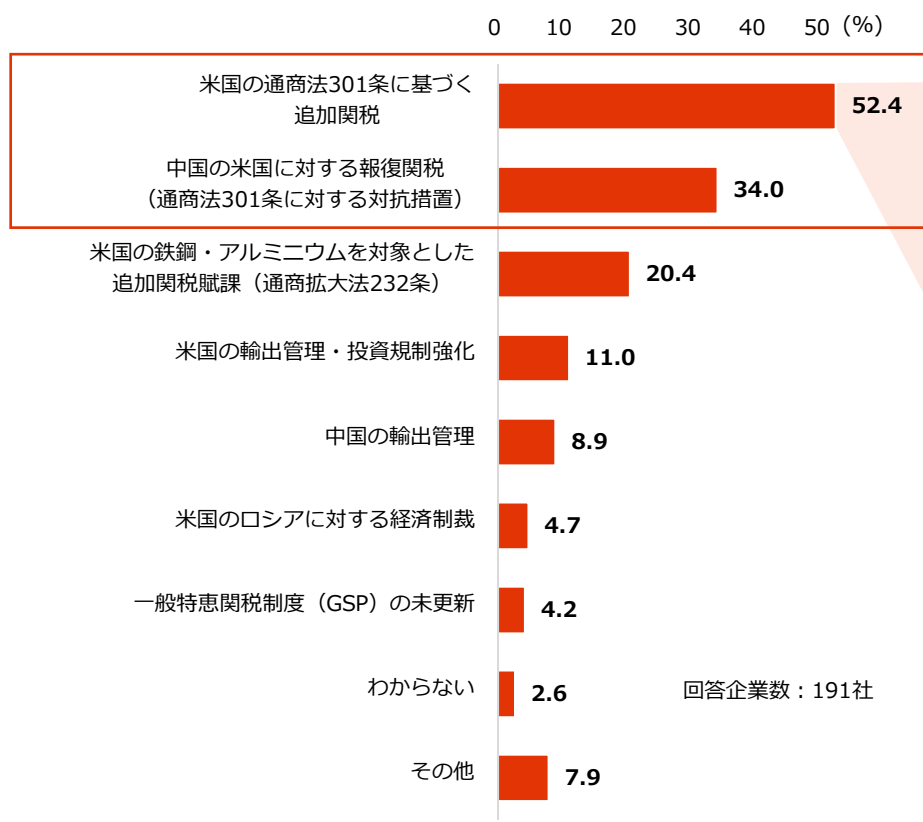
通商環境の変化が与える影響（自由記述）

- プラスの影響
 - ・ 競合中国製品の競争力低下、競合機会の軽減【販売会社、電気・電子機器】
 - ・ 競合の中国製品の追加関税による当社シェアの拡大【販売会社】
 - ・ フレンドショア政策により、米国での半導体関連投資が進むと期待される【ゴム・窯業・土石】
 - ・ 投資の北米回帰【販売会社】
- マイナスの影響
 - ・ コストが増加する、思ったより高い【化学・医薬、食料品】
 - ・ 米中摩擦の進展により、現調化比率が増加する可能性あり【鉄・非鉄・金属】
 - ・ 中国市場への進出が行いにくくなる【電気・電子機器部品】
 - ・ 円安による日調部品の価格影響【自動車等部品】

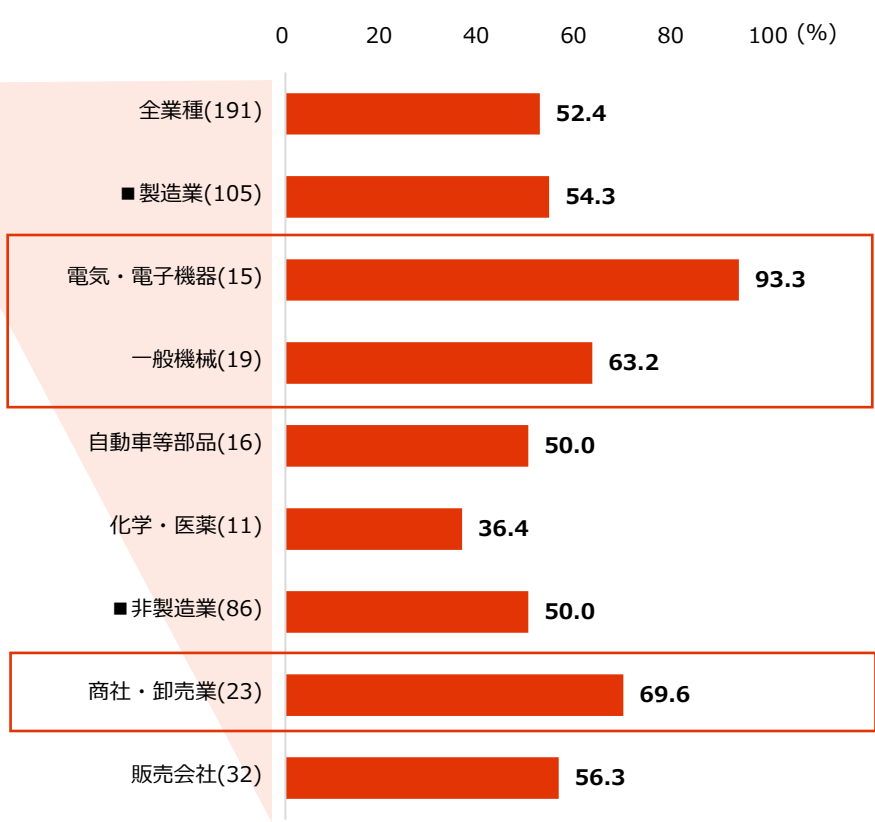
2 | 政策別の影響： マイナスの影響は「米国通商法301条」が5割強

- 「全体としてマイナスの影響」と回答した企業のうち、**影響を受ける政策**として「**米国の通商法301条に基づく追加関税**」が52.4%を占め、「**中国の米国に対する報復関税**」（34.0%）が続いた。
- 通商法301条によりマイナスの影響を受ける企業の割合を業種別にみると、電気・電子機器（93.3%）や商社・卸売業（69.6%）、一般機械（63.2%）で高かった。

マイナスの影響を受ける具体的な政策（複数回答）



301条関税によりマイナスの影響を受ける割合（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

1 経営上の課題： 「従業員の賃金上昇」「物流コストの上昇」が上位

- **経営上の課題**としては、「**従業員の賃金上昇**」（67.5%）が最大で、「**物流コストの上昇**」（56.9%）、「**新規顧客の開拓**」（52.5%）、「**従業員の確保**」（51.4%）が続いた。
- 具体的な課題として、**インフレ長期化による賃金上昇圧力**や**サプライチェーン全般の混乱**が挙げられた。また、金利上昇による借入金利負担増や人員不足を挙げる企業が、業種を問わずみられた。

経営上の課題（複数選択）

課題となっている事項	分類	割合 (%)
従業員の賃金上昇	雇用・労務面	67.5
物流コストの上昇	原材料・部品調達面	56.9
新規顧客の開拓	販売・営業面	52.5
従業員（一般社員）の確保	雇用・労務面	51.4
調達コストの上昇	原材料・部品調達面	50.7
従業員の質	雇用・労務面	42.7
従業員の定着率	雇用・労務面	40.2
従業員（技術者）の確保	雇用・労務面	39.4
物流遅延	原材料・部品調達面	37.5
納期管理	原材料・部品調達面	32.5
原材料・部品供給不足	原材料・部品調達面	26.0
取引先からの発注量の減少	販売・営業面	22.8

具体的な課題（自由回答）

- 雇用・労務面
 - ・ **インフレ長期化による賃金上昇圧力**【化学・医薬品】
 - ・ 熟練販売員の**高齢化**【一般機械】
 - ・ 従業員の**教育**【一般機械】
 - ・ **駐在員・現地社員との融合**【鉱業・エネルギー】
 - ・ 従業員の**安全対策**【化学・医薬】
- 原材料・部品調達面
 - ・ **サプライチェーン全般の混乱**【一般機械】
 - ・ **仕入れ先事業撤退**による供給停止【自動車等部品】
 - ・ 中国製品対象の**25%関税賦課**【電気・電子機器】
 - ・ **燃油コスト**【運輸業】
- 販売・営業面
 - ・ **旺盛な需要**への納期対応【プラスチック製品】
 - ・ **納期遅延**による顧客満足度低下【ゴム・窯業・土石】
 - ・ **主要取引先の投資後ろ倒し**【商社・卸売業】
 - ・ **輸入品との競合激化**【食料品】
 - ・ **半導体不足**による受注減【繊維・衣服】
- 財務・金融面
 - ・ **金利上昇**による借入金利負担増【自動車等部品、一般機械、化学・医薬など】
- 生産面
 - ・ **人員不足**および**高い離職率**による生産性の低下【自動車等部品】
 - ・ **人的要因**による**生産性の低迷**【鉄・非鉄・金属】

回答企業数：766社

（注）上位項目のみ抜粋、50%以上は太字

2 | 経営上の課題への対応策：「賃金の引き上げ」「調達先・調達内容の見直し」が上位

- **対応策**については、「賃金の引き上げ」が**59.3%**と前年（46.7%）から**12.6ポイント増加**した。続く「調達先・調達内容の見直し」は40.5%で前年（43.3%）から2.8ポイント減少した。
- 業種別では、「賃金の引き上げ」はプラスチック製品（84.6%）や一般機械（77.8%）、「調達先・調達内容の見直し」は自動車等（71.4%）や鉄・非鉄・金属（70.8%）で高かった。

経営上の課題への対応策（複数選択）

対応策	分類	割合 (%)
賃金の引き上げ	雇用・労務面	59.3
調達先・調達内容の見直し	原材料・部品調達面	40.5
競合製品との差別化	販売・営業面	36.7
販売方法の見直し・強化	販売・営業面	35.8
人件費以外の経費削減	雇用・労務面	35.1
新製品の開発	販売・営業面	33.8
社内コミュニケーションの活発化	雇用・労務面	33.1
在庫の積み増し	原材料・部品調達面	32.1
労働環境の改善	雇用・労務面	32.0
配送契約・配送方法の見直し	原材料・部品調達面	31.0
就業規則・雇用条件の見直し	雇用・労務面	29.5
各種規制への対応	規制面	26.5
自動化・省力化の推進	雇用・労務面	24.5
リモートワーク・WEB会議の活用	雇用・労務面	23.4
製品（サービス）価格の見直し	販売・営業面	23.1
カスタマーサービスの強化	販売・営業面	21.7

具体的な対応策（自由記述）

- 雇用・労務面
 - ・ **正規社員の雇用拡大**【鉄・非鉄・金属】
 - ・ **従業員教育**【自動車等部品・鉄・非鉄・金属】
 - ・ **生産効率化による生産要員の合理化**【繊維・衣服】
 - ・ **人材育成・能力開発**【自動車等部品、販売会社】
- 原材料・部品調達面
 - ・ **購入品調達改善**【鉄・非鉄・金属】
 - ・ **中国以外からの輸入に切り替え**【化学・医薬】
- 物流面
 - ・ **航空便から船便の利用への切り替え**【電気・電子機器】
 - ・ **LLCの活用**【鉄道・運搬車両等部品】
- 生産面
 - ・ 工場の**生産能力増大**【化学・医薬】
 - ・ 生産工程の**フレキシブル性向上**【プラスチック製品】
 - ・ **メキシコへの生産移管の推進**【自動車等部品】
- 販売・営業面
 - ・ **原価高騰分の値上げ交渉、値上げ**【自動車等部品、食料品、鉄・非鉄・金属、化学・医薬、建設業、販売会社】
 - ・ **賃金上昇をカバー**するよう**販売増に取り組み**【化学・医薬】
 - ・ **高付加価値製品の販路拡大**【鉄・非鉄・金属】
 - ・ **価格引き上げに柔軟な新規取引先の選定**【その他製造業】

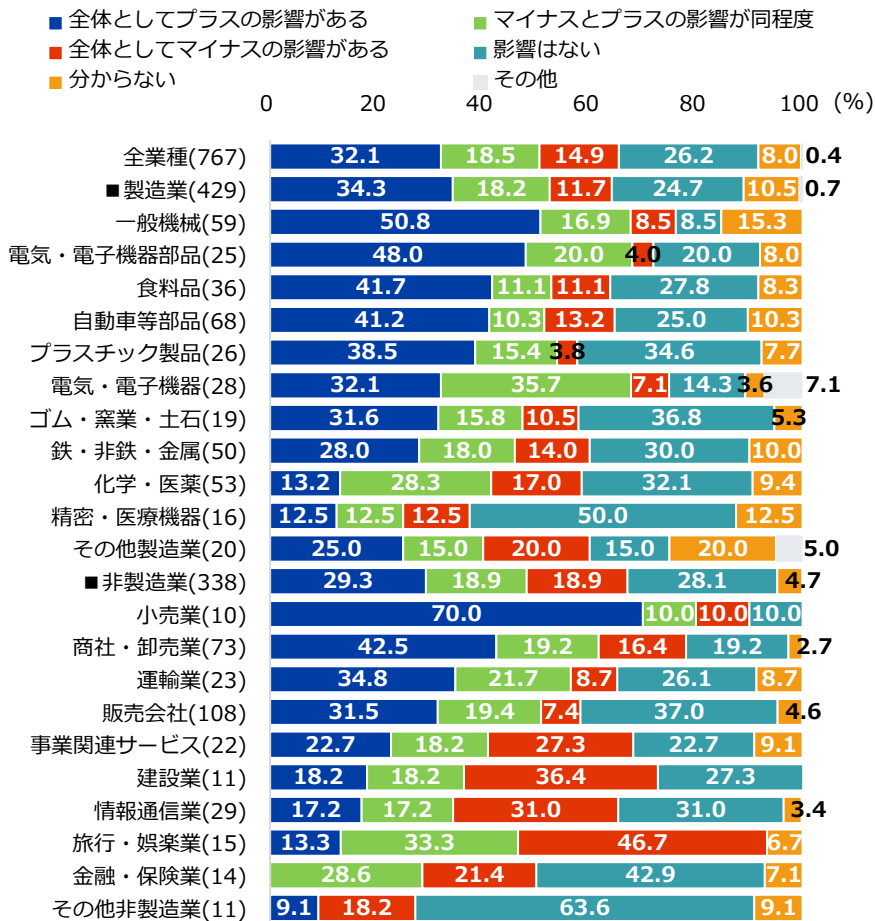
回答企業数：713社

（注）上位項目のみ抜粋、30%以上は太字

3 | 円安ドル高による影響：「プラスの影響」が3割強、「影響はない」は3割近く

- 2022年初頭からの円安ドル高傾向について、「プラスの影響」が32.1%だった。日本からの輸入コストの減少が主な要因として挙げられた。
- 「影響はない」と答える企業も3割近く（26.2%）に。ドル建てで調達・販売を行う企業への影響は限定的だった。

円安・ドル高による影響（業種別）



為替水準がもたらす影響（自由記述）

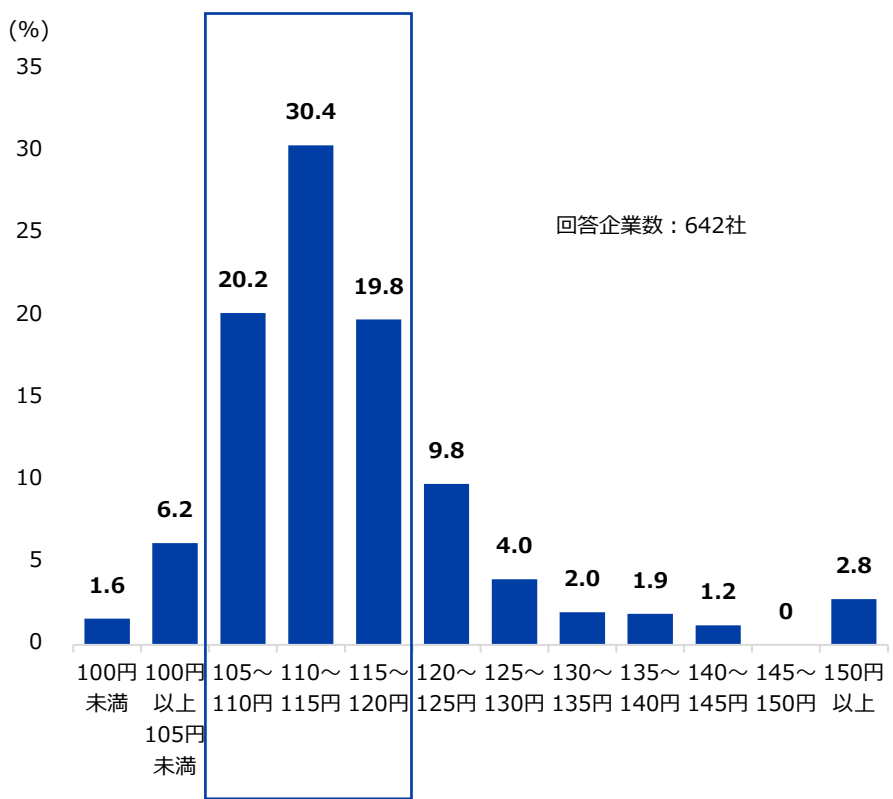
- **プラスの影響**
 - ・ 輸入コストの減少【商社・卸売業】
 - ・ 本社連結時の採算好転【鉱業・エネルギー】
 - ・ 日本原産製品の仕入価格の低下【一般機械、小売業】
 - ・ 日本からの輸入原料や調達部品の値下がり【食料品、一般機械】
 - ・ 本社で製造された製品・システムの円安による価格下落【一般機械】
- **影響なし**
 - ・ 売り上げ、仕入れなどの決済にドルベースであることから、影響はない【販売会社、化学・医薬品、電気・電子など】
- **マイナスの影響**
 - ・ 顧客の投資先送り【建設業】
 - ・ 新規投資にあたっての投資額の増加【鉱業・エネルギー】
 - ・ 駐在社員の給与の高騰【プラスチック製品、情報通信業】
 - ・ 輸入品の価格低下による競争激化

(注) 凡例に併記された括弧内の数値は、各業種の有効回答企業数

4 | 円安ドル高への対応策： 適正相場は105円以上120円未満の範囲が約7割

- **適正と考えるドル円相場**について、「110円以上115円未満」が30.4%で最大だった。**105円以上120円未満の範囲を適正とみる企業は70.4%**を占めた。
- **円安ドル高への対応策**としては**為替予約**のほか、取引や借入の円建てから**ドル建てへの変更**による**為替リスクの低減**や、在庫調整および発注調整などが挙げられた。

企業が適正と考えるドル円相場



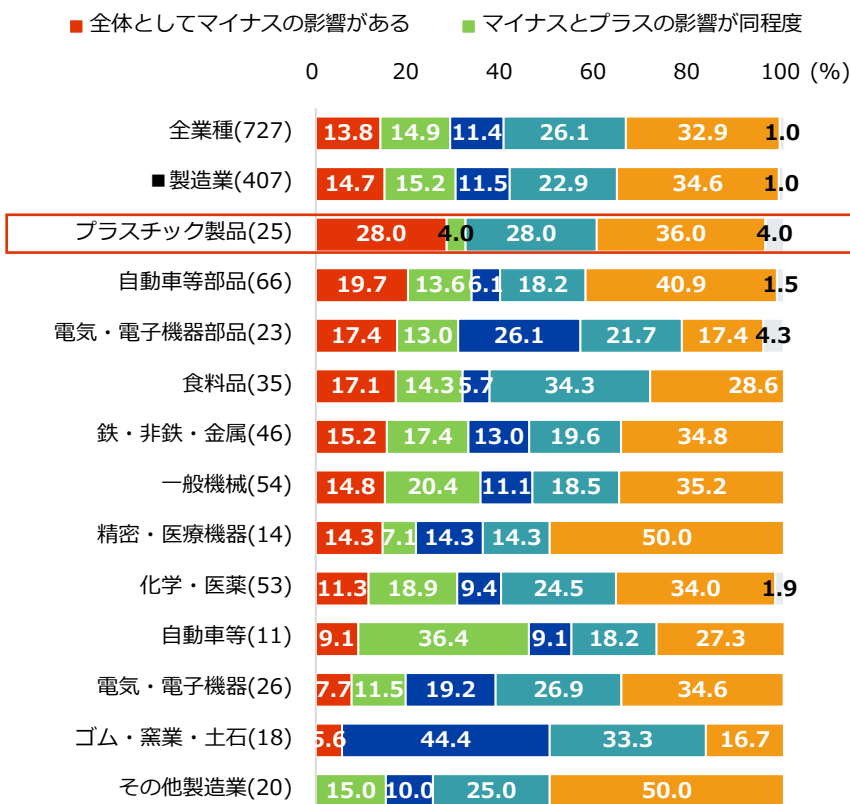
円安ドル高への対応策（自由記述）

- **為替予約**【プラスチック製品、ゴム・窯業・土石】
- 米国から日本への輸出について、**複数年単位の出荷スケジュールの再確認や調整**【商社・卸売業】
- 円建てでの取引から**ドル建てでの取引への変更**【鉄・非鉄・金属】
- 本社からの**商品購入単価の定期的な見直し**【食料品】
- **取引や輸送方法の改善**による**経費削減**【食料品】
- 円建てから**ドル建ての借入への変更**【自動車等部品】
- **材料・消耗品パーツ類などの日本からの輸入**【自動車等部品、鉄・非鉄・金属】
- 取引先が為替の影響を受けた結果、自社との取引量に影響する場合には、**在庫調整、発注調整**を実施【紙・木製品・印刷】
- **同一通貨での輸出**によりバランスを取る【化学・医薬品】
- **仕入れ価格の引き下げ**【電気・電子機器】
- **設備投資の増加**【食料品】
- **売価への反映**【一般機械】

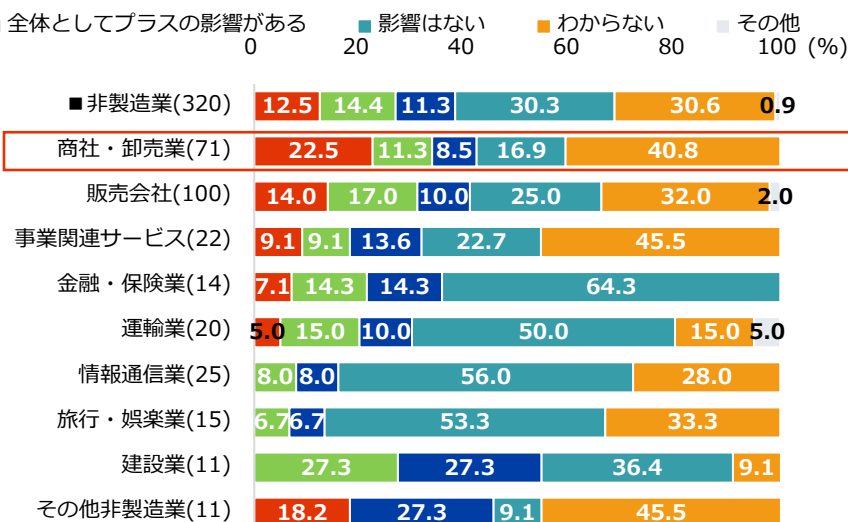
1 | バイデン政権の政策の影響： 「わからない」が3割強を占める

- バイデン政権の政策がビジネス活動に与える影響について、「わからない」とする企業は3割強（32.9%）で、前年（38.4%）から5.5ポイント減少した。「影響はない」（26.1%）、「マイナスとプラスの影響が同程度」（14.9%）、「マイナスの影響」（13.8%）が続いた。
- 「マイナスの影響」は、プラスチック製品（28.0%）や商社・卸売業（22.5%）で2割を超えた。

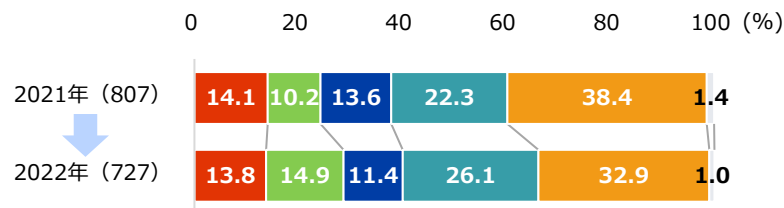
バイデン政権の政策の影響（業種別、製造業）



バイデン政権の政策の影響（業種別、非製造業）



バイデン政権の政策の影響（前年度比較）

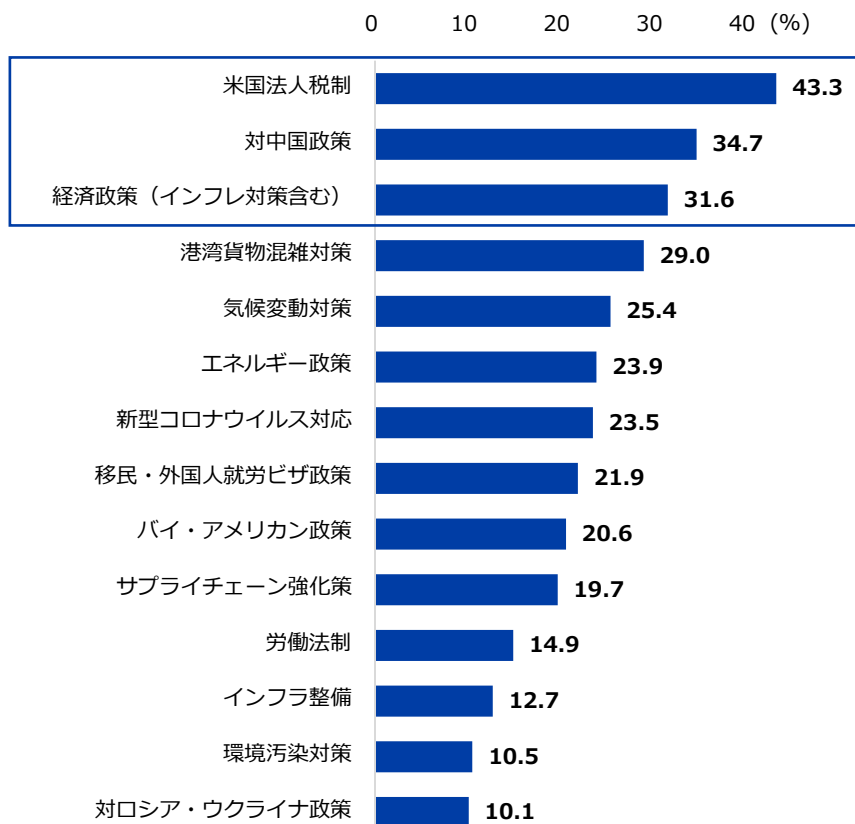


(注) 有効回答数10社以上の業種のみ掲載

2 | バイデン政権の政策の影響： 法人税制、対中国政策に注目

- **バイデン政権の政策でビジネス活動に影響があると思われる政策**としては、「**法人税制**」（43.3%）、「**対中国政策**」（34.7%）、「**経済政策（インフレ対策含む）**」（31.6%）が上位に。
- 気候変動関連政策やEV化推進により、ビジネスが拡大するという企業がみられた一方、EV化による商圏の減少やコスト増などのマイナスの影響を受けるという声も聞かれた。

経営に影響を与えるバイデン政権の政権分野



(注) 上位項目のみ掲載

回答企業数：732社

プラスの影響（自由記述）

- **グリーンエネルギー関連ビジネスの拡大**【一般機械、電気・電子機器、商社・卸売業】
- **EV化推進**【電気・電子機器、商社・卸売業、化学・医薬】
- **公共交通投資促進**、生産量増加【鉄道・運搬車両等】
- **CHIPS法**により、**米国への半導体関連投資**が進むため【電気・電子機器、精密・医療機器、ゴム・窯業・土石、鉄・非鉄・金属、その他製造業、商社・卸売業】
- **移民増**によるビジネスチャンスの拡大【ゴム・窯業・土石】
- **インフラ投資法**に伴う需要増【建設業、ゴム・窯業・土石】
- **EV化促進、インフラ投資増大**による卸先の売上増、ブロードバンド関連投資の継続、メキシコ国境対策の安定化【鉄・非鉄・金属】
- 受注、生産量の増加【プラスチック製品、繊維・衣服】
- **環境対策強化**が**ビジネスチャンス**につながる【鉱業・エネルギー、建設業、その他非製造業、金融・保険業】
- **南米進出**のため【販売会社】

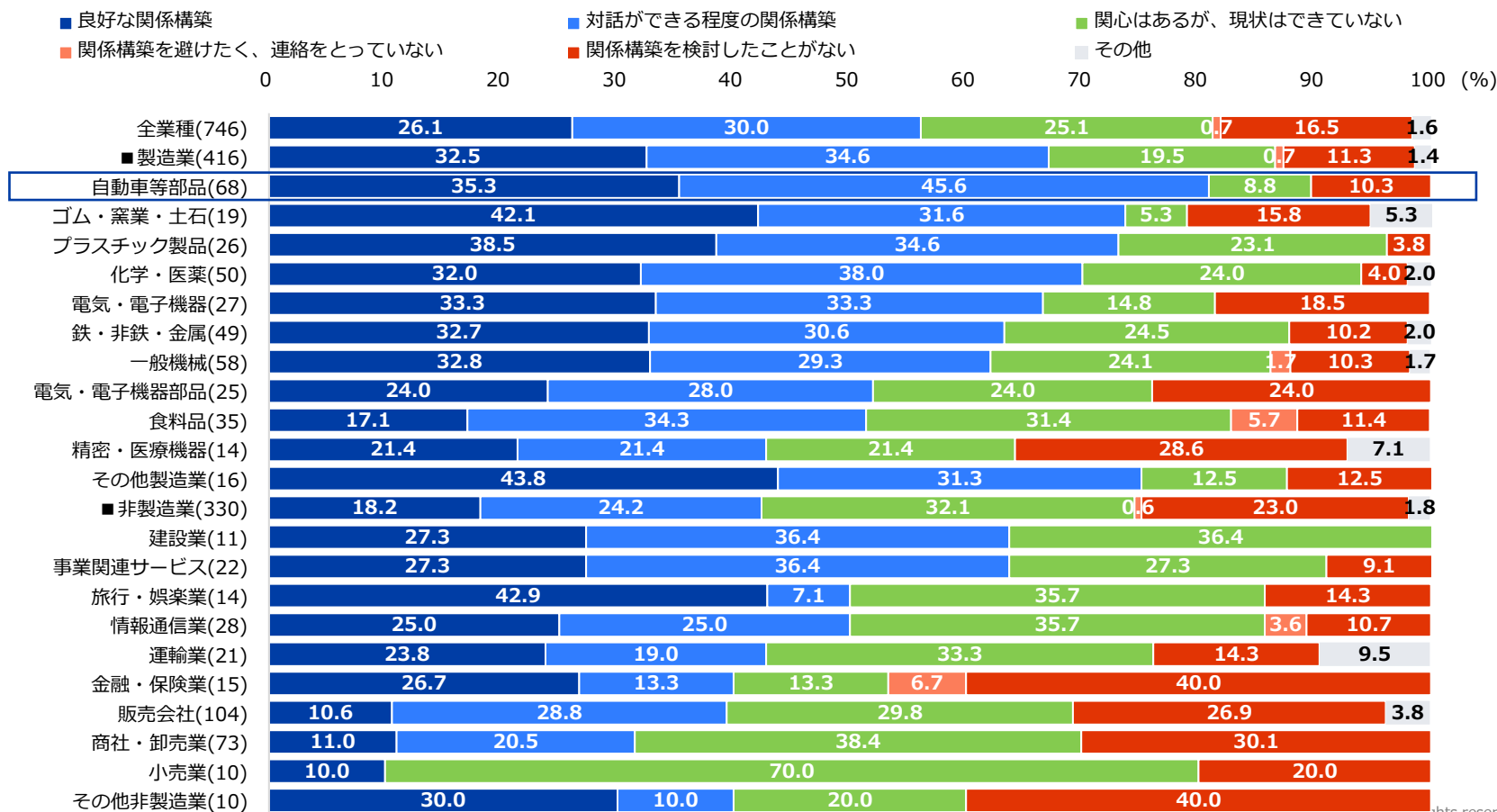
マイナスの影響（自由記述）

- **EV化による既存商圏の減少**【自動車等部品、鉄・非鉄・金属】
- **インフレ対策効果がみられない。人権・環境問題の規制**による**コストアップ**【自動車等部品】
- **法人税の増加**【自動車等部品、プラスチック製品、繊維・衣服】
- **航空宇宙向け製品への輸出規制強化**【鉄・非鉄・金属】
- **金利上昇**に伴う**消費者の購買力低下**、**労働者保護**の行き過ぎた政策、**人手不足**、**物価上昇**による賃金への転嫁【食料品】
- **通商法301条**（対中関税）の維持・継続【化学・医薬】

1 州政府等、地元コミュニティとの関係： 6割近くが地元コミュニティとの対話チャンネル有

- **地元コミュニティとの関係構築**について、「良好な関係を構築」（26.1%）と「対話ができる程度
の関係構築」（30.0%）を合わせると、**6割近くの企業（56.1%）が対話チャンネルを有している**。
- 産業別では、製造業で7割近く（67.1%）で、自動車等部品では約8割（80.9%）が対話チャンネルを
有しているが、非製造業は4割強（42.4%）にとどまった。

地元コミュニティ（州政府や経済開発公社、商工会議所等）との関係構築



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載

2 州政府等、地元コミュニティとの関係： 良好な関係によりビジネス支援を受ける例も

- **良好な関係を持つ企業**からは、**企業移転や土地取得などの際に**（移転先の）**地元政府から多大な支援を受けた**との声。
- 地元コミュニティとの接点は、**商工会加入**などが多い。
- 他方、課題は「**何から始めてよいかわからない**」「**規模が小さく費用対効果がみえない**」。

地元コミュニティ（州政府や経済開発公社、商工会議所等）との連携事例と課題（自由記述、一部抜粋）

地元政府と協力して円滑なビジネスを実施

- **企業統合により移転**した際、（移転先の）地元政府から**多大な支援を受けた**【一般機械】
- **土地取得や環境対応**などについて、州や市と連携して**援助を受ける**一方、雇用創出に協力【化学・医薬】
- **雇用や住居不足**について、必要に応じて**州政府と話し合い**を実施【食料品】

商工会等を通じた地元コミュニティへの参加

- **現地商工会**を通じての関係構築【化学・医薬】
- **地域コミュニティイベントへの参加、寄付、インターン受入れ等**さまざまな活動を通じて関係を構築【一般機械】

地元コミュニティへの貢献

- 年に1回程度、**社員ボランティア**による**清掃活動**を実施【繊維・衣服】
- 自社製品のリサイクルにより生成された**再生プラスチック**を、地元の道路舗装企業が製造する**アスファルト材**に提供【電気・電子機器】

地元コミュニティとの関係構築の課題

- 具体的に**何から始めてよいか分からない**【自動車等部品】
- 会社規模小さく、**費用対効果がみえない**【販売会社】

JETRO

カナダ編（第33回調査）



本年度調査の概要

調査目的

カナダに進出する日系企業の経営状況、現地でのビジネス環境の変化などについて把握し、日本企業の海外事業戦略立案や関係機関の施策立案に資することを目的とする。

実施時期

2022年9月8～30日

有効回答率

75.0%

(回答企業数 138社 / 184社)

調査対象

在カナダ日系企業（製造業・非製造業）のうち、直接出資および間接出資を含めて、日本の親会社の出資比率が10%以上の企業、日本企業の支店が対象。

備考

本調査は1989年より実施しており、今回は33回目となる（2004年度は実施せず）。

(注1) 調査結果の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100とはならない。

(注2) アンケートに回答した企業が、各設問全てに回答したわけではない。回答比率は、各設問の回答者数を基数として算出した。

(注3) 次ページ以降の図表中、特に記載のない場合、括弧内数値は回答企業数を示す。

(注4) 各選択肢の回答企業数の分母が一定数に満たない業種や選択肢は対象から外した。

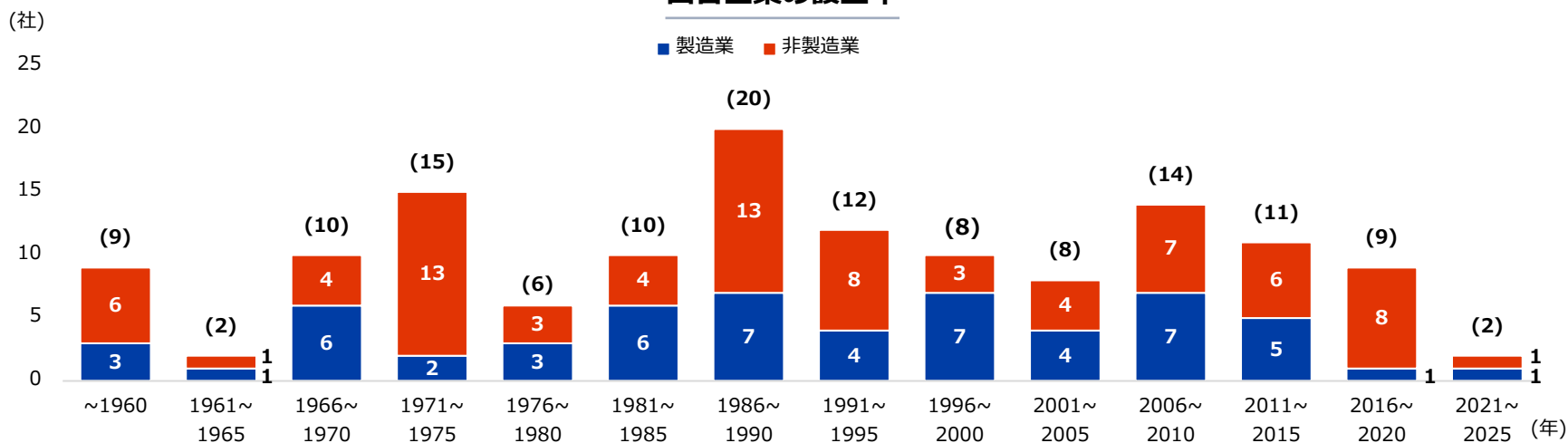
回答企業数の業種別・州別内訳

(単位：社、%)

		企業数	構成比		
全業種		138	100		
業種別					
製造業	企業数	構成比	非製造業	企業数	構成比
	57	41.3		81	58.7
自動車等部品	13	9.4	販売会社	19	13.8
一般機械	8	5.8	商社・卸売業	16	11.6
食料品	6	4.3	運輸業	8	5.8
自動車等	6	4.3	金融・保険業	8	5.8
プラスチック製品	5	3.6	旅行・娯楽業	8	5.8
鉄・非鉄・金属	5	3.6	情報通信業	7	5.1
精密・医療機器	4	2.9	鉱業・エネルギー	5	3.6
電気・電子機器	3	2.2	事業関連サービス	3	2.2
鉄道・運搬車両等部品	2	1.4	小売業	3	2.2
ゴム・窯業・土石	1	0.7	教育・医療	1	0.7
化学・医薬	1	0.7	不動産・賃貸業	1	0.7
その他製造業	3	2.2	その他非製造業	2	1.4
州別（製造業）			州別（非製造業）		
オンタリオ	45	32.6	オンタリオ	47	34.1
ブリティッシュ・コロンビア	5	3.6	ブリティッシュ・コロンビア	22	15.9
アルバータ	2	1.4	アルバータ	7	5.1
ケベック	2	1.4	ケベック	5	3.6
マニトバ	1	0.7			
サスカチワン	1	0.7			
ノバスコシア	1	0.7			

回答企業の設立年、拠点数、工場数

回答企業の設立年



(注) () は全業種（製造業と非製造業を合わせた）回答企業数を示す

回答企業の拠点数の内訳

回答企業数	95			拠点数
	企業数(社)			
拠点数	製造業	非製造業	全業種	総計
拠点なし	0	0	0	0
1	22	26	48	48
2	13	12	25	50
3	2	5	7	21
4	2	2	4	16
5	1	2	3	15
6~10	1	3	4	29
11以上	0	4	4	89
計	41	54	95	268

回答企業の工場数の内訳

回答企業数	60			工場数
	企業数(社)			
工場数	製造業	非製造業	全業種	総計
工場なし	5	23	28	0
1	24	0	24	24
2	4	0	4	8
3以上	2	2	4	20
計	35	25	60	52

従業員数・日本からの派遣者数： 1社あたりの中央値はそれぞれ70人、1人

- 回答企業の総従業員数は11万2,415人で、**1社あたり従業員数平均値**は815人、**中央値**は70人。産業別で見ると、製造業の中央値は145人、非製造業の中央値は35人。
- 回答企業の日本からの総派遣者（駐在員）数は343人で、**1社あたり派遣者数平均値**は2人、**中央値**は1人。産業別で見ると、製造業の中央値は2人、非製造業の中央値は1人。

従業員数の平均値と中央値

(単位：人)

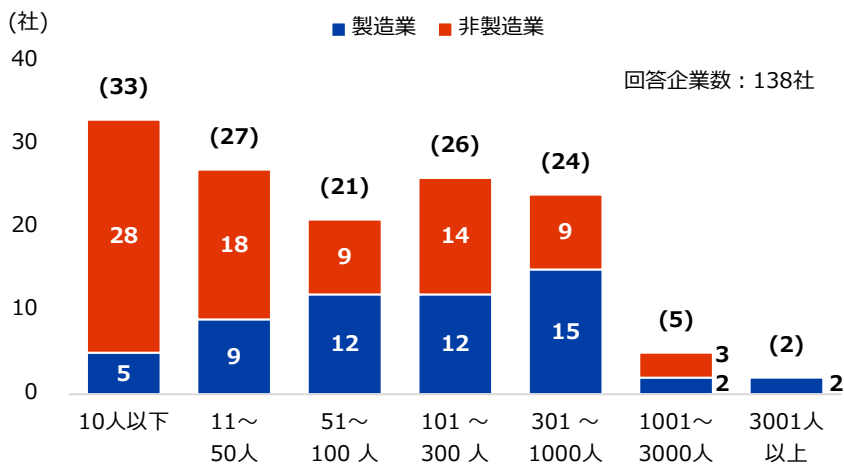
	総従業員数	平均値	中央値
全業種(138)	112,415	815	70
製造業(57)	97,061	1,703	145
非製造業(81)	15,354	190	35

日本からの派遣者数の平均値と中央値

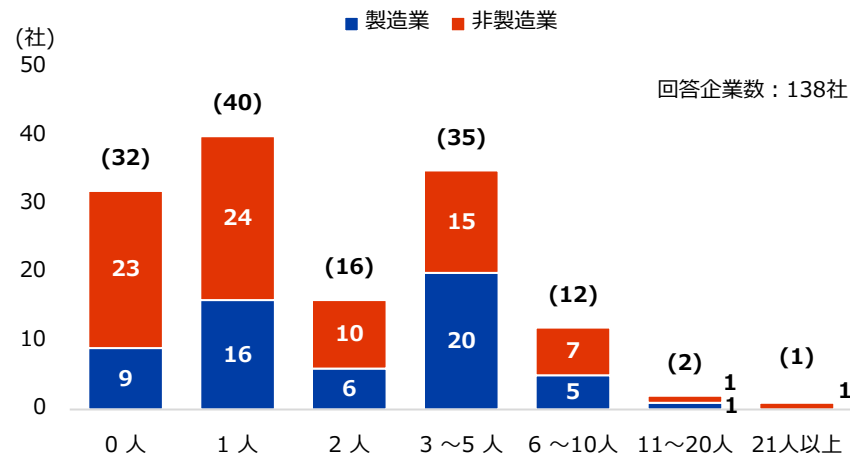
(単位：人)

	総派遣者数	平均値	中央値
全業種(138)	343	2	1
製造業(57)	150	3	2
非製造業(81)	193	2	1

産業別の従業員数内訳



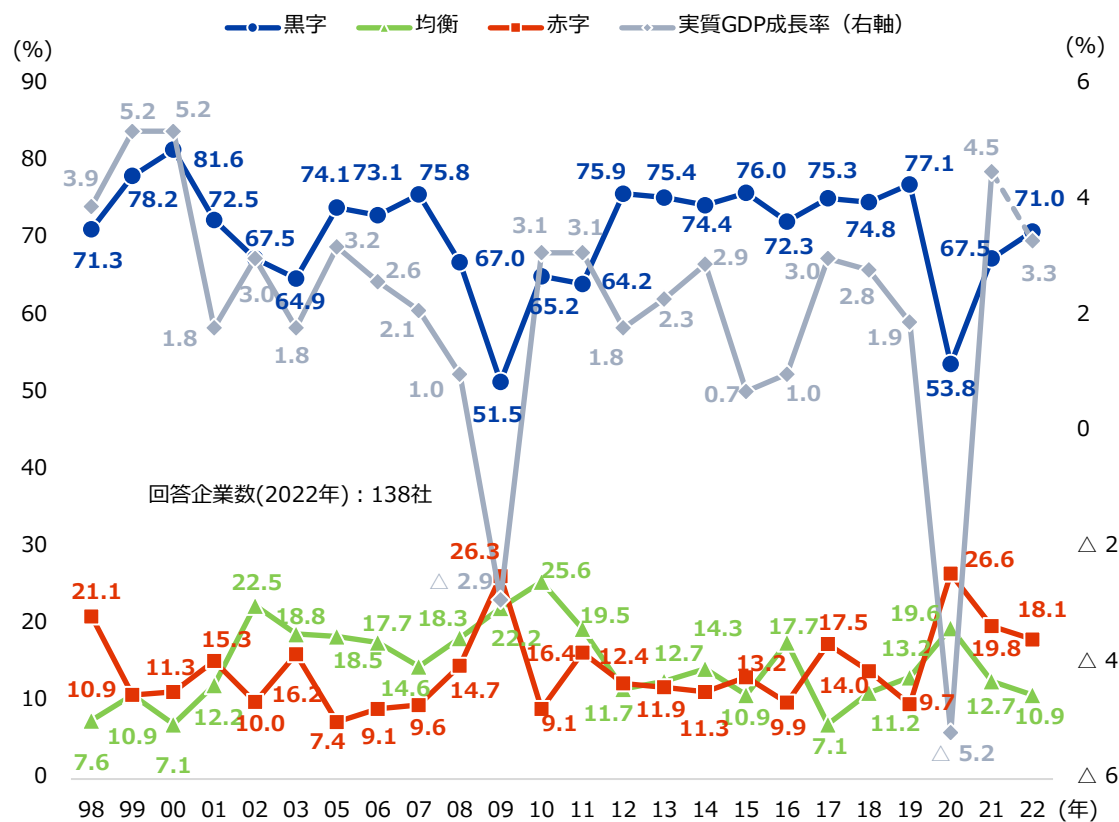
産業別の日本からの派遣者数内訳



1 | 2022年営業利益見込み： 黒字見込みは7割強に上昇、オンタリオ州で77%

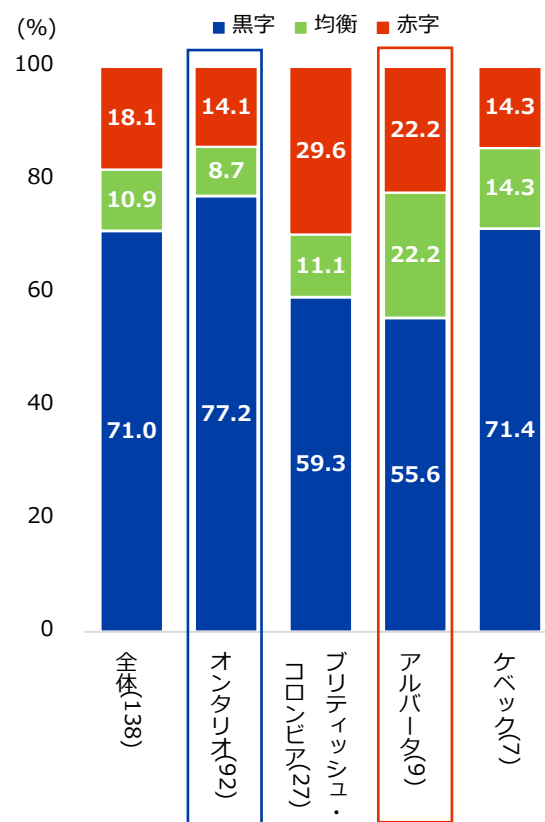
- 2022年に「黒字」を見込む企業は71.0%で、前年（67.5%）から3.5ポイント上昇。新型コロナ禍前の2019年（77.1%）には及ばなかったが、70%台に回復。「赤字」見込みは18.1%。
- 州別でみると、「黒字」を見込む企業はオンタリオ州で77.2%と高かったが、アルバータ州は55.6%にとどまった。

営業利益見込みとカナダの実質GDP成長率



(注) 2022年の実質GDP成長率はIMFによる予測値（2022年10月）。2004年度は調査を実施せず

2022年の営業利益見込み（州別）

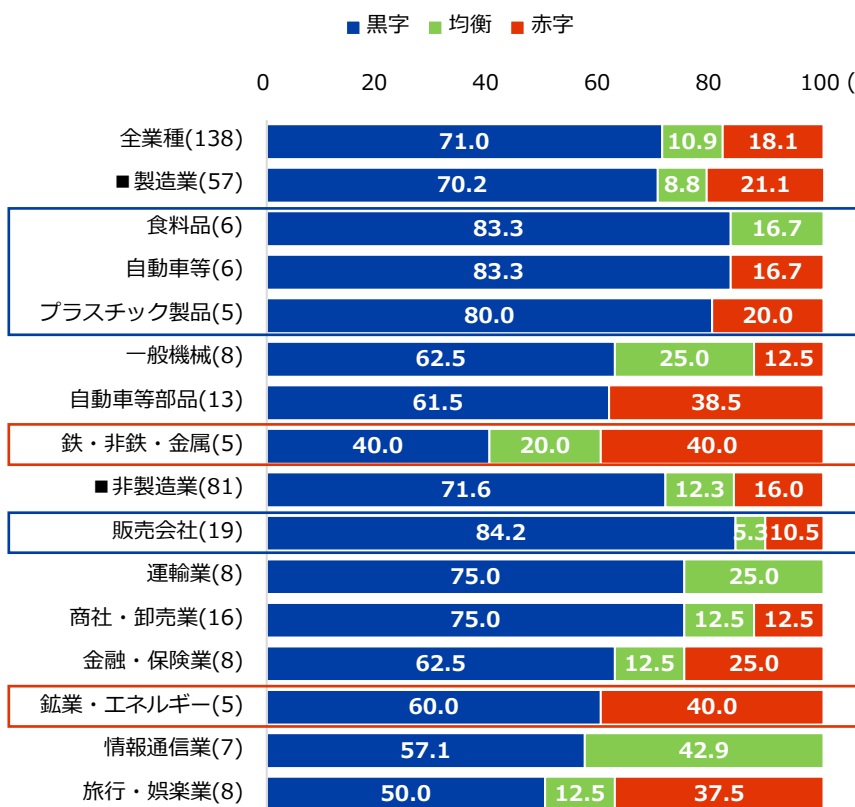


(注) 有効回答5社以上の州のみ掲載
Copyright © 2022 JETRO. All rights reserved.

2 | 2022年営業利益見込み（業種別）： 販売会社や食料品、自動車等で黒字8割超

- 業種別黒字見込みは、販売会社で84.2%と最大で、食料品と自動車等（ともに83.3%）、プラスチック製品（80.0%）が続いた。赤字見込みは鉄・非鉄・金属や鉱業・エネルギーで4割となった。
- **営業利益見込みに影響した要因**に、**新型コロナ禍からの需要回復**が挙がる一方、**サプライチェーン混乱の不利**を受ける業種も存在。リモートワークの普及は旅行・娯楽業の売り上げを圧迫した

2022年の営業利益見込み（業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

営業利益黒字見込みに影響した要因（自由記述）

- **新型コロナ禍からの市場回復の継続**【食料品】
- **固定費の見直し**（合理化）および**得意先の販売計画増加**【自動車等部品】
- **インフレ**を考慮した**製品の値上げ**【自動車等部品】
- **堅調なカナダ経済**が下支えしている、建設**需要の高まり**【販売会社】

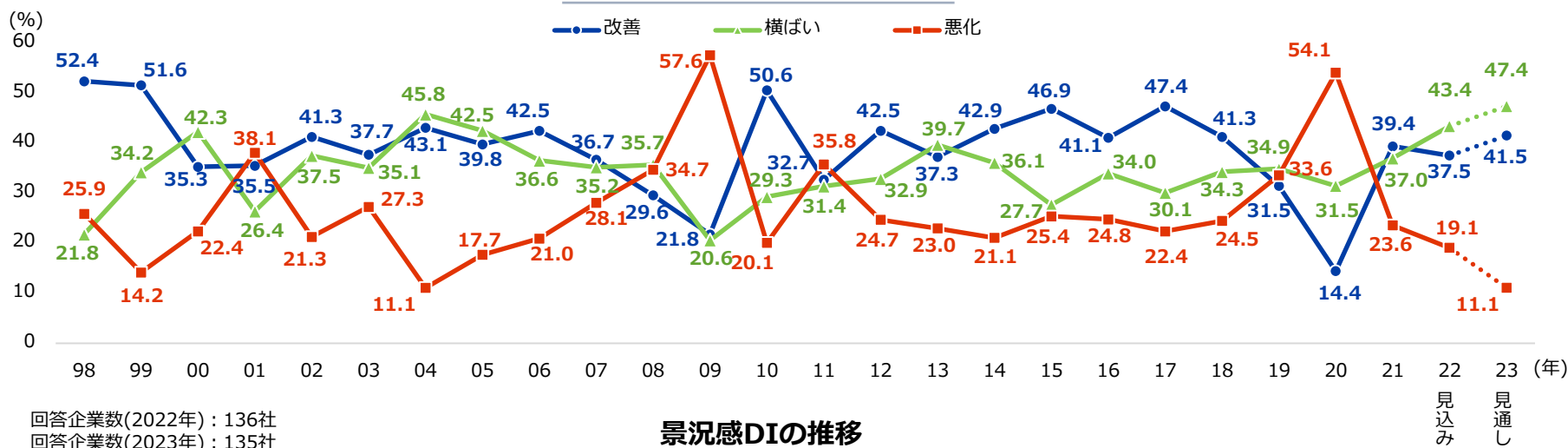
営業利益赤字見込みに影響した要因（自由記述）

- **得意先による大幅な減産**【自動車等部品】
- **原材料費や輸送費の高騰**に対する**売値への転嫁の遅れ**【鉄・非鉄・金属】
- **納期の長期化**（供給されるまで時間がかかる）【販売会社】
- 鉱山開発に伴う**支出の増加**【鉱業・エネルギー】
- **新型コロナ禍による出張や個人・団体旅行の大幅な減少、リモート会議の普及**【旅行・娯楽業】

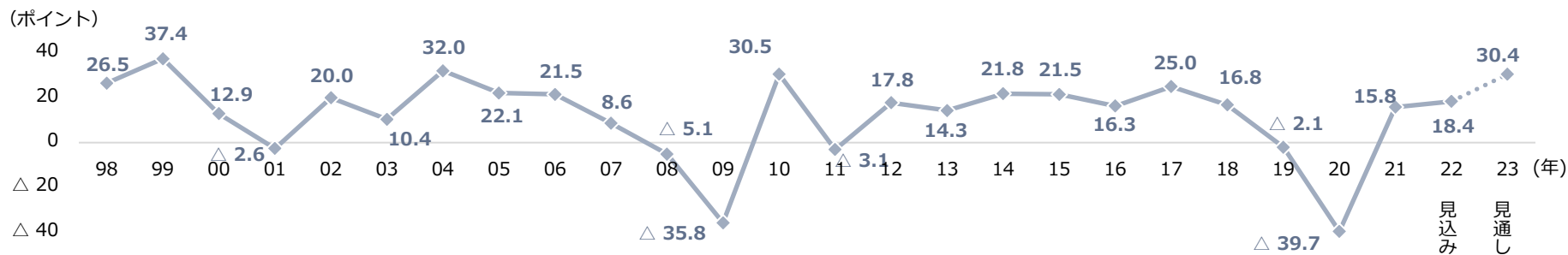
3 景況感DI： 22年景況感は18.4と微増、23年はさらに上向く見通し

- 2022年の営業利益見込みについて、前年から「改善」が37.5%、「横ばい」は43.4%、「悪化」は19.1%。2023年に「改善」を見通す企業は41.5%。
- 2022年の景況感を示すDI（改善－悪化）は18.4となり、前年（15.8）から2.6ポイント上昇。2023年は30.4とさらに上向く見通し。

前年と比較した営業利益の変化



景況感DIの推移

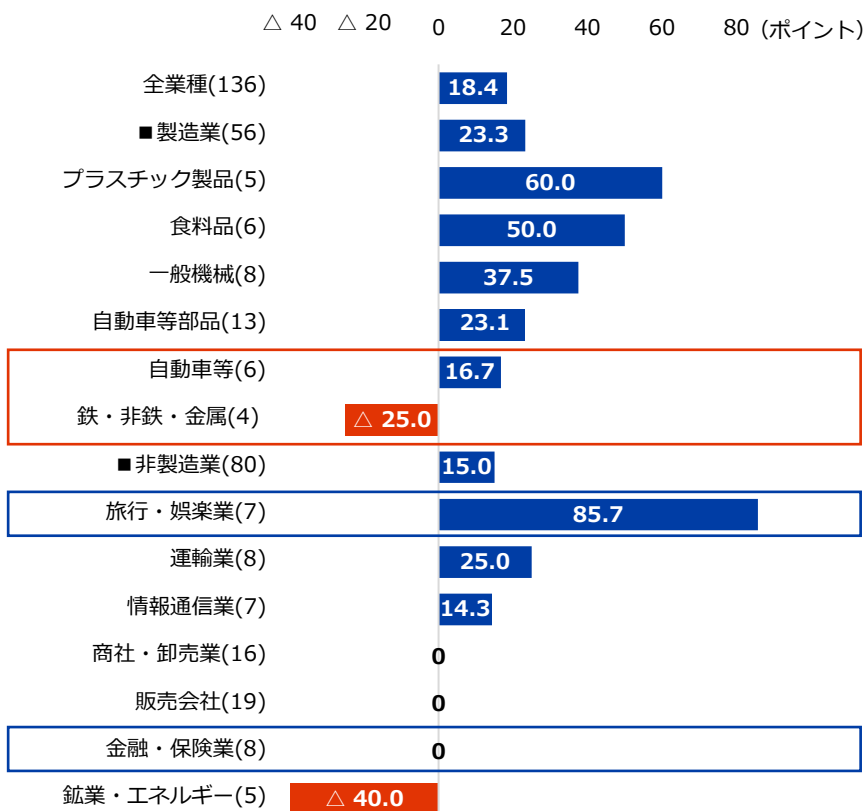


(注) 2004年度は調査を実施しなかったため、2003年度調査時点の見通しの数値

4 景況感DI（業種別）： 22年は旅行・娯楽業や金融・保険業で大幅改善

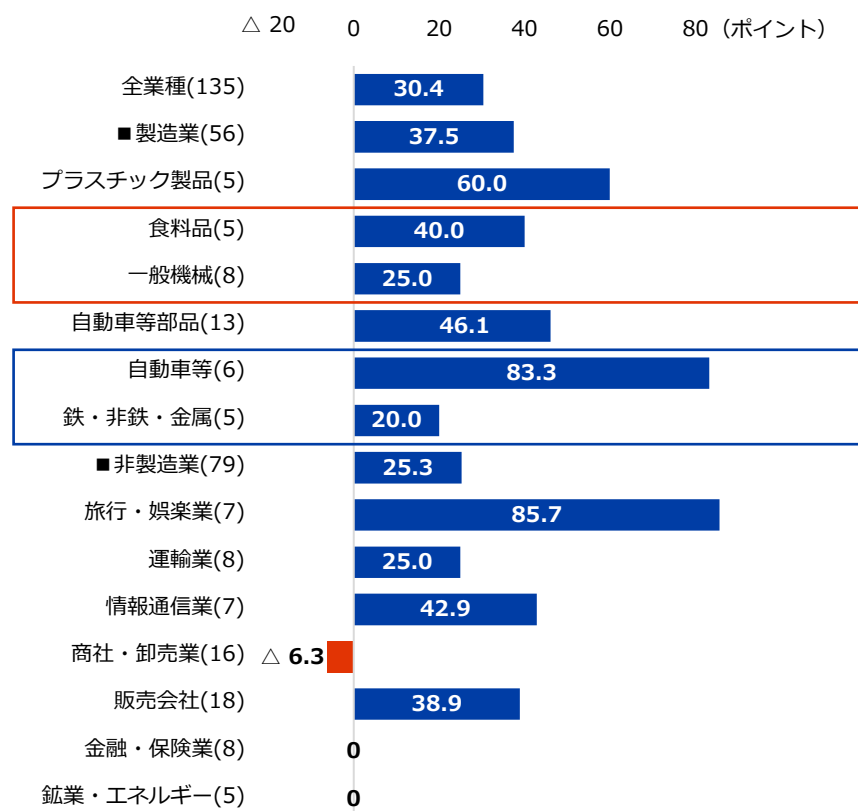
- 2022年の業種別DIは、旅行・娯楽業（前年比73.2ポイント増）や金融・保険業（66.7ポイント増）で大幅に改善したが、自動車等（58.3ポイント減）や鉄・非鉄・金属（41.6ポイント減）で悪化した。
- 2023年は、自動車等（66.6ポイント増）や鉄・非鉄・金属（45.0ポイント増）で改善の見通しだが、一般機械（12.5ポイント減）や食料品（10.0ポイント減）で悪化を見込む。

2022年の主な業種別の景況感DI（業種別）



(注) 原則として有効回答5社以上の業種のみ掲載

2023年の主な業種別の景況感DI（業種別）

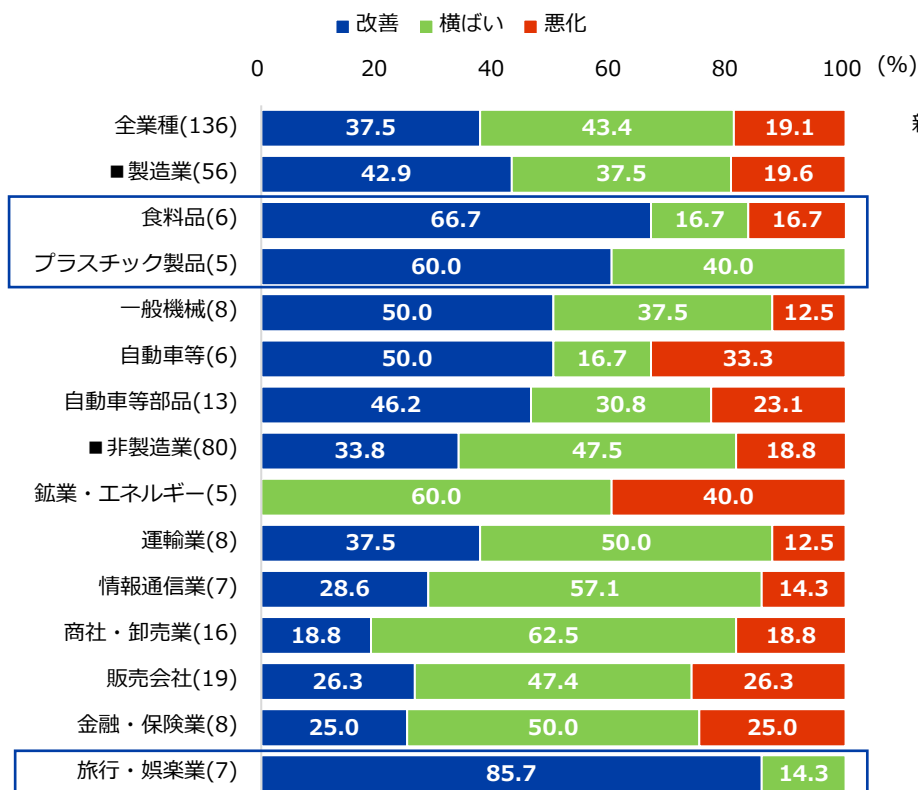


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

5 対前年比営業利益見込み（業種別）： 製造業で改善大、新型コロナに起因する反動増が牽引

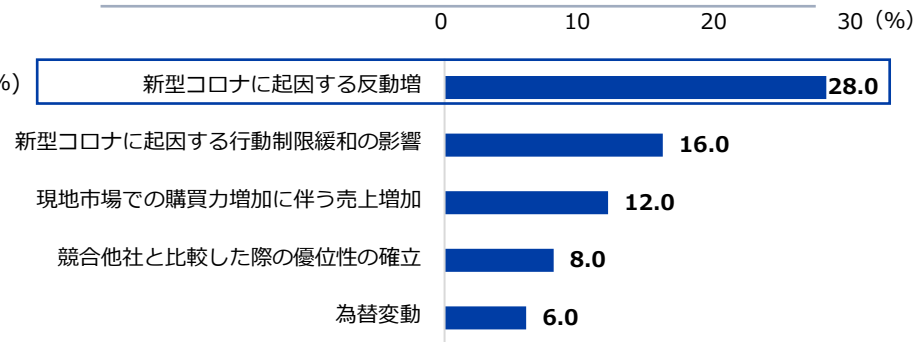
- 営業利益見込みを前年と比べると、「改善」の割合は非製造業より製造業で大きく、製造業では食料品（66.7%）やプラスチック製品（60.0%）、非製造業では旅行・娯楽業（85.7%）で最大。
- **改善の主因**として、「**新型コロナに起因する反動増**」が28.0%を占めた。**悪化の主因**として、「**原材料・部品調達コストの上昇**」（19.2%）が挙げられた。

2021年と比較した営業利益の変化（業種別）



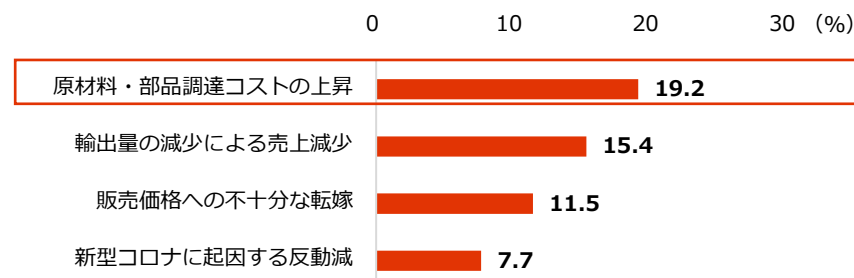
(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

2022年の営業利益見込みが改善する理由（主因）



回答企業数：50社

2022年の営業利益見込みが悪化する理由（主因）



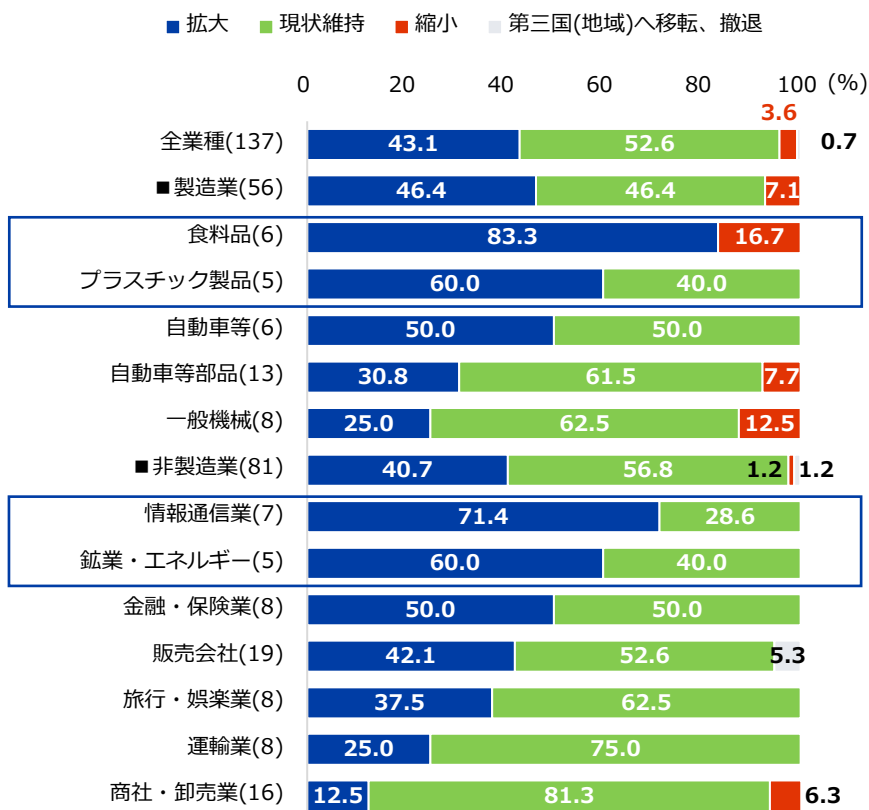
回答企業数：26社

(注) 上位項目のみ掲載

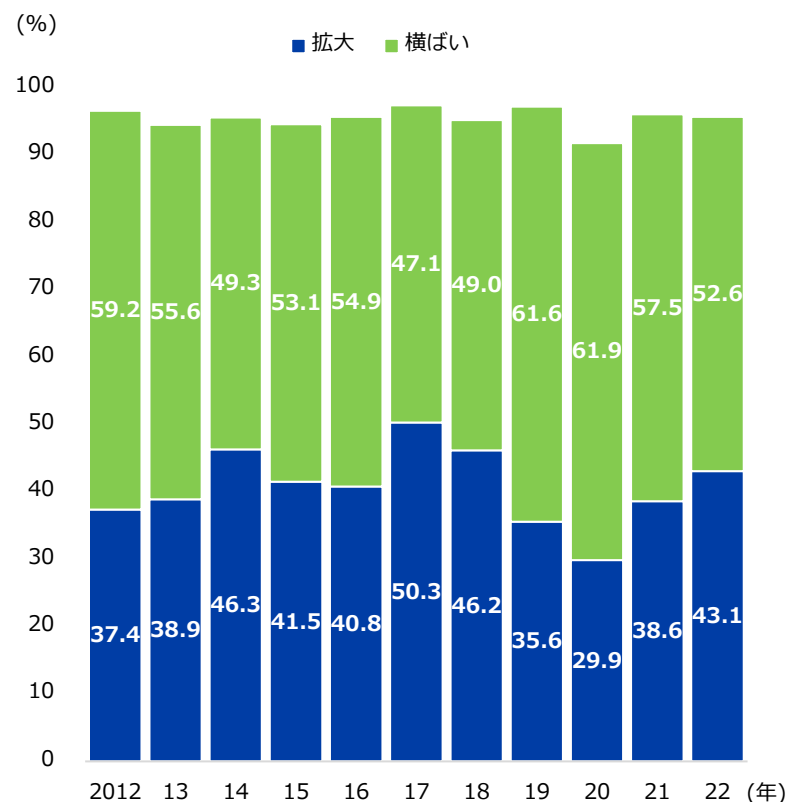
1 今後の事業展開： 事業拡大は4割強にまで回復

- 今後1～2年の事業を拡大する企業は4割強（43.1%）と、新型コロナ禍前の2019年（35.6%）を上回った。
- 業種別にみると、製造業では食料品（83.3%）やプラスチック製品（60.0%）で、非製造業では情報通信業（71.4%）や鉱業・エネルギー（60.0%）で「拡大」の比率が高かった。

今後1～2年の事業展開の方向性（業種別）



今後1～2年の事業展開の推移



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

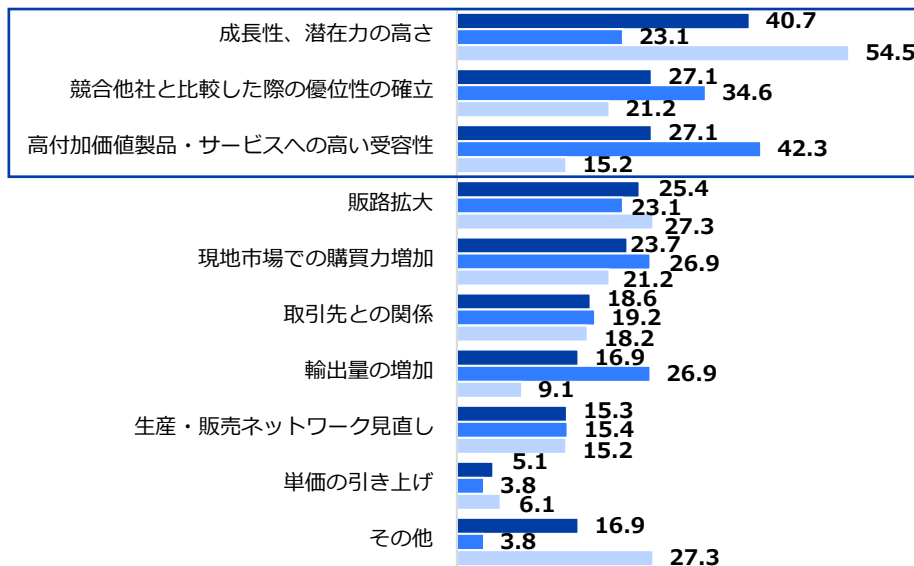
2 | 事業拡大の理由： 成長性、潜在力の高さが約4割

- 今後1～2年の事業拡大の主な理由は、カナダ市場の「成長性、潜在力の高さ」が約4割（40.7%）で、「競合他社と比較した際の優位性の確立」（27.1%）、「高付加価値製品・サービスへの高い受容性」（27.1%）が続いた。
- 拡大する機能としては、「販売機能」が50.8%を占め、「生産（高付加価値品）」（27.1%）、「生産（汎用品）」（16.9%）が続いた。

事業拡大の理由（複数回答）

■ 全業種(59) ■ 製造業(26) ■ 非製造業(33)

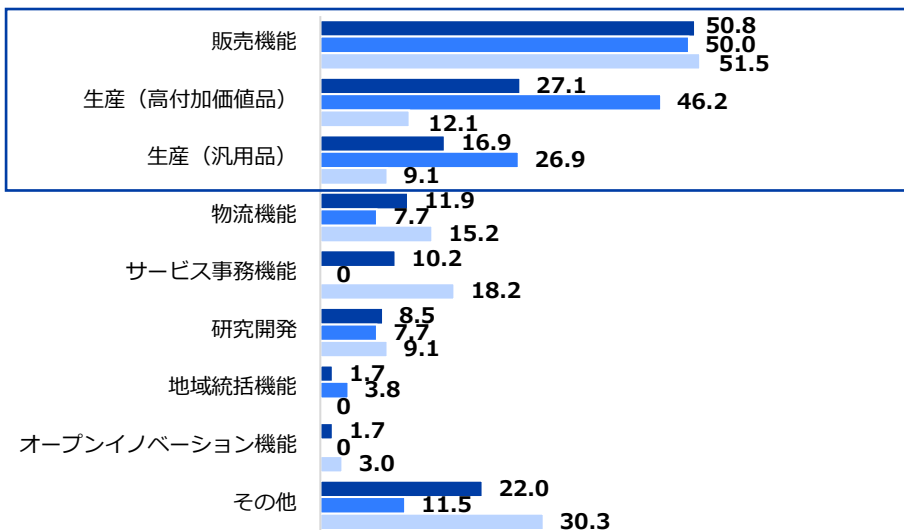
0 10 20 30 40 50 60 (%)



具体的にどのような機能を拡大するのか（複数回答）

■ 全業種(59) ■ 製造業(26) ■ 非製造業(33)

0 10 20 30 40 50 60 (%)



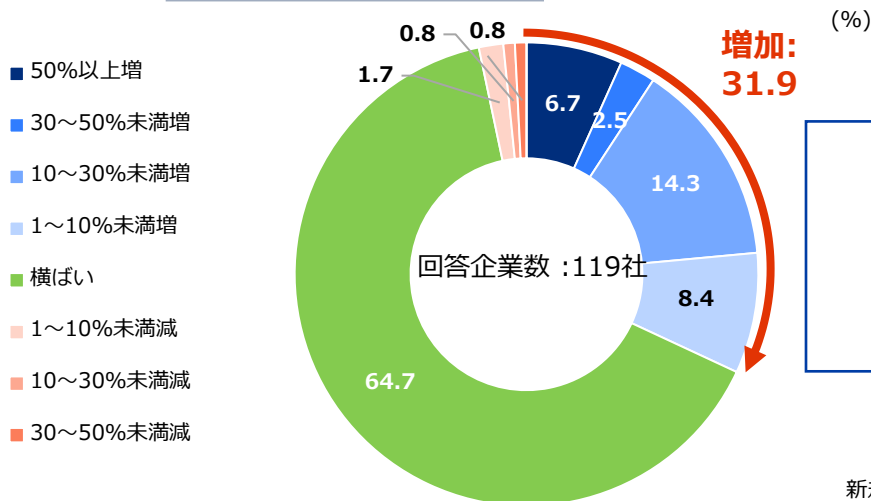
事業拡大の理由「その他」の具体的理由（自由記述）

- **新製品の開発**【その他非製造業】
- **半導体の供給改善**（増加）による**販売増**【販売会社】
- **新規顧客の増加**【情報通信業】
- **市場の拡大**【旅行・娯楽業】
- **カーボンニュートラル市場の伸長**【一般機械】
- **2023年末から生産開始予定のため**【鉱業・エネルギー】
- **労働力の確保**【情報通信業】
- **米国の営業部隊との連携強化**【金融・保険業】
- **資源発見の余地があり、政治的に安定**しているカナダにおける**資源探査活動を増加**させる方針のため【鉱業・エネルギー】

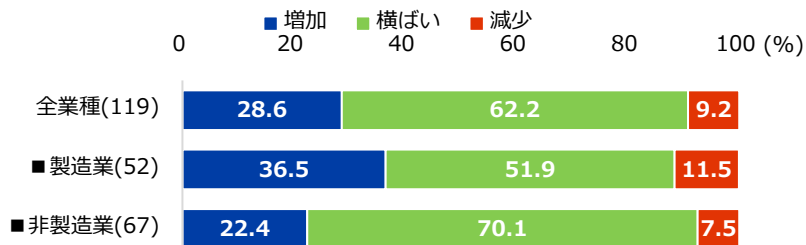
3 設備投資の変化： 前年を上回る企業は3割強

- **2022年の設備投資**は、金額ベースで**前年を上回る企業は31.9%**で、前回調査（30.8%）から1.1ポイント増加。前年を下回る企業は3.3%で、前回（6.7%）から3.4ポイント減少。
- **設備投資の目的**は、「**既存設備の維持・補修**」（50.5%）や、「**デジタル化への対応**」（31.7%）、「**増産・販売力増強**」（22.8%）が上位。

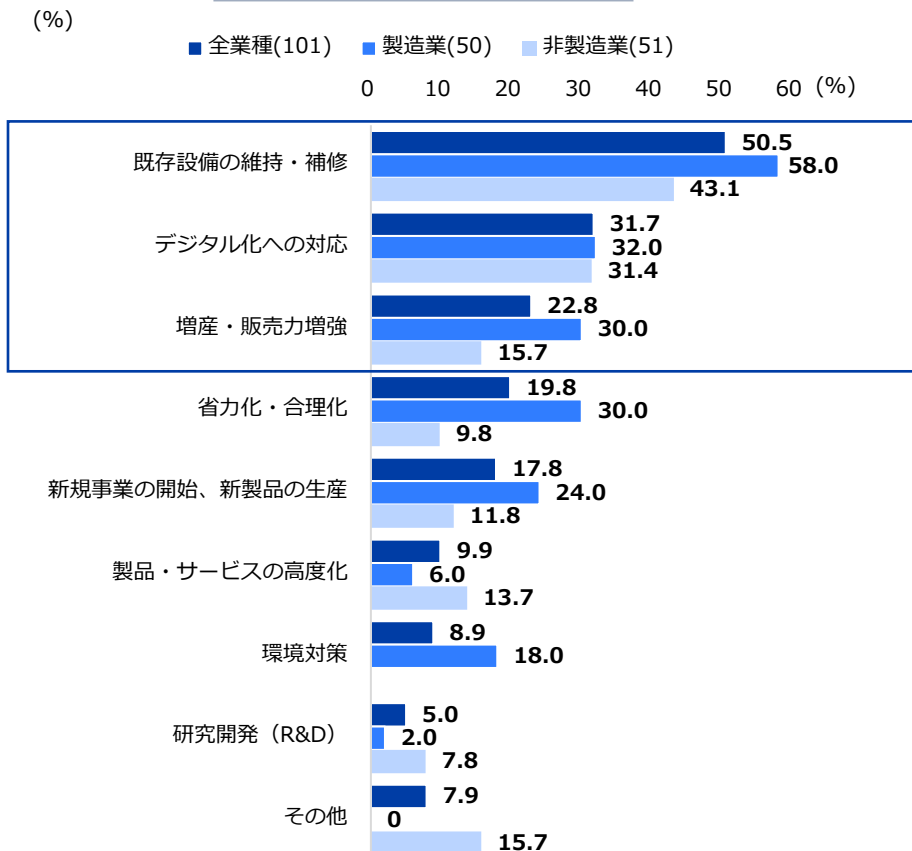
2022年の設備投資の変化



2023年以降の設備投資の見込み（産業別）



設備投資の目的（複数回答）

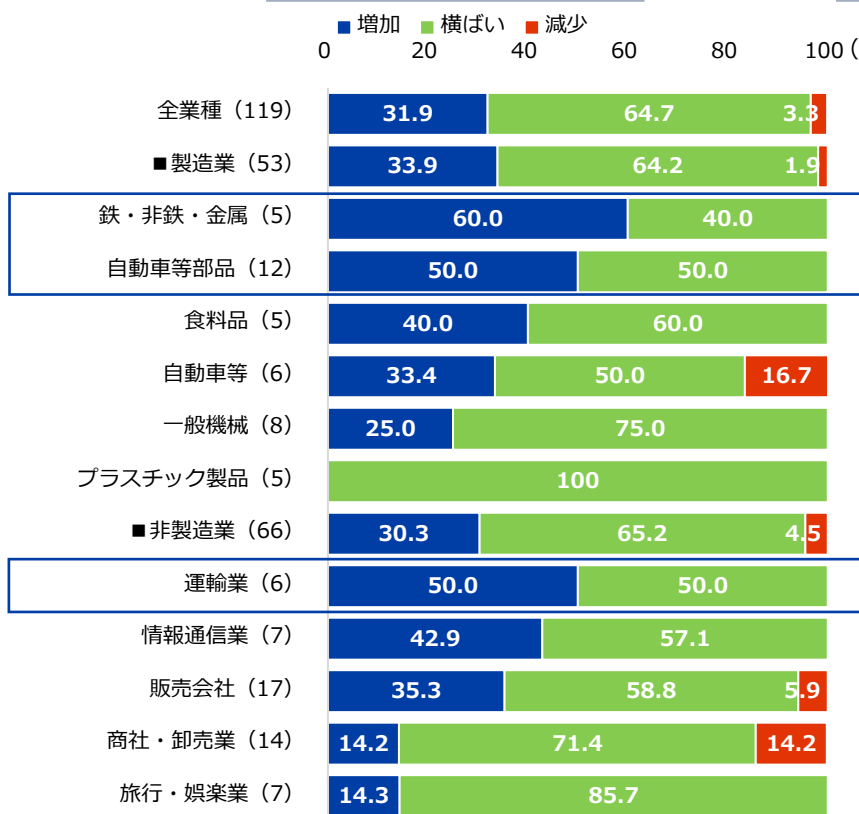


(注) 凡例に併記された、括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

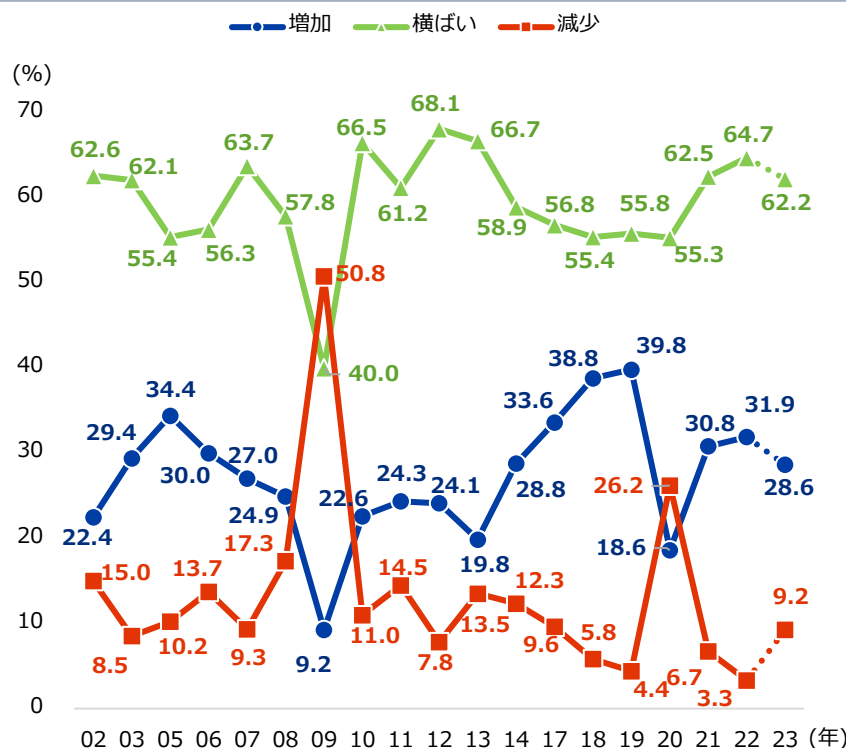
4 | 設備投資の変化（業種別）： 「増加」の割合は鉄・非鉄・金属が6割

- 2022年の設備投資の変化を業種別で比較すると、**前年から設備投資を「増加」した割合は鉄・非鉄・金属（60.0%）や自動車等部品、運輸業（各50.0%）**で高かった。
- 前年から設備投資を「増加」した企業の割合は、2021年は30.8%、**2022年は31.9%と2年連続で上昇したが、2023年は28.6%と低下を見込む。**

2022年の設備投資の変化



前年と比較した設備投資の変化の推移（2002～2023年見込み）



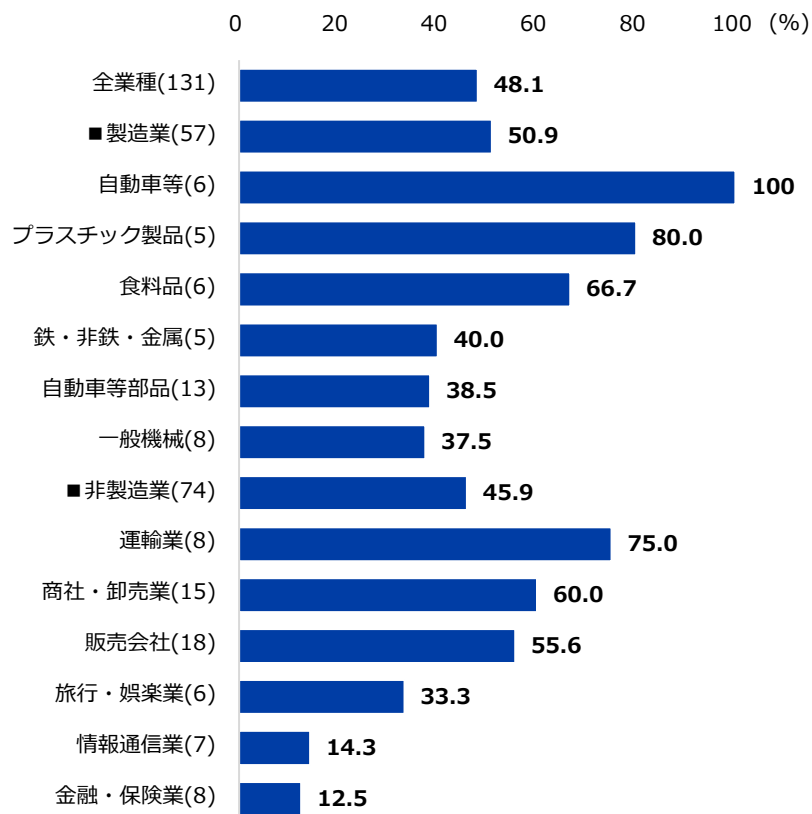
(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

(注) 2004年度は調査を実施せず
2015年度および2016年度は設問に含まれず

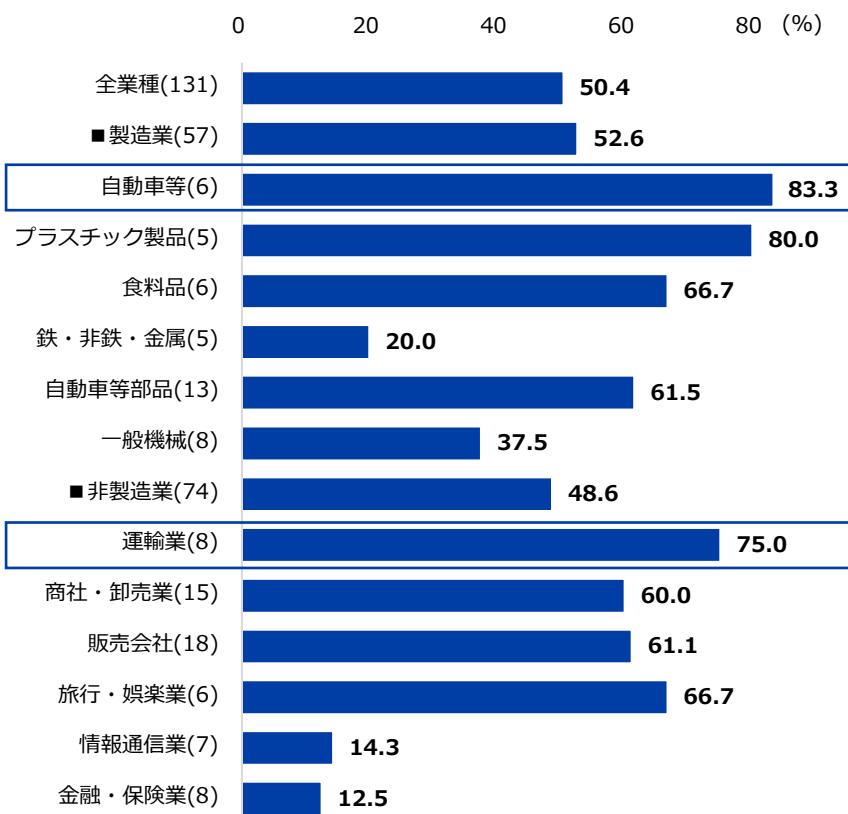
5 サプライチェーンの見直し： 今後の見直し予定がある企業は約半数

- 新型コロナ禍から2022年後半の調査時点までに**サプライチェーン**（販売・調達・生産）**を見直した割合は5割近く**（48.1%）。**今後の見直し予定がある企業の割合は約半数**（50.4%）。
- 今後見直す予定の企業の割合を業種別にみると、製造業では自動車等（83.3%）で、非製造業では運輸業（75.0%）で高かった。

コロナ禍～調査時点のサプライチェーンの見直し割合（業種別）



今後のサプライチェーンの見直し割合（業種別）



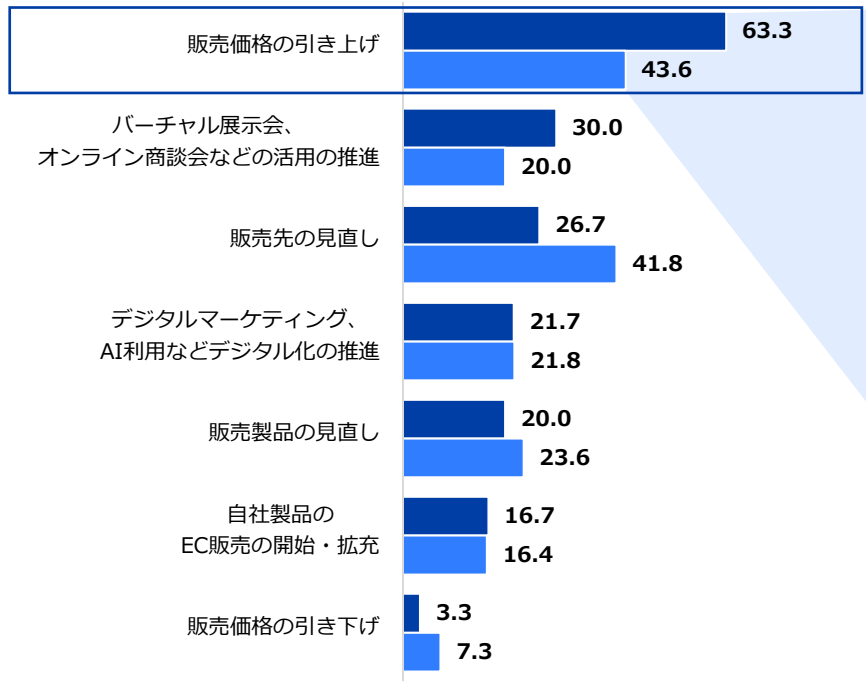
(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

6 | 販売の見直し内容： 「販売価格の引き上げ」が主な見直し内容に

- 新型コロナ禍から2022年後半の調査時点まで、および今後の**販売見直し内容**としては、「**販売価格の引き上げ**」（調査時点まで63.3%、今後43.6%）が最も多く挙げられた。
- 「販売価格の引き上げ」を挙げた割合について業種別にみると、販売会社が調査時点まで（80.0%）および今後（72.7%）のいずれでも7割超となった。

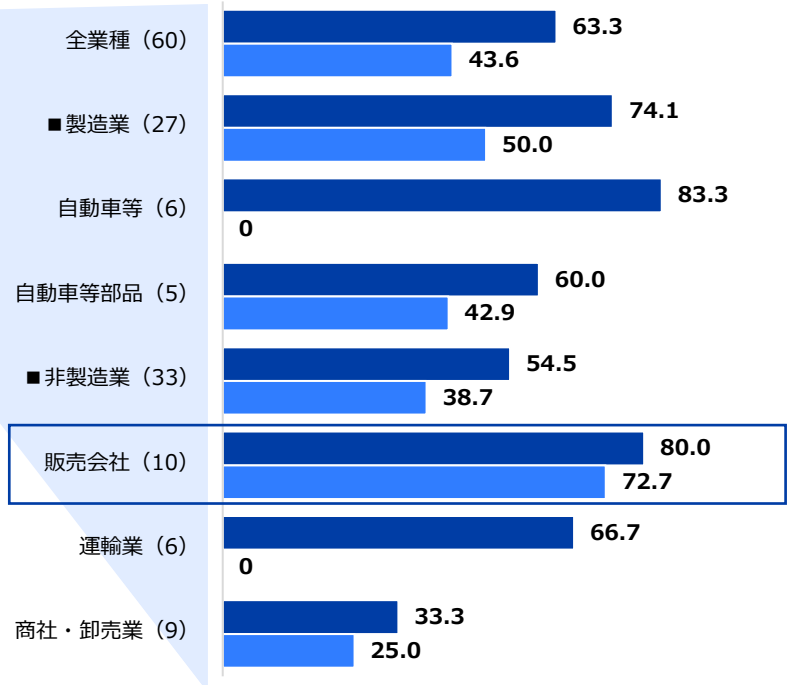
販売の見直し内容（時点別）

■ コロナ禍～調査時点までの見直し内容（60）
■ 今後の販売見直しにおける見直し内容（55）



「販売価格の引き上げ」を挙げた割合（業種別、時点別）

■ コロナ禍～調査時点までの見直し ■ 今後の販売見直し



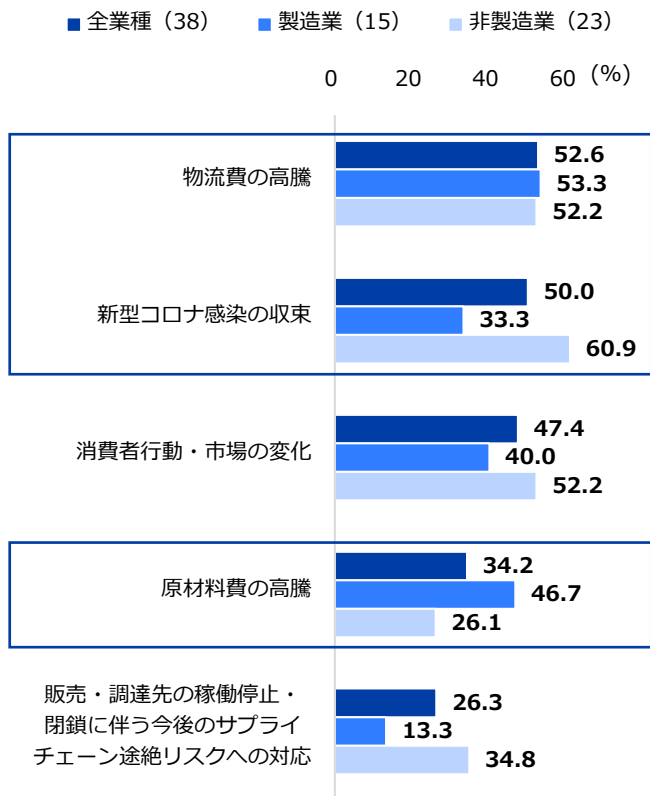
(注) 凡例に併記された、括弧内の数値は各時点の有効回答企業数

(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

7 | 今後の販売の見直し理由と今後の販売先の変更国・地域： 物流費の高騰や新型コロナ収束が主な見直し理由に

- **今後の販売見直し理由**は、「**物流費の高騰**」（52.6%）が最も多い。製造業では「**原材料費の高騰**」（46.7%）が続いた。非製造業では「**新型コロナ感染の収束**」（60.9%）が最多だった。
- 販売先の変更対象、変更先はともにカナダが最も多く、**カナダ国内での販売先の変更は11件と、全体（20件）の55.0%**を占めた。

今後の販売見直し理由（複数回答、産業別）



販売先の変更内容（複数回答）

		変更後の販売先						(件)
		カナダ	米国	メキシコを除く中南米	中国	販売を打ち切り	未回答	
変更前の販売先	カナダ	11	2			1	1	15
	メキシコ			1				1
	日本	1						1
	その他					1		1
	新たに販売を開始	1			1			2
	総計	13	2	1	1	2	1	20

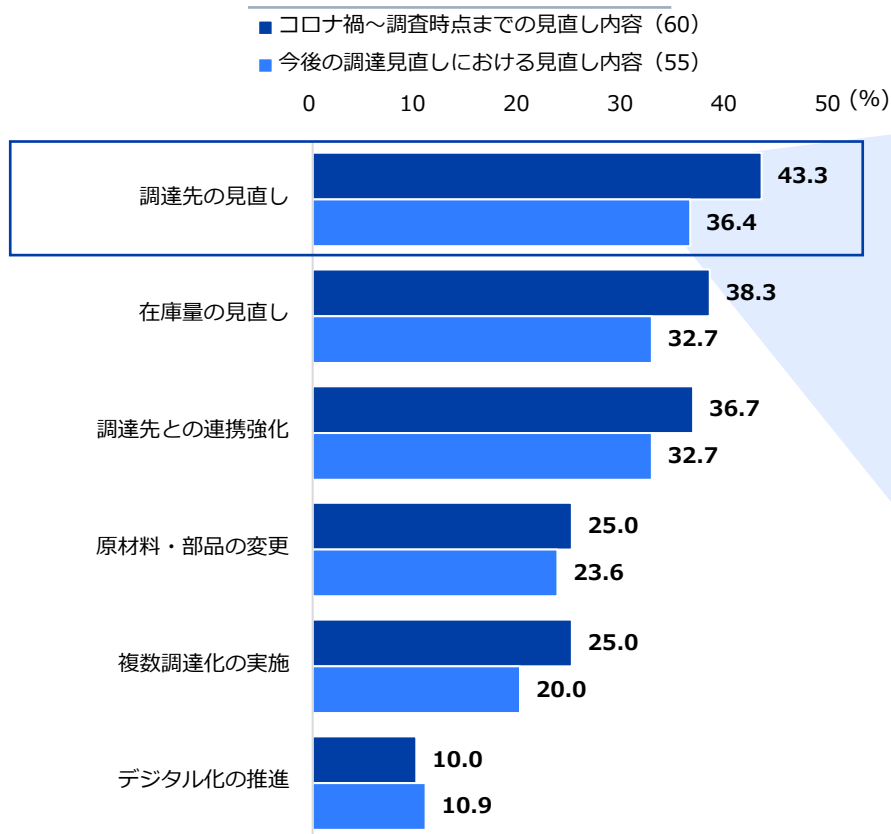
(注) 上位項目のみ抜粋、凡例に併記された、括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

(注) それぞれの変更内容について、5件以上は太字

8 調達の見直し内容： 製造業の4割以上が調達先や在庫量の見直しを挙げる

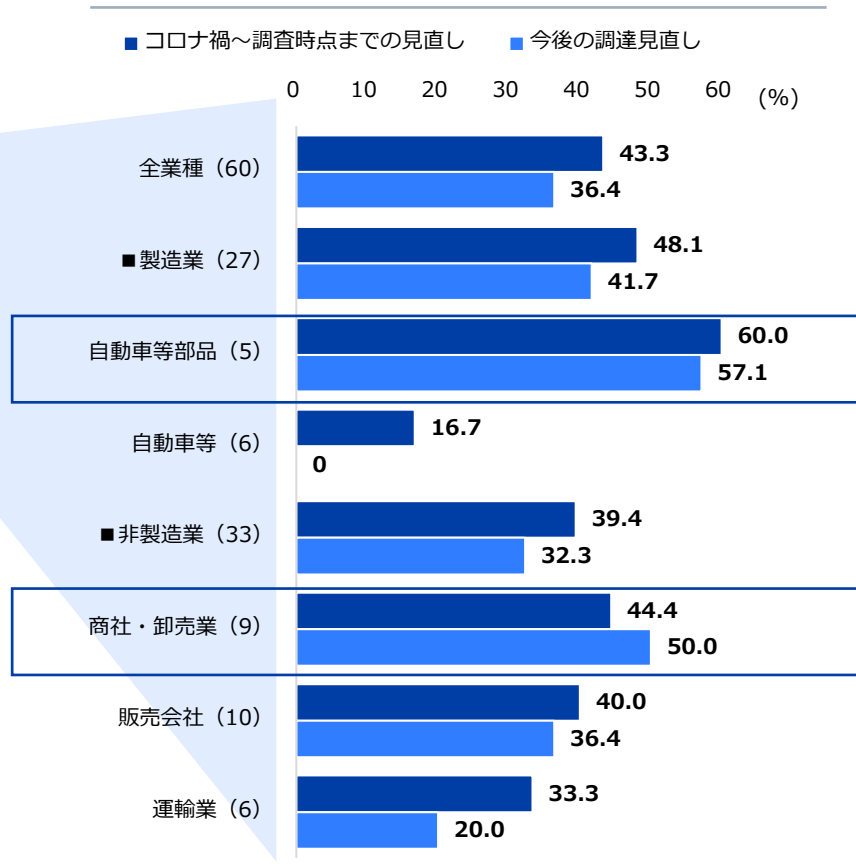
- 新型コロナ禍から2022年後半の調査時点まで、および今後の調達見直し内容としては、「調達先の見直し」（調査時点まで43.3%、今後36.4%）が最も多く挙げられた。
- 「調達先の見直し」を挙げた割合について業種別にみると、製造業では自動車等部品（60.0%、57.1%）が、非製造業では、商社・卸売業（44.4%、50.0%）が特に高かった。

調達の見直し内容（時点別）



(注) 凡例に併記された、括弧内の数値は各時点の有効回答企業数

「調達先の見直し」を挙げた割合（業種別、時点別）

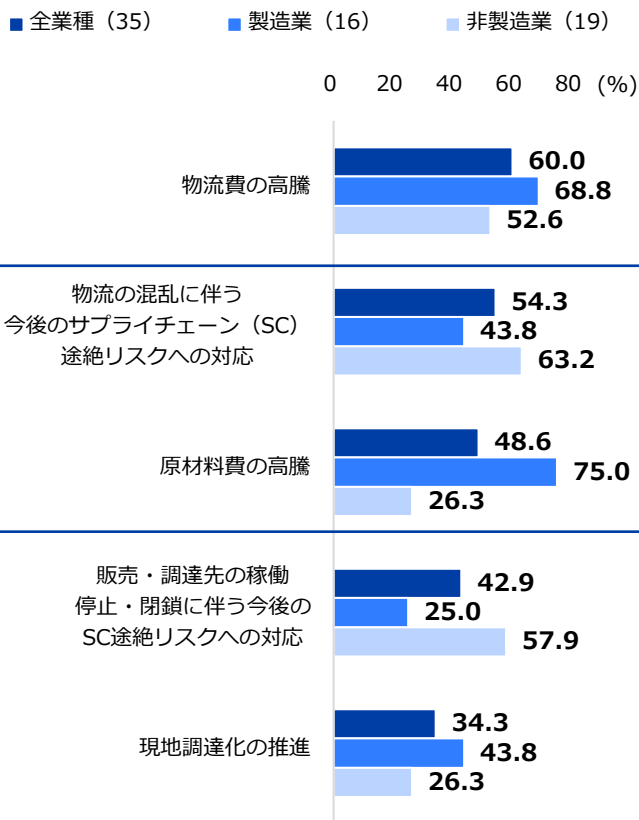


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

9 今後の調達見直し理由と今後の調達先の変更国・地域： 物流・原材料費の高騰やリスク対応が主な理由に

- 今後の調達見直し理由として、**製造業**では「**原材料費の高騰**」（75.0%）が、**非製造業**では「**物流の混乱に伴う今後のサプライチェーン途絶リスクへの対応**」（63.2%）が最も多く挙げられた。
- **変更後の調達先**としては**米国**（6件）が一番多かった。

今後の調達見直し理由（複数回答、産業別）



調達の変更内容（複数回答）

		変更後の調達先							未回答	総計
		米国	メキシコを除く中南米	中国	メキシコ	ASEAN	欧州	その他		
変更前の調達先	米国			1	1				1	3
	日本			1		1	1			3
	カナダ	1	1							2
	中国	1							1	2
	韓国	1						1		2
	メキシコ		1							1
	ASEAN	1								1
	ロシアCIS							1		1
	その他	1							1	2
	新たに調達を開始	1								1
	総計	6	2	2	1	1	1	2	3	18

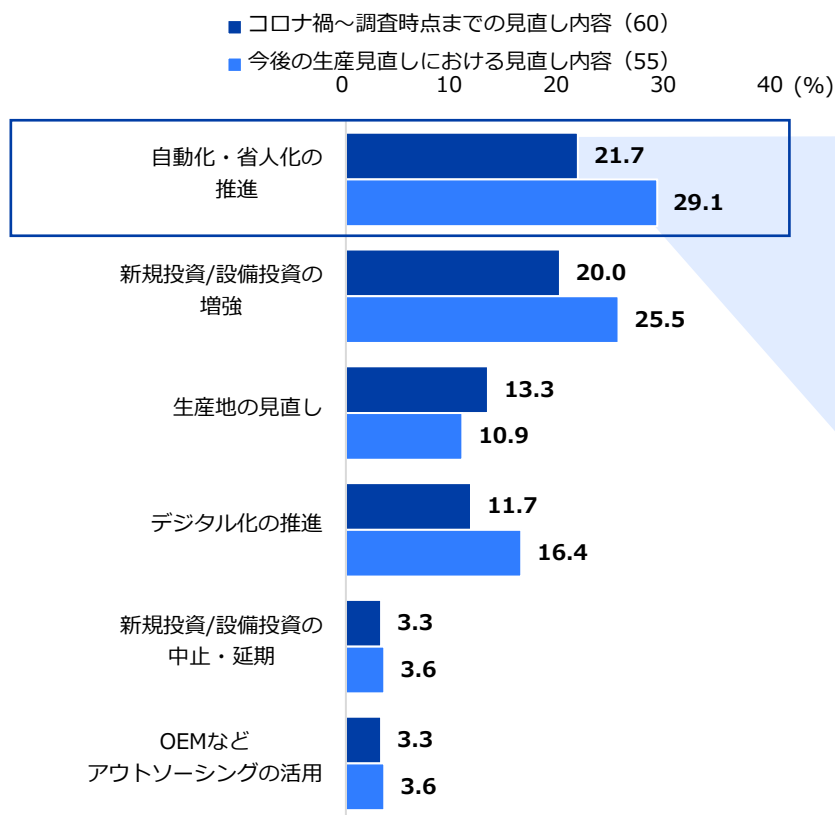
(注) 上位項目のみ抜粋、凡例に併記された、括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

(注) それぞれの変更内容について、5件以上は太字

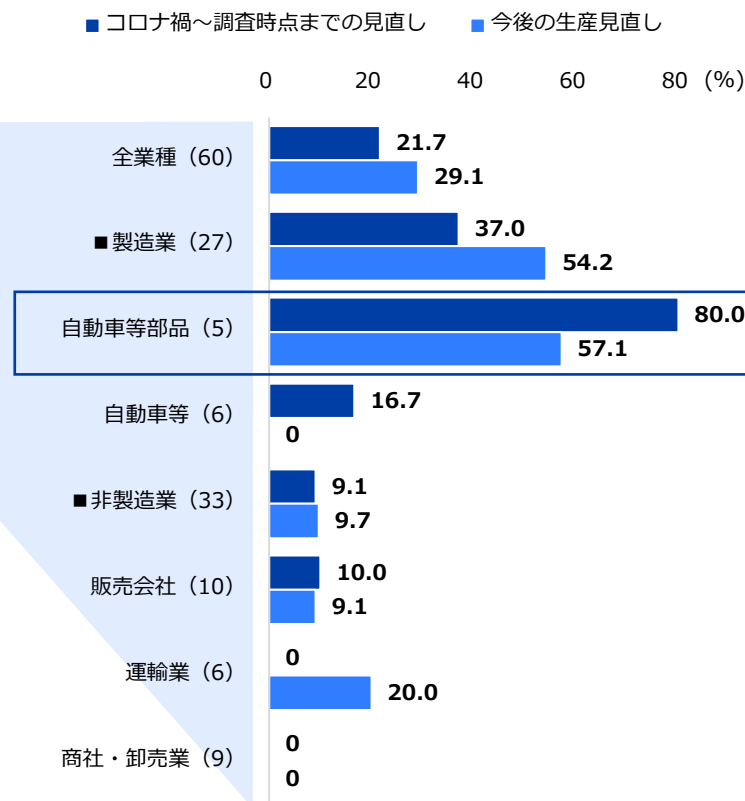
10 | 生産の見直し内容： 自動化・省人化や新規投資／設備投資の増強が進む

- コロナ禍から2022年後半の調査時点まで、および今後の**生産見直し内容**は、「**自動化・省人化の推進**」や「**新規投資／設備投資の増強**」が高かった。
- 「自動化・省人化の推進」を挙げた割合について業種別にみると、自動車等部品が調査時点まで（80.0%）および今後（57.1%）とも高かった。

生産の見直し内容（時点別）



「自動化・省人化の推進」を挙げた割合（業種別、時点別）



(注) 凡例に併記された、括弧内の数値は各時点の有効回答企業数

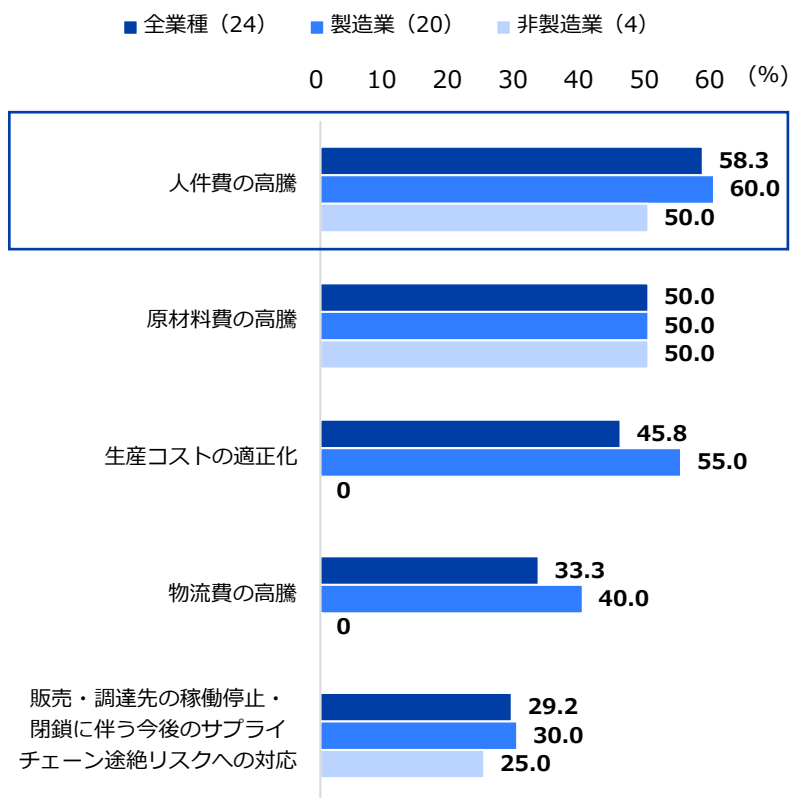
(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

11

今後の生産見直し理由と今後の生産地の変更国・地域： コストの上昇は生産の見直しにも波及

- **今後の生産見直し理由**としては、「**人件費の高騰**」（58.3%）が最も多く挙げた。特に、製造業では6割に上った。
- 変更対象の生産地としてはカナダ、米国、メキシコ、中国、変更後の生産地としては、メキシコを含む中南米やASEANが挙げた。

今後の生産見直し理由（複数回答、産業別）



生産地の変更内容（複数回答）

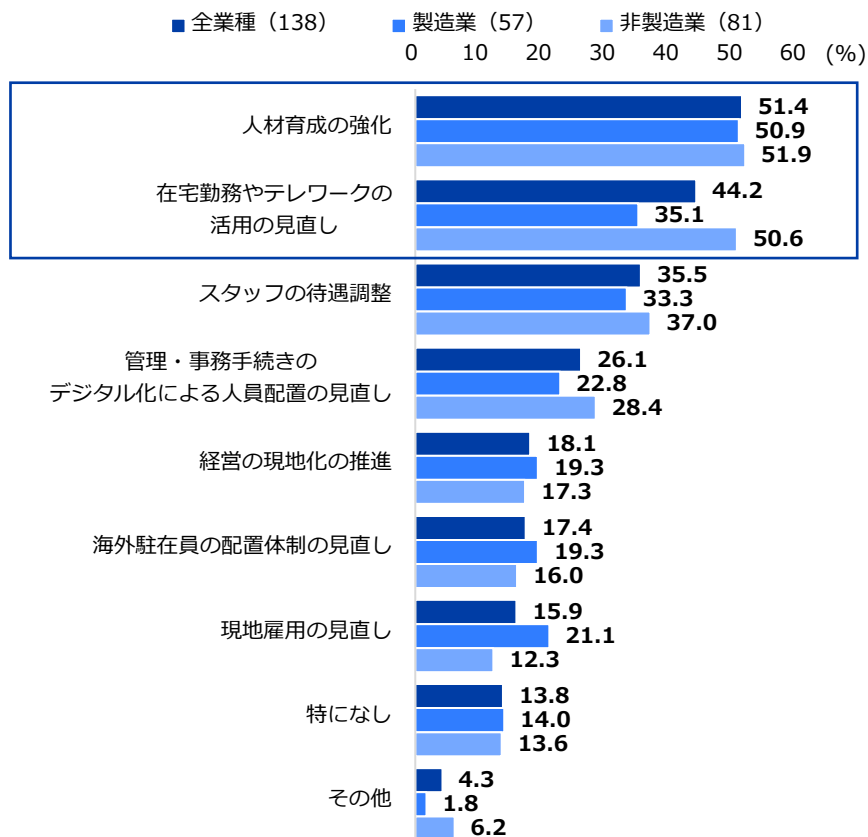
		変更後の生産地 (件)			
		メキシコを除く中南米	メキシコ	ASEAN	総計
変更前の生産地	カナダ	1			1
	米国		1		1
	メキシコ	1			1
	中国			1	1
	総計	2	1	1	4

(注) 上位項目のみ抜粋、凡例に併記された、括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

12 | 今後の管理・経営体制の見直し： 人材の育成・管理を進める企業が多くみられる

- **今後の管理・経営体制の見直し内容**として、製造業・非製造業ともに「**人材育成の強化**」を挙げる企業が最も多く、いずれも**5割を超えた**（製造業50.9%、非製造業51.9%）。
- 続いて「**在宅勤務やテレワークの活用の見直し**」（製造業35.1%、非製造業50.6%）が挙げられた。

今後の管理・経営体制の見直し内容（複数回答、産業別）



(注) 凡例に併記された、括弧内の数値は各産業の有効回答企業数

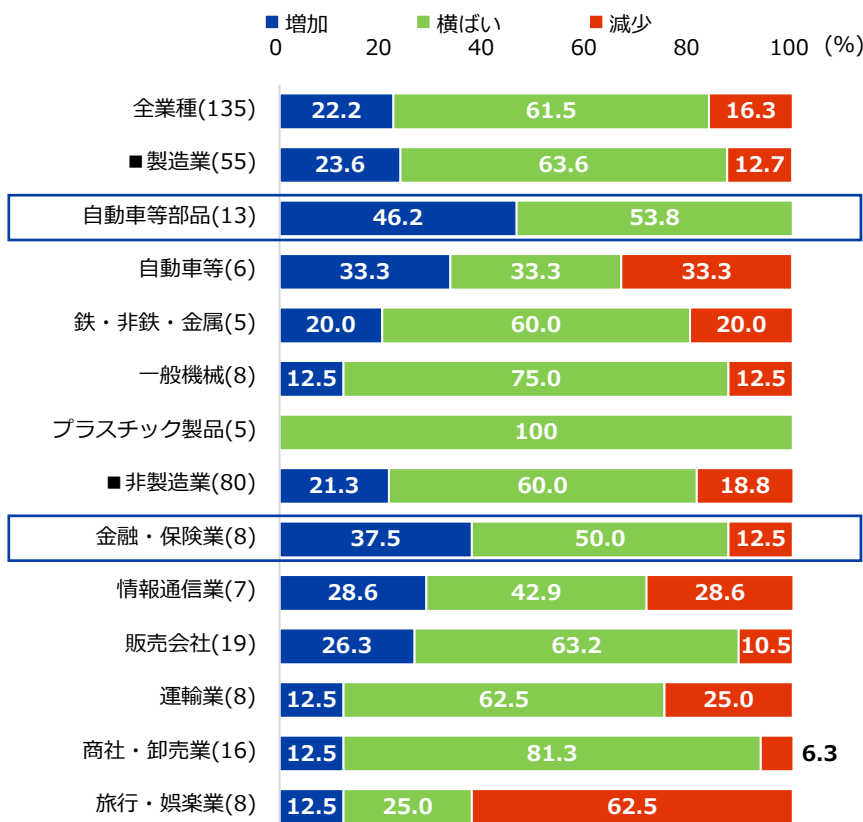
「その他」の具体的な理由（自由記述）

- **カナダ人以外**（メキシコ人、フィリピン人など）の**労働者確保**【食料品】
- **コンプライアンス体制の強化**【金融・保険業】
- **カナダ拠点閉鎖**【販売会社】
- **稼働直後の鉱山の安定操業**【鉱業・エネルギー】
- **エンジニアの雇用困難**を要因とする、**開発部門のカナダ国外移転**【情報通信業】
- 将来的な**現地駐在員の配置**の検討【事業関連サービス】

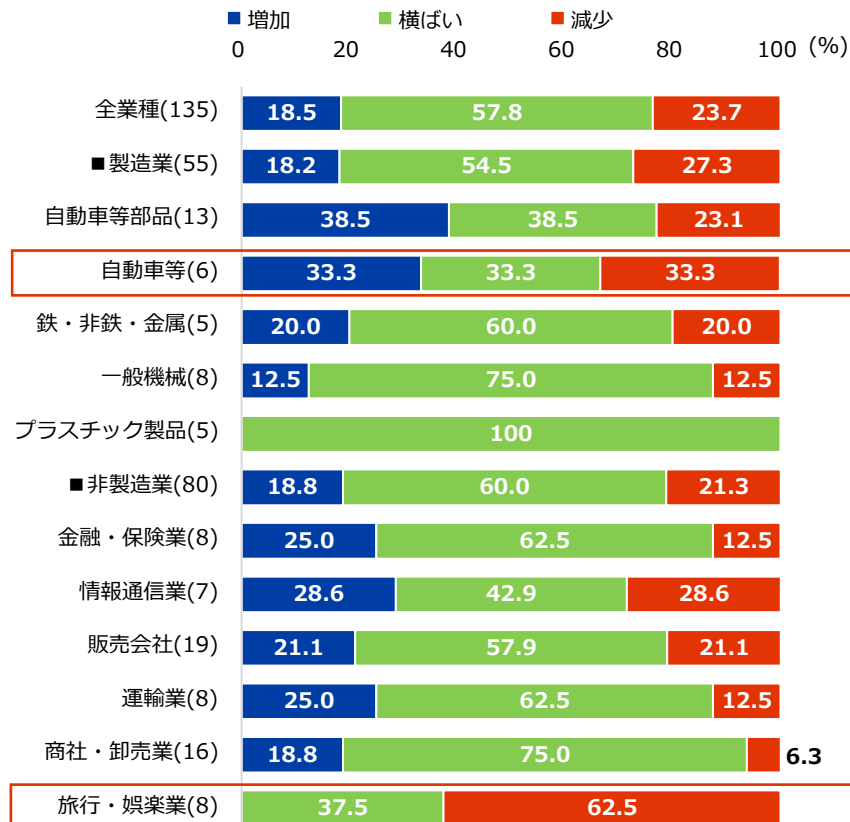
1 現地従業員数の変化（過去1年／新型コロナ禍前比）： コロナ禍前より「減少」が「増加」を上回る

- 過去1年の現地従業員数の変化は「横ばい」が61.5%で、「増加」は22.2%で、「減少」は16.3%だった。「増加」は自動車等部品（46.2%）や金融・保険業（37.5%）で高かった。
- **新型コロナ禍前からの変化**は「横ばい」が57.8%で、「**減少**」は**23.7%**で、「**増加**」は**18.5%**だった。「減少」は旅行・娯楽業（62.5%）や自動車等（33.3%）で高かった。

過去1年の変化（業種別）



新型コロナ禍前からの変化（業種別）

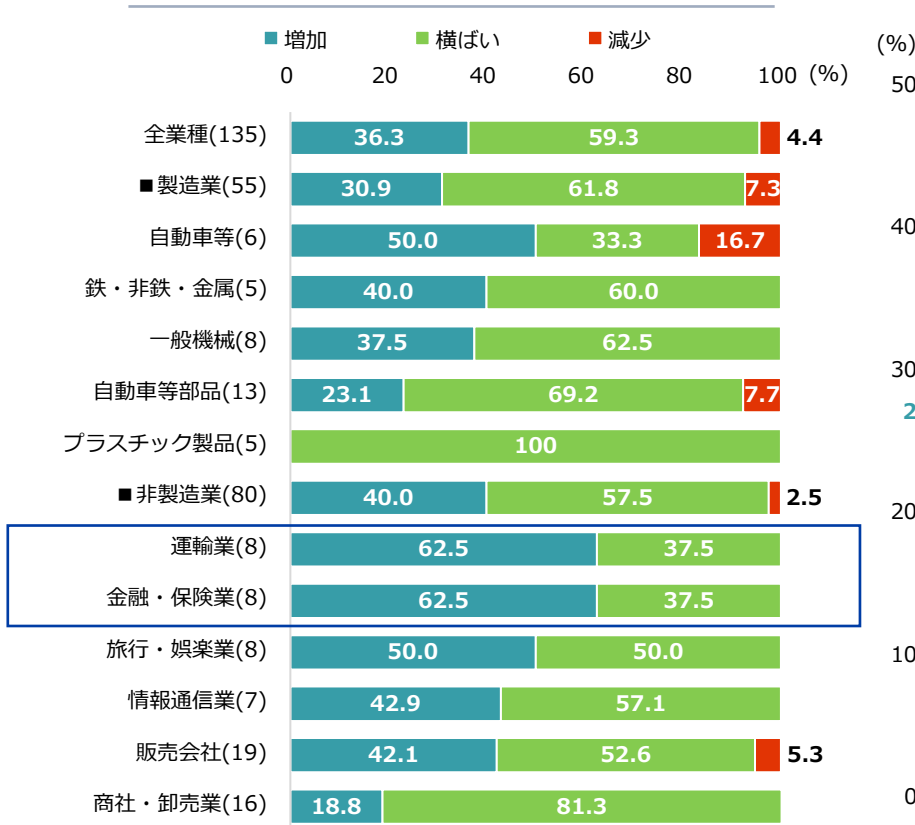


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

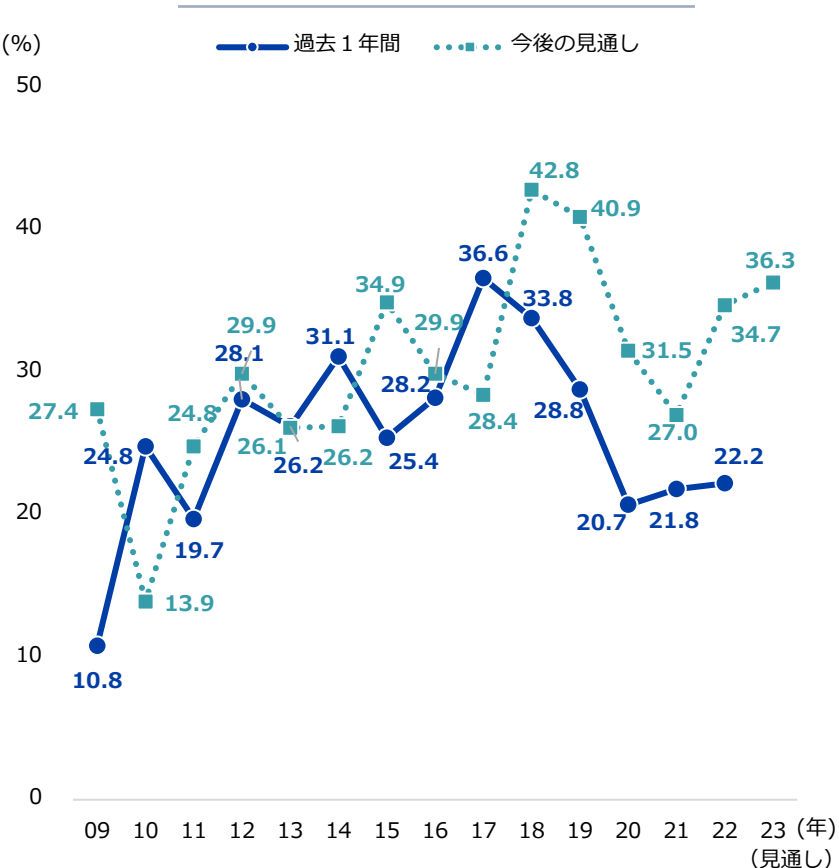
2 | 現地従業員数の変化（今後の予定）： 「増加」は4割近く

- **今後の予定**について、**現地従業員数を「増加」と回答した企業は36.3%**。業種別では、運輸業や金融・保険業で6割強（各62.5%）。
- 2018年以降は**過去1年間の増加の回答割合が、今後の予定の増加割合を大きく下回っており、労働需給の逼迫や新型コロナにより雇用拡大を進められていない状況**が浮かび上がる。

現地従業員数の変化（今後の予定、業種別）



現地従業員数の変化（増加）の推移



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

(注) 今後の予定は、前年の調査における今後増加予定の企業の割合を記載

3 現地従業員数の変化（増減要因と人材開発のための取り組み事例）： 事業拡大や労働市場逼迫が増減の要因に

- 現地従業員数の「増加」理由としては、**需要や生産量の増加**などが挙げられた。一方、**現地従業員不在や採用難、より待遇の良い企業の転職**などにより、「横ばい」「減少」と答えた企業もみられる。
- 人材開発のための取り組み事例としては、人材研修プログラムや勉強会の実施、大学や他国からの人材受け入れや現地人材登用などが挙げられた。

現地従業員数「増加」の要因（自由記述）

- **需要増加**【運輸業】
- **生産量増加**【鉄・非鉄・金属、自動車等部品】
- **業務拡大**【情報通信業】
- **生産能力増強**【食料品】
- **現地化の推進**【情報通信業】
- 関連会社から**受託する業務量の増加**【鉱業・エネルギー】
- **組織力の強化**【鉱業・エネルギー】
- 加工工場の**人員増強**【その他製造業】

現地従業員数「横ばい」の要因（自由記述）

- **現地従業員不在**【事業関連サービス】
- **採用難、人件費高騰**【食料品、小売業】

現地従業員数「減少」の要因（自由記述）

- 従業員の**より待遇の良い企業への転職**【情報通信業、鉄・非鉄・金属】
- **退職・解雇**による減少【小売業、旅行・娯楽業】
- **固定費削減、リモート活用**による**働き方効率化**【自動車等】

人材開発のための取り組み事例（自由記述）

<人材研修プログラムや勉強会の実施>

- 毎月の**勉強会**実施【事業関連サービス】
- **同業他社との勉強会**実施【情報通信業】
- **外部研修**への参加【その他製造業】
- 営業担当者への**製品教育の強化**【販売会社】
- 新人マネージャーへの**研修充実**【商社・卸売業】
- **優秀人材向け研修プログラム**実施【ゴム・窯業・土石】
- 外部の人材開発会社を利用し、マネジメントメンバーに対して**リーダーシップ養成プログラム**の実施【プラスチック製品、食料品】

<大学・他国からの人材受け入れや現地人材登用>

- **ローカルマネジメント**による運営推進【金融・保険業】
- 周辺大学からの**インターンシップ受け入れ、仏語**を母国語とする**人材受け入れ体制**構築【ゴム・窯業・土石】
- **技能者の海外からの受け入れ体制**構築【鉄・非鉄・金属】

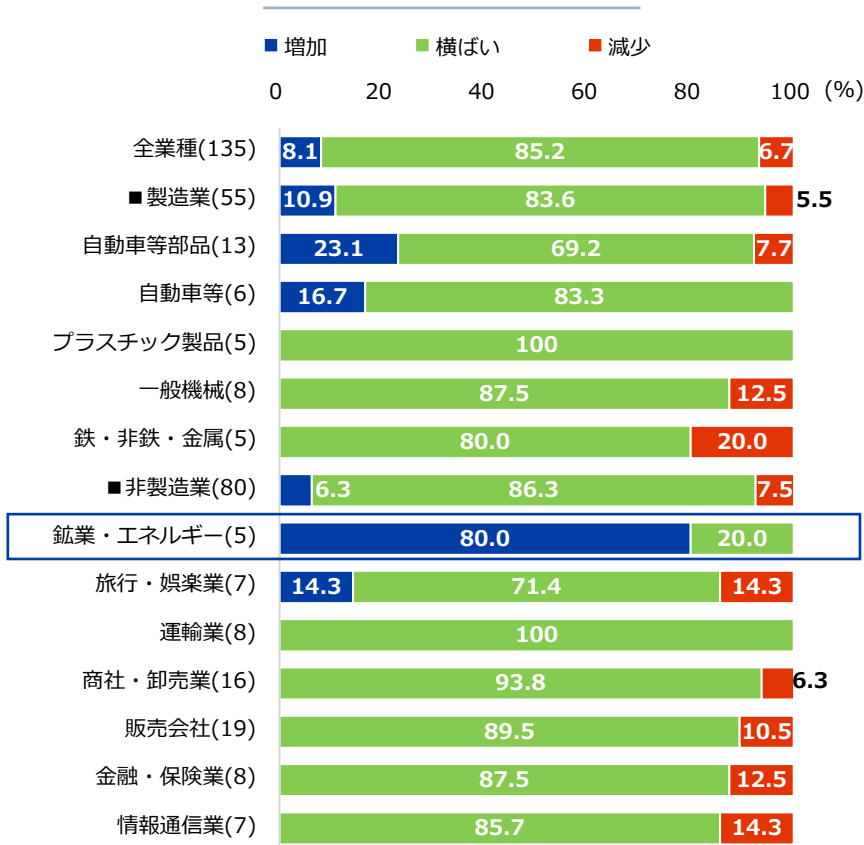
<日本本社への派遣>

- **日本での研修・OJT実施**【情報通信業、鉱業・エネルギー】

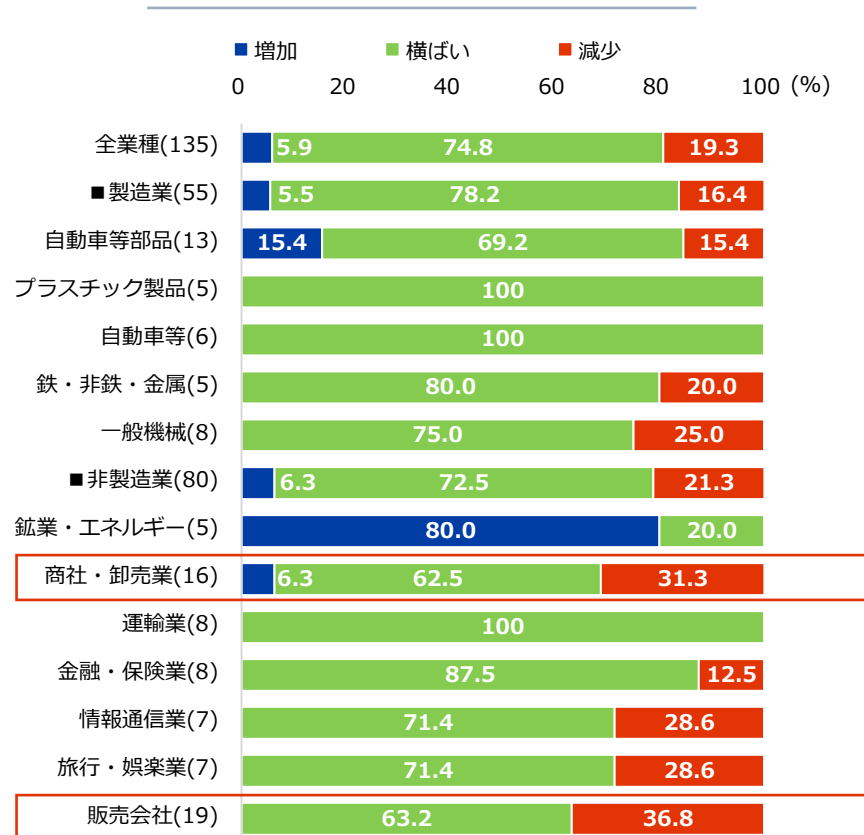
4 | 日本からの派遣者数の変化（過去1年／新型コロナ禍前比）： コロナ禍前より「減少」が「増加」を上回る

- 過去1年の日本からの派遣者数の変化は「横ばい」が8割台半ば（85.2%）で、「増加」は8.1%、「減少」は6.7%だった。「増加」は鉱業・エネルギーで80.0%に達した。
- **新型コロナ禍前からの変化**は「横ばい」が74.8%で、「**減少**」は**19.3%**、「**増加**」は**5.9%**だった。「減少」は販売会社（36.8%）や商社・卸売業（31.3%）で高かった。

過去1年の変化（業種別）



新型コロナ禍前からの変化（業種別）



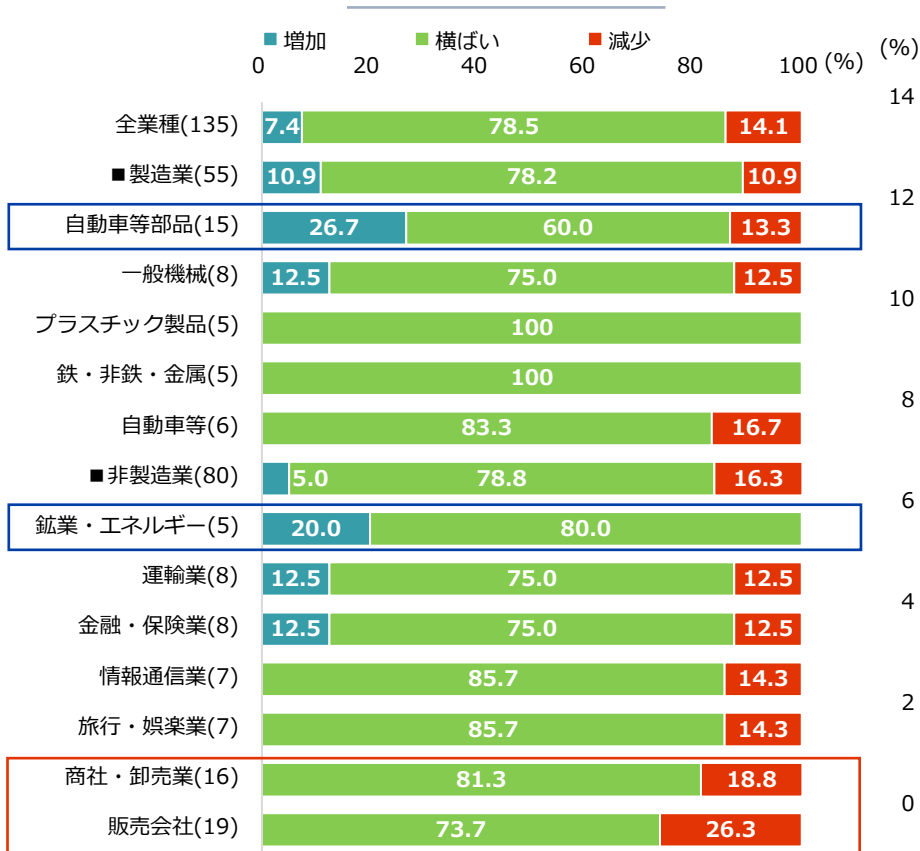
(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

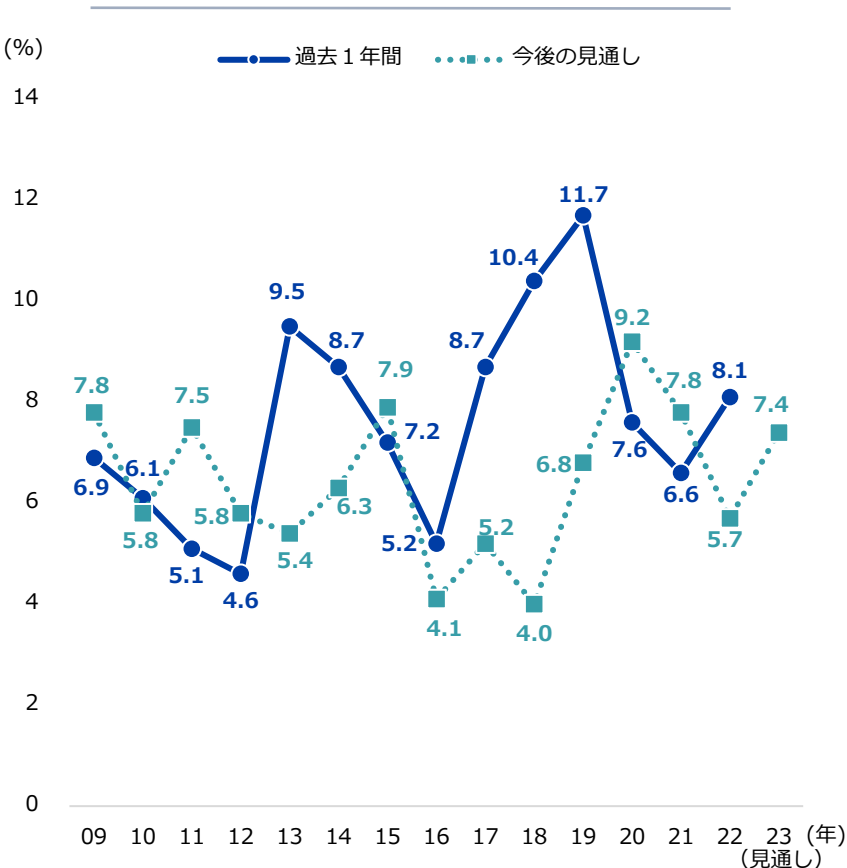
5 | 日本からの派遣者数の変化（今後の予定）： 「増加」は1割近く、「減少」は1割台半ば

- 今後の予定については、「増加」と回答した企業は**7.4%**、業種別では、**自動車等部品**（26.7%）や**鉱業・エネルギー**（20.0%）で高かった。
- 「減少」と回答した企業は14.1%だった。業種別では販売会社（26.3%）や商社・卸売業（18.8%）で高かった。

今後の予定（業種別）



日本からの派遣者数の変化（増加）の推移



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

(注) 今後の予定は、前年の調査における今後増加予定の企業の割合を記載

6 | 日本からの派遣者数の変化（増減要因）： 現地従業員採用の苦戦や賃金高騰は派遣者数にも影響

- **日本からの派遣者数「増加」の理由**としては、**生産の拡大**や**組織力強化に伴う増員**のほか、**企業買収に伴う派遣開始**などが挙げられた。
- 一方、日本からの派遣者数「減少」の理由としては、費用削減のほか、現地化の推進、任期満了による駐在者の帰任などが挙げられた。

日本からの派遣者数「増加」の要因（自由記述）

- **生産の拡大**【自動車等部品】
- **組織力強化**のため【鉱業・エネルギー】
- 事務管理を受託している企業の生産開始が近づいており、**事務手続きが増加**しているため【鉱業・エネルギー】
- **企業の買収**に伴う**派遣開始**【鉱業・エネルギー】
- 今後の事業状況の変化【鉱業・エネルギー】

日本からの派遣者数「横ばい」の要因（自由記述）

- 日本からの**派遣者不在**
【旅行・娯楽業、事業関連サービス、販売会社など】

日本からの派遣者数「減少」の要因（自由記述）

<新型コロナウイルスの感染拡大に伴う影響>

- **新型コロナウイルスの感染拡大**に伴う**帰国**【一般機械】

<事業縮小、現地化推進、事業・経営見直し>

- **現地化**【販売会社、鉱業・エネルギー】
- **費用削減**および**現地化推進**【旅行・娯楽業】

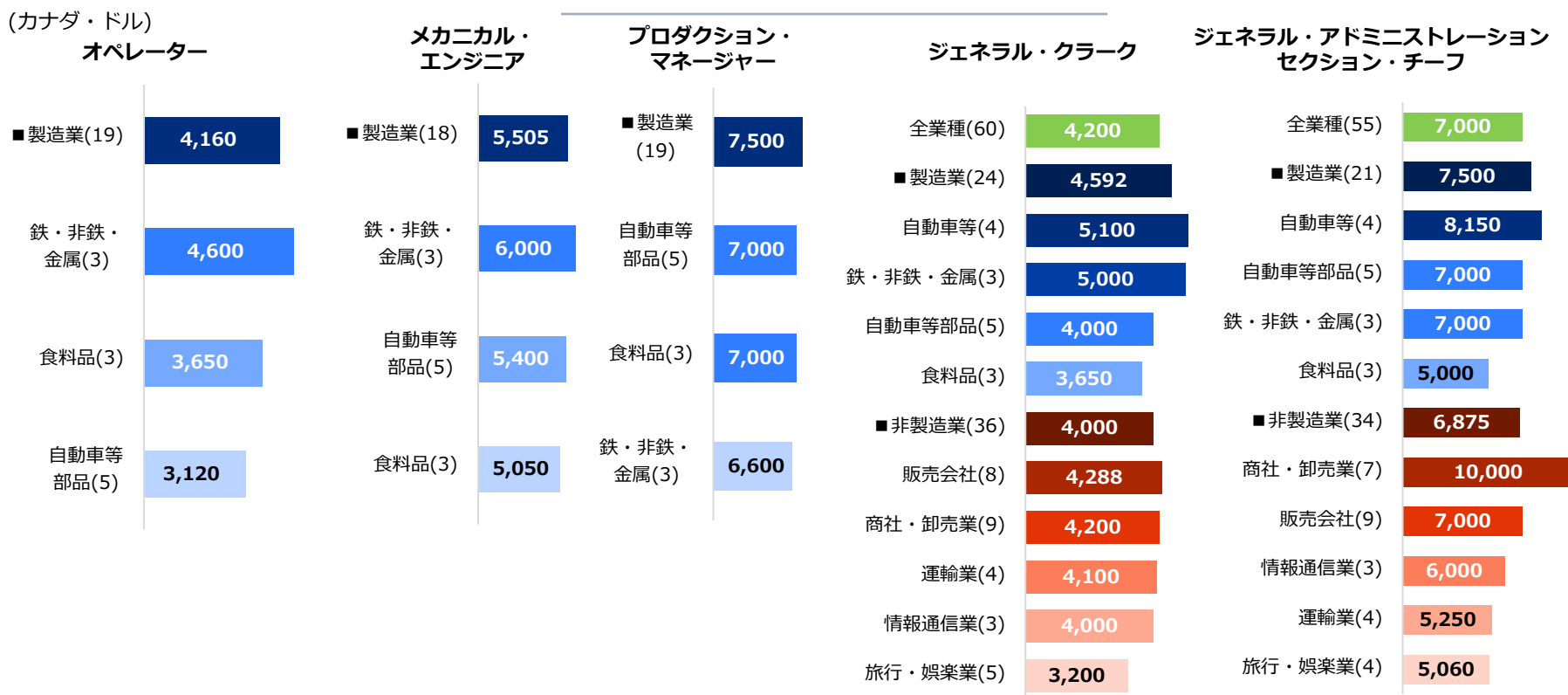
<その他>

- **派遣者の現地会社への転職**【情報通信業】
- **任期満了**による**帰任**
【商社・卸売業、情報通信業、食料品】

7 | 賃金（基本給月額）： 職種別中央値は最大7,500Cドル、22年度昇給率は3%

- **工場などの職種別の中央値**は、オペレーター（前年3,815カナダ・ドル（Cドル））、メカニカル・エンジニア（同5,000Cドル）、プロダクション・マネージャー（同6,500Cドル）の**いずれも前年から増加**。
- **事務職の中央値**も、ジェネラル・クラーク（同4,000Cドル）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（同6,500Cドル）で**ともに増加**。昇給率中央値は**22年度3.0%、23年度3.0%の見通し**。

賃金（基本給月額）中央値（職種別、業種別）



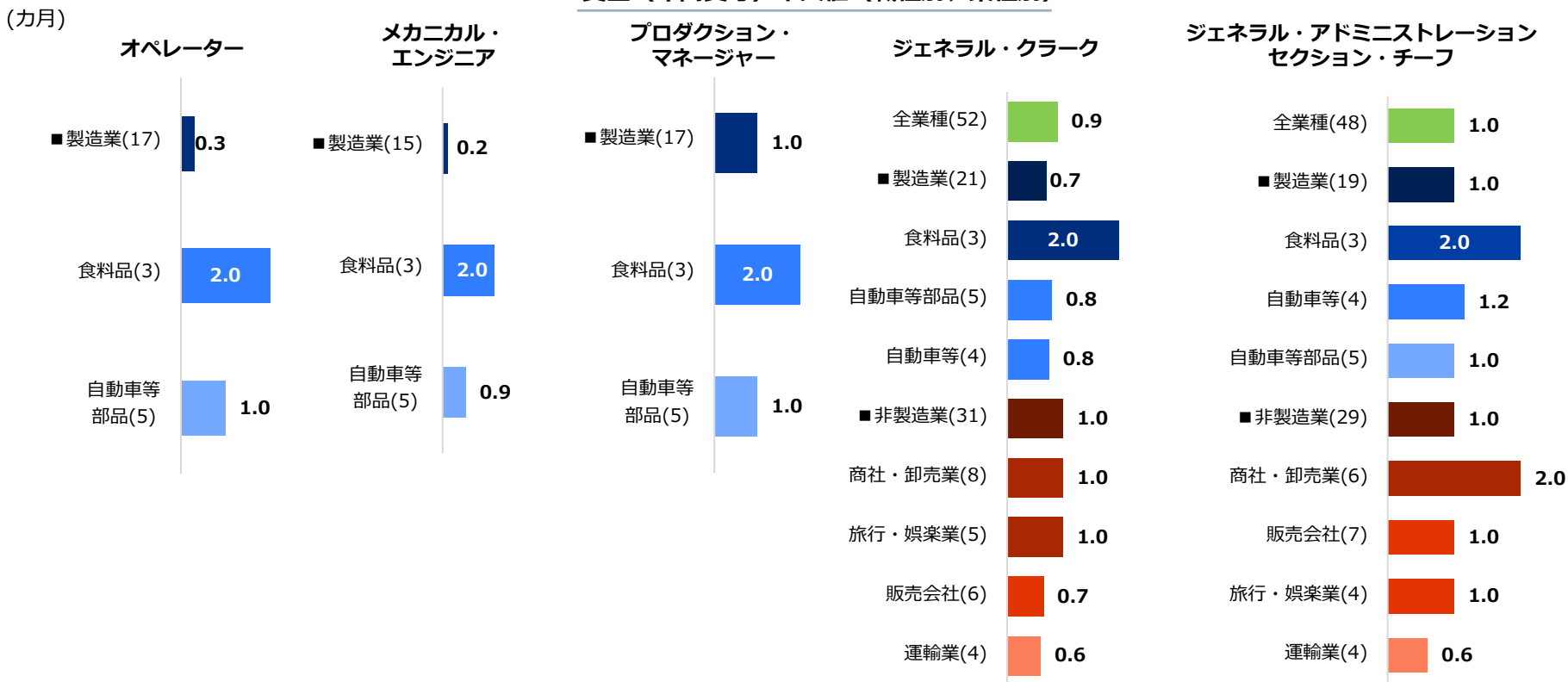
(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答

(注2) 有効回答3社以上の業種のみ掲載

8 | 賃金（年間賞与）： 職種別中央値は0.2～1.0カ月、大幅な増減なし

- 工場などの職種別の中央値は、**オペレーター**（前年0.4カ月）と**メカニカル・エンジニア**（同0.3カ月）で前年から**0.1カ月分の微減**。プロダクション・マネージャー（同1.0カ月）で横ばい。
- 事務職の中央値は、**ジェネラル・クラーク**（同0.8カ月）で前年から**0.1カ月分の微増**となり、**ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ**（同1.0カ月）で横ばい。

賃金（年間賞与）中央値（職種別、業種別）



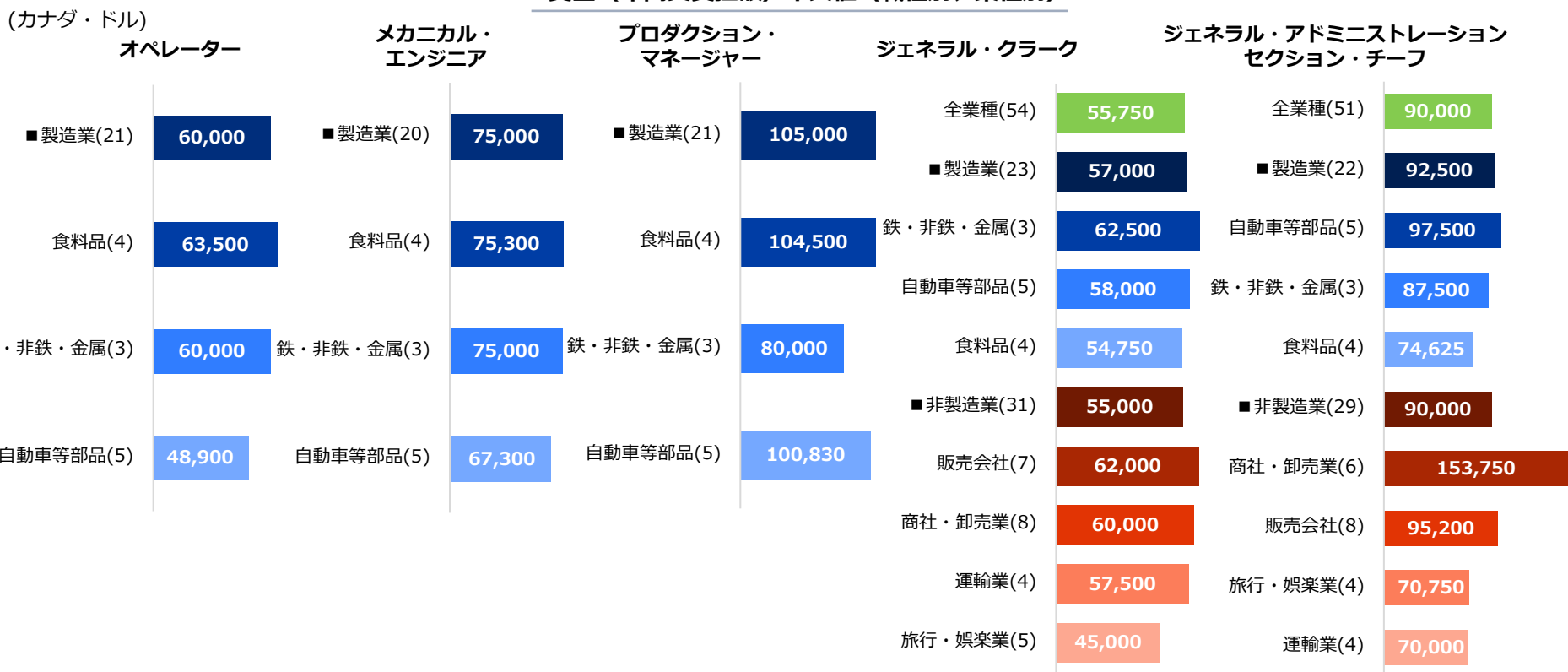
(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答

(注2) 有効回答3社以上の業種のみ掲載

9 賃金（年間実負担額）：職種別中央値は5万5,750～10万5,000Cドル、前年比増

- **工場などの職種別年間実負担額の中央値**は、オペレーター（前年5万2,000Cドル）、メカニカル・エンジニア（同7万300Cドル）、プロダクション・マネージャー（同9万3,000Cドル）の**いずれも前年比増**。
- **事務職の中央値**も、ジェネラル・クラーク（同5万2,800Cドル）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（同8万7,500Cドル）とも**前年から増加**。

賃金（年間実負担額）中央値（職種別、業種別）



(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答

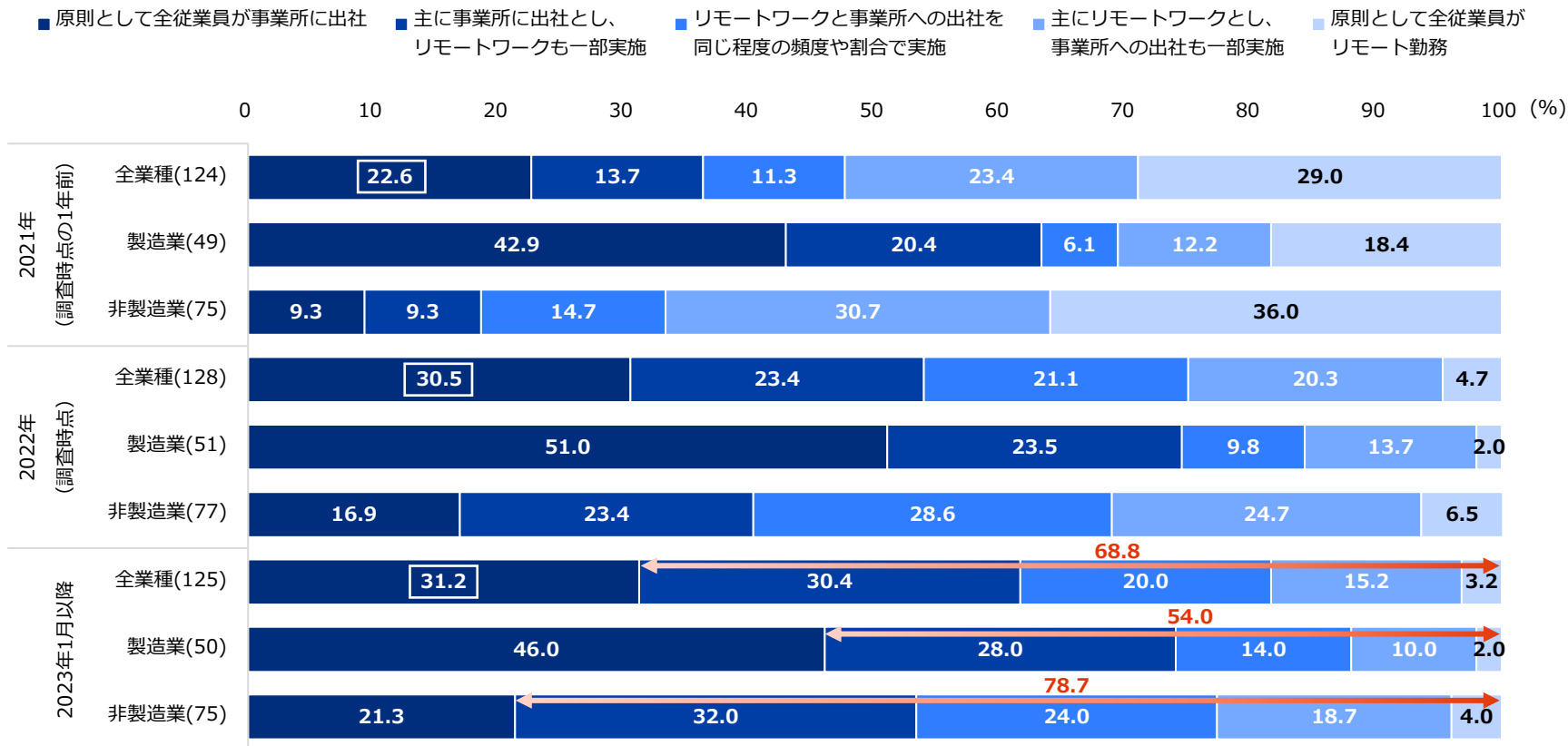
(注2) 有効回答3社以上の業種のみ掲載

10

勤務体制の変化： 「原則出社」は約3割、23年以降は3割強

- リモートワークが可能な職種の従業員の勤務体制について、**2021年9月時点で「原則出社」は22.6%**だったが、**2022年9月時点では30.5%**（製造業51.0%、非製造業16.9%）に上昇した。
- **2023年1月以降、「原則出社」を予定している企業は31.2%**（製造業46.0%、非製造業21.3%）で、リモートワーク制度を活用予定の企業が68.8%（製造業54.0%、非製造業78.7%）となっている。

リモートワークが可能な職種の従業員の勤務体制（2021～2023年（予定））

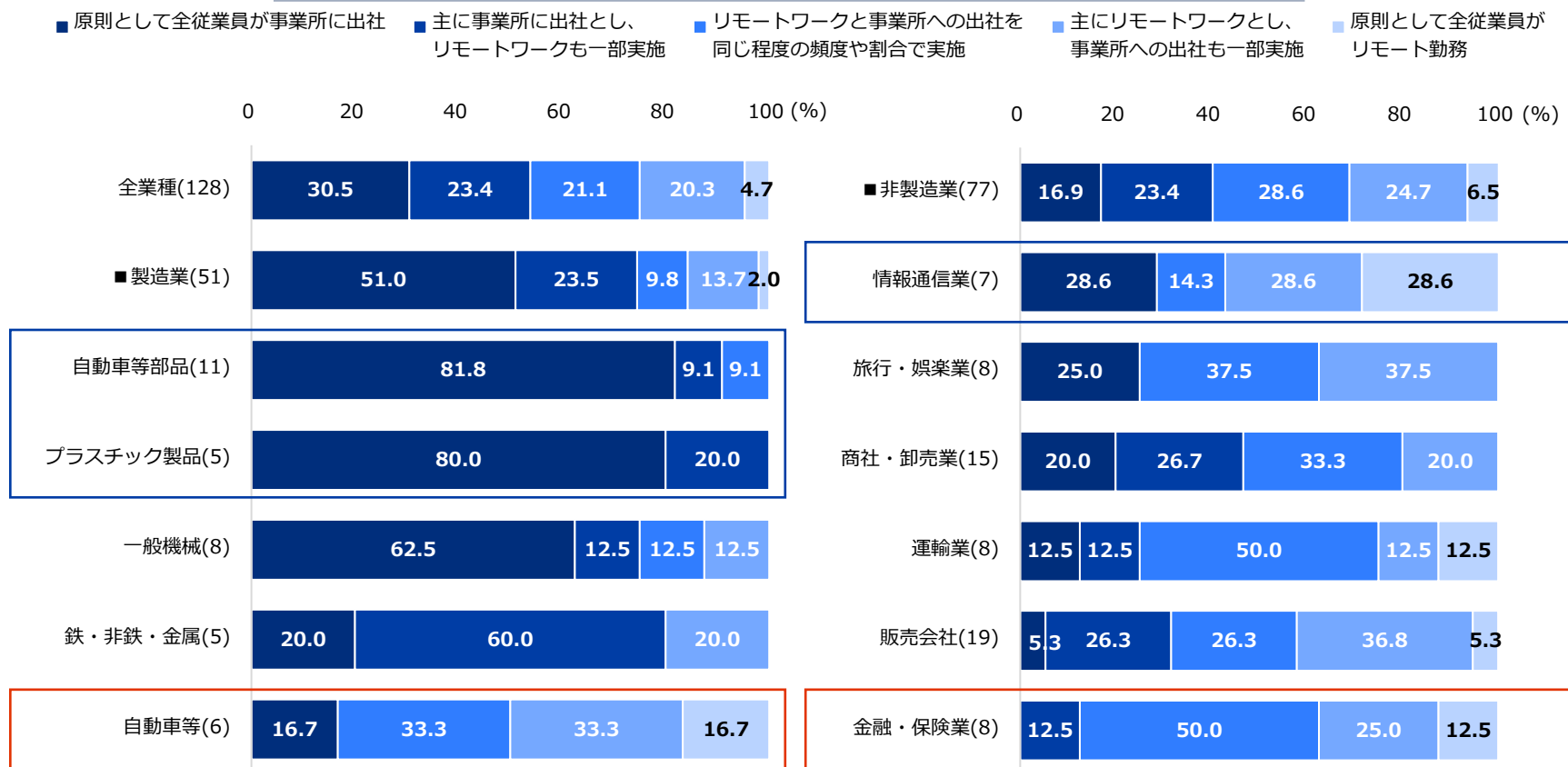


(注) 未回答および「リモートワークが可能な職種がない」と回答した企業数を含まない

11 | 勤務体制の変化（業種別）： 「原則出社」の勤務体制は製造業で拡大

- **2022年9月時点**で、「**原則出社**」の勤務体制を採用する企業は**製造業で51.0%**。自動車等部品（81.8%）やプラスチック製品（80.0%）で8割以上だったが、自動車等は16.7%だった。
- **非製造業は16.9%**で、情報通信業（28.6%）で3割近くだったが、金融・保険業は0%だった。

リモートワークが可能な職種の従業員の勤務体制（業種別、2022年9月時点）

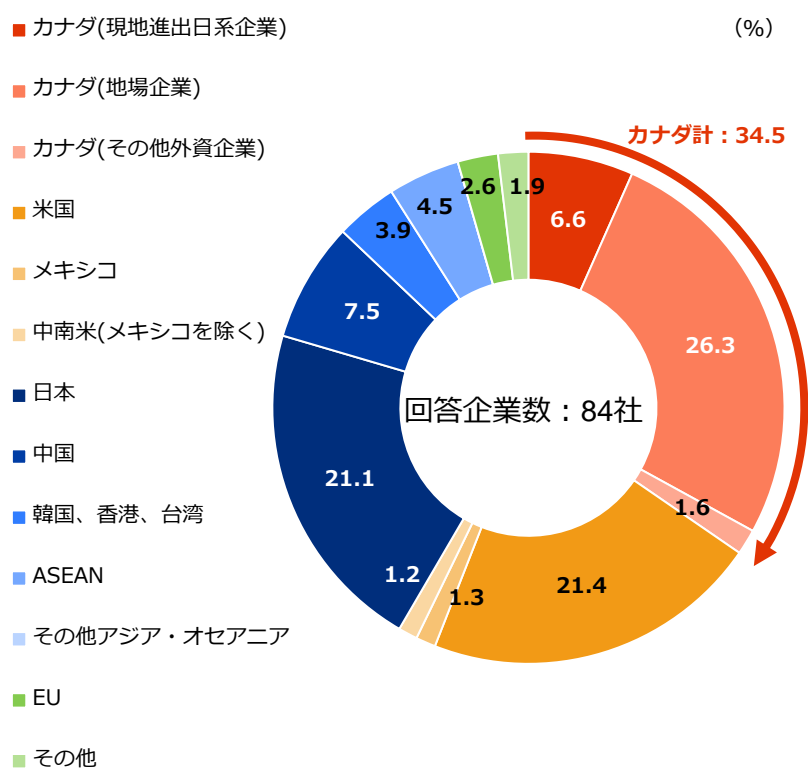


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載
未回答および「リモートワークが可能な職種がない」と回答した企業数を含まない

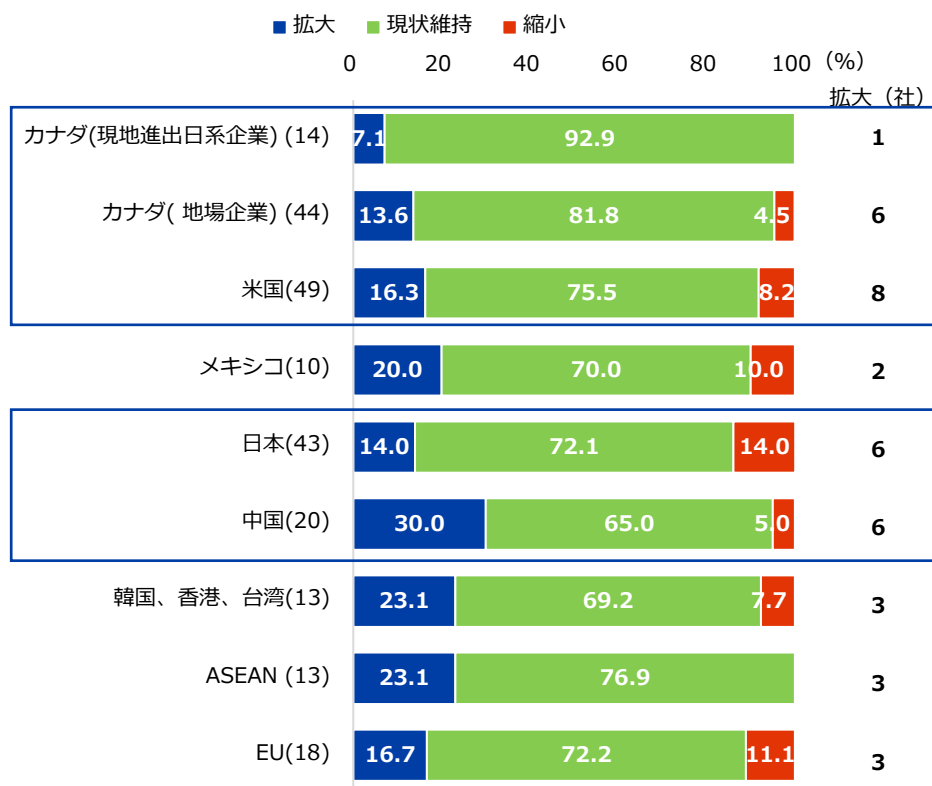
1 | 調達先： カナダ国内が3割台半ば、CUSMA域内からは6割近く

- **原材料・部品の調達先**について、**カナダ国内からの調達比率が34.5%**を占めた。米国（21.4%）、メキシコ（1.3%）を合わせた**CUSMA域内からの調達比率は57.2%**、日本は21.1%。
- 各調達先における**今後の調達方針**について、調達を**拡大**するという企業数は、**米国**や**カナダ**（各8社）、中国（6社）で多かった。日本は調達の拡大・縮小ともに6社。

原材料・部品の調達先（国・地域別）



原材料・部品の調達先についての今後の方針



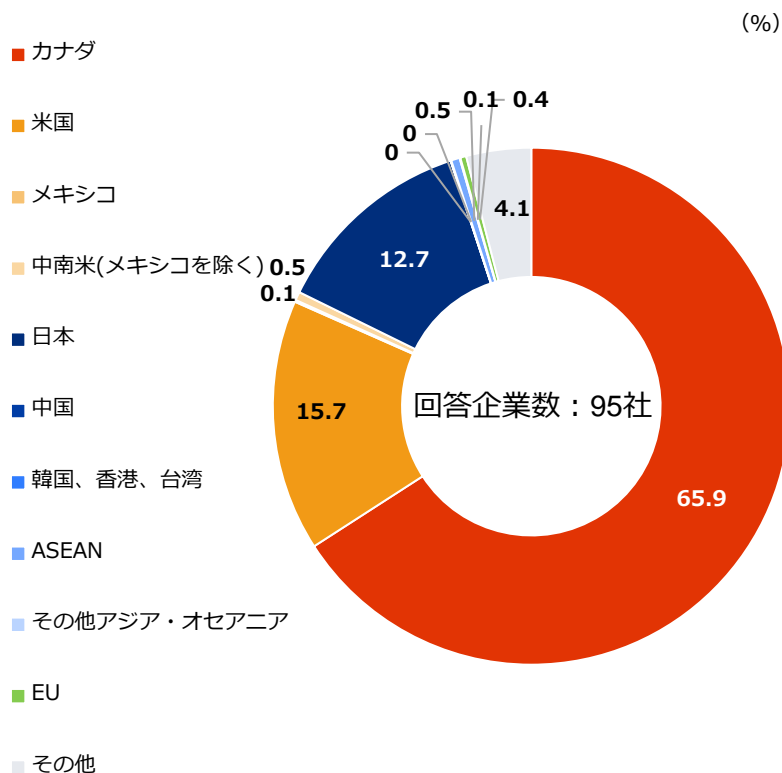
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの

(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載

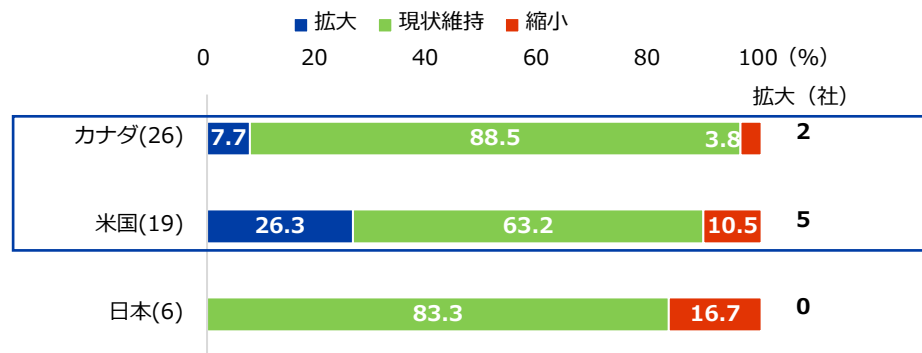
2 | 販売先： カナダ国内が3分の2強、CUSMA向けは8割強に

- 販売先はカナダ国内が65.9%で、米国（15.7%）とメキシコ（0.1%）を合わせたCUSMA域内向けは81.7%、日本は12.7%。
- 各販売先における今後の販売方針について、販売拡大については大部分は現状維持であったが、米国で7社（製造業5社、非製造業2社）、カナダ5社（2社、3社）は販売を拡大する見通し。

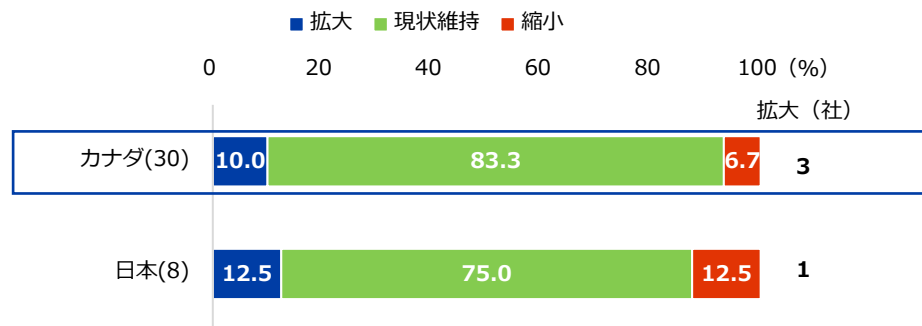
製品の販売先（国・地域別）



製品の販売先についての今後の方針（製造業）



製品の販売先についての今後の方針（非製造業）



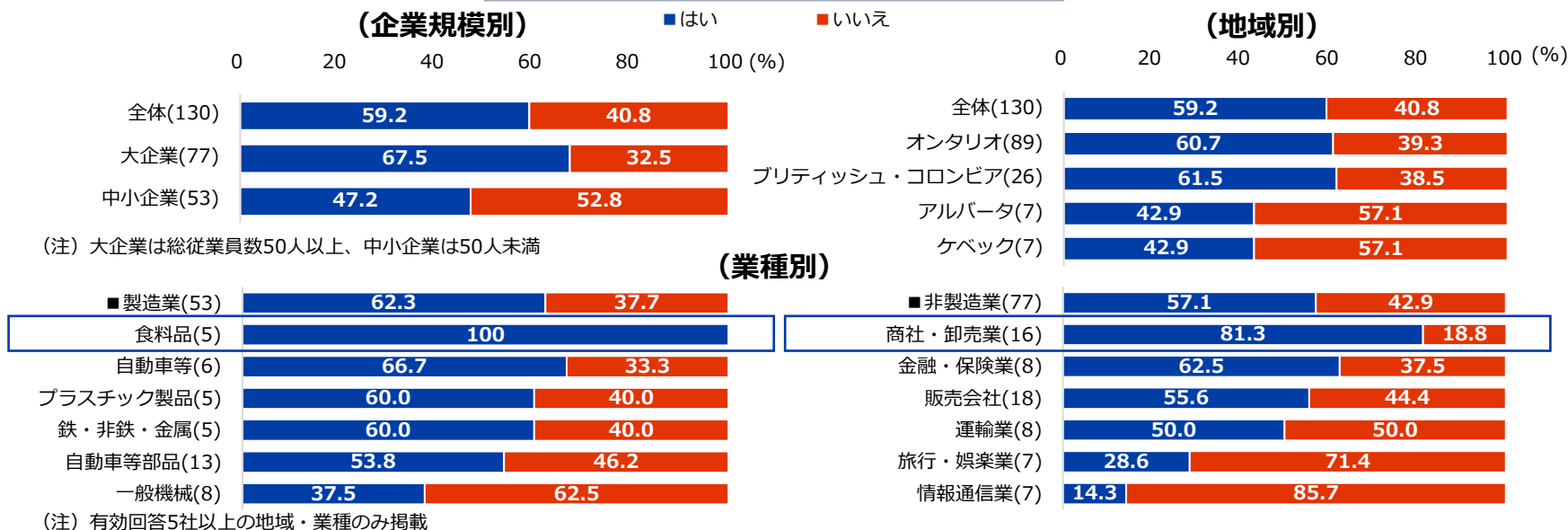
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの

(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載

1 サプライチェーンと人権： 6割弱が経営課題として認識

- サプライチェーンにおける人権の問題について、**59.2%の企業が経営課題として認識**。
- 製造業では62.3%、非製造業では57.1%が経営課題として認識。業種別にみると食料品は100%、商社・卸売業では81.3%に上る。企業規模別にみると、**大企業（67.5%）が中小企業（47.2%）より20.3ポイント高く、業種や企業規模により認識に差**。

人権の問題を経営課題として認識しているか



人権の問題を経営課題として認識している理由（自由記述）

取引先から**非人道的な事業を行っている企業からの調達をしていないか**など、**誓約書を求められている**ため【自動車等】

顧客からの要望の高まり【商社・卸売業】

各従業員の**多様性を尊重し、人種、性的自認などのマイノリティ差別を防止する方針**を掲げている。カナダ社会の一員として、過去の人権侵害の歴史を重く受け止め、犠牲にあったネイティブインディアンについての歴史学習を都度実施している【販売会社】

グループでサプライチェーンの人権問題に取り組んでいる【食料品】

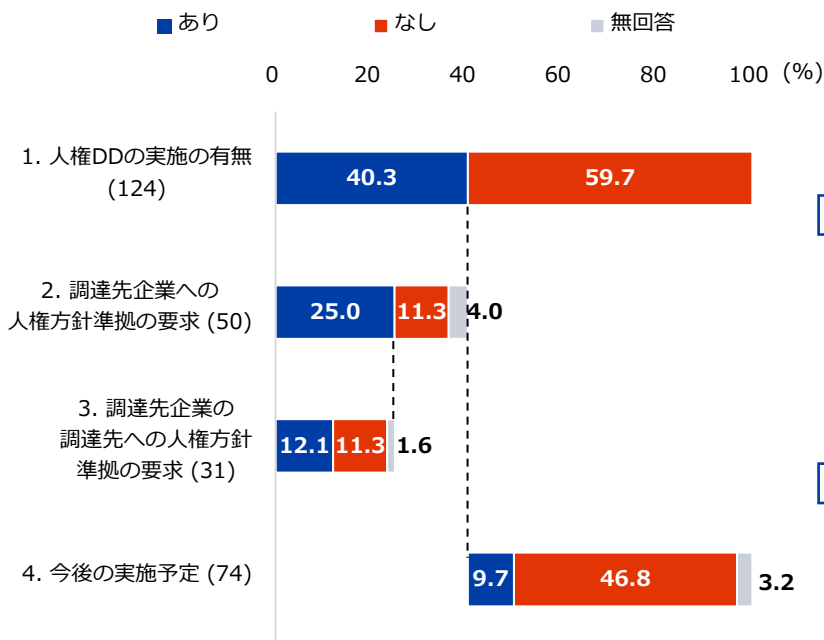
SDGsにおける人権尊重がグループ規定で定められている【商社・卸売業】

サプライチェーンに限らず、**人権の尊重は安心して働ける職場作りにおいて一番大切な部分**だと認識する【食料品】

2 | サプライチェーンと人権： 人権デューデリジェンスの実施は約4割

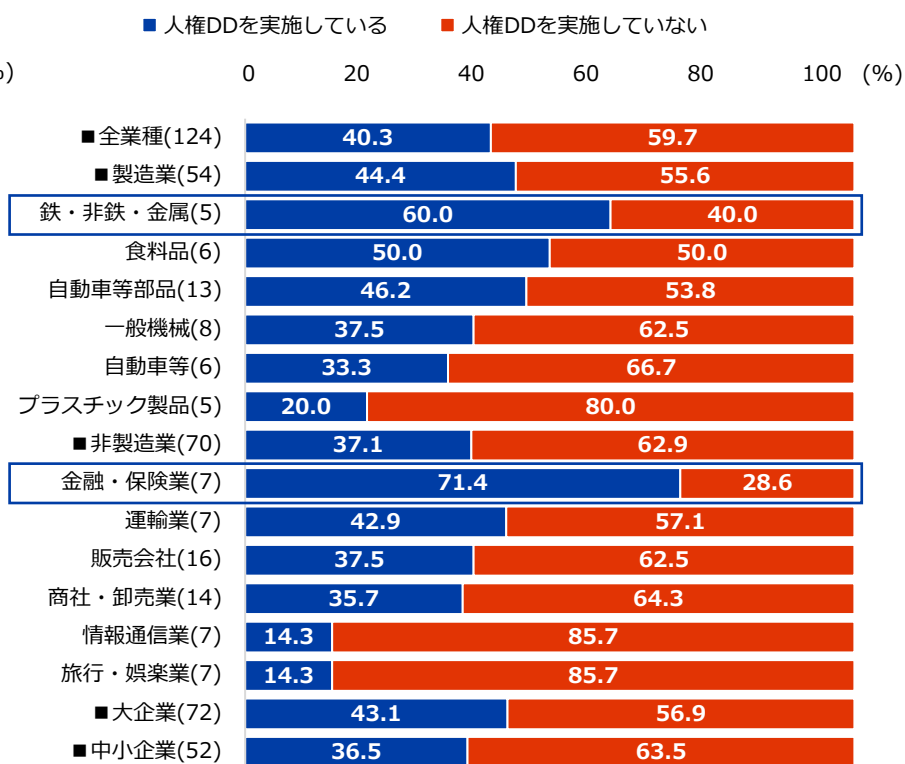
- **事業活動において人権デューデリジェンス（人権DD）を実施**している企業の割合は**40.3%**だった。業種別では、金融・保険業（71.4%）や鉄・非鉄・金属（60.0%）で高かった。
- 調達先企業にも自社のサプライチェーンにおける人権方針への準拠を求めている企業は25.0%、さらにその調達先の企業にも人権方針への準拠を求めている企業は12.1%だった。

人権DD実施／予定、調達先／調達先の調達先への準拠要求



(注) 「2.調達先企業への人権方針準拠の要求」「3.調達先企業の調達先への人権方針準拠の要求」「4.今後の実施予定」は、「1.人権DDの実施の有無」で「あり」と回答した50社（40.3%）および「なし」と回答した74（59.7%）を全体の母数（n=124）として算出

人権DD実施有無（業種別）



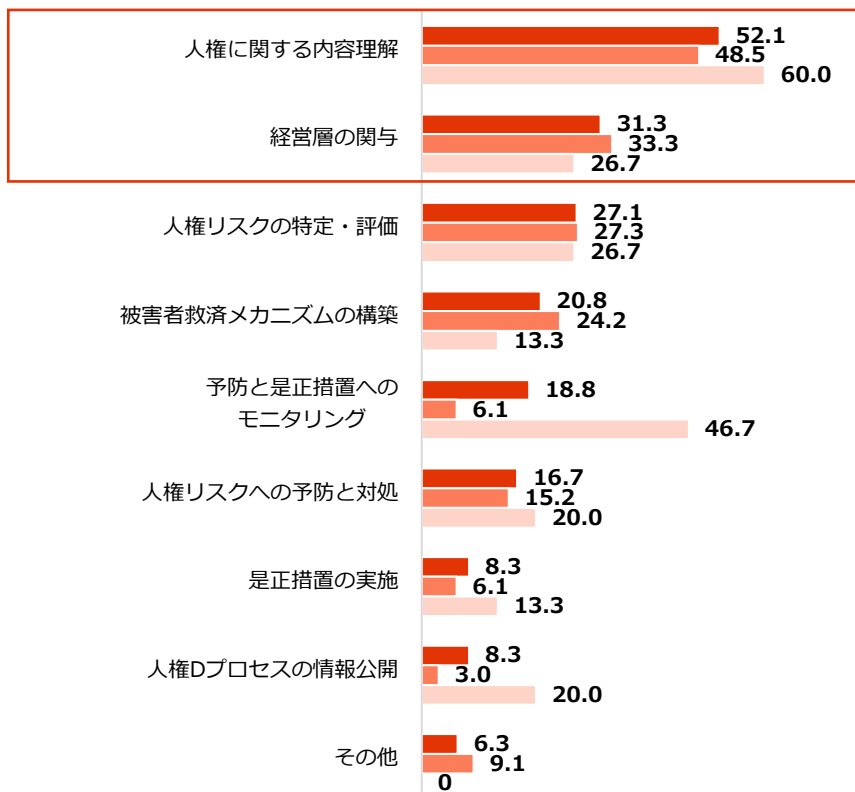
(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載
大企業は総従業員数50人以上、中小企業は50人未満

3 | サプライチェーンと人権： 人権DD内容理解に課題、情報収集に取り組む

- 人権DDを実施または実施予定の企業が抱える課題では、「人権に関する内容の理解」が52.1%で、「経営層の関与」（38.2%）が続いた。
- 人権リスクの特定・評価のために実施している取り組みは、「人権相談窓口の設置による情報収集」が43.6%で、「リスク把握のための情報収集」（41.0%）が続いた。

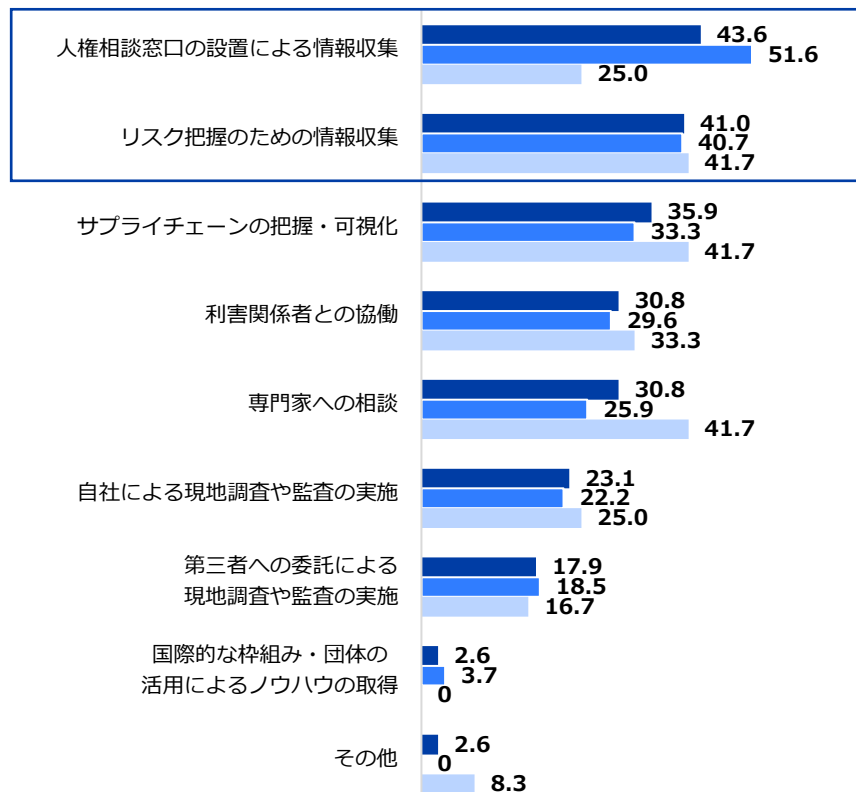
人権DDの取り組み上の課題（複数回答）

■ 全体(48) ■ 大企業(33) ■ 中小企業(15)
0 10 20 30 40 50 60 70 (%)



リスク特定・評価の取り組み状況（複数回答）

■ 全体(39) ■ 大企業(27) ■ 中小企業(12)
0 10 20 30 40 50 60 (%)

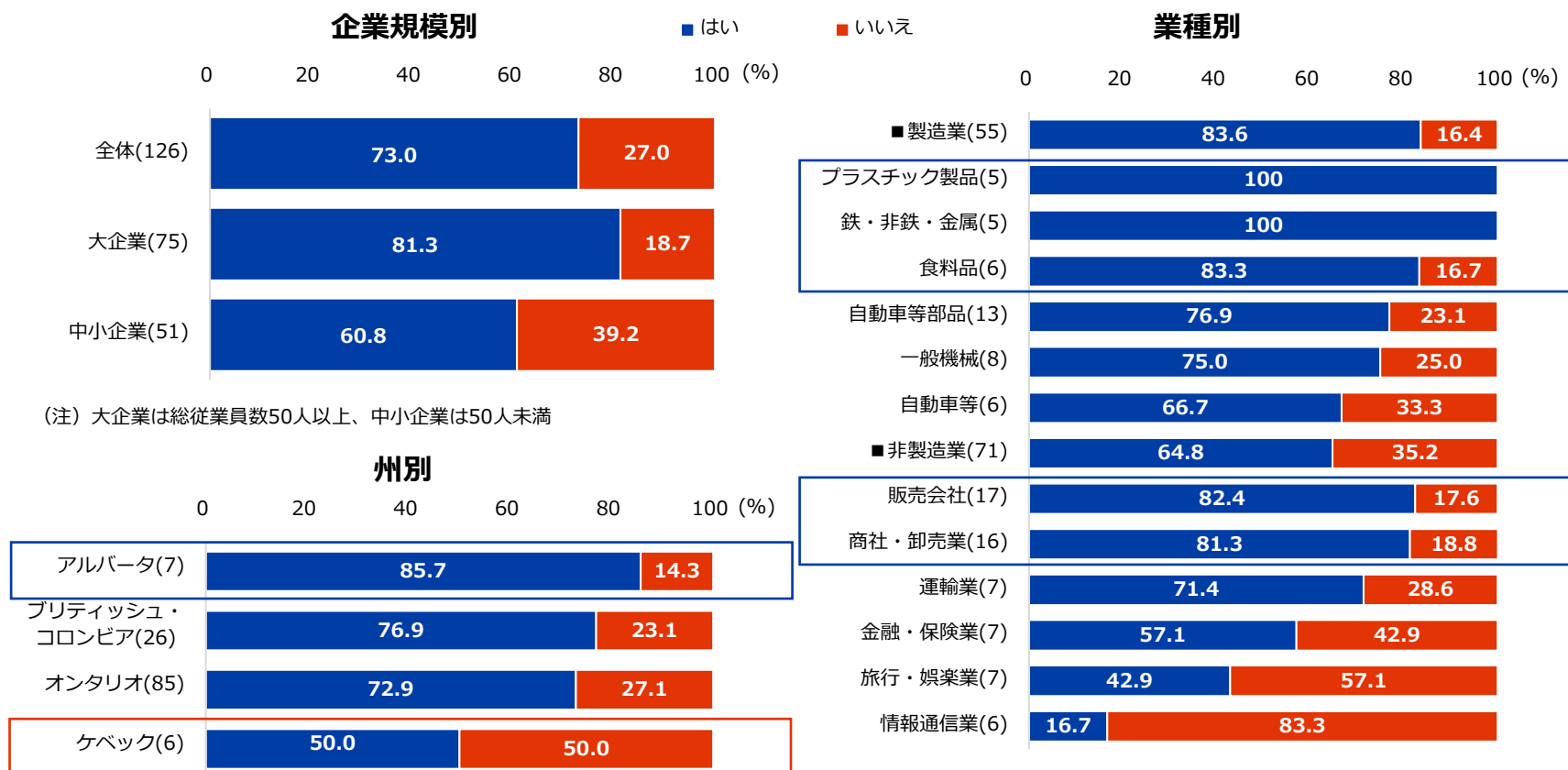


(注) 大企業は総従業員数50人以上、中小企業は50人未満

1 脱炭素化への対応： 7割強が経営課題として認識も、企業規模により差

- 脱炭素化を経営課題として認識している企業は**73.0%**だった。大企業では**81.3%**だが、中小企業では**60.8%**にとどまった。州別ではアルバータ州は**85.7%**だが、ケベック州は**50.0%**だった。
- 製造業ではプラスチック製品と鉄・非鉄・金属が**100%**で、食料品（**83.3%**）が続いた。非製造業では販売会社（**82.4%**）、商社・卸売業（**81.3%**）が高かった。

サプライチェーンにおける脱炭素化の問題について、経営課題として認識しているか



(注) 大企業は総従業員数50人以上、中小企業は50人未満

(注) 有効回答5社以上の地域のみ掲載

(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

2 | 脱炭素化への対応（経営課題としての認識理由）： 温室効果ガス排出の有無が経営課題としての認識に影響

- 経営課題として認識する理由には、プラスチックなど**温室効果ガス（GHG）排出量の多い業種**であること自体が挙げられた。また、世界的に**脱炭素化の要望が広がっている**とする声もあった。
- 一方、脱炭素化を経営課題として認識しない理由には、サプライチェーンを持たず、GHG排出に直接関係していないという点などが挙げられた。

脱炭素化を経営課題として認識する理由（自由記述）

- **製品にエンジンを使う**ため、**政府の政策や自社の方針が大きく影響**を及ぼすため【商社・卸売業】
- **排出量の多い業界**だから
【プラスチック製品、鉱業・エネルギー】
- 業界、政府、親会社、顧客、全ステークホルダーからの**脱炭素化の要望が大きい**ため【自動車等】
- **世界的な流れ**であるため【その他製造業】
- 養殖事業・包装資材・プラントベース食品など、**食品業界では切り離せない課題**と認識【食料品】
- **サービス産業**は、消費者に直接対するので**意識の高い人へのアピールが必要**と考えているから【旅行・娯楽業】
- 旅行事業はむしろCO2排出を推進してしまうので、**カーボンオフセットを取り入れたオンライン旅行事業**を展開している【商社・卸売業】

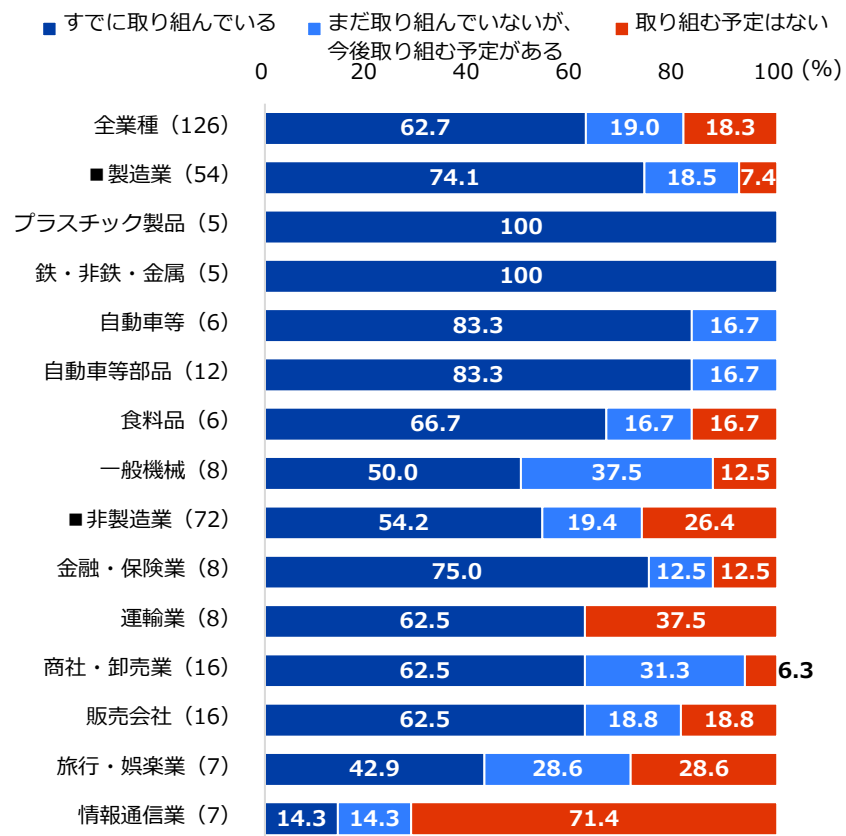
脱炭素化を経営課題として認識しない理由（自由記述）

- **ソフトウェア開発**であるため、**直接的な関係はない**
【情報通信業】
- **販売・サービスが主な業種**のため、特になし【販売会社】
- **検討レベルに達していない**【旅行・娯楽業】
- 直接的な関わりがない【商社・卸売業】
- **投資管理会社**であり**サプライチェーンが存在しない**
【その他非製造業】
- 事業内容より**サプライチェーンを持たないため**
【情報通信業】

3 | 脱炭素化への対応： 「すでに取り組んでいる」企業は6割強に増加

- 脱炭素化に「すでに取り組んでいる」企業は62.7%で、前回（43.2%）から19.5ポイント増加。
- 取り組みにおける問題点としては、投資採算と持続性や急激なZEV化推進に伴う環境最適な商品投入の難しさが挙げられた。

何らかの脱炭素化への取り組みやその予定の有無



(注) 有効回答企業数5社以上の業種のみ掲載

取り組みにおける問題点

- **投資採算、持続性**【ゴム・窯業・土石】
- 温室効果ガス（GHG）排出量を削減に向けた自動車の完全ZEV化。2035年までに販売される新車のZEV化義務付けを前倒ししたが、**急激なZEV推進**により、**市場インフラの整備が間に合わない**、またその時点において**環境最適な商品投入ができなくなる懸念**がある【自動車等】
- **顧客要求仕様**に基づく生産のため、**自社独自に生産プロセス変更が困難**であることから、**従前の生産を継続しなければならない**という制約がある【鉄道・運搬車両等部品】
- **ローカル事情**を踏まえた**顧客のトランジションの対応状況に寄り添いながら取組み支援**していく必要性あり、グローバルベースの施策とのバランスも必要【金融・保険業】
- **目指すべき成果の数値化**【食料品】
- 従業員用社用車のハイブリッド車化をしてきたが、**ハイブリッド車が不足**してきている【精密・医療機器】

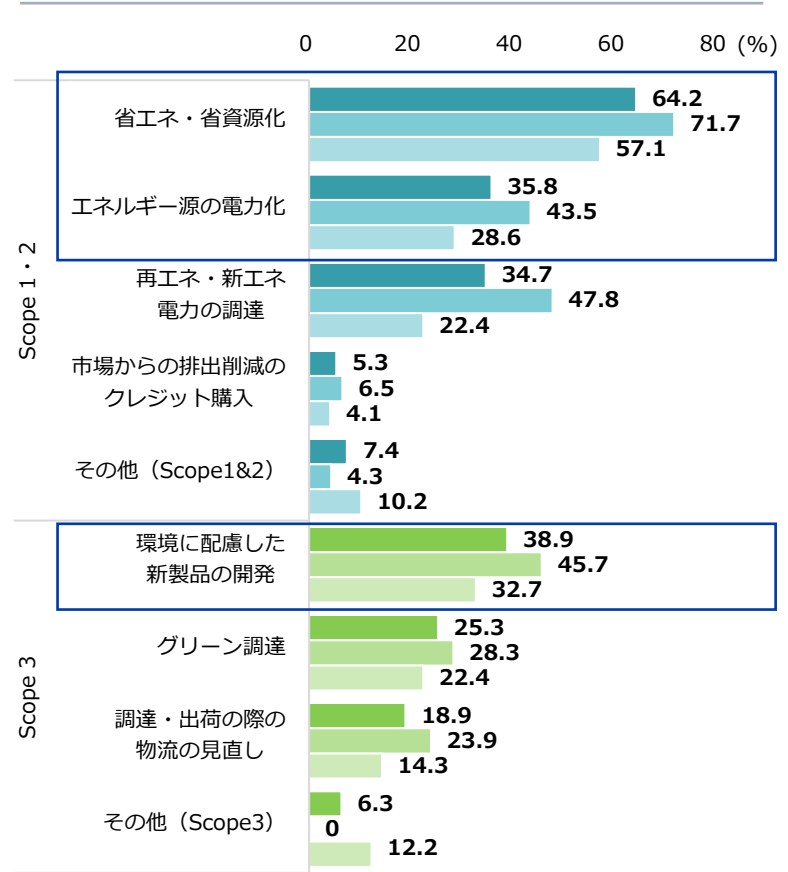
脱炭素化の取り組み事例とその効果（自由記述）

- **輸送治具の再利用化**を推進。その結果、費用削減の効果あり【鉄道・運搬車両等部品】
- **グローバルベースでの顧客の脱炭素化支援取組の共有、公表**により、より広範な領域における顧客ニーズ、支援実績の蓄積、ファイナンス面での商品力強化に向けた取組みの強化にもつながっている【金融・保険業】

4 脱炭素化への対応： 「省エネ・省資源化」に取り組む企業は6割台半ば

- **脱炭素化の具体的な取り組み内容**は、「**省エネ・省資源化**」が**64.2%**を占め、「環境に配慮した新製品の開発」（38.9%）、「エネルギー源の電力化」（35.8%）が続いた。
- その他の取り組み内容としては、脱炭素化に取り組む企業への材料販売や省エネ製品の提供、新規投資先の開拓などが挙げられた。

具体的な取り組み内容（取り組み中のものを含む）



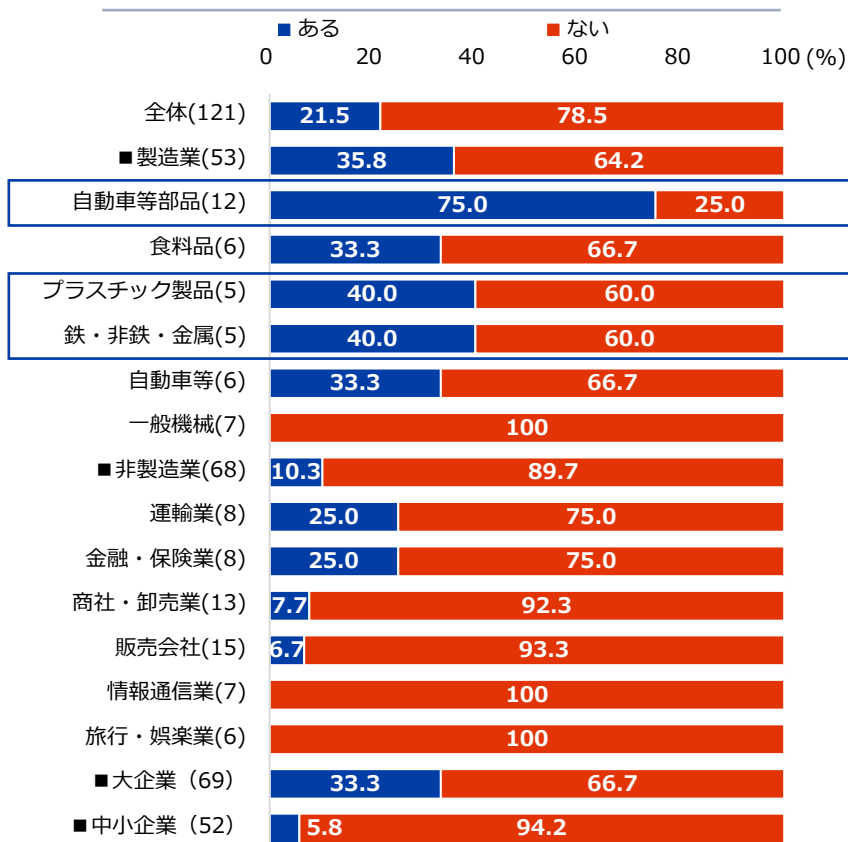
「その他」の具体的な取り組み内容（自由記述）

- Scope 1・2
 - ・ **本社で省エネ**等を実施【金融・保険業】
 - ・ 電気自動車用の**充電スタンドの充実**【旅行・娯楽業】
 - ・ **省エネ製品の提供、脱フロン製品の販売**【販売会社】
 - ・ **植林活動**【その他製造業】
- Scope 3
 - ・ **電気自動車の開発**【販売会社】
 - ・ **脱炭素などに取り組んでいる相手先への材料販売**など【商社・卸売業】
 - ・ **新規投資先の開拓**【商社・卸売業】
 - ・ **顧客の取組をファイナンス面から支援**する取組みを推進【金融・保険業】
 - ・ オフィスで使用する**紙の削減**【金融・保険業】
 - ・ カーボンオフセットをオプションで購入できる**オンライン旅行販売サイト**【商社・卸売業】

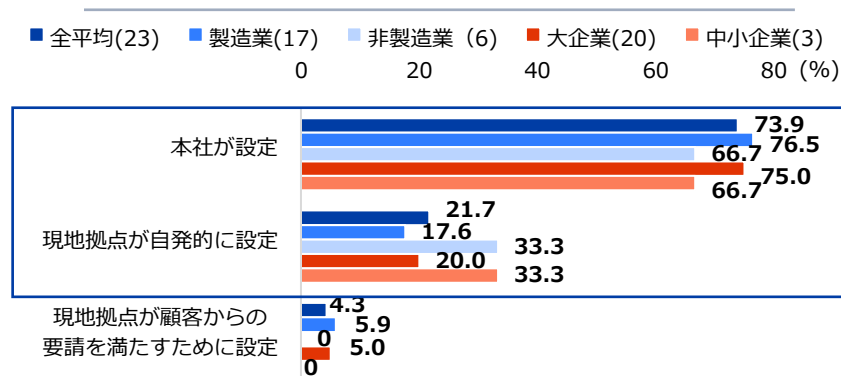
5 脱炭素化への対応： 現地拠点独自の脱炭素目標がある企業は2割強

- 排出削減や再エネ利用について、**現地拠点独自の数値的な目標が「ある」と回答した企業は21.5%**。業種別では自動車等部品（75.0%）、プラスチック製品、鉄・非鉄・金属（各40.0%）で高かった。
- 「ある」と回答した企業では、「本社が設定」している企業は73.9%で、「現地拠点が自発的に設定」の企業は21.7%だった。

排出削減・再エネ利用に関する独自目標の有無



数値目標の設定方法（独自目標が「ある」企業）



(注) 凡例に併記された、括弧内の数値は各産業・企業規模の有効回答企業数

数値目標の例

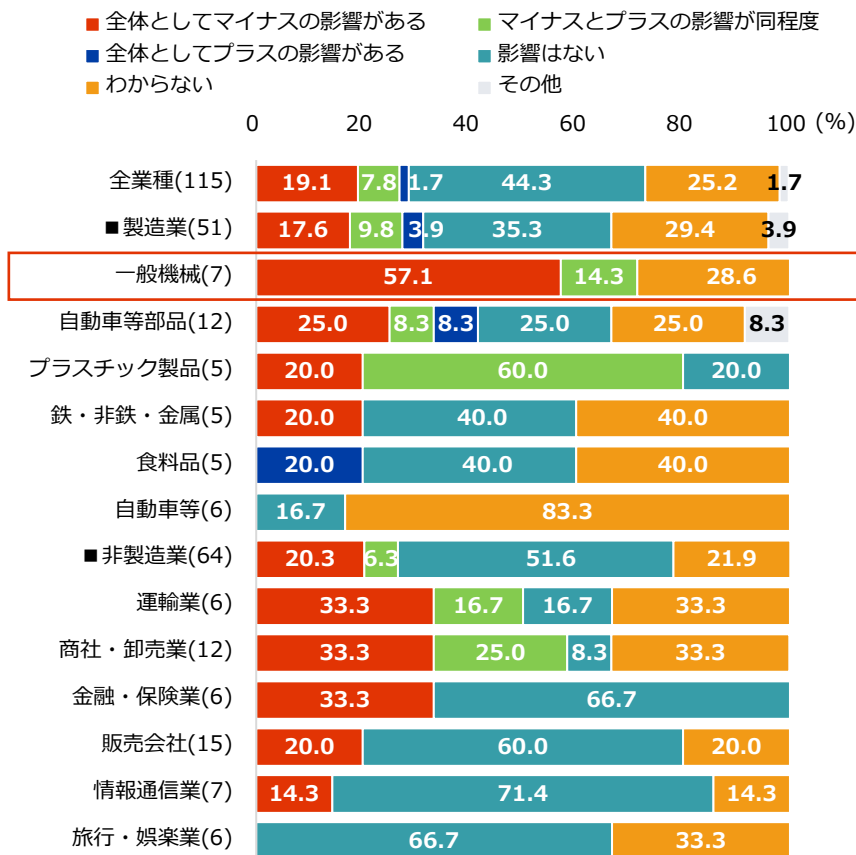
- 本社が設定
 - 2005年を基準としての削減【プラスチック製品】
 - 2035年までに販売車両の全電動化、2050年までに全オフィス、部品庫、販売代理店のカーボンニュートラル化【自動車等】
 - 2030年までに主要拠点での再生エネルギーの導入率100%を目指す【金融・保険業】
 - 前年1%の削減【自動車等部品】
- 顧客からの要請を満たすために設定
 - 前年度比2%削減【プラスチック製品】

(注) 有効回答企業数5社以上の業種のみ掲載

1 | 通商環境の変化： 「全体としてマイナスの影響」は2割弱

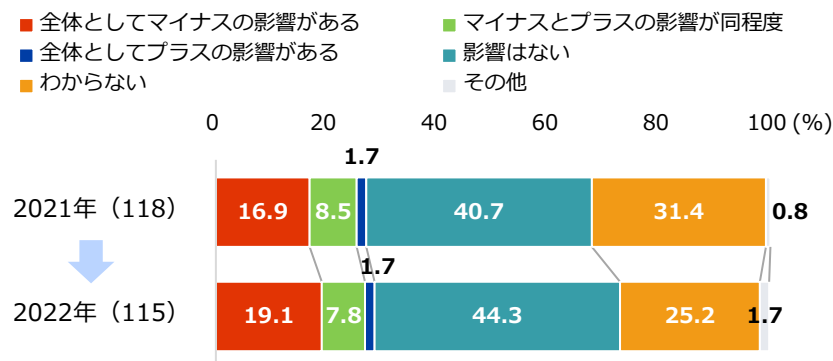
- 通商環境の変化が2022年の業績に与える影響について、「影響はない」が44.3%（前回40.7%）、「わからない」は25.2%（同31.4%）、「全体としてマイナスの影響」は19.1%（同16.9%）。
- 業種別では、「全体としてマイナスの影響」は一般機械が57.1%と突出して高く、前回の42.9%から14.2ポイント増加した。

通商環境の変化が2022年の業績に与える影響（業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載

通商環境の変化が業績に与える影響（前年度比較）



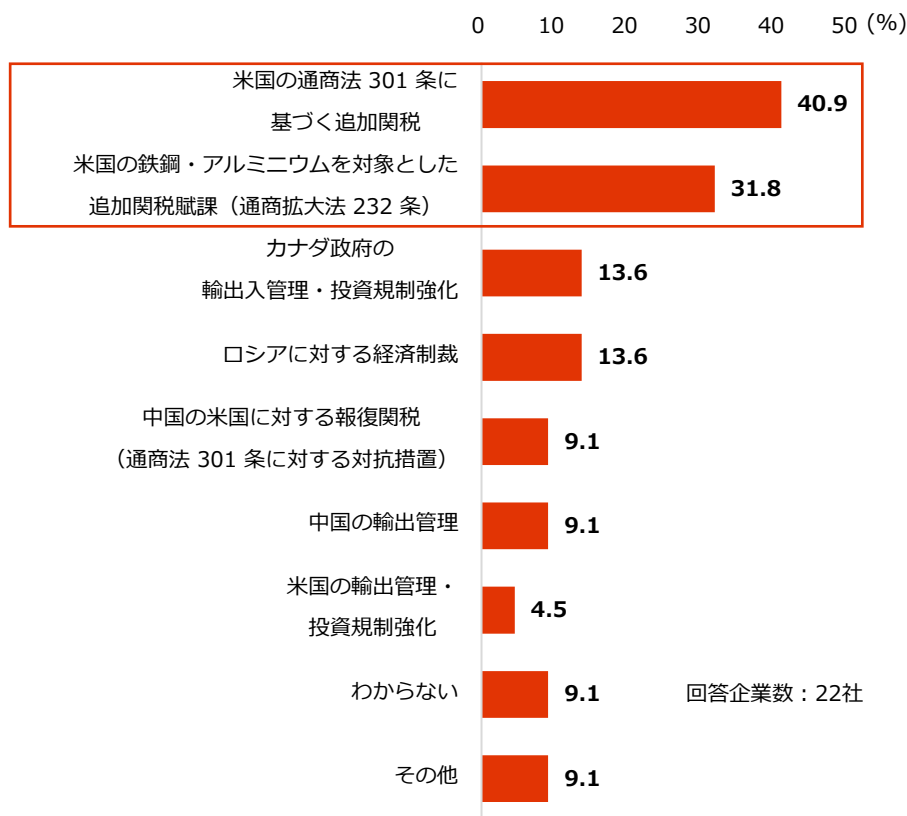
通商環境の変化が2022年業績に与える影響（自由記述）

- マイナスとプラスが同程度
 - 米中関係より、**カナダの保守的政策**（AD関税）の影響度が**高い**ため【商社・卸売業】
 - 中国工場からの輸入に対しての影響は少ないが、**材料に対する部分がかかる**【自動車等部品】
 - 結果的に**インフレが促進**され、**全てのコストが上がる事はマイナス**。だがそれを理由に**販売単価を上げる事に成功する場合はプラス**となる【商社・卸売業】
- 影響はない
 - 関連する製品の取引はない【ゴム・窯業・土石】
 - 取引先の多くが国内需要のため【販売会社】

2 政策別の影響： 米国の通商法301条に基づく追加関税が約4割

- 「全体としてマイナスの影響」と回答した企業のうち、影響を受ける政策として「米国の通商法301条に基づく追加関税」が40.9%を占め、「米国の鉄鋼・アルミニウムを対象とした追加関税賦課（31.8%）が続いた。
- 具体的なマイナスの影響として、中国製品の納期の長期化や価格上昇などが指摘された。

マイナスの影響を受ける政策（複数回答）



通商環境の変化が与えるマイナスの影響（自由記述）

- 鉄鋼製品に対する関税が販売に影響【一般機械】
- 商品のコスト増、ソース管理等の負担増【商社・卸売業】
- 日本、米国支社からの輸出入に影響【一般機械】
- 一部顧客の経営状況の悪化等【金融・保険業】
- 主な原材料をロシアから仕入れていたため【プラスチック製品】
- サプライチェーンが米国を経由しており、関税は製品コストにマイナスの影響を与える【一般機械】
- 中国製品の納期までの時間の長期化と価格上昇【販売会社】
- 米国経済の悪化のカナダへの影響【販売会社】

1 経営上の課題： 従業員の賃金上昇・確保や物流・調達コスト上昇が上位

- 経営上の課題としては、「従業員の賃金上昇」（61.8%）を挙げる割合が最も多い。製造業では「調達コストの上昇」（73.6%）を、非製造業では「従業員の賃金上昇」（56.4%）を挙げる企業の割合が最多。
- 具体的な課題として、商品供給量の低下や安定性の喪失、人材の雇用や育成などが挙げられた。

経営上の課題（複数選択）

課題となっている事項	分類	割合 (%)
従業員の賃金上昇	雇用・労務面	61.8
従業員（一般社員）の確保	雇用・労務面	47.3
物流コストの上昇	原材料・部品調達面	46.6
調達コストの上昇	原材料・部品調達面	45.8
新規顧客の開拓	販売・営業面	39.7
物流遅延	原材料・部品調達面	34.4
従業員（技術者）の確保	雇用・労務面	32.1
従業員の定着率	雇用・労務面	32.1
納期管理	原材料・部品調達面	26.0
従業員の質	雇用・労務面	25.2
不安定な為替変動	財務・金融面	23.7
原材料・部品供給不足	原材料・部品調達面	22.1

具体的な課題（自由回答）

- 雇用・労務面
 - ・ 人材の雇用【電気・電子機器】
- 販売・営業面
 - ・ 商品供給不足による売上減少【販売会社】
 - ・ 車両供給量の低下【自動車等】
 - ・ 工場からの供給量やタイミングの不安定さ【販売会社】
 - ・ 新規事業の開拓【商社・卸売業】
- 財務・金融面
 - ・ 市場調達金利の上昇【販売会社】
- 生産面
 - ・ 未熟練作業員の育成【鉄道・運搬車両等部品】

回答企業数：131社

（注）上位項目のみ抜粋、40%以上は太字

2 | 経営上の課題への対応策： 「賃金の引き上げ」や「人件費以外の経費削減」が上位

- 対応策については、「賃金の引き上げ」が55.5%と前年（34.7%）から20.8ポイント増加し、「人件費以外の経費削減」は41.8%で、前年（26.3%）から15.5ポイント増加した。
- 業種別では、「賃金の引き上げ」は自動車等（100%）や運輸業（66.7%）、「人件費以外の経費削減」は鉄・非鉄・金属（80.0%）や自動車等部品（76.9%）で高かった。

経営上の課題への対応策（複数選択）

対応策	分類	割合 (%)
賃金の引き上げ	雇用・労務面	55.5
人件費以外の経費削減	雇用・労務面	41.8
競合製品との差別化	販売・営業面	39.1
社内コミュニケーションの活発化	雇用・労務面	36.4
調達先・調達内容の見直し	原材料・部品調達面	34.5
就業規則・雇用条件の見直し	雇用・労務面	32.7
配送契約・配送方法の見直し	原材料・部品調達面	32.7
販売方法の見直し・強化	販売・営業面	30.9
労働環境の改善	雇用・労務面	29.1
リモートワーク・WEB会議の活用	雇用・労務面	28.2
各種規制への対応	規制面	28.2
新製品の開発	販売・営業面	23.6
在庫の積み増し	原材料・部品調達面	23.6
カスタマーサービスの強化	販売・営業面	22.7
自動化・省力化の推進	雇用・労務面	21.8

具体的な対応策（自由記述）

- 雇用・労務面
 - ・ 大学・業界との連携、フランス語圏からの人材確保【ゴム・窯業・土石】
 - ・ 人材のグローバル化【情報通信業】
 - ・ トレーニングセンターでの訓練実施【鉄道・運搬車両等部品】
 - ・ 技術者不足に伴う開発部門移転の検討【情報通信業】
- 原材料・部品調達面
 - ・ 納期管理手法の改善【販売会社】
- 販売・営業面
 - ・ 販売関係への製品教育【販売会社】
 - ・ 新規顧客の開拓加速・引き合い対応【化学・医薬、鉄道・運搬車両等部品】
 - ・ オンライン販売検討【販売会社】
 - ・ 新規事業開拓の加速【商社・卸売業】
 - ・ 価格転嫁、販売価格の値上げ【自動車等、販売会社】
- 財務・金融面
 - ・ 原材料価格のヘッジ【鉄・非鉄・金属】
 - ・ 資金調達額の値上げ【鉄・非鉄・金属】

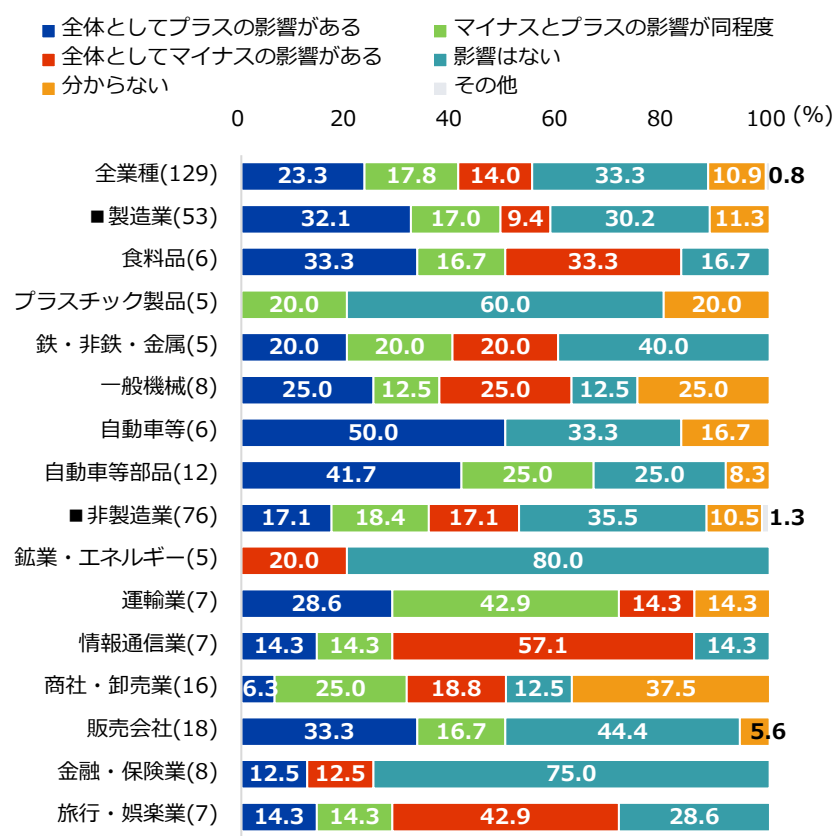
回答企業数：110社

（注）上位項目のみ抜粋、30%以上は太字

3 | 円安カナダ・ドル高による影響： 「影響はない」が3分の1、「プラスの影響」は2割強

- 2022年初頭からの円安・カナダ・ドル高傾向について、「影響はない」が最多で33.3%だった。「日本円での取引は限られているために特に影響はない」などの声が聞かれた。
- 「プラスの影響」は23.3%で「マイナスの影響」（14.0%）を上回った。日本からの輸入コストの削減などが主な要因として挙げられた。

円安・ドル高による影響（業種別）



為替水準がもたらす影響（自由記述）

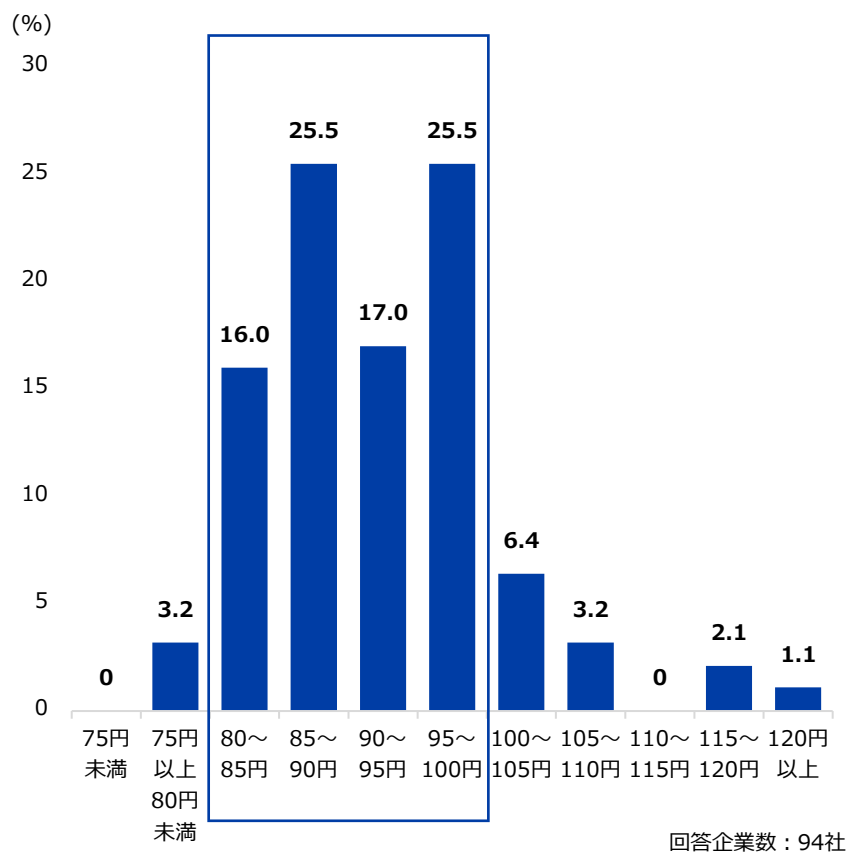
- **プラスの影響**
 - ・ **カナダドルとほぼ連動している米ドルの上昇により原材料調達面で有利に【ゴム・窯業・土石】**
 - ・ **円換算での売り上げ増加、円建て支払いのコスト減少【販売会社】**
 - ・ **日本の本社側に為替差益が発生【販売会社】**
 - ・ **輸入コストの低下による価格引き下げや利益増加【その他製造業】**
- **影響なし**
 - ・ **日本円での取引は限られているため、特に影響はない**
 - ・ **取引は米ドル建てが多く、日本円よりも対米ドルの方が影響が大きい**
- **マイナスの影響**
 - ・ **カナダ・ドル建てコストへの影響【鉄・非鉄・金属】**
 - ・ **顧客との契約内容の見直し【情報通信業】**
 - ・ **日本からの委託生産費の上昇【一般機械】**

(注) 有効回答企業数5社以上の業種のみ掲載

4 円安カナダ・ドル高への対応策： 適正相場は80円以上100円未満の範囲が8割台半ば

- **適正と考える円相場**について、「85円以上90円未満」「95円以上100円未満」との回答がそれぞれ25.5%で最大だった。**80円以上100円未満の範囲を適正とみる企業は84.0%**を占めた。
- 円安カナダ・ドル高への対応策としては為替予約が多く挙げられたほか、米ドル建てでの調達・販売による為替リスクの低減や、顧客との契約内容見直しなどが挙げられた。

企業が適正と考える円相場



円安カナダ・ドル高への対応策（自由記述）

- **為替予約**【商社・卸売業】
- **顧客との契約内容見直し**【情報通信業】
- **調達と販売を米ドル建てで行うことによる為替リスク対策**【販売会社】
- **売上通貨と費用通貨のバランス**を保ち、為替の変動による影響の最小限化【鉄道・運搬車両等部品】
- （取引は米ドル建てで行うことが多く、対米ドル相場の変化の方が影響が大きいことから）**米ドル調達のタイミングの調整**【販売会社】

レポートをご覧いただいた後、 アンケートにご協力ください。 (所要時間：約1分)

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20220043>



レポートに関するお問い合わせ先

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部 米州課



03-3582-5545



ORB@jetro.go.jp



〒107-6006
東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

■ 免責条項

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

禁無断転載