

JETRO

**2016 年度日本企業の海外事業展開
に関するアンケート調査**

～JETRO 海外ビジネス調査～

2017 年 3 月

独立行政法人 日本貿易振興機構
海外調査部 国際経済課

【禁無断転載】

本レポートに関する問い合わせ先：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
海外調査部国際経済課
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32
TEL： 03-3582-5177
E-mail：ORI@jetro.go.jp

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

はじめに

近年、日本企業にとって海外市場の重要性は一段と高まりつつあります。本調査ではこうした事情に鑑み、貿易への取り組み、海外進出への取り組み、自由貿易協定(F T A)の活用、国際標準化、外国人材の活用、電子商取引といった日本企業の海外事業展開に関する動向について分析しました。

本調査はジェトロ・メンバーズ（ジェトロの会員制度への加入企業）を対象に 2002 年度に開始し、今年度で 15 回目となります。2011 年度からジェトロのサービスをこれまでご利用いただいたことがある、会員以外の企業の皆様にもご協力をお願いしています。今年度は 2016 年 11 月に、日本企業 9,897 社（うち、ジェトロ・メンバーズ 3,546 社、メンバーズ以外でジェトロのサービスを利用頂いたことのある企業 6,351 社）に調査票を送付し、計 2,995 社(有効回答率 30.3%)から回答を頂きました。

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

なお本調査は、Transbird 株式会社に作業の一部を委託しました。

2017 年 3 月

独立行政法人 日本貿易振興機構
海外調査部 国際経済課
TEL : 03-3582-5177
FAX : 03-3582-5309

目 次

調査実施概要	1
I. 回答企業のプロフィール	2
1. 事業内容	2
2. 輸出の有無	5
3. 海外拠点の有無	8
4. 海外拠点の設置状況（所在と機能）	9
5. 売上高、営業利益の海外比率	12
6. 海外ビジネスの課題	14
II. 貿易への取り組み	16
1. 今後の輸出事業方針	16
2. 輸出ビジネスを拡大する理由	18
3. 今後の輸出重点国・地域	20
III. 海外進出への取り組み	24
1. 今後の海外進出方針	24
2. 海外進出を拡大する理由	28
3. 海外進出の手法	29
4. 今後の国内事業展開	30
5. 国内事業を拡大する理由	35
6. 海外で拡大を図る機能	36
7. 国内で拡大を図る機能	44
8. 海外/国内の拠点・機能の再編	46
9. 今後の中国でのビジネス展開	57
IV. 自由貿易協定(FTA)の活用	60
1. 日本のFTA（EPA）の利用状況	60
2. TPP への期待	63
V. 国際標準化	65
1. 国際標準化への対応人員	65
2. 国際標準化の課題	70

VI. 外国人材の活用	72
1. 海外ビジネス拡大のための人材	72
2. 外国人社員の雇用状況	73
3. 常時雇用従業員数に占める外国人の比率	75
4. 取締役等に占める外国人の比率	76
5. 外国人社員の採用方法	77
6. 外国人社員採用のための取り組み	78
7. 外国人社員のキャリア形成方針	79
8. 海外拠点における現地人材登用	80
VII. 電子商取引	81
1. 電子商取引の利用の有無	81
2. 電子商取引の売上比率	82
3. 電子商取引の海外売上比率	83
4. 電子商取引の利用状況	84
5. 電子商取引の基盤	85
6. 現在の海外販売先	86
7. 今後の海外販売先	88
8. 海外向け電子商取引における課題	90
調査票	91

調査実施概要

1. 調査目的

本調査は、日本企業の貿易への取り組み、海外進出への取り組み、自由貿易協定(F T A)の活用、国際標準化、外国人材の活用、電子商取引について、その動向を分析するものである。

2. 調査対象

(1) 調査対象企業

海外ビジネスに関心が高い日本企業 9,897 社

(2) 調査方法

調査票（巻末に添付）を郵送し、本調査への協力を依頼した。

(3) 調査期間

調査票発送 2016 年 11 月 25 日

回収締切 2017 年 1 月 6 日

(4) 回収状況

発送総数	有効回収数	有効回答率
9,897 社	2,995 社	30.3%

*ジェトロ・メンバーズへの発送数、有効回収数はそれぞれ 3,546 社、1,292 社であった。

3. 調査項目

- (1) 回答企業のプロフィール
- (2) 貿易への取り組み
- (3) 海外進出への取り組み・今後の国内事業展開
- (4) 自由貿易協定(F T A)の活用
- (5) 国際標準化への対応
- (6) 外国人材の活用
- (7) 電子商取引の利用

[注]①本報告書における図表等の比率については四捨五入して表記したため、必ずしも合計が 100%にならない。

②本報告書内の「先進国」、「新興国」に含まれる国・地域は以下の通り。

- ・先進国：香港、台湾、韓国、シンガポール、オーストラリア、米国、カナダ、西欧(ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、スロベニア、クロアチア、ルーマニア、ブルガリア、バルト 3 国を除く欧州各国)、日本
- ・新興国：それ以外の国・地域

I. 回答企業のプロフィール

1. 事業内容

調査の回答企業は 2,995 社で、そのうち「製造業」は 55.4% (1,660 社)、「非製造業」は 44.6% (1,335 社) となっている。業種別では、「商社・卸売」が 21.4% (641 社) で最も多く、次いで「飲食料品」が 13.2% (394 社)、「その他非製造業」が 7.3% (219 社) と続く。

資本金と従業員数より中小企業基本法に基づいた要件で大企業と中小企業に分類すると、「大企業」は 21.4% (640 社)、「中小企業」は 78.6% (2,355 社) であった。

図表 I-1 回答企業のプロフィール（全体、業種別、企業規模別）

	企業数	構成比 (%)
全体	2,995	100.0
製造業	1,660	55.4
飲食料品	394	13.2
繊維・織物／アパレル	103	3.4
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	62	2.1
化学	92	3.1
医療品・化粧品	59	2.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	94	3.1
窯業・土石	28	0.9
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	168	5.6
一般機械	142	4.7
電気機械	96	3.2
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	53	1.8
自動車／自動車部品／その他輸送機器	107	3.6
精密機器	70	2.3
その他の製造業	192	6.4
非製造業	1,335	44.6
商社・卸売	641	21.4
小売	80	2.7
建設	90	3.0
運輸	75	2.5
金融・保険	77	2.6
通信・情報・ソフトウェア	83	2.8
専門サービス	70	2.3
その他の非製造業	219	7.3
大企業	640	21.4
大企業(中堅企業を除く)	157	5.2
中堅企業	483	16.1
中小企業	2,355	78.6
中小企業(小規模企業者を除く)	960	32.1
小規模企業者	1,395	46.6
輸出企業	2,168	72.4
海外進出企業	1,571	52.5
国内企業	269	9.0

[注] 大項目の「大企業」と「中小企業」の定義は中小企業基本法に基づく。
 (中小企業の定義 <http://www.chusho.meti.go.jp/soshiki/teigi.html>)
 その他はジェトロによる定義。詳細は次頁の表を参照。

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

回答企業を資本金、従業員規模別に見ると、資本金では「1千万円超～5千万円以下」の企業が32.2% (964社)、従業員数では「101～300人」の企業が19.4% (582社) で最も多い。

図表 I-2 資本金・従業員規模分類 (全体、業種別)

	社数	資本金							従業員規模								無回答
		1千万円以下	1千万円超～5千万円以下	5千万円超～1億円以下	1億円超～3億円以下	3億円超～10億円以下	10億円超	無回答	5人以下	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301～1,000人	1,001～3,000人	3,001人以上	
全体	2,995	21.9	32.2	16.7	5.8	6.7	16.7	0.1	10.2	17.1	16.2	13.7	19.4	12.3	6.4	4.8	-
製造業	1,660	18.6	34.2	18.6	5.7	6.3	16.6	-	6.0	14.8	17.0	15.5	22.5	13.4	6.0	4.9	-
飲食料品	394	30.2	39.6	15.2	4.3	4.8	5.8	-	7.4	22.6	22.3	14.5	17.3	12.4	2.5	1.0	-
繊維・織物/アパレル	103	35.0	37.9	9.7	2.9	1.0	13.6	-	9.7	27.2	24.3	9.7	14.6	7.8	2.9	3.9	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	62	24.2	35.5	14.5	3.2	4.8	17.7	-	8.1	21.0	8.1	14.5	24.2	16.1	3.2	4.8	-
化学	92	7.6	23.9	16.3	7.6	9.8	34.8	-	3.3	4.3	12.0	15.2	29.3	18.5	9.8	7.6	-
医薬品・化粧品	59	16.9	28.8	28.8	10.2	1.7	13.6	-	5.1	11.9	13.6	20.3	25.4	13.6	6.8	3.4	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	94	11.7	40.4	18.1	8.5	9.6	11.7	-	5.3	14.9	17.0	14.9	27.7	12.8	4.3	3.2	-
窯業・土石	28	14.3	39.3	28.6	3.6	3.6	10.7	-	-	21.4	7.1	21.4	35.7	7.1	3.6	3.6	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	168	16.7	39.9	18.5	4.8	7.1	13.1	-	4.8	8.3	17.9	25.6	23.2	10.7	5.4	4.2	-
一般機械	142	13.4	28.9	21.1	7.7	7.0	21.8	-	4.2	9.9	14.1	15.5	31.7	15.5	5.6	3.5	-
電気機械	96	8.3	34.4	18.8	5.2	3.1	30.2	-	6.3	7.3	17.7	13.5	16.7	12.5	14.6	11.5	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	53	9.4	20.8	26.4	3.8	11.3	28.3	-	1.9	7.5	13.2	15.1	26.4	17.0	9.4	9.4	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	107	6.5	19.6	19.6	4.7	10.3	39.3	-	2.8	4.7	10.3	9.3	20.6	19.6	13.1	19.6	-
精密機器	70	11.4	27.1	27.1	2.9	12.9	18.6	-	5.7	15.7	10.0	12.9	28.6	12.9	11.4	2.9	-
その他の製造業	192	16.7	37.0	20.3	8.9	5.7	11.5	-	8.3	15.6	18.2	15.6	21.4	13.0	4.2	3.6	-
非製造業	1,335	25.9	29.7	14.5	6.0	7.1	16.7	0.1	15.4	19.9	15.1	11.4	15.7	10.9	7.0	4.6	0.1
商社・卸売	641	30.4	33.5	15.0	5.9	6.2	8.9	-	21.2	24.2	17.0	11.7	14.4	8.6	1.7	1.2	-
小売	80	30.0	33.8	13.8	2.5	5.0	15.0	-	12.5	21.3	11.3	11.3	16.3	11.3	8.8	7.5	-
建設	90	6.7	31.1	17.8	8.9	8.9	26.7	-	2.2	15.6	14.4	11.1	21.1	15.6	10.0	10.0	-
運輸	75	14.7	24.0	16.0	12.0	12.0	21.3	-	4.0	4.0	16.0	6.7	33.3	16.0	12.0	8.0	-
金融・保険	77	-	2.6	3.9	1.3	5.2	85.7	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	24.7	53.2	15.6	-	
通信・情報/ソフトウェア	83	27.7	25.3	14.5	10.8	8.4	13.3	-	9.6	22.9	19.3	14.5	16.9	6.0	4.8	6.0	-
専門サービス	70	42.9	25.7	18.6	1.4	7.1	4.3	-	25.7	24.3	12.9	12.9	12.9	7.1	2.9	-	1.4
その他の非製造業	219	26.0	30.6	13.7	5.5	8.2	15.5	0.5	12.3	18.3	15.1	14.2	16.4	11.9	5.0	6.8	-

取締役会における社外取締役（非常勤を含む）の割合を見ると、「1%未満」が54.5%（1,633社）と半数を超える。社外取締役が30%を超える企業の割合が高い業種は「情報通信機器／電子部品・デバイス」（26.5%）、「化学」（20.6%）、「運輸」（20.0%）となっている。

図表 I-3 社外取締役の割合（全体、業種別、企業規模別）

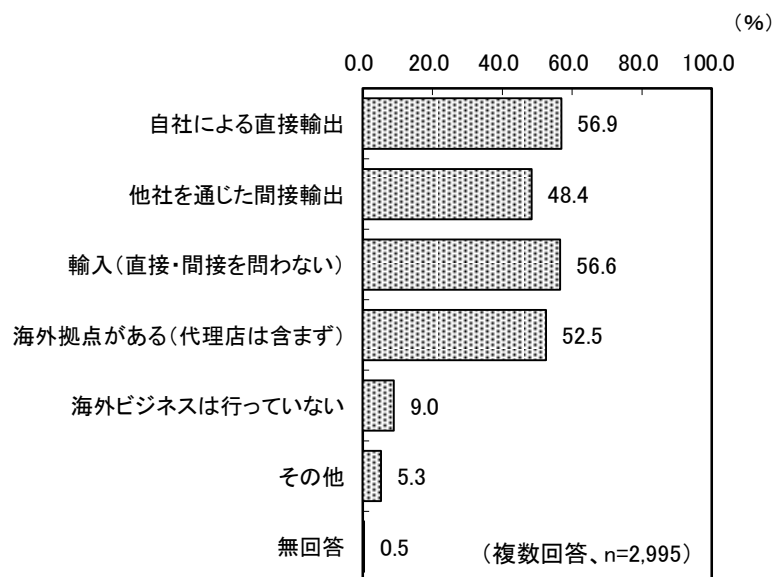
	社数	0%	1~10%	11~20%	21~30%	31~40%	41~50%	50%超	無回答
全体	2,995	54.5	13.0	10.5	7.3	5.0	3.0	3.2	3.3
製造業	1,660	55.2	13.3	10.1	6.7	5.3	3.5	2.2	3.7
飲食料品	394	62.7	15.0	5.6	4.3	1.3	4.3	3.3	3.6
繊維・織物／アパレル	103	68.9	11.7	4.9	3.9	4.9	2.9	1.0	1.9
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	62	62.9	9.7	14.5	4.8	3.2	1.6	-	3.2
化学	92	34.8	9.8	10.9	20.7	15.2	4.3	1.1	3.3
医療品・化粧品	59	42.4	18.6	8.5	8.5	3.4	1.7	5.1	11.9
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	94	67.0	13.8	7.4	1.1	5.3	3.2	1.1	1.1
窯業・土石	28	60.7	14.3	10.7	3.6	10.7	-	-	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	168	57.7	12.5	13.1	8.3	3.6	3.6	0.6	0.6
一般機械	142	49.3	13.4	13.4	7.0	4.9	4.2	0.7	7.0
電気機械	96	40.6	11.5	14.6	13.5	8.3	3.1	5.2	3.1
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	53	39.6	7.5	11.3	7.5	15.1	5.7	5.7	7.5
自動車／自動車部品／その他輸送機器	107	37.4	13.1	18.7	13.1	8.4	0.9	3.7	4.7
精密機器	70	55.7	11.4	14.3	1.4	5.7	5.7	1.4	4.3
その他の製造業	192	60.4	15.1	7.8	3.1	5.2	3.1	1.6	3.6
非製造業	1,335	53.7	12.7	11.1	8.1	4.6	2.5	4.5	2.8
商社・卸売	641	60.1	13.1	7.0	7.3	4.1	2.5	3.1	2.8
小売	80	51.3	16.3	11.3	8.8	5.0	5.0	1.3	1.3
建設	90	45.6	13.3	18.9	8.9	7.8	1.1	1.1	3.3
運輸	75	46.7	9.3	18.7	5.3	1.3	4.0	14.7	-
金融・保険	77	7.8	15.6	37.7	18.2	10.4	1.3	3.9	5.2
通信・情報・ソフトウェア	83	44.6	15.7	8.4	8.4	9.6	2.4	7.2	3.6
専門サービス	70	71.4	7.1	8.6	1.4	2.9	-	4.3	4.3
その他の非製造業	219	55.7	11.0	9.6	9.1	2.7	2.7	6.8	2.3
大企業	640	15.3	15.0	30.0	16.6	10.5	5.6	3.0	4.1
大企業（中堅企業を除く）	157	3.2	10.2	36.9	21.0	12.7	8.3	3.8	3.8
中堅企業	483	19.3	16.6	27.7	15.1	9.7	4.8	2.7	4.1
中小企業	2,355	65.2	12.5	5.2	4.8	3.5	2.3	3.3	3.1
中小企業（小規模企業を除く）	960	54.3	13.9	7.8	7.2	5.3	3.2	4.2	4.2
小規模企業	1,395	72.7	11.5	3.4	3.2	2.3	1.7	2.7	2.4

2. 輸出の有無

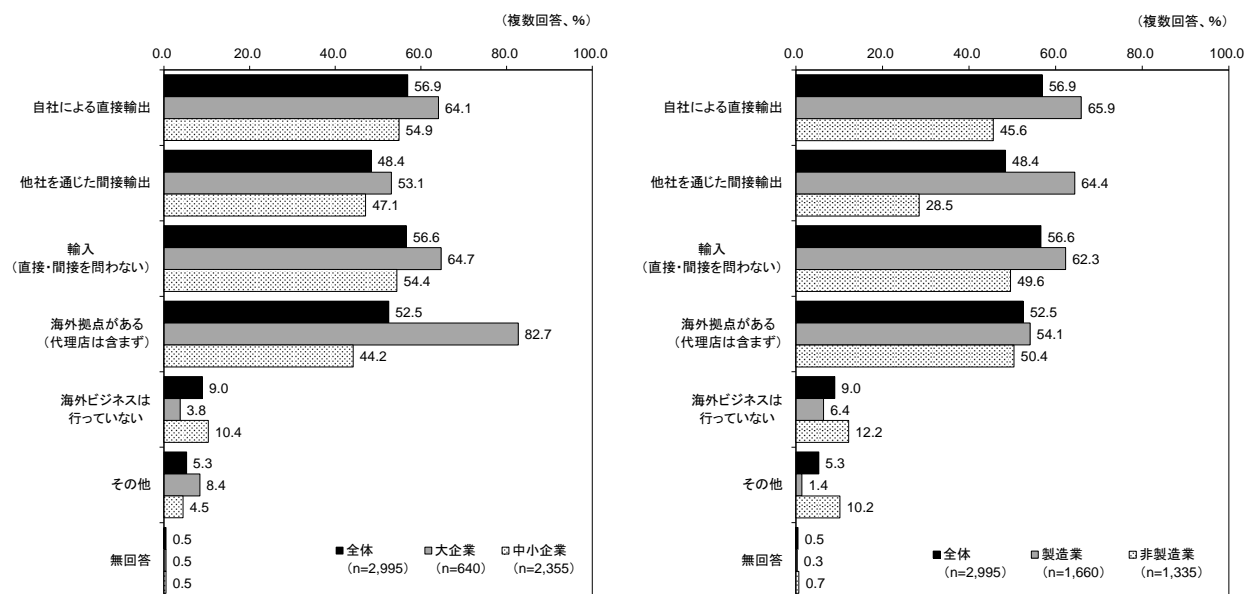
回答企業 2,995 社のうち、「日本から輸出を行っている」企業は 72.4% (2,168 社) であった。そのうち自社から「直接輸出」している企業は 56.9% (1,703 社)、「間接輸出」の企業は 48.4% (1,449 社) となっている。

輸出の有無を企業規模別に見ると、「輸出を行っている」企業の割合は「大企業」で 71.9% (460 社)、「中小企業」で 72.5% (1,708 社)、業種別に「輸出を行っている」企業の割合を見ると「製造業」で 84.9% (1,410 社)、「非製造業」で 56.8% (758 社) であった。

図表 I-4 現在行っている海外ビジネス（全体）



図表 I-5 現在行っている海外ビジネス（企業規模別、業種別）



図表 I-6 輸出の有無（全体、業種別、企業規模別）

(%)

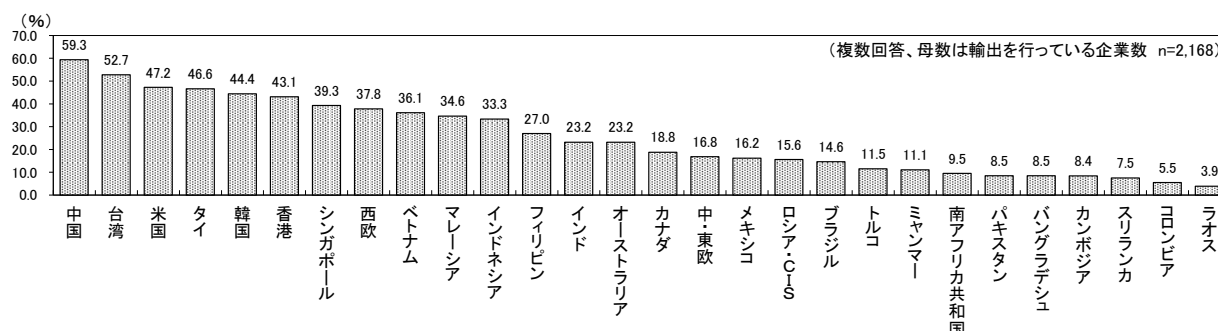
	現在輸出 を行っている	輸出のみ 行っている	現在 輸出は 行っていない	輸入の みを行っ ている	無回答
全体 (n=2,995)	72.4	23.9	27.1	8.1	0.5
製造業 (n=1,660)	84.9	29.0	14.8	6.4	0.3
飲食料品 (n=394)	80.7	49.7	18.8	5.1	0.5
繊維・織物／アパレル (n=103)	74.8	18.4	25.2	16.5	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=62)	82.3	27.4	17.7	11.3	0.0
化学 (n=92)	94.6	19.6	5.4	3.3	0.0
医療品・化粧品 (n=59)	94.9	30.5	5.1	1.7	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=94)	85.1	23.4	13.8	8.5	1.1
窯業・土石 (n=28)	82.1	28.6	17.9	7.1	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=168)	81.0	19.0	19.0	10.1	0.0
一般機械 (n=142)	88.0	28.2	12.0	4.2	0.0
電気機械 (n=96)	92.7	21.9	7.3	3.1	0.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=53)	90.6	15.1	9.4	1.9	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=107)	90.7	18.7	9.3	3.7	0.0
精密機器 (n=70)	91.4	21.4	7.1	2.9	1.4
その他の製造業 (n=192)	82.8	25.0	16.7	7.8	0.5
非製造業 (n=1,335)	56.8	17.5	42.5	10.3	0.7
商社・卸売 (n=641)	82.5	18.4	17.5	12.0	0.0
小売 (n=80)	50.0	23.8	48.8	16.3	1.3
建設 (n=90)	33.3	18.9	65.6	13.3	1.1
運輸 (n=75)	30.7	10.7	66.7	2.7	2.7
金融・保険 (n=77)	1.3	0.0	97.4	0.0	1.3
通信・情報・ソフトウェア (n=83)	42.2	21.7	57.8	7.2	0.0
専門サービス (n=70)	27.1	14.3	71.4	8.6	1.4
その他の非製造業 (n=219)	37.0	20.1	61.2	10.0	1.8
大企業 (n=640)	71.9	10.0	27.7	2.8	0.5
大企業 (中堅企業を除く) (n=157)	71.3	8.9	28.7	4.5	0.0
中堅企業 (n=483)	72.0	10.4	27.3	2.3	0.6
中小企業 (n=2,355)	72.5	27.7	27.0	9.6	0.5
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=960)	72.3	17.8	27.5	9.9	0.2
小規模企業者 (n=1,395)	72.7	34.5	26.6	9.4	0.7

〔注〕①他社を通じた間接輸出を含む。

②「現在輸出は行っていない」企業は、母数から、輸出を行っている企業と無回答の企業とを除いた数。

輸出を行っている企業 2,168 社の輸出先の所在地は、「中国」が 59.3% (1,285 社) で最も多く、以下「台湾」が 52.7% (1,143 社)、「米国」が 47.2% (1,023 社) と続く。

図表 I-7 輸出先の所在（全体）



図表 I-8 地域別輸出先の所在（全体、企業規模別）

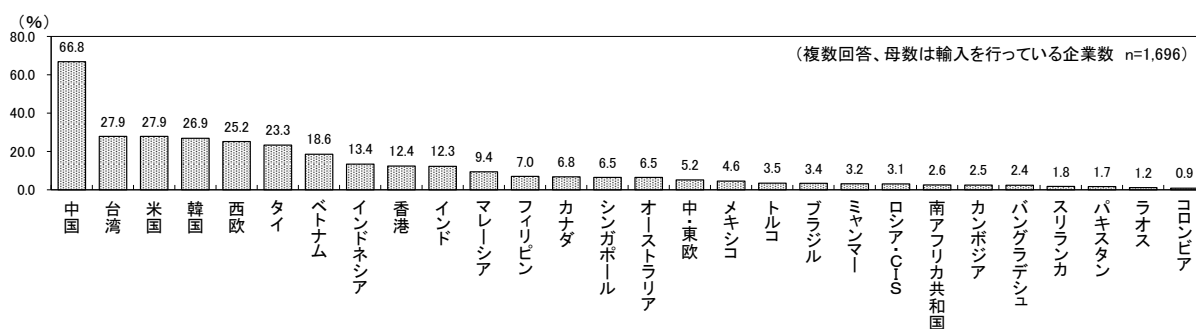
(%)

	全体 (n=2,168)	大企業 (n=460)	大企業 (中堅企業を 除く) (n=112)	中堅企業 (n=348)	中小企業 (n=1,708)	中小企業 (小規模企業 者を除く) (n=694)	小規模 企業者 (n=1,014)
先進国	80.3	88.0	90.2	87.4	78.2	81.6	75.9
新興国	81.6	91.3	94.6	90.2	79.0	87.0	73.5
アジア大洋州	90.9	93.9	94.6	93.7	90.0	94.2	87.2
中国	59.3	81.5	89.3	79.0	53.3	62.7	46.8
香港	43.1	55.7	60.7	54.0	39.7	45.1	36.0
台湾	52.7	69.3	76.8	67.0	48.2	56.5	42.6
ASEAN	70.9	84.8	91.1	82.8	67.2	76.2	61.0
北米・中南米	50.4	72.4	78.6	70.4	44.4	51.9	39.3
米国	47.2	69.6	77.7	67.0	41.2	48.7	36.0
欧州・ロシア	42.9	60.2	73.2	56.0	38.3	44.4	34.1
西欧	37.8	55.7	69.6	51.1	33.0	38.2	29.4
中東・アフリカ	17.3	32.0	50.0	26.1	13.3	21.2	8.0
その他	0.8	1.7	6.3	0.3	0.5	0.4	0.6

〔注〕母数は、現在輸出を行っている企業。

輸入を行っている企業（直接・間接を問わない）1,696社の輸入先の所在地は、「中国」が66.8%（1,133社）で最も多く、以下「台湾」と「米国」が27.9%（474社）、「韓国」が26.9%（456社）と続く。

図表 I-9 輸入先の所在（全体）



3. 海外拠点の有無

回答企業 2,995 社のうち、海外に拠点がある企業は 52.5% (1,571 社) である。

規模別に見ると、海外に拠点を持つ企業は「大企業」では 82.7% (529 社)、「中小企業」では 44.2% (1,042 社) である。業種別では、海外に拠点を持つ企業は「製造業」で 54.1% (898 社)、「非製造業」で 50.4% (673 社) である。

特に「自動車／自動車部品／その他輸送機器」は、海外に拠点を有している比率が 82.2% (88 社) と高い。以降、「精密機器」が 77.1% (54 社)、「化学」が 72.8% (67 社) と続く。

図表 I-10 海外拠点の有無 (全体、業種別、企業規模別)

	海外拠点あり	海外拠点なし	無回答
全体 (n=2,995)	52.5	47.0	0.5
製造業 (n=1,660)	54.1	45.6	0.3
飲食料品 (n=394)	27.2	72.3	0.5
繊維・織物／アパレル (n=103)	52.4	47.6	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=62)	40.3	59.7	0.0
化学 (n=92)	72.8	27.2	0.0
医療品・化粧品 (n=59)	42.4	57.6	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=94)	63.8	35.1	1.1
窯業・土石 (n=28)	53.6	46.4	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=168)	61.3	38.7	0.0
一般機械 (n=142)	64.1	35.9	0.0
電気機械 (n=96)	69.8	30.2	0.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=53)	66.0	34.0	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=107)	82.2	17.8	0.0
精密機器 (n=70)	77.1	21.4	1.4
その他の製造業 (n=192)	55.7	43.8	0.5
非製造業 (n=1,335)	50.4	48.8	0.7
商社・卸売 (n=641)	49.9	50.1	0.0
小売 (n=80)	50.0	48.8	1.3
建設 (n=90)	55.6	43.3	1.1
運輸 (n=75)	62.7	34.7	2.7
金融・保険 (n=77)	49.4	49.4	1.3
通信・情報・ソフトウェア (n=83)	55.4	44.6	0.0
専門サービス (n=70)	44.3	54.3	1.4
その他の非製造業 (n=219)	46.1	52.1	1.8
大企業 (n=640)	82.7	16.9	0.5
大企業 (中堅企業を除く) (n=157)	94.9	5.1	0.0
中堅企業 (n=483)	78.7	20.7	0.6
中小企業 (n=2,355)	44.2	55.2	0.5
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=960)	56.0	43.8	0.2
小規模企業者 (n=1,395)	36.1	63.2	0.7

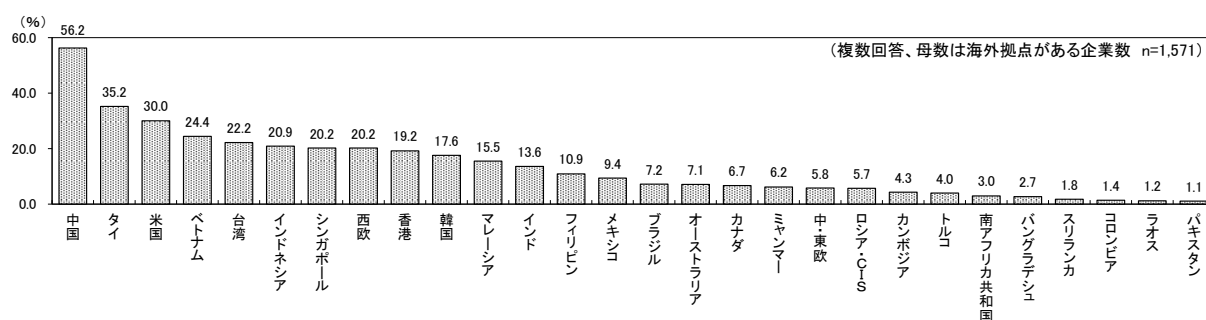
[注] 代理店は海外拠点に含まない。

4. 海外拠点の設置状況（所在と機能）

海外に拠点を持つ企業 1,571 社の拠点所在地は、中国が 56.2%（883 社）で最も多く、以下タイ 35.2%（553 社）、米国 30.0%（471 社）と続く。（同一国に複数の販売拠点があっても拠点数は 1 つとカウント。）

また、拠点を機能別に見ると「販売拠点」が 62.1%（975 社）と最も多く、次いで「生産拠点」が 49.1%（771 社）である。

図表 I-11 海外拠点の所在（全体）

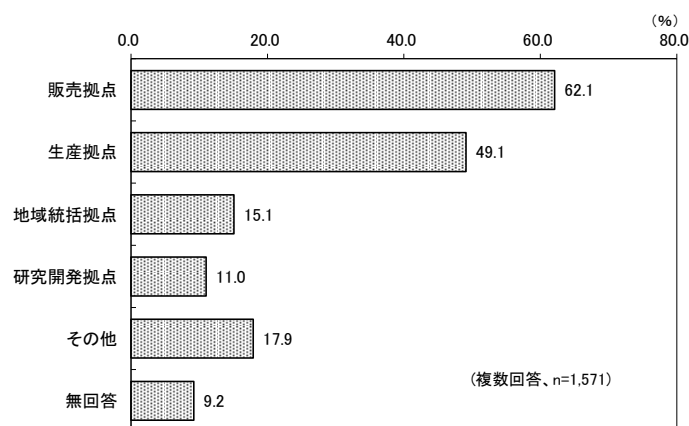


図表 I-12 地域別海外拠点の所在（全体、企業規模別）

地域	割合 (%)						
	全体 (n=1,571)	大企業 (n=529)	大企業 (中堅企業を 除く) (n=149)	中堅企業 (n=380)	中小企業 (n=1,042)	中小企業 (小規模企業 者を除く) (n=538)	小規模 企業者 (n=504)
先進国	52.3	73.9	91.9	66.8	41.3	46.8	35.3
新興国	80.4	93.4	96.0	92.4	73.8	75.7	71.8
アジア大洋州	85.7	94.9	97.3	93.9	81.0	81.6	80.4
中国	56.2	76.6	85.9	72.9	45.9	48.9	42.7
香港	19.2	33.6	51.7	26.6	11.8	14.1	9.3
台湾	22.2	38.2	59.7	29.7	14.1	14.7	13.5
ASEAN	59.6	79.8	93.3	74.5	49.3	51.9	46.6
北米・中南米	32.1	56.0	78.5	47.1	20.1	24.7	15.1
米国	30.0	53.5	76.5	44.5	18.0	22.1	13.7
欧州・ロシア	22.3	41.2	64.4	32.1	12.7	14.1	11.1
西欧	20.2	38.4	63.1	28.7	11.0	12.6	9.3
中東・アフリカ	6.2	12.7	32.2	5.0	3.0	3.2	2.8
その他	0.4	0.8	1.3	0.5	0.3	0.2	0.4

〔注〕母数は、現在海外拠点がある企業。

図表 I-13 海外拠点の機能（全体）



〔注〕母数は、現在海外拠点がある企業。

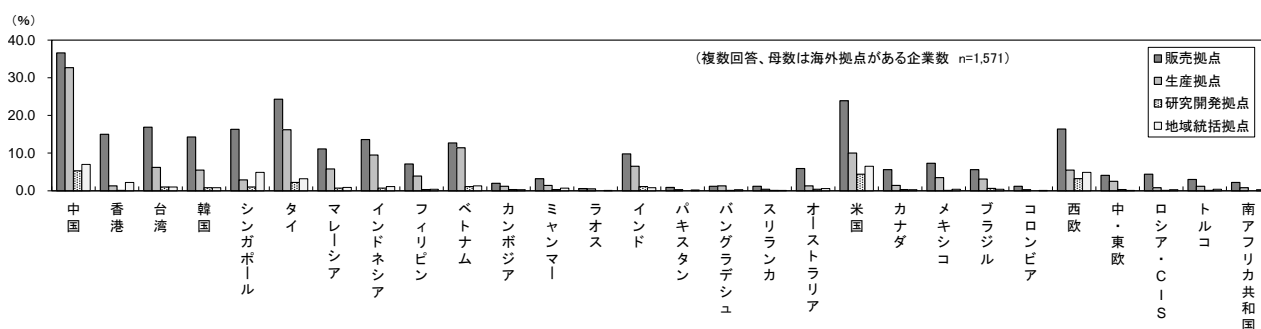
図表 I-14 海外拠点の機能（全体、業種別、企業規模別）

	販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	地域統括拠点	その他	無回答
全体 (n=1,571)	62.1	49.1	11.0	15.1	17.9	9.2
製造業 (n=898)	68.5	68.0	14.3	14.6	10.7	7.1
飲食料品 (n=107)	69.2	39.3	9.3	5.6	8.4	20.6
繊維・織物／アパレル (n=54)	44.4	77.8	5.6	13.0	9.3	9.3
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=25)	72.0	76.0	-	8.0	4.0	12.0
化学 (n=67)	85.1	73.1	25.4	23.9	10.4	6.0
医薬品・化粧品 (n=25)	84.0	48.0	28.0	16.0	20.0	4.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=60)	65.0	73.3	13.3	10.0	5.0	6.7
窯業・土石 (n=15)	66.7	73.3	-	13.3	6.7	6.7
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=103)	66.0	73.8	7.8	8.7	4.9	7.8
一般機械 (n=91)	68.1	69.2	8.8	9.9	11.0	3.3
電気機械 (n=67)	70.1	71.6	25.4	31.3	10.4	9.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=35)	74.3	82.9	17.1	20.0	14.3	-
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=88)	64.8	90.9	26.1	22.7	13.6	1.1
精密機器 (n=54)	75.9	55.6	9.3	14.8	13.0	3.7
その他の製造業 (n=107)	66.4	61.7	15.0	13.1	17.8	3.7
非製造業 (n=673)	53.5	23.8	6.7	15.8	27.5	12.0
商社・卸売 (n=320)	64.4	30.0	3.8	11.6	12.5	15.6
小売 (n=40)	65.0	22.5	10.0	25.0	22.5	15.0
建設 (n=50)	50.0	34.0	10.0	38.0	36.0	4.0
運輸 (n=47)	23.4	6.4	6.4	14.9	70.2	8.5
金融・保険 (n=38)	5.3	-	7.9	13.2	78.9	10.5
通信・情報・ソフトウェア (n=46)	43.5	21.7	15.2	8.7	26.1	15.2
専門サービス (n=31)	35.5	19.4	12.9	22.6	35.5	9.7
その他の非製造業 (n=101)	58.4	18.8	6.9	16.8	31.7	5.0
大企業 (n=529)	73.7	55.6	19.8	27.8	28.2	3.2
大企業 (中堅企業を除く) (n=149)	79.2	63.1	38.3	53.0	34.2	2.7
中堅企業 (n=380)	71.6	52.6	12.6	17.9	25.8	3.4
中小企業 (n=1,042)	56.1	45.8	6.5	8.6	12.7	12.3
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=538)	61.0	46.3	6.7	11.3	14.3	10.6
小規模企業者 (n=504)	51.0	45.2	6.3	5.8	10.9	14.1

〔注〕 代理店は海外拠点に含まない。

国・地域別では、中国には 575 社（海外に拠点を所有している企業 1,571 社の 36.6%）が「販売拠点」を所有し、うち 514 社（同 32.7%）が「生産拠点」である。米国には 376 社（同 23.9%）が「販売拠点」、157 社（同 10.0%）が「生産拠点」を有している。海外に「販売拠点」がある企業の拠点所在国は、中国、タイ、米国の順に高く、「生産拠点」の拠点所在国は、中国、タイ、ベトナムの順となっている。「研究開発拠点」の拠点所在国は中国が 84 社（同 5.3%）と最も多い。

図表 I-15 海外拠点の所在と機能（国・地域別）



図表 I-16 海外拠点の所在と機能（全体）

（複数回答、％）

	全体					
	販売拠点	生産拠点	研究開発拠点	地域統括拠点	その他	
全体	100.0	62.1	49.1	11.0	15.1	17.9
中国	56.2	36.6	32.7	5.3	7.0	6.9
香港	19.2	15.0	1.3	0.1	2.2	3.5
台湾	22.2	16.9	6.2	1.0	1.0	3.0
韓国	17.6	14.3	5.5	0.8	0.8	2.0
シンガポール	20.2	16.3	2.9	1.0	4.9	3.4
タイ	35.2	24.3	16.2	2.2	3.2	5.6
マレーシア	15.5	11.1	5.8	0.7	0.9	2.4
インドネシア	20.9	13.6	9.5	0.7	1.1	3.9
フィリピン	10.9	7.1	3.9	0.3	0.4	1.8
ベトナム	24.4	12.7	11.4	1.1	1.3	4.5
カンボジア	4.3	2.0	1.2	0.3	0.3	1.2
ミャンマー	6.2	3.2	1.4	0.3	0.7	1.7
ラオス	1.2	0.6	0.5	0.0	0.1	0.3
インド	13.6	9.8	6.5	1.1	0.8	2.1
パキスタン	1.1	0.9	0.3	0.0	0.2	0.1
バングラデシュ	2.7	1.2	1.3	0.1	0.3	0.5
スリランカ	1.8	1.2	0.4	0.1	0.1	0.3
オーストラリア	7.1	5.9	1.3	0.4	0.6	0.8
米国	30.0	23.9	10.0	4.4	6.5	3.9
カナダ	6.7	5.6	1.4	0.3	0.3	0.6
メキシコ	9.4	7.3	3.5	0.1	0.4	1.3
ブラジル	7.2	5.6	3.1	0.6	0.4	0.8
コロンビア	1.4	1.2	0.3	0.0	0.1	0.1
西欧	20.2	16.4	5.5	3.2	4.9	2.8
中・東欧	5.8	4.1	2.5	0.3	0.1	0.6
ロシア・CIS	5.7	4.4	0.8	0.1	0.3	1.0
トルコ	4.0	3.0	1.2	0.1	0.4	0.5
南アフリカ共和国	3.0	2.2	0.8	0.0	0.3	0.4

〔注〕母数は、現在海外拠点がある企業。

図表 I-17 海外拠点の所在（国別ランキング）

（社）

販売		生産		研究開発		地域統括		その他			
1	中国	575	1	中国	514	1	中国	110	1	中国	109
2	タイ	381	2	タイ	255	2	米国	102	2	タイ	88
3	米国	376	3	ベトナム	179	3	西欧	77	3	ベトナム	70
4	台湾	265	4	米国	157	4	タイ	77	4	米国	61
5	西欧	257	5	インドネシア	150	5	ベトナム	51	4	インドネシア	61
6	シンガポール	256	6	インド	102	5	香港	34	6	香港	55
7	香港	236	7	台湾	97	7	ベトナム	20	7	シンガポール	53
8	韓国	224	8	マレーシア	91	7	インドネシア	17	8	台湾	47
9	インドネシア	213	9	西欧	87	9	韓国	15	9	西欧	44
10	ベトナム	200	10	韓国	86	10	インドネシア	14	10	マレーシア	38
						10	マレーシア	11			

5. 売上高、営業利益の海外比率

全回答企業のうち、海外売上高比率が「1～20%」と回答した企業の割合が最も高く、36.7%を占めた。海外売上高比率が61%以上を占める企業の比率は、電気機械（12.5%）、情報通信機器/電子部品・デバイス（17.0%）、自動車/自動車部品/その他輸送機器（15.0%）、精密機器（12.9%）、商社・卸売（16.8%）で10%を超えた。

営業利益の海外比率は、全回答企業の27.8%が「1～20%」であると回答した。情報通信機器/電子部品・デバイスでは、「21～60%」との回答が22.6%と高かったほか、自動車/自動車部品/その他輸送機器、精密機器、商社・卸売では、「61～100%」との回答も1割を上回った。

図表 I-18 売上高の海外比率（全体、業種別、企業規模別）

	海外売上高比率				
	1%未満	1～20%	21～60%	61～100%	無回答
全体 (n=2,995)	21.1	36.7	14.7	7.6	19.8
製造業 (n=1,660)	18.0	41.0	18.8	5.8	16.4
飲食料品 (n=394)	28.7	45.7	4.8	1.0	19.8
繊維・織物/アパレル (n=103)	27.2	37.9	14.6	3.9	16.5
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ (n=62)	21.0	48.4	12.9	4.8	12.9
化学 (n=92)	9.8	34.8	39.1	2.2	14.1
医薬品・化粧品 (n=59)	10.2	45.8	15.3	1.7	27.1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品 (n=94)	14.9	40.4	19.1	6.4	19.1
窯業・土石 (n=28)	14.3	60.7	14.3	3.6	7.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品 (n=168)	20.8	41.1	16.7	4.8	16.7
一般機械 (n=142)	7.7	48.6	25.4	9.2	9.2
電気機械 (n=96)	9.4	36.5	27.1	12.5	14.6
情報通信機械器具/電子部品・デバイス (n=53)	11.3	30.2	30.2	17.0	11.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器 (n=107)	8.4	25.2	37.4	15.0	14.0
精密機器 (n=70)	10.0	28.6	31.4	12.9	17.1
その他の製造業 (n=192)	17.7	42.2	18.2	4.7	17.2
非製造業 (n=1,335)	25.0	31.5	9.7	9.8	24.0
商社・卸売 (n=641)	16.8	36.2	14.2	16.8	15.9
小売 (n=80)	27.5	41.3	6.3	3.8	21.3
建設 (n=90)	30.0	26.7	10.0	3.3	30.0
運輸 (n=75)	33.3	18.7	13.3	6.7	28.0
金融・保険 (n=77)	49.4	3.9	0.0	0.0	46.8
通信・情報・ソフトウェア (n=83)	31.3	28.9	2.4	1.2	36.1
専門サービス (n=70)	34.3	31.4	8.6	7.1	18.6
その他の非製造業 (n=219)	29.2	31.1	2.7	2.7	34.2
大企業 (n=640)	13.9	33.3	24.4	8.4	20.0
大企業 (中堅企業を除く) (n=157)	9.6	20.4	31.2	14.6	24.2
中堅企業 (n=483)	15.3	37.5	22.2	6.4	18.6
中小企業 (n=2,355)	23.1	37.7	12.1	7.4	19.8
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=960)	19.2	37.4	15.2	8.3	19.9
小規模企業者 (n=1,395)	25.7	37.8	10.0	6.7	19.7

[注] 網掛けは、各業種で無回答を除き回答比率が最大の項目。枠線は、海外売上高比率が6割以上の企業が、業種総数の10%以上を占める業種。

図表 I-19 営業利益の海外比率（全体、業種別、企業規模別）

(%)

	海外営業利益比率				
	1%未満	1~20%	21~60%	61~100%	無回答
全体 (n=2,995)	22.3	27.8	9.5	6.9	33.6
製造業 (n=1,660)	18.6	31.3	11.2	4.8	34.1
飲食料品 (n=394)	26.1	34.0	3.6	1.5	34.8
繊維・織物／アパレル (n=103)	26.2	34.0	7.8	3.9	28.2
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ (n=62)	27.4	32.3	8.1	6.5	25.8
化学 (n=92)	9.8	30.4	21.7	3.3	34.8
医療品・化粧品 (n=59)	10.2	33.9	6.8	5.1	44.1
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品 (n=94)	19.1	27.7	13.8	9.6	29.8
窯業・土石 (n=28)	10.7	46.4	10.7	0.0	32.1
鉄鋼／非鉄金属／金属製品 (n=168)	22.0	30.4	9.5	2.4	35.7
一般機械 (n=142)	10.6	33.8	14.8	6.3	34.5
電気機械 (n=96)	11.5	31.3	10.4	5.2	41.7
情報通信機械器具／電子部品・デバイス (n=53)	13.2	18.9	22.6	9.4	35.8
自動車／自動車部品／その他輸送機器 (n=107)	13.1	20.6	19.6	14.0	32.7
精密機器 (n=70)	8.6	22.9	18.6	10.0	40.0
その他の製造業 (n=192)	18.8	34.4	13.5	3.1	30.2
非製造業 (n=1,335)	26.8	23.4	7.3	9.5	32.9
商社・卸売 (n=641)	17.2	29.2	10.9	16.7	26.1
小売 (n=80)	30.0	26.3	7.5	2.5	33.8
建設 (n=90)	35.6	20.0	6.7	3.3	34.4
運輸 (n=75)	37.3	12.0	12.0	6.7	32.0
金融・保険 (n=77)	48.1	3.9	0.0	0.0	48.1
通信・情報・ソフトウェア (n=83)	31.3	22.9	0.0	1.2	44.6
専門サービス (n=70)	40.0	21.4	4.3	7.1	27.1
その他の非製造業 (n=219)	33.3	18.7	1.8	1.8	44.3
大企業 (n=640)	16.3	23.1	12.7	5.9	42.0
大企業 (中堅企業を除く) (n=157)	13.4	11.5	10.8	6.4	58.0
中堅企業 (n=483)	17.2	26.9	13.3	5.8	36.9
中小企業 (n=2,355)	23.9	29.0	8.6	7.2	31.3
中小企業 (小規模企業者を除く) (n=960)	20.5	27.7	10.4	8.8	32.6
小規模企業者 (n=1,395)	26.2	30.0	7.4	6.1	30.3

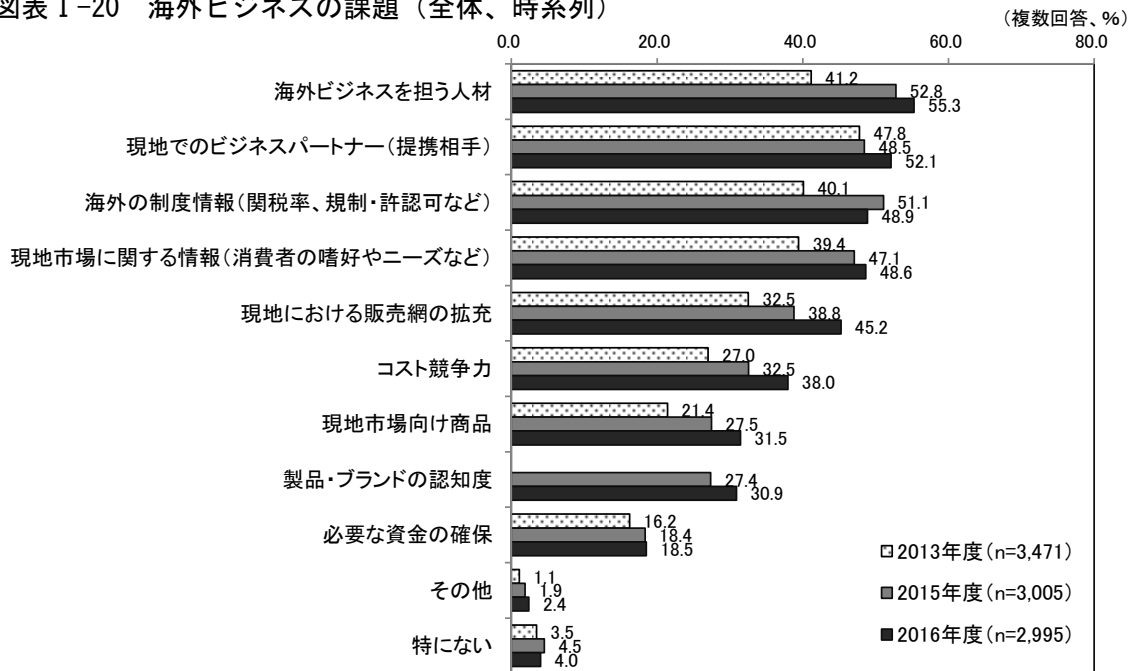
[注] 網掛けは、各業種で無回答を除き回答比率が最大の項目。枠線は、海外営業利益比率が6割以上の企業が、業種総数の10%以上を占める業種。

6. 海外ビジネスの課題

海外ビジネスの課題を尋ねたところ、「海外ビジネスを担う人材」(55.3%)と回答した企業の割合が最も多く、「現地でのビジネスパートナー」(52.1%)、「海外の制度情報」(48.9%)が続く。過去の調査と比較すると、人材や現地でのビジネスパートナーを課題に挙げる割合がそれぞれ上昇した。中小企業では、「現地でのビジネスパートナー」を課題に挙げる割合が53.2%と最も高かった。

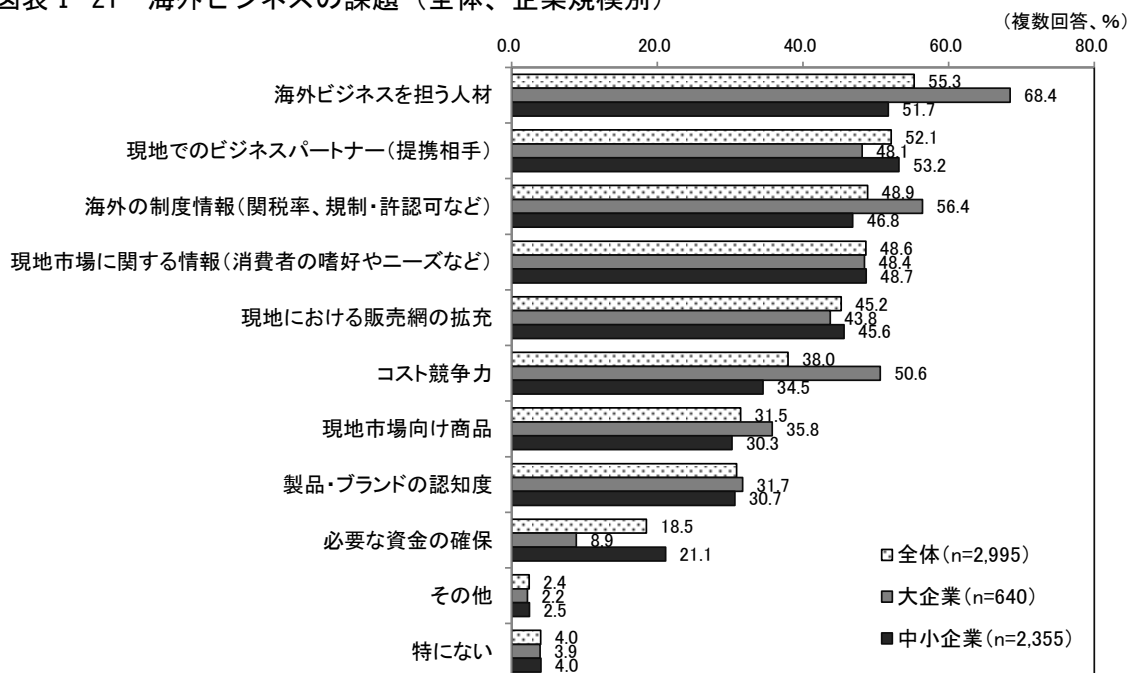
自動車/自動車部品/その他輸送機器では「海外ビジネスを担う人材」(72.9%)を課題に挙げる割合が7割を越えており、他の業種に比べて特に高い。

図表 I-20 海外ビジネスの課題（全体、時系列）



[注] ①母数は本調査の回答企業総数。②2013年度調査では、「製品・ブランドの認知度」の選択肢がない。

図表 I-21 海外ビジネスの課題（全体、企業規模別）



[注] 母数は本調査の回答企業総数。

図表 I-22 海外ビジネスの課題（全体、業種別）

（複数回答、%）

	社数	現地市場に関する情報（消費者の嗜好やニーズなど）	現地市場向け商品	海外の制度情報（関税率、規制・許認可など）	必要な資金の確保	現地でのビジネスパートナー（提携相手）	現地における販売網の拡充	海外ビジネスを担う人材	コスト競争力	製品・ブランドの認知度	特になし	その他	無回答
全体	2,995	48.6	31.5	48.9	18.5	52.1	45.2	55.3	38.0	30.9	4.0	2.4	3.6
製造業	1,660	53.1	35.8	50.8	17.8	53.4	51.9	57.8	44.0	38.4	2.9	2.3	2.2
飲食料品	394	59.4	37.6	53.8	19.0	61.4	49.5	50.5	31.0	45.7	2.8	3.8	3.3
繊維・織物／アパレル	103	55.3	23.3	44.7	22.3	48.5	40.8	55.3	29.1	33.0	3.9	1.9	2.9
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	62	67.7	37.1	54.8	17.7	56.5	59.7	54.8	33.9	40.3	3.2	3.2	1.6
化学	92	59.8	43.5	59.8	14.1	48.9	52.2	69.6	54.3	33.7	3.3	1.1	1.1
医療品・化粧品	59	69.5	55.9	76.3	18.6	69.5	66.1	67.8	52.5	57.6	-	-	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	94	44.7	29.8	45.7	21.3	43.6	54.3	59.6	46.8	37.2	1.1	1.1	3.2
窯業・土石	28	46.4	39.3	39.3	21.4	60.7	50.0	53.6	46.4	14.3	7.1	-	3.6
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	168	42.3	26.8	41.1	13.7	42.9	50.0	54.8	42.9	28.6	6.0	2.4	3.6
一般機械	142	39.4	37.3	41.5	16.9	53.5	55.6	64.1	64.8	40.1	0.7	2.1	2.1
電気機械	96	58.3	38.5	56.3	15.6	58.3	62.5	58.3	56.3	39.6	3.1	-	1.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	53	50.9	37.7	73.6	17.0	49.1	49.1	62.3	60.4	35.8	3.8	3.8	1.9
自動車／自動車部品／その他輸送機器	107	38.3	25.2	52.3	18.7	38.3	36.4	72.9	53.3	23.4	1.9	0.9	-
精密機器	70	57.1	42.9	42.9	14.3	58.6	55.7	58.6	51.4	42.9	1.4	2.9	1.4
その他の製造業	192	55.7	39.6	46.9	18.2	54.2	56.8	54.2	40.1	40.1	3.1	2.6	1.0
非製造業	1,335	43.1	26.0	46.5	19.5	50.5	36.9	52.1	30.4	21.6	5.4	2.5	5.4
商社・卸売	641	46.0	32.3	46.3	18.7	53.0	45.9	47.0	36.0	22.6	3.1	2.8	3.7
小売	80	60.0	31.3	56.3	26.3	56.3	41.3	58.8	27.5	36.3	3.8	2.5	2.5
建設	90	35.6	20.0	51.1	18.9	53.3	32.2	65.6	48.9	14.4	5.6	-	6.7
運輸	75	28.0	10.7	36.0	12.0	37.3	20.0	58.7	37.3	12.0	10.7	2.7	9.3
金融・保険	77	33.8	6.5	35.1	7.8	24.7	9.1	40.3	2.6	7.8	14.3	6.5	19.5
通信・情報・ソフトウェア	83	45.8	31.3	48.2	26.5	59.0	34.9	63.9	24.1	33.7	6.0	1.2	2.4
専門サービス	70	31.4	10.0	47.1	14.3	35.7	22.9	51.4	10.0	10.0	8.6	2.9	4.3
その他の非製造業	219	42.5	23.3	48.4	25.1	54.8	32.0	57.1	23.7	23.3	6.4	1.8	5.9

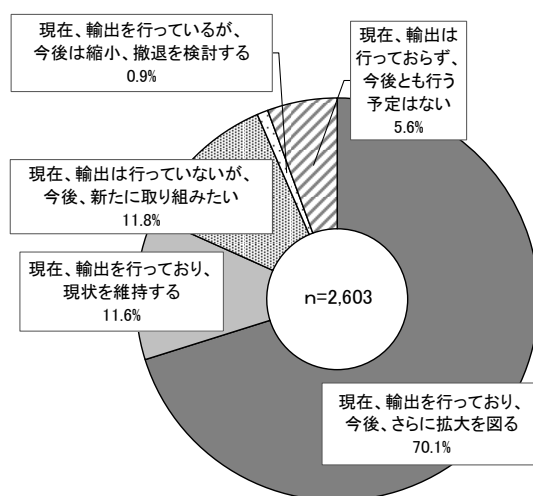
〔注〕 網掛けは、各業種で回答比率が最大の項目。

Ⅱ. 貿易への取り組み

1. 今後の輸出事業方針

今後（3年程度）の輸出方針については、「輸出の拡大をさらに図る」企業が70.1%と前年（74.2%）からやや減少したものの高水準を継続、「新たに取り組みたい」企業（11.8%）とあわせると81.9%の企業が輸出拡大に意欲を示した。企業規模別では、大企業で74.6%の企業が輸出の拡大を図ると回答、中小企業は69.1%となった。業種別では、医療品・化粧品の86.4%、窯業・土石（84.0%）、電気機械（81.9%）などで輸出拡大意欲が高い。

図表Ⅱ-1 今後（2016年度も含め3カ年程度）の輸出に関する方針（全体）



〔注〕母数は「輸出を行う業種ではない」「無回答」と回答した企業を除いた企業数。

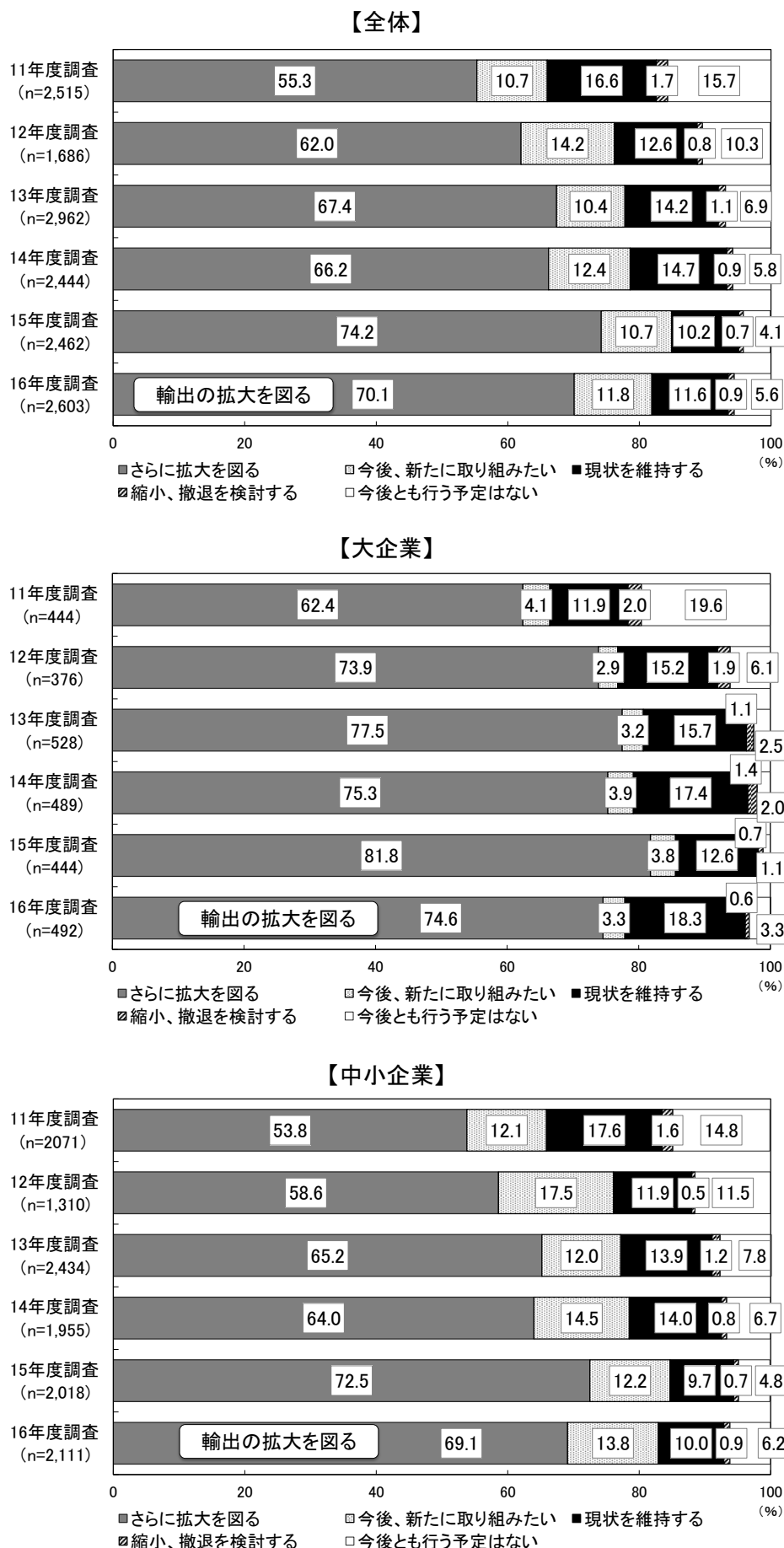
図表Ⅱ-2 今後（2016年度も含め3カ年程度）の輸出に関する方針（全体、業種別）

	社数	現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る	現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい	現在、輸出を行っており、現状を維持する	現在、輸出を行っているが、今後は縮小、撤退を検討する	現在、輸出は行っておらず、今後とも行う予定はない
全体	2,603	70.1	11.8	11.6	0.9	5.6
製造業	1,607	73.2	8.7	13.2	0.8	4.0
飲料品	385	76.1	13.8	6.0	0.5	3.6
繊維・織物／アパレル	94	63.8	16.0	10.6	2.1	7.4
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	60	76.7	10.0	6.7	1.7	5.0
化学	89	78.7	3.4	18.0	0.0	0.0
医療品・化粧品	59	86.4	1.7	8.5	0.0	3.4
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	90	60.0	6.7	26.7	1.1	5.6
窯業・土石	25	84.0	4.0	8.0	0.0	4.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	162	63.6	9.9	19.1	1.2	6.2
一般機械	139	77.0	5.0	12.2	2.2	3.6
電気機械	94	81.9	5.3	11.7	0.0	1.1
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	51	76.5	2.0	13.7	0.0	7.8
自動車／自動車部品／その他輸送機器	105	58.1	3.8	34.3	1.9	1.9
精密機器	69	78.3	5.8	14.5	0.0	1.4
その他の製造業	185	76.2	9.7	8.6	0.0	5.4
非製造業	996	65.2	16.8	8.9	1.0	8.1
商社・卸売	619	76.1	9.2	7.4	1.0	6.3
小売	70	45.7	31.4	8.6	4.3	10.0
建設	55	40.0	18.2	16.4	1.8	23.6
運輸	26	73.1	11.5	11.5	0.0	3.8
通信・情報・ソフトウェア	61	41.0	34.4	13.1	0.0	11.5
専門サービス	31	54.8	25.8	9.7	0.0	9.7
その他の非製造業	130	47.7	35.4	10.8	0.0	6.2

〔注〕①網掛けは回答率が80%以上の項目。回答社数が10社以上の業種のみ。

②母数は「輸出を行う業種ではない」「無回答」と回答した企業を除いた企業数。

図表Ⅱ-3 今後(2016年度も含め3カ年程度)の輸出に関する方針(時系列)

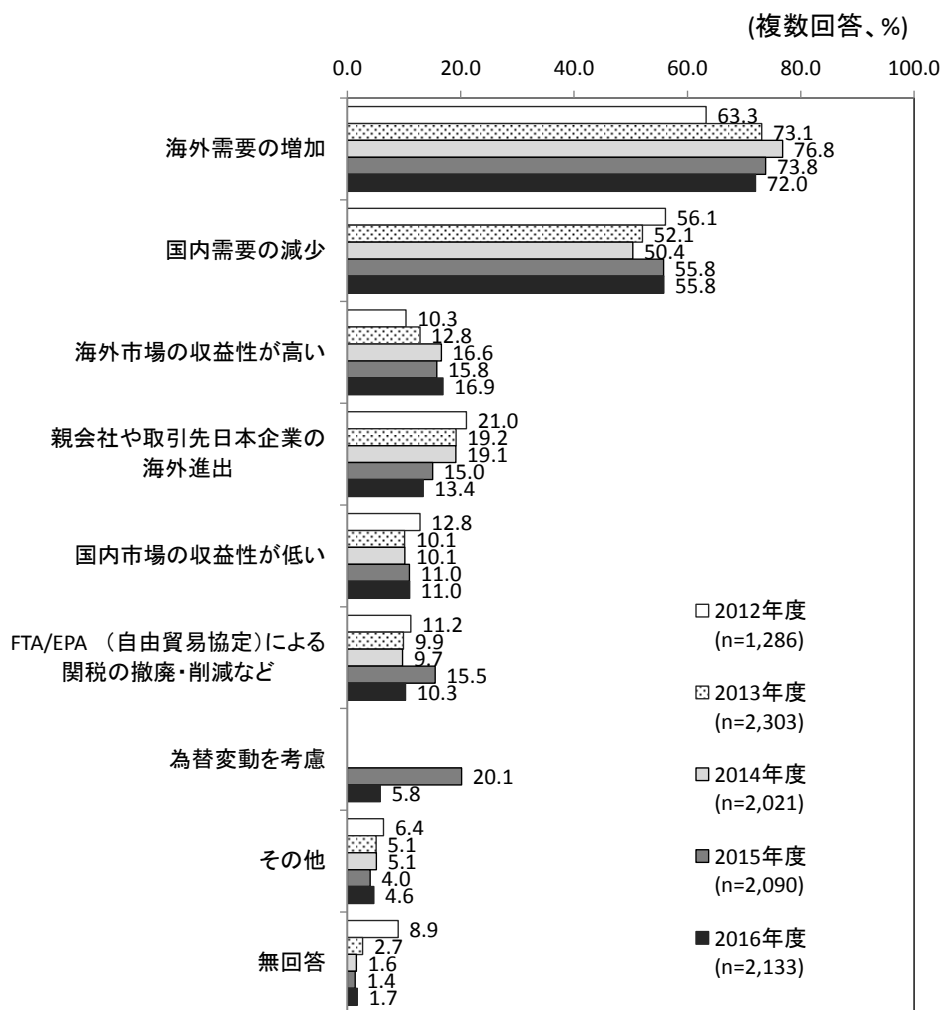


[注] 母数は「輸出を行う業種ではない」「無回答」と回答した企業を除いた企業数。

2. 輸出ビジネスを拡大する理由

「現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る」または「現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい」と回答した企業に輸出ビジネスを拡大する理由を尋ねたところ、「海外需要の増加」(72.0%)が引き続き最大の理由であるが、回答率は2年連続で低下した。続いて「国内需要の減少」(55.8%)、「海外市場の収益性が高い」(16.9%)となった。大企業では、海外市場の収益性よりも「親会社や取引先日本企業の海外進出」の比率が高かった。

図表Ⅱ-4 輸出ビジネスを拡大する理由（全体、時系列）



[注] ①母数は今後の輸出方針で「さらに輸出の拡大を図る」「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業数。

②「為替変動を考慮」は2015年度に新設（2015年度の選択肢は「円安による価格競争力の向上」）。

図表Ⅱ-5 輸出ビジネスを拡大する理由（全体、企業規模別、業種別）

(複数回答、%)

	全体 (n=2,133)	企業規模別		業種別	
		大企業 (n=383)	中小企業 (n=1,750)	製造業 (n=1,317)	非製造業 (n=816)
海外需要の増加	72.0	82.0	69.8	73.5	69.6
国内需要の減少	55.8	64.0	54.1	59.4	50.1
海外市場の収益性が高い	16.9	12.3	17.9	14.2	21.2
親会社や取引先日本企業の海外進出	13.4	28.7	10.0	11.8	15.8
国内市場の収益性が低い	11.0	8.9	11.4	9.0	14.1
FTA/EPA(自由貿易協定)による関税の撤廃・削減など	10.3	11.5	10.0	10.6	9.8
為替変動を考慮	5.8	6.5	5.7	4.2	8.5
その他	4.6	3.1	5.0	4.0	5.6
無回答	1.7	0.8	1.9	1.7	1.8

〔注〕母数は今後の輸出方針で「さらに輸出の拡大を図る」「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業数。

図表Ⅱ-6 輸出ビジネスを拡大する理由（全体、業種別）

(複数回答、%)

	社数	海外需要の増加	海外市場の収益性が高い	国内需要の減少	国内市場の収益性が低い	親会社や取引先日本企業の海外進出	FTA/EPA(自由貿易協定)による関税の撤廃・削減など	為替変動を考慮	その他	無回答
全体	2,133	72.0	16.9	55.8	11.0	13.4	10.3	5.8	4.6	1.7
製造業	1,317	73.5	14.2	59.4	9.0	11.8	10.6	4.2	4.0	1.7
飲食料品	346	73.4	19.1	63.0	11.8	3.2	9.5	1.2	4.0	2.6
繊維・織物/アパレル	75	66.7	8.0	61.3	5.3	9.3	20.0	6.7	8.0	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	52	75.0	13.5	53.8	5.8	7.7	7.7	1.9	3.8	1.9
化学	73	82.2	11.0	64.4	5.5	16.4	12.3	5.5	1.4	1.4
医療品・化粧品	52	82.7	13.5	57.7	3.8	3.8	9.6	5.8	-	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	60	63.3	15.0	61.7	6.7	8.3	10.0	5.0	5.0	-
窯業・土石	22	54.5	13.6	72.7	27.3	9.1	13.6	9.1	13.6	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	119	70.6	11.8	63.9	7.6	18.5	7.6	5.0	3.4	2.5
一般機械	114	71.9	12.3	57.9	7.0	13.2	11.4	4.4	5.3	1.8
電気機械	82	73.2	8.5	57.3	6.1	18.3	9.8	6.1	1.2	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	40	70.0	7.5	62.5	7.5	22.5	7.5	5.0	5.0	2.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	65	86.2	18.5	56.9	7.7	36.9	13.8	12.3	-	1.5
精密機器	58	74.1	12.1	51.7	5.2	17.2	12.1	3.4	5.2	3.4
その他の製造業	159	74.8	15.1	49.7	13.8	11.3	9.4	3.1	5.0	1.3
非製造業	816	69.6	21.2	50.1	14.1	15.8	9.8	8.5	5.6	1.8
商社・卸売	528	69.1	22.3	53.2	15.2	18.0	10.4	11.0	4.5	1.3
小売	54	72.2	27.8	48.1	16.7	5.6	7.4	7.4	3.7	5.6
建設	32	71.9	6.3	53.1	6.3	31.3	6.3	6.3	3.1	6.3
運輸	22	63.6	18.2	27.3	4.5	31.8	9.1	13.6	13.6	4.5
通信・情報・ソフトウェア	46	73.9	21.7	41.3	15.2	15.2	2.2	2.2	10.9	-
専門サービス	25	64.0	28.0	28.0	-	20.0	16.0	-	12.0	-
その他の非製造業	108	70.4	15.7	48.1	14.8	1.9	10.2	0.9	7.4	1.9

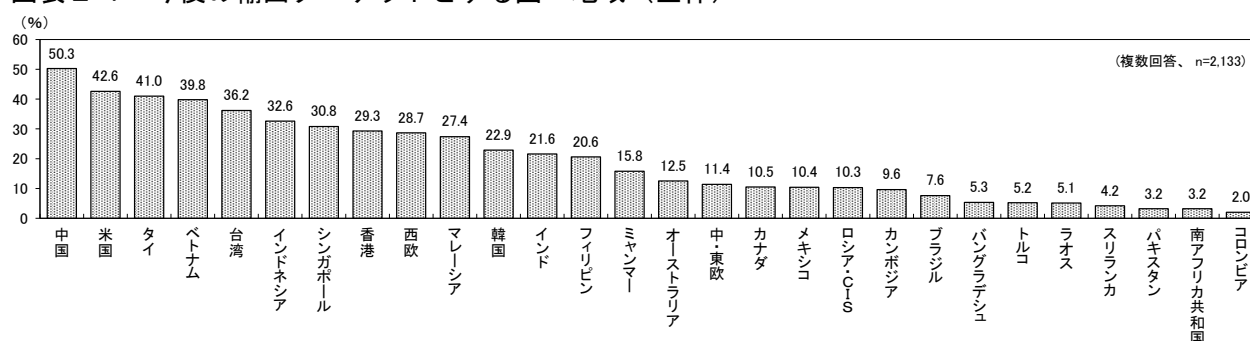
〔注〕①網掛けは各業種で回答比率が最大の項目。回答社数が10社以上の業種のみ掲載。

②母数は今後の輸出方針で「さらに輸出の拡大を図る」「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業数。

3. 今後の輸出重点国・地域

今後、輸出を拡大、あるいは新規に輸出を検討する企業がターゲットとする国・地域は中国が最多（50.3%）であり、米国（42.6%）、タイ（41.0%）と続いた。このうち、最も重視する輸出先については、19.8%の企業が中国と回答、続いて米国（15.5%）、ベトナム（7.6%）となった。2012年度調査と比較すると、米国、ベトナム、西欧と回答する比率が大きく増加、一方でタイ、インド、インドネシアでは減少した。

図表Ⅱ-7 今後の輸出ターゲットとする国・地域（全体）



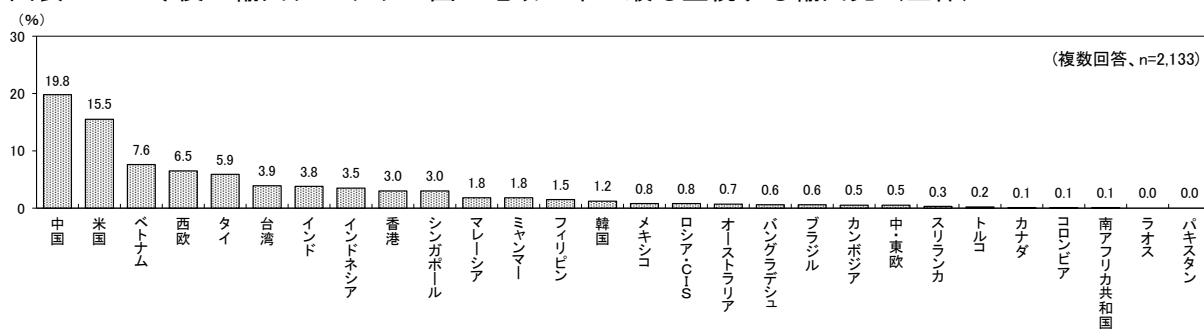
[注] 母数は、「輸出を行っており、今後さらに拡大を図る」または「現在、輸出は行っていないが、今後新たに取り組みたい」と回答した企業数。

図表Ⅱ-8 今後の輸出ターゲットとする国・地域（全体、企業規模別、地域別）

	(%)						
	全体 (n=2,133)	大企業 (n=383)	大企業 (中堅企業を 除く) (n=85)	中堅企業 (n=298)	中小企業 (n=1,750)	中小企業 (小規模企業 者を除く) (n=670)	小規模 企業者 (n=1,080)
先進国	75.9	70.5	80.0	67.8	77.0	74.5	78.6
新興国	87.2	94.5	91.8	95.3	85.7	89.0	83.6
アジア大洋州	90.3	93.0	91.8	93.3	89.7	91.6	88.5
中国	50.3	62.9	72.9	60.1	47.5	53.1	44.1
香港	29.3	23.2	28.2	21.8	30.6	27.0	32.9
台湾	36.2	32.4	35.3	31.5	37.1	35.2	38.2
ASEAN	72.6	76.8	80.0	75.8	71.7	74.6	69.9
北米・中南米	47.7	55.1	64.7	52.3	46.1	45.8	46.3
米国	42.6	47.3	57.6	44.3	41.6	39.6	42.9
欧州・ロシア	36.4	35.5	45.9	32.6	36.6	36.6	36.6
西欧	28.7	25.8	36.5	22.8	29.3	26.4	31.1
中東・アフリカ	9.8	14.9	23.5	12.4	8.6	12.7	6.1
その他	0.3	0.8	2.4	0.3	0.2	0.3	0.2

[注] 母数は、「輸出を行っており、今後さらに拡大を図る」または「現在、輸出は行っていないが、今後新たに取り組みたい」と回答した企業数。

図表Ⅱ-9 今後の輸出ターゲット国・地域の中で最も重視する輸出先（全体）



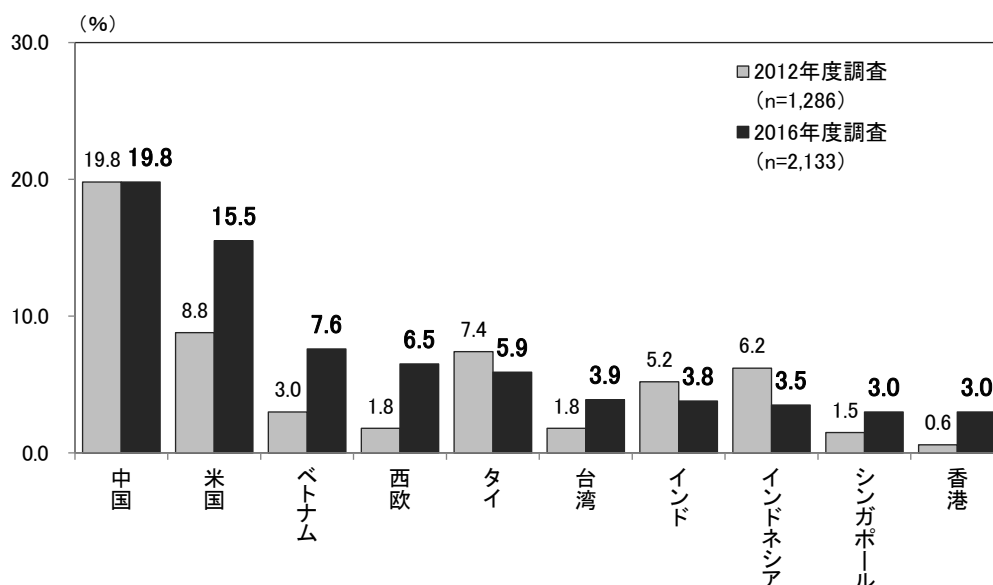
〔注〕母数は、「輸出を行っており、今後さらに拡大を図る」または「現在、輸出は行っていないが、今後新たに取り組みたい」と回答した企業数。

図表Ⅱ-10 今後の輸出ターゲット国・地域の中で最も重視する輸出先（全体、企業規模別、地域別）

	（%）						
	全体 (n=2,133)	大企業 (n=383)	大企業 (中堅企業を 除く) (n=85)	中堅企業 (n=298)	中小企業 (n=1,750)	中小企業 (小規模企業 者を除く) (n=670)	小規模 企業者 (n=1,080)
先進国	33.8	22.5	25.9	21.5	36.3	30.4	40.0
新興国	53.7	64.5	60.0	65.8	51.4	57.5	47.6
アジア大洋州	59.9	63.7	61.2	64.4	59.0	62.8	56.7
中国	19.8	24.0	25.9	23.5	18.9	23.1	16.2
香港	3.0	1.0	1.2	1.0	3.4	3.1	3.6
台湾	3.9	1.8	1.2	2.0	4.3	3.6	4.8
ASEAN	25.6	26.6	22.4	27.9	25.4	24.6	25.8
北米・中南米	17.3	17.0	18.8	16.4	17.4	16.4	18.1
米国	15.5	14.4	17.6	13.4	15.7	14.3	16.6
欧州・ロシア	8.0	3.4	3.5	3.4	9.0	5.8	10.9
西欧	6.5	2.6	2.4	2.7	7.3	4.5	9.1
中東・アフリカ	2.3	2.6	1.2	3.0	2.2	2.7	1.9
その他	0.1	0.3	1.2	-	0.1	0.1	-

〔注〕母数は、「輸出を行っており、今後さらに拡大を図る」または「現在、輸出は行っていないが、今後新たに取り組みたい」と回答した企業数。

図表Ⅱ-11 今後の輸出ターゲット国・地域の中で最も重視する輸出先
(2012年度調査との比較、上位10カ国・地域)



[注] ①母数は今後の輸出方針で「さらに輸出の拡大を図る」「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業数。
 ②2016年度調査で「最も重要な輸出先」との回答比率上位10カ国・地域。
 ③西欧はポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、スロベニア、クロアチア、ルーマニア、ブルガリア、バルト3国を除く欧州各国。

今後の輸出ターゲットとする国・地域を企業規模別にみると、大企業、中小企業ともに中国が最多、次いで米国となった。大企業ではインドネシアやインド、中小企業では西欧を重視する比率が相対的に高くなっている。業種別では、飲食料品は香港、繊維・織物／アパレルは米国、一般機械、電気機械はタイ、自動車等輸送機器はインドネシアが最多となった。

図表Ⅱ-12 今後の輸出ターゲットとする国・地域 (企業規模別、上位10カ国・地域)
(複数回答、%)

大企業 (n=383)			中小企業 (n=1,750)		
順位	国・地域名	シェア	順位	国・地域名	シェア
1	中国	62.9	1	中国	47.5
2	米国	47.3	2	米国	41.6
3	インドネシア	47.3	3	タイ	39.7
4	タイ	46.7	4	ベトナム	38.2
5	ベトナム	46.7	5	台湾	37.1
6	インド	37.3	6	シンガポール	32.0
7	台湾	32.4	7	香港	30.6
8	マレーシア	31.6	8	インドネシア	29.4
9	フィリピン	27.4	9	西欧	29.3
10	韓国	26.9	10	マレーシア	26.5

[注] 母数は今後の輸出方針で「さらに輸出の拡大を図る」「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業数。

図表Ⅱ-13 今後の輸出ターゲットとする国・地域（製造業業種別、上位10カ国・地域）

(複数回答、%)

全体 (n=2,133)			飲食料品 (n=346)			繊維・織物/アパレル (n=75)			木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ (n=52)		
順位	国・地域名	シェア	順位	国・地域名	シェア	順位	国・地域名	シェア	順位	国・地域名	シェア
1	中国	50.3	1	香港	55.5	1	米国	56.0	1	中国	46.2
2	米国	42.6	2	台湾	52.6	2	西欧	54.7	2	米国	40.4
3	タイ	41.0	3	シンガポール	50.3	3	中国	48.0	2	シンガポール	40.4
4	ベトナム	39.8	4	米国	48.3	4	台湾	30.7	4	西欧	38.5
5	台湾	36.2	5	中国	44.5	5	タイ	29.3	4	台湾	38.5
6	インドネシア	32.6	6	タイ	36.4	6	インドネシア	26.7	6	香港	34.6
7	シンガポール	30.8	7	ベトナム	34.1	7	ベトナム	22.7	7	タイ	32.7
8	香港	29.3	8	西欧	33.8	7	韓国	22.7	7	ベトナム	32.7
9	西欧	28.7	9	マレーシア	29.5	9	香港	20.0	9	インドネシア	30.8
10	マレーシア	27.4	10	インドネシア	24.6	9	カナダ	20.0	10	マレーシア	25.0
化学 (n=73)			医療品・化粧品 (n=52)			石油・石油製品/プラスチック製品/ゴム製品 (n=60)			窯業・土石 (n=22)		
順位	国・地域名	シェア	順位	国・地域名	シェア	順位	国・地域名	シェア	順位	国・地域名	シェア
1	中国	68.5	1	中国	63.5	1	中国	50.0	1	中国	68.2
2	米国	57.5	2	ベトナム	50.0	2	米国	48.3	2	米国	54.5
3	タイ	54.8	3	タイ	36.5	3	ベトナム	40.0	3	ベトナム	50.0
3	ベトナム	54.8	3	香港	36.5	4	タイ	35.0	3	台湾	50.0
5	インド	52.1	5	台湾	34.6	5	インドネシア	33.3	5	インドネシア	45.5
6	インドネシア	46.6	6	米国	32.7	6	シンガポール	31.7	6	インド	40.9
7	台湾	37.0	6	インドネシア	32.7	6	西欧	31.7	7	タイ	31.8
7	韓国	37.0	8	シンガポール	26.9	8	台湾	30.0	7	韓国	31.8
9	西欧	35.6	9	西欧	25.0	8	韓国	30.0	7	マレーシア	31.8
10	マレーシア	30.1	9	マレーシア	25.0	10	マレーシア	28.3	10	シンガポール、フィリピン	27.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品 (n=119)			一般機械 (n=114)			電気機械 (n=82)			情報通信機械器具/電子部品・デバイス (n=40)		
順位	国・地域名	シェア	順位	国・地域名	シェア	順位	国・地域名	シェア	順位	国・地域名	シェア
1	中国	53.8	1	タイ	56.1	1	タイ	48.8	1	中国	57.5
2	米国	52.1	2	中国	55.3	1	中国	48.8	2	米国	55.0
3	ベトナム	50.4	3	ベトナム	51.8	3	ベトナム	43.9	3	インド	40.0
4	タイ	41.2	4	インドネシア	50.0	4	米国	40.2	4	西欧	37.5
5	西欧	36.1	5	インド	39.5	5	インドネシア	39.0	5	ベトナム	35.0
6	インドネシア	35.3	6	米国	37.7	6	西欧	34.1	6	タイ	32.5
7	台湾	28.6	7	マレーシア	34.2	7	インド	30.5	7	フィリピン	30.0
8	マレーシア	27.7	8	韓国	33.3	7	マレーシア	30.5	7	ロシア・CIS	30.0
9	フィリピン	26.1	9	台湾	30.7	9	台湾	25.6	9	韓国	27.5
10	韓国	24.4	10	フィリピン	28.1	10	韓国、シンガポール	22.0	10	台湾、マレーシア	25.0
自動車/自動車部品/その他輸送機器 (n=65)			精密機器 (n=58)								
順位	国・地域名	シェア	順位	国・地域名	シェア						
1	インドネシア	46.2	1	中国	62.1						
2	中国	44.6	2	米国	58.6						
3	米国	43.1	3	タイ	44.8						
3	インド	43.1	4	インド	41.4						
5	タイ	36.9	5	ベトナム	39.7						
6	ベトナム	26.2	6	西欧	37.9						
7	メキシコ	23.1	7	韓国	34.5						
8	フィリピン	18.5	8	インドネシア	32.8						
9	西欧	16.9	9	フィリピン	31.0						
9	ミャンマー	16.9	9	シンガポール	31.0						

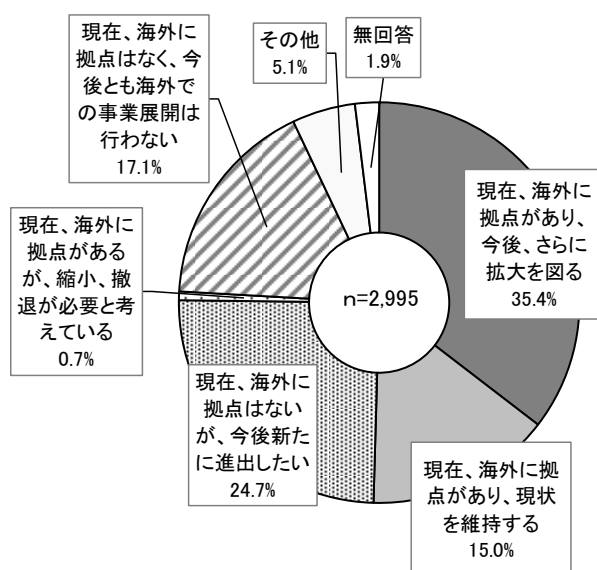
[注] 母数は今後の輸出方針で「さらに輸出の拡大を図る」「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業数。

Ⅲ. 海外進出への取り組み

1. 今後の海外進出方針

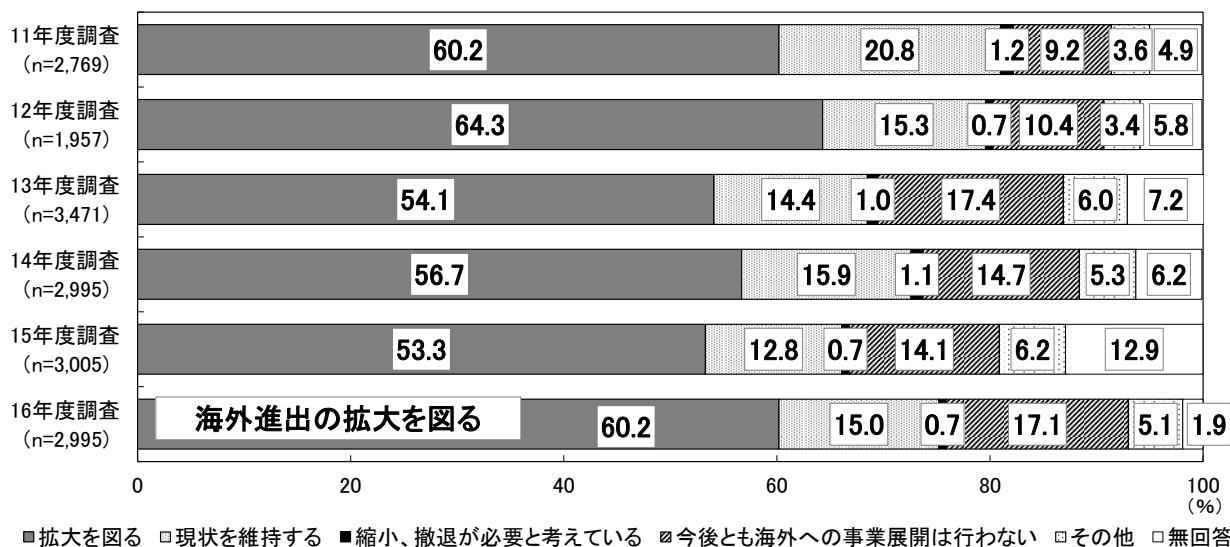
今後（3年程度）の海外進出方針では、「拡大を図る」企業の割合が60.2%と、前年（53.3%）から増加し、4年ぶりに6割を超えた。企業規模別では、大企業で66.3%が「拡大を図る」と回答し、2012年度以降続いた鈍化傾向から増加に転じた。中小企業は、「拡大を図る」企業が、前年の50.5%から58.5%へと大きく増加した。業種別では、小売（77.5%）、医薬品・化粧品（69.5%）、電気機械（68.7%）、通信・情報・ソフトウェア（68.7%）、自動車/自動車部品/その他輸送機器（66.4%）などで海外進出拡大意欲が高まっている。

図表Ⅲ-1 今後（2016年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（全体）



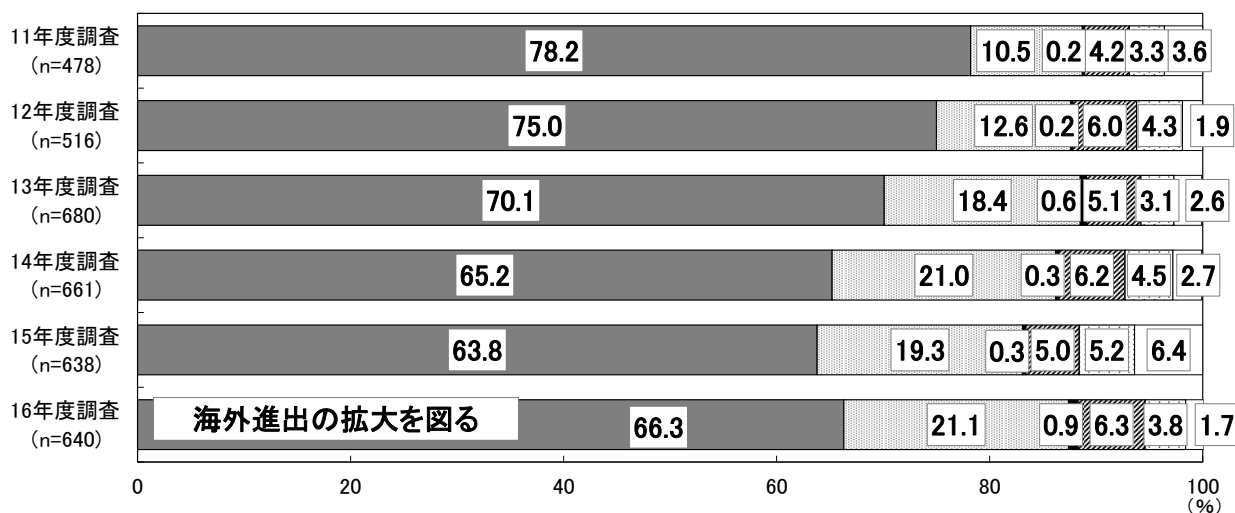
図表Ⅲ-2 今後（2016年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（時系列）

【全体】



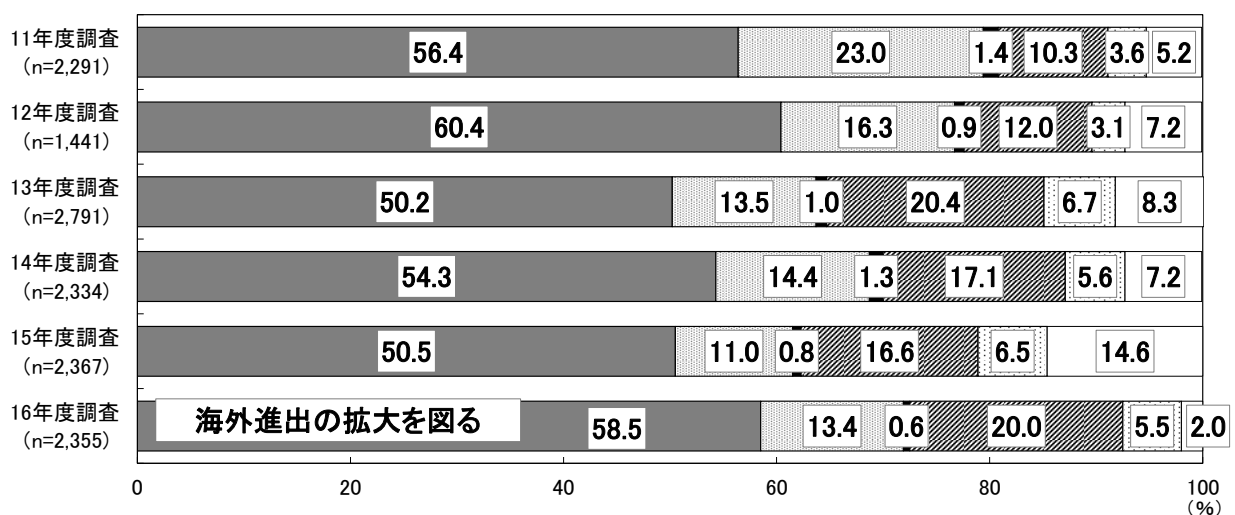
〔注〕 2013年度以降は、「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」と「現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい」の回答の合計を「海外進出の拡大を図る」として集計。

【大企業】



■ 拡大を図る □ 現状を維持する ■ 縮小、撤退が必要と考えている ▨ 今後とも海外への事業展開は行わない □ その他 □ 無回答

【中小企業】

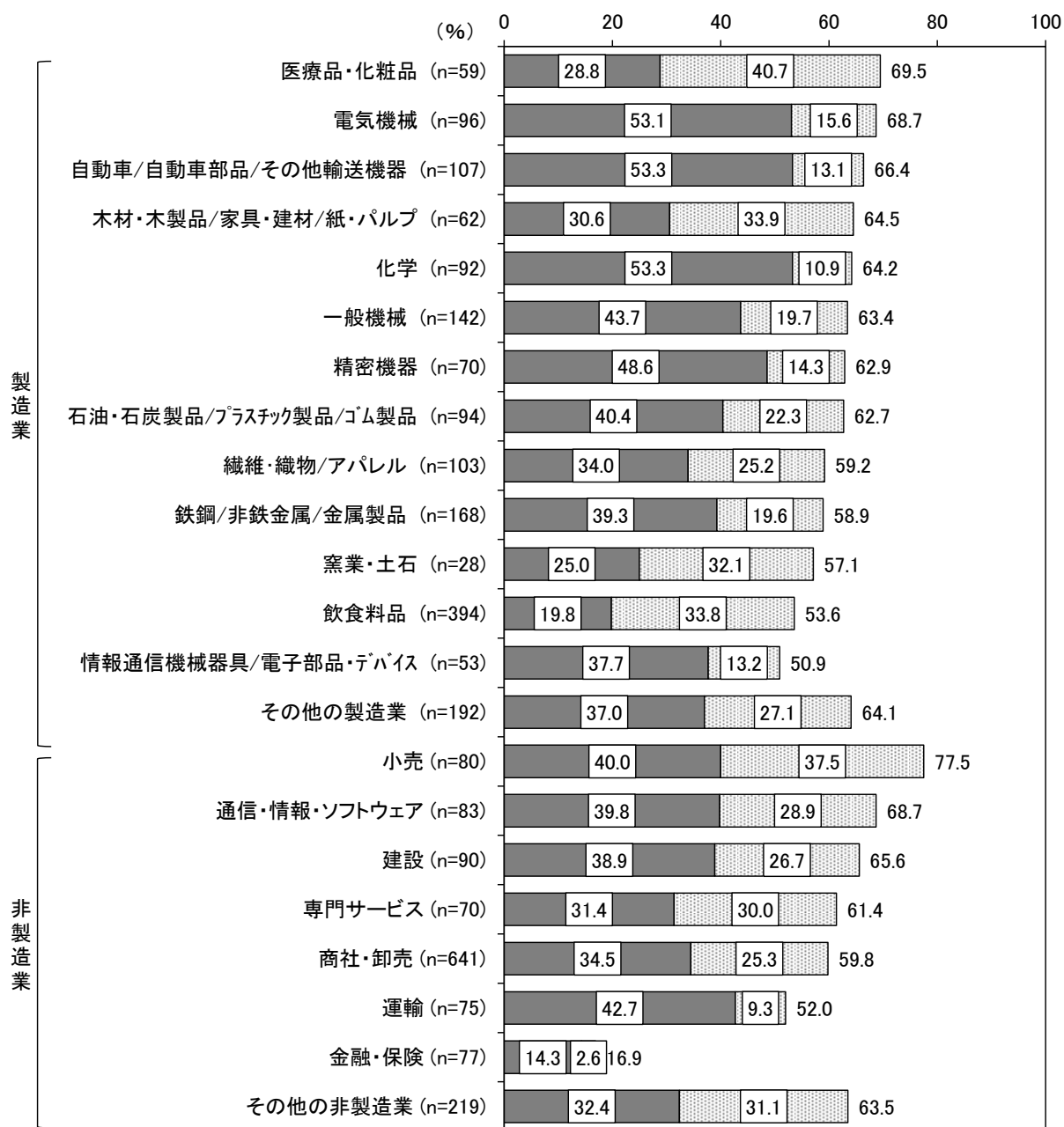


■ 拡大を図る □ 現状を維持する ■ 縮小、撤退が必要と考えている ▨ 今後とも海外への事業展開は行わない □ その他 □ 無回答

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

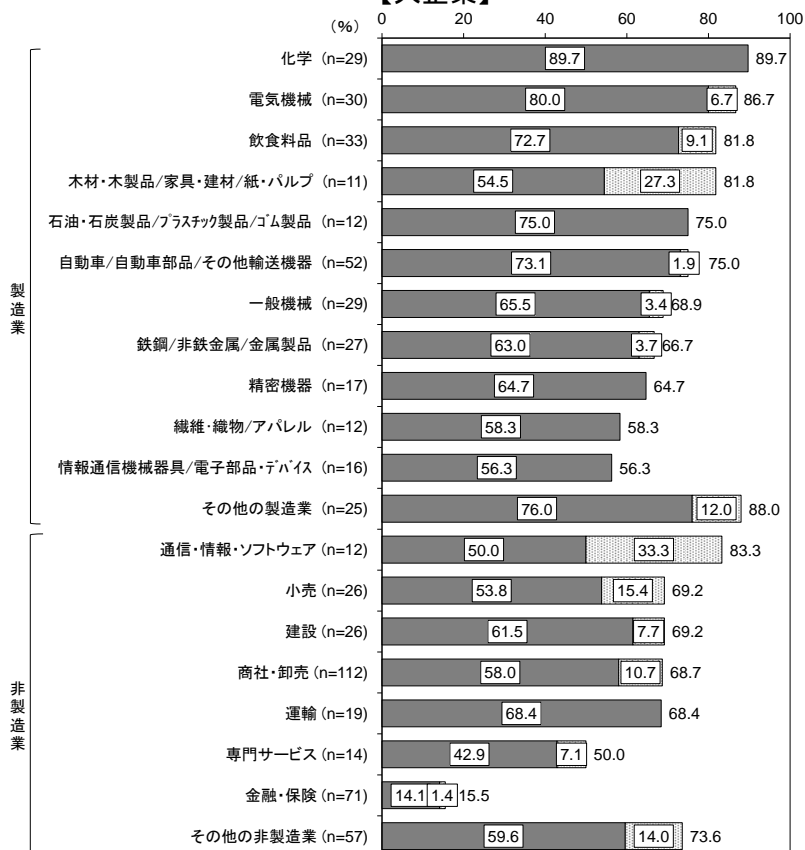
図表Ⅲ-3 今後（2016年度も含め3カ年度程度）の海外進出方針（業種別、企業規模別）

【全体】



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

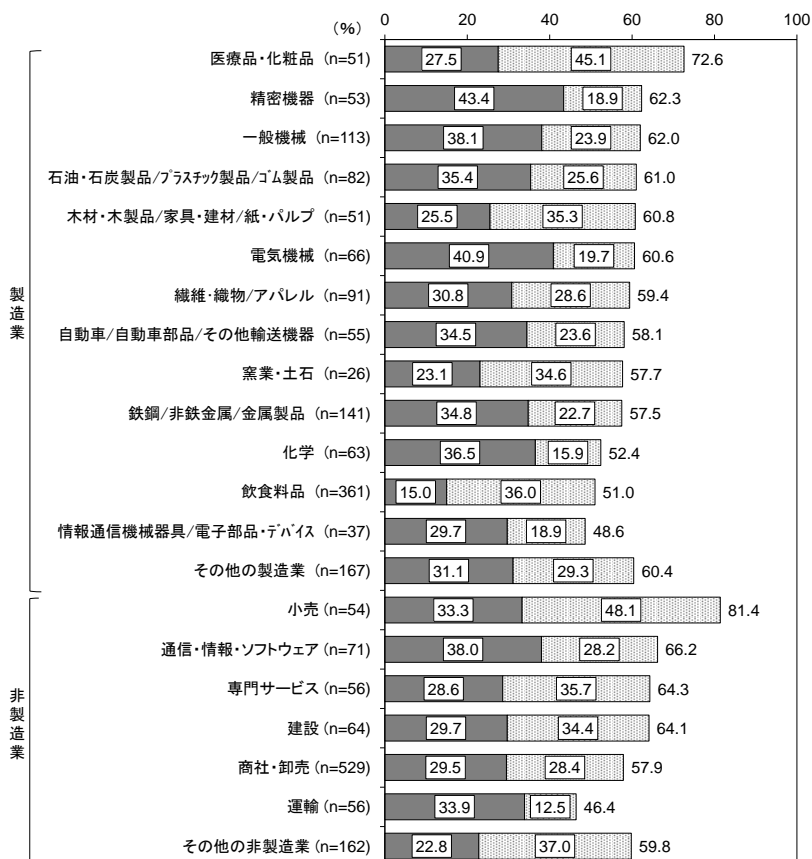
【大企業】



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

〔注〕母数が10社以上の業種のみ掲載。

【中小企業】



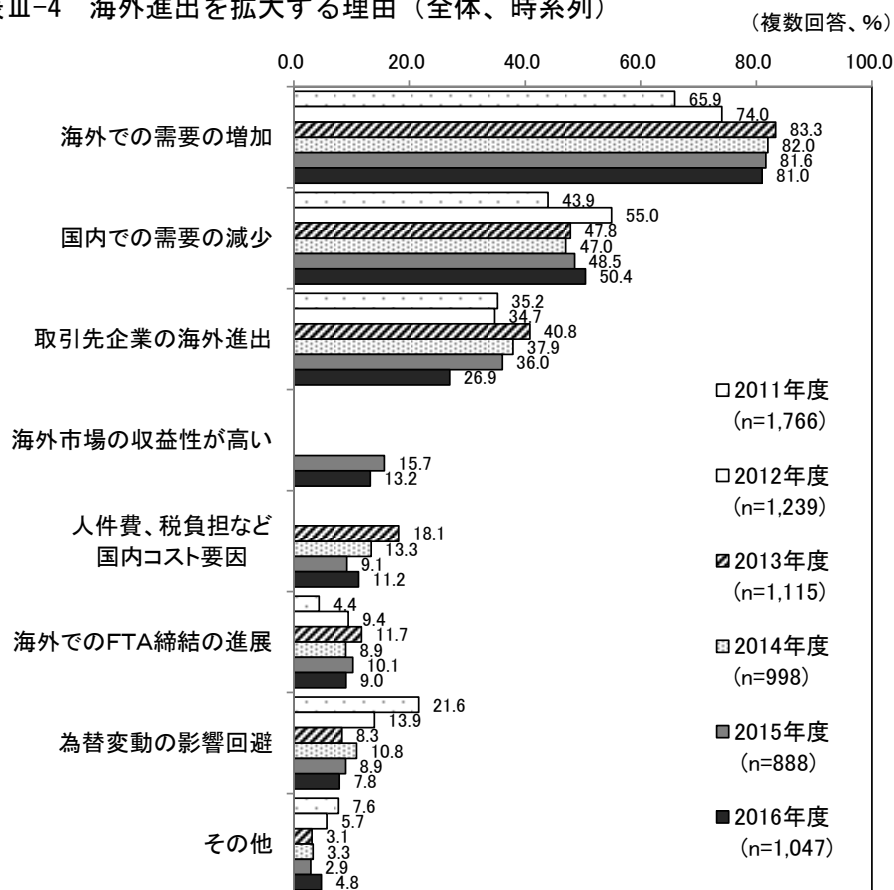
■現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る □現在、海外に拠点はないが、今後新たに 진출したい

〔注〕母数が10社以上の業種のみ掲載。

2. 海外進出を拡大する理由

海外進出拡大の理由としては、「海外での需要の増加」(81.0%)を指摘する企業が4年連続で8割を超えて最も多かった。次いで、「国内での需要の減少」(50.4%)が続いた。一方、「取引先企業の海外進出」(26.9%)を指摘する企業は減少した。「為替変動の影響回避」を挙げる企業も漸減傾向にある。

図表Ⅲ-4 海外進出を拡大する理由（全体、時系列）



[注]①2011年度、2012年度の母数は「新規進出と今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。2013年度以降の母数は「今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。
 ②経年比較するために、2011年度、2012年度調査における「円高の影響」の回答結果を「為替変動の影響回避」として記載。
 ③「海外市場の収益性が高い」は2015年度から、「人件費、税負担など国内コスト要因」は2013年度以降の新規項目。

図表Ⅲ-5 海外進出を拡大する理由（全体、企業規模別、業種別）

(複数回答、%)

	全体 (n=1,047)	企業規模別		業種別	
		大企業 (n=374)	中小企業 (n=673)	製造業 (n=595)	非製造業 (n=452)
海外での需要の増加	81.0	88.0	77.1	81.8	79.9
国内での需要の減少	50.4	57.2	46.7	53.8	46.0
取引先企業の海外進出	26.9	36.9	21.4	25.4	29.0
海外市場の収益性が高い	13.2	12.0	13.8	11.3	15.7
人件費、税負担など国内コスト要因	11.2	10.7	11.4	12.6	9.3
海外でのFTA締結の進展	9.0	9.9	8.5	10.1	7.5
為替変動の影響回避	7.8	8.8	7.3	8.9	6.4
その他	4.8	2.7	5.9	3.9	6.0

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

3. 海外進出の手法

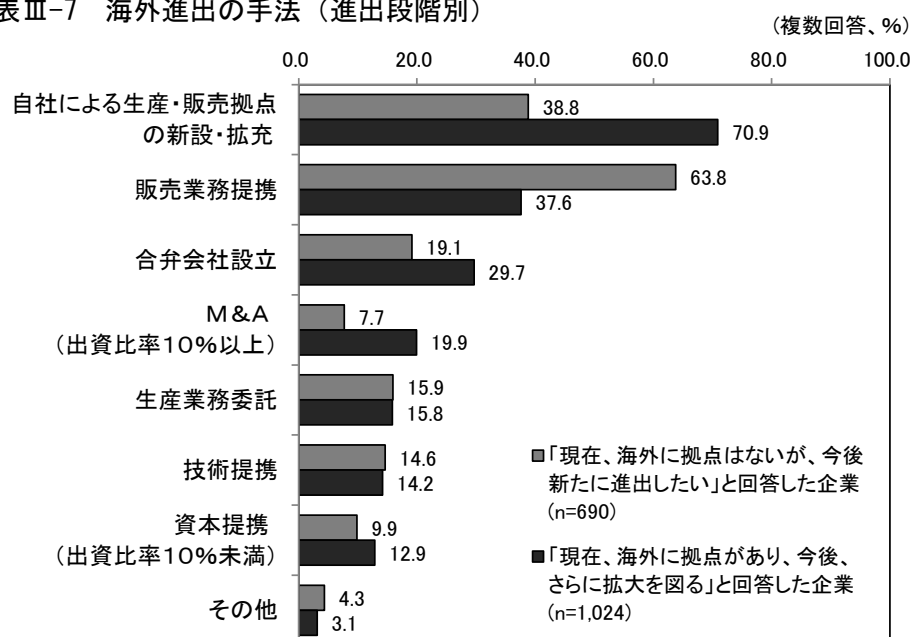
海外進出拡大の手法としては、「自社による生産・販売拠点の新設・拡充」と回答した企業が58.0%と最多であった。次いで「販売業務提携」(48.1%)、「合併会社設立」(25.4%)が続く。企業規模別では、大企業が「自社による生産・販売拠点の新設・拡充」(76.5%)を最も重視するのに対し、中小企業では「販売業務提携」(54.1%)が最多となった。これらの手法については、進出段階(進出済み、もしくは新規進出)によっても回答率に大きな差がみられる。

図表Ⅲ-6 海外進出の手法（全体、企業規模別、業種別）

	全体 (n=1,714)	企業規模別		業種別	
		大企業 (n=412)	中小企業 (n=1,302)	製造業 (n=963)	非製造業 (n=751)
自社による生産・販売 拠点の新設・拡充	58.0	76.5	52.2	60.6	54.6
販売業務提携	48.1	29.4	54.1	49.9	45.8
合併会社設立	25.4	39.3	21.0	22.9	28.6
生産業務委託	15.9	16.7	15.6	20.6	9.9
M&A (出資比率10%以上)	15.0	36.7	8.1	14.8	15.2
技術提携	14.4	16.7	13.6	16.0	12.3
資本提携 (出資比率10%未満)	11.7	19.4	9.2	10.2	13.6
その他	3.6	3.9	3.5	2.4	5.2

[注] 母数は、「今後、さらに海外進出拡大を図る」と「今後、新たに海外進出したい」企業のうち、進出手法について無回答の企業数を除いた数。

図表Ⅲ-7 海外進出の手法（進出段階別）

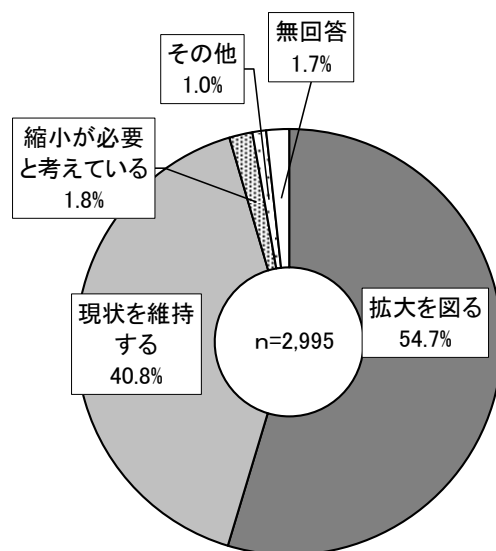


[注] 母数は、「今後、さらに海外進出拡大を図る」と「今後、新たに海外進出したい」企業のうち、進出手法について無回答の企業数を除いた数。

4. 今後の国内事業展開

今後（3年程度）の国内事業展開方針では、「拡大を図る」企業の割合が54.7%と、前年（52.0%）から増加し、比較可能な2011年度以降で最大となった。大企業（48.8%）、中小企業（56.3%）ともに「拡大を図る」企業が前年から増加し、中小企業では3年連続で半数を超えた。業種別では、通信・情報・ソフトウェア（74.7%）、医療品・化粧品（72.9%）、専門サービス（67.1%）、飲食料品（61.4%）、小売（61.3%）などで事業拡大意欲が高まっている。

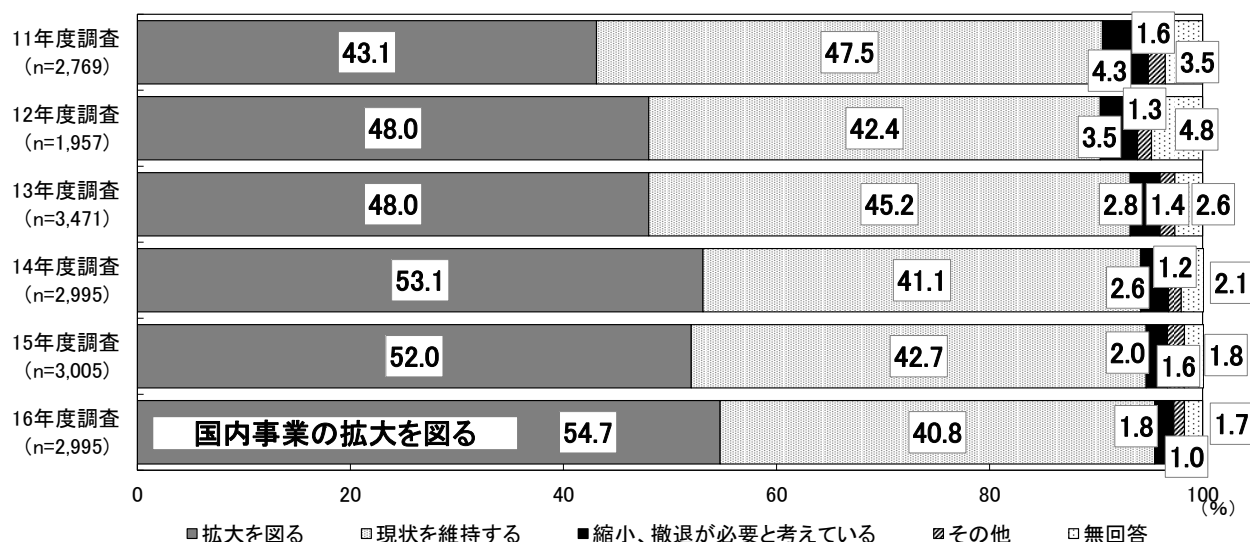
図表Ⅲ-8 国内での今後（2016年度も含め3カ年度程度）の事業展開（全体）



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

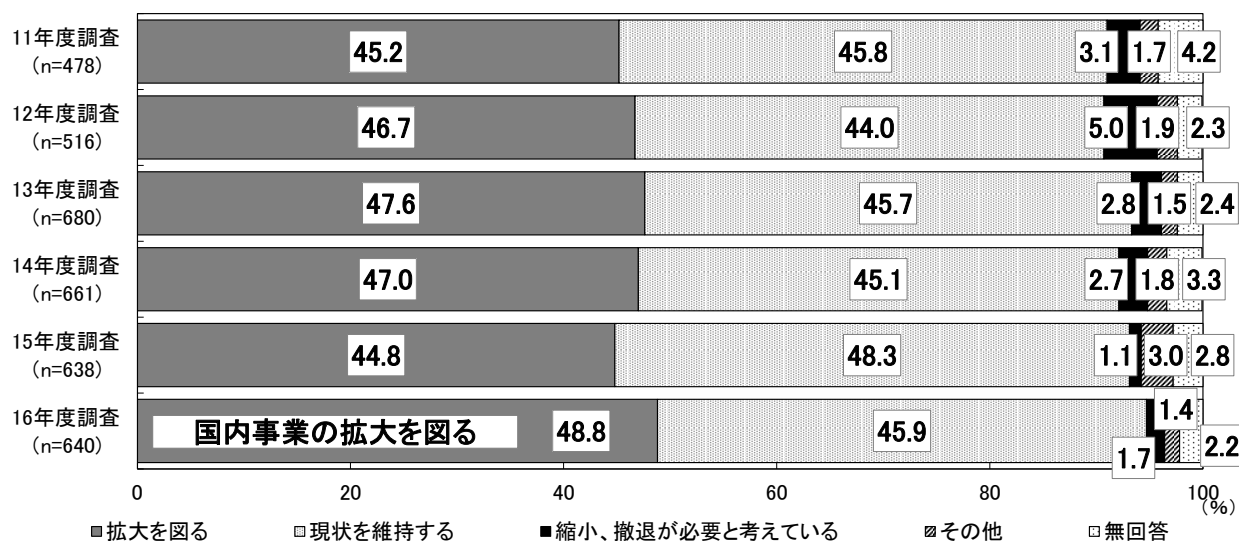
図表Ⅲ-9 国内での今後（2016年度も含め3カ年度程度）の事業展開（時系列）

【全体】

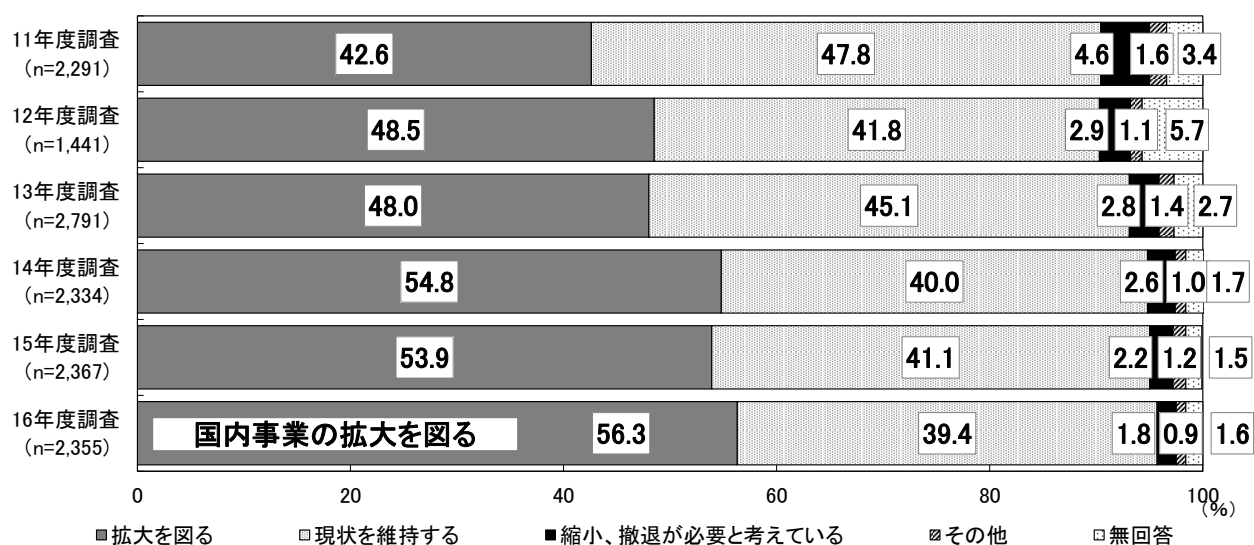


〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

【大企業】

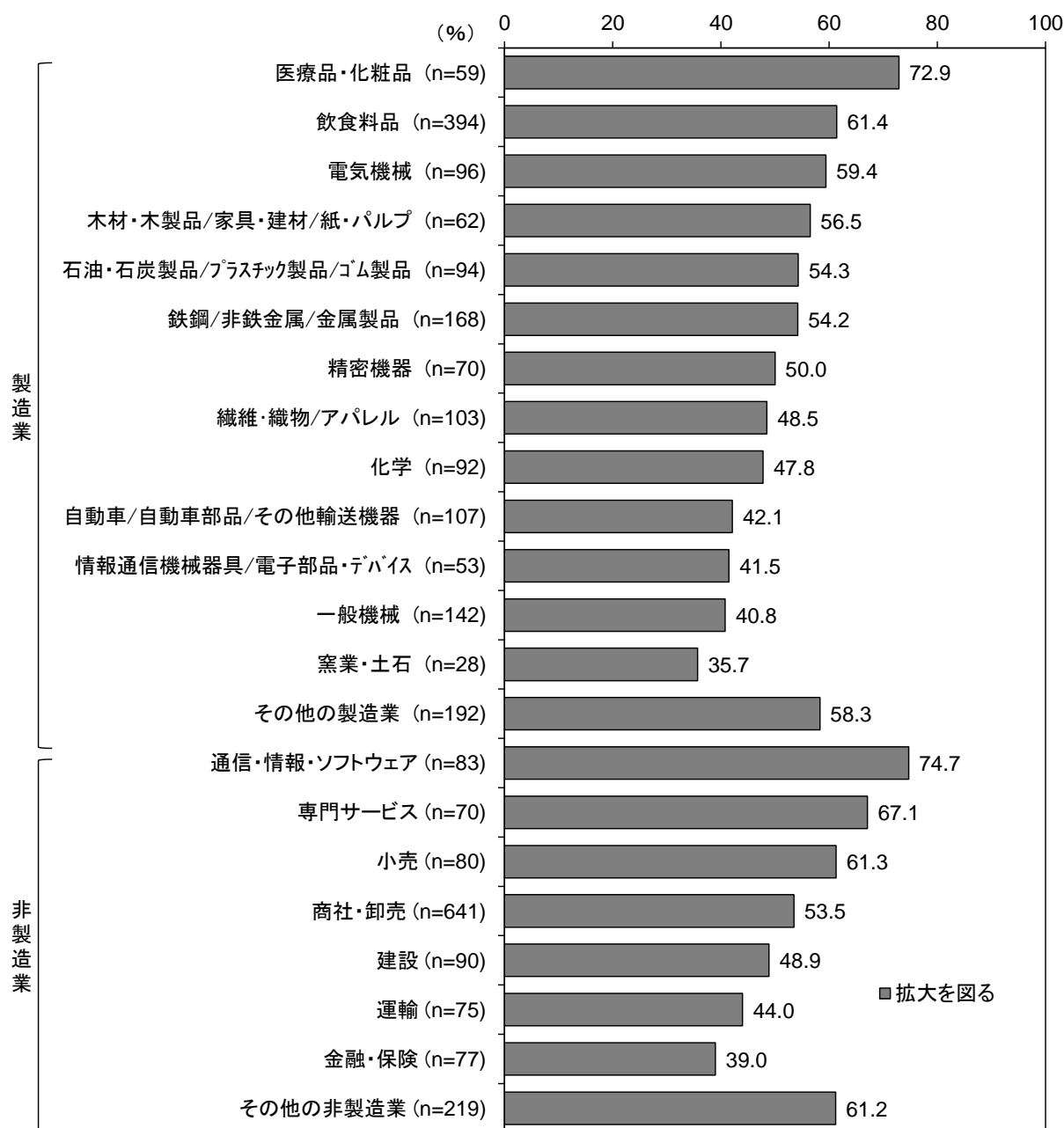


【中小企業】

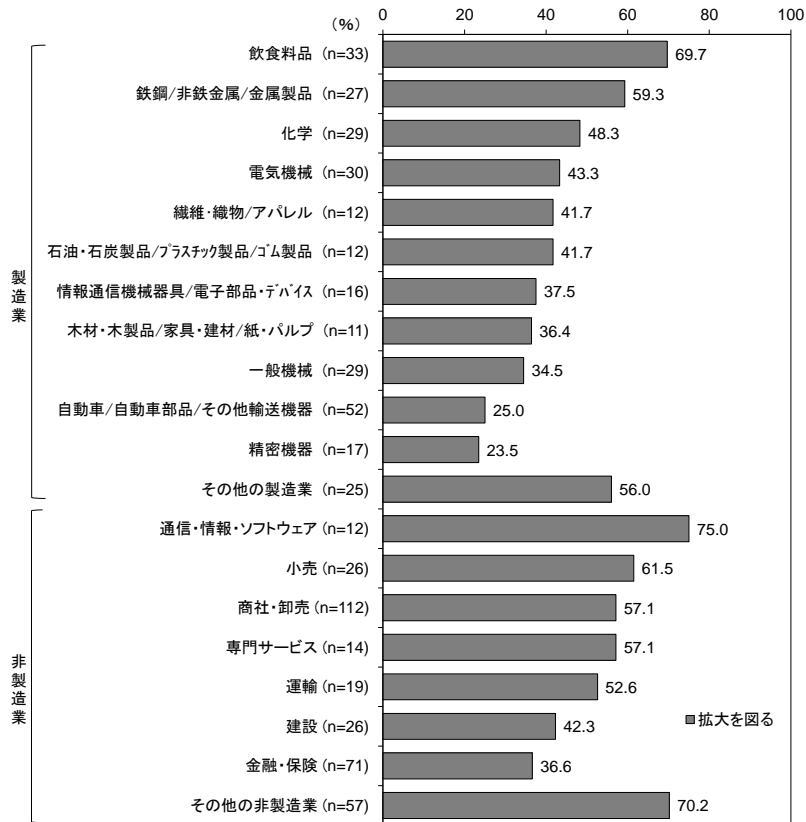


図表Ⅲ-10 国内での今後（2016年度も含め3カ年度程度）の事業展開（業種別、企業規模別）

【全体】

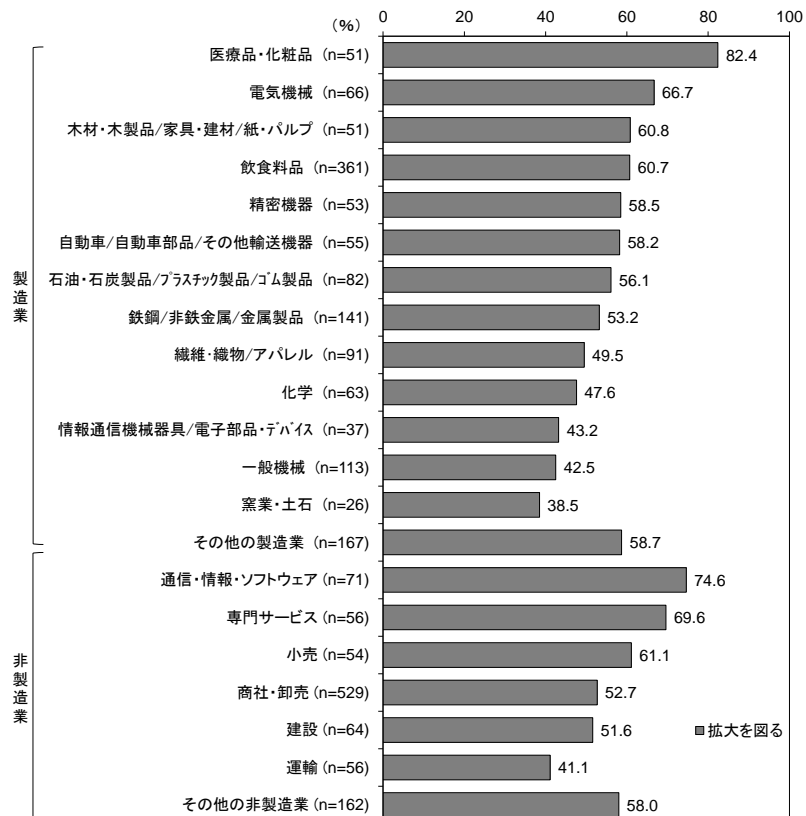


【大企業】



[注] 母数が 10 社以上の業種のみ掲載。

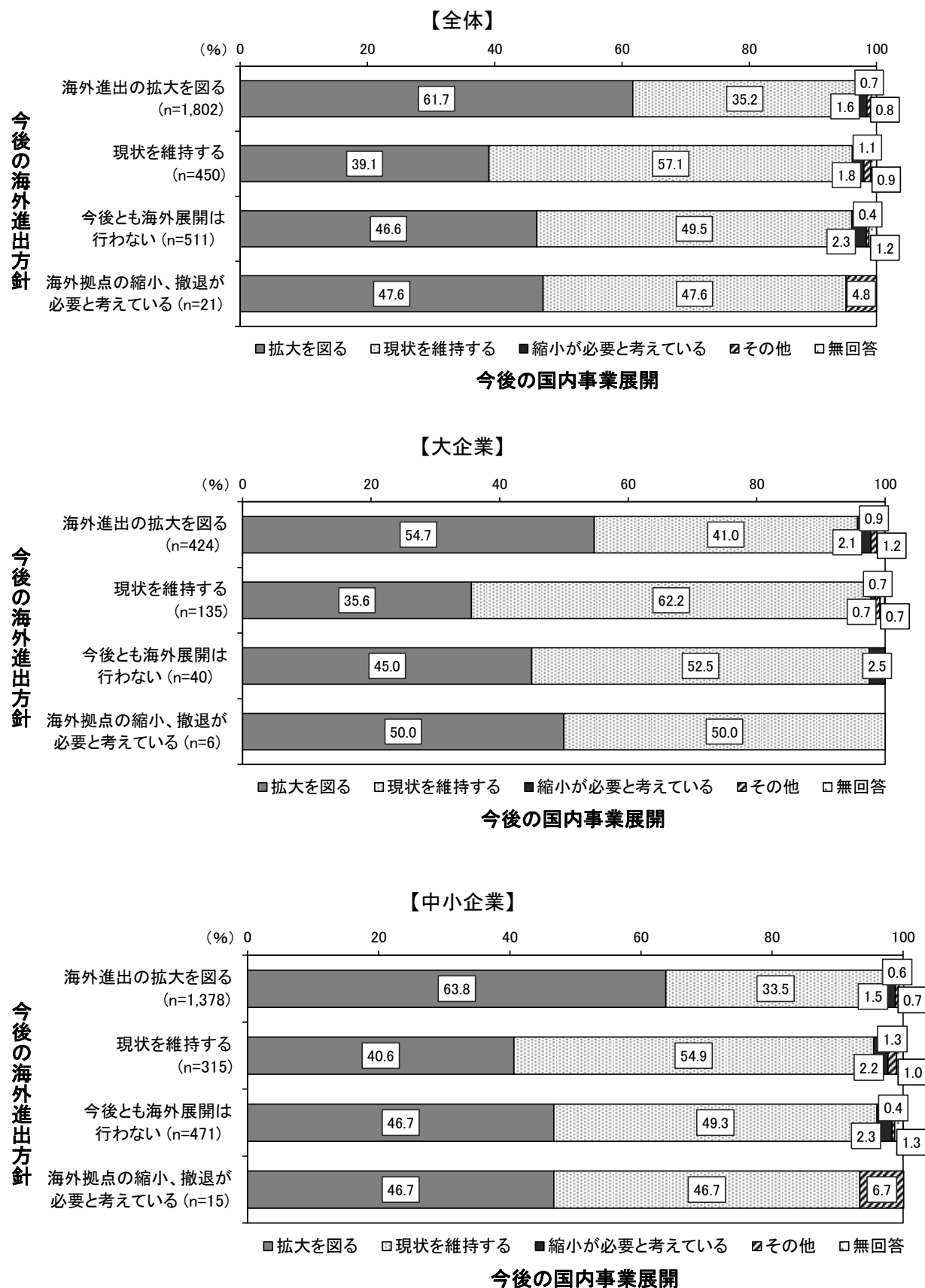
【中小企業】



[注] 母数が 10 社以上の業種のみ掲載。

海外進出拡大方針を有する企業（全体）の61.7%は国内事業も拡大を図ると回答し、海外進出を拡大する企業は国内事業も拡大する傾向がみられる。この比率は、大企業では54.7%であったのに対し、中小企業では63.8%と、中小企業が大企業を上回った。

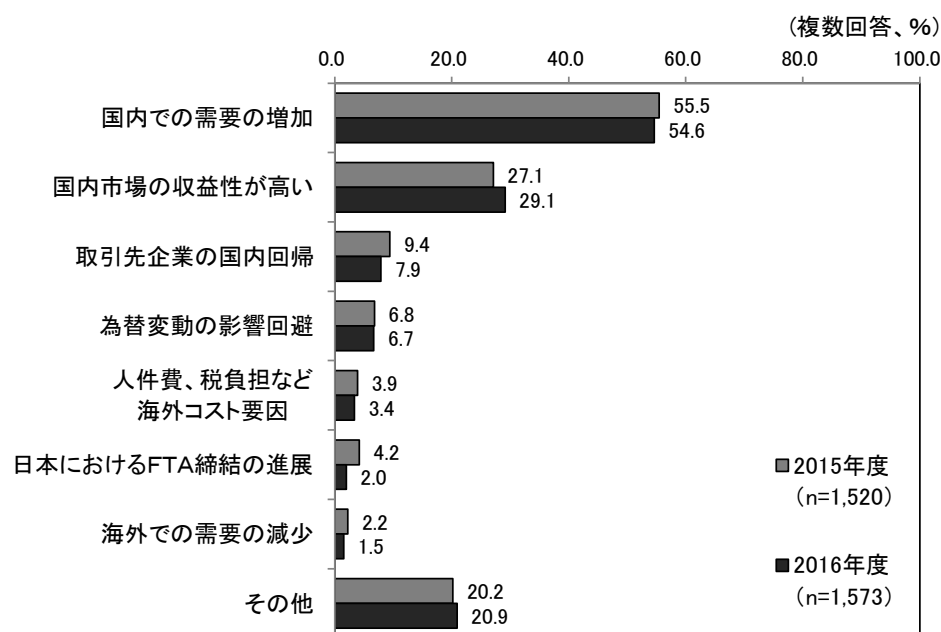
図表Ⅲ-11 海外進出の方針別にみた国内事業の今後の方向性（全体、企業規模別）



5. 国内事業を拡大する理由

国内事業を拡大する理由としては、前年に続き、「国内での需要の増加」（54.6%）と回答する企業が半数を超えた。次いで「国内市場の収益性が高い」（29.1%）が多かった。これら以外の理由については、いずれも1割未満に留まっている。

図表Ⅲ-12 国内事業を拡大する理由（全体、時系列）



[注] 母数は「拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。

図表Ⅲ-13 国内事業を拡大する理由（全体、企業規模別、業種別）

(複数回答、%)

	全体 (n=1,573)	企業規模別		業種別	
		大企業 (n=297)	中小企業 (n=1,276)	製造業 (n=868)	非製造業 (n=705)
国内での需要の増加	54.6	52.2	55.2	55.6	53.3
国内市場の収益性が高い	29.1	25.9	29.9	30.9	27.0
取引先企業の国内回帰	7.9	8.1	7.8	8.4	7.2
為替変動の影響回避	6.7	8.4	6.3	6.6	6.8
人件費、税負担など海外コスト要因	3.4	2.7	3.5	3.9	2.7
日本におけるFTA締結の進展	2.0	2.4	1.9	2.1	1.8
海外での需要の減少	1.5	1.0	1.6	2.0	1.0
その他	20.9	23.6	20.3	20.3	21.7

[注] 母数は「拡大を図る」企業のうち、拡大する理由について無回答の企業数を除いた数。

6. 海外で拡大を図る機能

「現在、海外に拠点があり、今後さらに海外進出の拡大を図る」と回答した企業のうち、拡大を図る国・地域については、中国（前年 53.7%→52.3%）、タイ（同 41.7%→38.6%）が引き続き上位となったが、減少が続いている。ベトナム（同 32.4%→34.1%）は 2 年連続で増加して 3 位に上昇、次いで米国（同 33.7%→33.5%）となった。

主要国・地域で拡大を図る国・地域としては、ASEAN6（70.5%）が中国（52.3%）を 5 年連続で上回った。ASEAN6 の中では、タイとともにインドネシア（前年 31.8%→26.8%、5 位）が減少する一方、ベトナム（同 32.4%→34.1%、3 位）、フィリピン（同 11.3%→13.4%、13 位）が増加した。また米国では、製造業で事業拡大意欲の上昇が続いている（同 40.7%→41.9%）。

その他の新興国では、メキシコ（同 10.9%→8.5%、15 位）、ブラジル（同 5.1%→3.4%、21 位）、トルコ（同 3.4%→1.7%、23 位）で事業拡大意欲に陰りがみられた。特にメキシコでは、製造業でその傾向が顕著（同 14.4%→10.2%）であった。一方、ロシア・CIS（同 4.1%→4.9%、18 位）では持ち直しが見られた。

図表Ⅲ-14 海外で拡大する国・地域（上位 20 カ国・地域）

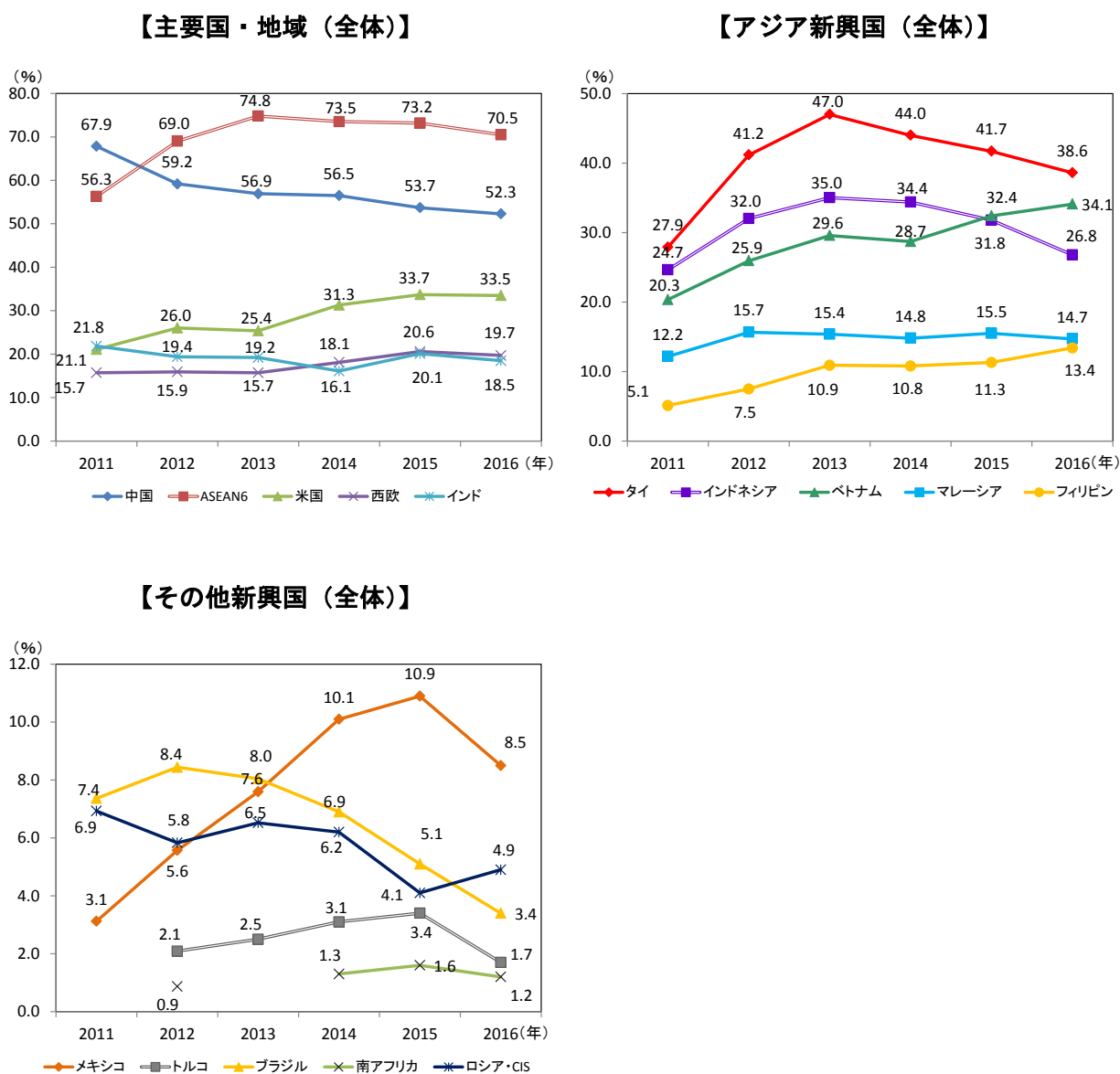
国・地域名	2016年度		2015年度		2014年度		2013年度	2012年度	2011年度
	(n=992)	順位	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位	(n=1,119)	(n=1,149)	(n=1,602)
中国	52.3	(1)	53.7	(1)	56.5	(1)	56.9	59.2	67.9
タイ	38.6	(2)	41.7	(2)	44.0	(2)	47.0	41.2	27.9
ベトナム	34.1	(3)	32.4	(4)	28.7	(5)	29.6	25.9	20.3
米国	33.5	(4)	33.7	(3)	31.3	(4)	25.4	26.0	21.1
インドネシア	26.8	(5)	31.8	(5)	34.4	(3)	35.0	32.0	24.7
台湾	20.6	(6)	21.6	(6)	21.0	(6)	20.0	21.8	18.5
西欧	19.7	(7)	20.6	(7)	18.1	(8)	15.7	15.9	15.7
インド	18.5	(8)	20.1	(8)	16.1	(9)	19.2	19.4	21.8
シンガポール	17.7	(9)	16.1	(10)	19.3	(7)	18.3	17.8	14.0
韓国	15.0	(10)	16.5	(9)	15.9	(11)	17.2	18.8	18.8
マレーシア	14.7	(11)	15.5	(11)	14.8	(12)	15.4	15.7	12.2
香港	14.1	(12)	14.2	(12)	16.1	(9)	15.4	15.8	14.2
フィリピン	13.4	(13)	11.3	(14)	10.8	(13)	10.9	7.5	5.1
ミャンマー	12.7	(14)	11.5	(13)	10.1	(14)	10.9	-	-
メキシコ	8.5	(15)	10.9	(15)	10.1	(14)	7.6	5.6	3.1
中・東欧	5.9	(16)	7.0	(16)	6.1	(18)	3.3	4.2	4.7
カンボジア	5.2	(17)	6.0	(17)	5.3	(19)	5.4	-	-
ロシア・CIS	4.9	(18)	4.1	(20)	6.2	(17)	6.5	5.8	6.9
オーストラリア	4.6	(19)	4.6	(19)	2.8	(21)	3.3	3.7	4.0
バングラデシュ	3.8	(20)	2.6	(23)	2.6	(22)	2.9	-	-
ASEAN6	70.5		73.2		73.5		74.8	69.0	56.3

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

②西欧、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。ミャンマー、カンボジアは 2013 年度調査以降のみ。

③ASEAN6 は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの 6 カ国の合計（重複する企業は除く）。

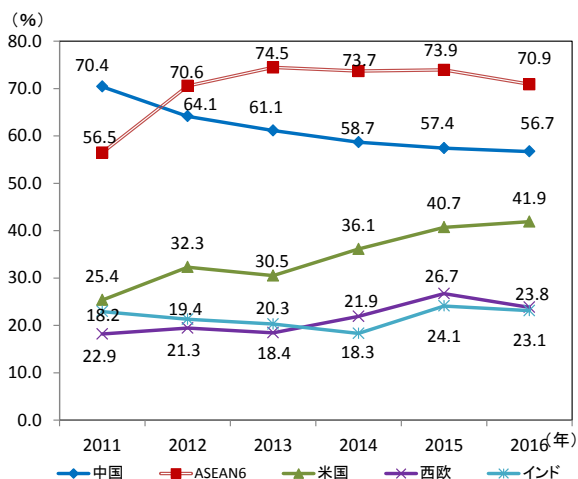
図表Ⅲ-15 海外で拡大する機能（全体、時系列）



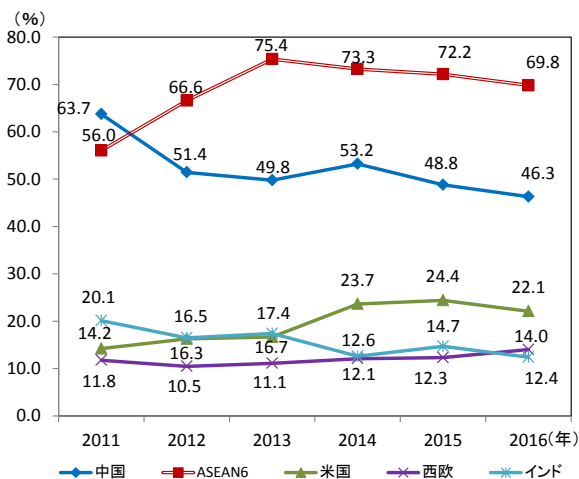
[注] ①2011年度、2012年度の母数は「新規進出と今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。2013年度以降の母数は「今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。
 ②ASEAN6は、比較可能なシンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。
 ③「全体」は、各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数。一つの国・地域で複数の機能を拡大する場合でも、1社としてカウント。

図表Ⅲ-16 海外で拡大する機能（業種別、時系列）

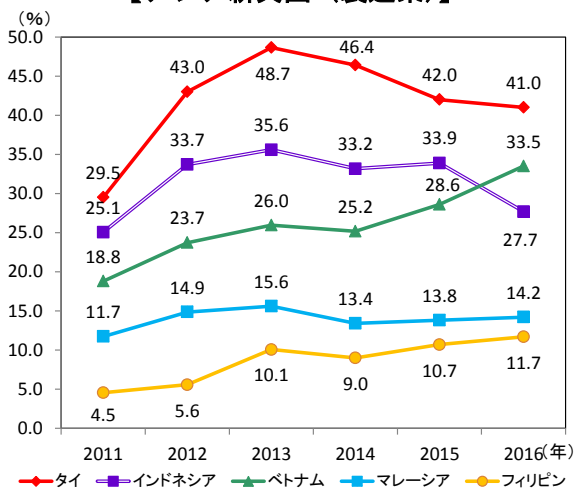
【主要国・地域（製造業）】



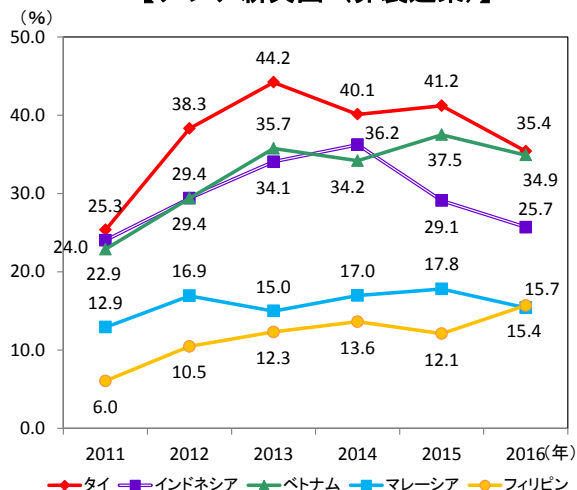
【主要国・地域（非製造業）】



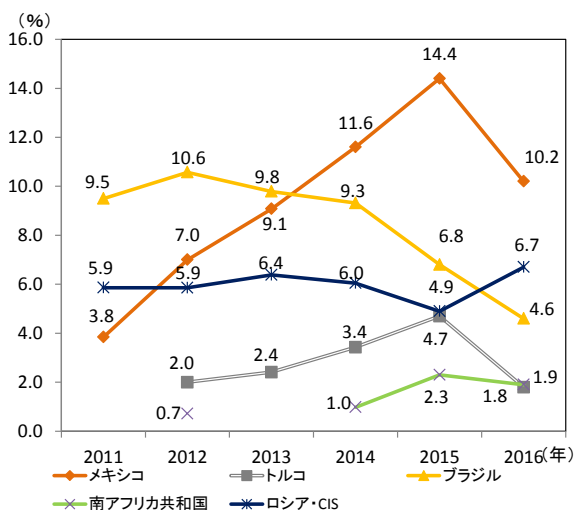
【アジア新興国（製造業）】



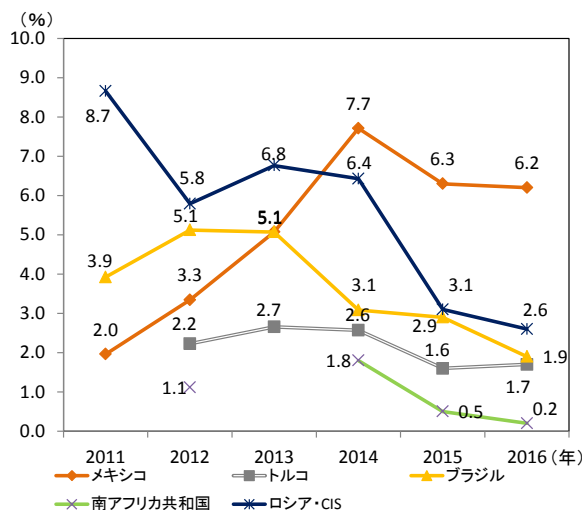
【アジア新興国（非製造業）】



【その他新興国（製造業）】



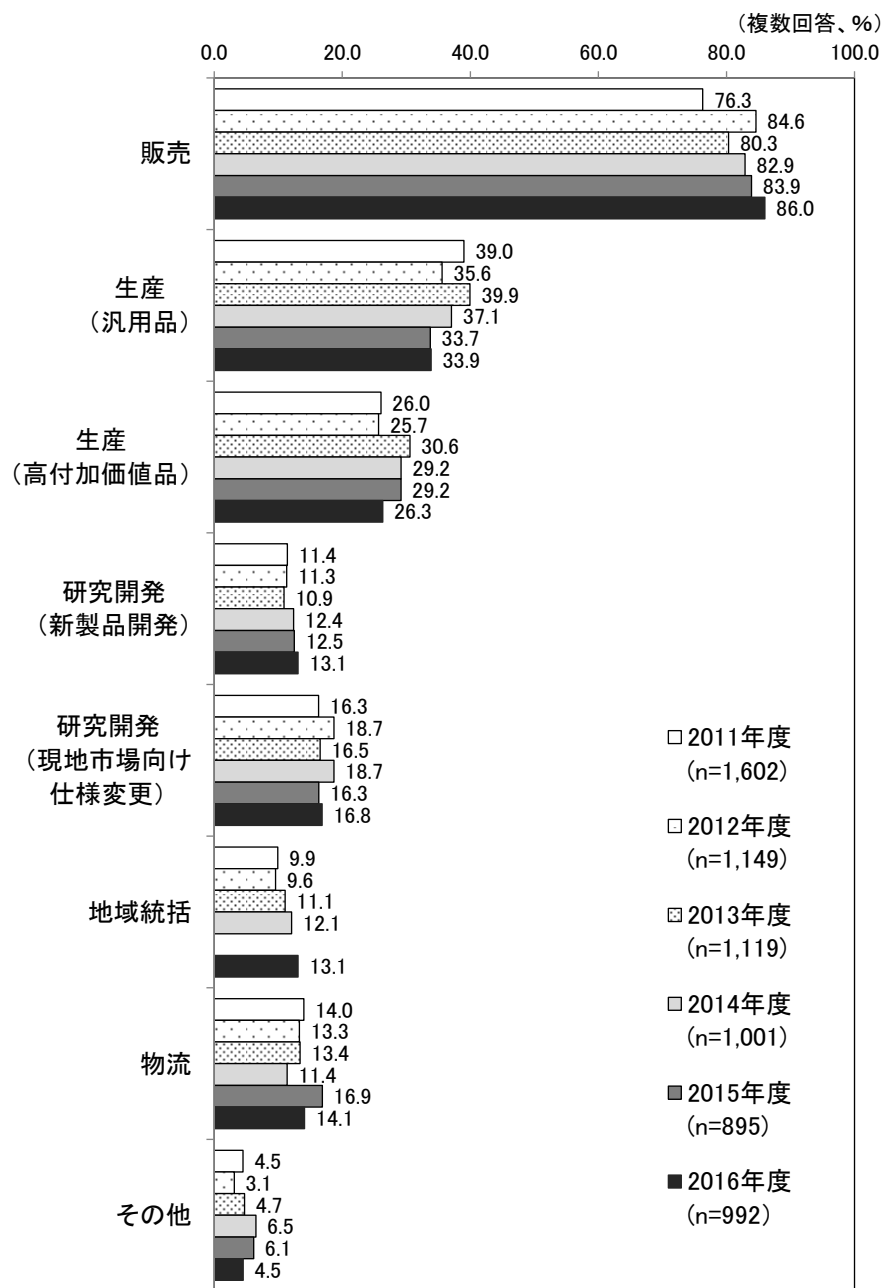
【その他新興国（非製造業）】



〔注〕①2011年度、2012年度の母数は「新規進出と今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。2013年度以降の母数は「今後さらに海外進出の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業数を除いた数。
 ②ASEAN6は、比較可能なシンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。
 ③「全体」は、各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数。一つの国・地域で複数の機能を拡大する場合でも、1社としてカウント。

海外で拡大を図る機能としては、販売機能の強化を図る方針の企業が 86.0%と引き続き高水準となった。販売機能を拡大する国・地域としては、ベトナム（前年：22.2%→25.1%）が前年の5位から中国、タイ、米国に次ぐ4位に上昇した。ベトナムは高付加価値品の生産（同4位→3位）や研究開発（現地市場向け仕様変更）（同6位→4位）、物流機能（同4位→3位）などにおいても順位を上げた。

図表Ⅲ-17 海外で拡大する機能（全体、時系列）



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

②2015年度は「地域統括」は選択肢なし。

図表Ⅲ-18 海外で拡大する機能（全体、企業規模別）

（複数回答、%）

	全体	大企業	大企業	中堅	中小	中小	小規模
	(n=992)	(n=353)	(n=102)	企業	企業	企業	企業者
			(n=102)	(n=251)	(n=639)	(n=319)	(n=320)
販売	86.0	83.3	80.4	84.5	87.5	86.5	88.4
生産(汎用品)	33.9	36.8	43.1	34.3	32.2	31.0	33.4
生産(高付加価値品)	26.3	30.3	35.3	28.3	24.1	22.6	25.6
研究開発(新製品開発)	13.1	13.6	17.6	12.0	12.8	9.7	15.9
研究開発 (現地市場向け仕様変更)	16.8	19.8	30.4	15.5	15.2	15.0	15.3
地域統括	13.1	19.0	38.2	11.2	9.9	12.9	6.9
物流	14.1	15.3	21.6	12.7	13.5	14.1	12.8
その他	4.5	6.8	8.8	6.0	3.3	3.8	2.8

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

図表Ⅲ-19 海外で拡大する機能（国・地域ランキング）

（複数回答、%）

販売			生産				研究開発				地域統括				物流		
汎用品			高付加価値品				新製品開発		現地市場向け仕様変更								
順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%	順位	国・地域名	%
1	中国	44.1	1	中国	14.7	1	中国	10.6	1	中国	4.8	1	中国	7.8	1	シンガポール	3.9
2	タイ	29.1	2	タイ	10.0	2	タイ	6.6	2	米国	3.9	2	タイ	4.5	2	中国	3.8
3	米国	28.5	3	ベトナム	9.8	3	ベトナム	5.0	3	西欧	2.6	3	米国	4.2	3	タイ	3.5
4	ベトナム	25.1	4	インド	5.2	3	米国	5.0	4	タイ	2.4	4	ベトナム	3.2	4	米国	3.0
5	インドネシア	22.4	5	インドネシア	4.6	5	インドネシア	3.8	5	ベトナム	1.9	5	西欧	2.8	5	西欧	2.6
6	台湾	17.3	6	米国	4.0	6	台湾	3.0	6	台湾	1.7	6	インド	2.7	6	香港	1.0
7	西欧	16.2	7	ミャンマー	2.6	6	インド	3.0	7	インドネシア	1.5	7	台湾	2.2	7	ベトナム	0.9
8	インド	15.0	8	マレーシア	2.5	8	西欧	2.6	8	インド	1.2	8	シンガポール	1.9	8	マレーシア	0.7
9	シンガポール	13.9	9	台湾	2.1	9	韓国	2.0	9	シンガポール	1.1	8	インドネシア	1.9	9	インドネシア	0.5
10	韓国	12.9	9	フィリピン	2.1	10	マレーシア	1.9	10	韓国	0.9	10	マレーシア	1.4	9	フィリピン	0.5
11	香港	12.6	11	メキシコ	1.9	11	フィリピン	1.7	10	マレーシア	0.9	11	香港	0.8	11	台湾	0.4
12	マレーシア	11.8	12	韓国	1.6	12	メキシコ	1.6	12	フィリピン	0.5	11	フィリピン	0.8	11	韓国	0.4
13	フィリピン	10.8	12	カンボジア	1.6	12	中・東欧	1.6	12	カナダ	0.5	13	韓国	0.7	11	ミャンマー	0.4
14	ミャンマー	9.2	12	西欧	1.6	14	ミャンマー	1.4	14	香港	0.4	14	メキシコ	0.6	14	オーストラリア	0.3
15	メキシコ	6.5	15	中・東欧	1.3	15	シンガポール	1.2	14	カンボジア	0.4	15	ミャンマー	0.5	14	中・東欧	0.3
16	ロシア・CIS	4.6	16	バングラデシュ	1.2	16	香港	0.9	14	ミャンマー	0.4	15	中・東欧	0.5	16	カンボジア	0.2
17	中・東欧	4.3	17	シンガポール	1.1	17	オーストラリア	0.6	14	中・東欧	0.4	17	カナダ	0.4	16	インド	0.2
18	オーストラリア	3.9	18	香港	0.7	18	バングラデシュ	0.5	18	バングラデシュ	0.3	18	カンボジア	0.3	16	スリランカ	0.2
19	カナダ	3.0	19	オーストラリア	0.5	19	カンボジア、ブラジル、ロシア・CIS	0.4	18	オーストラリア	0.3	18	バングラデシュ	0.3	16	メキシコ	0.2
20	ブラジル	2.7	19	ブラジル	0.5	18	メキシコ	0.3	18	オーストラリア	0.3	18	オーストラリア	0.3	16	ブラジル	0.2
	ASEAN6	56.1		ASEAN6	19.1		ASEAN6	13.3		ASEAN6	5.7		ASEAN6	8.0		ASEAN6	8.6
	先進国	52.6		先進国	8.3		先進国	10.5		先進国	7.1		先進国	7.9		先進国	7.7
	新興国	74.6		新興国	29.5		新興国	21.2		新興国	9.0		新興国	13.0		新興国	7.5
	販売計	86.0		汎用品計	33.9		高付加価値品計	26.3		新製品開発計	13.1		現地市場向け仕様変更計	16.8		地域統括計	13.1
																物流計	14.1

[注] ①母数は「今後3年程度で海外事業の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数（992社）。
②西欧、ロシア・CIS、中・東欧の内訳は選択肢の設定が無い。
③ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。
④網掛けは回答率が10%以上の項目。

図表Ⅲ-20 海外で拡大する機能（国・地域別）

（複数回答、％）

	全体	販売	生産 (汎用品)	生産(高付 加価値品)	研究開発 (新製品開 発)	研究開発 (現地市場 向け仕様 変更)	地域統括	物流	その他
全体	100.0	86.0	33.9	26.3	13.1	16.8	13.1	14.1	4.5
先進国	61.0	52.6	8.3	10.5	7.1	7.9	7.7	7.3	1.2
新興国	89.7	74.6	29.5	21.2	9.0	13.0	7.5	10.6	3.5
アジア大洋州	90.6	76.0	29.8	21.9	9.7	13.7	10.8	11.1	3.5
ASEAN9	73.7	58.5	20.7	14.2	6.0	8.5	8.8	8.7	3.0
ASEAN6	70.5	56.1	19.1	13.3	5.7	8.0	8.6	7.9	2.2
中国	52.3	44.1	14.7	10.6	4.8	7.8	3.8	5.2	0.8
香港	14.1	12.6	0.7	0.9	0.4	0.8	1.0	2.0	0.3
台湾	20.6	17.3	2.1	3.0	1.7	2.2	0.4	1.7	0.3
韓国	15.0	12.9	1.6	2.0	0.9	0.7	0.4	0.9	0.2
シンガポール	17.7	13.9	1.1	1.2	1.1	1.9	3.9	2.2	0.2
タイ	38.6	29.1	10.0	6.6	2.4	4.5	3.5	3.5	1.1
マレーシア	14.7	11.8	2.5	1.9	0.9	1.4	0.7	1.1	0.5
インドネシア	26.8	22.4	4.6	3.8	1.5	1.9	0.5	1.5	0.7
フィリピン	13.4	10.8	2.1	1.7	0.5	0.8	0.5	1.4	0.4
ベトナム	34.1	25.1	9.8	5.0	1.9	3.2	0.9	3.4	1.3
カンボジア	5.2	2.6	1.6	0.4	0.4	0.3	0.2	0.7	0.9
ミャンマー	12.7	9.2	2.6	1.4	0.4	0.5	0.4	1.2	1.2
ラオス	1.6	0.6	0.2	0.2	0.0	0.1	0.0	0.4	0.5
インド	18.5	15.0	5.2	3.0	1.2	2.7	0.2	1.7	0.2
パキスタン	1.1	0.5	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2
バングラデシュ	3.8	2.1	1.2	0.5	0.3	0.3	0.1	0.3	0.2
スリランカ	1.3	0.8	0.1	0.3	0.0	0.0	0.2	0.2	0.1
オーストラリア	4.6	3.9	0.5	0.6	0.3	0.3	0.3	0.5	0.0
アジア大洋州その他	0.6	0.4	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1
北米・中南米	38.6	33.4	5.8	6.5	4.2	4.6	3.0	3.9	0.9
米国	33.5	28.5	4.0	5.0	3.9	4.2	3.0	3.4	0.6
カナダ	3.2	3.0	0.1	0.2	0.5	0.4	0.1	0.2	0.1
メキシコ	8.5	6.5	1.9	1.6	0.3	0.6	0.2	0.8	0.1
ブラジル	3.4	2.7	0.5	0.4	0.2	0.1	0.2	0.3	0.1
コロンビア	0.5	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0
北米・中南米その他	0.4	0.2	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1
欧州・ロシア	25.5	21.4	2.7	4.0	2.8	3.2	2.8	3.1	0.2
西欧	19.7	16.2	1.6	2.6	2.6	2.8	2.6	2.5	0.1
中・東欧	5.9	4.3	1.3	1.6	0.4	0.5	0.3	0.6	0.0
ロシア・CIS	4.9	4.6	0.0	0.4	0.2	0.1	0.0	0.3	0.1
欧州・ロシアその他	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
中東・アフリカ	5.6	4.6	0.6	0.4	0.2	0.2	0.1	0.7	0.3
トルコ	1.7	1.1	0.3	0.3	0.1	0.0	0.0	0.1	0.1
南アフリカ共和国	1.2	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
中東その他	2.3	2.1	0.2	0.1	0.0	0.1	0.0	0.3	0.1
アフリカその他	1.2	0.9	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.4	0.1
その他	1.1	0.8	0.1	0.3	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0

〔注〕①母数は「今後3年程度で海外事業の拡大を図る」企業のうち、拡大する機能について無回答の企業を除いた数（992社）。

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

③ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国の合計（重複する企業は除く）。

④ASEAN9は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、カンボジア、ミャンマー、ラオスの9カ国の合計（重複する企業は除く）。

⑤網掛けは回答率が10%以上の項目。

図表Ⅲ-21 海外で拡大する機能（機能別、時系列ランキング）

【販売】

(複数回答、%)

国・地域名	2016年度		2015年度		2014年度		2013年度	2012年度	2011年度
	(n=992)	順位	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位	(n=1,119)	(n=1,149)	(n=1,602)
中国	44.1	(1)	44.0	(1)	46.1	(1)	45.7	49.3	51.5
タイ	29.1	(2)	33.1	(2)	33.5	(2)	33.9	33.2	18.3
米国	28.5	(3)	29.6	(3)	24.9	(4)	20.6	21.9	15.7
ベトナム	25.1	(4)	22.2	(5)	18.4	(5)	18.9	18.5	12.4
インドネシア	22.4	(5)	25.9	(4)	26.5	(3)	26.5	26.7	17.0
台湾	17.3	(6)	18.7	(6)	18.2	(6)	17.0	18.7	15.0
西欧	16.2	(7)	17.8	(7)	13.7	(10)	13.1	12.8	11.5
インド	15.0	(8)	17.3	(8)	13.1	(11)	14.2	15.8	16.9
シンガポール	13.9	(9)	12.2	(11)	14.8	(7)	12.9	14.2	10.3
韓国	12.9	(10)	14.5	(9)	14.1	(8)	14.7	15.8	14.8
ASEAN6	56.1		57.4		56.6		53.9	56.0	38.2
販売 計	86.0		83.9		82.9		80.3	84.6	76.3

【生産（汎用品）】

(複数回答、%)

国・地域名	2016年度		2015年度		2014年度		2013年度	2012年度	2011年度
	(n=992)	順位	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位	(n=1,119)	(n=1,149)	(n=1,602)
中国	14.7	(1)	15.8	(1)	18.0	(1)	18.3	19.7	24.8
タイ	10.0	(2)	10.6	(2)	13.5	(2)	13.9	10.8	9.7
ベトナム	9.8	(3)	9.1	(3)	9.0	(3)	8.7	7.9	6.9
インド	5.2	(4)	3.9	(5)	4.7	(5)	5.2	4.2	5.2
インドネシア	4.6	(5)	6.7	(4)	7.9	(4)	9.2	7.3	6.9
米国	4.0	(6)	3.1	(6)	4.0	(6)	4.1	3.7	2.4
ミャンマー	2.6	(7)	2.2	(9)	2.9	(7)	2.2	-	-
マレーシア	2.5	(8)	1.9	(11)	2.3	(9)	2.9	2.4	2.4
台湾	2.1	(9)	2.7	(8)	2.6	(8)	2.9	2.5	2.6
フィリピン	2.1	(9)	2.1	(10)	2.1	(11)	2.1	1.3	1.4
ASEAN6	19.1		21.5		24.2		25.0	21.3	20.1
汎用品 計	33.9		33.7		37.1		39.9	35.6	39.0

【生産（高付加価値品）】

(複数回答、%)

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

【研究開発（新製品開発）】

(複数回答、%)

国・地域名	2016年度		2015年度		2014年度		2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=992)	順位	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位			
中国	4.8	(1)	5.9	(1)	5.4	(1)	5.3	5.7	6.4
米国	3.9	(2)	4.4	(2)	4.9	(2)	2.1	3.2	2.6
西欧	2.6	(3)	2.2	(4)	2.3	(4)	1.3	1.4	1.8
タイ	2.4	(4)	1.8	(5)	2.8	(3)	2.1	2.1	1.6
ベトナム	1.9	(5)	2.3	(3)	1.2	(6)	1.3	0.8	1.1
台湾	1.7	(6)	1.3	(6)	1.7	(5)	1.4	1.7	1.2
インドネシア	1.5	(7)	1.3	(6)	1.2	(6)	1.4	1.5	1.2
インド	1.2	(8)	1.1	(8)	0.8	(10)	0.4	0.4	0.9
シンガポール	1.1	(9)	1.0	(9)	1.1	(9)	1.3	1.0	0.5
韓国	0.9	(10)	0.8	(11)	1.2	(6)	1.3	1.3	1.2
マレーシア	0.9	(10)	0.8	(11)	0.4	(13)	0.8	0.8	0.7
ASEAN6	5.7		5.3		5.6		4.6	4.2	3.4
新製品 計	13.1		12.5		12.4		10.9	11.3	11.4

【研究開発（現地市場向け仕様変更）】

(複数回答、%)

国・地域名	2016年度		2015年度		2014年度		2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=992)	順位	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位			
中国	7.8	(1)	8.8	(1)	11.2	(1)	9.7	10.3	9.6
タイ	4.5	(2)	3.8	(3)	5.0	(2)	4.8	5.7	3.4
米国	4.2	(3)	4.4	(2)	4.4	(3)	3.1	4.2	2.4
ベトナム	3.2	(4)	2.2	(6)	1.9	(8)	1.4	2.0	1.6
西欧	2.8	(5)	2.2	(6)	2.1	(7)	1.5	1.7	2.1
インド	2.7	(6)	2.5	(5)	2.2	(6)	1.9	2.0	2.1
台湾	2.2	(7)	1.9	(8)	2.6	(5)	1.9	2.4	2.1
シンガポール	1.9	(8)	1.8	(9)	1.5	(9)	2.1	1.6	1.1
インドネシア	1.9	(8)	2.7	(4)	3.5	(4)	2.7	3.6	2.4
マレーシア	1.4	(10)	1.8	(9)	1.1	(11)	1.6	1.9	1.2
ASEAN6	8.0		8.0		8.9		8.3	9.6	6.4
現地市場向け仕様変更計	16.8		16.3		18.7		16.5	18.7	16.3

【物流】

(複数回答、%)

国・地域名	2016年度		2015年度		2014年度		2013年度 (n=1,119)	2012年度 (n=1,149)	2011年度 (n=1,602)
	(n=992)	順位	(n=895)	順位	(n=1,001)	順位			
中国	5.2	(1)	5.8	(1)	5.0	(1)	4.9	6.4	8.5
タイ	3.5	(2)	4.6	(2)	4.0	(2)	3.6	3.7	3.1
ベトナム	3.4	(3)	3.4	(4)	1.9	(4)	2.7	2.3	1.7
米国	3.4	(3)	3.7	(3)	2.0	(3)	1.2	1.8	0.6
西欧	2.5	(5)	2.3	(6)	1.1	(9)	0.4	0.4	0.9
シンガポール	2.2	(6)	2.8	(5)	0.9	(11)	2.0	2.0	1.9
香港	2.0	(7)	2.2	(7)	1.2	(7)	1.4	1.8	2.2
台湾	1.7	(8)	2.0	(8)	0.5	(13)	0.8	1.3	1.5
インド	1.7	(8)	1.7	(9)	1.7	(5)	2.1	1.2	2.0
インドネシア	1.5	(10)	1.7	(9)	1.6	(6)	2.9	2.6	2.4
ASEAN6	7.9		9.7		6.2		7.7	6.8	6.2
物流 計	14.1		16.9		11.4		13.4	13.3	14.0

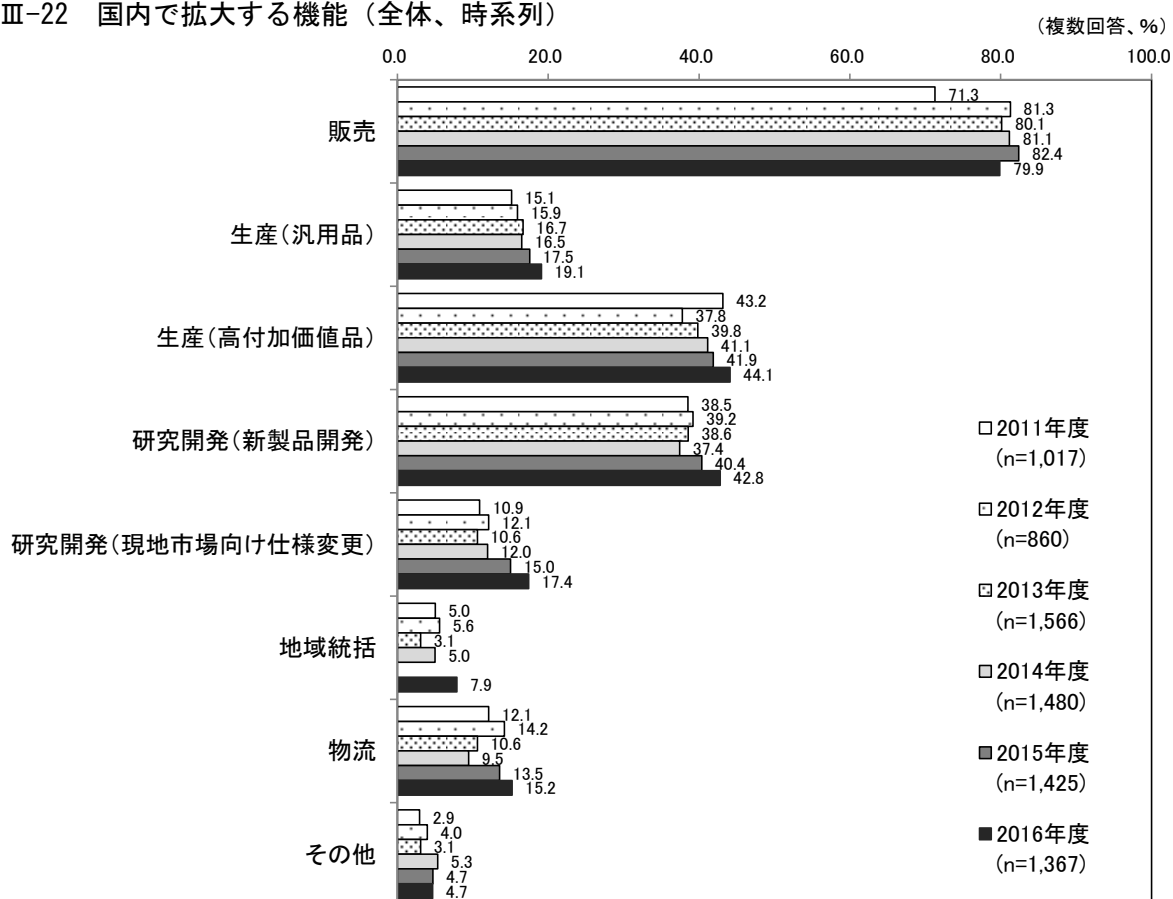
[注] 図表Ⅲ-20 と同じ。

7. 国内で拡大を図る機能

日本国内で事業規模の拡大を図ると回答した企業の79.9%が販売機能の拡大を図ると回答。次いで生産（高付加価値品）で44.1%、研究開発（新製品開発）で42.8%の企業が拡大を図ると回答した。また物流機能を拡大する企業の比率が増加した。

海外および国内で拡大を図る機能を比べると、前年に引き続き生産（高付加価値品）、研究開発（新製品開発）で国内での拡大意欲が海外を上回った。また、研究開発では現地市場向け仕様変更において2011年度以降で初めて、物流機能では4年ぶりに国内での拡大意欲が海外を上回った。

図表Ⅲ-22 国内で拡大する機能（全体、時系列）



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

図表Ⅲ-23 国内で拡大する機能（全体、企業規模別）

(複数回答、%)

	全体 (n=1,367)	大企業 (n=250)	大企業 (n=54)	中堅企業 (n=196)	中小企業 (n=1,117)	中小企業 (n=439)	小規模企業者 (n=678)
販売機能	79.9	74.8	74.1	75.0	81.0	80.0	81.7
生産(汎用品)	19.1	15.6	11.1	16.8	19.9	21.6	18.7
生産(高付加価値品)	44.1	39.6	33.3	41.3	45.1	44.4	45.6
研究開発(新製品開発)	42.8	42.4	40.7	42.9	42.9	44.2	42.0
研究開発(現地市場向け仕様変更)	17.4	18.8	14.8	19.9	17.1	17.5	16.8
地域統括	7.9	6.8	7.4	6.6	8.1	9.3	7.4
物流	15.2	16.0	20.4	14.8	15.0	18.7	12.7
その他	4.7	10.8	16.7	9.2	3.3	4.1	2.8

〔注〕網掛けは回答率が30%以上の項目。

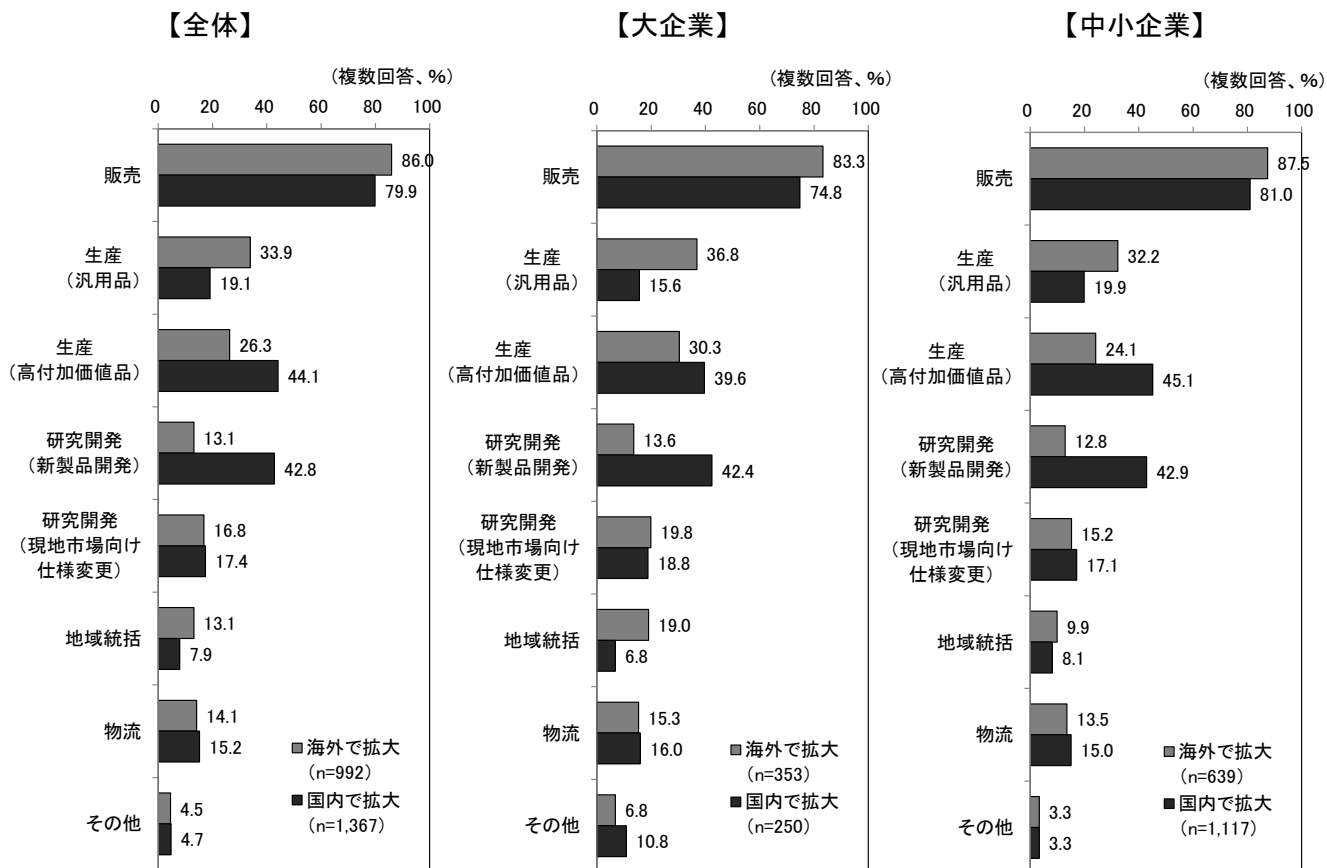
図表Ⅲ-24 国内で拡大する機能（全体、業種別）

(複数回答、%)

	社数	販売	生産 (汎用品)	生産 (高付加価値品)	研究開発 (新製品開発)	研究開発 (現地市場向け仕様変更)	地域統括	物流	その他
全体	1,367	79.9	19.1	44.1	42.8	17.4	7.9	15.2	4.7
製造業	767	80.3	26.3	59.7	56.5	21.5	8.7	14.6	0.8
飲食料品	192	85.4	31.3	58.9	51.0	19.3	8.3	16.7	0.5
繊維・織物／アパレル	44	93.2	22.7	50.0	45.5	25.0	6.8	20.5	0.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	34	79.4	23.5	52.9	55.9	23.5	5.9	26.5	2.9
化学	42	76.2	26.2	66.7	66.7	42.9	9.5	23.8	0.0
医薬品・化粧品	37	78.4	27.0	56.8	59.5	13.5	2.7	10.8	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	43	62.8	16.3	69.8	60.5	14.0	7.0	4.7	0.0
窯業・土石	10	70.0	20.0	70.0	50.0	10.0	10.0	20.0	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	79	81.0	30.4	54.4	59.5	22.8	10.1	12.7	0.0
一般機械	51	80.4	25.5	60.8	52.9	27.5	13.7	3.9	0.0
電気機械	48	83.3	27.1	56.3	62.5	29.2	8.3	16.7	0.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	18	83.3	22.2	72.2	66.7	16.7	5.6	16.7	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	42	59.5	26.2	66.7	54.8	19.0	11.9	14.3	2.4
精密機器	30	76.7	13.3	56.7	60.0	6.7	3.3	6.7	0.0
その他の製造業	97	83.5	25.8	61.9	59.8	20.6	11.3	13.4	3.1
非製造業	600	79.3	9.8	24.2	25.3	12.2	6.8	16.0	9.7
商社・卸売	294	92.2	10.2	23.8	23.5	9.9	6.1	16.7	1.7
小売	42	100.0	7.1	33.3	28.6	11.9	9.5	23.8	2.4
建設	30	60.0	13.3	46.7	50.0	26.7	20.0	6.7	13.3
運輸	25	28.0	4.0	4.0	4.0	4.0	0.0	88.0	8.0
金融・保険	16	31.3	0.0	0.0	25.0	0.0	6.3	0.0	62.5
通信・情報・ソフトウェア	47	72.3	10.6	36.2	48.9	27.7	6.4	4.3	14.9
専門サービス	38	47.4	2.6	18.4	21.1	5.3	2.6	2.6	36.8
その他の非製造業	108	75.0	13.9	20.4	18.5	13.9	7.4	9.3	13.9

[注] 網掛けは回答率が30%以上の項目。

図表Ⅲ-25 国内と海外で拡大する機能（全体、企業規模別）

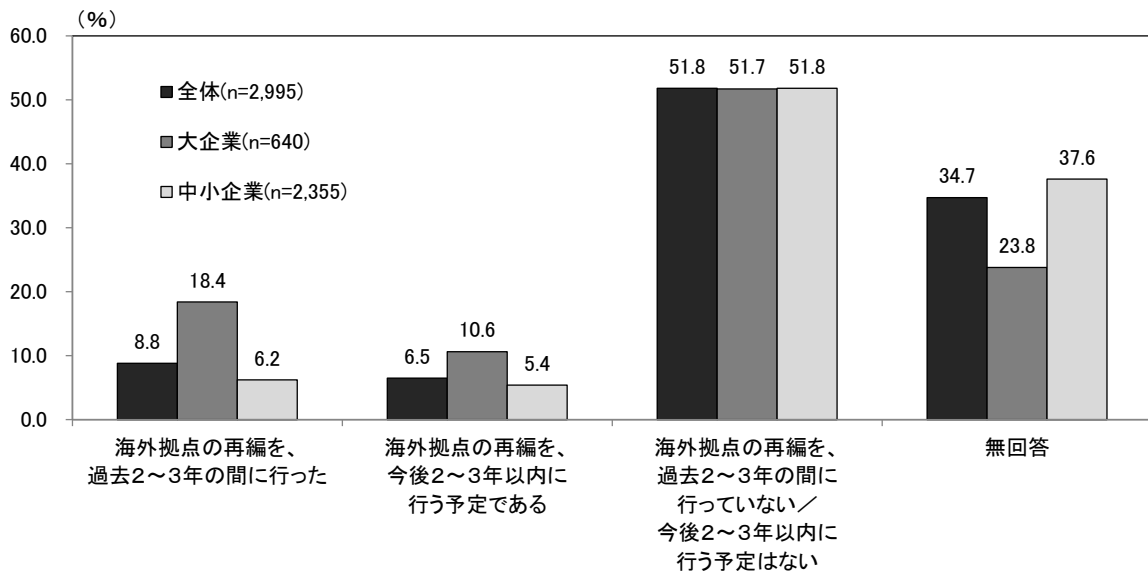


8. 海外/国内の拠点・機能の再編

海外拠点間の再編（海外→海外）、国内から海外への生産機能などの移管（日本→海外）、もしくは海外から日本への移管（海外→日本）のいずれかを過去2～3年の間に行ったか、また今後2～3年の間に行う予定かどうかについて尋ねたところ、「過去2～3年の間に行った」が8.8%、「今後2～3年以内に行う予定である」が6.5%、「過去2～3年の間に行っていない／今後2～3年以内に行う予定はない」が51.8%であった。

業種別では、「過去2～3年の間に行った」では「自動車／自動車部品／その他輸送機器」（19.6%）、「電気機械」（18.8%）、「今後2～3年以内に行う予定である」では「電気機械」（15.6%）、「情報通信機械器具／電子部品・デバイス」（15.1%）などとなった。

図表Ⅲ-26 国内外拠点・機能の再編（全体、企業規模別）



図表Ⅲ-27 国内外拠点・機能の再編（全体、業種別）

	社数	海外拠点の再編を、過去2～3年の間に行った	海外拠点の再編を、今後2～3年以内に行う予定である	海外拠点の再編を、過去2～3年の間に行っていない／今後2～3年以内に行う予定はない
全体	2,995	8.8	6.5	51.8
製造業	1,660	10.1	8.0	52.7
飲食料品	394	3.0	3.3	47.5
繊維・織物／アパレル	103	14.6	9.7	50.5
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	62	4.8	1.6	69.4
化学	92	13.0	10.9	54.3
医療品・化粧品	59	8.5	3.4	47.5
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	94	10.6	8.5	52.1
窯業・土石	28	14.3	10.7	50.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	168	8.9	7.7	60.7
一般機械	142	8.5	8.5	57.0
電気機械	96	18.8	15.6	41.7
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	53	15.1	15.1	50.9
自動車／自動車部品／その他輸送機器	107	19.6	11.2	59.8
精密機器	70	11.4	10.0	61.4
その他の製造業	192	13.0	9.4	49.0
非製造業	1,335	7.2	4.6	50.8
商社・卸売	641	8.6	5.8	50.4
小売	80	10.0	3.8	47.5
建設	90	7.8	8.9	48.9
運輸	75	8.0	4.0	45.3
金融・保険	77	0.0	2.6	48.1
通信・情報・ソフトウェア	83	6.0	1.2	60.2
専門サービス	70	4.3	4.3	50.0
その他の非製造業	219	5.5	2.3	53.4

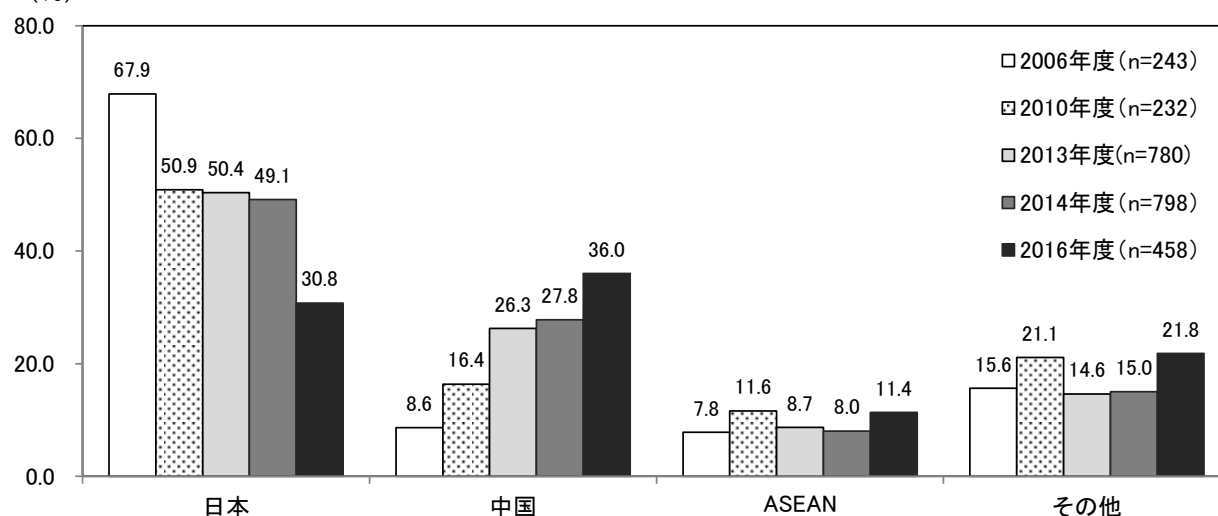
海外拠点の再編を「過去2～3年の間に行った」あるいは「今後2～3年以内に行う予定である」を合わせた移管件数全体（458件）でみると、移管元では中国が移管件数全体の36.0%を占め、日本（30.8%）を上回った。拠点・機能の移管先では、ASEANが36.9%を占め、2014年度調査に引き続き最多となったが、比率は縮小した。また日本への移管が14.6%とはじめて中国（13.8%）を上回った。日本、中国、ASEAN間の移管元と移管先の組み合わせでは、「中国からASEANへ移管」（15.3%）が最も多く、「日本からASEANへ移管」（12.9%）を上回った。中国からASEANへ移管（70件）では、ベトナムが最多（38件）となり、タイ、ミャンマー（各9件）が続いた。国別では「中国から日本」（8.5%）が最も多く、次いで「中国からベトナム」（8.3%）、「日本から中国」（6.8%）となった。

図表Ⅲ-28 国内外拠点・機能の移管元（全体）
（%）

移管元	件数	比率
全体	458	100.0
1 中国	165	36.0
2 日本	141	30.8
3 タイ	15	3.3
4 香港	13	2.8
5 西欧（英国を除くEU）	11	2.4
6 米国	10	2.2
6 台湾	10	2.2
6 マレーシア	10	2.2
9 ベトナム	8	1.7
9 シンガポール	8	1.7
11 韓国	6	1.3
12 インドネシア	5	1.1
13 フィリピン	4	0.9
13 インド	4	0.9
13 英国	4	0.9
16 中・東欧	3	0.7
（参考）ASEAN	52	11.4

〔注〕 件数が3件以上のみ。

図表Ⅲ-29 国内外拠点・機能の移管元（全体、時系列）
（%）



〔注〕 ①「その他」には、国名の記載がないものも含む。

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

図表Ⅲ-30 国内外拠点・機能の移管元（全体、業種別）

（複数回答、％）

	件数	先進国	新興国	アジア大洋州	中国	香港	台湾	韓国	ASEAN	ASEAN6														インド	パキスタン	バングラデシュ	スリランカ	オーストラリア
										シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	カンボジア	ミャンマー	ラオス										
全体	458	45.2	48.9	55.2	36.0	2.8	2.2	1.3	11.4	10.9	1.7	3.3	2.2	1.1	0.9	1.7	-	0.4	-	0.9	-	0.2	-	0.4				
製造業	300	46.7	47.3	53.3	37.7	2.7	1.7	1.0	9.3	8.7	2.3	3.3	1.0	1.0	-	1.0	-	0.7	-	0.3	-	-	-	0.7				
飲食料品	25	56.0	44.0	56.0	40.0	8.0	4.0	-	4.0	4.0	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
繊維・織物/アパレル	25	36.0	64.0	72.0	60.0	4.0	-	4.0	4.0	4.0	-	-	-	-	-	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-				
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	4	25.0	75.0	75.0	75.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
化学	22	54.5	40.9	50.0	31.8	9.1	-	-	9.1	9.1	4.5	4.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
医療品・化粧品	7	57.1	28.6	42.9	28.6	-	-	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	18	44.4	55.6	66.7	50.0	-	-	-	16.7	16.7	11.1	-	5.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
窯業・土石	7	100.0	-	14.3	-	-	-	-	14.3	14.3	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	28	35.7	60.7	67.9	46.4	-	3.6	-	17.9	10.7	3.6	-	-	3.6	-	3.6	-	7.1	-	-	-	-	-	-				
一般機械	24	33.3	54.2	58.3	41.7	-	4.2	-	12.5	12.5	4.2	8.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
電気機械	33	51.5	42.4	39.4	33.3	-	-	-	6.1	6.1	-	6.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	16	43.8	56.3	62.5	50.0	6.3	-	-	6.3	6.3	-	-	-	6.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
自動車/自動車部品/その他輸送機器	33	45.5	42.4	48.5	18.2	3.0	-	3.0	18.2	18.2	-	12.1	3.0	3.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.1				
精密機器	15	33.3	46.7	53.3	26.7	-	13.3	-	13.3	13.3	-	-	6.7	-	-	6.7	-	-	-	-	-	-	-	-				
その他の製造業	43	53.5	39.5	41.9	34.9	2.3	-	-	2.3	2.3	-	2.3	-	-	-	-	-	-	-	2.3	-	-	-	-				
非製造業	158	42.4	51.9	58.9	32.9	3.2	3.2	1.9	15.2	15.2	0.6	3.2	4.4	1.3	2.5	3.2	-	-	-	1.9	-	0.6	-	-				
商社・卸売	92	38.0	56.5	63.0	37.0	2.2	2.2	2.2	15.2	15.2	1.1	3.3	5.4	2.2	1.1	2.2	-	-	-	3.3	-	1.1	-	-				
小売	11	45.5	54.5	63.6	27.3	-	-	9.1	27.3	27.3	-	-	9.1	-	18.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
建設	15	60.0	33.3	26.7	13.3	-	-	-	13.3	13.3	-	-	-	-	-	13.3	-	-	-	-	-	-	-	-				
運輸	9	22.2	66.7	55.6	55.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
金融・保険	2	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-	50.0	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
通信・情報・ソフトウェア	6	50.0	50.0	50.0	33.3	-	-	-	16.7	16.7	-	-	-	-	-	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-				
専門サービス	6	50.0	50.0	50.0	16.7	-	-	-	33.3	33.3	-	16.7	-	-	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
その他の非製造業	17	52.9	35.3	70.6	29.4	17.6	-	-	5.9	5.9	-	-	5.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				

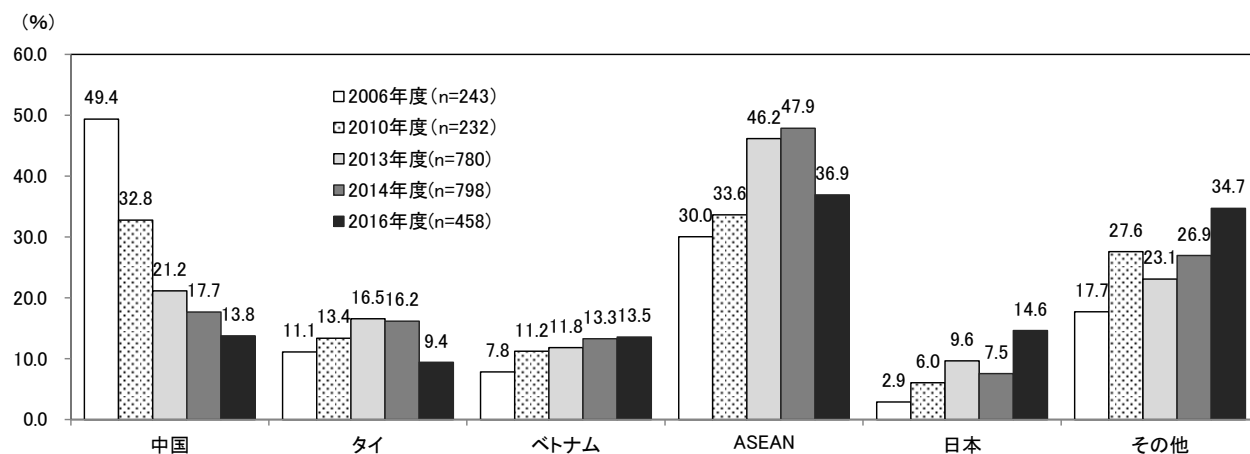
	北米・中南米	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	チリ	欧州・ロシア	英国	EU（英国を除く）	EU（EU以外）	中・東欧	ロシア・CIS	中東・アフリカ	トルコ	南アフリカ共和国	日本	その他	無回答
全体	3.1	2.2	0.2	0.2	0.2	-	4.6	0.9	2.4	0.2	0.7	0.4	0.4	-	-	30.8	-	5.9
製造業	3.3	2.0	0.3	0.3	0.3	-	5.0	1.3	2.3	0.3	0.7	0.3	0.3	-	-	32.0	-	6.0
飲食料品	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40.0	-	-
繊維・織物/アパレル	-	-	-	-	-	-	4.0	-	4.0	-	-	-	-	-	-	24.0	-	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0	-	-
化学	4.5	-	-	-	4.5	-	4.5	-	4.5	-	-	-	-	-	-	36.4	-	4.5
医療品・化粧品	-	-	-	-	-	-	14.3	14.3	-	-	-	-	-	-	-	28.6	-	14.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	5.6	5.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27.8	-	-
窯業・土石	14.3	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	71.4	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	3.6	3.6	-	-	-	-	7.1	-	3.6	3.6	-	-	-	-	-	17.9	-	3.6
一般機械	8.3	-	4.2	4.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.8	-	12.5
電気機械	3.0	3.0	-	-	-	-	6.1	-	6.1	-	-	3.0	-	-	-	42.4	-	6.1
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	-	-	-	-	-	-	12.5	6.3	6.3	-	-	-	-	-	-	25.0	-	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	-	-	-	-	-	-	12.1	6.1	-	-	3.0	3.0	-	-	-	27.3	-	12.1
精密機器	-	-	-	-	-	-	6.7	-	-	-	6.7	-	-	-	-	20.0	-	20.0
その他の製造業	4.7	4.7	-	-	-	-	2.3	-	2.3	-	-	-	-	-	-	44.2	-	7.0
非製造業	2.5	2.5	-	-	-	-	3.8	-	2.5	-	0.6	0.6	0.6	-	-	28.5	-	5.7
商社・卸売	2.2	2.2	-	-	-	-	4.3	-	3.3	-	1.1	-	-	-	-	25.0	-	5.4
小売	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36.4	-	-
建設	-	-	-	-	-	-	6.7	-	6.7	-	-	-	6.7	-	-	53.3	-	6.7
運輸	-	-	-	-	-	-	11.1	-	-	-	-	11.1	-	-	-	22.2	-	11.1
金融・保険	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
通信・情報・ソフトウェア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0	-	-
専門サービス	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0	-	-
その他の非製造業	5.9	5.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11.8	-	11.8

図表Ⅲ-31 国内外拠点・機能の移管先（全体）
（%）

移管先	件数	比率
全体	458	100.0
1 日本	67	14.6
2 中国	63	13.8
3 ベトナム	62	13.5
4 タイ	43	9.4
5 米国	21	4.6
6 西欧（英国を除くEU）	20	4.4
7 シンガポール	19	4.1
8 インドネシア	17	3.7
9 ミャンマー	13	2.8
10 台湾	11	2.4
11 香港	10	2.2
12 フィリピン	8	1.7
12 インド	8	1.7
14 バングラデシュ	7	1.5
15 英国	4	0.9
15 中・東欧	4	0.9
15 カンボジア	4	0.9
18 マレーシア	3	0.7
18 ロシア・CIS	3	0.7
(参考) ASEAN	169	36.9

〔注〕 件数が3件以上のみ。

図表Ⅲ-32 国内外拠点・機能の移管先（全体、時系列）



〔注〕 ①移管元、移管先とも「その他」には、国名の記載がないものも含む。
②2006年度、2010年度は、ジェットロ・メンバーズのみを対象とした調査。

図表Ⅲ-33 国内外拠点・機能の移管先（全体、業種別）

（複数回答、%）

	件数	先進国	新興国	アジア大洋州	中国	香港	台湾	韓国	ASEAN	ASEAN6	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	カンボジア	ミャンマー	ラオス	インド	パキスタン	バングラデシュ	スリランカ	オーストラリア
全体	458	34.5	54.1	59.6	13.8	2.2	2.4	0.4	36.9	33.2	4.1	9.4	0.7	3.7	1.7	13.5	0.9	2.8	-	1.7	-	1.5	0.2	0.2
製造業	300	34.3	56.3	58.7	16.7	1.3	2.0	0.7	33.7	30.0	2.3	9.3	0.3	4.0	1.7	12.3	0.7	3.0	-	2.0	-	1.7	0.3	0.3
飲食料品	25	68.0	28.0	40.0	12.0	8.0	4.0	-	16.0	12.0	-	8.0	-	-	-	4.0	-	4.0	-	-	-	-	-	-
繊維・織物/アパレル	25	28.0	72.0	76.0	12.0	4.0	-	-	52.0	32.0	-	12.0	-	12.0	-	8.0	-	20.0	-	-	-	8.0	-	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	4	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-	50.0	25.0	-	-	-	-	-	25.0	-	25.0	-	-	-	-	-	-
化学	22	22.7	63.6	59.1	36.4	-	-	4.5	13.6	13.6	4.5	4.5	-	4.5	-	-	-	-	-	4.5	-	-	-	-
医療品・化粧品	7	42.9	42.9	57.1	28.6	-	-	14.3	14.3	14.3	-	-	-	-	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	18	33.3	61.1	50.0	16.7	-	-	-	27.8	27.8	-	16.7	-	5.6	-	5.6	-	-	-	-	-	5.6	-	-
窯業・土石	7	28.6	71.4	57.1	-	-	-	-	57.1	57.1	-	-	-	-	-	57.1	-	-	-	-	-	-	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	28	21.4	60.7	57.1	14.3	-	3.6	-	39.3	32.1	-	3.6	3.6	-	-	25.0	-	7.1	-	-	-	-	-	-
一般機械	24	41.7	41.7	54.2	16.7	-	4.2	-	33.3	33.3	8.3	4.2	-	8.3	-	12.5	-	-	-	-	-	-	-	-
電気機械	33	24.2	66.7	63.6	18.2	-	3.0	-	36.4	36.4	-	15.2	-	6.1	6.1	9.1	-	-	-	6.1	-	-	-	-
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	16	37.5	62.5	62.5	12.5	-	6.3	-	37.5	37.5	6.3	12.5	-	-	6.3	12.5	-	-	-	-	-	6.3	-	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	33	24.2	60.6	57.6	21.2	-	-	-	33.3	30.3	-	15.2	-	6.1	-	9.1	3.0	-	-	-	-	3.0	-	-
精密機器	15	40.0	53.3	53.3	6.7	-	-	-	33.3	33.3	-	13.3	-	-	-	20.0	-	-	-	13.3	-	-	-	-
その他の製造業	43	39.5	51.2	65.1	16.3	2.3	2.3	-	37.2	34.9	7.0	7.0	-	2.3	2.3	16.3	2.3	-	-	2.3	-	-	2.3	2.3
非製造業	158	34.8	50.0	61.4	8.2	3.8	3.2	-	43.0	39.2	7.6	9.5	1.3	3.2	1.9	15.8	1.3	2.5	-	1.3	-	1.3	-	-
商社・卸売	92	31.5	56.5	68.5	12.0	5.4	3.3	-	43.5	38.0	6.5	10.9	2.2	-	1.1	17.4	2.2	3.3	-	1.1	-	2.2	-	-
小売	11	54.5	36.4	45.5	-	-	-	-	45.5	45.5	9.1	9.1	-	9.1	-	18.2	-	-	-	-	-	-	-	-
建設	15	26.7	60.0	60.0	-	-	-	-	53.3	46.7	13.3	13.3	-	-	6.7	13.3	-	6.7	-	6.7	-	-	-	-
運輸	9	66.7	33.3	55.6	11.1	-	11.1	-	33.3	33.3	11.1	-	-	11.1	-	11.1	-	-	-	-	-	-	-	-
金融・保険	2	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-	50.0	50.0	-	-	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
通信・情報・ソフトウェア	6	50.0	33.3	50.0	16.7	-	-	-	33.3	33.3	16.7	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
専門サービス	6	16.7	66.7	66.7	-	-	-	-	66.7	66.7	-	16.7	-	16.7	16.7	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-
その他の非製造業	17	29.4	23.5	41.2	-	5.9	5.9	-	29.4	29.4	5.9	-	-	11.8	-	11.8	-	-	-	-	-	-	-	-

	北米・中南米	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	チリ	欧州・ロシア	英国	EU（英国を除く）	EU（EU以外）	中・東欧	ロシア・CIS	中東・アフリカ	トルコ	南アフリカ共和国	日本	その他	無回答
全体	5.7	4.6	0.2	0.2	0.2	-	7.2	0.9	4.4	0.4	0.9	0.7	1.1	0.2	0.2	14.6	0.4	11.4
製造業	7.3	6.0	0.3	0.3	0.3	-	7.7	1.0	4.7	0.3	1.0	0.7	1.0	0.3	0.3	15.3	0.7	9.3
飲食料品	20.0	16.0	4.0	-	-	-	8.0	4.0	4.0	-	-	-	-	-	-	28.0	-	4.0
繊維・織物/アパレル	4.0	4.0	-	-	-	-	12.0	-	12.0	-	-	-	-	-	-	8.0	-	-
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	25.0	25.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0	-	-
化学	4.5	-	-	-	4.5	-	-	-	-	-	-	-	4.5	4.5	-	13.6	4.5	13.6
医療品・化粧品	-	-	-	-	-	-	14.3	-	14.3	-	-	-	-	-	-	14.3	-	14.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	11.1	5.6	-	-	-	-	5.6	-	-	-	-	5.6	-	-	-	27.8	-	5.6
窯業・土石	14.3	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14.3	-	-	14.3	-	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	7.1	3.6	-	3.6	-	-	7.1	-	3.6	-	3.6	-	-	-	-	10.7	-	17.9
一般機械	12.5	12.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16.7	-	16.7
電気機械	3.0	3.0	-	-	-	-	12.1	6.1	3.0	-	-	3.0	3.0	-	3.0	9.1	-	9.1
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	6.3	6.3	-	-	-	-	12.5	-	6.3	-	6.3	-	-	-	-	12.5	6.3	-
自動車/自動車部品/その他輸送機器	-	-	-	-	-	-	12.1	-	9.1	-	3.0	-	-	-	-	15.2	-	15.2
精密機器	-	-	-	-	-	-	13.3	-	13.3	-	-	-	-	-	-	26.7	-	6.7
その他の製造業	9.3	9.3	-	-	-	-	4.7	-	2.3	2.3	-	-	-	-	-	11.6	-	9.3
非製造業	2.5	1.9	-	-	-	-	6.3	0.6	3.8	0.6	0.6	1.3	-	-	-	13.3	-	15.2
商社・卸売	1.1	1.1	-	-	-	-	7.6	1.1	3.3	1.1	1.1	1.1	-	-	-	9.8	-	12.0
小売	9.1	9.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36.4	-	9.1
建設	6.7	-	-	-	-	-	13.3	-	13.3	-	-	-	6.7	-	-	-	-	13.3
運輸	-	-	-	-	-	-	11.1	-	11.1	-	-	-	-	-	-	33.3	-	-
金融・保険	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
通信・情報・ソフトウェア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	-	16.7
専門サービス	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16.7	-	16.7
その他の非製造業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11.8	-	47.1

図表Ⅲ-34 国内外拠点・機能の再編状況（移管元×移管先ランキング）

(複数回答、件、%)

	移管元	移管先	件数	構成比
	全体		458	100.0
1	中国	日本	39	8.5
2	中国	ベトナム	38	8.3
3	日本	中国	31	6.8
4	中国	中国	24	5.2
5	日本	タイ	20	4.4
6	日本	ベトナム	15	3.3
7	日本	シンガポール	12	2.6
8	日本	米国	9	2.0
8	中国	タイ	9	2.0
8	中国	ミャンマー	9	2.0
11	日本	インドネシア	6	1.3
11	日本	インド	6	1.3
11	米国	米国	6	1.3
14	中国	香港	5	1.1
14	日本	西欧(英国を除くEU)	5	1.1
14	中国	インドネシア	5	1.1
14	中国	フィリピン	5	1.1
14	中国	バングラデシュ	5	1.1
14	西欧(英国を除くEU)	西欧(英国を除くEU)	5	1.1
20	中国	米国	4	0.9
20	台湾	日本	4	0.9
20	香港	日本	4	0.9
20	韓国	日本	4	0.9
20	インドネシア	日本	4	0.9
20	日本	台湾	4	0.9
20	中国	台湾	4	0.9
20	マレーシア	タイ	4	0.9
20	タイ	タイ	4	0.9
20	タイ	インドネシア	4	0.9
30	フィリピン	日本	3	0.7
30	中国	西欧(英国を除くEU)	3	0.7
30	英国	西欧(英国を除くEU)	3	0.7
30	日本	英国	3	0.7
30	日本	香港	3	0.7
30	タイ	ベトナム	3	0.7
30	日本	フィリピン	3	0.7
30	香港	中国	3	0.7
30	中国	カンボジア	3	0.7

[注] ①移管元、または移管先が不明の案件を除く。件数が3件以上のみ。
 ②「西欧(英国を除くEU)」の内訳は選択肢の設定が無い。

図表Ⅲ-35 国内外拠点・機能の再編状況（日本、中国、ASEAN）

(複数回答、%)

		移管先				
		中国 (n=63)	ASEAN (n=169)	日本 (n=67)	その他 (n=159)	全体 (n=458)
移管元	中国 (n=165)	5.2	15.3	8.5	7.0	36.0
	ASEAN (n=52)	0.4	7.0	2.6	1.3	11.4
	日本 (n=141)	6.8	12.9	0.0	11.1	30.8
	その他 (n=100)	1.3	1.7	3.5	15.3	21.8
	全体 (n=458)	13.8	36.9	14.6	34.7	100.0

[注] 移管元、移管先とも「その他」には、国名の記載がないものも含む。

図表Ⅲ-36 日本・中国・ASEAN間の移管パターン（全体、時系列）

（複数回答、%）

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

〔注〕2006年度、2010年度は、ジェトロ・メンバーズのみを対象とした調査。

図表Ⅲ-37 日本・中国・ASEAN間の移管パターン（詳細）

（複数回答、%）

移管元	移管先	構成比	主な業種
日本	ASEAN(n=59)	12.9	その他の製造業(15.3%) 商社・卸売(13.6%) 建設(10.2%)
	タイ(n=20)	4.4	その他の製造業(15.0%) 商社・卸売(15.0%)
	ベトナム(n=15)	3.3	窒業・土石(26.7%) 鉄鋼／非鉄金属／金属製品(20.0%) その他の製造業(20.0%)
	シンガポール(n=12)	2.6	その他の製造業(16.7%) 商社・卸売(16.7%) 建設(16.7%)
日本	中国(n=31)	6.8	電気機械(19.4%) 商社・卸売(19.4%) その他の製造業(16.1%)
中国	ASEAN(n=70)	15.3	商社・卸売(30.0%) 繊維・織物／アパレル(12.9%) 電気機械(11.4%)
	ベトナム(n=38)	8.3	商社・卸売(34.2%)
	タイ(n=9)	2.0	商社・卸売(44.4%) 電気機械(22.2%)
	ミャンマー(n=9)	2.0	繊維・織物／アパレル(55.6%) 商社・卸売(22.2%)
中国	日本(n=39)	8.5	石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品(12.8%)
中国	中国(n=24)	5.2	化学(20.8%) 鉄鋼／非鉄金属／金属製品(12.5%) 商社・卸売(12.5%)
全体(n=458)		100.0	商社・卸売(20.1%) その他製造業(9.4%)

〔注〕主な業種名に続く数値は、各移管パターンを100とした場合の比率（%）を示す。

図表Ⅲ-38 国内外拠点・機能の再編状況（移管元×移管先）

(複数回答、%)

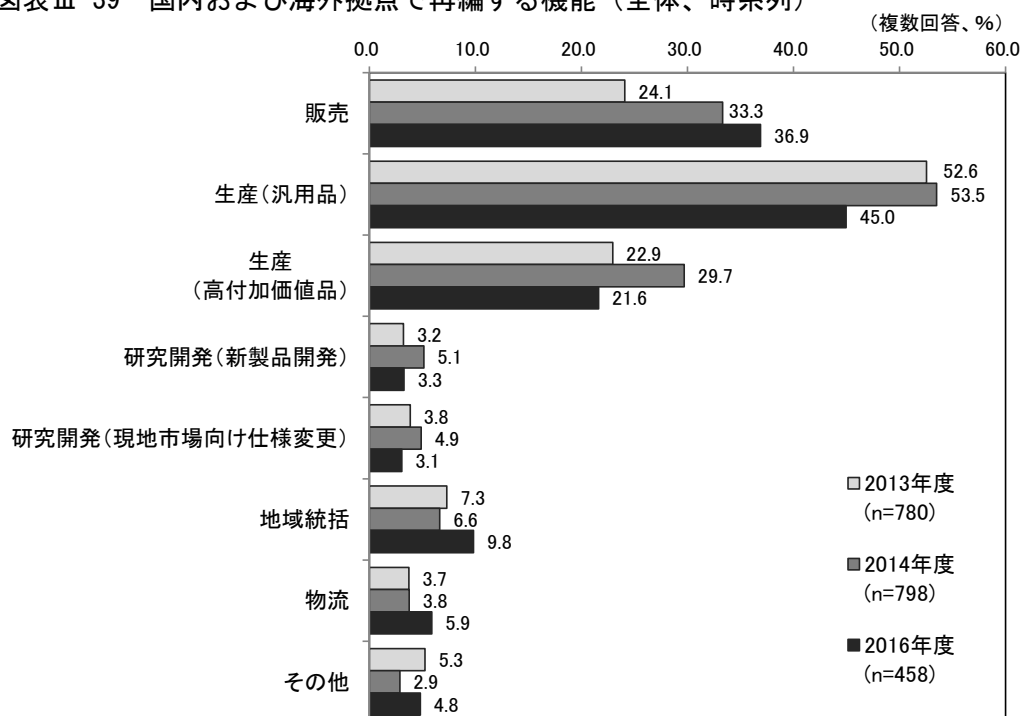
	全体 (件数)	移管先																
		中国	香港	台湾	韓国	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	カンボジア	ミャンマー	ラオス	インド	パキスタン	バングラ	
全体(件数)	458	63	10	11	2	19	43	3	17	8	62	4	13	-	8	-	7	
中国	165	5.2	1.1	0.9	-	0.2	2.0	-	1.1	1.1	8.3	0.7	2.0	-	-	-	1.1	
香港	13	0.7	-	0.4	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	
台湾	10	0.2	-	-	-	0.2	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	
韓国	6	0.2	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
シンガポール	8	0.2	-	-	-	-	0.4	0.2	0.2	-	0.2	-	-	-	-	-	-	
タイ	15	0.2	-	-	-	-	0.9	-	0.9	-	0.7	-	0.2	-	-	-	-	
マレーシア	10	-	-	-	-	0.2	0.9	0.2	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	
インドネシア	5	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
フィリピン	4	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ベトナム	8	-	0.2	-	-	-	0.2	-	0.2	-	0.4	-	-	-	-	-	0.2	
カンボジア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ミャンマー	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-	-	-	-	-	
ラオス	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
インド	4	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	
パキスタン	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
バングラデシュ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
スリランカ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
オーストラリア	2	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
米国	10	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カナダ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
メキシコ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ブラジル	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
チリ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
英国	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
西欧(英国を除くEU)	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
西欧(EU以外)	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
中・東欧	3	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ロシア・CIS	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
トルコ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
南アフリカ共和国	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
日本	141	6.8	0.7	0.9	0.4	2.6	4.4	0.2	1.3	0.7	3.3	0.2	0.2	-	1.3	-	0.2	
その他	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
無回答	27	-	-	0.2	-	0.2	0.2	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	

	カス ララン	ラオ リア ア スト	米 国	カナ ダ	メ キシ コ	ブラ ジル	チ リ	英 国	移管先									
									EU (英 国を除く)	EU (英 国を除く)	中 ・ 東 欧	ロ シ ア ・ C I S	トル コ	カ 南 ア フリ カ 共和 国	日 本	そ の 他	無 回 答	
全体(件数)	1	1	21	1	1	1	-	4	20	2	4	3	1	1	67	8	52	
中国	-	-	0.9	-	-	-	-	-	0.7	-	-	0.2	-	-	8.5	0.4	1.7	
香港	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.9	-	0.7	
台湾	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.9	-	0.7	
韓国	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.9	-	-	
シンガポール	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-	-	
タイ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	
マレーシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	0.4	
インドネシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.9	-	-	
フィリピン	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.7	-	-	
ベトナム	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.4	-	-	
カンボジア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ミャンマー	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ラオス	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
インド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	0.2	-	-	
パキスタン	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
バングラデシュ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	
スリランカ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
オーストラリア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	
米国	-	0.2	1.3	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	0.2	-	
カナダ	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
メキシコ	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ブラジル	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	
チリ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
英国	-	-	-	-	-	-	-	-	0.7	-	-	-	-	-	0.2	-	-	
西欧(英国を除くEU)	-	-	-	-	-	-	-	0.2	1.1	-	0.2	-	0.2	-	0.2	-	0.4	
西欧(EU以外)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	-	
中・東欧	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	0.2	-	-	-	-	-	-	-	
ロシア・CIS	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-	0.2	-	-	
トルコ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
南アフリカ共和国	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
日本	0	-	2.0	0.2	0.2	-	-	0.7	1.1	0.2	-	0.4	-	-	-	0.7	2.0	
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	0.2	0.2	
無回答	-	-	-	-	-	0.2	-	-	0.2	-	0.2	-	-	-	-	-	4.4	

[注] 網掛けは、比率が高い上位5パターンを示す。

国内外拠点・機能の再編する機能では引き続き汎用品の生産（45.0%）が最も高くなったが、比率は縮小した。次いで販売（36.9%）、高付加価値品の生産（21.6%）となった。汎用品の生産機能の再編では中国からの移管が最も多く、移管先はベトナム、日本のほか、中国国内での再編も多い。販売機能では、日本国内からの移管が最も多く、移管先は中国、タイ、米国となっている。中国からの移管では、中国国内での再編が最も多く、次いで日本への移管となっている。

図表Ⅲ-39 国内および海外拠点で再編する機能（全体、時系列）



図表Ⅲ-40 国内および海外拠点で再編する機能（全体、業種別）

	件数	再編する機能 (複数回答、%)						
		販売	生産(汎用品)	生産(高付加価値品)	研究開発(新製品開発)	研究開発(現地市場向け仕様変更)	地域統括	物流
全体	458	36.9	45.0	21.6	3.3	3.1	9.8	5.9
製造業	300	34.7	54.3	29.3	3.0	2.0	7.0	3.3
飲食料品	25	52.0	40.0	20.0	4.0	0.0	16.0	8.0
繊維・織物／アパレル	25	20.0	64.0	36.0	0.0	0.0	0.0	4.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	4	25.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
化学	22	54.5	63.6	36.4	4.5	0.0	4.5	0.0
医薬品・化粧品	7	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0	14.3	0.0
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	18	44.4	61.1	27.8	5.6	0.0	11.1	5.6
窯業・土石	7	14.3	71.4	57.1	0.0	0.0	0.0	0.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	28	17.9	67.9	50.0	0.0	3.6	7.1	0.0
一般機械	24	33.3	41.7	12.5	4.2	4.2	4.2	4.2
電気機械	33	39.4	54.5	27.3	9.1	6.1	6.1	6.1
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	16	43.8	56.3	37.5	0.0	6.3	18.8	0.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	33	24.2	57.6	30.3	3.0	3.0	9.1	6.1
精密機器	15	46.7	46.7	20.0	6.7	0.0	0.0	6.7
その他の製造業	43	34.9	48.8	23.3	0.0	0.0	4.7	0.0
非製造業	158	41.1	27.2	7.0	3.8	5.1	15.2	10.8
商社・卸売	92	42.4	31.5	6.5	2.2	1.1	13.0	7.6
小売	11	63.6	36.4	18.2	18.2	18.2	18.2	27.3
建設	15	40.0	13.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
運輸	9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	77.8
金融・保険	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
通信・情報ソフトウェア	6	50.0	50.0	16.7	16.7	50.0	33.3	0.0
専門サービス	6	50.0	66.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
その他の非製造業	17	41.2	5.9	5.9	5.9	11.8	11.8	0.0

図表Ⅲ-41 国内および海外拠点で再編する機能（移管元別）

(複数回答、%)

移管元	件数	販売	生産 (汎用品)	生産(高付加 価値品)	研究開発(新 製品開発)	研究開発(現 地市場向け 仕様変更)	地域統括	物流
全体	458	36.9	45.0	21.6	3.3	3.1	9.8	5.9
先進国	207	45.4	39.1	22.7	4.8	5.3	14.0	4.8
新興国	224	30.8	54.5	23.2	1.8	1.3	6.7	6.7
アジア大洋州	253	32.4	51.0	21.7	2.4	1.2	7.1	6.3
ASEAN9	52	48.1	42.3	19.2	5.8	3.8	5.8	7.7
ASEAN6	50	50.0	40.0	16.0	6.0	4.0	6.0	8.0
中国	165	22.4	59.4	25.5	1.8	0.6	7.3	5.5
香港	13	76.9	7.7	-	-	-	15.4	-
台湾	10	40.0	30.0	-	-	-	10.0	20.0
韓国	6	33.3	50.0	-	-	-	-	-
シンガポール	8	50.0	25.0	12.5	25.0	-	-	-
タイ	15	40.0	53.3	33.3	6.7	6.7	6.7	13.3
マレーシア	10	60.0	30.0	-	-	-	-	-
インドネシア	5	20.0	40.0	20.0	-	-	-	20.0
フィリピン	4	100.0	25.0	-	-	-	-	25.0
ベトナム	8	50.0	50.0	12.5	-	12.5	25.0	-
インド	4	100.0	25.0	25.0	-	-	-	25.0
北米・中南米	14	57.1	21.4	14.3	-	-	21.4	-
米国	10	50.0	20.0	20.0	-	-	30.0	-
欧州・ロシア	21	52.4	19.0	9.5	-	-	19.0	9.5
英国	4	50.0	-	-	-	-	50.0	-
西欧(英国を除くEU)	11	54.5	9.1	18.2	-	-	18.2	9.1
中・東欧	3	66.7	33.3	-	-	-	-	33.3
日本	141	42.6	47.5	28.4	5.7	7.8	13.5	5.0

〔注〕国・地域は移管元、移管先の件数が3件以上のみ。

図表Ⅲ-42 国内および海外拠点で再編する機能（移管先別）

(複数回答、%)

移管先	件数	販売	生産 (汎用品)	生産(高付加 価値品)	研究開発(新 製品開発)	研究開発(現 地市場向け 仕様変更)	地域統括	物流
全体	458	36.9	45.0	21.6	3.3	3.1	9.8	5.9
先進国	158	46.2	30.4	16.5	1.3	1.9	17.1	8.9
新興国	248	31.0	61.3	26.2	4.8	3.6	6.0	4.8
アジア大洋州	273	32.6	54.9	23.4	4.8	3.3	9.5	5.5
ASEAN9	169	31.4	57.4	22.5	4.7	3.6	10.7	4.7
ASEAN6	152	34.2	55.9	21.7	5.3	3.9	11.8	5.3
中国	63	34.9	60.3	25.4	4.8	3.2	4.8	7.9
香港	10	50.0	-	-	-	-	30.0	10.0
台湾	11	27.3	54.5	18.2	9.1	9.1	9.1	9.1
シンガポール	19	52.6	10.5	-	-	-	42.1	10.5
タイ	43	44.2	53.5	25.6	7.0	7.0	11.6	7.0
マレーシア	3	100.0	-	33.3	-	-	33.3	-
インドネシア	17	35.3	64.7	23.5	11.8	11.8	-	5.9
フィリピン	8	25.0	75.0	12.5	-	-	-	-
ベトナム	62	19.4	69.4	25.8	4.8	1.6	6.5	3.2
カンボジア	4	25.0	50.0	25.0	-	-	-	-
ミャンマー	13	-	76.9	30.8	-	-	-	-
インド	8	37.5	25.0	50.0	12.5	-	12.5	-
バングラデシュ	7	-	71.4	28.6	-	-	-	-
北米・中南米	26	50.0	38.5	30.8	3.8	7.7	23.1	3.8
米国	21	61.9	28.6	28.6	4.8	4.8	23.8	4.8
欧州・ロシア	33	57.6	15.2	9.1	-	-	18.2	12.1
英国	4	50.0	-	25.0	-	-	25.0	-
西欧(英国を除くEU)	20	60.0	-	-	-	-	25.0	15.0
中・東欧	4	50.0	50.0	25.0	-	-	-	25.0
ロシア・CIS	3	66.7	66.7	33.3	-	-	-	-
中東・アフリカ	5	60.0	40.0	20.0	-	-	-	-
日本	67	37.3	46.3	22.4	-	1.5	6.0	9.0

〔注〕国・地域は移管元、移管先の件数が3件以上のみ。

図表Ⅲ-43 販売、生産機能の主な移管先

【販売】

	件数	移管先 上位3カ国・地域		
全体	169	日本(14.8%)	中国(13.0%)	タイ(11.2%)
中国からの移管	37	中国(27.0%)	日本(21.6%)	ベトナム、西欧(英国を除くEU)(各8.1%)
日本からの移管	60	中国(16.7%)	タイ(13.3%)	米国(11.7%)

【生産(汎用品)】

	件数	移管先 上位3カ国・地域		
全体	206	ベトナム(20.9%)	中国(18.4%)	日本(15.0%)
中国からの移管	98	ベトナム(31.6%)	日本(20.4%)	中国(13.3%)
日本からの移管	67	中国(32.8%)	タイ(14.9%)	ベトナム(11.9%)

【生産(高付加価値品)】

	件数	移管先 上位3カ国・地域		
全体	99	中国、ベトナム(各16.2%)		日本(15.2%)
中国からの移管	42	日本(33.3%)	中国(21.4%)	ベトナム(16.7%)
日本からの移管	40	中国、ベトナム(各17.5%)		タイ(12.5%)

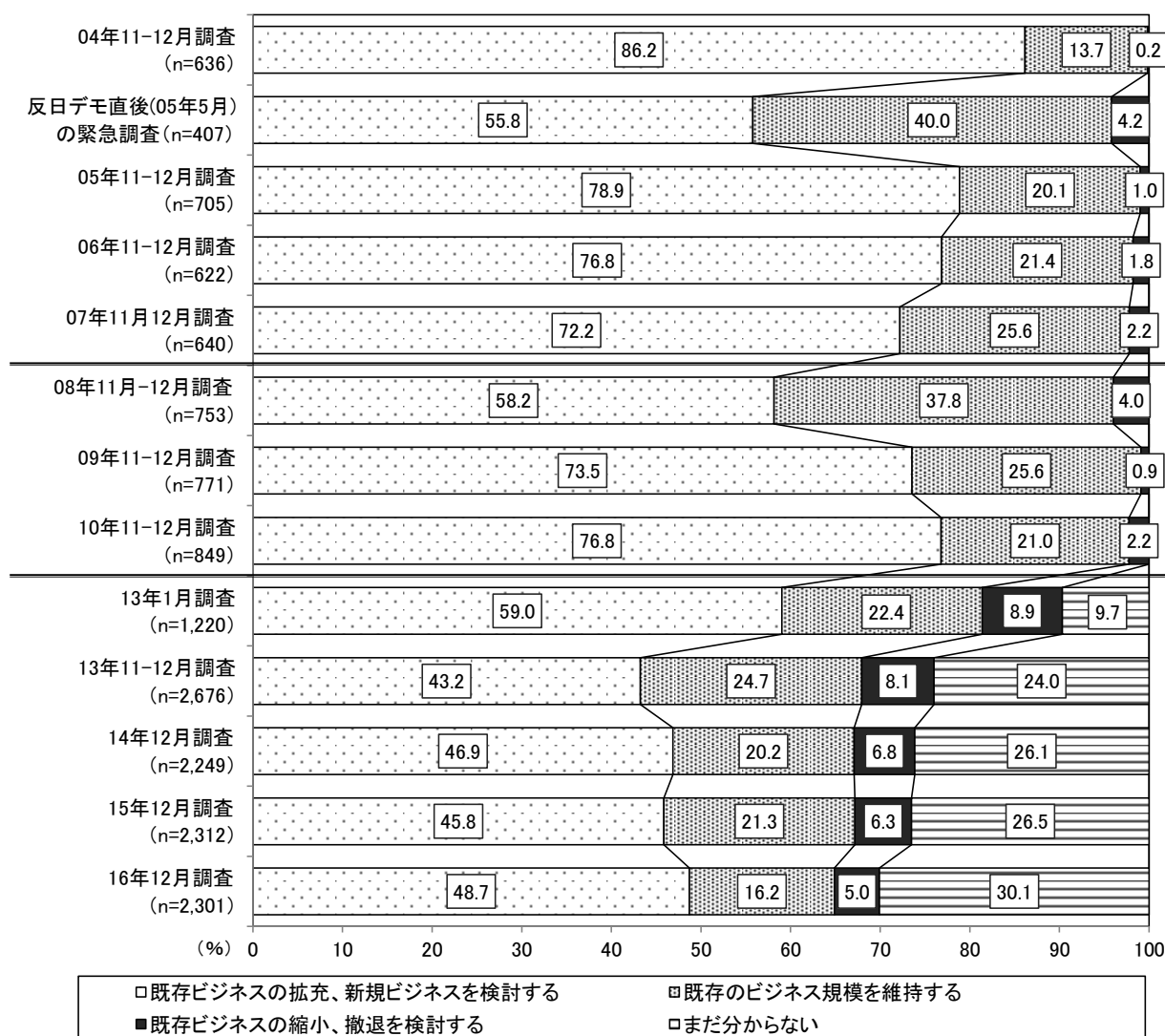
[注] カッコ内の比率は全件数、中国からの移管、日本からの移管件数に対する比率。

9. 今後の中国でのビジネス展開

中国に対する今後（3年程度）のビジネス展開（貿易、業務委託、技術提携、直接投資）について尋ねたところ、「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する」と回答した企業は48.7%と前年（45.8%）からやや増加、「既存のビジネス規模を維持」（16.2%）、「既存ビジネスを縮小、撤退」（5.0%）と回答した企業は減少した。一方、「まだ分からない」と回答した企業は前年の26.5%から30.1%に増加、日本企業の対中ビジネスへの姿勢は様子見の状態が続いている。

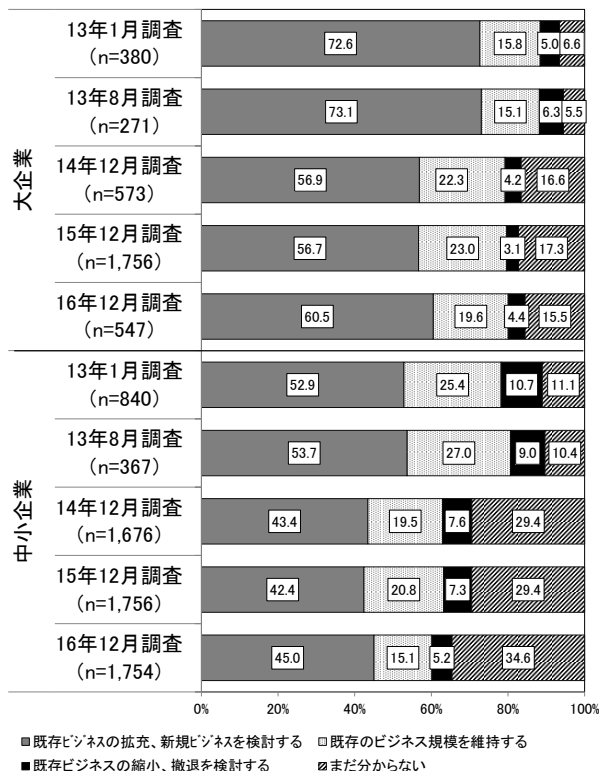
「既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討」する割合は、企業規模別では大企業が前年の56.7%から60.5%、中小企業は前年の42.4%から45.0%といずれもやや増加した。業種別においても製造業が前年48.2%から50.8%、非製造業が前年42.6%から45.7%といずれも増加した。

図表Ⅲ-44 今後の中国でのビジネス展開（全体、時系列）

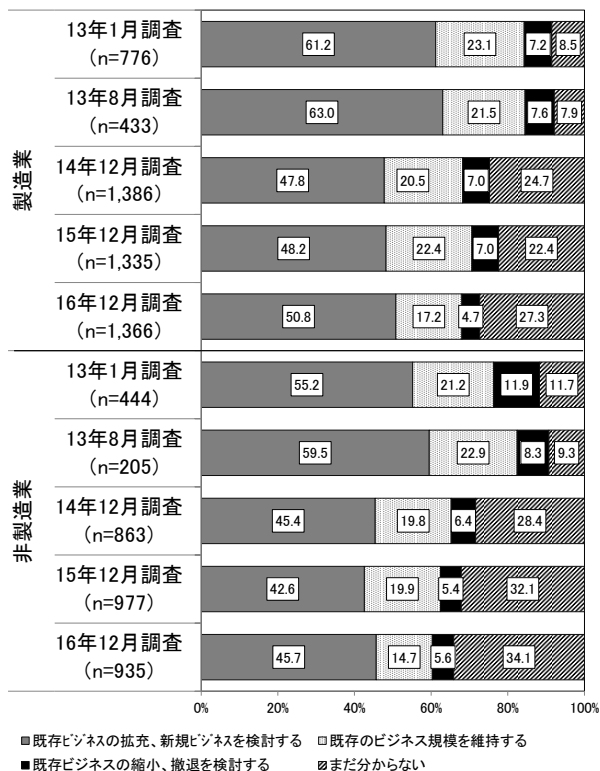


[注] ①2013年1月調査以降は全回答企業ベース、それ以前は回答企業のうちジェトロ・メンバーズからの回答に限定して集計
 ②2007年以前は製造業・商社・卸売・小売業に限定
 ③年により異なる設問項目を一部調整の上集計。
 ④2011年度は、今後のビジネス展開に関する設問を設けていない。

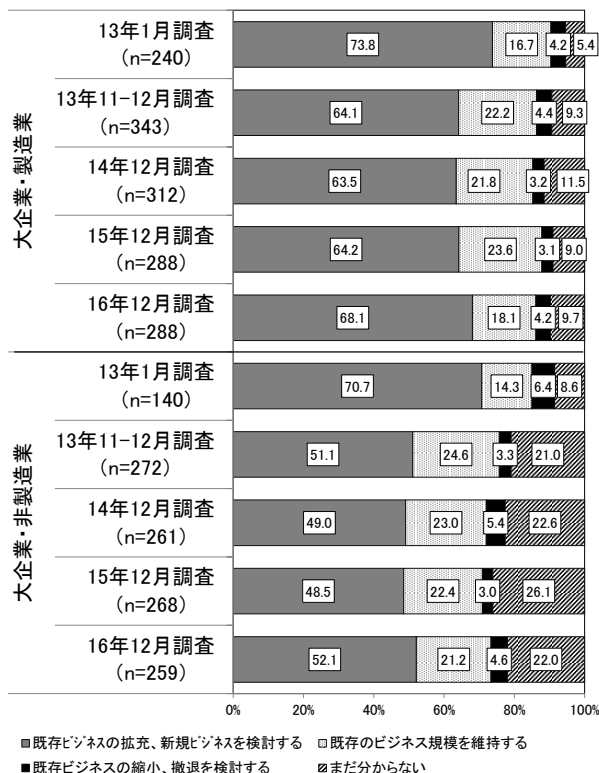
図表Ⅲ-45 今後の中国でのビジネス展開
(企業規模別、時系列)



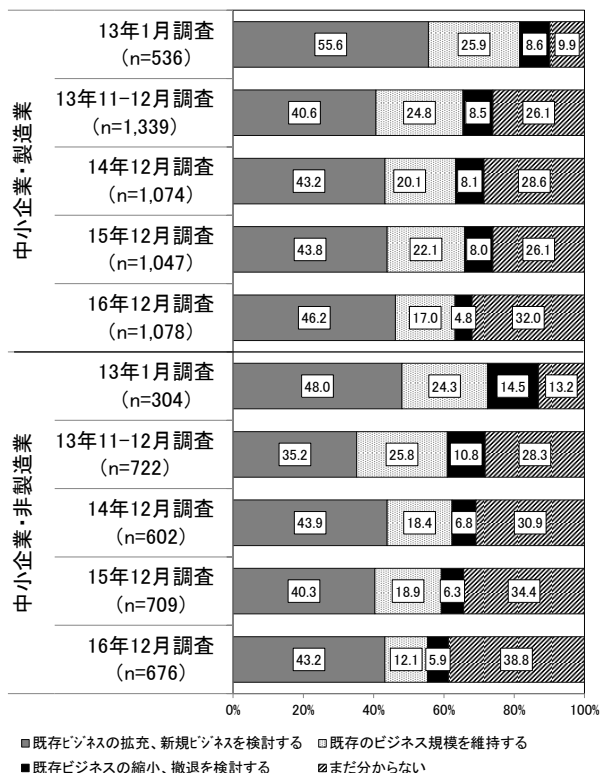
図表Ⅲ-46 今後の中国でのビジネス展開
(業種別、時系列)



図表Ⅲ-47 今後の中国でのビジネス展開
(大企業、業種別、時系列)



図表Ⅲ-48 今後の中国でのビジネス展開
(中小企業、業種別、時系列)



[注] 母数は「今後ともビジネス展開は行わない」「無回答」と回答した企業を除いて集計。

図表Ⅲ-49 今後の中国でのビジネス展開（全体、業種別）

（複数回答、％）

	社数	既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する	既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する	規模やベースを落としながらも、既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する	既存のビジネス規模を維持する	既存ビジネスの縮小、撤退を検討する	中国ビジネスは縮小して、他国への移管を検討する	中国ビジネスからは撤退して、他国での展開を検討する	まだ、分からない
全体	2,301	48.7	41.5	7.2	16.2	5.0	4.0	1.1	30.1
製造業	1,366	50.8	42.9	7.9	17.2	4.7	3.9	0.8	27.3
飲食料品	304	42.1	37.8	4.3	8.2	2.3	1.6	0.7	47.4
繊維・織物／アパレル	88	46.6	37.5	9.1	17.0	12.5	12.5	-	23.9
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	48	45.8	43.8	2.1	20.8	4.2	4.2	-	29.2
化学	83	56.6	51.8	4.8	24.1	1.2	1.2	-	18.1
医薬品・化粧品	51	68.6	54.9	13.7	7.8	2.0	2.0	-	21.6
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	76	52.6	43.4	9.2	22.4	3.9	3.9	-	21.1
窯業・土石	22	45.5	40.9	4.5	18.2	9.1	9.1	-	27.3
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	132	46.2	37.1	9.1	18.9	9.1	5.3	3.8	25.8
一般機械	121	51.2	40.5	10.7	26.4	5.0	2.5	2.5	17.4
電気機械	79	54.4	44.3	10.1	21.5	6.3	6.3	-	17.7
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	43	60.5	44.2	16.3	18.6	4.7	4.7	-	16.3
自動車／自動車部品／その他輸送機器	93	54.8	45.2	9.7	20.4	5.4	5.4	-	19.4
精密機器	62	58.1	45.2	12.9	25.8	3.2	3.2	-	12.9
その他の製造業	164	56.1	50.0	6.1	14.0	3.0	2.4	0.6	26.8
非製造業	935	45.7	39.5	6.2	14.7	5.6	4.1	1.5	34.1
商社・卸売	511	53.0	45.4	7.6	14.3	6.7	5.3	1.4	26.0
小売	58	44.8	36.2	8.6	13.8	-	-	-	41.4
建設	47	27.7	25.5	2.1	21.3	12.8	8.5	4.3	38.3
運輸	46	52.2	45.7	6.5	15.2	4.3	2.2	2.2	28.3
金融・保険	43	18.6	14.0	4.7	37.2	-	-	-	44.2
通信・情報・ソフトウェア	55	34.5	30.9	3.6	7.3	3.6	3.6	-	54.5
専門サービス	39	38.5	38.5	-	5.1	5.1	2.6	2.6	51.3
その他の非製造業	136	37.5	33.1	4.4	12.5	4.4	2.2	2.2	45.6

〔注〕①網掛けは各業種で回答比率が最大の項目。

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

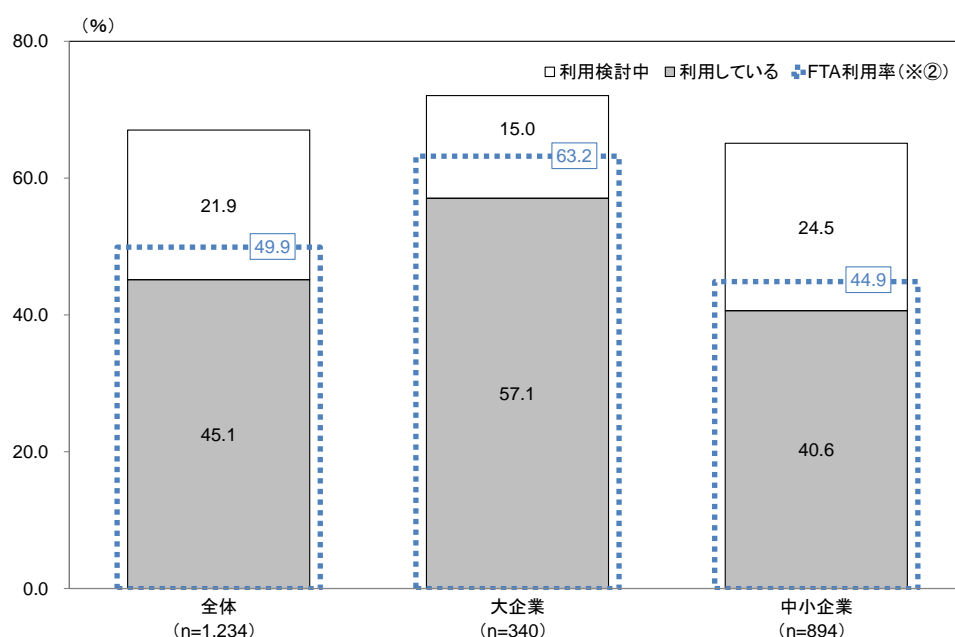
IV. 自由貿易協定 (FTA) の活用

1. 日本の FTA (EPA) の利用状況

日本との間で FTA（日本では一般に EPA と呼ばれる）が発効済みである主要国・地域（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、その他 ASEAN、インド、メキシコ、チリ、ペルー、スイス、オーストラリア、モンゴル）へ輸出を行う企業のうち、当該 FTA を利用していると回答した企業の比率は 45.1%（557 社）である。

特に大企業の利用率は 57.1%（194 社）と高く、利用検討中もあわせると 72.1%に上る。中小企業の利用率は大企業より低い、40.6%（363 社）と 4 割を超えた。

図表IV-1 日本の発効済み FTA の利用率（全体、企業規模別）



[注] ①母数は、対象国・地域（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、その他 ASEAN、インド、メキシコ、チリ、ペルー、スイス、オーストラリア、モンゴル）のいずれか一つ以上に輸出を行っている企業数。シンガポール、ブルネイとも二国間 FTA があるが、「その他 ASEAN」に含める。

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

FTA 利用率を計算する際の母数には、一般関税が無税であること、または他の関税減免制度の使用により、FTA を使う必要のない企業も 9.6%存在する。情報技術協定 (ITA) の存在などから、電気機械 (17.3%) や情報通信機器 (25.8%) など特にその割合が高い。これら企業を母数から除いた場合の FTA 利用率は、全体で 49.9%、大企業で 63.2%、中小企業で 44.9%となる。

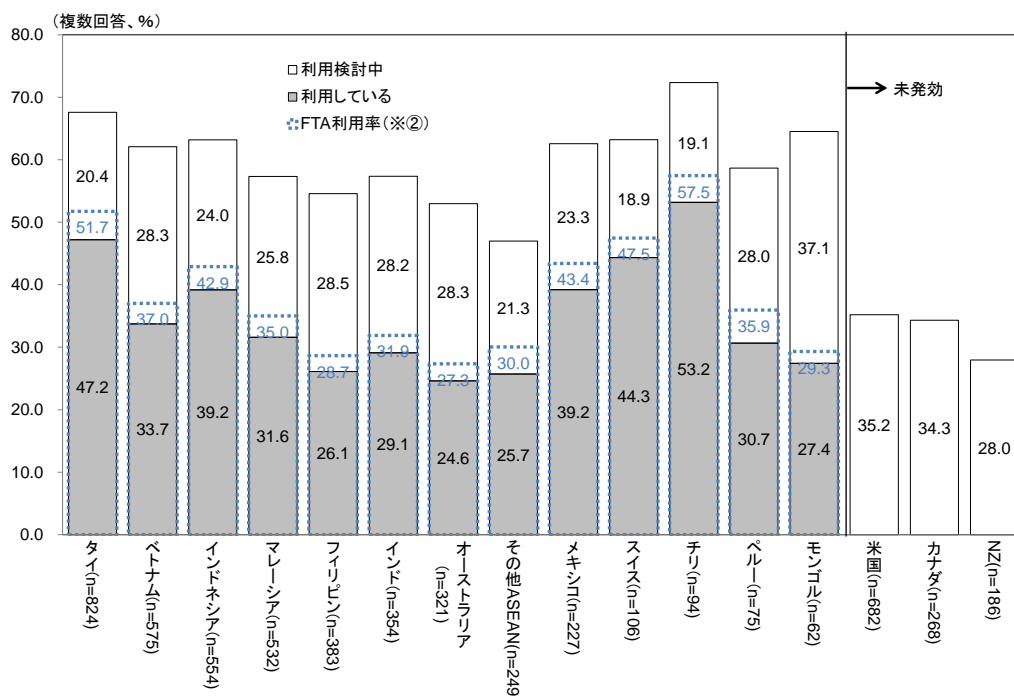
図表IV-2 日本の発効済みFTAの利用率（全体、企業規模別、業種別）

	利用または利用を検討している			利用していない	
	利用を検討している	利用している	利用を検討している	利用していない	一般関税が無税またはFTA以外の関税減免制度を利用
全体(n=1,234)	67.0	45.1	21.9	33.0	9.6
大企業(n=340)	72.1	57.1	15.0	27.9	9.7
中小企業(n=894)	65.1	40.6	24.5	34.9	9.5
製造業(n=836)	69.6	48.2	21.4	30.4	7.7
飲食料品(n=139)	66.2	43.2	23.0	33.8	5.8
繊維・織物/アパレル(n=35)	80.0	60.0	20.0	20.0	5.7
化学(n=61)	73.8	65.6	8.2	26.2	4.9
医療品・化粧品(n=39)	64.1	35.9	28.2	35.9	12.8
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品(n=47)	74.5	66.0	8.5	25.5	4.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品(n=79)	67.1	40.5	26.6	32.9	12.7
一般機械(n=93)	71.0	52.7	18.3	29.0	6.5
電気機械(n=52)	63.5	38.5	25.0	36.5	17.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス(n=31)	41.9	22.6	19.4	58.1	25.8
自動車/自動車部品/その他輸送機器(n=75)	76.0	65.3	10.7	24.0	2.7
精密機器(n=45)	82.2	46.7	35.6	17.8	2.2
その他の製造業(n=96)	66.7	38.5	28.1	33.3	6.3
非製造業(n=398)	61.6	38.7	22.9	38.4	13.6
商社・卸売(n=301)	64.5	44.5	19.9	35.5	14.3
その他の非製造業(n=36)	50.0	22.2	27.8	50.0	5.6

〔注〕母数が30社以上の業種のみ表示。

輸出においてFTAの利用企業が最も多いのはタイ（389社、利用率47.2%）で、次いでインドネシア（217社、39.2%）、ベトナム（194社、33.7%）、マレーシア（168社、31.6%）と、ASEAN各国が続く。一方、チリ（50社、53.2%）やスイス（47社、44.3%）も利用率が高い。

図表IV-3 相手国・地域別FTA利用率（全体）



〔注〕①左から、当該国・地域への輸出を行っている企業が多い順。

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

業種別では、全FTAを通して商社・卸売（134社、44.5%）の利用社数が最も多いが、利用率が高いのは石油・石油製品/プラスチック製品/ゴム製品（31社、66.0%）や化学（40社、65.6%）である。タイでも双方の業種で利用率が高いほか、インドネシアやインドとは自動車/自動車部品/その他輸送機器、ベトナムとは窯業・土石でFTAの利用が活発である。

図表IV-4 業種別のFTA利用状況

順位	全FTA/EPA計(n=1,234)	企業数	%	順位	全FTA/EPA計(n=1,234)	企業数	%
1	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	31	66.0	9	商社・卸売	134	44.5
2	化学	40	65.6	10	飲食料品	60	43.2
3	自動車/自動車部品/その他輸送機器	49	65.3	11	小売	7	41.2
4	繊維・織物/アパレル	21	60.0	12	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	32	40.5
5	窯業・土石	11	55.0	13	その他の製造業	37	38.5
6	一般機械	49	52.7	13	電気機械	20	38.5
7	精密機器	21	46.7	15	医療品・化粧品	14	35.9
8	木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	11	45.8				

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

図表IV-5 日本企業の輸出におけるFTA利用状況（相手国・地域別×業種別）

順位	日本-タイ(n=824)	企業数	%	順位	日本-マレーシア(n=532)	企業数	%	順位	日本-インドネシア(n=554)	企業数	%
1	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	21	67.7	1	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	12	60.0	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	28	62.2
2	化学	33	67.3	2	化学	18	58.1	2	窯業・土石	6	60.0
3	繊維・織物/アパレル	12	66.7	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器	15	55.6	3	化学	24	57.1
4	自動車/自動車部品/その他輸送機器	36	60.0	4	窯業・土石	4	40.0	4	繊維・織物/アパレル	10	55.6
5	飲食料品	45	57.0	4	小売	4	40.0	5	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	10	52.6
順位	日本-フィリピン(n=383)	企業数	%	順位	日本-ベトナム(n=575)	企業数	%	順位	日本-その他ASEAN(n=249)	企業数	%
1	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	7	50.0	1	窯業・土石	6	60.0	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	8	57.1
2	自動車/自動車部品/その他輸送機器	10	43.5	2	繊維・織物/アパレル	9	56.3	2	一般機械	7	33.3
3	化学	8	40.0	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器	14	50.0	3	商社・卸売	17	27.0
4	電気機械	8	33.3	4	化学	15	48.4	4	精密機器	4	26.7
5	商社・卸売	24	26.7	5	商社・卸売	54	38.8	5	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	3	21.4
順位	日本-インド(n=354)	企業数	%	順位	日本-メキシコ(n=227)	企業数	%	順位	日本-チリ(n=94)	企業数	%
1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	14	42.4	1	化学	9	69.2	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	7	77.8
1	化学	14	42.4	2	自動車/自動車部品/その他輸送機器	13	59.1	2	電気機械	8	61.5
3	商社・卸売	25	35.2	3	商社・卸売	17	40.5	3	その他の製造業	6	60.0
4	電気機械	8	34.8	4	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	7	38.9	4	商社・卸売	10	58.8
5	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	7	25.0	5	精密機器	6	31.6	5	精密機器	6	50.0
順位	日本-ペルー(n=75)	企業数	%	順位	日本-スイス(n=106)	企業数	%	順位	日本-オーストラリア(n=321)	企業数	%
1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	6	75.0	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	6	85.7	1	自動車/自動車部品/その他輸送機器	10	66.7
2	電気機械	4	44.4	2	商社・卸売	11	61.1	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	6	50.0
3	商社・卸売	5	38.5	3	一般機械	4	57.1	3	化学	4	33.3
4	一般機械	2	25.0	4	その他の製造業	4	44.4	4	商社・卸売	18	27.3
5	精密機器	2	20.0	5	飲食料品	6	40.0	5	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	5	25.0
順位	日本-モンゴル(n=62)	企業数	%	順位	【TPP】日本-米国(n=682)	企業数	%	順位	【TPP】日本-カナダ(n=268)	企業数	%
1	商社・卸売	6	46.2	1	繊維・織物/アパレル	13	65.0	1	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	7	63.6
2	自動車/自動車部品/その他輸送機器	2	40.0	2	石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	11	52.4	2	飲食料品	21	51.2
3	飲食料品	1	10.0	3	自動車/自動車部品/その他輸送機器	20	45.5	3	繊維・織物/アパレル	5	50.0
4	-	-	-	4	飲食料品	50	42.7	4	その他の製造業	7	36.8
5	-	-	-	5	化学	16	42.1	5	自動車/自動車部品/その他輸送機器	5	35.7
順位	【TPP】日本-NZ(n=186)	企業数	%								
1	飲食料品	9	40.9								
2	電気機械	5	33.3								
3	鉄鋼/非鉄金属/金属製品	4	26.7								
4	商社・卸売	9	23.7								
5	自動車/自動車部品/その他輸送機器	2	20.0								

発効済み ↑
未発効 ↓

[注]

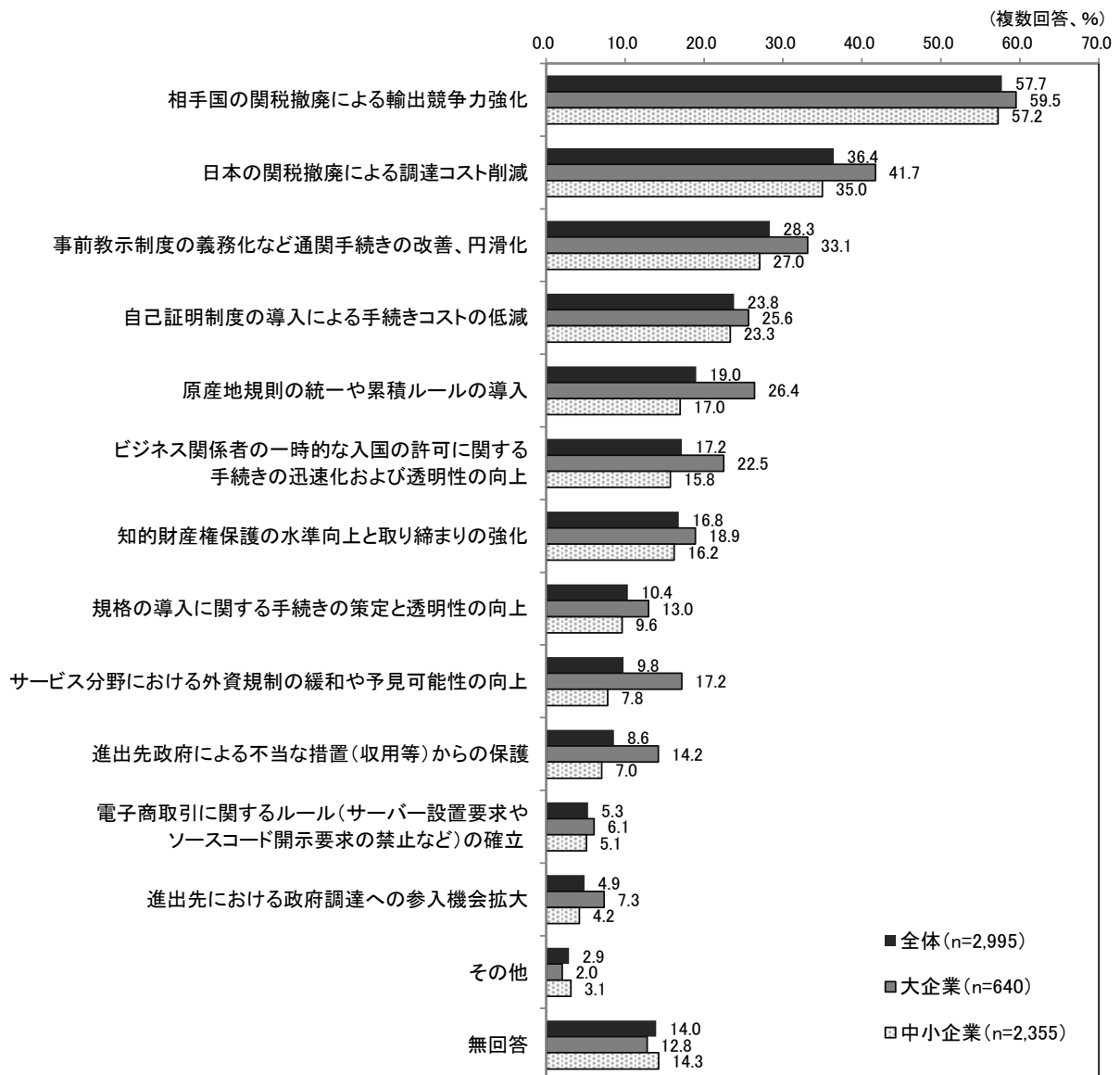
①母数は、当該国へ輸出を行っている企業数。「企業数」は、当該FTAを「利用している」（発効済みFTAの場合）または「利用を検討中」（未発効FTAの場合）と回答した企業数。母数が10社以上ある業種（チリ、ペルー、スイス、モンゴルについては5社以上）を、利用率の高い順に並べた。
②パーセンテージは、各業種の総数に占めるFTA利用（発効済みFTAの場合）または利用検討（未発効FTAの場合）企業の比率。

2. TPP への期待

環太平洋パートナーシップ (TPP) 協定に対して期待する項目を聞いたところ、「相手国の関税撤廃による輸出競争力強化」が57.7%と最大で、これに「日本の関税撤廃による調達コスト削減」(36.4%)、「事前教示制度の義務化など通関手続きの改善、円滑化」(28.3%)と続いた。製造業ではそのほかにも、「自己証明制度の導入による手続きコストの低減」を挙げた企業の割合が、情報通信機器(34.0%)や医薬品・化粧品(33.9%)などで高かった。

非製造業では、「サービス分野における外資規制の緩和や予見可能性の向上」が、金融・保険(41.6%)や専門サービス(38.6%)で高かったほか、「ビジネス関係者の一時的な入国の許可に関する手続きの迅速化および透明性の向上」への期待もうかがえる。

図表IV-6 TPP への期待 (全体、企業規模別)



図表IV-7 TPPへの期待（全体、業種別）

	社数	相手国の関税撤廃による輸出競争力強化	日本の関税撤廃による調達コスト削減	原産地規則の統一や累積ルールへの導入	自己証明制度の導入による手続きコストの低減	事前教示制度の義務化など通関手続きの改善、円滑化	規格の導入に関する手続きの策定と透明性の向上	進出先政府による不当な措置(収用等)からの保護	サービス分野における外資規制の緩和や予見可能性の向上	ビジネス関係者の一時的な入国の許可に関する手続きの迅速化および透明性の向上	電子商取引に関するルール(サーバー設置要求やソースコード開示要求の禁止など)の確立	進出先における政府調達への参入機会拡大	知的財産権保護の水準向上と取り締まりの強化
全体	2,995	57.7	36.4	19.0	23.8	28.3	10.4	8.6	9.8	17.2	5.3	4.9	16.8
製造業	1,660	65.5	39.4	20.9	26.4	28.9	10.5	7.3	3.8	14.6	3.8	4.5	18.1
飲食料品	394	65.7	37.6	23.1	29.4	30.5	10.9	5.1	2.8	7.1	3.0	2.0	14.5
繊維・織物／アパレル	103	60.2	47.6	13.6	23.3	26.2	9.7	5.8	3.9	9.7	6.8	1.9	9.7
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	62	64.5	51.6	14.5	25.8	29.0	4.8	9.7	4.8	17.7	3.2	3.2	17.7
化学	92	59.8	47.8	19.6	25.0	35.9	13.0	12.0	5.4	12.0	5.4	4.3	19.6
医療品・化粧品	59	64.4	33.9	23.7	33.9	28.8	15.3	8.5	6.8	11.9	8.5	3.4	20.3
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	94	69.1	55.3	14.9	25.5	25.5	8.5	4.3	3.2	18.1	3.2	5.3	21.3
窯業・土石	28	64.3	35.7	17.9	25.0	21.4	3.6	3.6	0.0	10.7	0.0	10.7	10.7
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	168	62.5	39.3	17.3	19.6	25.0	7.7	9.5	3.0	17.3	3.0	4.8	14.9
一般機械	142	66.2	32.4	24.6	30.3	29.6	12.7	5.6	3.5	24.6	2.8	6.3	23.2
電気機械	96	70.8	36.5	22.9	22.9	34.4	16.7	9.4	3.1	17.7	5.2	12.5	13.5
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	53	66.0	34.0	30.2	34.0	34.0	7.5	7.5	3.8	26.4	7.5	5.7	34.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	107	72.9	45.8	28.0	27.1	34.6	11.2	11.2	6.5	21.5	3.7	5.6	18.7
精密機器	70	70.0	21.4	21.4	24.3	21.4	12.9	5.7	1.4	14.3	7.1	4.3	22.9
その他の製造業	192	63.0	36.5	18.2	24.0	25.0	8.3	8.3	5.2	14.6	1.0	3.6	22.9
非製造業	1,335	48.1	32.7	16.6	20.6	27.6	10.2	10.1	17.3	20.4	7.2	5.4	15.2
商社・卸売	641	61.9	38.8	22.2	28.2	33.4	10.8	6.9	6.6	13.6	4.5	2.3	11.1
小売	80	56.3	50.0	22.5	26.3	26.3	11.3	8.8	16.3	21.3	8.8	7.5	16.3
建設	90	27.8	33.3	11.1	14.4	17.8	15.6	14.4	12.2	33.3	3.3	17.8	21.1
運輸	75	45.3	29.3	18.7	21.3	46.7	12.0	8.0	24.0	17.3	4.0	5.3	8.0
金融・保険	77	36.4	28.6	9.1	9.1	22.1	10.4	20.8	41.6	22.1	15.6	6.5	10.4
通信・情報・ソフトウェア	83	27.7	10.8	8.4	4.8	13.3	9.6	14.5	36.1	26.5	25.3	9.6	36.1
専門サービス	70	22.9	14.3	10.0	11.4	15.7	8.6	17.1	38.6	30.0	5.7	10.0	17.1
その他の非製造業	219	33.8	25.1	7.8	11.4	20.1	5.9	11.4	26.5	29.7	7.8	5.0	20.1

[注] 回答率が25%以上の項目を網掛けで示した。

V. 国際標準化

1. 国際標準化への対応人員

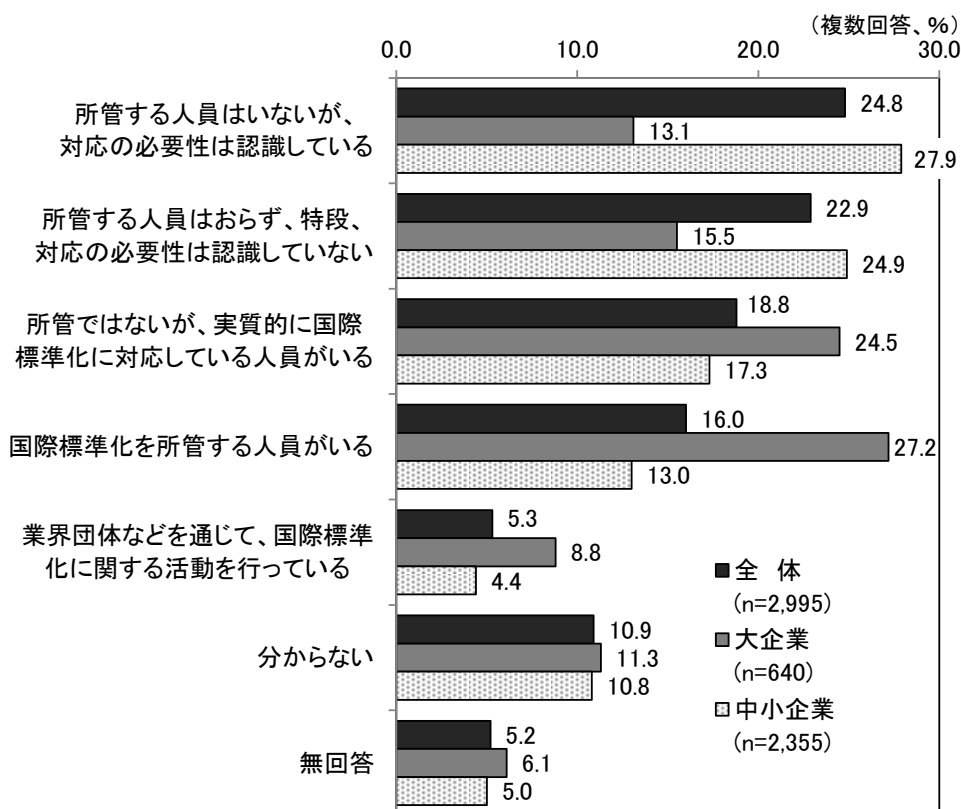
国際標準化（自社製品・サービス・システム等について、既存の国際規格・基準[ISO、IEC、HACCP など]の認証取得、または新規の国際規格の獲得など）への対応、活動に従事する人員について「国際標準化を所管する人員がいる」と回答した企業は16.0%であった。

国際標準化に関して何らかの対応をとっている企業（「国際標準化を所管する人員がいる」、「所管ではないが、実質的に対応している人員がいる」、「業界団体などを通じて、国際標準化に関する活動を行っている」のいずれか。重複を除く）は全体の37.0%（1,109社）であった。

大企業において「国際標準化を所管する人員がいる」または「所管ではないが、実質的に国際標準化に対応している人員がいる」のいずれかを選択した企業数は318社（49.7%）と約5割の企業に国際標準化に対応する人員がいる。

業種別にみると、「国際標準化を所管する人員がいる」との回答は化学（33.7%）、精密機械（31.4%）、自動車/自動車部品/その他輸送機器（30.8%）において割合が高い。

図表 V-1 国際標準化への対応人員（全体、企業規模別）



[注] 母数は、本調査の回答企業総数。

図表V-2 国際標準化への対応人員（全体、業種別）

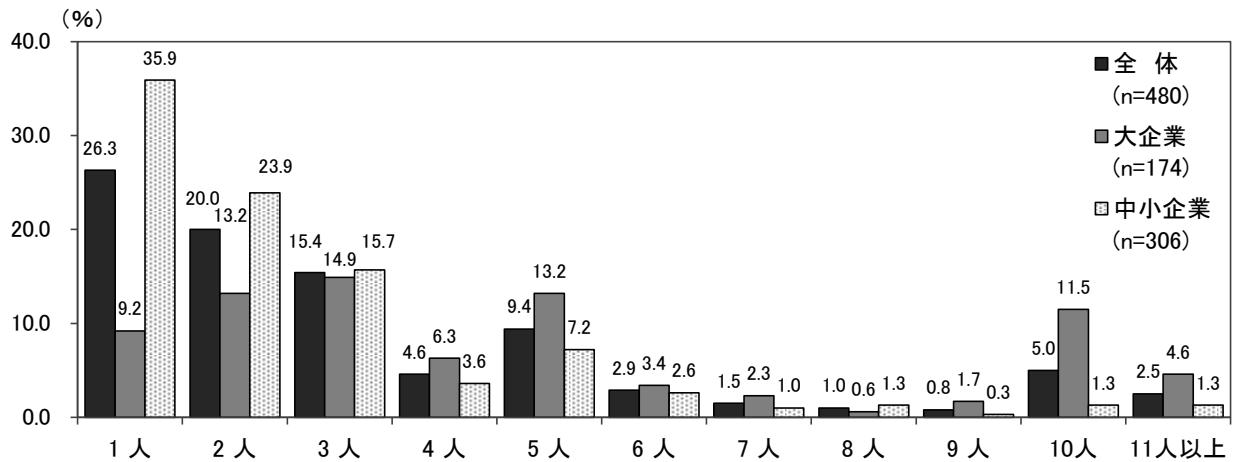
（複数回答、％）

	社数	国際標準化を所管する人員がいる	所管ではないが、実質的に国際標準化に対応している人員がいる	業界団体などを通じて、国際標準化に関する活動を行っている	所管する人員はいないが、対応の必要性は認識している	所管する人員はおらず、特段、対応の必要性は認識していない	分からない	無回答
全体	2,995	16.0	18.8	5.3	24.8	22.9	10.9	5.2
製造業	1,660	20.5	25.2	7.5	24.6	15.4	8.4	4.0
飲食料品	394	18.0	22.6	6.6	31.7	12.7	8.1	4.6
繊維・織物／アパレル	103	4.9	15.5	2.9	24.3	27.2	16.5	11.7
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	62	12.9	14.5	6.5	29.0	27.4	12.9	1.6
化学	92	33.7	28.3	10.9	17.4	4.3	7.6	4.3
医療品・化粧品	59	11.9	20.3	8.5	33.9	11.9	16.9	3.4
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	94	24.5	31.9	4.3	21.3	17.0	6.4	1.1
窯業・土石	28	21.4	17.9	-	25.0	28.6	3.6	3.6
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	168	20.2	30.4	9.5	19.0	19.0	4.2	2.4
一般機械	142	19.7	28.2	7.7	21.8	17.6	9.2	2.1
電気機械	96	28.1	30.2	16.7	19.8	9.4	3.1	7.3
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	53	24.5	37.7	9.4	22.6	9.4	3.8	1.9
自動車／自動車部品／その他輸送機器	107	30.8	25.2	7.5	18.7	12.1	7.5	2.8
精密機器	70	31.4	31.4	7.1	17.1	11.4	8.6	1.4
その他の製造業	192	17.2	22.4	6.3	26.6	17.2	9.9	4.2
非製造業	1,335	10.4	10.9	2.6	25.0	32.2	14.1	6.7
商社・卸売	641	10.5	12.0	3.0	25.9	32.0	11.5	6.9
小売	80	5.0	8.8	-	35.0	28.8	20.0	3.8
建設	90	18.9	15.6	2.2	24.4	27.8	11.1	2.2
運輸	75	25.3	13.3	4.0	14.7	30.7	10.7	5.3
金融・保険	77	6.5	2.6	1.3	7.8	45.5	20.8	16.9
通信・情報・ソフトウェア	83	12.0	14.5	3.6	25.3	28.9	15.7	3.6
専門サービス	70	7.1	7.1	2.9	25.7	34.3	17.1	8.6
その他の非製造業	219	5.5	8.2	2.3	28.3	32.4	17.8	6.8

[注] ①母数は、本調査の回答企業総数。
 ②網掛けは各業種で回答比率が最大の項目。

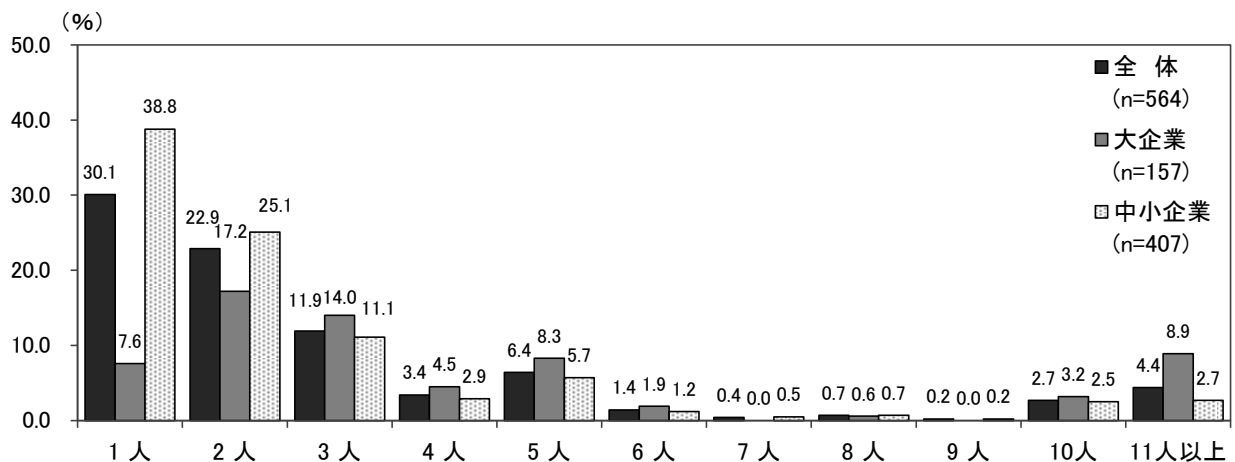
所管する人員数は1人(26.3%)、2人(20.0%)、3人(15.4%)の順に多かった。実質的に対応している人員数も1人(30.1%)、2人(22.9%)、3人(11.9%)の順であった。特に中小企業では所管する人員、実質的に対応している人員とも、「1人」がそれぞれ35.9%、38.8%と、圧倒的に多かった。

図表V-3 国際標準化を所管する人員がいる企業の人員数(全体、企業規模別)



[注] 母数は、国際標準化を所管する人員がいる企業数。

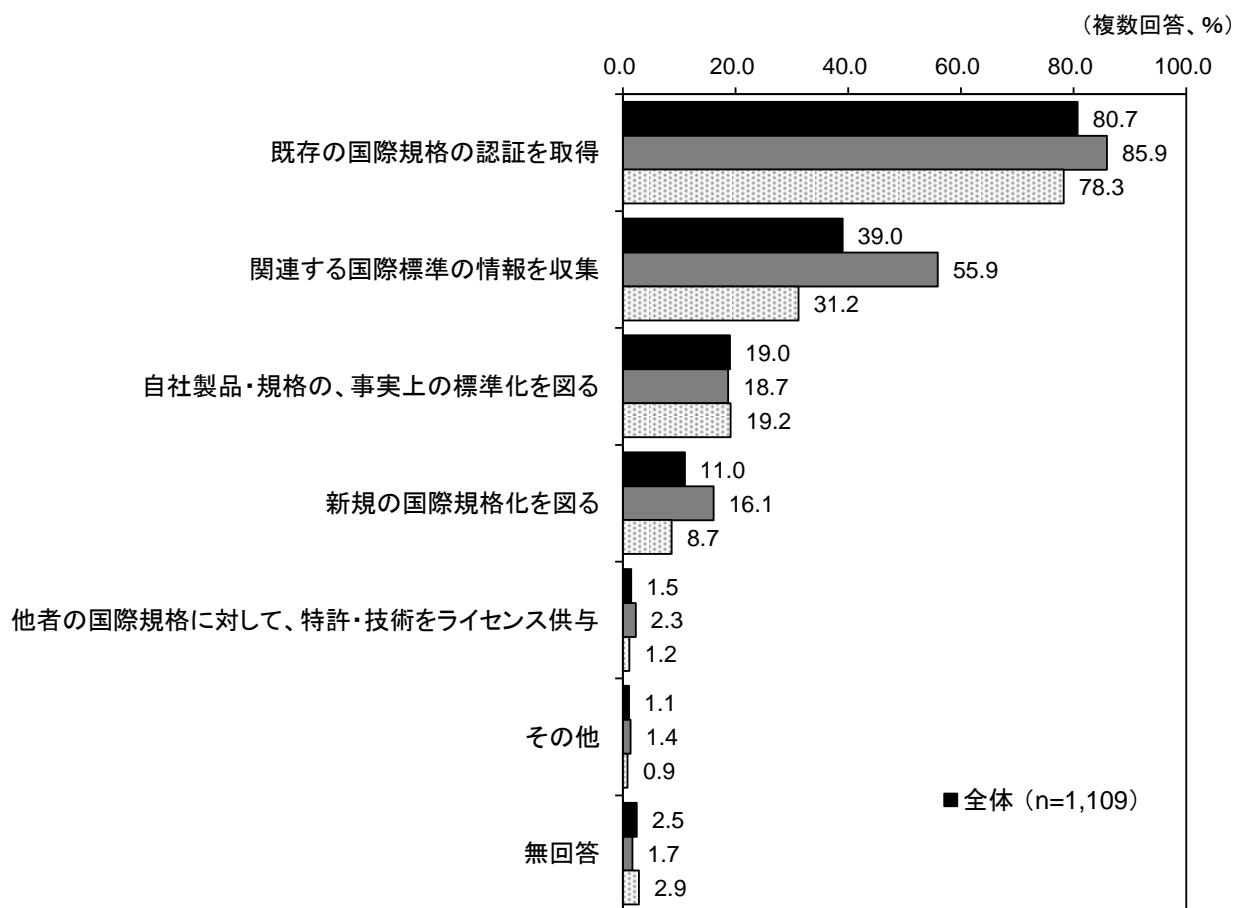
図表V-4 実質的に標準化業務に対応している人員がいる企業の人員数(全体、企業規模別)



[注] 母数は、実質的に標準化業務に対応している人員がいる企業数。

国際標準化への対応や活動を行っていると回答した企業にその内容について尋ねたところ、「既存の国際規格の認証を取得」との回答が80.7%と最も多く、次いで「関連する国際標準の情報を収集」(39.0%)、「自社製品・規格の、事実上の標準化を図る」(19.0%)と続く。大企業では「関連する国際標準の情報を収集」も55.9%と5割を超えている。

図表V-5 国際標準化への対応内容（全体、企業規模別）



[注] 母数は「国際標準化を所管する人員がいる」、「所管ではないが、実質的に対応している人員がいる」、「業界団体などを通じて、国際標準化に関する活動を行っている」のいずれかに回答した企業数。重複を除く。

図表V-6 国際標準化への対応内容（全体、業種別）

（複数回答、％）

	社数	既存の国際規格の認証を取得	関連する国際標準の情報を収集	新規の国際規格化を図る	事実上の標準化を図る	自社製品・規格の標準化を図る	ライセンズ・技術として、特許・技術を提供	他者の国際規格に対応	その他	無回答
全体	1,109	80.7	39.0	11.0	19.0	1.5	1.1	2.5		
製造業	810	81.1	41.5	12.5	21.2	2.0	1.1	2.8		
飲食料品	174	75.9	36.2	16.1	22.4	1.1	1.7	2.9		
繊維・織物／アパレル	23	56.5	26.1	8.7	17.4	4.3	13.0	8.7		
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	19	84.2	42.1	10.5	10.5	-	-	5.3		
化学	61	83.6	47.5	6.6	21.3	3.3	1.6	1.6		
医療品・化粧品	21	76.2	57.1	14.3	23.8	-	-	4.8		
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	52	75.0	36.5	9.6	28.8	-	-	1.9		
窯業・土石	11	81.8	27.3	-	18.2	-	-	-		
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	94	86.2	29.8	7.4	14.9	1.1	-	3.2		
一般機械	73	84.9	34.2	13.7	21.9	2.7	-	4.1		
電気機械	58	84.5	58.6	20.7	17.2	1.7	-	1.7		
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	35	88.6	60.0	17.1	25.7	2.9	-	-		
自動車／自動車部品／その他輸送機器	65	89.2	38.5	9.2	20.0	1.5	1.5	6.2		
精密機器	43	88.4	58.1	18.6	37.2	2.3	-	2.3		
その他の製造業	81	76.5	46.9	9.9	17.3	4.9	1.2	-		
非製造業	299	79.6	32.1	7.0	13.0	0.3	1.0	1.7		
商社・卸売	156	78.2	32.1	4.5	13.5	0.6	1.3	1.9		
小売	10	70.0	30.0	10.0	30.0	-	-	-		
建設	31	96.8	29.0	12.9	12.9	-	-	-		
運輸	30	90.0	20.0	6.7	10.0	-	-	3.3		
通信・情報・ソフトウェア	23	73.9	17.4	13.0	26.1	-	-	-		
専門サービス	10	80.0	40.0	10.0	-	-	-	10.0		
その他の非製造業	32	78.1	46.9	9.4	6.3	-	-	-		

[注] ①母数は「国際標準化を所管する人員がいる」、「所管ではないが、実質的に対応している人員がいる」、「業界団体などを通じて、国際標準化に関する活動を行っている」のいずれかに回答した企業数。重複を除く。

②網掛けは各回答の上位5項目。回答数が5社以下の項目は除いた。

③回答数が10社以上の業種のみ。

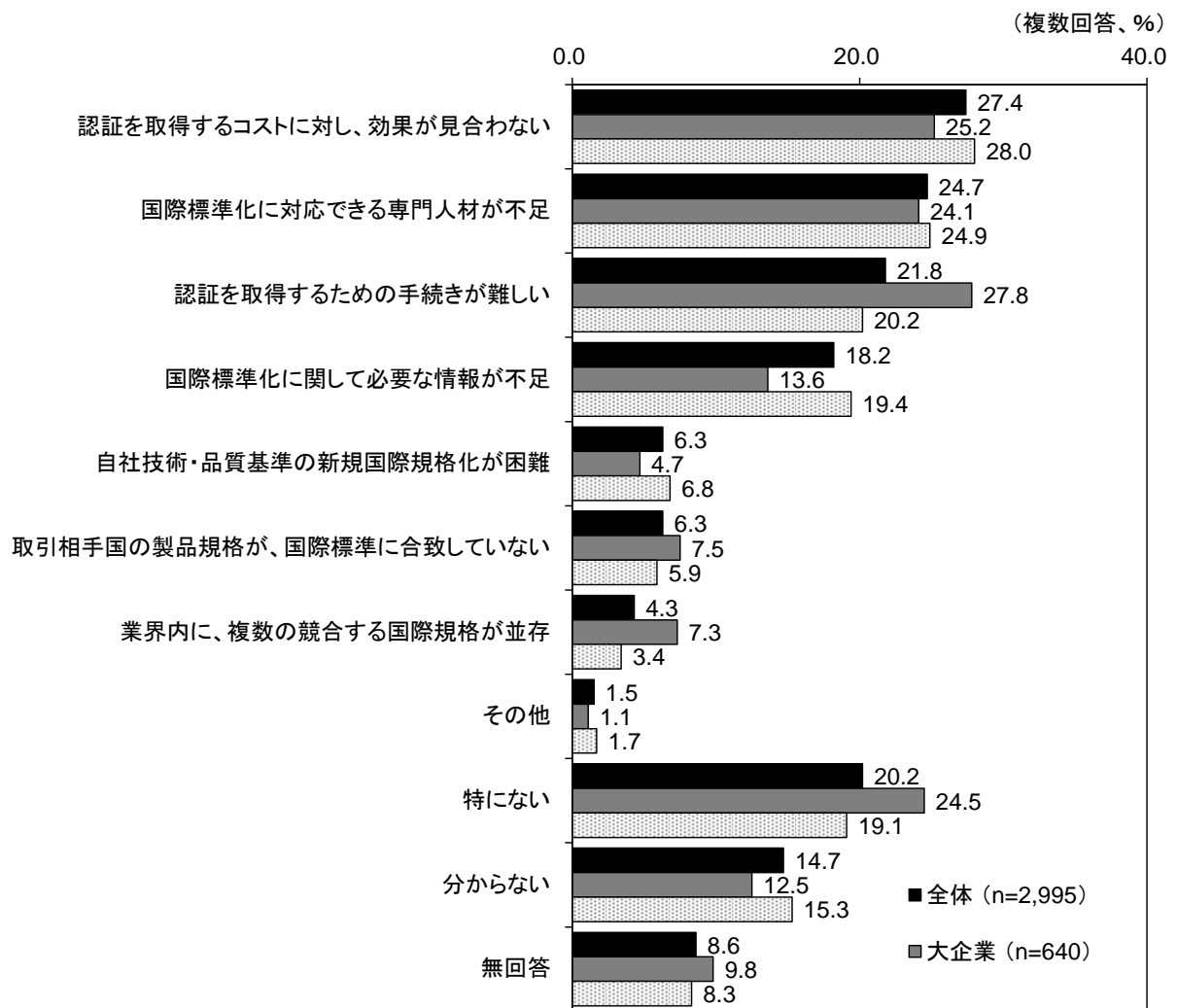
2. 国際標準化の課題

国際標準化への対応、活動における課題は「認証を取得するコストに対し、効果が見合わない」(27.4%)が最も多く、次いで「国際標準化に対応できる専門人材が不足」(24.7%)、「認証を取得するための手続きが難しい」(21.8%)と続く。

大企業では「認証を取得するための手続きが難しい」(27.8%)との回答が、中小企業では「認証を取得するコストに対し、効果が見合わない」(28.0%)との回答が最も多い。

「認証を取得するコストに対し、効果が見合わない」との回答は、情報通信機器／電子部品・デバイス(49.1%)、電気機械(41.7%)、一般機械(40.1%)など製造業で比率が高い。

図表V-7 国際標準化の課題（全体、企業規模別）



[注]母数は本調査の回答企業総数。

図表 V-8 国際標準化の課題（全体、業種別）

（複数回答、％）

	社数	取引相手国の製品規格が、国際標準に合致していない	認証を取得するための手続きが難しい	認証を取得するコストに対し、効果が見合わない	業界内に、複数の競合する国際規格が並存	国際標準化に対応できる専門人材が不足	国際標準化の困難	自社技術・品質基準の新規国際規格化が困難	国際標準化に関して必要な情報が不足	その他	特にない	分からない	無回答
全体	2,995	6.3	21.8	27.4	4.3	24.7	6.3	18.2	1.5	20.2	14.7	8.6	
製造業	1,660	7.5	28.4	32.2	6.1	30.2	7.8	19.5	1.6	15.2	13.0	7.1	
飲食料品	394	6.3	26.6	33.2	5.6	28.7	6.9	20.3	2.5	14.5	11.9	8.6	
繊維・織物／アパレル	103	2.9	13.6	16.5	1.9	23.3	6.8	22.3	-	17.5	20.4	12.6	
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	62	8.1	24.2	19.4	3.2	30.6	6.5	19.4	-	16.1	25.8	6.5	
化学	92	9.8	37.0	38.0	12.0	27.2	6.5	17.4	2.2	15.2	12.0	3.3	
医薬品・化粧品	59	8.5	25.4	28.8	1.7	30.5	8.5	20.3	1.7	15.3	11.9	10.2	
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	94	5.3	21.3	31.9	9.6	27.7	4.3	16.0	1.1	20.2	13.8	6.4	
窯業・土石	28	3.6	21.4	32.1	3.6	28.6	10.7	10.7	-	21.4	10.7	14.3	
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	168	7.7	26.2	29.2	8.9	30.4	7.1	20.2	1.2	13.7	12.5	7.1	
一般機械	142	12.7	31.0	40.1	5.6	30.3	9.2	23.9	1.4	16.2	8.5	4.2	
電気機械	96	9.4	39.6	41.7	7.3	41.7	11.5	25.0	2.1	6.3	7.3	11.5	
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	53	7.5	34.0	49.1	7.5	43.4	9.4	24.5	1.9	7.5	13.2	1.9	
自動車／自動車部品／その他輸送機器	107	9.3	26.2	29.0	7.5	35.5	3.7	17.8	-	18.7	11.2	4.7	
精密機器	70	8.6	38.6	38.6	5.7	25.7	8.6	12.9	4.3	20.0	11.4	2.9	
その他の製造業	192	6.3	32.8	28.1	4.2	28.6	12.0	15.6	1.6	15.1	16.1	5.7	
非製造業	1,335	4.7	13.7	21.3	1.9	17.9	4.4	16.5	1.4	26.5	16.8	10.6	
商社・卸売	641	5.9	17.0	24.2	3.3	17.8	3.7	20.1	1.9	23.4	14.0	10.9	
小売	80	7.5	13.8	21.3	1.3	16.3	5.0	16.3	2.5	27.5	22.5	6.3	
建設	90	5.6	11.1	25.6	-	25.6	7.8	18.9	1.1	25.6	17.8	6.7	
運輸	75	5.3	12.0	32.0	2.7	25.3	4.0	12.0	-	26.7	14.7	8.0	
金融・保険	77	-	1.3	3.9	-	5.2	-	2.6	-	50.6	13.0	26.0	
通信・情報・ソフトウェア	83	1.2	8.4	16.9	1.2	24.1	9.6	14.5	1.2	26.5	21.7	7.2	
専門サービス	70	4.3	10.0	8.6	-	12.9	4.3	14.3	-	31.4	12.9	17.1	
その他の非製造業	219	2.7	13.2	19.6	0.5	16.9	4.6	12.8	1.4	25.6	23.7	7.3	

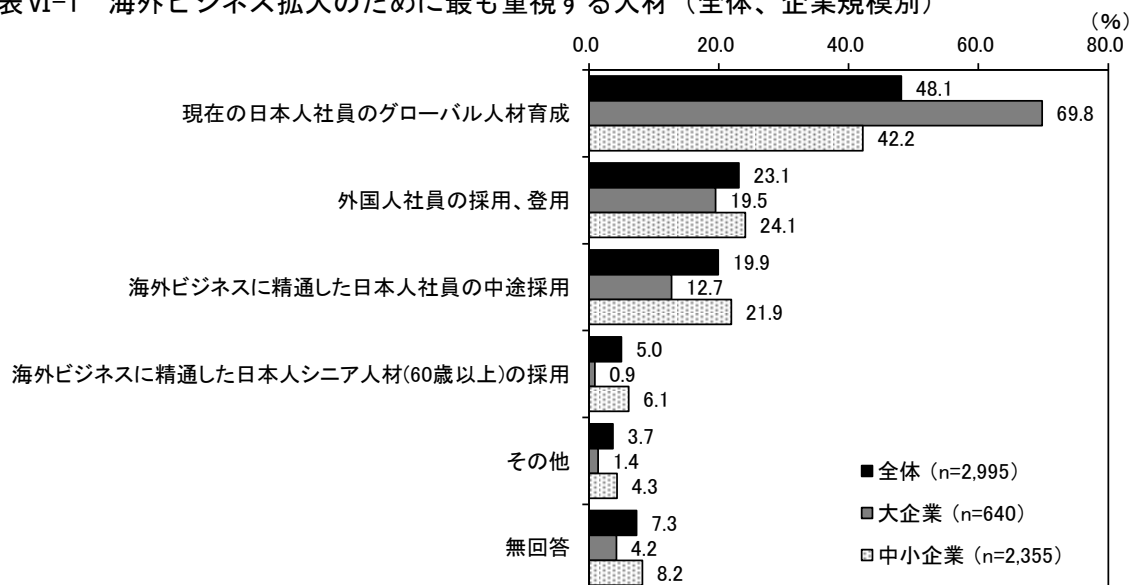
〔注〕①母数は本調査の回答企業総数。②網掛けは各業種で回答比率が20%以上の項目。

VI. 外国人材の活用

1. 海外ビジネス拡大のための人材

海外ビジネス拡大に向けた人材戦略については、「現在の日本人社員のグローバル人材育成」を挙げる企業が48.1%と最も多く、次いで「外国人社員の採用、登用」(23.1%)を選ぶ企業が多かった。企業規模別では、中小企業において、「現在の日本人社員のグローバル人材育成」を除く項目の回答率がいずれも大企業を超えており、即戦力となる人材をより重視している。

図表VI-1 海外ビジネス拡大のために最も重視する人材（全体、企業規模別）



〔注〕①母数は本調査の回答企業総数、②一部、複数回答した企業も含めて集計。

図表VI-2 海外ビジネス拡大のために最も重視する人材（全体、業種別）

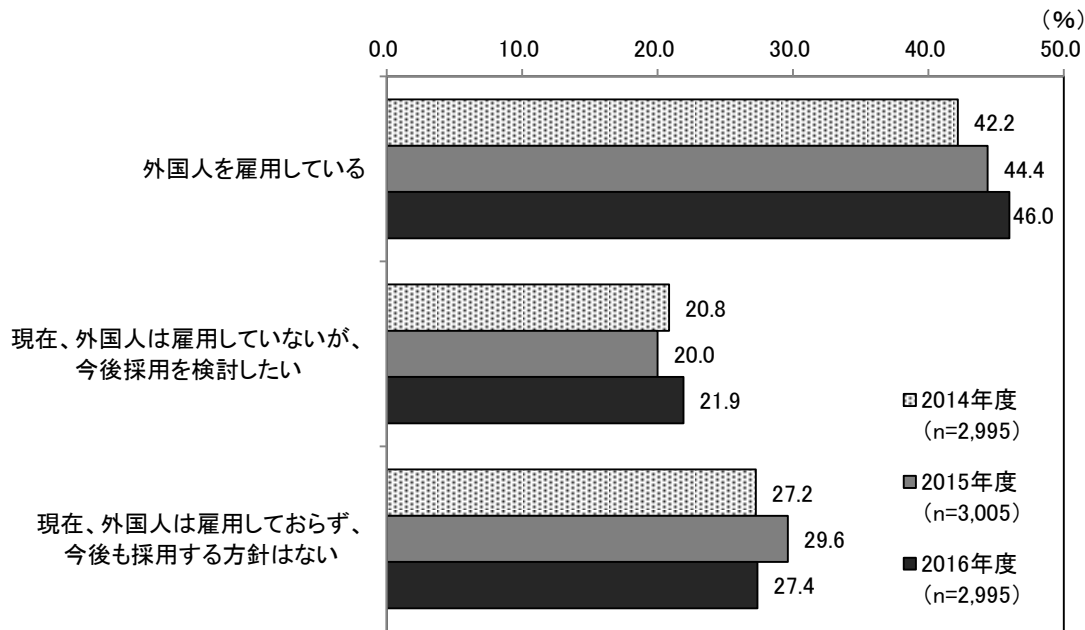
	社数	現在の日本人社員のグローバル人材育成	外国人社員の採用、登用	海外ビジネスに精通した日本人社員の中途採用	海外ビジネスに精通した日本人シニア人材(60歳以上)の採用	その他	無回答
全体	2,995	48.1	23.1	19.9	5.0	3.7	7.3
製造業	1,660	51.5	21.1	21.0	4.9	3.1	6.2
飲食品	394	48.0	19.8	17.0	6.1	5.1	11.4
繊維・織物/アパレル	103	47.6	25.2	23.3	2.9	3.9	7.8
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	62	50.0	21.0	25.8	6.5	1.6	1.6
化学	92	68.5	15.2	15.2	2.2	2.2	4.3
医療品・化粧品	59	47.5	27.1	22.0	6.8	-	5.1
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	94	48.9	24.5	22.3	10.6	2.1	4.3
窯業・土石	28	42.9	17.9	17.9	14.3	-	7.1
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	168	52.4	25.6	20.2	4.8	1.2	3.6
一般機械	142	54.2	19.7	23.9	4.2	0.7	4.2
電気機械	96	54.2	22.9	17.7	2.1	2.1	7.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	53	49.1	18.9	28.3	1.9	5.7	1.9
自動車/自動車部品/その他輸送機器	107	67.3	18.7	18.7	1.9	1.9	1.9
精密機器	70	41.4	21.4	34.3	5.7	2.9	5.7
その他の製造業	192	48.4	19.3	22.9	4.2	5.2	5.2
非製造業	1,335	43.8	25.6	18.7	5.1	4.5	8.7
商社・卸売	641	44.3	24.3	20.6	5.5	3.6	8.1
小売	80	38.8	30.0	22.5	7.5	8.8	3.8
建設	90	48.9	23.3	14.4	5.6	3.3	8.9
運輸	75	58.7	18.7	12.0	4.0	5.3	12.0
金融・保険	77	64.9	11.7	6.5	1.3	3.9	14.3
通信・情報・ソフトウェア	83	33.7	37.3	21.7	2.4	6.0	4.8
専門サービス	70	34.3	28.6	24.3	5.7	4.3	7.1
その他の非製造業	219	36.5	30.6	16.9	5.5	5.5	11.0

〔注〕①母数は本調査の回答企業総数。②一部、複数回答した企業も含めて集計。③網掛けは各業種で回答比率が最大の項目。

2. 外国人社員の雇用状況

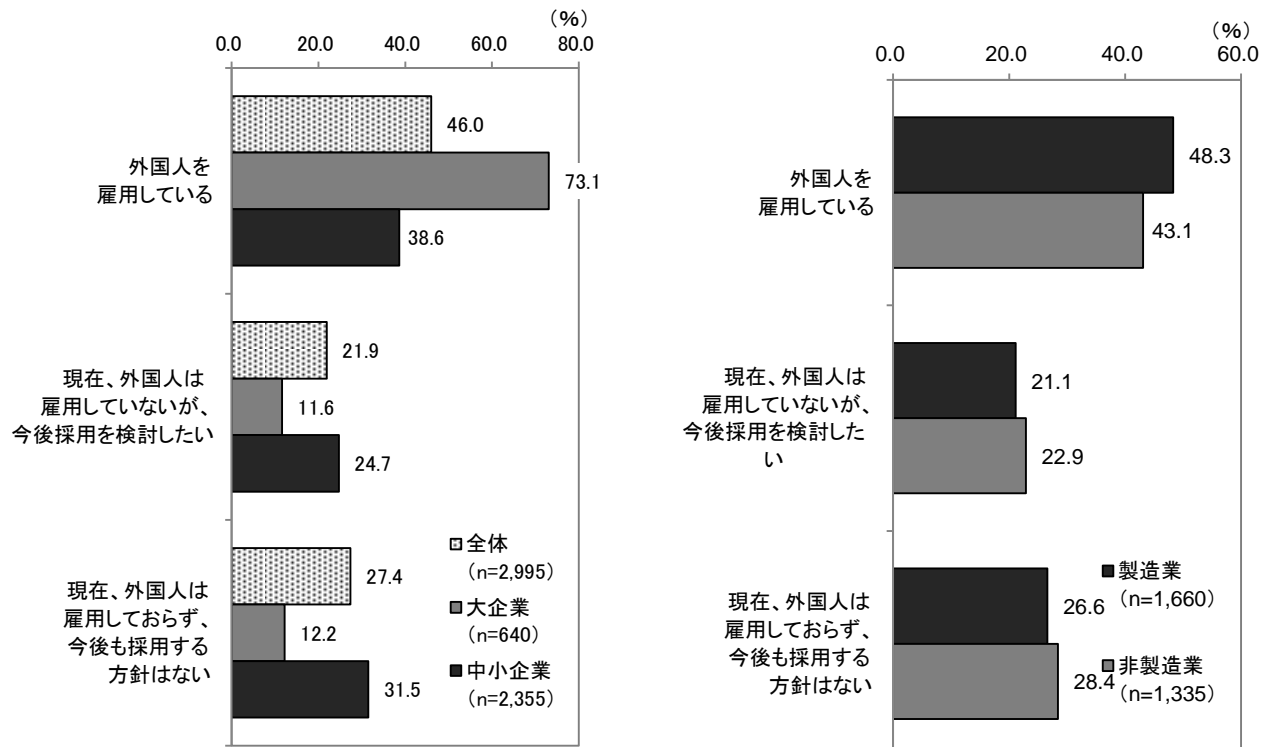
「外国人を雇用している」企業の割合は46.0%と、2年連続で増加し緩やかな拡大基調にある。「外国人を雇用している」割合は、大企業で73.1%に及ぶ一方、中小企業は38.6%に留まる。ただ、「今後採用を検討したい」と回答した中小企業は24.7%と4社中1社に及び、外国人材への関心は高い。業種別では、製造業で「外国人社員を雇用している」企業が48.3%と、非製造業（43.1%）を上回り、外国人材活用が進展している。

図表VI-3 外国人社員雇用の有無（全体、時系列）



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

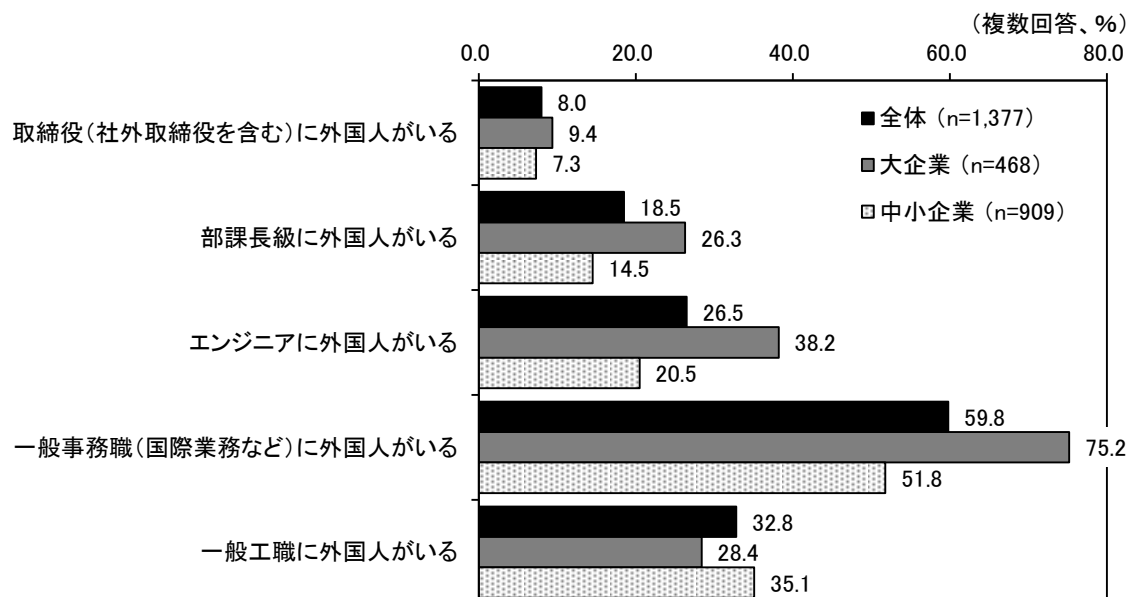
図表VI-4 外国人社員雇用の有無（全体、企業規模・業種別）



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

「外国人を雇用している」と回答した企業における役職別の雇用状況では、「一般事務職（国際業務など）に外国人がいる」と答えた企業が 59.8%で最も多い。次いで一般工職（32.8%）、エンジニア（26.5%）が続く。一方、取締役役に外国人がいる企業も全体の 8.0%にのぼり、特に電気機械（18.2%）、精密機器（13.5%）、情報通信機器／電子部品・デバイス（13.3%）などで同比率が高くなっている。

図表VI-5 外国人社員の雇用状況（全体、企業規模別）



〔注〕母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。

図表VI-6 外国人社員の雇用状況（全体、業種別）

	社数	取締役(社外取締役を含む)に外国人がいる	部課長級に外国人がいる	エンジニアに外国人がいる	一般事務職(国際業務など)に外国人がいる	一般工職に外国人がいる
全体	1,377	8.0	18.5	26.5	59.8	32.8
製造業	802	7.4	18.0	30.8	57.0	43.4
飲食料品	125	4.8	8.8	3.2	42.4	63.2
繊維・織物／アパレル	44	11.4	15.9	11.4	59.1	38.6
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	28	3.6	21.4	17.9	50.0	42.9
化学	48	6.3	27.1	27.1	58.3	27.1
医薬品・化粧品	33	6.1	24.2	6.1	78.8	21.2
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	42	11.9	21.4	19.0	50.0	52.4
窯業・土石	13	7.7	15.4	30.8	61.5	23.1
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	98	6.1	14.3	30.6	50.0	44.9
一般機械	78	1.3	17.9	53.8	56.4	41.0
電気機械	55	18.2	25.5	60.0	69.1	30.9
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	30	13.3	23.3	60.0	70.0	30.0
自動車／自動車部品／その他輸送機器	84	8.3	19.0	48.8	59.5	58.3
精密機器	37	13.5	29.7	40.5	73.0	27.0
その他の製造業	87	3.4	13.8	31.0	59.8	39.1
非製造業	575	8.9	19.3	20.5	63.7	18.1
商社・卸売	256	11.7	19.5	8.6	71.5	14.5
小売	33	6.1	9.1	6.1	69.7	33.3
建設	48	4.2	12.5	58.3	33.3	25.0
運輸	38	7.9	21.1	5.3	76.3	18.4
金融・保険	32	6.3	15.6	3.1	93.8	3.1
通信・情報・ソフトウェア	45	8.9	22.2	73.3	35.6	2.2
専門サービス	28	10.7	39.3	39.3	67.9	10.7
その他の非製造業	95	5.3	18.9	20.0	52.6	33.7

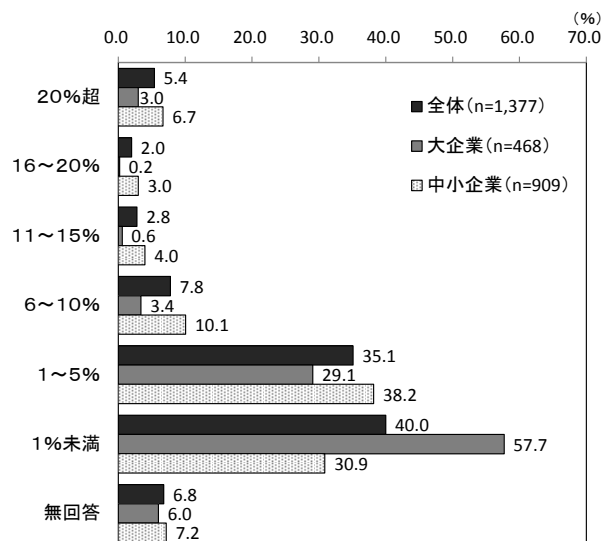
〔注〕①母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。

②網掛けは取締役に外国人がいると回答した企業の割合が 10%以上の業種。

3. 常時雇用従業員数に占める外国人の比率

「外国人を雇用している」と回答した企業の常時雇用従業員数に占める外国人社員の比率は、「1%未満」および「1～5%」の合計が全体の75.1%と大部分を占めた。一方、同比率が2割を超える企業も5.4%あった。企業規模別にみると、大企業よりも中小企業において、外国人比率が高まる傾向がみられる。

図表VI-7 常時雇用従業員数に占める外国人の比率（全体、企業規模別）



〔注〕母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。

図表VI-8 常時雇用従業員数に占める外国人の比率（全体、業種別）

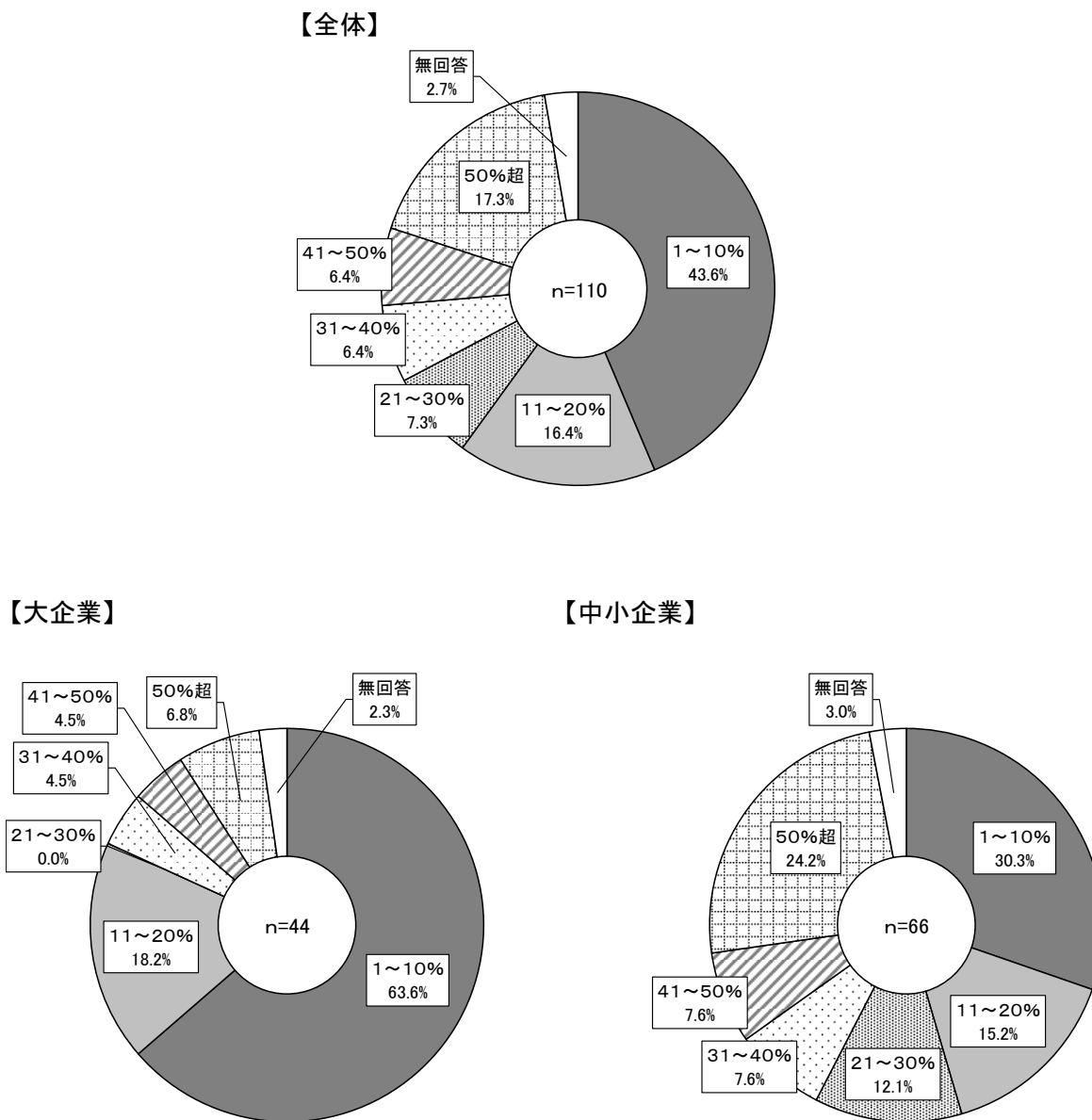
	社数	1%未満	1～5%	6～10%	11～15%	16～20%	20%超	無回答
全体	1,377	40.0	35.1	7.8	2.8	2.0	5.4	6.8
製造業	802	41.5	34.9	8.1	2.6	2.2	3.6	7.0
飲食料品	125	43.2	35.2	8.0	4.0	3.2	2.4	4.0
繊維・織物/アパレル	44	38.6	18.2	20.5	4.5	6.8	-	11.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	28	53.6	25.0	17.9	-	-	-	3.6
化学	48	58.3	33.3	2.1	-	-	6.3	-
医療品・化粧品	33	33.3	45.5	9.1	-	-	9.1	3.0
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	42	38.1	28.6	9.5	7.1	-	9.5	7.1
窯業・土石	13	46.2	38.5	-	-	-	-	15.4
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	98	34.7	30.6	10.2	2.0	4.1	4.1	14.3
一般機械	78	35.9	43.6	6.4	5.1	2.6	1.3	5.1
電気機械	55	38.2	43.6	5.5	1.8	-	1.8	9.1
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	30	50.0	33.3	3.3	3.3	-	3.3	6.7
自動車/自動車部品/その他輸送機器	84	44.0	33.3	8.3	2.4	1.2	2.4	8.3
精密機器	37	43.2	35.1	5.4	-	-	10.8	5.4
その他の製造業	87	40.2	39.1	5.7	1.1	4.6	3.4	5.7
非製造業	575	37.9	35.3	7.5	3.1	1.7	8.0	6.4
商社・卸売	256	31.3	39.1	7.8	4.7	2.3	8.6	6.3
小売	33	24.2	54.5	6.1	-	-	6.1	9.1
建設	48	56.3	27.1	4.2	-	2.1	6.3	4.2
運輸	38	57.9	34.2	2.6	-	-	-	5.3
金融・保険	32	87.5	6.3	-	-	-	-	6.3
通信・情報・ソフトウェア	45	15.6	44.4	22.2	4.4	2.2	6.7	4.4
専門サービス	28	21.4	39.3	7.1	-	-	17.9	14.3
その他の非製造業	95	42.1	27.4	6.3	4.2	2.1	11.6	6.3

〔注〕①母数は本調査で「外国人を雇用している」と回答した企業。②網掛けは回答比率が40%以上の項目。

4. 取締役占到める外国人の比率

取締役(社外取締役を含む)に占める外国籍の比率について、「1～10%」の企業が43.6%、「11～20%」の企業(16.4%)を含めると、20%以下の企業が60.0%と6割に達する。企業規模別では、大企業で81.8%、中小企業で45.5%の企業が外国人比率20%以下と回答している。

図表VI-9 取締役に占める外国人の比率

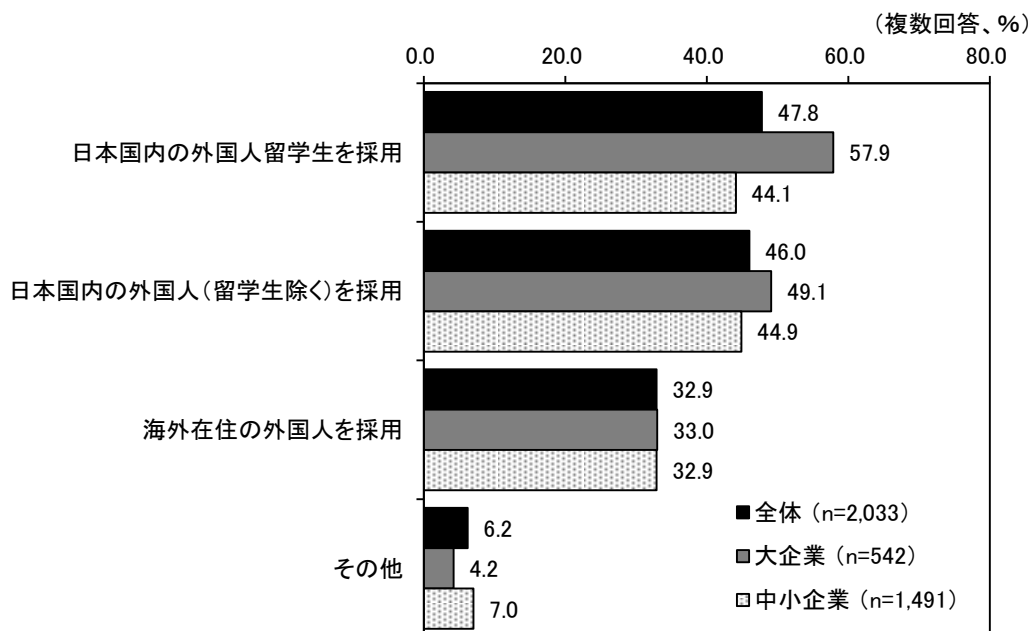


[注] 母数は本調査で「取締役に占める外国人がいる」と回答した企業。

5. 外国人社員の採用方法

外国人社員の採用方法については、外国人を雇用している、もしくは採用を検討している企業のうち、「日本国内の外国人留学生を採用」と答えた企業が47.8%と最も多く、大企業では57.9%に及ぶ。

図表VI-10 外国人社員の採用方法（全体、企業規模別）



〔注〕母数は本調査で「外国人を雇用している」、「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

図表VI-11 外国人社員の採用方法（全体、業種別）

	社数	採用方法				無回答
		日本国内の外国人留学生を採用	日本国内の外国人(留学生除く)を採用	海外在住の外国人を採用	その他	
全体	2,033	47.8	46.0	32.9	6.2	6.6
製造業	1,152	47.7	46.1	31.7	7.0	6.4
飲食料品	237	43.5	44.3	30.0	11.4	8.0
繊維・織物/アパレル	67	41.8	32.8	40.3	10.4	9.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	43	41.9	30.2	37.2	7.0	4.7
化学	62	62.9	48.4	24.2	9.7	8.1
医薬品・化粧品	44	47.7	68.2	18.2	2.3	4.5
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	61	45.9	50.8	19.7	8.2	6.6
窯業・土石	21	42.9	61.9	42.9	-	4.8
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	130	41.5	42.3	39.2	3.8	3.8
一般機械	105	57.1	52.4	26.7	4.8	4.8
電気機械	70	52.9	51.4	40.0	1.4	8.6
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	37	62.2	48.6	37.8	5.4	8.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	100	49.0	48.0	32.0	7.0	7.0
精密機器	46	43.5	52.2	50.0	2.2	6.5
その他の製造業	129	46.5	39.5	24.0	8.5	4.7
非製造業	881	48.0	46.0	34.5	5.2	6.8
商社・卸売	401	47.4	47.1	30.7	4.2	7.2
小売	56	50.0	50.0	39.3	5.4	5.4
建設	73	42.5	35.6	43.8	9.6	11.0
運輸	48	50.0	43.8	39.6	4.2	6.3
金融・保険	36	58.3	33.3	25.0	2.8	2.8
通信・情報・ソフトウェア	66	50.0	57.6	31.8	4.5	1.5
専門サービス	51	41.2	35.3	47.1	5.9	5.9
その他の非製造業	150	50.0	48.7	36.0	6.7	8.0

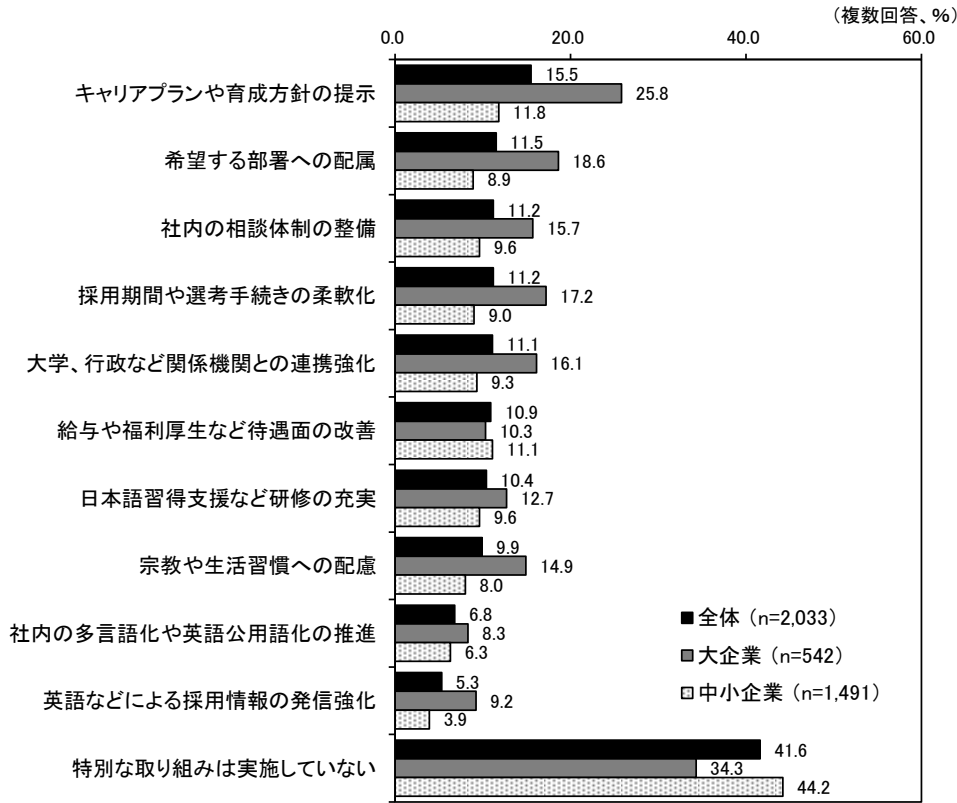
〔注〕①母数は本調査で「外国人を雇用している」、「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

②網掛けは回答率50%以上の項目。

6. 外国人社員採用のための取り組み

外国人社員の採用を図るための取り組みとしては、「特別な取り組みは実施していない」企業が41.6%と最も多いが、次いで「キャリアプランや育成方針の提示」(15.5%)、「希望する部署への配属」(11.5%)を行う企業が多い。「給与や福利厚生など待遇面の改善」を除く各項目で大企業の回答率が中小企業を上回っている。

図表VI-12 外国人社員採用のための取り組み（全体、企業規模別）



[注] 母数は本調査で「外国人を雇用している」、「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

図表VI-13 外国人社員採用のための取り組み（全体、業種別）

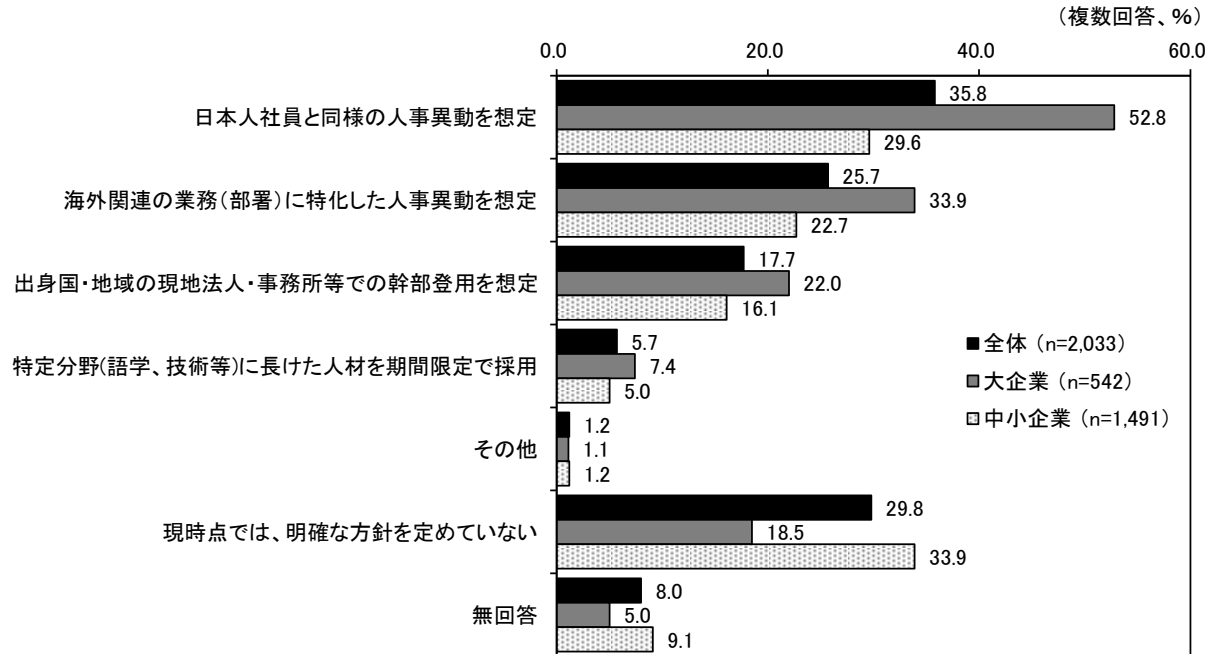
	社数	キャリアプランや育成方針の提示	希望する部署への配属	社内の相談体制の整備	日本語習得支援など研修の充実	社内の多言語化や英語公用語化の推進	給与や福利厚生など待遇面の改善	宗教や生活習慣への配慮	採用期間や選考手続きの柔軟化	英語などによる採用情報の発信強化	大学、行政など関係機関との連携強化	特別な取り組みは実施していない	その他	無回答
全体	2,033	15.5	11.5	11.2	10.4	6.8	10.9	9.9	11.2	5.3	11.1	41.6	2.5	8.9
製造業	1,152	14.6	11.2	11.0	11.0	7.1	10.2	10.6	10.2	5.5	11.5	42.4	2.3	9.0
飲食料品	237	14.3	8.9	11.0	11.8	5.5	10.5	9.7	8.0	3.4	8.0	42.6	3.8	12.7
繊維・織物/アパレル	67	7.5	10.4	11.9	4.5	1.5	13.4	11.9	14.9	4.5	3.0	35.8	3.0	13.4
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	43	9.3	7.0	11.6	14.0	11.6	4.7	4.7	11.6	4.7	16.3	44.2	-	7.0
化学	62	17.7	9.7	9.7	11.3	9.7	6.5	14.5	14.5	9.7	11.3	51.6	-	4.8
医療品・化粧品	44	15.9	15.9	2.3	4.5	4.5	4.5	-	4.5	11.4	15.9	54.5	2.3	4.5
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	61	8.2	1.6	11.5	8.2	9.8	11.5	11.5	9.8	8.2	16.4	41.0	1.6	9.8
窯業・土石	21	4.8	9.5	4.8	9.5	-	9.5	4.8	9.5	9.5	4.8	52.4	-	14.3
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	130	16.9	13.8	11.5	14.6	7.7	14.6	11.5	7.7	3.1	10.8	44.6	3.8	3.8
一般機械	105	17.1	16.2	11.4	10.5	5.7	8.6	12.4	6.7	5.7	18.1	41.0	2.9	4.8
電気機械	70	21.4	12.9	14.3	8.6	10.0	8.6	14.3	17.1	7.1	12.9	32.9	-	14.3
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	37	21.6	18.9	16.2	18.9	13.5	13.5	5.4	16.2	16.2	13.5	37.8	2.7	5.4
自動車/自動車部品/その他輸送機器	100	18.0	12.0	14.0	8.0	7.0	8.0	14.0	10.0	5.0	13.0	35.0	3.0	8.0
精密機器	46	10.9	10.9	10.9	10.9	10.9	8.7	4.3	8.7	6.5	15.2	45.7	2.2	10.9
その他の製造業	129	11.6	10.9	8.5	14.0	7.0	11.6	12.4	12.4	2.3	10.1	45.7	0.8	10.1
非製造業	881	16.8	11.9	11.5	9.6	6.5	11.9	9.0	12.4	5.1	10.6	40.4	2.7	8.6
商社・卸売	401	14.7	9.5	10.2	8.2	6.7	13.2	7.0	10.0	6.5	10.0	41.9	2.5	9.5
小売	56	17.9	10.7	8.9	8.9	7.1	7.1	7.1	8.9	7.1	3.6	44.6	3.6	10.7
建設	73	15.1	20.5	12.3	17.8	6.8	15.1	21.9	23.3	2.7	13.7	28.8	1.4	8.2
運輸	48	25.0	14.6	12.5	8.3	10.4	14.6	10.4	8.3	4.2	6.3	39.6	2.1	6.3
金融・保険	36	22.2	13.9	22.2	5.6	8.3	11.1	11.1	13.9	-	22.2	38.9	5.6	-
通信・情報・ソフトウェア	66	25.8	10.6	15.2	12.1	9.1	13.6	10.6	10.6	7.6	15.2	34.8	3.0	6.1
専門サービス	51	21.6	19.6	5.9	7.8	2.0	7.8	7.8	15.7	2.0	9.8	35.3	3.9	11.8
その他の非製造業	150	13.3	11.3	12.7	10.7	4.0	8.7	7.3	15.3	3.3	10.0	45.3	2.7	8.7

[注] 母数は本調査で「外国人を雇用している」、「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

7. 外国人社員のキャリア形成方針

雇用する（もしくは採用を検討している）外国人社員のキャリア形成方針については、「日本人社員と同様の人事異動」（35.8%）を想定する企業が最多で、これに「海外関連の業務に特化」（25.7%）、「現地法人・事務所等での幹部登用」（17.7%）が続いている。

図表VI-14 外国人社員のキャリア形成方針（全体、企業規模別）



[注] 母数は本調査で「外国人を雇用している」、「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

図表VI-15 外国人社員のキャリア形成方針（全体、業種別）

(複数回答、%)

	社数	日本人社員と同様の人事異動を想定	海外関連の業務(部署)に特化した人事異動を想定	出身国・地域の現地法人・事務所等での幹部登用を想定	特定分野(語学、技術等)に長けた人材を期間限定で採用	現時点では、明確な方針を定めていない	その他	無回答
全体	2,033	35.8	25.7	17.7	5.7	29.8	1.2	8.0
製造業	1,152	35.3	27.5	17.0	5.4	29.5	0.8	8.2
飲食料品	237	24.5	21.1	9.7	5.5	40.5	0.8	15.6
繊維・織物/アパレル	67	29.9	35.8	20.9	6.0	25.4	1.5	6.0
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	43	16.3	27.9	14.0	-	44.2	2.3	7.0
化学	62	41.9	33.9	25.8	8.1	25.8	-	3.2
医薬品・化粧品	44	47.7	45.5	22.7	6.8	11.4	-	2.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	61	32.8	32.8	16.4	3.3	31.1	-	6.6
窯業・土石	21	23.8	23.8	14.3	9.5	38.1	-	9.5
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	130	40.0	26.2	18.5	5.4	27.7	0.8	3.8
一般機械	105	45.7	24.8	20.0	6.7	26.7	1.0	3.8
電気機械	70	40.0	28.6	25.7	8.6	21.4	-	11.4
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	37	56.8	29.7	18.9	8.1	21.6	-	5.4
自動車/自動車部品/その他輸送機器	100	44.0	24.0	16.0	5.0	27.0	-	7.0
精密機器	46	39.1	23.9	15.2	-	30.4	2.2	6.5
その他の製造業	129	30.2	30.2	16.3	3.9	24.8	1.6	9.3
非製造業	881	36.4	23.4	18.5	6.0	30.2	1.7	7.8
商社・卸売	401	31.7	25.4	18.0	7.0	31.4	2.2	7.7
小売	56	37.5	23.2	23.2	5.4	25.0	-	14.3
建設	73	35.6	30.1	24.7	11.0	30.1	1.4	6.8
運輸	48	56.3	29.2	29.2	2.1	20.8	-	6.3
金融・保険	36	44.4	30.6	13.9	2.8	25.0	-	-
通信・情報・ソフトウェア	66	59.1	12.1	16.7	3.0	19.7	1.5	6.1
専門サービス	51	37.3	9.8	11.8	9.8	23.5	3.9	11.8
その他の非製造業	150	30.7	20.7	16.0	3.3	40.0	1.3	8.0

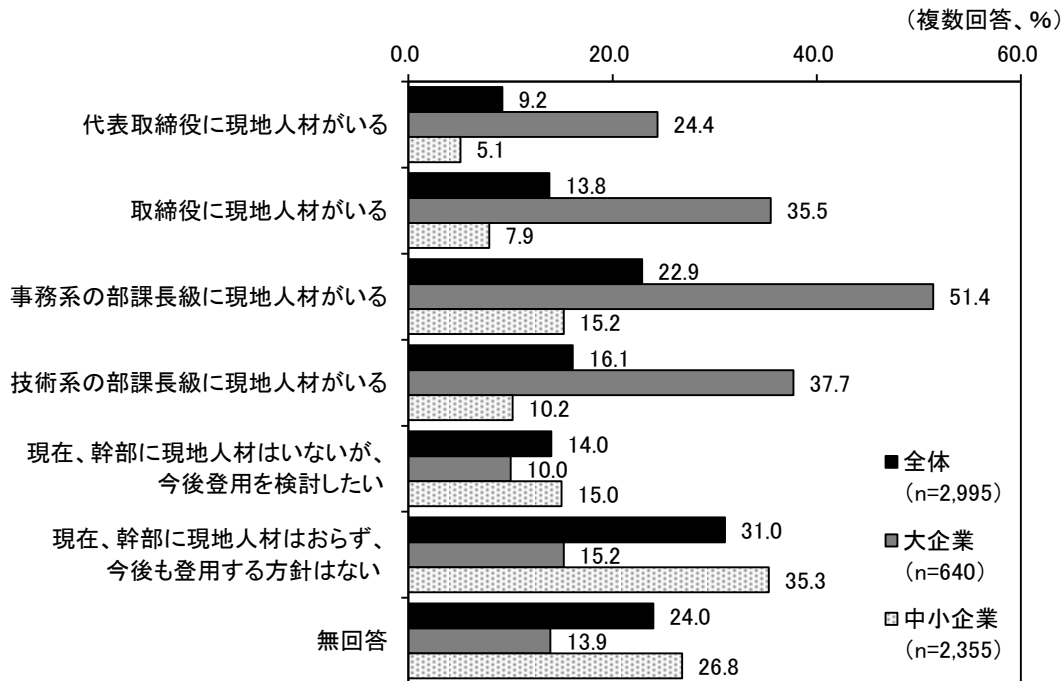
[注] ①母数は本調査で「外国人を雇用している」、「外国人の採用を検討したい」と回答した企業。

②網掛けは回答率が30%以上の項目。

8. 海外拠点における現地人材登用

海外拠点における現地人材の幹部登用状況は「現在、幹部に現地人材はおらず、今後も登用する方針はない」と回答した企業が回答企業全体の31.0%に及ぶが、次いで「事務系の部課長級に現地人材がいる」(同22.9%)、「技術系の部課長級に現地人材がいる」(同16.1%)との回答が多い。大企業においては「事務系の部課長級に現地人材がいる」との回答が51.4%と半数を超えている。

図表VI-16 海外拠点における現地人材登用（全体、企業規模別）



[注] 母数は本調査の回答企業総数。

図表VI-17 海外拠点における現地人材登用（全体、業種別）

(複数回答、%)

	社数	代表取締役に 現地人材がいる	取締役に現地 人材がいる	事務系の部課 長級に現地人 材がいる	技術系の部課 長級に現地人 材がいる	現在、幹部に現 地人材はいない が、今後登用を 検討したい	現在、幹部に現 地人材はおら ず、今後も登用 する方針はない	無回答
全体	2,995	9.2	13.8	22.9	16.1	14.0	31.0	24.0
製造業	1,660	10.8	15.8	26.8	21.4	12.4	30.7	22.5
飲食料品	394	5.3	5.3	8.6	6.1	10.2	44.7	32.7
繊維・織物/アパレル	103	7.8	20.4	26.2	18.4	9.7	31.1	23.3
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	62	9.7	16.1	24.2	17.7	19.4	32.3	16.1
化学	92	22.8	21.7	40.2	33.7	10.9	18.5	18.5
医療品・化粧品	59	6.8	8.5	18.6	8.5	23.7	30.5	25.4
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	94	13.8	14.9	33.0	20.2	16.0	33.0	11.7
窯業・土石	28	3.6	3.6	14.3	14.3	10.7	35.7	35.7
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	168	8.3	13.7	28.6	25.0	14.3	28.0	19.0
一般機械	142	12.0	19.7	30.3	26.8	12.7	27.5	18.3
電気機械	96	18.8	26.0	34.4	28.1	9.4	19.8	25.0
情報通信機器/電子部品・デバイス	53	15.1	24.5	47.2	41.5	5.7	24.5	15.1
自動車/自動車部品/その他輸送機器	107	20.6	40.2	59.8	50.5	6.5	11.2	15.0
精密機器	70	17.1	21.4	37.1	32.9	12.9	18.6	20.0
その他の製造業	192	7.8	12.0	24.5	19.3	16.7	32.3	19.3
非製造業	1,335	7.3	11.2	18.1	9.4	15.9	31.5	25.9
商社・卸売	641	7.2	11.7	19.8	7.5	12.5	33.1	25.6
小売	80	6.3	8.8	17.5	6.3	28.8	26.3	23.8
建設	90	10.0	16.7	24.4	27.8	18.9	18.9	26.7
運輸	75	9.3	18.7	32.0	5.3	9.3	25.3	22.7
金融・保険	77	3.9	5.2	9.1	1.3	10.4	51.9	28.6
通信・情報・ソフトウェア	83	7.2	14.5	10.8	16.9	28.9	24.1	18.1
専門サービス	70	7.1	7.1	12.9	8.6	17.1	32.9	30.0
その他の非製造業	219	7.3	8.2	13.2	10.5	18.7	31.1	29.2

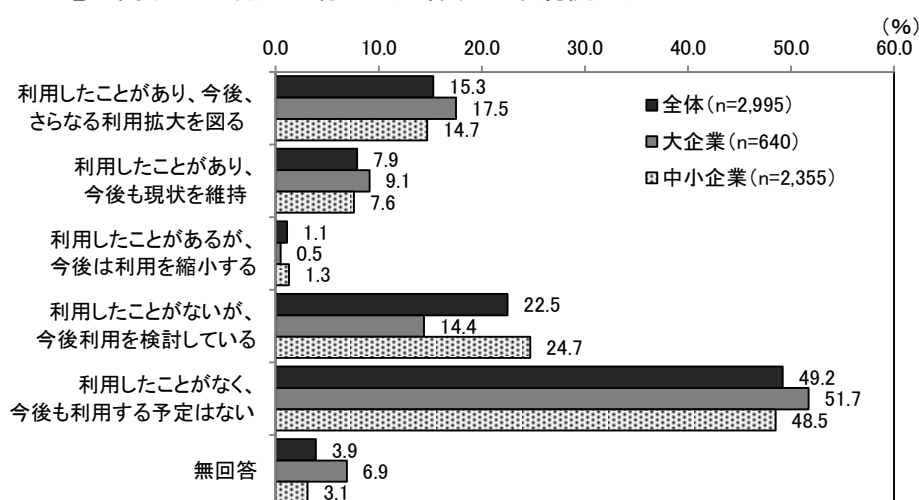
[注] 母数は本調査の回答企業総数。

VII. 電子商取引

1. 電子商取引の利用の有無

国内外での販売において、「電子商取引を利用したことがある」と回答した企業（「電子商取引を利用したことがあるが、今後、さらなる利用拡大をはかる」、「利用したことがあるが、今後も現状を維持」、「利用したことがあるが、今後は利用を縮小する」のいずれか。重複は除く）は回答企業総数の24.4%、「利用を検討している」と回答した企業（22.5%）を合わせると46.9%に及ぶ。利用の有無を企業規模別にみると、電子商取引を利用したことがあると回答した大企業は27.1%で、中小企業（23.6%）を上回った。

図表VII-1 電子商取引の利用の有無（全体、企業規模別）



〔注〕母数は、本調査の回答企業総数。

図表VII-2 電子商取引の利用の有無（全体、業種別）

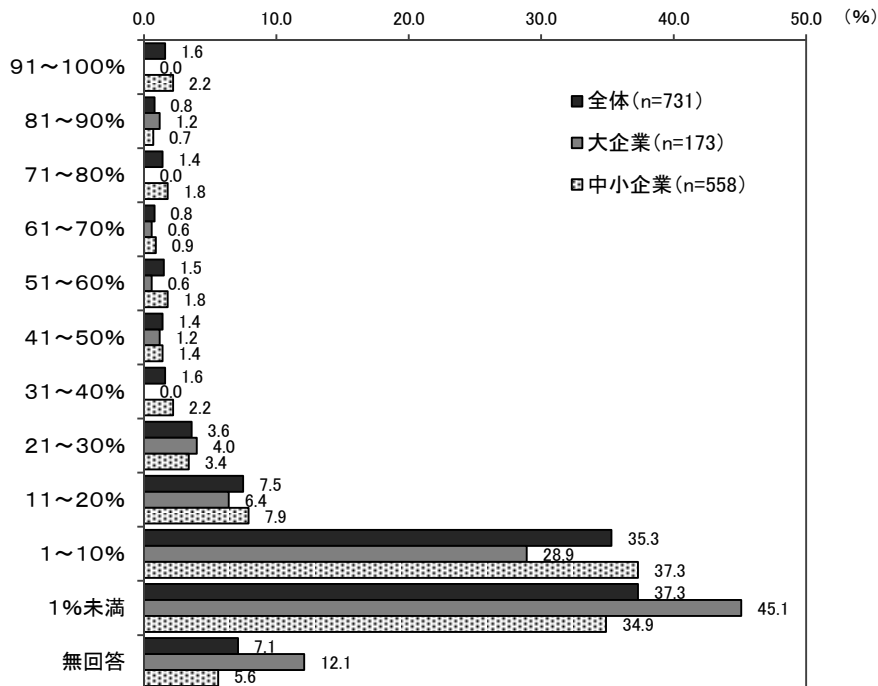
	社数	利用したことがある	利用したことがあるが、今後、さらなる利用拡大を図る	利用したことがあるが、今後も現状を維持	利用したことがあるが、今後は利用を縮小する	利用したことがないが、今後利用を検討している	利用したことがなく、今後も利用する予定はない	無回答
全体	2,995	24.4	15.3	7.9	1.1	22.5	49.2	3.9
製造業	1,660	25.7	16.0	8.6	1.1	22.4	48.7	3.2
飲食料品	394	29.3	21.1	6.9	1.3	29.7	37.8	3.3
繊維・織物／アパレル	103	33.0	23.3	7.8	1.9	25.2	36.9	4.9
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	62	48.3	29.0	17.7	1.6	29.0	22.6	-
化学	92	17.4	7.6	8.7	1.1	20.7	59.8	2.2
医療品・化粧品	59	39.0	27.1	8.5	3.4	22.0	35.6	3.4
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	94	26.6	14.9	10.6	1.1	26.6	44.7	2.1
窯業・土石	28	14.3	14.3	-	-	14.3	67.9	3.6
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	168	19.7	13.1	6.0	0.6	25.6	52.4	2.4
一般機械	142	14.7	7.0	6.3	1.4	13.4	66.9	4.9
電気機械	96	17.8	9.4	6.3	2.1	24.0	52.1	6.3
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	53	45.3	15.1	28.3	1.9	15.1	39.6	-
自動車／自動車部品／その他輸送機器	107	14.9	8.4	6.5	-	7.5	74.8	2.8
精密機器	70	21.4	11.4	8.6	1.4	18.6	58.6	1.4
その他の製造業	192	28.1	17.7	10.4	-	18.8	49.5	3.6
非製造業	1,335	22.8	14.5	7.2	1.1	22.5	49.9	4.8
商社・卸売	641	27.4	16.7	9.0	1.7	24.0	45.7	2.8
小売	80	50.1	37.5	11.3	1.3	30.0	17.5	2.5
建設	90	7.8	1.1	6.7	-	25.6	64.4	2.2
運輸	75	6.7	4.0	2.7	-	18.7	64.0	10.7
金融・保険	77	5.2	5.2	-	-	2.6	70.1	22.1
通信・情報・ソフトウェア	83	25.3	19.3	6.0	-	30.1	41.0	3.6
専門サービス	70	14.3	11.4	2.9	-	15.7	64.3	5.7
その他の非製造業	219	18.8	11.0	6.4	1.4	21.9	54.8	4.6

〔注〕①母数は、本調査の回答企業総数。②網掛けは、「利用したことがある」の回答率が30%以上の項目。

2. 電子商取引の売上比率

売上高に占める電子商取引の割合（＝電子商取引による販売額/売上高、単体ベース）は、「1%未満（37.3%）」が最も多く、「1～10%」が35.3%で続き、1割以下の企業が全体の約7割となった。企業規模別にみると、大企業よりも中小企業で、電子商取引の売上の割合が高い傾向が見られる。業種別にみると、売上高における電子商取引の割合が1%以上の企業は、非製造業が製造業を上回った。同割合が「30%超」と回答した企業は、小売（32.5%）、通信・情報・ソフトウェア（28.7%）、鉄鋼/非鉄金属/金属製品（21.1%）、専門サービス（20.0%）などで多くみられた。

図表VII-3 電子商取引の売上比率（全体、企業規模別）



〔注〕母数は、電子商取引を利用したことのある企業。

図表VII-4 電子商取引の売上比率（全体、業種別）

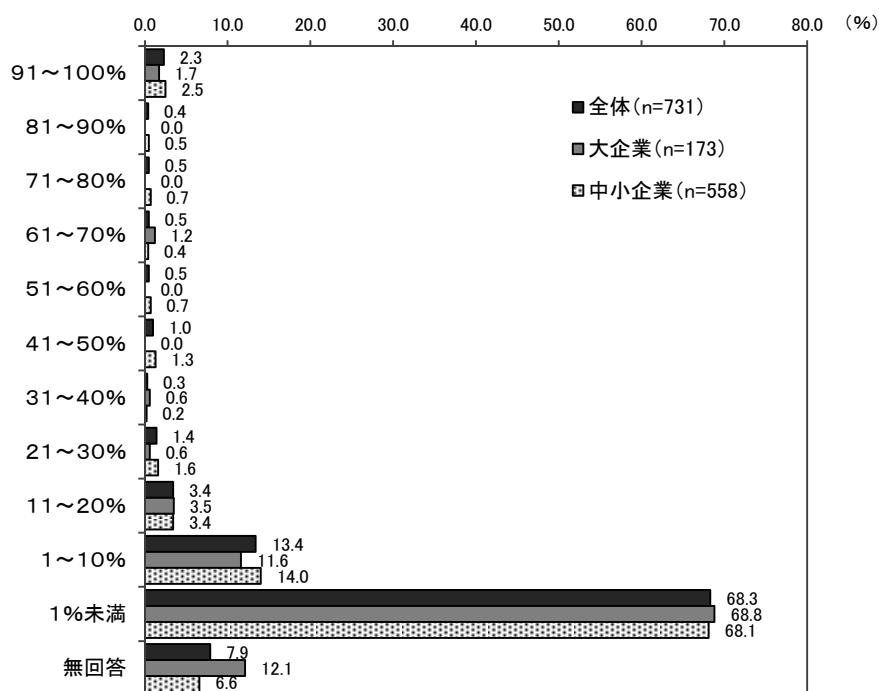
	社数	1%未満	1~10%	11~20%	21~30%	30%超	無回答
全体	731	37.3	35.3	7.5	3.6	9.1	7.1
製造業	427	39.6	35.8	7.5	2.8	7.5	6.8
飲食料品	115	47.0	34.8	5.2	2.6	4.4	6.1
繊維・織物/アパレル	34	29.4	47.1	5.9	2.9	11.7	2.9
木材・木製品/家具/建材/紙・パルプ	30	46.7	23.3	16.7	-	3.3	10.0
化学	16	18.8	50.0	12.5	-	6.3	12.5
医薬品・化粧品	23	26.1	56.5	8.7	4.3	0.0	4.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	25	48.0	36.0	12.0	-	4.0	-
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	33	33.3	24.2	18.2	-	21.1	3.0
一般機械	21	52.4	23.8	-	4.8	9.5	9.5
電気機械	17	52.9	23.5	5.9	-	5.9	11.8
情報通信機器器具/電子部品・デバイス	24	41.7	33.3	-	-	12.6	12.5
自動車/自動車部品/その他輸送機器	16	12.5	31.3	12.5	18.8	12.6	12.5
精密機器	15	46.7	20.0	-	6.7	13.4	13.3
その他の製造業	54	31.5	48.1	5.6	3.7	5.7	5.6
非製造業	304	34.2	34.5	7.6	4.6	11.4	7.6
商社・卸売	176	38.1	38.6	8.5	3.4	4.0	7.4
小売	40	17.5	37.5	10.0	-	32.5	2.5
通信・情報・ソフトウェア	21	28.6	28.6	9.5	4.8	28.7	-
専門サービス	10	50.0	10.0	-	10.0	20.0	10.0
その他の非製造業	41	36.6	22.0	-	12.2	17.0	12.2

〔注〕①母数は、電子商取引を利用したことのある企業。②社数が10社以上の業種のみ掲載。

3. 電子商取引の海外売上比率

電子商取引に占める海外向けの割合（＝電子商取引による海外向け販売額/電子商取引による販売額、単体ベース）は、電子商取引を利用したことのある企業の68.3%が1%未満と回答した。企業規模別では、大企業と中小企業の間には大きな差は見られなかった。業種別にみると、製造業では同割合が30%超と回答した企業が4.2%であったのに対し、非製造業は7.6%であった。通信・情報・ソフトウェア（19.0%）、自動車/自動車部品/その他輸送機器（18.8%）、情報通信機器/電子部品・デバイス（12.5%）などで、海外売上比率が30%超と回答した企業が多くなっている。

図表VII-5 電子商取引の海外売上比率（全体、企業規模別）



[注] 母数は、電子商取引を利用したことのある企業。

図表VII-6 電子商取引の海外売上比率（全体、業種別）

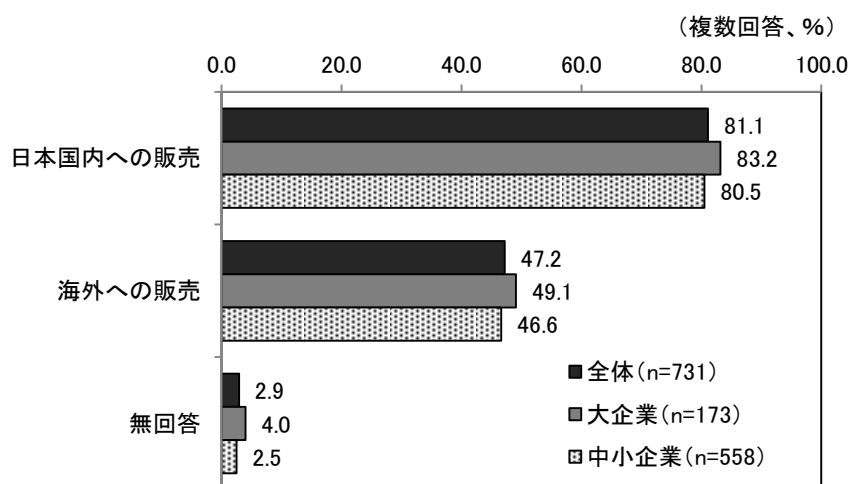
	社数	1%未満	1~10%	11~20%	21~30%	30%超	無回答
全体	731	68.3	13.4	3.4	1.4	5.5	7.9
製造業	427	71.7	12.6	3.0	1.6	4.2	6.8
飲食料品	115	80.0	10.4	1.7	0.9	1.8	5.2
繊維・織物/アパレル	34	79.4	11.8	-	-	2.9	5.9
木材・木製品/家具・建材/紙・パルプ	30	83.3	6.7	3.3	3.3	-	3.3
化学	16	75.0	-	6.3	6.3	-	12.5
医薬品・化粧品	23	43.5	30.4	8.7	4.3	8.6	4.3
石油・石炭製品/プラスチック製品/ゴム製品	25	72.0	24.0	-	-	-	4.0
鉄鋼/非鉄金属/金属製品	33	72.7	9.1	3.0	3.0	6.0	6.1
一般機械	21	76.2	4.8	9.5	4.8	-	4.8
電気機械	17	76.5	-	5.9	-	5.9	11.8
情報通信機械器具/電子部品・デバイス	24	66.7	12.5	-	-	12.5	8.3
自動車/自動車部品/その他輸送機器	16	25.0	37.5	-	6.3	18.8	12.5
精密機器	15	66.7	13.3	-	-	6.7	13.3
その他の製造業	54	66.7	13.0	5.6	-	5.6	9.3
非製造業	304	63.5	14.5	3.9	1.0	7.6	9.5
商社・卸売	176	67.0	14.2	3.4	0.6	5.7	9.1
小売	40	60.0	20.0	2.5	5.0	7.5	5.0
通信・情報・ソフトウェア	21	71.4	9.5	-	-	19.0	-
専門サービス	10	40.0	10.0	20.0	-	10.0	20.0
その他の非製造業	41	58.5	9.8	4.9	-	12.1	14.6

[注] ①母数は、電子商取引を利用したことのある企業。②社数が10社以上の業種のみ掲載。

4. 電子商取引の利用状況

電子商取引を利用したことのある企業（731社）のうち、海外への販売で利用したことのある企業は47.2%であった。大企業（49.1%）、中小企業（46.6%）ともに約半数の企業が海外販売で電子商取引を利用している。海外販売の内訳をみると、電子商取引を利用したことのある企業のうち、日本国内から海外への販売で利用したことのある企業は30.9%（大企業：20.8%、中小企業：34.1%）、海外拠点での販売（現地販売、第三国への販売）で利用したことのある企業は22.8%（大企業：37.6%、中小企業：18.3%）であった。

図表VII-7 電子商取引の利用状況（全体、企業規模別）



〔注〕母数は、電子商取引を利用したことのある企業。

図表VII-8 電子商取引の利用状況（全体、業種別）

(複数回答、%)

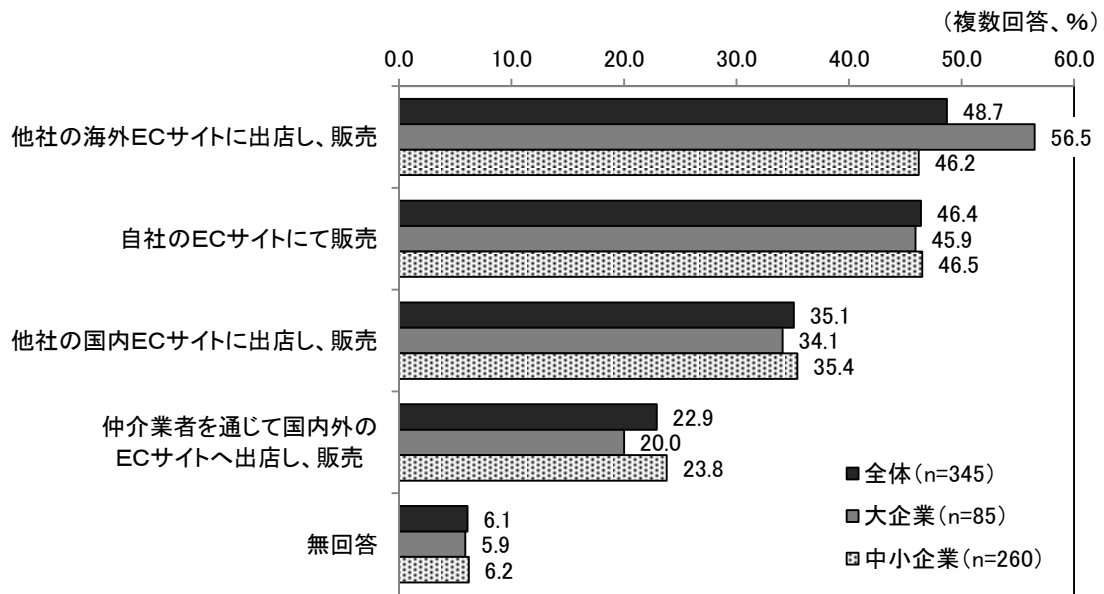
	社数	日本国内への販売	海外への販売	海外販売の内訳		無回答
				日本国内から海外への販売	海外拠点での販売	
全体	731	81.1	47.2	30.9	22.8	2.9
大企業	173	83.2	49.1	20.8	37.6	4.0
中小企業	558	80.5	46.6	34.1	18.3	2.5
製造業	427	82.9	49.4	30.7	25.5	2.3
飲食料品	115	91.3	36.5	21.7	20.0	-
繊維・織物／アパレル	34	76.5	61.8	44.1	23.5	-
木材・木製品／家具・建材／紙・ハルブ	30	83.3	43.3	36.7	13.3	3.3
化学	16	81.3	43.8	25.0	25.0	6.3
医療品・化粧品	23	82.6	82.6	34.8	56.5	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	25	72.0	80.0	64.0	24.0	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	33	90.9	39.4	24.2	18.2	-
一般機械	21	66.7	52.4	33.3	28.6	4.8
電気機械	17	82.4	41.2	17.6	35.3	11.8
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	24	75.0	54.2	20.8	50.0	8.3
自動車／自動車部品／その他輸送機器	16	68.8	68.8	43.8	31.3	6.3
精密機器	15	86.7	46.7	26.7	26.7	-
その他の製造業	54	83.3	44.4	29.6	20.4	3.7
非製造業	304	78.6	44.1	31.3	19.1	3.6
商社・卸売	176	80.7	39.8	26.7	17.0	3.4
小売	40	77.5	67.5	57.5	25.0	-
通信・情報・ソフトウェア	21	85.7	42.9	38.1	19.0	-
専門サービス	10	50.0	50.0	40.0	20.0	10.0
その他の非製造業	41	75.6	46.3	29.3	22.0	4.9

〔注〕①母数は、電子商取引を利用したことのある企業。②社数が10社以上の業種のみ掲載。

5. 電子商取引の基盤

海外販売にて利用をしている基盤をみると、全体では、他社の海外 EC サイトでの販売（電子商取引を利用し、海外へ販売を行っている企業の 48.7%）が最も多く、自社 EC サイトでの販売が同 46.4% で続いた。企業規模別にみると、大企業は他社の海外 EC サイトでの販売（同 56.5%）が最も多かった。一方で、中小企業が最も多く利用しているのは自社 EC サイト（同 46.5%）で、他社の海外 EC サイトの利用（同 46.2%）を上回った。業種別では、利用されている基盤に大きな違いは見られず、製造業（同 50.2%）、非製造業（同 46.3%）ともに他社の海外 EC サイトの利用が最も多かった。

図表 VII-9 電子商取引の基盤（全体、企業規模別）



〔注〕母数は、電子商取引を利用し、海外へ販売を行っている企業。

図表 VII-10 電子商取引の基盤（全体、業種別）

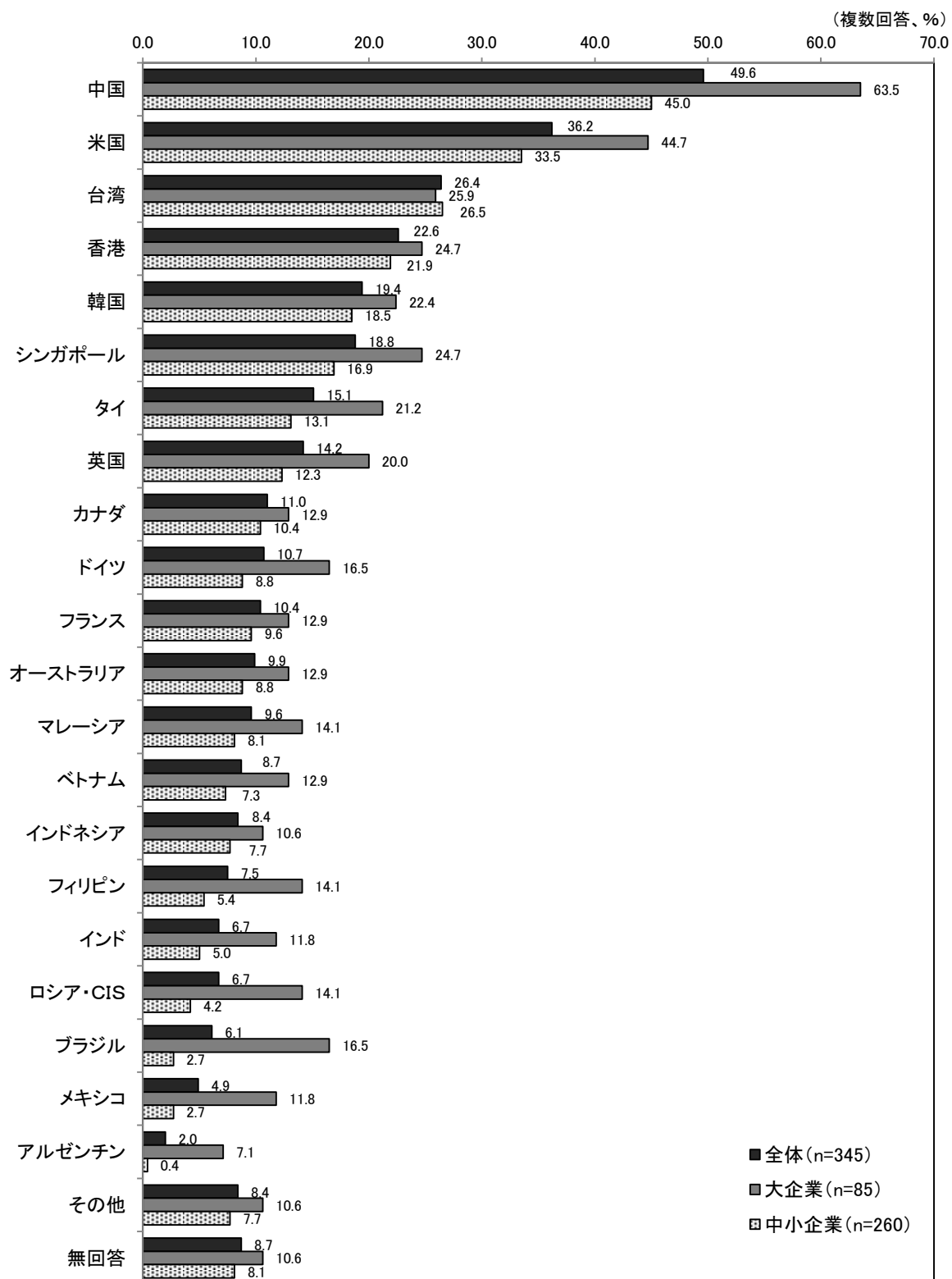
	社数	自社のECサイトにて販売	他社の国内ECサイトに出店し、販売	他社の海外ECサイトに出店し、販売	仲介業者を通じて国内外のECサイトへ出店し、販売	無回答
全体	345	46.4	35.1	48.7	22.9	6.1
製造業	211	47.9	37.4	50.2	25.6	4.3
飲食品	42	47.6	40.5	50.0	23.8	2.4
繊維・織物／アパレル	21	66.7	47.6	47.6	33.3	4.8
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	13	46.2	61.5	46.2	15.4	-
医療品・化粧品	19	31.6	31.6	84.2	26.3	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	20	60.0	20.0	45.0	25.0	5.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	13	53.8	38.5	38.5	30.8	7.7
一般機械	11	18.2	45.5	45.5	18.2	9.1
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	13	38.5	23.1	46.2	30.8	7.7
自動車／自動車部品／その他輸送機器	11	36.4	27.3	36.4	27.3	18.2
その他の製造業	24	66.7	45.8	45.8	25.0	-
非製造業	134	44.0	31.3	46.3	18.7	9.0
商社・卸売	70	45.7	32.9	38.6	18.6	8.6
小売	27	40.7	37.0	63.0	22.2	-
その他の非製造業	19	47.4	26.3	42.1	21.1	10.5

〔注〕①母数は、電子商取引を利用し、海外へ販売を行っている企業。②社数が 10 社以上の業種のみ掲載。

6. 現在の海外販売先

海外販売先（日本からの輸出、海外拠点での販売）では、中国（電子商取引を利用し、海外へ販売を行っている企業の49.6%）、米国（同36.2%）、台湾（同26.4%）、香港（同22.6%）、韓国（同19.4%）が上位を占めている。業種別にみても、ほぼ全ての業種で中国への販売が最多となっている。医療品・化粧品では89.5%にのぼる企業が中国を販売先に挙げた。

図表Ⅶ-11 現在の海外販売先（全体、企業規模別）



[注] 母数は、電子商取引を利用し、海外へ販売を行っている企業。

図表VII-12 現在の海外販売先（全体、業種別）

(複数回答、%)

	社数	中国	米国	台湾	香港	韓国	シンガポール	タイ	英国	カナダ	ドイツ
全体	345	49.6	36.2	26.4	22.6	19.4	18.8	15.1	14.2	11.0	10.7
製造業	211	51.7	40.8	27.0	22.3	20.4	18.0	13.7	15.6	10.9	12.8
飲食料品	42	47.6	28.6	21.4	21.4	2.4	19.0	-	4.8	2.4	4.8
繊維・織物／アパレル	21	47.6	42.9	33.3	33.3	23.8	28.6	9.5	19.0	14.3	14.3
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	13	46.2	38.5	15.4	7.7	23.1	7.7	-	7.7	23.1	15.4
医療品・化粧品	19	89.5	10.5	47.4	31.6	26.3	21.1	15.8	5.3	-	5.3
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	20	40.0	60.0	20.0	25.0	20.0	20.0	20.0	15.0	20.0	20.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	13	53.8	38.5	15.4	7.7	23.1	15.4	7.7	7.7	7.7	-
一般機械	11	54.5	45.5	36.4	18.2	27.3	9.1	27.3	18.2	18.2	9.1
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	13	38.5	53.8	15.4	15.4	23.1	15.4	23.1	23.1	7.7	15.4
自動車／自動車部品／その他輸送機器	11	45.5	27.3	-	18.2	9.1	-	36.4	9.1	-	27.3
その他の製造業	24	45.8	58.3	29.2	29.2	25.0	12.5	12.5	33.3	12.5	12.5
非製造業	134	46.3	29.1	25.4	23.1	17.9	20.1	17.2	11.9	11.2	7.5
商社・卸売	70	48.6	21.4	18.6	20.0	11.4	15.7	15.7	4.3	4.3	5.7
小売	27	44.4	40.7	37.0	29.6	33.3	22.2	18.5	25.9	18.5	11.1
その他の非製造業	19	52.6	26.3	31.6	36.8	31.6	31.6	21.1	26.3	15.8	10.5

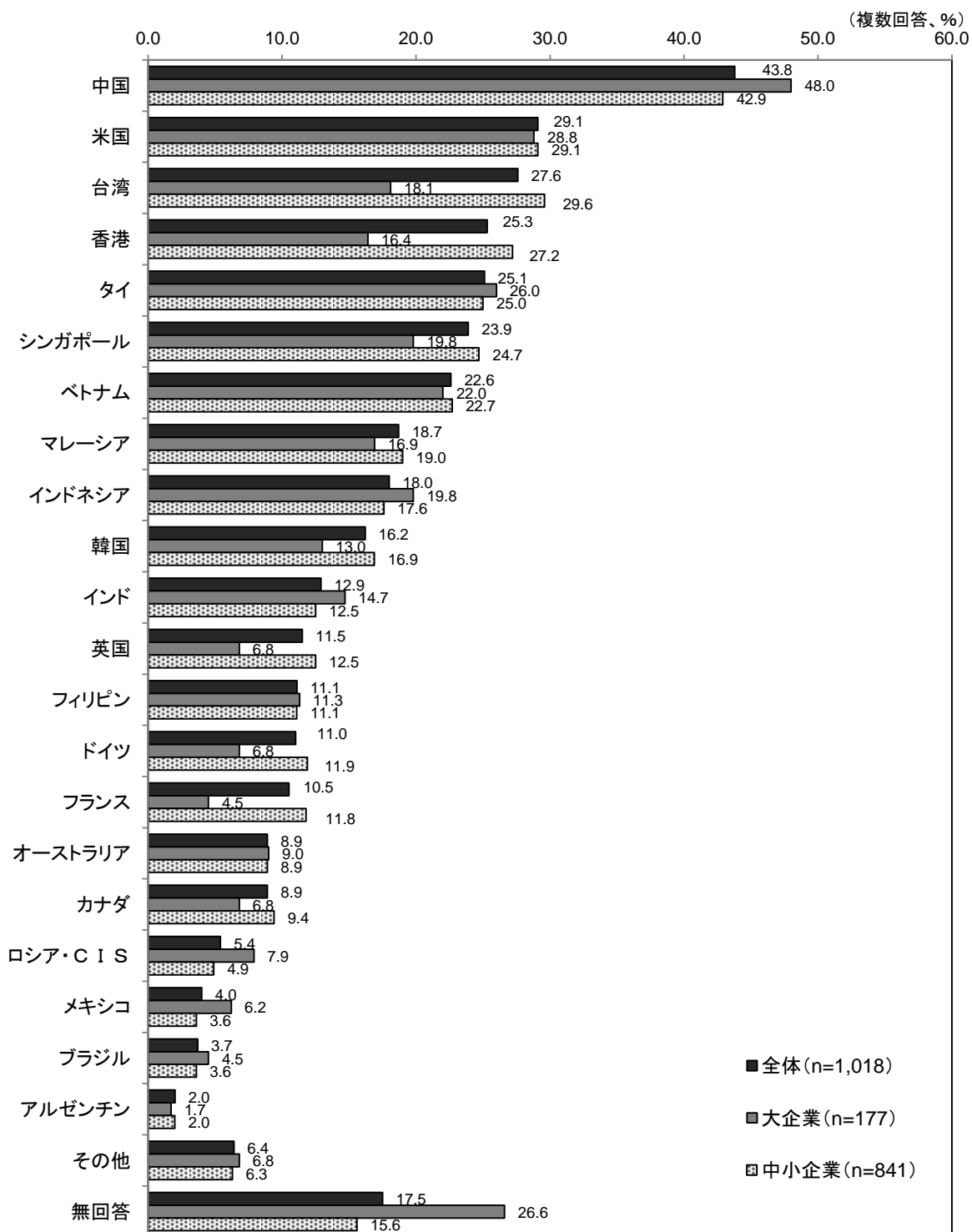
	フランス	オーストラリア	マレーシア	ベトナム	インドネシア	フィリピン	インド	ロシア・CIS	ブラジル	メキシコ	アルゼンチン
全体	10.4	9.9	9.6	8.7	8.4	7.5	6.7	6.7	6.1	4.9	2.0
製造業	10.0	10.4	9.0	8.5	9.0	6.2	7.1	8.1	7.1	5.2	2.8
飲食料品	4.8	2.4	-	-	-	-	2.4	-	2.4	2.4	2.4
繊維・織物／アパレル	4.8	14.3	-	-	4.8	4.8	4.8	9.5	4.8	-	-
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	23.1	-	-	7.7	-	-	-	-	-	7.7	-
医療品・化粧品	5.3	5.3	-	15.8	5.3	-	-	-	-	-	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	10.0	20.0	25.0	10.0	10.0	15.0	5.0	5.0	5.0	-	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	-	15.4	15.4	7.7	7.7	15.4	-	-	7.7	-	-
一般機械	-	18.2	18.2	27.3	18.2	27.3	9.1	-	18.2	18.2	9.1
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	15.4	7.7	15.4	23.1	15.4	7.7	15.4	23.1	15.4	7.7	7.7
自動車／自動車部品／その他輸送機器	9.1	-	27.3	9.1	45.5	-	27.3	9.1	9.1	18.2	9.1
その他の製造業	16.7	16.7	4.2	4.2	-	-	4.2	12.5	-	-	-
非製造業	11.2	9.0	10.4	9.0	7.5	9.7	6.0	4.5	4.5	4.5	0.7
商社・卸売	11.4	8.6	5.7	5.7	5.7	8.6	2.9	4.3	5.7	5.7	-
小売	11.1	11.1	14.8	11.1	7.4	7.4	3.7	3.7	-	-	-
その他の非製造業	21.1	15.8	15.8	21.1	15.8	21.1	15.8	10.5	10.5	10.5	5.3

[注] ①母数は、電子商取引を利用し、海外へ販売を行っている企業。
 ②網掛けは、回答率が最大の項目。③社数が10社以上の業種のみ掲載。

7. 今後の海外販売先

今後、海外で販売拡大を図る、もしくは新規販売を検討する国・地域では、中国（電子商取引を利用し、海外へ販売を行っている企業ならびに今後、電子商取引の利用を検討している企業の43.8%）を挙げる企業が最も多く、米国（同29.1%）が続いた。今後の海外販売先としては、上位10カ国・地域のうち、米国を除いて全てアジアの国・地域が挙げられた。企業規模別にみると、大企業では中国を選ぶ企業が多い一方、中小企業では台湾、香港のほか、英国、ドイツ、フランスなどの回答率が大企業を大きく上回った。

図表VII-13 今後の海外販売先（全体、企業規模別）



[注] 母数は、電子商取引を利用し、海外へ販売を行っている企業ならびに今後、電子商取引の利用を検討している企業。

図表VII-14 今後の海外販売先（全体、業種別）

（複数回答、％）

	社数	中国	米国	台湾	香港	タイ	シンガポール	ベトナム	マレーシア	インドネシア	韓国
全体	1,018	43.8	29.1	27.6	25.3	25.1	23.9	22.6	18.7	18.0	16.2
製造業	583	42.4	30.7	25.7	21.8	22.3	23.0	19.0	16.5	15.4	15.6
飲食料品	159	50.9	32.1	35.2	35.8	17.6	33.3	13.8	15.1	10.1	16.4
繊維・織物／アパレル	47	44.7	27.7	21.3	17.0	21.3	19.1	8.5	12.8	14.9	17.0
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	31	35.5	19.4	16.1	19.4	22.6	22.6	25.8	22.6	19.4	12.9
化学	26	38.5	23.1	19.2	19.2	34.6	19.2	34.6	23.1	23.1	15.4
医療品・化粧品	32	50.0	9.4	21.9	21.9	18.8	21.9	28.1	25.0	18.8	9.4
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	45	33.3	40.0	28.9	20.0	24.4	20.0	22.2	15.6	15.6	20.0
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	56	37.5	30.4	26.8	16.1	26.8	16.1	30.4	16.1	21.4	17.9
一般機械	30	23.3	13.3	16.7	10.0	30.0	13.3	23.3	10.0	20.0	13.3
電気機械	30	33.3	36.7	13.3	10.0	40.0	26.7	23.3	26.7	23.3	13.3
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	21	23.8	47.6	9.5	4.8	19.0	9.5	14.3	14.3	14.3	9.5
自動車／自動車部品／その他輸送機器	19	47.4	36.8	10.5	5.3	21.1	5.3	10.5	10.5	26.3	5.3
精密機器	20	65.0	40.0	35.0	20.0	35.0	25.0	20.0	25.0	20.0	30.0
その他の製造業	60	40.0	35.0	23.3	21.7	11.7	21.7	13.3	11.7	6.7	13.3
非製造業	435	45.7	26.9	30.1	30.1	29.0	25.1	27.4	21.6	21.4	17.0
商社・卸売	224	50.4	28.1	29.5	33.9	29.0	23.2	26.8	21.9	20.5	19.2
小売	51	41.2	27.5	25.5	29.4	23.5	19.6	23.5	23.5	17.6	15.7
建設	26	30.8	19.2	30.8	15.4	19.2	30.8	34.6	19.2	26.9	11.5
運輸	14	57.1	35.7	28.6	28.6	50.0	35.7	42.9	14.3	21.4	14.3
通信・情報・ソフトウェア	34	35.3	32.4	35.3	23.5	41.2	29.4	29.4	23.5	26.5	20.6
専門サービス	16	12.5	25.0	12.5	18.8	6.3	12.5	18.8	12.5	12.5	-
その他の非製造業	67	50.7	22.4	38.8	31.3	32.8	32.8	26.9	23.9	25.4	16.4

	インド	英国	フィリピン	ドイツ	フランス	オーストラリア	カナダ	ロシア・CIS	メキシコ	ブラジル	アルゼンチン
全体	12.9	11.5	11.1	11.0	10.5	8.9	8.9	5.4	4.0	3.7	2.0
製造業	13.0	12.7	8.1	12.3	11.3	8.9	9.1	5.7	3.4	3.9	1.5
飲食料品	7.5	11.9	7.5	8.8	10.7	11.9	10.7	5.7	3.8	5.0	1.9
繊維・織物／アパレル	2.1	19.1	2.1	17.0	14.9	2.1	8.5	4.3	2.1	2.1	-
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	12.9	12.9	6.5	12.9	16.1	6.5	6.5	6.5	3.2	-	-
化学	19.2	3.8	19.2	3.8	3.8	3.8	-	-	-	-	-
医療品・化粧品	12.5	-	12.5	-	3.1	3.1	3.1	6.3	-	-	-
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	8.9	15.6	4.4	13.3	11.1	6.7	8.9	2.2	-	-	2.2
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	21.4	16.1	12.5	19.6	17.9	8.9	12.5	10.7	12.5	8.9	3.6
一般機械	16.7	6.7	6.7	10.0	-	3.3	3.3	3.3	-	-	-
電気機械	13.3	26.7	6.7	13.3	10.0	13.3	10.0	3.3	-	-	3.3
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	14.3	4.8	19.0	14.3	4.8	-	4.8	14.3	-	-	-
自動車／自動車部品／その他輸送機器	42.1	10.5	5.3	15.8	5.3	15.8	10.5	-	10.5	10.5	-
精密機器	30.0	25.0	10.0	35.0	25.0	20.0	15.0	15.0	5.0	10.0	-
その他の製造業	8.3	10.0	3.3	11.7	11.7	10.0	10.0	3.3	-	6.7	1.7
非製造業	12.6	9.9	15.2	9.2	9.4	9.0	8.7	5.1	4.8	3.4	2.5
商社・卸売	12.9	11.2	15.2	11.2	11.2	10.7	10.3	5.8	4.5	4.5	2.7
小売	7.8	11.8	13.7	11.8	9.8	7.8	11.8	3.9	2.0	2.0	2.0
建設	11.5	-	15.4	-	-	3.8	-	-	11.5	3.8	3.8
運輸	21.4	14.3	14.3	7.1	7.1	7.1	7.1	7.1	7.1	-	-
通信・情報・ソフトウェア	14.7	5.9	14.7	2.9	2.9	5.9	8.8	5.9	8.8	2.9	2.9
専門サービス	-	-	6.3	-	-	12.5	6.3	-	-	-	-
その他の非製造業	14.9	11.9	19.4	10.4	13.4	7.5	6.0	6.0	3.0	3.0	3.0

〔注〕①母数は、電子商取引を利用し、海外へ販売を行っている企業ならびに今後、電子商取引の利用を検討している企業。
 ②網掛けは回答比率が最大の項目。③社数が10社以上の業種のみ掲載。

8. 海外向け電子商取引における課題

電子商取引による海外販売の課題は、「決済システムの信頼性」（回答企業総数の 25.2%）、「商品配送に係るリスク」（同 24.2%）、「必要な人員の不足」（同 21.1%）、「現地語への対応」（同 21.0%）、「制度や規制に関する情報不足」（同 21.0%）であった。企業規模別にみると、中小企業では「必要な人員の不足」（22.6%）、「現地語への対応」（22.4%）、「制度や規制に関する情報不足」（21.8%）、「物流コストが高い」（21.4%）の回答率が 2 割を超えた一方、大企業では 1 割台に留まった。

図表 VII-15 海外向け電子商取引の課題（全体、企業規模別、業種別）

（複数回答、%）

	社数	商品配送に係るリスク (破損、正確性)	物流コストが高い	限定的な決済手段	決済システムの信頼性	情報漏えいの懸念	通関手続きの煩雑さ	関税支払い基準の不透明さ	関連法規制の未整備や不透明さ
全体	2,995	24.2	19.5	9.7	25.2	12.0	18.2	13.8	11.9
大企業	640	21.4	12.5	9.1	22.0	14.4	13.6	10.5	15.6
中小企業	2,355	24.9	21.4	9.9	26.0	11.3	19.4	14.7	10.9
製造業	1,660	26.3	21.0	9.6	26.3	11.9	19.2	14.3	11.8
飲食料品	394	41.1	33.5	12.2	29.2	10.7	27.4	15.5	11.9
繊維・織物／アパレル	103	27.2	29.1	7.8	26.2	5.8	13.6	13.6	8.7
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	62	33.9	29.0	9.7	24.2	9.7	22.6	16.1	14.5
化学	92	21.7	10.9	8.7	21.7	18.5	15.2	10.9	21.7
医療品・化粧品	59	25.4	25.4	6.8	27.1	10.2	18.6	13.6	20.3
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	94	19.1	21.3	6.4	22.3	8.5	16.0	7.4	6.4
窯業・土石	28	25.0	17.9	3.6	17.9	7.1	10.7	10.7	-
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	168	23.2	20.2	7.7	26.8	12.5	16.1	16.1	6.5
一般機械	142	16.9	12.0	9.9	27.5	14.1	15.5	12.7	11.3
電気機械	96	24.0	13.5	7.3	28.1	13.5	15.6	16.7	9.4
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	53	26.4	17.0	22.6	39.6	28.3	30.2	20.8	20.8
自動車／自動車部品／その他輸送機器	107	13.1	5.6	6.5	15.0	7.5	12.1	7.5	6.5
精密機器	70	14.3	10.0	11.4	32.9	17.1	17.1	20.0	15.7
その他の製造業	192	21.9	17.2	9.4	24.5	11.5	18.2	15.6	14.6
非製造業	1,335	21.5	17.6	9.8	23.7	12.0	16.9	13.2	12.0
商社・卸売	641	26.5	19.0	11.2	28.4	11.9	19.0	15.9	11.7
小売	80	50.0	52.5	15.0	30.0	12.5	33.8	25.0	18.8
建設	90	12.2	12.2	7.8	23.3	16.7	13.3	7.8	16.7
運輸	75	9.3	5.3	4.0	10.7	9.3	10.7	12.0	10.7
金融・保険	77	-	2.6	2.6	10.4	6.5	-	2.6	9.1
通信・情報・ソフトウェア	83	18.1	14.5	13.3	27.7	14.5	15.7	13.3	19.3
専門サービス	70	5.7	7.1	5.7	18.6	8.6	14.3	8.6	8.6
その他の非製造業	219	18.3	16.9	9.1	17.4	13.2	15.1	8.7	8.2

	制度や規制に関する情報不足	必要な人員の不足	現地語への対応	自社の認知度向上の難しさ	その他	特になし	分からない	無回答
全体	21.0	21.1	21.0	15.1	4.6	10.5	17.8	13.3
大企業	17.8	15.5	15.9	14.4	6.7	13.8	16.6	15.0
中小企業	21.8	22.6	22.4	15.3	4.0	9.6	18.2	12.9
製造業	22.9	23.1	23.4	16.9	4.7	8.9	18.1	12.2
飲食料品	28.9	25.9	32.0	22.1	1.0	4.3	15.0	11.4
繊維・織物／アパレル	20.4	30.1	20.4	25.2	6.8	8.7	10.7	18.4
木材・木製品／家具・建材／紙・パルプ	30.6	30.6	33.9	17.7	1.6	4.8	14.5	8.1
化学	25.0	21.7	14.1	20.7	10.9	10.9	19.6	8.7
医療品・化粧品	23.7	22.0	25.4	20.3	6.8	5.1	20.3	11.9
石油・石炭製品／プラスチック製品／ゴム製品	17.0	21.3	19.1	18.1	2.1	6.4	22.3	6.4
窯業・土石	7.1	21.4	21.4	10.7	7.1	7.1	25.0	14.3
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	20.2	23.2	19.0	10.7	6.0	13.1	20.2	7.7
一般機械	23.2	18.3	22.5	12.7	9.9	9.9	18.3	12.7
電気機械	20.8	21.9	21.9	13.5	5.2	9.4	9.4	24.0
情報通信機械器具／電子部品・デバイス	32.1	26.4	24.5	18.9	1.9	7.5	24.5	11.3
自動車／自動車部品／その他輸送機器	15.0	15.9	15.9	13.1	5.6	22.4	22.4	14.0
精密機器	14.3	21.4	21.4	8.6	5.7	8.6	22.9	10.0
その他の製造業	21.4	20.8	20.3	13.5	4.2	9.4	21.4	14.1
非製造業	18.6	18.6	18.1	12.9	4.5	12.6	17.5	14.7
商社・卸売	20.9	22.3	19.7	15.3	3.6	9.7	15.4	13.4
小売	28.8	25.0	30.0	21.3	5.0	6.3	7.5	6.3
建設	16.7	14.4	20.0	11.1	8.9	17.8	17.8	12.2
運輸	12.0	9.3	5.3	1.3	8.0	13.3	21.3	30.7
金融・保険	6.5	3.9	6.5	1.3	7.8	27.3	11.7	31.2
通信・情報・ソフトウェア	24.1	19.3	22.9	16.9	1.2	9.6	30.1	7.2
専門サービス	10.0	12.9	10.0	5.7	2.9	28.6	14.3	14.3
その他の非製造業	16.0	16.9	17.4	12.3	4.6	11.9	24.2	14.2

〔注〕①母数は、本調査の回答企業総数。②網掛けは、各業種で回答比率が最大の項目。

日本企業の海外事業展開に関するアンケート
～ジェトロ海外ビジネス調査～

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

【ご回答者】

会社名			
部 課 名		役 職	
氏 名		会 社 電 話 番 号	
会社住所	〒		

ご協力いただいた企業様には、上記にご記入の住所に、本調査結果をまとめた報告書をお送りいたします。
お手数ではございますが、**2016年12月26日(月)**までに同封の返信用封筒によりご返送ください。

《お問い合わせ先》: 独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ) 海外調査部 国際経済課 担当: 長崎、石橋、米山
〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階
TEL: 03-3582-5177 FAX: 03-3582-5309 E-mail: ORI@jetro.go.jp

■■ 個人情報保護について

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

I 貴社の概要

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

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

問2 貴社の資本金に該当する項目を一つチェックしてください。

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

問3 貴社の常時雇用従業員数に該当する項目を一つチェックしてください。

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

問4 貴社の取締役会における社外取締役(非常勤を含む)の割合に関し、該当する項目を一つチェックしてください。

- ₁ 0% ₂ 1～10% ₃ 11～20% ₄ 21～30% ₅ 31～40% ₆ 41～50% ₇ 50%超

問5 貴社が行っている海外ビジネスを全てチェックしてください。(「海外拠点」には販売・生産・研究開発・地域統括・物流の各拠点や駐在員事務所などを含みますが、代理店は含めません。)

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

問6 現在の海外ビジネス状況（貿易・海外進出）

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

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

(注1) 輸出先、輸入先には他社を通じた間接輸出、間接輸入を含む。

(注2) 中・東欧:ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、スロベニア、クロアチア、ルーマニア、ブルガリア、バルト3国

問7 売上高、営業利益の国内外比率

2015年度の貴社(海外子会社を含む)の売上高および営業利益(国内・海外ともに黒字の場合)の国内/海外比率(海外には日本からの輸出を含む(注))を、おおよその割合でお答えください。

	2015年度の 国内比率	2015年度の 海外比率
売上高	%	%=100%
営業利益	%	%=100%

[注]輸出に基づく売上・営業利益は、可能な範囲で海外比率に計上してください。

問8 海外ビジネスの課題

貴社が輸出・海外進出を行う上での課題・不足している点について、該当する項目を**全て**チェックしてください。

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ₁ 現地市場に関する情報(消費者の嗜好やニーズなど) | <input type="checkbox"/> ₂ 現地市場向け商品 |
| <input type="checkbox"/> ₃ 海外の制度情報(関税率、規制・許認可など) | <input type="checkbox"/> ₄ 必要な資金の確保 |
| <input type="checkbox"/> ₅ 現地でのビジネスパートナー(提携相手) | <input type="checkbox"/> ₆ 現地における販売網の拡充 |
| <input type="checkbox"/> ₇ 海外ビジネスを担う人材 | <input type="checkbox"/> ₈ コスト競争力 |
| <input type="checkbox"/> ₉ 製品・ブランドの認知度 | <input type="checkbox"/> ₁₀ 特になし |
| <input type="checkbox"/> ₁₁ その他() | |

II 貿易への取り組み

問9 今後の輸出事業方針

貴社の現在の輸出(商社などを通じた間接輸出を含む)への取り組みと、今後(2016年度も含め3カ年度程度)の方針について該当する項目を一つチェックしてください。

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

問10 輸出ビジネスを拡大する理由【問9で、₁現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る、₃現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい、のいずれかに回答された方へ】

その理由に該当する項目を全てチェックしてください。

- ₁ 海外需要の増加
- ₂ 海外市場の収益性が高い
- ₃ 国内需要の減少
- ₄ 国内市場の収益性が低い
- ₅ 親会社や取引先日本企業の海外進出
- ₆ FTA/EPA(自由貿易協定)による関税の撤廃・削減など
- ₇ 為替変動を考慮
- ₈ その他 ()

問11 今後の輸出重点国・地域【問9で、₁現在、輸出を行っており、今後、さらに拡大を図る、₃現在、輸出は行っていないが、今後、新たに取り組みたい、のいずれかに回答された方へ】

今後ターゲットとする国・地域はどこですか。重視する輸出先を全てチェックするとともに、その中から最重要国・地域名の番号を一つ記入して下さい。

<input type="checkbox"/> ₁ 中国	<input type="checkbox"/> ₂ 香港	<input type="checkbox"/> ₃ 台湾	<input type="checkbox"/> ₄ 韓国	<input type="checkbox"/> ₅ シンガポール	<input type="checkbox"/> ₆ タイ
<input type="checkbox"/> ₇ マレーシア	<input type="checkbox"/> ₈ インドネシア	<input type="checkbox"/> ₉ フィリピン	<input type="checkbox"/> ₁₀ ベトナム	<input type="checkbox"/> ₁₁ カンボジア	<input type="checkbox"/> ₁₂ ミャンマー
<input type="checkbox"/> ₁₃ ラオス	<input type="checkbox"/> ₁₄ インド	<input type="checkbox"/> ₁₅ パキスタン	<input type="checkbox"/> ₁₆ バングラデシュ	<input type="checkbox"/> ₁₇ スリランカ	<input type="checkbox"/> ₁₈ オーストラリア
<input type="checkbox"/> ₁₉ 米国	<input type="checkbox"/> ₂₀ カナダ	<input type="checkbox"/> ₂₁ メキシコ	<input type="checkbox"/> ₂₂ ブラジル	<input type="checkbox"/> ₂₃ コロンビア	<input type="checkbox"/> ₂₄ 西欧
<input type="checkbox"/> ₂₅ 中・東欧	<input type="checkbox"/> ₂₆ ロシア・CIS	<input type="checkbox"/> ₂₇ トルコ	<input type="checkbox"/> ₂₈ 南アフリカ共和国	<input type="checkbox"/> ₂₉ その他 ()	

上記のうち最重要国・地域(1つ)

III 海外進出への取り組み

問12 今後の海外進出方針

貴社は今後(2016年度も含め3カ年度程度)の海外進出(新規投資、既存拠点の拡充)方針について、どのようにお考えですか。該当する項目を一つチェックしてください。

- ₁ 現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る。
- ₂ 現在、海外に拠点があり、現状を維持する。
- ₃ 現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい。
- ₄ 現在、海外に拠点があるが、縮小、撤退が必要と考えている。
- ₅ 現在、海外に拠点はなく、今後とも海外での事業展開は行わない。
- ₆ その他 ()

問13 海外進出を拡大する理由【問12で、₁現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る、₃現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい、のいずれかに回答された方へ】

海外進出拡大を図る理由は何ですか? 該当する項目を全てチェックしてください。

- ₁ 海外での需要の増加
- ₂ 国内での需要の減少
- ₃ 取引先企業の海外進出
- ₄ 為替変動の影響回避
- ₅ 人件費、税負担など国内コスト要因
- ₆ 海外市場の収益性が高い
- ₇ 海外でのFTA締結の進展
- ₈ その他 ()

問14 **海外進出の手法**【問12で、₁ 現在、海外に拠点があり、今後、さらに拡大を図る、₃ 現在、海外に拠点はないが、今後新たに進出したい、のいずれかに回答された方へ】

貴社の海外進出拡大に向けた手法についてお伺いします。該当する項目を**全て**チェックしてください。

- ₁ 自社による生産・販売拠点の新設・拡充 ₂ M&A(出資比率 10%以上) ₃ 資本提携(出資比率 10%未満)
₄ 合弁会社設立 ₅ 技術提携 ₆ 生産業務委託
₇ 販売業務提携 ₈ その他()

問15 **今後の国内事業展開**

貴社は今後(2016年度も含め3カ年度程度)の**日本国内での事業**(新規投資、既存拠点の拡充)について、どのようにお考えですか。該当する項目を**一つ**チェックしてください。

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

問16 **国内事業を拡大する理由**【問15で、₁ 拡大を図る、と回答された方へ】

日本国内で事業の拡大を図る理由は何ですか。該当する項目を**全て**チェックしてください。

- ₁ 国内での需要の増加 ₂ 海外での需要の減少 ₃ 取引先企業の国内回帰
₄ 為替変動の影響回避 ₅ 人件費、税負担など海外コスト要因 ₆ 国内市場の収益性が高い
₇ 日本における FTA 締結の進展 ₈ その他()

問17 **海外および国内で拡大を図る機能**【問12で、₁ 今後、さらに拡大を図る、₃ 今後新たに進出したい、問15で、₁ 拡大を図る、のいずれかに回答された方へ】

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

拡大する機能		日本	海外	対象国・地域 (選択肢から、国・地域名の横の番号をご記入ください)					
機能	販売	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₁						
	生産(汎用品)	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂						
	生産(高付加価値品)	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃						
	研究開発(新製品開発)	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₄						
	研究開発(現地市場向け仕様変更)	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₅						
	地域統括	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₆						
	物流	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₇						
	その他 ()	<input type="checkbox"/> ₈	<input type="checkbox"/> ₈						
<選択肢>									
1. 中国 2. 香港 3. 台湾 4. 韓国 5. シンガポール 6. タイ									
7. マレーシア 8. インドネシア 9. フィリピン 10. ベトナム 11. カンボジア 12. ミャンマー									
13. ラオス 14. インド 15. パキスタン 16. バングラデシュ 17. スリランカ 18. オーストラリア									
19. 米国 20. カナダ 21. メキシコ 22. ブラジル 23. コロンビア 24. 西欧									
25. 中・東欧 26. ロシア・CIS 27. トルコ 28. 南アフリカ共和国 29. その他 ()									

問 18 国内および海外拠点の再編

*本設問における「再編」には、販売、生産、研究開発、地域統括、物流機能の完全移転(拠点閉鎖を伴うもの)に加え、これら機能の部分的な移管を含みます。

貴社における国内外拠点の再編実績、あるいは今後の計画の有無について、下記の該当する項目を全てチェックしてください。また、再編がある場合は、移管元/先の国・地域(日本を含む)の番号を以下の選択肢から一つずつ記入するとともに、その機能に関する番号を全て記入してください。

なお、複数の再編、同計画がある場合は、それぞれ最も重要度の高いものについてお答えください。

下記□ ₁ ～□ ₃ の該当項目を全てチェックしてください。	移管元 (一つ記入)		移管先 (一つ記入)	機能 (複数記入可)
例: <u>中国から日本に生産機能を移管の場合</u> →	1	→	31	2, 3
□ ₁ 海外拠点の再編を、過去2～3年の間に行った。		→		
□ ₂ 海外拠点の再編を、今後2～3年以内に行う予定である。		→		
□ ₃ 海外拠点の再編を、過去2～3年の間に行っていない/今後2～3年以内に行う予定はない。		→		
<選択肢:国・地域名(移管元・移管先)>				
1. 中国 2. 香港 3. 台湾 4. 韓国 5. シンガポール 6. タイ				
7. マレーシア 8. インドネシア 9. フィリピン 10. ベトナム 11. カンボジア 12. ミャンマー				
13. ラオス 14. インド 15. パキスタン 16. バングラデシュ 17. スリランカ 18. オーストラリア				
19. 米国 20. カナダ 21. メキシコ 22. ブラジル 23. チリ 24. 英国				
25. 西欧(英国を除くEU) 26. 西欧(EU以外) 27. 中・東欧 28. ロシア・CIS 29. トルコ 30. 南アフリカ共和国				
31. 日本 32. その他()				
<選択肢:機能>				
1. 販売 2. 生産(汎用品) 3. 生産(高付加価値品) 4. 研究開発(新製品開発)				
5. 研究開発(現地市場向け仕様変更) 6. 地域統括 7. 物流 8. その他()				

(注) 西欧(EU以外): スイス、ノルウェー、アイスランド、リヒテンシュタインなど

問 19 今後の中国でのビジネス展開

貴社は中国に対する今後(2016年度も含め3カ年度程度)のビジネス展開(貿易、業務委託、技術提携、直接投資)についてどのようにお考えですか。該当する項目を一つチェックしてください。

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

IV 自由貿易協定(FTA)の活用

問20 日本のFTA(EPA)の利用状況

*現在、日本は15カ国・地域〔注1〕とFTA(日本では一般にEPAと呼ばれています)を発効済みです。また、米国、カナダ、ニュージーランド(NZ)とは、2016年2月に署名されたTPPが発効すれば初めてFTAが利用できるようになります。

日本からの輸出におけるFTAの利用状況についてお伺いします。下記いずれかの国・地域へ輸出を行っている場合、その国・地域名を全てチェックしてください。また、それぞれのFTAの優遇税率利用(検討)の有無に関し、該当する項目を一つチェックしてください。

⇒いずれの国・地域にも輸出を行っていない場合は、問21へお進み下さい。

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

〔注1〕それぞれのFTAの発効年月は次のとおりです。日本-シンガポール(02年11月)、日本-メキシコ(05年4月)、日本-マレーシア(06年7月)、日本-チリ(07年9月)、日本-タイ(07年11月)、日本-インドネシア(08年7月)、日本-ブルネイ(08年7月)、日本-フィリピン(08年12月)、日本-ASEAN(08年12月)、日本-スイス(09年9月)、日本-ベトナム(09年10月)、日本-インド(11年8月)、日本-ペルー(12年3月)、日本-オーストラリア(15年1月)、日本-モンゴル(16年6月)。TPP(16年2月署名)は未発効。

〔注2〕日本はシンガポール、ブルネイともFTA/EPAを締結していますが、両国は「その他ASEAN」に含めました。つまり、「その他ASEAN」は、カンボジア、ラオス、ミャンマー、ブルネイ、シンガポールの5カ国をさします。

問21 TPPへの期待

2016年2月に署名に至った環太平洋パートナーシップ(TPP)によって、物品・サービス貿易、投資の自由化などが期待されています。TPPに含まれる下記の事項のうち、貴社が期待する項目について、該当する項目を全てチェックしてください。

- ₁ 【関税】相手国の関税撤廃による輸出競争力強化。
- ₂ 【関税】日本の関税撤廃による調達コスト削減。
- ₃ 【原産地規則】原産地規則の統一や累積ルールの導入。
- ₄ 【原産地証明】自己証明制度の導入による手続きコストの低減。
- ₅ 【貿易円滑化】事前教示制度の義務化など通関手続きの改善、円滑化。
- ₆ 【貿易の技術的障害】規格の導入に関する手続きの策定と透明性の向上。
- ₇ 【投資】進出先政府による不当な措置(収用等)からの保護。
- ₈ 【サービス】サービス分野における外資規制の緩和や予見可能性の向上。
- ₉ 【人の移動】ビジネス関係者の一時的な入国の許可に関する手続きの迅速化および透明性の向上。
- ₁₀ 【電子商取引】電子商取引に関するルール(サーバー設置要求やソースコード開示要求の禁止など)の確立。
- ₁₁ 【政府調達】進出先における政府調達への参入機会拡大。
- ₁₂ 【知的財産権】知的財産権保護の水準向上と取り締まりの強化。

₁₃ その他()

V 国際標準化

問 22 国際標準化への対応と人員

貴社では国際標準化(自社製品・サービス・システム等について、既存の国際規格・標準[ISO、IEC、HACCPなど]の認証取得、または新規の国際規格の獲得など)への対応、活動に従事する人員はいますか。該当する項目を全てチェックしてください。

選択肢 1~2 をチェックした場合、おおよその人数を記入してください。

- ₁ 国際標準化を所管する人員がいる。→ ()名
- ₂ 所管ではないが、実質的に標準化業務に対応している人員がいる。→()名
- ₃ 業界団体などを通じて、国際標準化に関する活動を行っている。
- ₄ 所管する人員はいないが、対応の必要性は認識している。
- ₅ 所管する人員はおらず、特段、対応の必要性は認識していない。
- ₆ 分からない

付問 22-1 【問 22 で、₁~₂「人員がいる」、あるいは₃「業界団体などを通じて活動」、と回答された方へ】

国際標準化に関して、どのような対応や活動を行っていますか。該当する項目を全てチェックしてください。

- ₁ 既存の国際規格の認証を取得。
- ₂ 関連する国際標準の情報を収集。
- ₃ 新規の国際規格化を図る。
- ₄ 自社製品・規格の、事実上の標準化を図る。
- ₅ 他者の国際規格に対して、特許・技術をライセンス供与。
- ₆ その他()

問 23 国際標準化の課題

貴社にとって、国際標準化への対応、活動の課題は何ですか。該当する項目を全てチェックしてください。

- ₁ 取引相手国の製品規格が、国際標準に合致していない。
- ₂ 認証を取得するための手続きが難しい。
- ₃ 認証を取得するコストに対し、効果が見合わない。
- ₄ 業界内に、複数の競合する国際規格が並存。
- ₅ 国際標準化に対応できる専門人材が不足。
- ₆ 自社技術・品質基準の新規国際規格化が困難。
- ₇ 国際標準化に関して必要な情報が不足。
- ₈ その他()
- ₉ 特にない
- ₁₀ 分からない

VI 外国人材の活用

問 24 海外ビジネス拡大のための人材

貴社(本社および国内工場)の海外ビジネス拡大に向けた人材確保の方針についてお伺いします。最も重視する項目一つをチェックしてください。

- ₁ 現在の日本人社員のグローバル人材育成
- ₂ 外国人社員の採用、登用
- ₃ 海外ビジネスに精通した日本人社員の中途採用
- ₄ 海外ビジネスに精通した日本人シニア人材(60歳以上)の採用
- ₅ その他()

問 25 外国人社員の雇用状況

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

- ₁ 取締役(社外取締役を含む)に外国人がいる。 ₂ 部課長級に外国人がいる。→(最上位者役職:)
- ₃ エンジニアに外国人がいる。 ₄ 一般事務職(国際業務など)に外国人がいる。
- ₅ 一般工職に外国人がいる。 ₆ 現在、外国人は雇用していないが、今後採用を検討したい。
- ₇ 現在、外国人は雇用しておらず、今後も採用する方針はない。

⇒₆ を選択した方は、問26へお進みください

⇒₇ を選択した方は、問29へお進みください

付問25-1【問25で、□₁~□₅ 外国人社員を雇用している、と回答された方へ】

貴社の常時雇用従業員数に占める外国籍の割合について、該当する項目を一つチェックしてください。

- ₁ 1%未満 ₂ 1~5% ₃ 6~10% ₄ 11~15% ₅ 16~20% ₆ 20%超

付問 25-2【問 25 で、□₁ 取締役に外国人がいる、と回答された方へ】

貴社の取締役(社外取締役を含む)に占める外国籍の割合について、該当する項目を一つチェックしてください。

- ₁ 1~10% ₂ 11~20% ₃ 21~30% ₄ 31~40%
₅ 41~50% ₆ 50%超

問 26 **外国人社員の採用方法**【問 25 で、□₁~□₆ 外国人社員を雇用している、あるいは今後採用を検討したい、と回答された方へ】

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

- ₁ 日本国内の外国人留学生を採用。
₂ 日本国内の外国人(留学生除く)を採用。
₃ 海外在住の外国人を採用。
₄ その他()

問 27 **外国人社員採用のための取組み**【問 25 で、□₁~□₆ 外国人社員を雇用している、あるいは今後採用を検討したい、と回答された方へ】

外国人社員の採用を図るために貴社(本社および国内工場)で取り組んでいる項目を全てチェックしてください。

- ₁ キャリアプランや育成方針の提示。 ₂ 希望する部署への配属。
₃ 社内の相談体制の整備。 ₄ 日本語習得支援など研修の充実。
₅ 社内の多言語化や英語公用語化の推進。 ₆ 給与や福利厚生など待遇面の改善。
₇ 宗教や生活習慣への配慮。 ₈ 採用期間や選考手続きの柔軟化。
₉ 英語などによる採用情報の発信強化。 ₁₀ 大学、行政など関係機関との連携強化。
₁₁ 特別な取り組みは実施していない。 ₁₂ その他()

問 28 **外国人社員のキャリア形成方針**【問 25 で、□₁~□₆ 外国人社員を雇用している、あるいは今後採用を検討したい、と回答された方へ】

貴社(本社および国内工場)で採用・雇用する外国人社員のキャリア形成の方針についてお伺いします。該当する項目を全てチェックしてください。

- ₁ 日本人社員と同様の人事異動を想定。
₂ 海外関連の業務(部署)に特化した人事異動を想定。
₃ 出身国・地域の現地法人・事務所等での幹部登用を想定。
₄ 特定分野(語学、技術等)に長けた人材を期間限定で採用。
₅ 現時点では、明確な方針を定めていない。
₆ その他()

問 29 **海外拠点における現地人材登用**

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

- ₁ 代表取締役に現地人材がいる。
₂ 取締役に現地人材がいる。
₃ 事務系の部課長級に現地人材がいる。
₄ 技術系の部課長級に現地人材がいる。
₅ 現在、幹部に現地人材はいないが、今後登用を検討したい。
₆ 現在、幹部に現地人材はおらず、今後も登用する方針はない。

VII 電子商取引

問 30 電子商取引の利用の有無

貴社(海外拠点を含む)では、国内や海外販売において電子商取引を利用(仲介業者を通じて国内外のECサイトなどへ出店・販売を行う場合も含む)したことがありますか? また今後の利用方針について、どのようにお考えですか? 該当する項目を一つチェックしてください。

- ₁ 利用したことがあり、今後、さらなる利用拡大を図る。
₂ 利用したことがあり、今後も現状を維持。
₃ 利用したことがあるが、今後は利用を縮小する。
₄ 利用したことがないが、今後利用を検討している。
₅ 利用したことがなく、今後も利用する予定はない。

⇒₄ を選択した方は、問35へお進み下さい

⇒₅ を選択した方は、問36へお進み下さい

※本調査における「電子商取引」とは以下の定義とします。

「物・サービスの売却あるいは購入であり、企業、世帯、個人、政府、その他公的あるいは私的機関の間で、インターネット上で行われるもの。物・サービスの注文はインターネット上で行われるが、支払い及び配送はオンラインで行われてもオフラインで行われても構わない。」(出典: 経済産業省「平成27年度電子商取引に関する市場調査報告書」)

問 31 電子商取引の売上比率【問 30 で、₁ ~ ₃ 電子商取引を利用したことがある、と回答された方へ】

2015年度の貴社(単体ベース)の売上高に占める電子商取引の割合(=電子商取引による販売額/売上高)について、該当する項目を一つチェックしてください。

- ₁ 1%未満 ₂ 1~10% ₃ 11~20% ₄ 21~30% ₅ 31~40%
₆ 41~50% ₇ 51~60% ₈ 61~70% ₉ 71~80% ₁₀ 81~90%
₁₁ 91~100%

付問 31-1 貴社(単体ベース)の電子商取引販売額に占める海外向けの割合(=電子商取引による海外向け販売額/電子商取引による販売額)について、該当する項目を一つチェックしてください。

- ₁ 1%未満 ₂ 1~10% ₃ 11~20% ₄ 21~30% ₅ 31~40%
₆ 41~50% ₇ 51~60% ₈ 61~70% ₉ 71~80% ₁₀ 81~90%
₁₁ 91~100%

問 32 電子商取引の利用状況【問 30 で、₁ ~ ₃ 電子商取引を利用したことがある、と回答された方へ】

貴社(海外拠点を含む)の販売における電子商取引の利用状況についてお伺いします。該当する項目を全てチェックしてください。

- ₁ 日本国内への販売(消費者向け) ₂ 日本国内への販売(企業向け)
₃ 日本国内から海外への販売(消費者向け) ₄ 日本国内から海外への販売(企業向け)
₅ 海外拠点での現地販売(消費者向け) ₆ 海外拠点での現地販売(企業向け)
₇ 海外拠点から第三国への販売(消費者向け) ₈ 海外拠点から第三国への販売(企業向け)

問 33 電子商取引の基盤【問 32 で、₃ ~ ₈ 海外販売において電子商取引を利用している、と回答された方へ】

貴社(海外拠点を含む)ではどのような電子商取引(EC)サイト(オンラインアプリケーションなどを含む)を海外販売に利用していますか。該当する項目を全てチェックしてください。

- ₁ 自社のECサイトにて販売。
₂ 他社の国内ECサイトに出店し、販売。
₃ 他社の海外ECサイトに出店し、販売。
₄ 仲介業者を通じて国内外のECサイトへ出店し、販売。

問 34 現在の販売先【問 32 で、₃ ~ ₈ 海外販売において電子商取引を利用している、と回答された方へ】

貴社(海外拠点を含む)の現在の販売先の国・地域はどちらですか。該当する項目を全てチェックしてください。

- | | | | | |
|--|--|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> ₁ 中国 | <input type="checkbox"/> ₂ 香港 | <input type="checkbox"/> ₃ 台湾 | <input type="checkbox"/> ₄ 韓国 | <input type="checkbox"/> ₅ シンガポール |
| <input type="checkbox"/> ₆ タイ | <input type="checkbox"/> ₇ マレーシア | <input type="checkbox"/> ₈ インドネシア | <input type="checkbox"/> ₉ フィリピン | <input type="checkbox"/> ₁₀ ベトナム |
| <input type="checkbox"/> ₁₁ インド | <input type="checkbox"/> ₁₂ オーストラリア | <input type="checkbox"/> ₁₃ 米国 | <input type="checkbox"/> ₁₄ カナダ | <input type="checkbox"/> ₁₅ ブラジル |
| <input type="checkbox"/> ₁₆ アルゼンチン | <input type="checkbox"/> ₁₇ メキシコ | <input type="checkbox"/> ₁₈ 英国 | <input type="checkbox"/> ₁₉ ドイツ | <input type="checkbox"/> ₂₀ フランス |
| <input type="checkbox"/> ₂₁ ロシア・CIS | <input type="checkbox"/> ₂₂ その他() | | | |

問 35 **今後の販売先**【問 32 で、□₃ ~□₈ 海外販売において電子商取引を利用している、または問 30 で、□₄ 電子商取引を利用したことがないが、今後利用を検討している、と回答された方へ】

貴社(海外拠点を含む)が**今後**、販売の拡大を図る、または新規に販売を検討されている国・地域はどちらですか。該当する項目を**全て**チェックしてください。

<input type="checkbox"/> ₁ 中国	<input type="checkbox"/> ₂ 香港	<input type="checkbox"/> ₃ 台湾	<input type="checkbox"/> ₄ 韓国	<input type="checkbox"/> ₅ シンガポール
<input type="checkbox"/> ₆ タイ	<input type="checkbox"/> ₇ マレーシア	<input type="checkbox"/> ₈ インドネシア	<input type="checkbox"/> ₉ フィリピン	<input type="checkbox"/> ₁₀ ベトナム
<input type="checkbox"/> ₁₁ インド	<input type="checkbox"/> ₁₂ オーストラリア	<input type="checkbox"/> ₁₃ 米国	<input type="checkbox"/> ₁₄ カナダ	<input type="checkbox"/> ₁₅ ブラジル
<input type="checkbox"/> ₁₆ アルゼンチン	<input type="checkbox"/> ₁₇ メキシコ	<input type="checkbox"/> ₁₈ 英国	<input type="checkbox"/> ₁₉ ドイツ	<input type="checkbox"/> ₂₀ フランス
<input type="checkbox"/> ₂₁ ロシア・CIS	<input type="checkbox"/> ₂₂ その他()			

問 36 **電子商取引の課題**

貴社(海外拠点を含む)が**海外**販売において電子商取引を利用する上での課題についてお伺いします。該当する項目を**全て**チェックしてください。

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> ₁ 商品配送に係るリスク(破損、正確性) | <input type="checkbox"/> ₂ 物流コストが高い | <input type="checkbox"/> ₃ 限定的な決済手段 |
| <input type="checkbox"/> ₄ 決済システムの信頼性 | <input type="checkbox"/> ₅ 情報漏えいの懸念 | <input type="checkbox"/> ₆ 通関手続きの煩雑さ |
| <input type="checkbox"/> ₇ 関税支払い基準の不透明さ | <input type="checkbox"/> ₈ 関連法規制の未整備や不透明さ | <input type="checkbox"/> ₉ 制度や規制に関する情報不足 |
| <input type="checkbox"/> ₁₀ 必要な人員の不足 | <input type="checkbox"/> ₁₁ 現地語への対応 | <input type="checkbox"/> ₁₂ 自社の認知度向上の難しさ |
| <input type="checkbox"/> ₁₃ その他() | <input type="checkbox"/> ₁₄ 特にない | <input type="checkbox"/> ₁₅ 分からない |

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

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

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20160135>

2016年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査
～JETRO 海外ビジネス調査～
2017年3月発行

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

Copyright© 2017 JETRO. All rights reserved.