



2022年度

海外日资企业实况调查 | 亚洲、大洋洲篇

— 在东盟和西南亚业绩持续恢复，在中国受动态清零政策影响陷入停滞 —

日本贸易振兴机构（JETRO）

海外调查部

2022年12月15日

目录

主要调查结果	2
本年度调查概要	3
Ⅰ.营业利润预期	6
Ⅱ.今后的业务开展	15
Ⅲ.经营上的问题	31
Ⅳ.原材料及零部件采购（仅制造业）	41
Ⅴ.进出口情况	45
Ⅵ.环境问题的应对措施	48
Ⅶ.工资实际情况	53

主要调查结果

1. 盈利企业占比增长到65.6%，恢复到新冠疫情前水平

- ❖ 2022年营业利润预计盈利的企业占比增长，与新冠疫情前2019年调查的水平相同。东盟超过6成。印度超过7成，主要原因是新冠疫情后反弹，内需扩大。另一方面，中国受动态清零政策影响，盈利企业占比减少。
- ❖ 关于今后1-2年业务开展的方向，东盟的“扩大”意愿增长，达到将近5成的水平。另一方面，中国的“扩大”意愿占3成，为2007年调查以来的最低水平。此外，缅甸、斯里兰卡有约3成企业回答“缩小”。

2. 关于经营上的问题，工资上涨和采购成本增加成为企业的负担

- ❖ 关于经营上的问题，制造业回答“采购成本增加”的企业占比达到将近8成的水平。此外，“员工工资上涨”是所有地区和行业共同存在的问题。

3. 开展脱碳措施的企业（包括计划开展）超过7成，较上年大幅增长

- ❖ 将脱碳措施视为经营课题的企业约占7成。已经开展脱碳措施的企业不到4成，将今后计划开展包括在内后超过7成，较2021年调查大幅增长。另外，还存在顾客对成本增加缺乏理解以及缺乏激励等课题。

2022年调查概要（1）

(家、%)

调查目的

- 本次调查的目的在于掌握亚洲、大洋洲日资企业活动的实际状况，并公布调查结果。

调查对象

- 在东北亚5个国家和地区、东盟9个国家、西南亚4个国家、大洋洲2个国家共计20个国家和地区开展业务的日资企业（日方直接或间接出资的比例超过10%的企业以及与日本企业的分公司和派驻人员办事处）。

调查期间

- 2022年 8月22日-9月21日

回收情况

- 对14,290家企业进行了问卷调查，4,392家企业给出了有效回答。各国家和地区的详细情况如右表所示（有效回答率为30.7%）。

备注

- 调查始于1987年，本年度为第36次调查。
- 自2007年度起，将非制造业追加为调查对象。
- 各幻灯片括弧内数据为有效回答企业数。
- 图表中的数据为四舍五入后的值，因此合计值不一定为100%。
- 对台湾的调查由公益财团法人日本台湾交流协会协助实施。

	调查对象企业数	调查企业数		详细情况		有效回答率
		有效回答	占比	制造业	非制造业	
总数	14,290	4,392	100.0	1,962	2,430	30.7
东北亚	2,693	1,323	30.1	569	754	49.1
中国	1,539	720	16.4	410	310	46.8
香港与澳门	468	286	6.5	52	234	61.1
台湾	542	232	5.3	76	156	42.8
韩国	144	85	1.9	31	54	59.0
东盟	9,841	2,486	56.6	1,154	1,332	25.3
越南	1,816	603	13.7	309	294	33.2
泰国	2,853	538	12.2	300	238	18.9
新加坡	1,084	404	9.2	91	313	37.3
印度尼西亚	1,788	368	8.4	196	172	20.6
马来西亚	943	224	5.1	120	104	23.8
菲律宾	515	153	3.5	85	68	29.7
缅甸	470	95	2.2	15	80	20.2
柬埔寨	290	77	1.8	26	51	26.6
老挝	82	24	0.5	12	12	29.3
西南亚	1,322	408	9.3	195	213	30.9
印度	982	273	6.2	136	137	27.8
孟加拉国	214	74	1.7	29	45	34.6
巴基斯坦	66	40	0.9	22	18	60.6
斯里兰卡	60	21	0.5	8	13	35.0
大洋洲	434	175	4.0	44	131	40.3
澳大利亚	298	128	2.9	29	99	43.0
新西兰	136	47	1.1	15	32	34.6

2022年调查概要（2）

各行业占比（制造业）

（家、%）

	有效回答	占比
制造业 合计	1,962	44.7
运输机械设备零部件	280	6.4
铁、有色金属、金属	265	6.0
电器电子产品零部件	189	4.3
化学与医药	168	3.8
普通机械设备	153	3.5
电器电子产品	123	2.8
食品	120	2.7
塑料制品	119	2.7
纺织与服装	114	2.6
橡胶、陶瓷业、土石	83	1.9
纸、木制品、印刷	74	1.7
运输机械设备	70	1.6
精密仪器与医疗器械	66	1.5
其他制造业	138	3.1

各行业占比（非制造业）

（家、%）

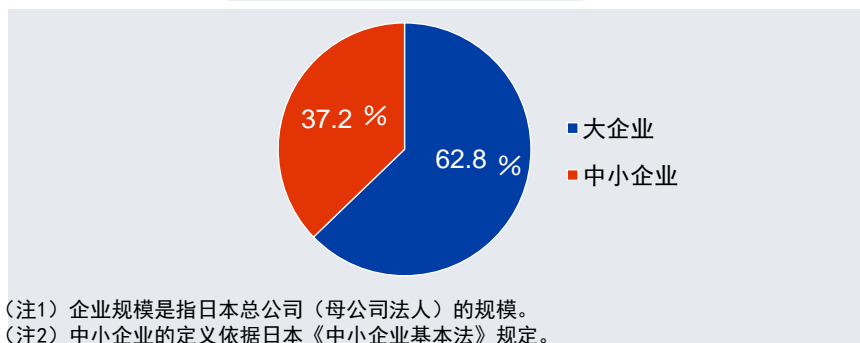
	有效回答	占比
非制造业 合计	2,430	55.3
贸易公司与批发业	534	12.2
销售公司	419	9.5
运输业	272	6.2
建筑业	235	5.4
信息通讯业	222	5.1
业务相关服务业	186	4.2
金融与保险业	181	4.1
房地产与租赁业	79	1.8
矿业与能源	50	1.1
旅游、娱乐业	49	1.1
零售业	45	1.0
餐饮业	27	0.6
教育与医疗	26	0.6
农林水产业	12	0.3
其他非制造业	93	2.1

各国家和地区的企业数

（家）

	大企业	中小企业
总数	2,758	1,634
东北亚	902	421
中国	451	269
香港与澳门	202	84
台湾	182	50
韩国	67	18
东盟	1,406	1,080
越南	312	291
泰国	212	326
新加坡	297	107
印度尼西亚	246	122
马来西亚	143	81
菲律宾	85	68
缅甸	60	35
柬埔寨	37	40
老挝	14	10
东南亚	311	97
印度	219	54
孟加拉国	44	30
巴基斯坦	36	4
斯里兰卡	12	9
大洋洲	139	36
澳大利亚	111	17
新西兰	28	19

大企业与小企业的占比



2022年调查概要 (3)

(注) 上一页行业分类的详细情况如下。

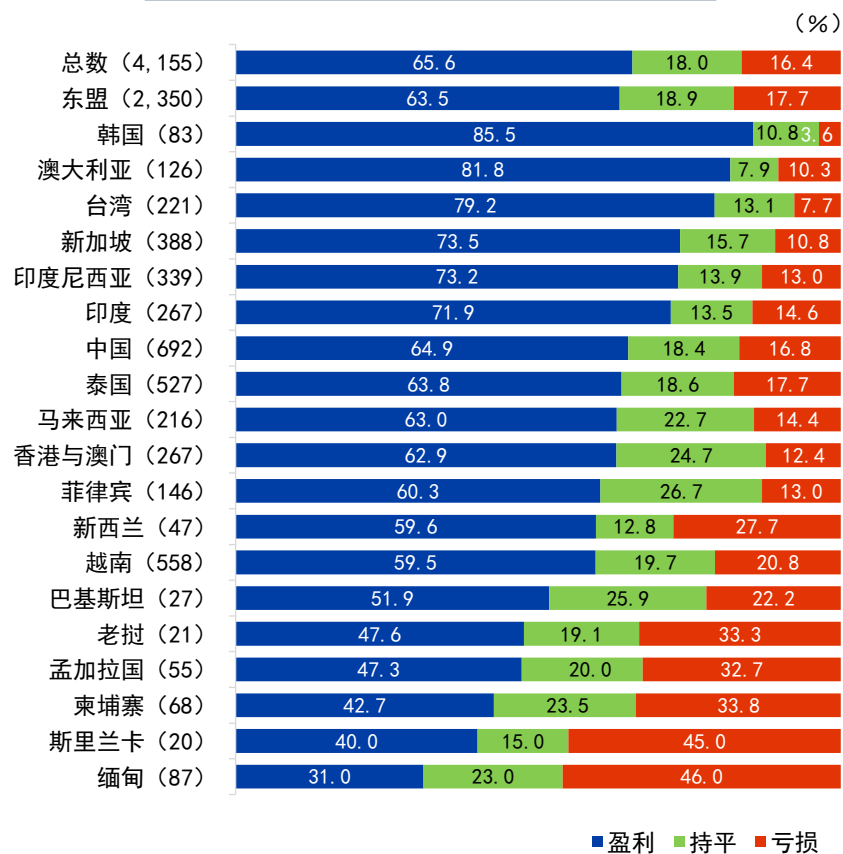
No.	中分类	小分类
1	食品	食品、农产与水产加工品
2	纺织与服装	纺织(纺纱、织物、化纤) 服装与纤维产品(含鞋类、手套、皮革制品、缝制品)
3	纸、木制品、印刷	木材与木制品 家具、室内装饰与装备 纸与纸浆 印刷与出版
4	化学与医药	化学品与石油产品 医药品
5	塑料制品	塑料制品
6	橡胶、陶瓷业、土石	橡胶产品 陶瓷业与土石
7	铁、有色金属、金属	钢铁(含铸造品、锻造品) 有色金属 金属产品(含电镀加工)
8	普通机械设备	普通机械设备(含通用设备、生产用设备、机床、农用机械、建筑机械、模具、机械工具)
9	电器电子产品	电器电子产品 信息通讯设备与业务用设备
10	电器电子产品零部件	电器电子产品零部件
11	精密仪器与医疗器械	精密仪器(分析仪器、光学仪器等) 医疗器械
12	运输机械设备	运输机械设备(汽车、摩托车) 运输机械设备(铁路列车、船舶、航空、运输车辆)
13	运输机械设备零部件	运输机械设备零部件(汽车、摩托车) 运输机械设备零部件(铁路列车、船舶、航空、运输车辆)
14	其他制造业	日用品、文具、杂货 其他制造业
15	农林水产业	农林水产业

No.	中分类	小分类
16	矿业与能源	矿业 电、煤气、供暖、水
17	建筑业	建筑、成套设备、工程
18	运输业	运输、仓储
19	信息通讯业	通信、IT、软件、信息系统、数字化服务 BPO(商务流程外包) 媒体、大众传媒、文化创意 广告、营销、调查
20	贸易公司与批发业	贸易公司 批发
21	零售业	零售
22	销售公司	销售公司
23	金融与保险业	银行 非银行类(保险、证券、信用卡、租赁等)
24	房地产与租赁业	房地产 大厦与设施管理、空调、保安、保洁 租借
25	业务相关服务业	咨询 法务、会计、税务等专业服务 控股与统筹管理公司 外观设计与设计 修理、保养、检查、分析 人才介绍、人才派遣
26	旅游、娱乐业	宾馆与旅游 娱乐与生活相关服务(含大型活动、体育设施、美容美发)
27	餐饮业	餐饮
28	教育与医疗	教育与研究机构 医疗、福祉、保健
29	其他非制造业	其他

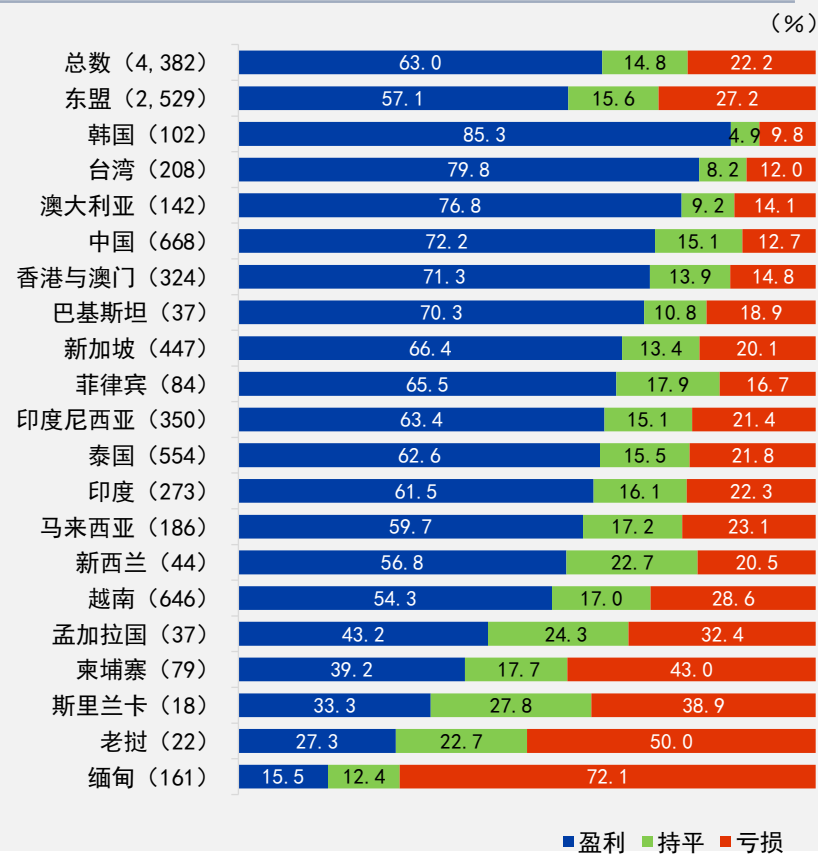
1 | 2022年营业利润预测： 盈利企业占比增长，中国和巴基斯坦降低

- 2022年营业利润预测为“盈利”的企业占比为65.6%，较2021年调查结果（63.0%）增长了2.6个百分点。“亏损”的企业占比为16.4%，较2021年调查结果（22.2%）下降了5.8个百分点。
- 从国家和地区来看，东盟的盈利企业占比较2021年调查结果增长了6.4个百分点。印度增长了10.4个百分点。另一方面，中国和巴基斯坦的盈利企业占比降低，亏损企业占比增长。

2022年营业利润预测（按国家和地区）



（参考）上年调查：2021年营业利润预测（按国家和地区）

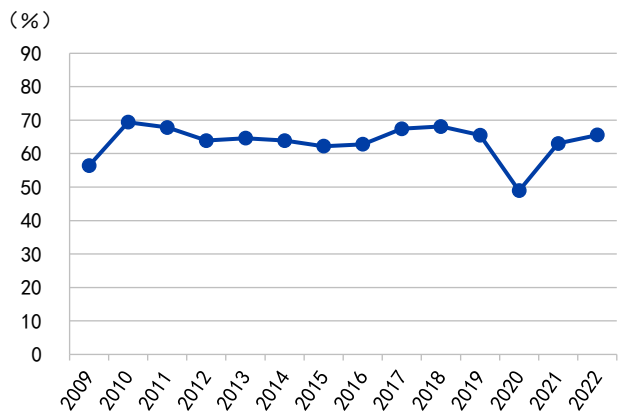


2

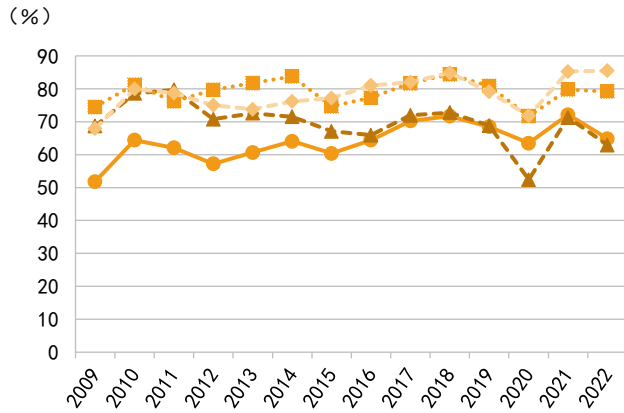
2022年营业利润预测（各地区走势）： 盈利企业占比恢复至新冠疫情前水平

盈利企业占比的走势 - 2009年-2022年（按国家和地区）

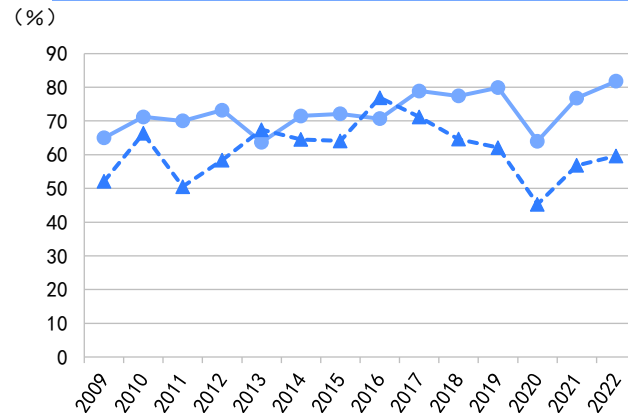
整体



东北亚



大洋洲

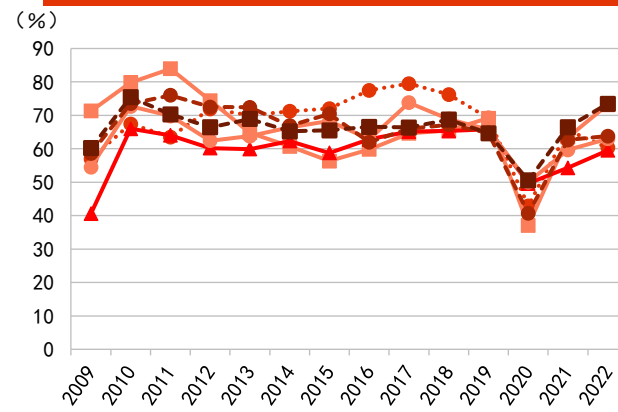


—●— 中国 —▲— 香港与澳门 —◆— 台湾 —◇— 韩国

—●— 澳大利亚 —▲— 新西兰

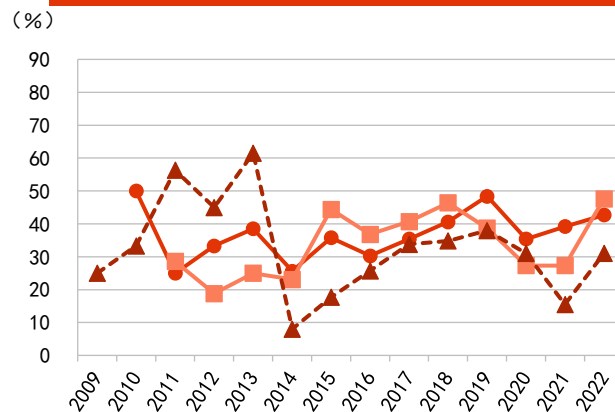
（注）2009年-2010年的香港与澳门不包括澳门。

东盟六国



—●— 菲律宾 —■— 印度尼西亚 —▲— 越南
—●— 马来西亚 —◆— 泰国 —■— 新加坡

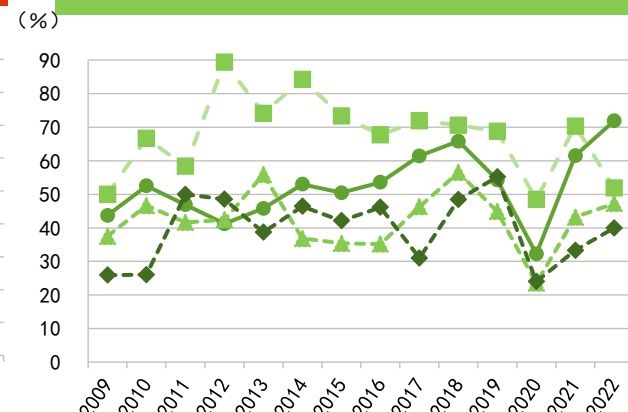
东盟 (CLM)



—●— 柬埔寨 —■— 老挝 —▲— 缅甸

（注）柬埔寨为2010年后，老挝为2011年后。

西南亚



—●— 印度 —▲— 孟加拉国
—■— 巴基斯坦 —◆— 斯里兰卡

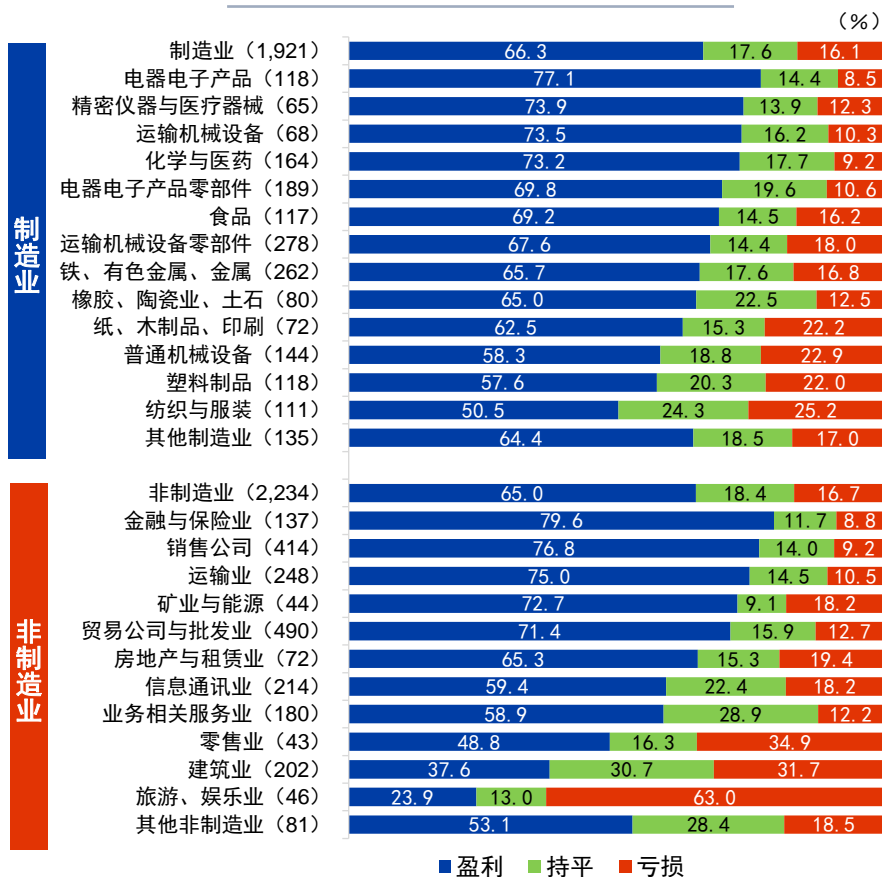
3

2022年营业利润预测（按行业）：

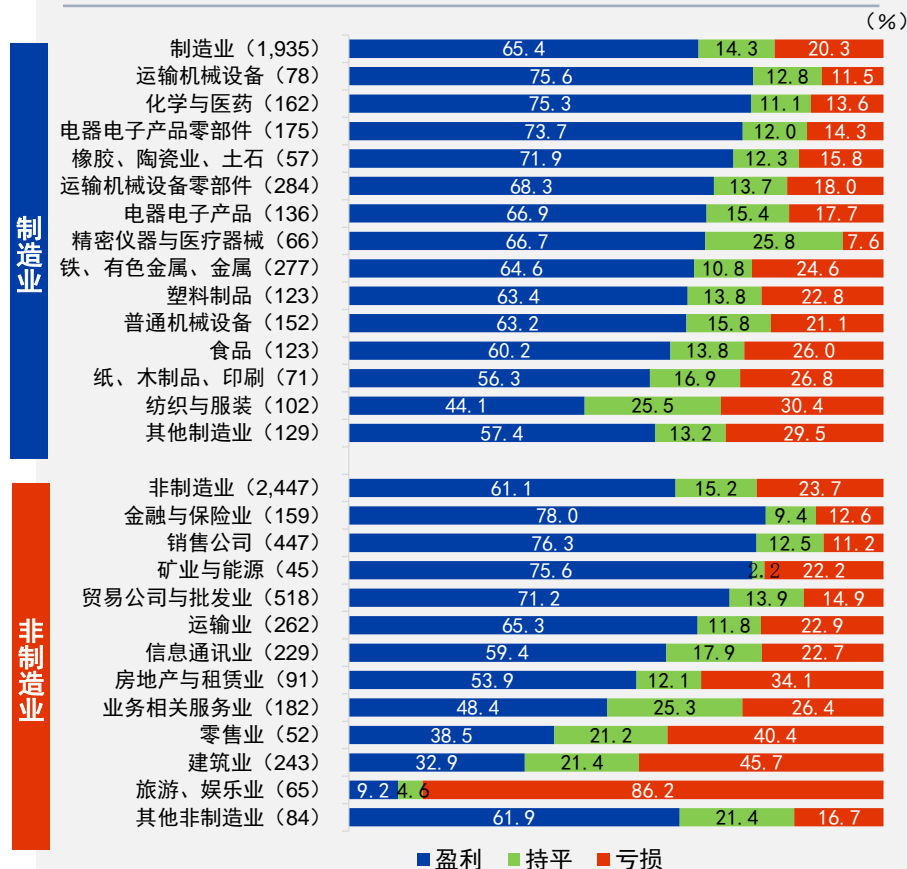
制造业、非制造业的盈利企业占比均增加，亏损企业占比均降低

- 从行业来看2022年营业利润预测，盈利企业占比方面，制造业为66.3%，非制造业为65.0%。较2021年调查结果分别增长了0.9个百分点和3.9个百分点。亏损企业占比方面，制造业为16.1%，非制造业为16.7%，分别降低了4.2个百分点和7.0个百分点。
- 制造业中，食品行业的盈利企业占比较2021年调查结果增长了9.0个百分点。非制造业中，旅游业、房地产租赁业、业务相关服务业、零售业的盈利企业占比增长超过10个百分点。

2022年营业利润预测（按行业）



(参考) 上年调查：2021年营业利润预测（按行业）

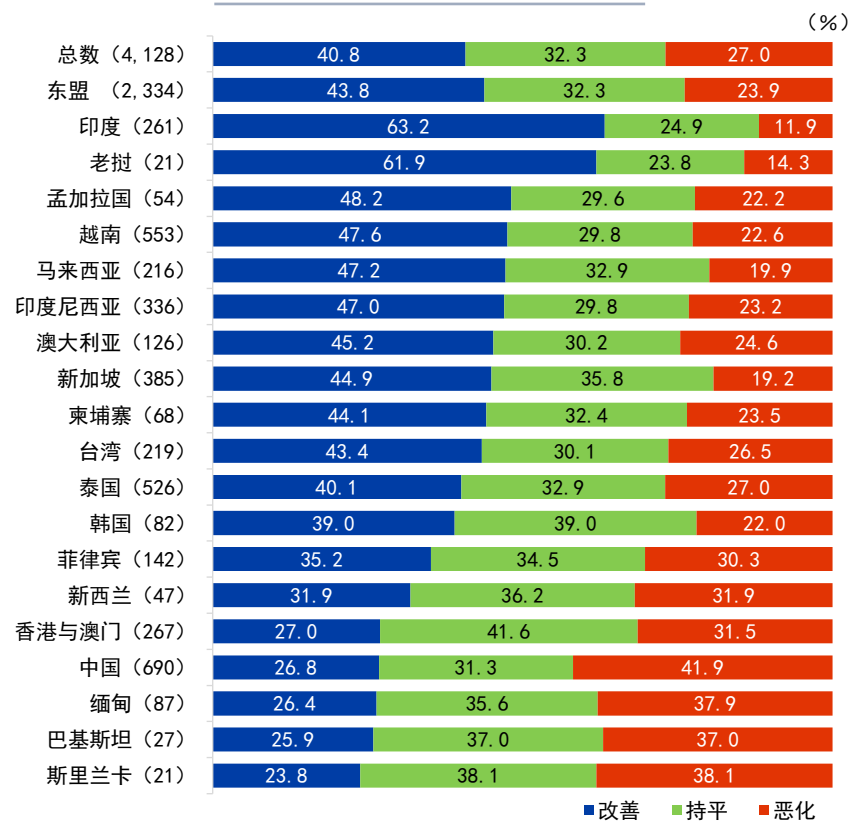


(注) 有效答卷企业数在35家以上的行业。

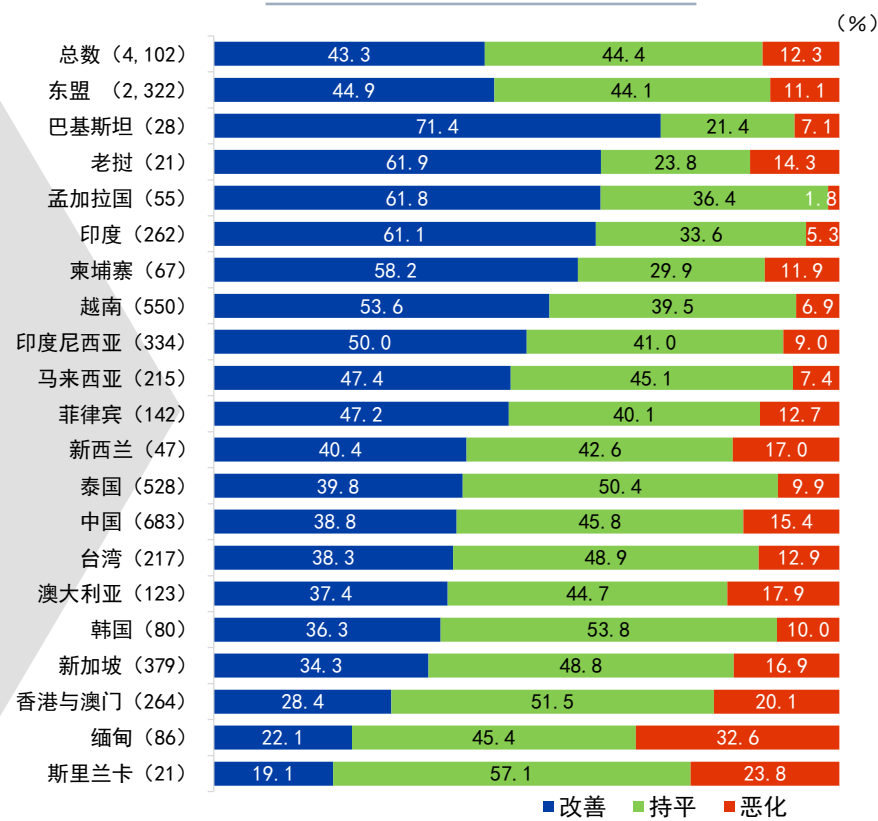
4 | 营业利润预期（改善或恶化，按国家和地区）： 改善超过4成，但是预测较2021年调查有所放缓

- 2022年营业利润预测（较2021年）回答“改善”的企业占比为40.8%，较2021年调查结果（43.7%）下降了2.9个百分点。回答“恶化”的企业占比为27.0%，较2021年调查结果（23.9%）增长了3.1个百分点。从国家和地区来看，东盟回答“改善”的企业占比增长。
- 2023年营业利润预期回答“改善”的企业占比为43.3%，较2021年调查结果（47.6%）下降了4.3个百分点，回答“恶化”的企业占比为12.3%，较2021年调查结果（10.1%）增长了2.2个百分点。

2022年营业利润预测
（按国家和地区，较2021年）



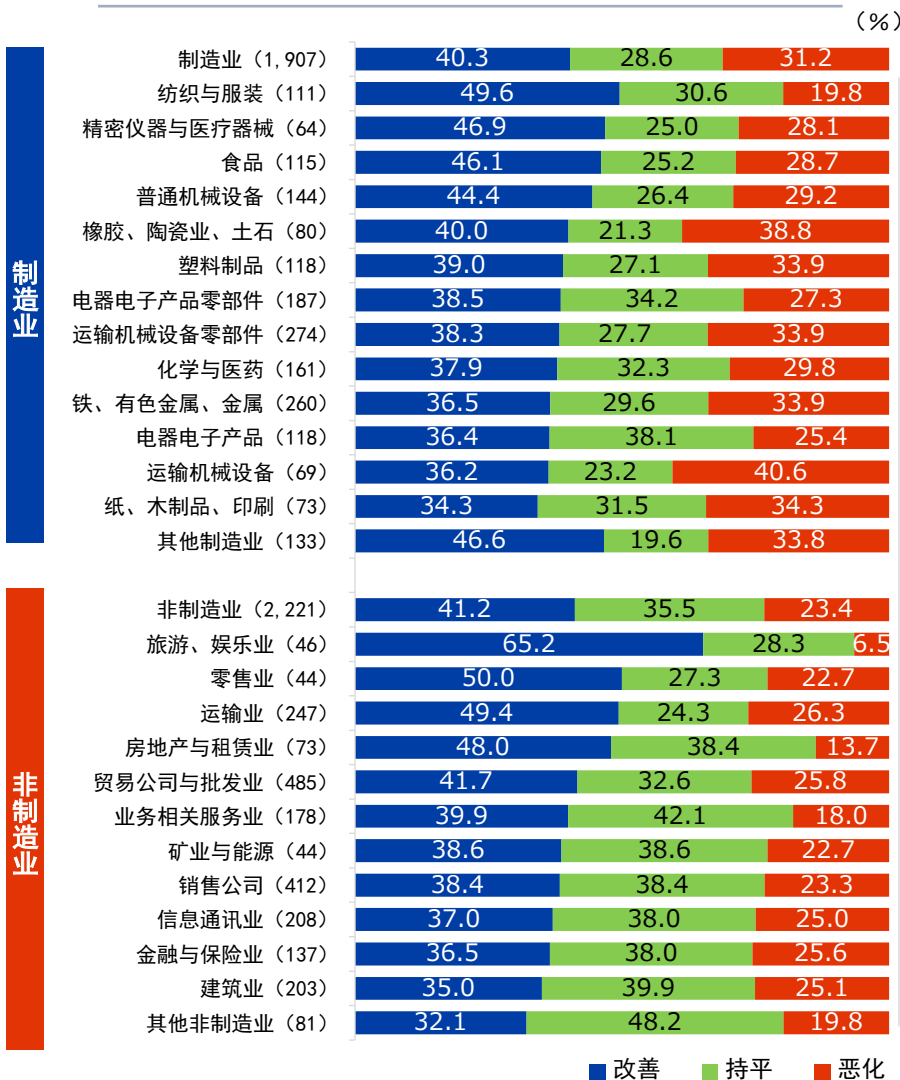
2023年营业利润预期
（按国家和地区，较2022年）



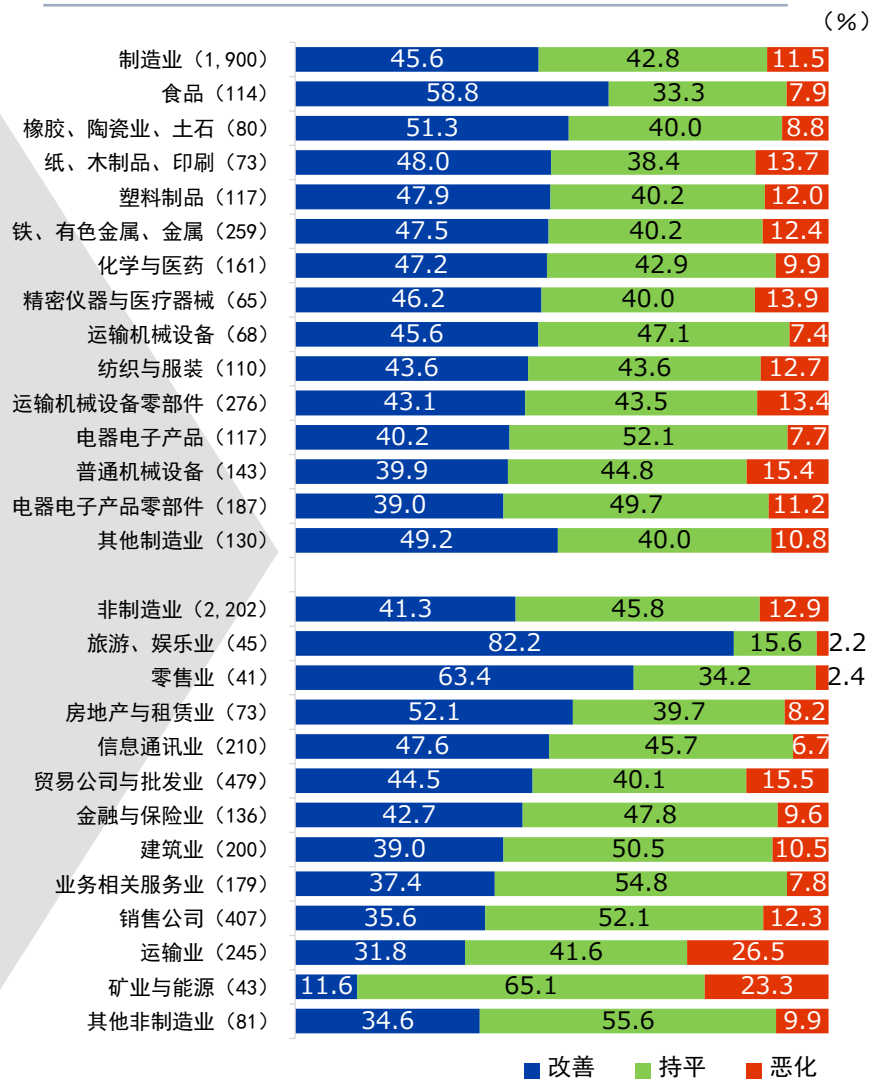
5

营业利润预期（改善或恶化，按行业）： 旅游、娱乐业和零售业回答“改善”的企业占比增长

2022年营业利润预测（较2021年，按行业）



2023年营业利润预期（较2022年，按行业）



(注) 有效答卷企业数在30家以上的行业。

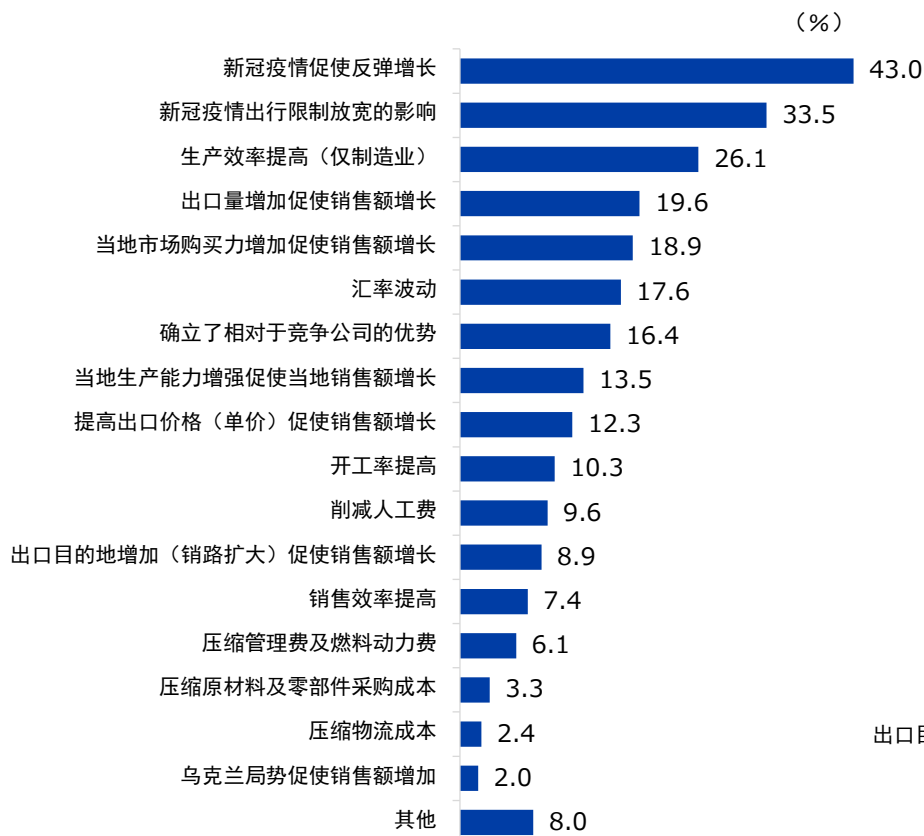
6

营业利润改善或恶化的原因（2022年）：

各种成本增加依然是企业的负担

- 在2022年营业利润预测的改善原因中，克服新冠疫情影响实现恢复占业绩改善原因的第1位和第2位，其中回答“新冠疫情促使反弹增长”的企业占43.0%，回答“新冠疫情出行限制放宽的影响”的企业占33.5%。
- 在恶化原因中，成本增加的相关项目排名领先。特别是回答“原材料与零部件采购成本增加”导致业绩恶化的企业占比为46.8%，约占一半。

2022年营业利润预测改善原因（多选）



2022年营业利润预测恶化原因（多选）

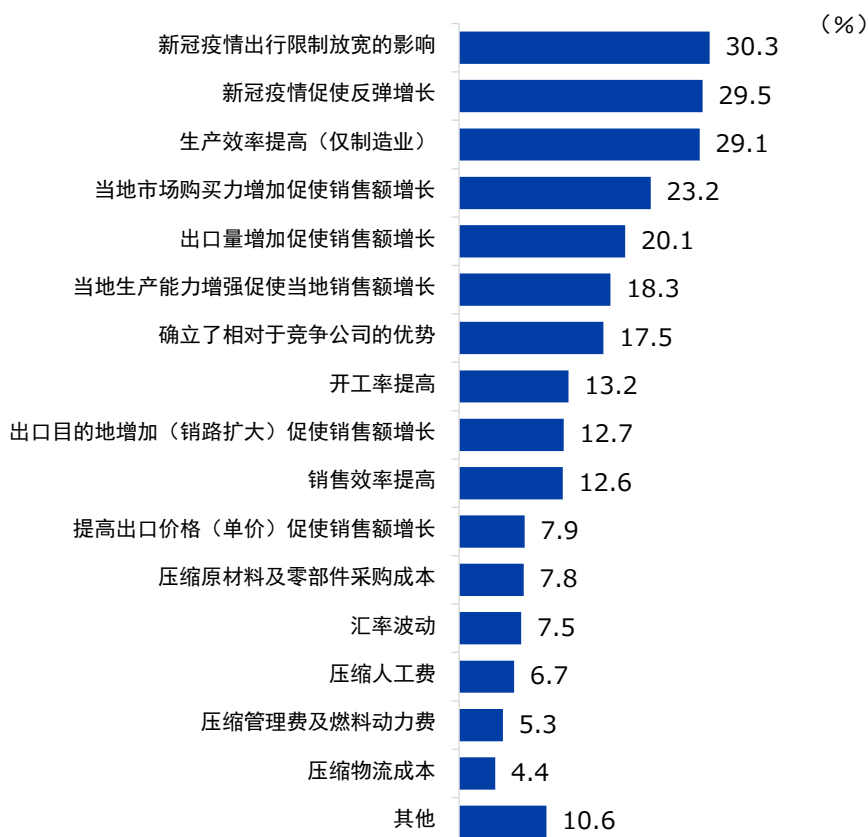


（注）“2022年营业利润预测改善原因”的回答企业数为1,663家，其中制造业为760家。“2022年营业利润预测恶化原因”的回答企业数为1,102家。有效答卷企业数在30家以上的项目。

7 | 营业利润改善或恶化的原因（2023年）： 有望克服新冠疫情实现恢复，但成本继续增加

- 在2023年营业利润预测的改善原因中，新冠疫情相关项目继2022年之后继续领先。
- 在营业利润预测的恶化原因中，成本增加相关项目继2022年之后继续领先。依次为“原材料与零部件”“人工费”“物流成本”“管理费与燃料动力费”，可见成本增加对企业的业绩而言依然是不小的压力。

2023年营业利润预测改善原因（多选）



2023年营业利润预测恶化原因（多选）

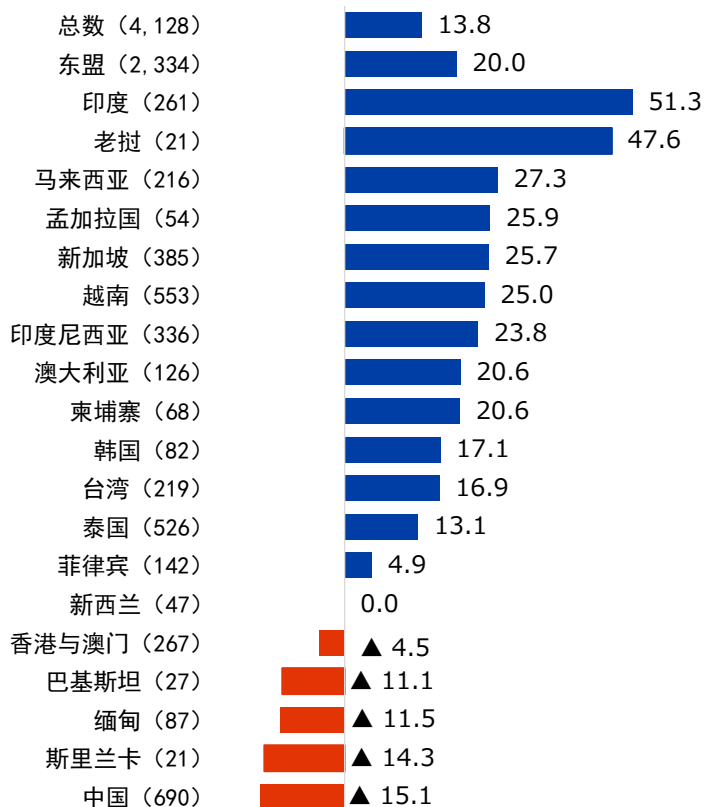


（注）“2023年营业利润预测改善原因”的回答企业数为1,752家，其中制造业为859家。“2023年营业利润预测恶化原因”的回答企业数为498家。有效答卷企业数在30家以上的项目。

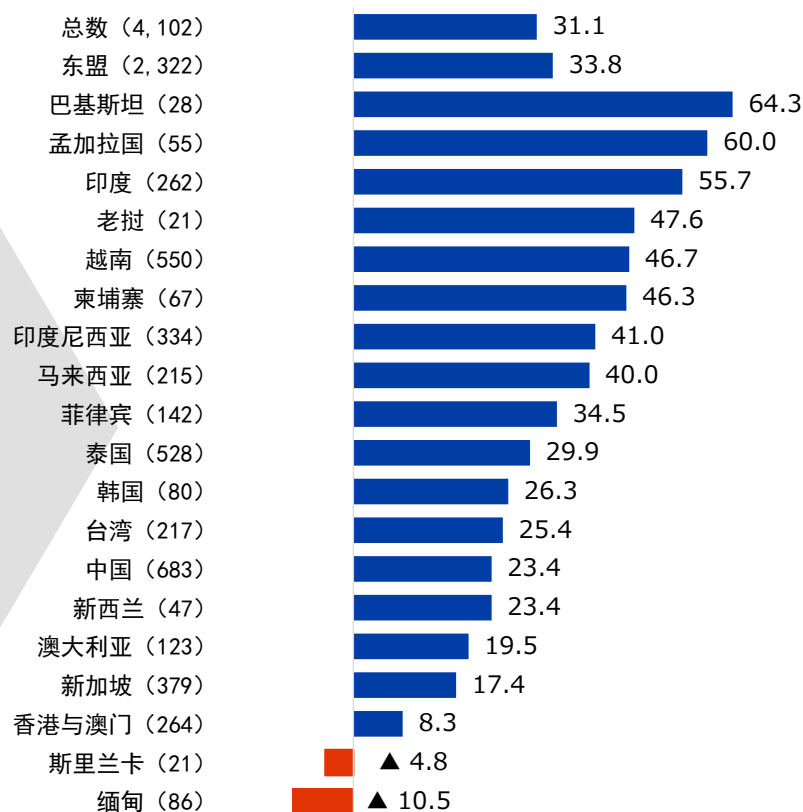
8 | 景气度DI： 以东盟为中心“改善”预期增长

- 2022年表示景气度的DI值（注）为13.8个百分点，低于2021年调查结果（19.8个百分点）。东盟为20.0个百分点，较2021年调查结果增长了6.0个百分点。中国为-15.1个百分点，降低了29.8个百分点。在东南亚，虽然印度和孟加拉国有所增长，但斯里兰卡和巴基斯坦降低。
- 2023年的DI值为31.1个百分点。巴基斯坦、孟加拉国、印度排名领先。斯里兰卡、缅甸继2022年后继续保持负预期。

2022年的DI值（按国家和地区）（百分点）



2023年的DI值（按国家和地区）（百分点）



（注）DI值为Diffusion Index的简称。该值是回答“改善”的企业占比减去回答“恶化”的企业占比后所得数值。是通过数据显示景气度如何变化的指标。

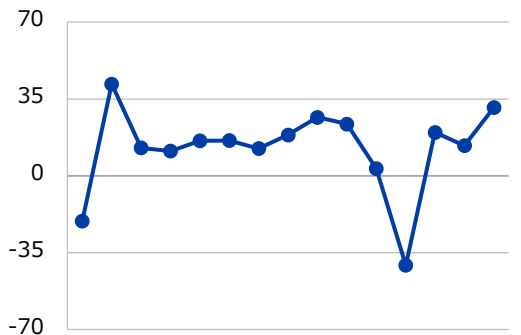
9

景气度DI（各地区走势）： 虽然触底反弹后速度放缓，但对于2023年预期回答“改善”的企业占比增长

DI值的走势 - 2009年-2023年（按国家和地区）

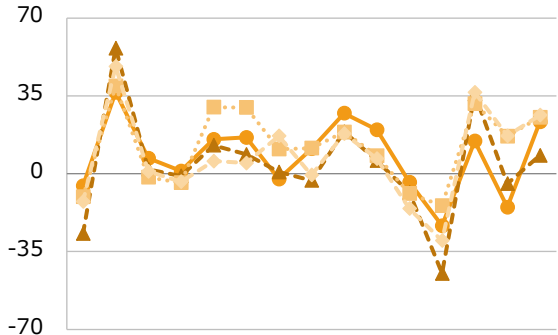
（百分点）

整体



2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

东北亚

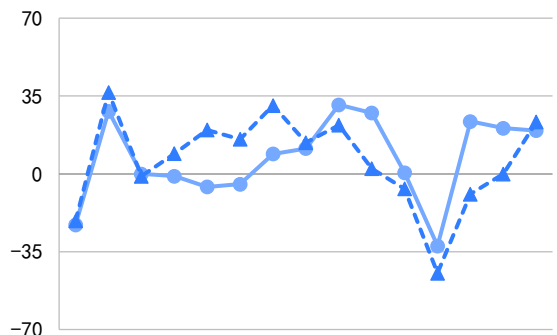


2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

● 中国 ▲ 香港与澳门
■ 台湾 ◆ 韩国

（注）2009年-2010年的香港与澳门不包括澳门。

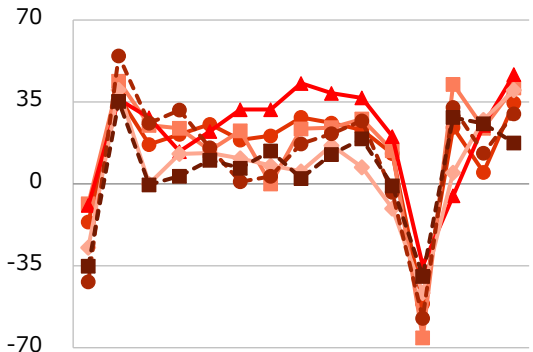
大洋洲



2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

● 澳大利亚 ▲ 新西兰

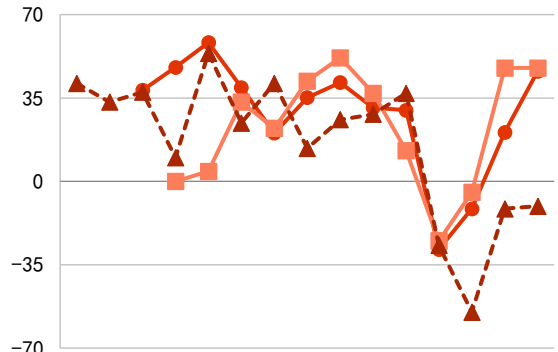
东盟六国



2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

● 菲律宾 ■ 印度尼西亚
▲ 越南 ◆ 马来西亚
◆ 泰国 ■ 新加坡

东盟（CLM）

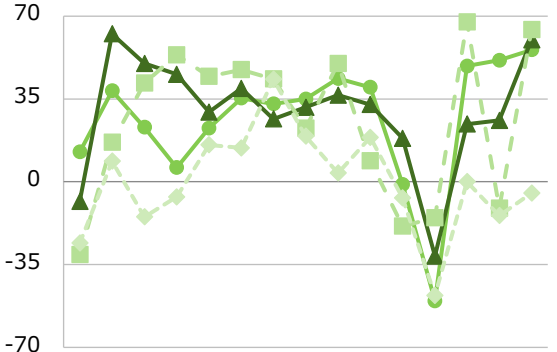


2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

● 柬埔寨 ■ 老挝 ▲ 缅甸

（注）柬埔寨为2011年后，老挝为2012年后。

东南亚



2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023

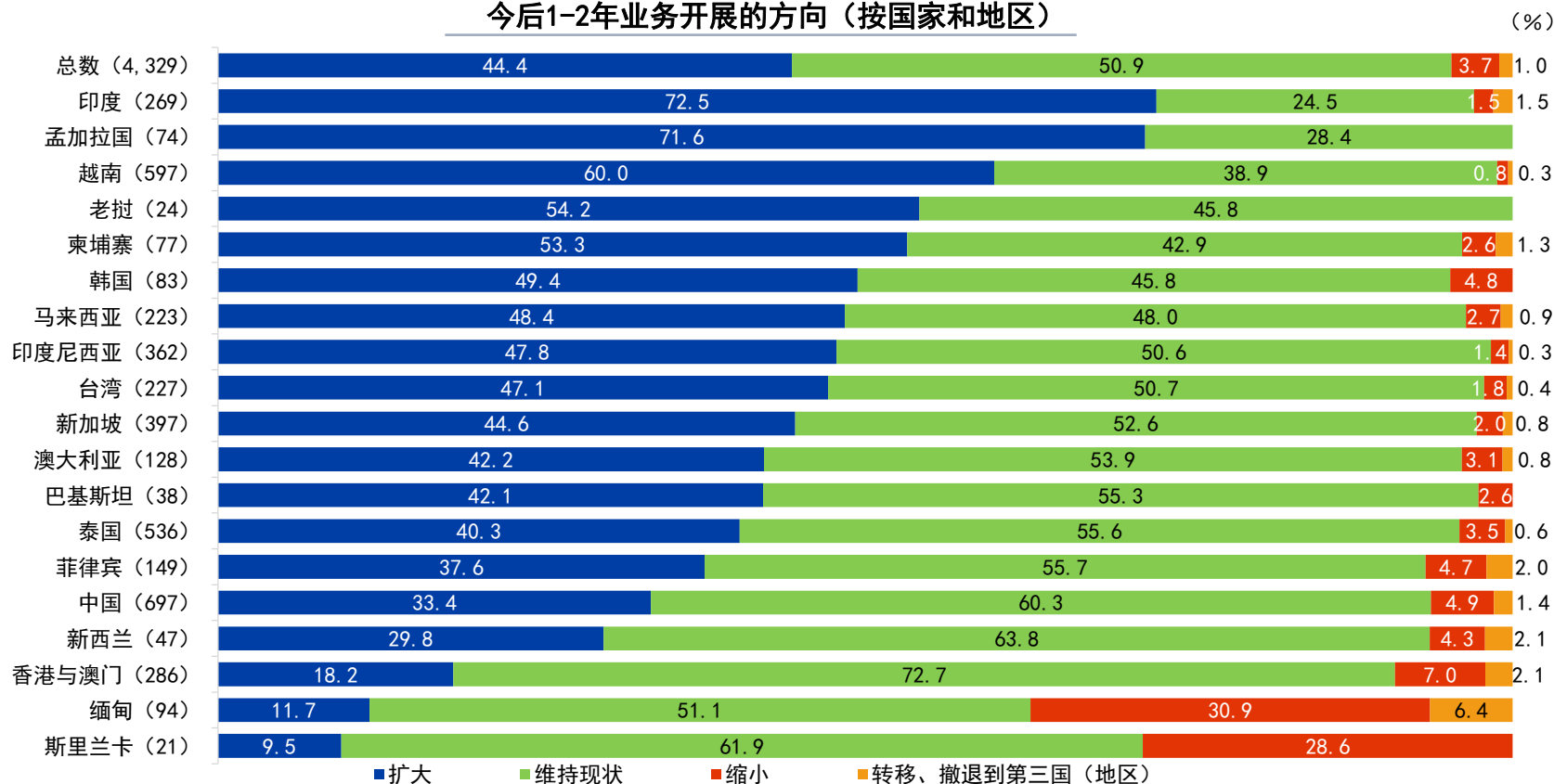
● 印度 ▲ 孟加拉国
■ 巴基斯坦 ◆ 斯里兰卡

（注）2009年-2022年为表示调查当年较上年如何变化的DI值。
2023年为2022年调查结果中表示2023年较2022年有怎样预期的DI值。

1 今后的业务开展： 业务扩大意愿小幅增长，中国为历史最低

- 关于今后1-2年业务开展的方向，回答“扩大”的企业占比为44.4%，较2021年调查结果（43.6%）增长了0.8个百分点。此外，回答“缩小”“转移、撤退到第三国（地区）”的企业占比为4.7%，较2021年调查结果（5.6%）下降了0.9个百分点。
- 从国家和地区来看，印度、孟加拉国、越南、老挝、柬埔寨回答“扩大”的企业占比超过5成，较2021年调查结果均有所增长。中国回答“扩大”的企业占比为33.4%，（在将非制造业追加为调查对象的2007年调查后）为历史最低水平。

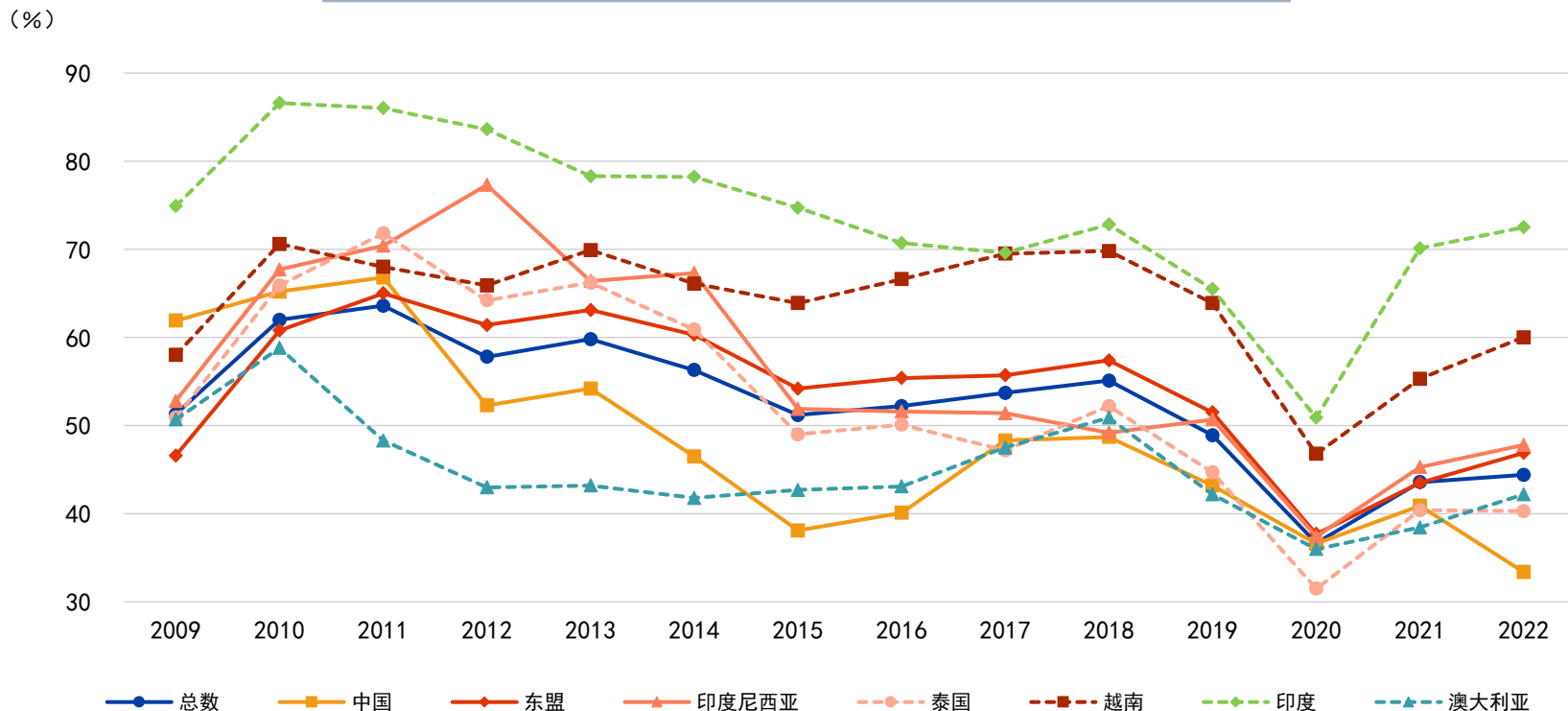
今后1-2年业务开展的方向（按国家和地区）



2 今后的业务开展： 各国家和地区的扩大意愿进一步恢复，但中国再次降低

- 东盟、印度尼西亚、越南、印度、澳大利亚回答“扩大”的企业占比较2021年调查结果增长。自深受新冠疫情影响的2020年调查以来连续2年持续恢复。另一方面，中国再次转为降低，为历史最低（注1），低于2020年调查结果（36.6%）。
- 对比2009年调查以来的中国与东盟的走势发现，2012年东盟超过中国，在2014年-2016年调查中两者差距扩大到10个百分点以上。2020年调查（1.1个百分点）和2021年调查（2.6个百分点）的结果差距甚微，但是在2022年调查（13.5个百分点）中差距再次拉开。

今后1-2年“扩大”业务的企业占比走势（2009年-2022年）



（注1）在将非制造业追加为调查对象的2007年调查后。

（注2）东盟的占比是基于除文莱以外的9个国家的总和计算得出的。

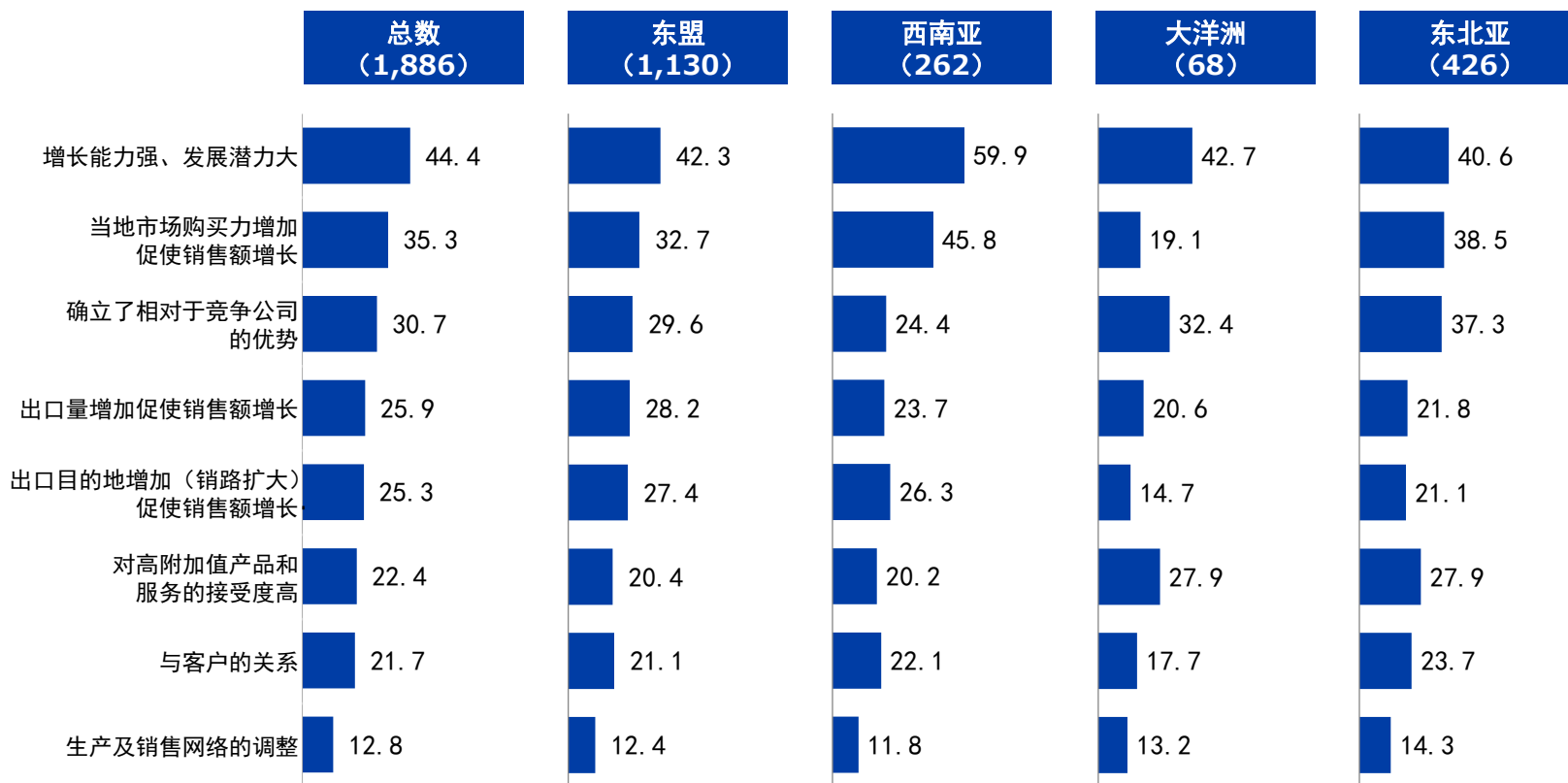
（注3）柬埔寨、老挝分别自2010年、2011年之后包含在东盟的平均值中。

3 | 扩大业务的原因： “增长能力强、发展潜力大”成为扩大业务的首要原因

- 关于今后1-2年“扩大”业务的原因，所有地区回答“增长能力强、发展潜力大”的企业占比最高，超过2021年调查结果中回答比例最高的“当地市场购买力增加促使销售额增长”。
- 东南亚回答“当地市场购买力增加促使销售额增长”的企业占比为45.8%，相对较高。东北亚回答“确立了相对于竞争公司的优势”的企业占比为37.3%，相对较高。

今后1-2年“扩大”业务的原因（多选）

（%）

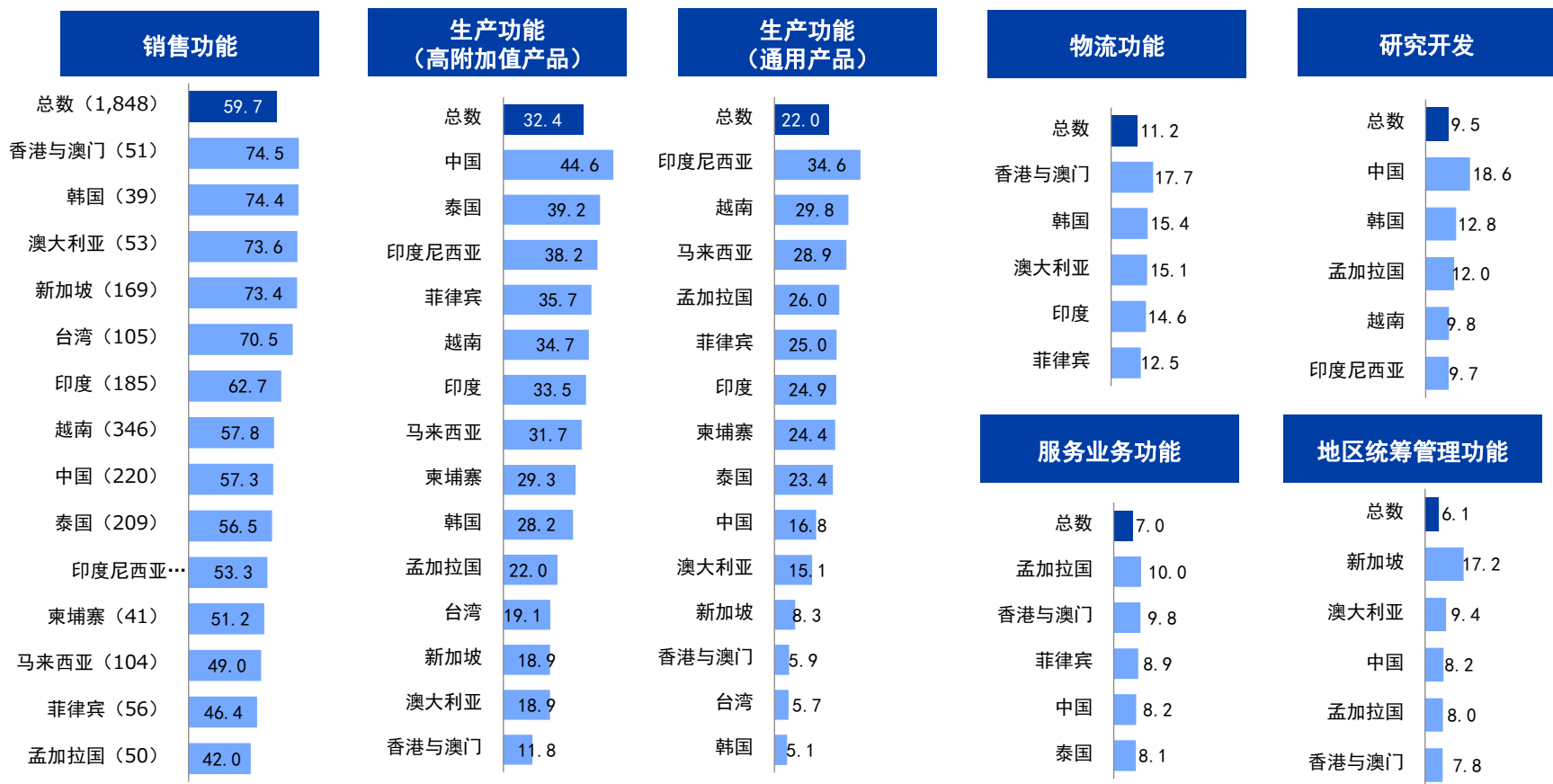


4 扩充的功能： 回答扩充销售功能的企业占比不到6成

- 关于扩充的功能，回答“销售功能”的企业占比最多，为59.7%。
- 回答扩充“生产功能（高附加值产品）”的企业占比中国最高，为44.6%，泰国、印度尼西亚约为4成。其中，在中国，回答扩充“生产功能（高附加值产品）”的企业占比超过回答扩充“生产功能（通用产品）”的企业占比27.8个百分点。

扩充的功能（多选）

（%）



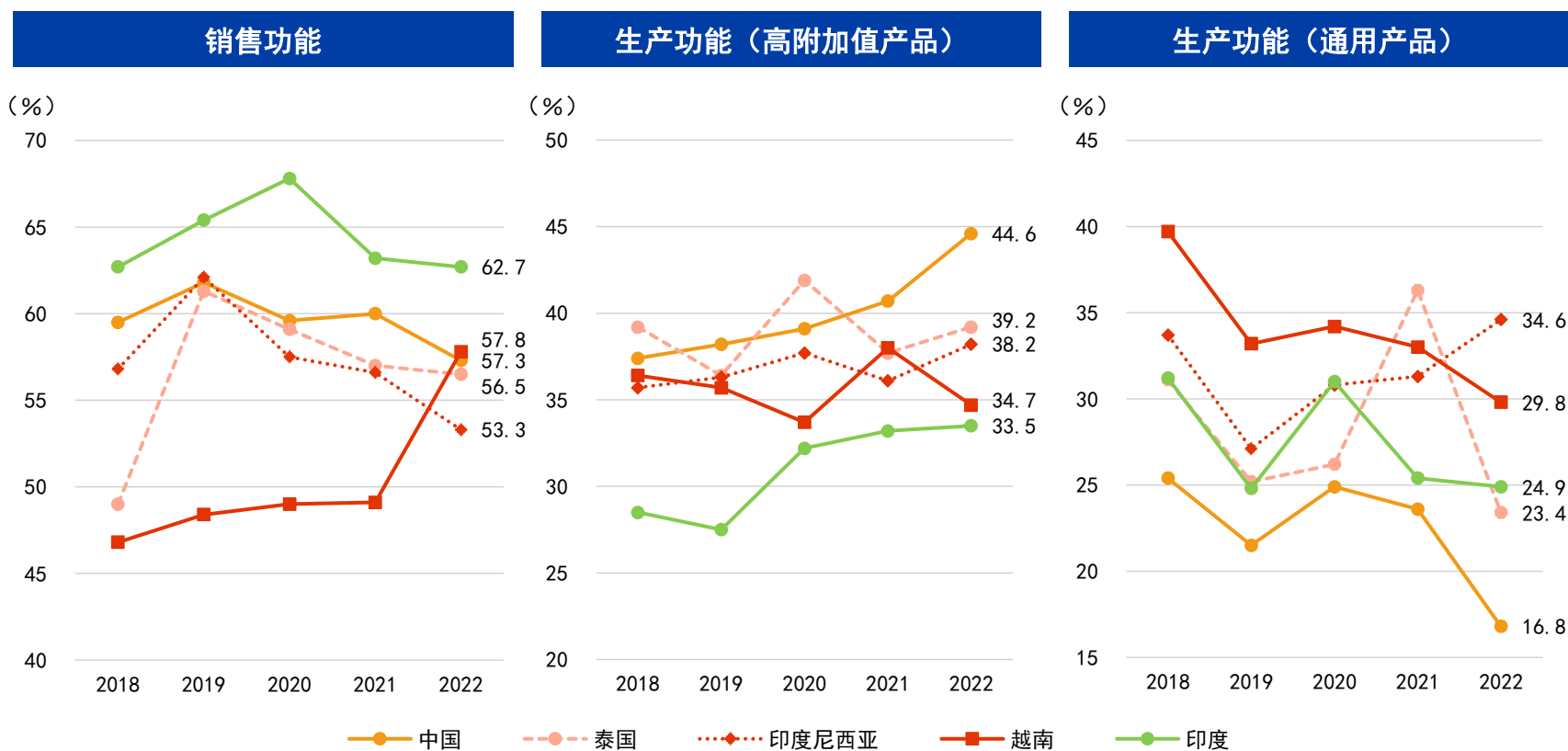
(注1) 有效答卷企业数在30家以上的国家和地区。物流功能、服务业务功能、研究开发、地区统筹管理功能列出前5位国家和地区。

(注2) “销售功能”的国家和地区名称旁边括弧内的答卷企业数为所有项目相同。

5 | 各国扩充功能的走势： 越南扩充销售功能的意愿快速增长

- 越南回答扩充“销售功能”的企业占比为57.8%，较2021年调查结果（49.1%）大幅增长。
- 泰国和中国回答扩充“生产功能（通用产品）”的企业占比较2021年调查结果大幅降低（分别降低12.9个百分点和6.8个百分点）。另一方面，两国回答扩充“生产功能（高附加值产品）”的企业占比均较2021年调查结果有所增长。

各国扩充功能的走势（2018年-2022年）

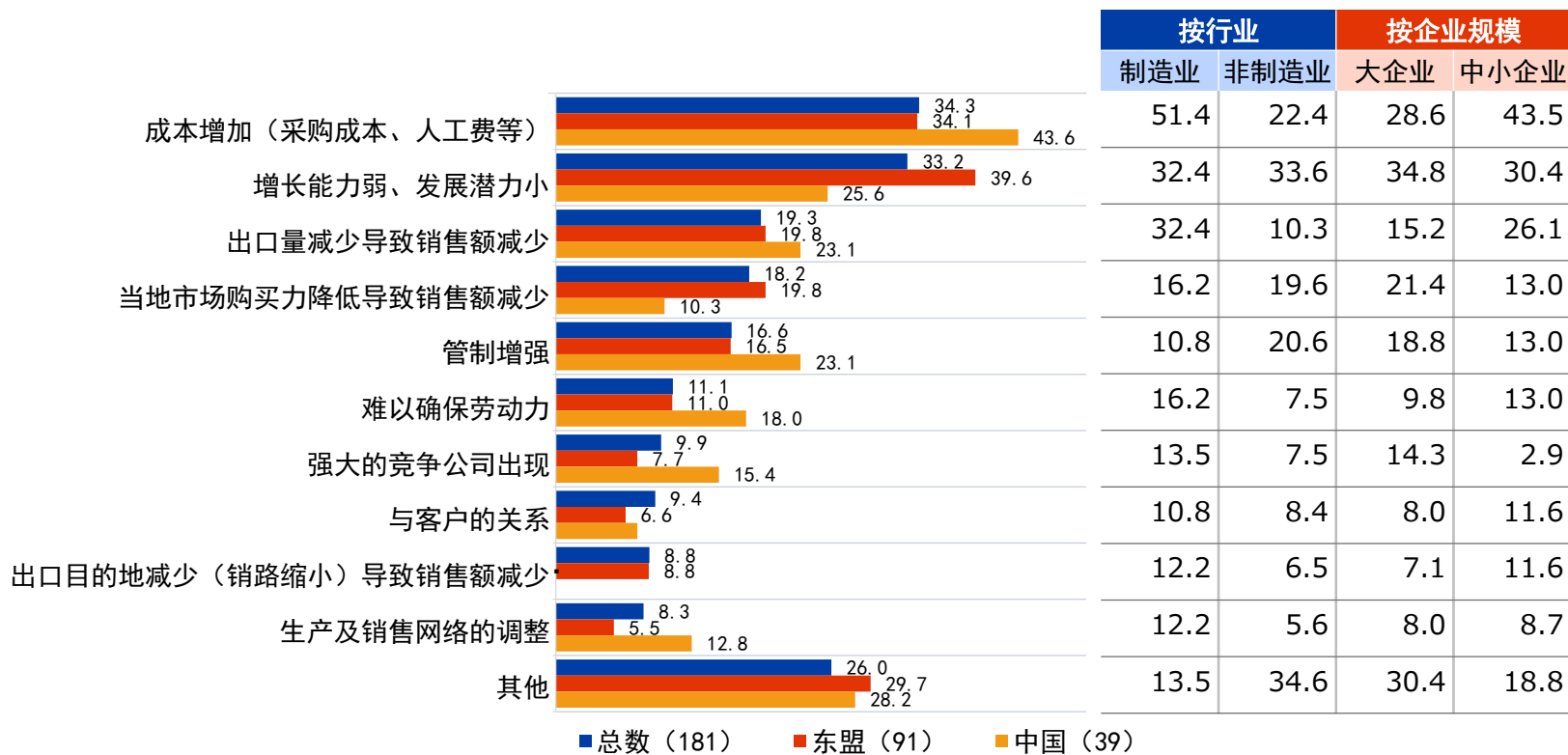


6 | 缩小业务和转移、撤退的原因： 回答“成本增加”的企业占比最多

- 关于“缩小”业务和“转移、撤退”的原因，回答“成本增加”（34.3%）的企业占比最多，紧随其后的是“增长能力弱、发展潜力小”（33.2%）、“出口量减少导致销售额减少”（19.3%）。
- 将东盟与中国进行对比，中国回答“成本增加”的企业占比高出东盟9.5个百分点。另一方面，东盟回答“增长能力弱、发展潜力小”“当地市场购买力降低导致销售额减少”的企业占比分别高出中国14.0个百分点和9.5个百分点。

缩小业务或转移、撤退的原因（多选）

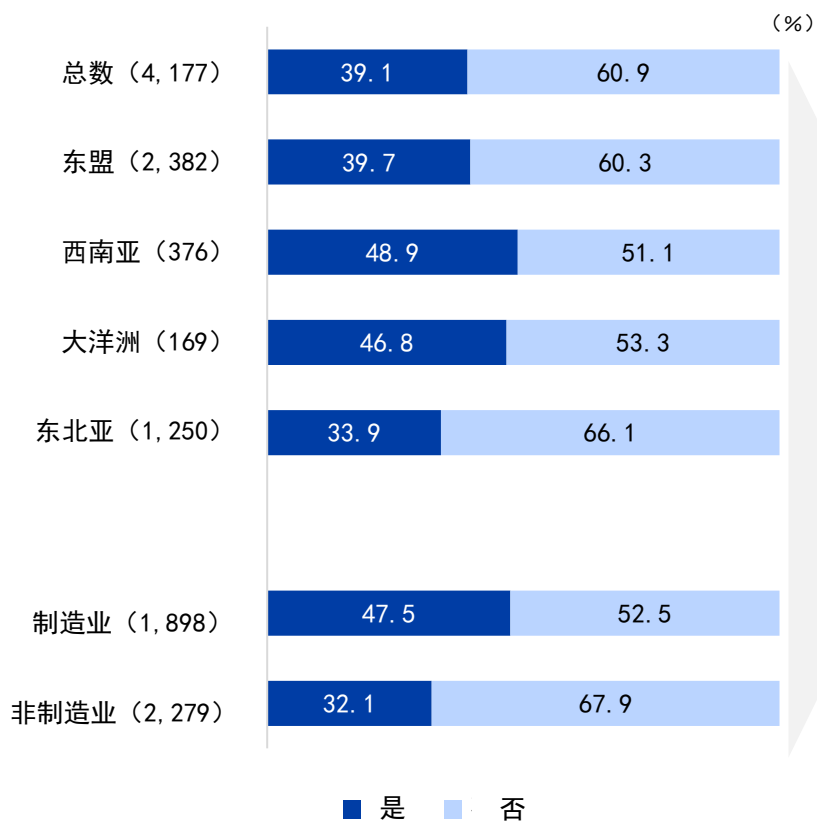
（%）



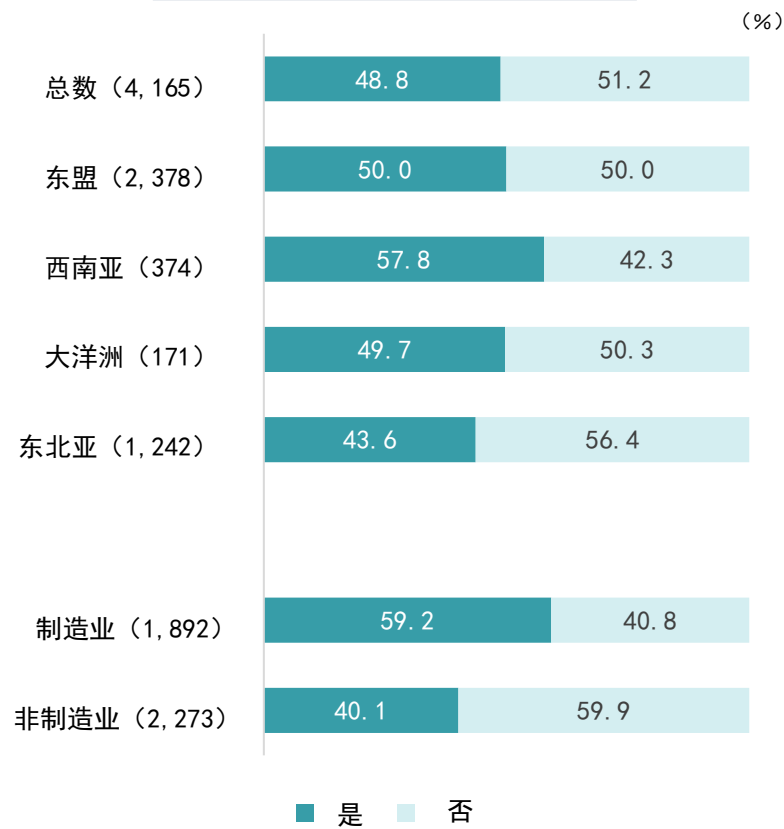
7 | 调整供应链： 约半数企业考虑调整供应链

- 自新冠疫情爆发以来，截至2022年下半年调查时已调整过某供应链（SC：生产、销售、采购）的企业占比为39.1%，回答“今后调整”的企业约占一半（48.8%）。
- 制造业中回答“今后调整SC”的企业约占6成，比非制造业高出11.7个百分点。

自2020年至今是否调整了供应链
(销售、采购、生产)



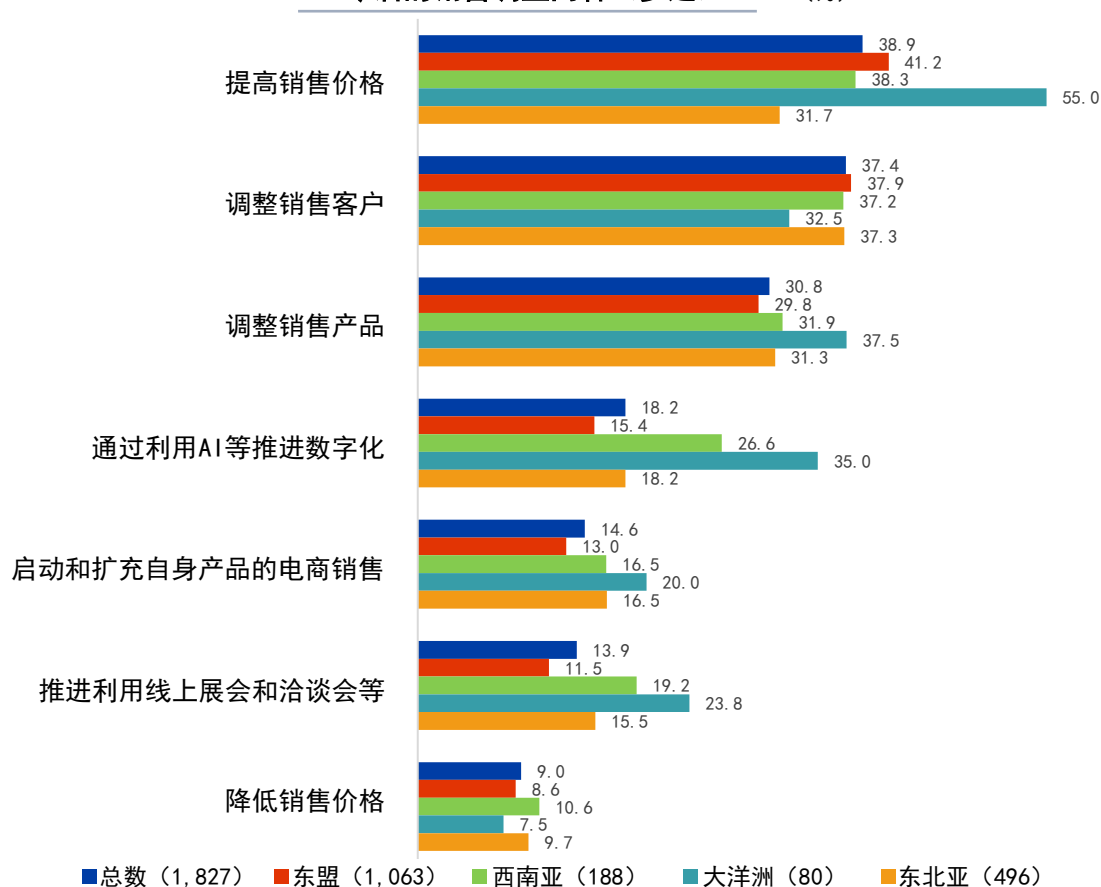
今后是否会调整供应链
(销售、采购、生产)



8 | 调整销售： 提高“销售价格”的企业约占4成

- 向回答已调整SC的企业询问销售战略的具体调整内容，有约4成（38.9%）的企业回答“提高销售价格”，占比最多。从地区来看，大洋洲的企业占比尤其高，为55.0%。
- 关于今后调整销售的原因，回答“新冠疫情收息”的企业占比最多（44.7%）。

今后的销售调整内容（多选） (%)



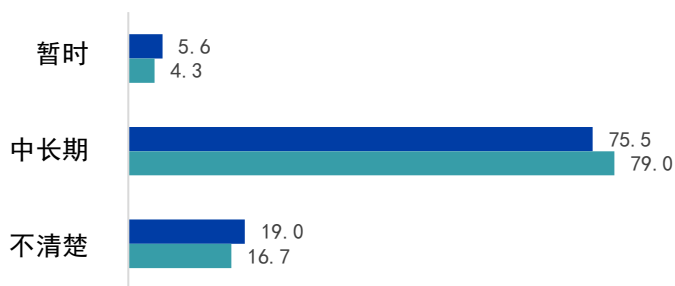
今后调整销售的原因（多选） (1,180)

新冠疫情收息	44.7%
消费者行动与市场发生变化	39.3%
物流费高涨	38.6%
原材料费高涨	34.0%
人工费高涨	30.2%

9 | 调整销售客户： 许多地区加强针对当地市场的销售

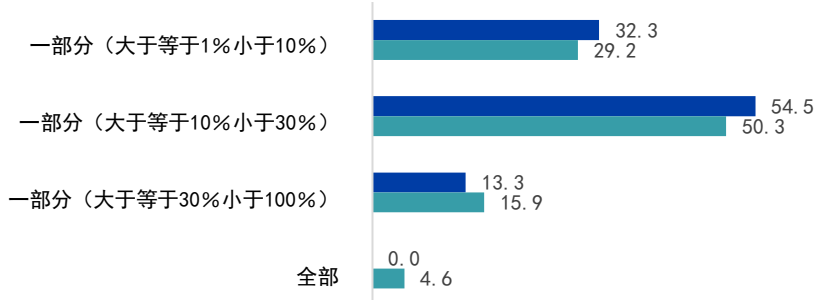
- 回答正在考虑调整销售客户的企业中，调整时间为“中长期”的超过7成，调整规模为“一部分（大于等于10%小于30%）”的超过一半。
- 关于调整销售客户的具体模式，东北亚、东盟、东南亚均出现了加强针对当地市场的销售的趋势。

销售客户调整时间 (%)



■ 制造业 (306) ■ 非制造业 (329)

销售客户调整规模 (%)



■ 制造业 (279) ■ 非制造业 (308)

销售客户调整的主要模式 (从高到低的顺序)

东北亚	制造业 (n=57)	非制造业 (n=69)
所在国家和地区→所在国家和地区	24家 (42.1%)	20家 (29.0%)
所在国家和地区→停止	6家 (10.5%)	7家 (10.1%)
日本→所在国家和地区	4家 (7.0%)	4家 (5.8%)

东盟	制造业 (n=160)	非制造业 (n=144)
所在国家和地区→所在国家和地区	20家 (12.5%)	40家 (27.8%)
所在国家和地区→停止	11家 (6.9%)	8家 (5.6%)
日本→所在国家和地区	12家 (7.5%)	4家 (2.8%)

东南亚	制造业 (n=20)	非制造业 (n=22)
所在国家和地区→所在国家和地区	6家 (30.0%)	9家 (40.9%)

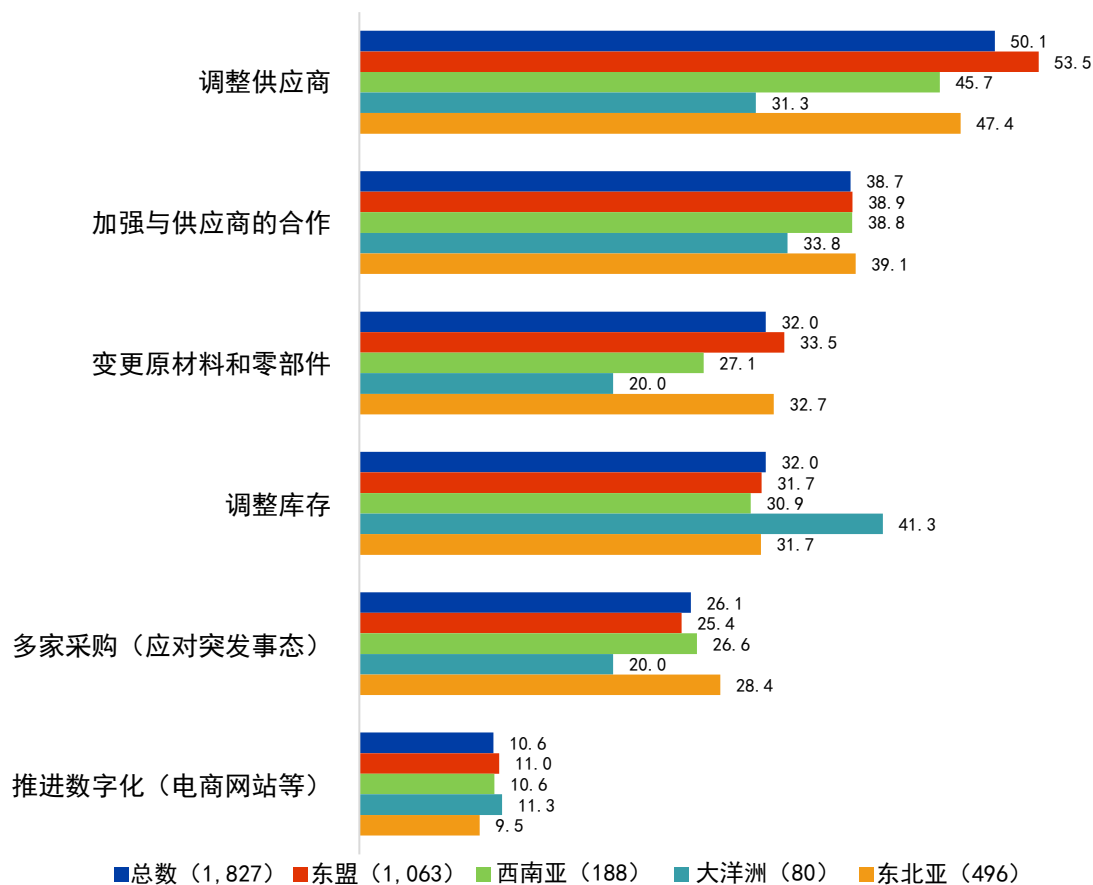
(注1) 以回答调整后的具体销售客户的企业为对象。

(注2) n为调整模式的数量。每家企业回答的调整模式最多3个。

10 | 调整采购： 约半数企业考虑调整供应商

- 向回答已调整SC的企业询问具体的采购调整，有约半数（50.1%）的企业回答今后有计划调整供应商。
- 关于今后调整采购的原因，回答“原材料费高涨”的企业占比最多，达到55.3%。紧随其后的是“应对销售客户与供应商停运或关闭导致供应链断裂的风险”，达到48.5%。

今后的采购调整内容（多选） (%)



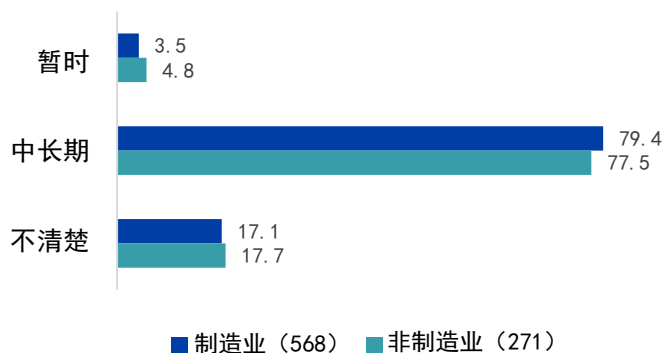
今后调整采购的原因（多选） (1,305)

原材料费高涨	55.3%
应对销售客户与供应商停运或关闭导致今后供应链断裂的风险	48.5%
推动本地采购	46.9%
应对物流混乱导致今后供应链断裂的风险	45.6%
物流费高涨	42.8%

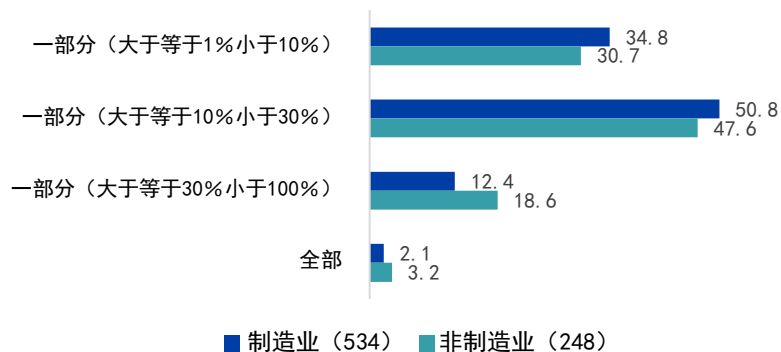
11 | 调整供应商： 供应商调整有转为本地采购的趋势

- 关于供应商调整规模，制造业和非制造业回答“一部分（大于等于10%小于30%）”的企业占比均占约一半。
- 从供应商调整的具体模式来看，推动本地采购尤其突出。东盟和西南亚的制造业出现了由日本采购转为本地采购的动向。另一方面，东北亚的制造业回答在本地内调整供应商的企业占比最多。

供应商调整时间 (%)



供应商调整规模 (%)



供应商调整的主要模式 (从高到低的顺序)

东北亚	制造业 (n=130)	非制造业 (n=58)
所在国家和地区→所在国家和地区	28家 (21.5%)	11家 (19.0%)
日本→所在国家和地区	31家 (23.8%)	6家 (10.3%)
所在国家和地区→停止	7家 (5.4%)	2家 (3.4%)
东盟	制造业 (n=363)	非制造业 (n=139)
所在国家和地区→所在国家和地区	31家 (8.5%)	25家 (18.0%)
日本→所在国家和地区	47家 (12.9%)	8家 (5.8%)
中国→所在国家和地区	33家 (9.1%)	4家 (2.9%)
西南亚	制造业 (n=58)	非制造业 (n=21)
日本→所在国家和地区	9家 (15.5%)	4家 (19.0%)
中国→所在国家和地区	8家 (13.8%)	3家 (14.3%)

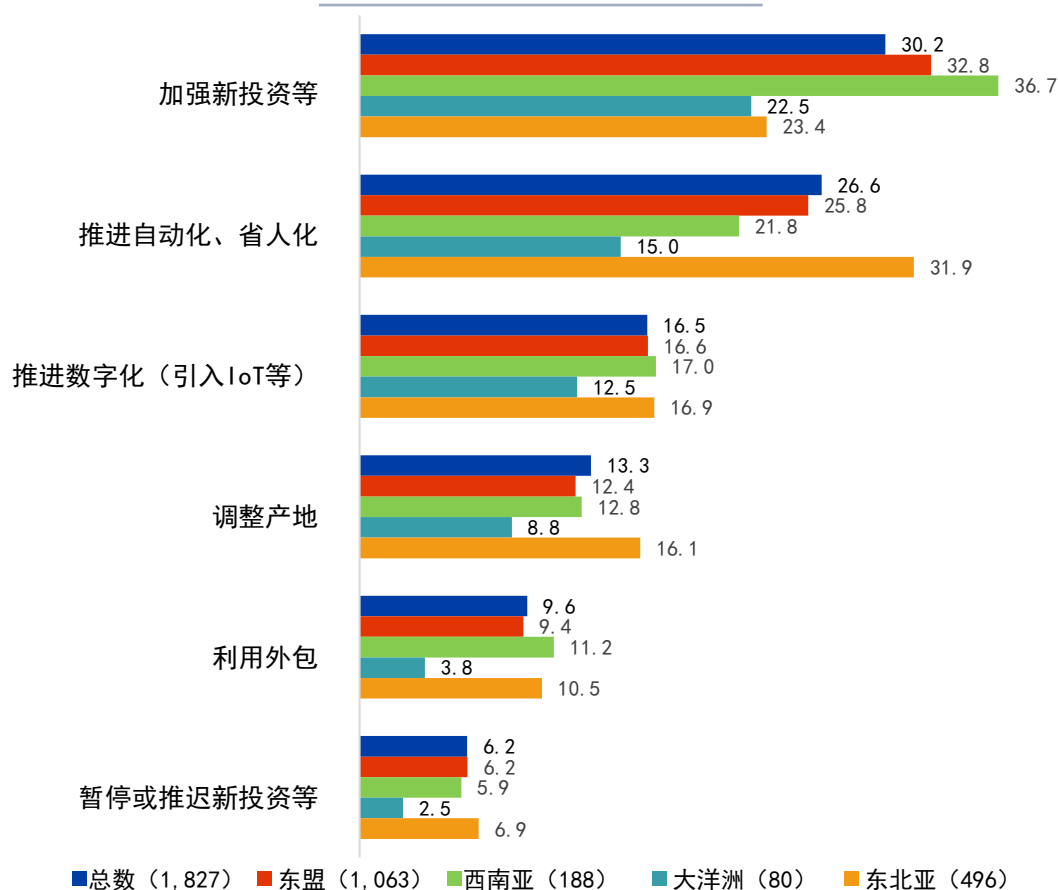
(注1) 以回答具体调整后的供应商的企业为对象。

(注2) n为调整模式的数量。每家企业回答的调整模式最多3个。

12 | 调整生产： 关注“加强投资”和“推动自动化”

- 向回答已调整SC的企业询问生产的具体调整内容，回答“加强新投资”的企业占比最多。另一方面，东北亚回答“推动自动化”的企业占比为31.9%，超过“加强新投资”（23.4%）。
- 关于调整生产的原因，回答“生产成本合理化”的企业占比（58.0%）最多。

今后的生产调整内容（多选） (%)



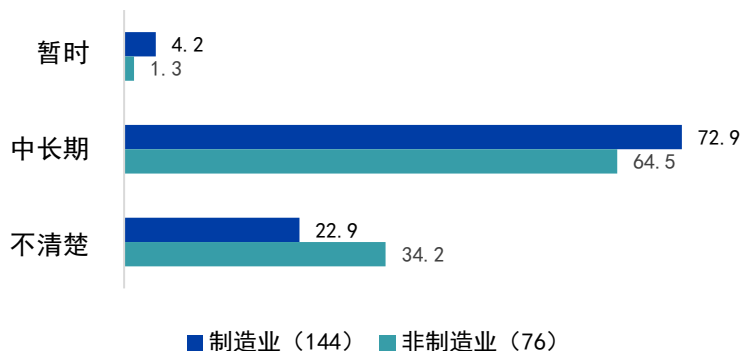
今后调整生产的原因（多选） (819)

生产成本合理化	58.0%
人工费高涨	51.8%
原材料费高涨	36.9%
新冠疫情收息	31.5%
环保管制增强	29.9%

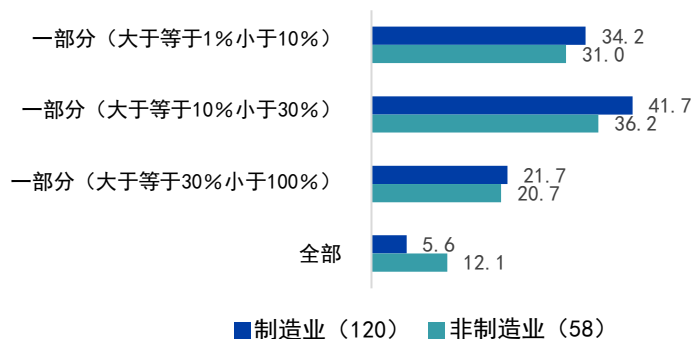
13 | 调整产地： 在本地内调整生产网点是主流

- 向正在研究调整产地的企业询问调整对象产地和变更后的调整对象产地的模式，东北亚和东盟均出现了在本地内调整生产网点的趋势。
- 关于制造业的产地调整规模，回答“中长期”的企业占比最多，达到72.9%。

产地调整规模 (%)



产地调整时间 (%)



产地调整的主要模式 (从高到低的顺序)

东北亚		仅制造业 (n=28)
所在国家和地区→所在国家和地区		11家 (39.3%)
中国→越南		4家 (14.3%)
东盟		仅制造业 (n=53)
所在国家和地区→所在国家和地区		7家 (13.2%)
日本→所在国家和地区		5家 (9.4%)
中国→停止		4家 (7.5%)
所在国家和地区→越南		3家 (5.7%)
东南亚		仅制造业 (n=13)
日本→所在国家和地区		3家 (23.1%)
所在国家和地区→所在国家和地区		2家 (15.4%)

(注1) 以回答调整后的具体产地的企业为对象。

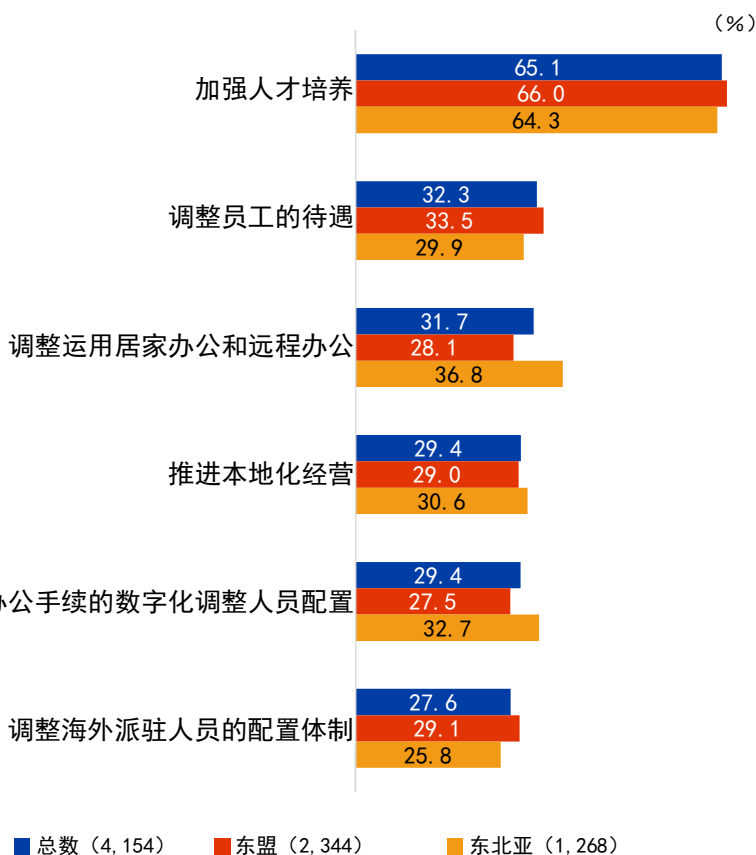
(注2) n为调整模式的数量。每家企业回答的调整模式最多3个。

(注3) 由海外集团成员公司工厂制造的(最终)产品、由OEM等其他公司制造的(最终)产品还包括变更采购方国家和地区的情况。

14 | 管理与经营体制调整和出勤比例： 出勤比例在90%以上的超过6成，今后呈扩大趋势

- 关于管理与经营体制调整，有约6成企业回答今后调整“加强人才培养”。东北亚回答“调整运用居家办公和远程办公”的企业占比（36.8%）相对较高。
- 关于出勤比例，回答90%以上的企业占比在2021年-2022年间大幅增长，并回答2023年后将继续扩大出勤比例。

今后的管理与经营体制调整内容（多选）



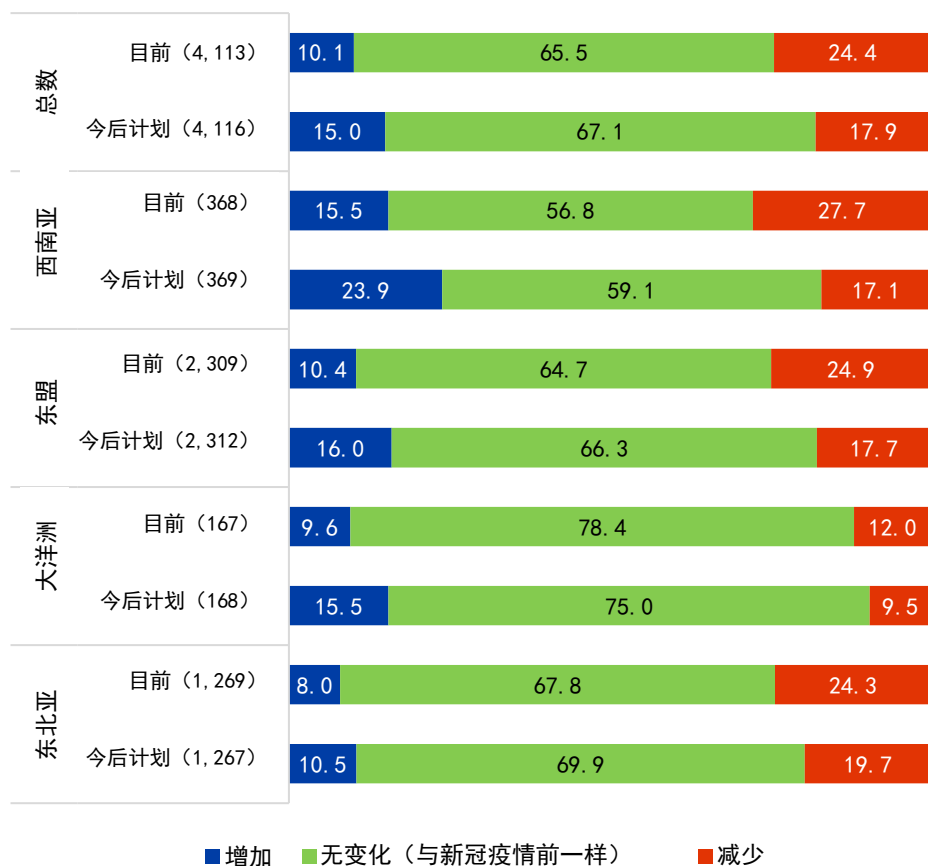
2021年后出勤比例的变化

	2021年 (4,013)	2022年 (4,060)	2023年 1月后 (3,952)
原则上所有员工均出勤 (出勤比例: 90%以上)	39.9	62.4	66.5
出勤为主, 部分远程办公 (出勤比例: 55%以上低于90%)	20.7	19.0	18.3
以相同的频率和比例实施远程办公和 出勤 (出勤比例: 45%以上低于55%)	13.4	6.1	4.5
远程办公为主, 部分出勤 (出勤比例: 10%以上低于45%)	12.5	4.7	3.0
原则上所有员工均远程办公 (出勤比例: 低于10%)	7.3	1.7	1.4
没有可实施远程办公的工种	6.2	6.2	6.4

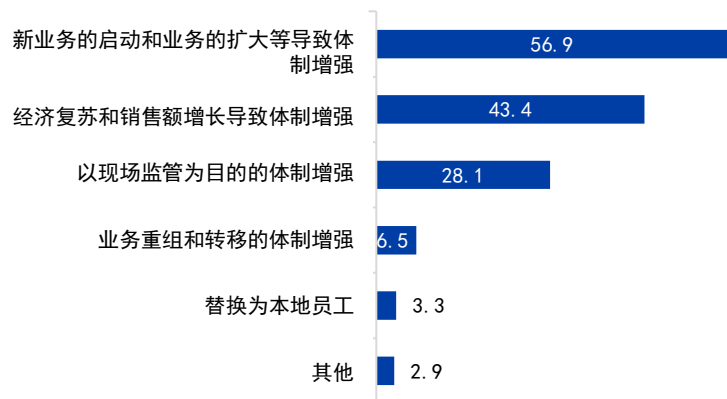
15 海外派驻人员数量的变化： 关于减少海外派驻人员数量的原因，回答“推动本土化”的企业占比最多

- 关于截至2022年下半年调查时的海外派驻人员数量，回答较新冠疫情前没有变化的企业占比约6成。另一方面，回答减少的企业占比为24.4%。
- 关于减少海外派驻人员的原因，回答“推进本土化导致体制缩小”的企业占比（59.8%）最多。

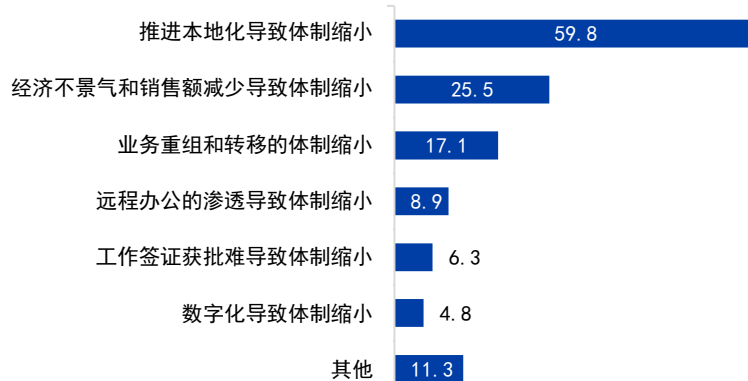
海外派驻人员的数量较新冠疫情前的变化 (%)



增加的原因 (多选, 615) (%)



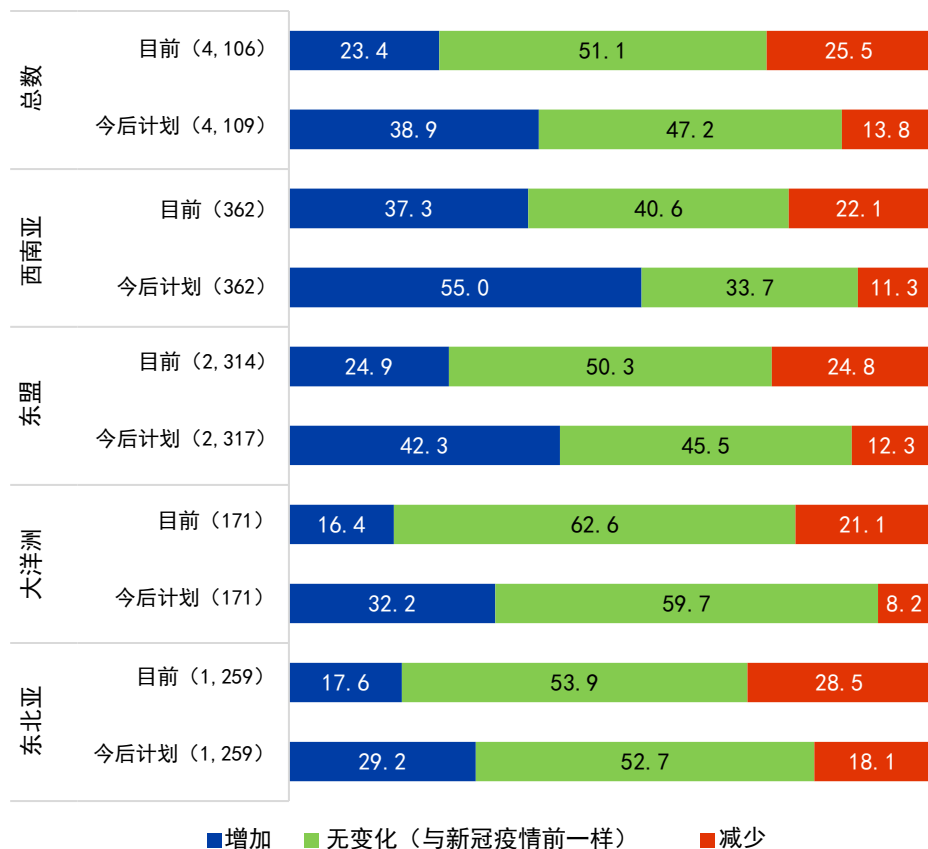
减少的原因 (多选, 733) (%)



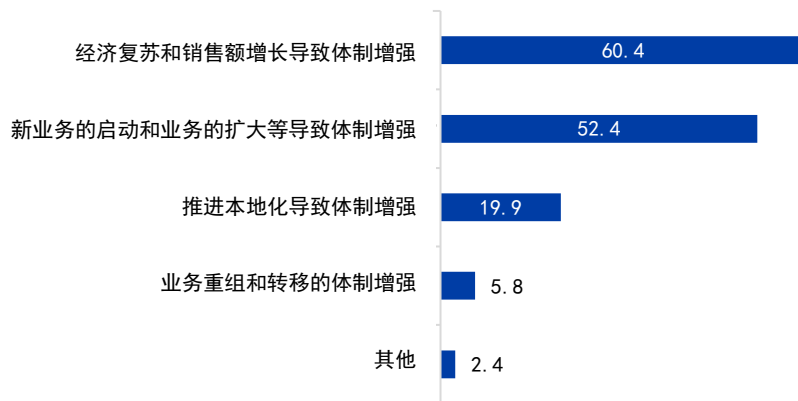
16 | 当地员工数量的变化： 今后增加当地员工的企业约占4成

- 回答与新冠疫情前相比今后1-2年当地员工数量预计增加的企业约占4成（38.9%），较目前高出15.5个百分点。另一方面，回答预计减少的企业占比较目前低11.7个百分点。
- 从地区来看，东南亚回答预计增加的企业占比为55.0%，相对较高。

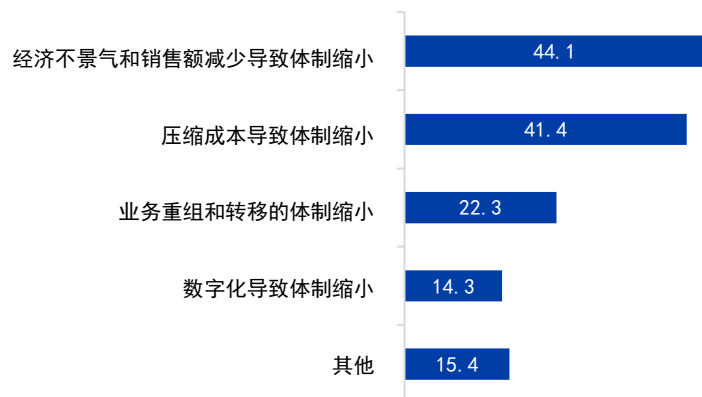
当地员工的数量较新冠疫情前的变化 (%)



增加的原因 (多选, 1,596) (%)



减少的原因 (多选, 565) (%)



1 | 经营上的问题： 工资上涨、采购成本增加、汇率波动成为企业的负担

- 关于所有地区和行业共同存在的经营上的问题，回答“员工工资上涨”的企业占比最多（70.9%），紧随其后的是“采购成本增加”（69.0%）和“汇率波动”（66.9%）。
- 制造业中“采购成本增加”（78.3%）的回答率占据首位，较非制造业高出19.8个百分点。

所有地区和行业共同存在的问题（前10项，多选）

回答项目		（%）	按行业（%）		按企业规模（%）	
			制造业	非制造业	大企业	中小企业
第1位	员工工资上涨	70.9	74.7	67.8	70.7	71.1
第2位	采购成本增加	69.0	78.3	58.5	69.4	68.5
第3位	汇率波动	66.9	67.5	66.3	67.0	66.6
第4位	竞争对手崛起（成本与价格方面的竞争）	51.7	54.5	49.3	55.3	45.8
第5位	报关等各项手续繁琐	50.3	53.5	47.1	50.3	50.3
第6位	新顾客开拓停滞	44.0	37.7	49.4	41.7	47.7
第7位	员工素质	39.8	41.5	38.5	38.2	42.6
第8位	税务（法人税、转让定价调整等）负担	37.8	41.3	34.9	40.3	33.6
第9位	通告和规则内容未充分告知	37.2	36.0	38.3	37.4	36.7
第10位	客户要求降价	36.7	42.9	31.3	35.3	38.9

（注）经营上的问题各相关项目中记载的回答率是指按领域分类的“销售与营业方面”“财务、金融与汇率方面”“雇佣与劳务方面”“贸易制度方面”“生产与采购方面”各提问内的回答占比。

2 | 经营上的问题： 东盟主要国家工资上涨问题排名领先

各国家和地区存在的问题（前5项，多选）

新加坡		(%)
1	员工工资上涨	81.5
2	采购成本增加	70.8
3	汇率波动	70.0
4	竞争对手崛起（成本与价格方面的竞争）	53.3
5	新顾客开拓停滞	45.8

马来西亚		(%)
1	员工工资上涨	78.7
2	汇率波动	73.3
3	采购成本增加	72.3
4	员工留存率	52.8
5	竞争对手崛起（成本与价格方面的竞争）	50.9

泰国		(%)
1	采购成本增加	78.9
2	员工工资上涨	71.4
3	汇率波动	68.9
4	竞争对手崛起（成本与价格方面的竞争）	53.6
5	报关等各项手续繁琐	49.7

印度尼西亚		(%)
1	员工工资上涨	82.8
2	采购成本增加	80.9
3	税务（法人税、转让定价调整等）负担	73.9
4	汇率波动	64.2
5	报关等各项手续繁琐	57.9

越南		(%)
1	员工工资上涨	75.2
2	采购成本增加	66.1
3	汇率波动	62.8
4	报关等各项手续繁琐	57.6
5	税务（法人税、转让定价调整等）负担	49.8

菲律宾		(%)
1	汇率波动	65.6
2	税务（法人税、转让定价调整等）负担	61.3
3	员工工资上涨	61.1
4	采购成本增加	60.4
5	报关等各项手续繁琐	57.3

（注1）回答率排名前5项。淡粉色高亮表示未进入III.1整体调查地区总数前10的项目。

（注2）经营上的问题各相关项目中记载的回答率是指按领域分类的各提问“销售与营业方面”“财务、金融与汇率方面”“雇佣与劳务方面”“贸易制度方面”“生产与采购方面”内的回答占比。

3

经营上的问题： 新兴国家中有3个国家回答汇率波动的企业占比排第一，电力供不应求也成为问题

各国家和地区存在的问题（前5项，多选）

柬埔寨		(%)
1	员工工资上涨	61.9
2	报关等各项手续繁琐	55.8
3	竞争对手崛起（成本与价格方面的竞争）	55.8
4	税务（法人税、转让定价调整等）负担	53.2
5	员工素质	50.8

老挝		(%)
1	汇率波动	70.6
2	通告和规则内容未充分告知	68.8
3	采购成本增加	66.7
4	原材料及零部件本地采购难	66.7
5	员工工资上涨	47.4

缅甸		(%)
1	汇率波动	89.3
2	资金结算相关限制严格	69.3
3	报关等各项手续繁琐	62.7
4	电力供不应求、停电	60.3
5	订货量减少	54.1

印度		(%)
1	员工工资上涨	77.2
2	采购成本增加	76.1
3	报关等各项手续繁琐	63.0
4	竞争对手崛起（成本与价格方面的竞争）	59.2
5	税务（法人税、转让定价调整等）负担	58.6

巴基斯坦		(%)
1	汇率波动	84.9
2	采购成本增加	79.0
3	进口关税高	75.0
4	电力供不应求、停电	68.4
5	员工工资上涨	61.3

斯里兰卡		(%)
1	电力供不应求、停电	73.3
2	员工工资上涨	71.4
3	报关等各项手续繁琐	70.0
4	原材料及零部件本地采购难	66.7
5	订货量减少	57.1

孟加拉国		(%)
1	报关等各项手续繁琐	73.2
2	汇率波动	72.6
3	原材料及零部件本地采购难	67.4
4	电力供不应求、停电	65.2
5	采购成本增加	63.0

(注1) 回答率排名前5项。淡粉色高亮表示未进入 III.1 整体调查地区总数前10的项目。

(注2) 经营上的问题各相关项目中记载的回答率是指按领域分类的各提问“销售与营业方面”“财务、金融与汇率方面”“雇佣与劳务方面”“贸易制度方面”“生产与采购方面”内的回答占比。

4 | 经营上的问题： 在东北亚和大洋洲各国，工资上涨也成为课题

各国家和地区存在的问题（前5项，多选）

中国		(%)
1	员工工资上涨	67.6
2	汇率波动	64.1
3	采购成本增加	64.0
4	竞争对手崛起（成本与价格方面的竞争）	59.2
5	新顾客开拓停滞	47.0

香港与澳门		(%)
1	采购成本增加	68.2
2	汇率波动	66.7
3	员工工资上涨	61.8
4	物流混乱	53.7
5	新顾客开拓停滞	49.4

台湾		(%)
1	汇率波动	83.9
2	采购成本增加	65.8
3	竞争对手崛起（成本与价格方面的竞争）	58.6
4	员工工资上涨	53.9
5	人才（普通职员、行政人员、普通工人）招聘难	46.1

韩国		(%)
1	员工工资上涨	81.8
2	汇率波动	68.8
3	采购成本增加	65.1
4	竞争对手崛起（成本与价格方面的竞争）	59.5
5	客户要求降价	48.1

澳大利亚		(%)
1	员工工资上涨	75.0
2	采购成本增加	64.8
3	汇率波动	60.2
4	竞争对手崛起（成本与价格方面的竞争）	47.3
5	物流混乱	44.0

新西兰		(%)
1	员工工资上涨	85.4
2	汇率波动	73.0
3	采购成本增加	70.3
4	人才（普通职员、行政人员、普通工人）招聘难	63.4
5	物流混乱	54.1

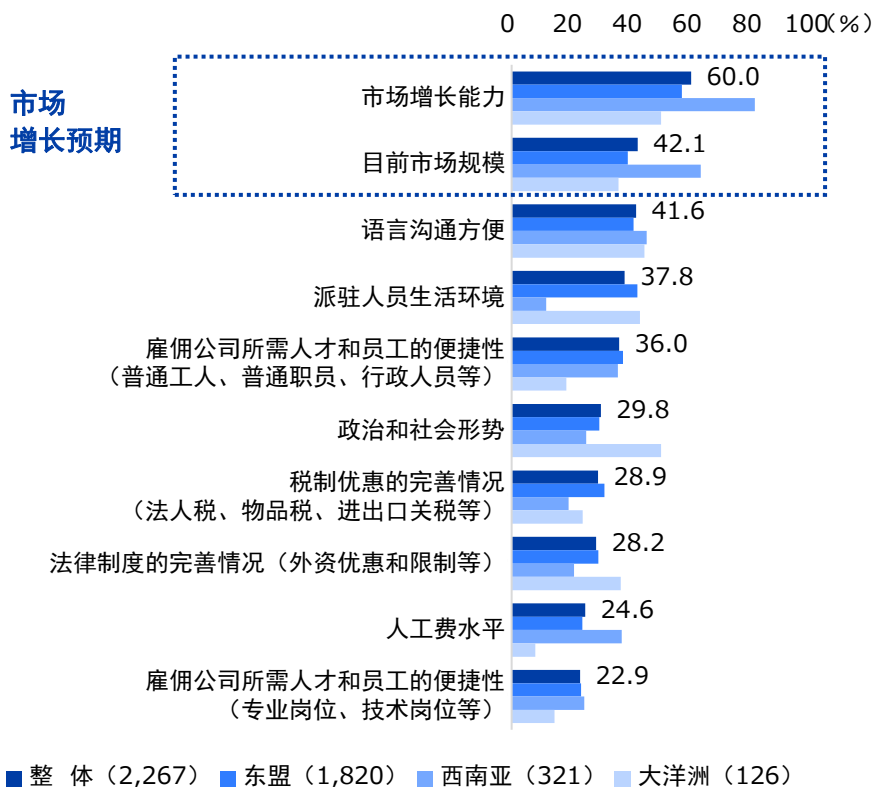
(注1) 回答率排名前5项。淡粉色高亮表示未进入III.1整体调查地区总数前10的项目。

(注2) 经营上的问题各相关项目中记载的回答率是指按领域分类的各提问“销售与营业方面”“财务、金融与汇率方面”“雇佣与劳务方面”“贸易制度方面”“生产与采购方面”内的回答占比。

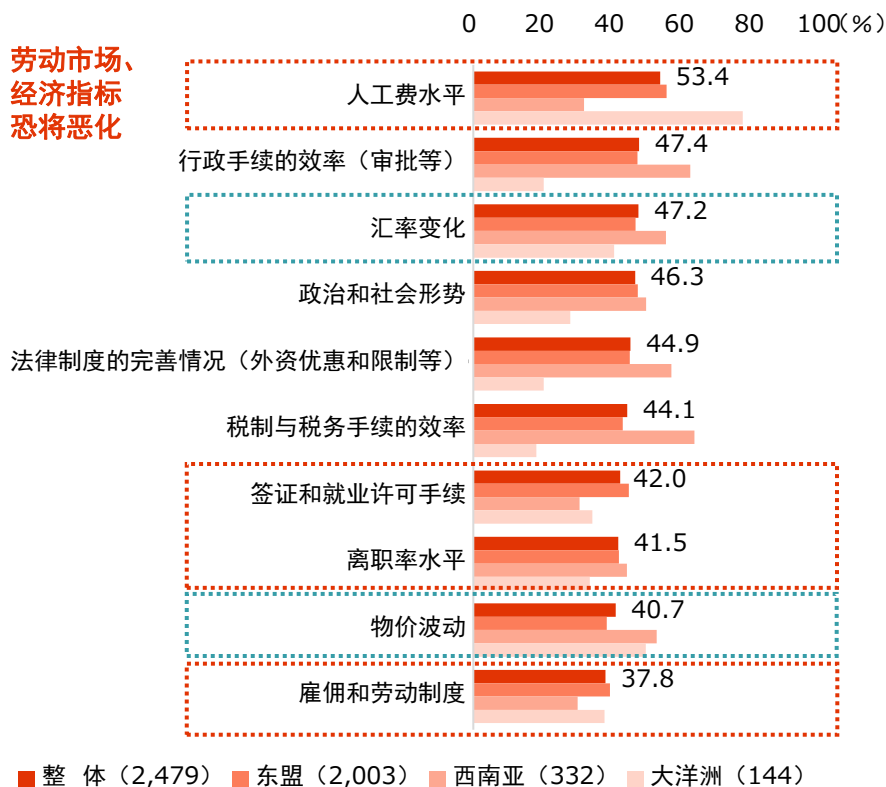
5 | 对经营的影响（仅东盟、东南亚、大洋洲） 人才、汇率等9项成为占比超过4成的经营风险

- 关于所在国家和地区的商业环境，将经济指标恶化（汇率、物价波动）、劳动市场变化（人工费、外国人就业制度、离职率等）、法律法规与手续的效率（审批、外资优惠、税制）等列为主要商业风险。另外，特别是在东南亚，企业对市场的增长有较强的预期。

对经营有正面影响（优势）
（前10项）



对经营有负面影响（风险）
（前10项）

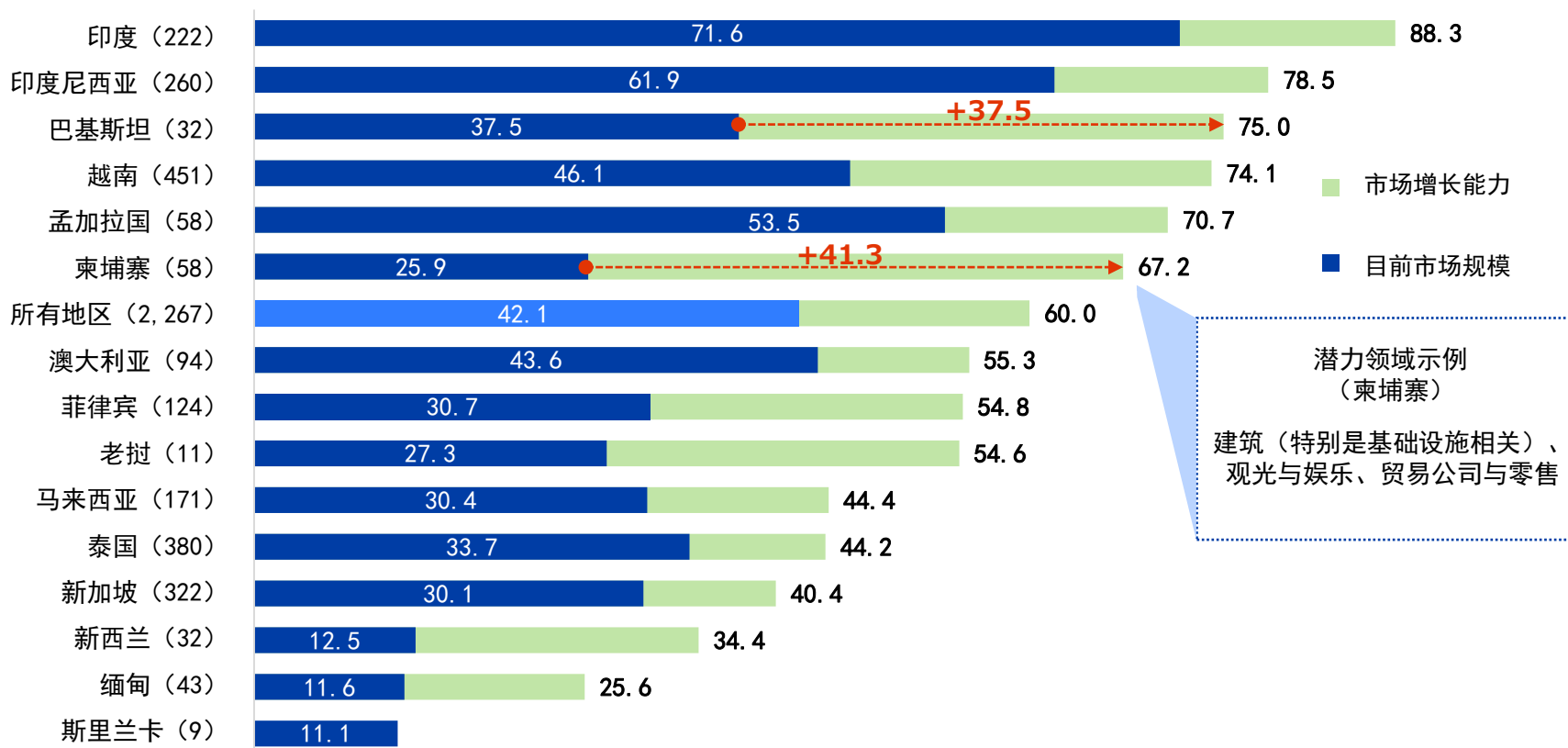


6 | 市场增长预期（仅东盟、东南亚、大洋洲） 看好印度，柬埔寨也有增长潜力

- 驻印度企业对印度的市场规模和市场增长能力给予广泛好评。驻印度尼西亚、驻孟加拉国和驻越南企业对当地市场的增长预期也很高。驻澳大利亚企业对包括出口在内的市场增长抱有期待。
- 驻柬埔寨和驻巴基斯坦企业对相较于目前而言的今后市场规模的增长的预期最高。

目前市场规模与市场增长能力（优势，按所在国家和地区）

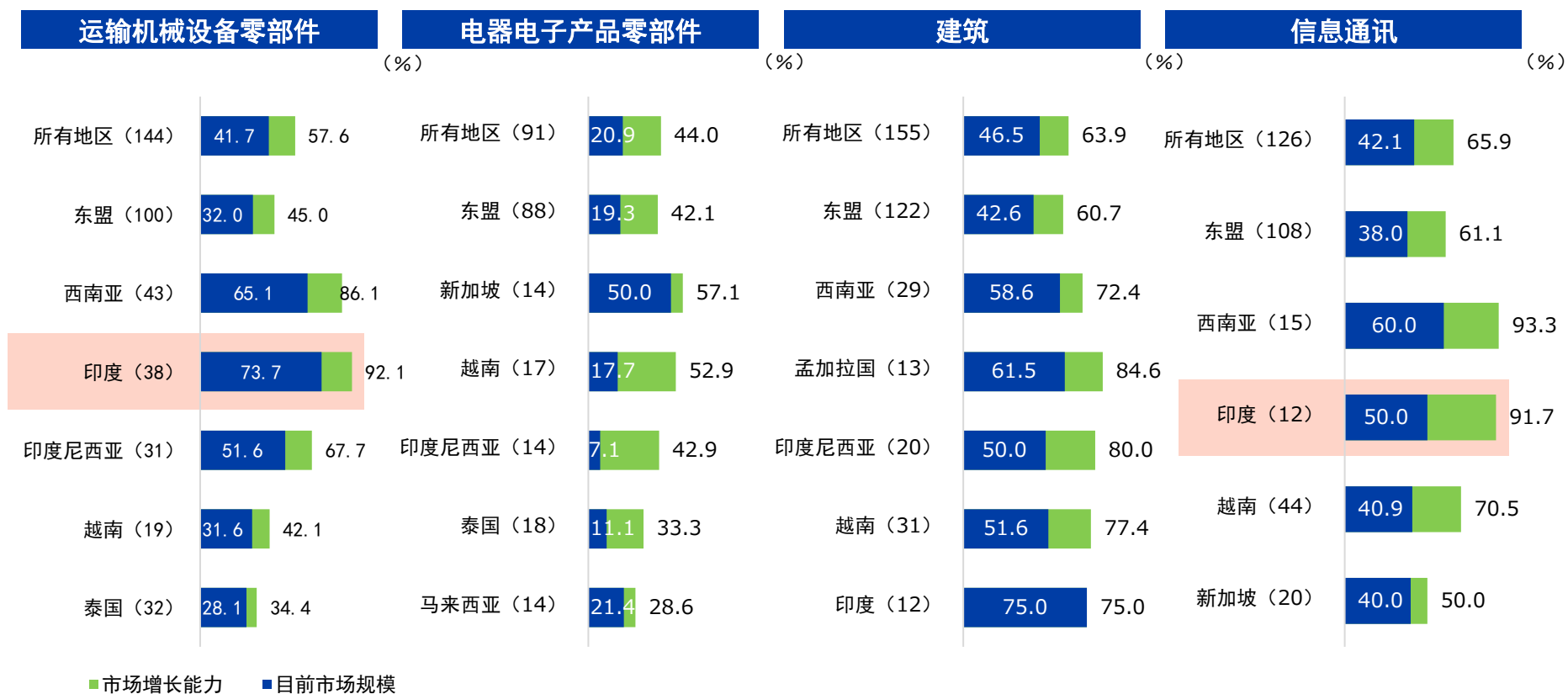
(%)



7 | 市场增长预期（仅东盟、东南亚、大洋洲） 对印度运输机械设备零部件和信息通讯的增长抱有很高期待

- 关于运输机械设备零部件，印度目前市场规模和增长能力均较高。关于电器电子产品零部件，对新加坡、越南有期待。关于建筑，对很多国家都有期待，对孟加拉国、印度尼西亚增长能力的期待尤其高。关于信息通讯，对印度增长的期待较高。

目前市场规模与市场增长能力带来的优势（主要行业）



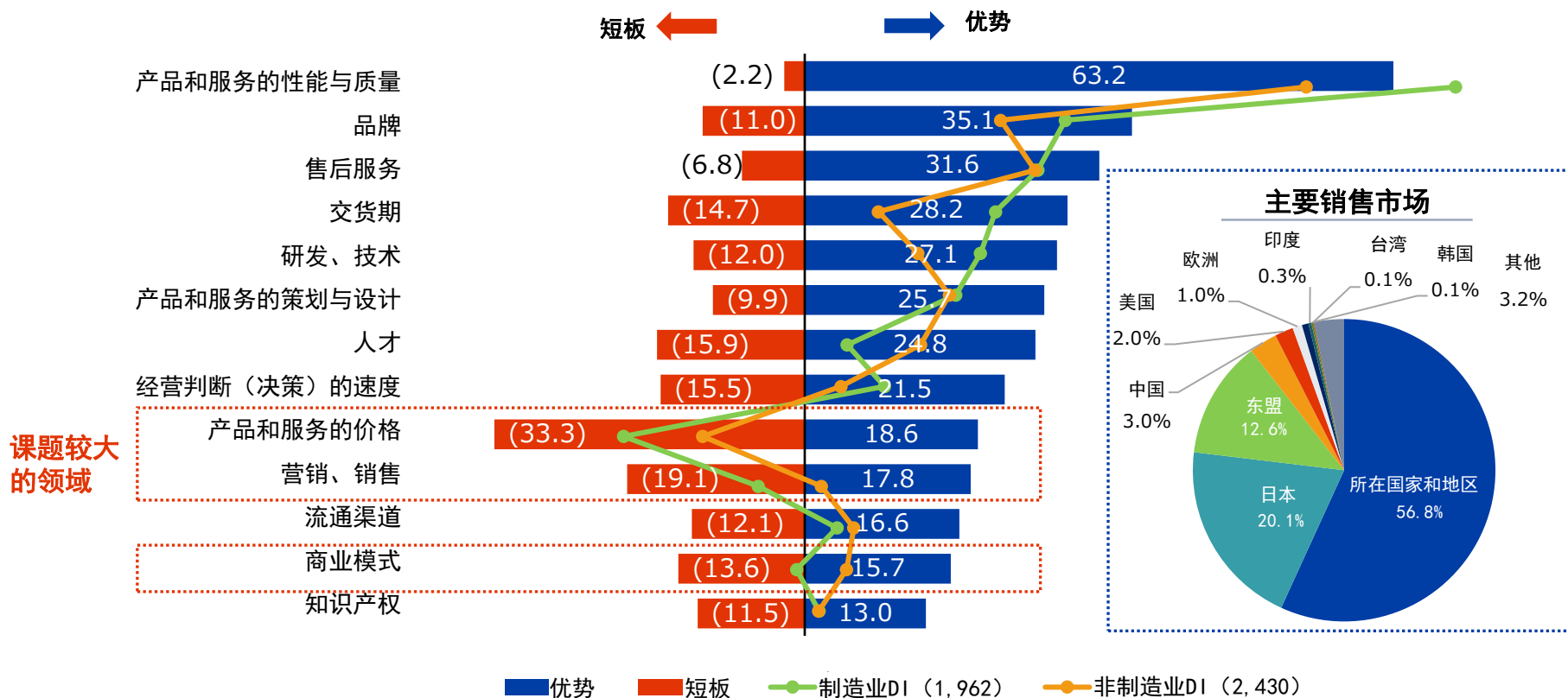
(注) 有效答卷企业数在10家以上的国家和地区。

8 | 日资企业的优势和短板 在将优势侧重于产品、价格和促销上存在课题

- 明显认为Product是“优势”（性能与质量、品牌、售后服务）。
- 认为Price（价格）、Promotion（营销、销售等）是“短板”的企业较多。Place（流通）方面，制造业的交货期是优势。制造业的商业模式也存在课题。

在目标市场上的优势和短板（所有地区）

(%, 百分点)



课题较大的领域

(注) DI值用“有优势”的企业占比减去“有短板”的企业占比算出。

9 | 日资企业的优势和短板 东北亚的制造业苦于维持销售竞争力

- 竞争白热化的东北亚制造业中出现在4项（价格、营销、商业模式、人才）竞争中处于劣势的企业。东盟与其他地区相比，品牌力较低。只有大洋洲非制造业在价格方面也有竞争力的企业较多。

在目标市场上的优势和短板（DI值，按地区）

（百分点）

制造业

	东盟 (1,154)	西南亚 (195)	大洋洲 (44)	东北亚 (569)
产品和服务的性能与质量	68.0	69.2	63.6	74.3
品牌	21.6	33.3	36.4	38.5
售后服务	24.5	18.0	25.0	28.5
交货期	22.3	17.4	13.6	18.5
研发、技术	15.2	30.3	6.8	23.4
产品和服务的策划与设计	14.2	22.1	11.4	18.6
经营判断（决策）的速度	9.8	10.8	6.8	5.5
人才	6.1	10.3	6.8	△ 0.7
流通渠道	4.0	2.6	15.9	1.8
知识产权	1.4	3.1	2.3	1.2
商业模式	1.1	3.6	11.4	△ 7.4
营销、销售	△ 5.5	9.7	15.9	△ 10.7
产品和服务的价格	△ 13.5	△ 19.5	0.0	△ 33.0

竞争力存在课题

非制造业

	东盟 (1,332)	西南亚 (213)	大洋洲 (131)	东北亚 (754)
产品和服务的性能与质量	51.1	52.1	60.3	58.0
品牌	15.8	27.7	38.9	25.3
售后服务	25.2	20.7	25.2	25.1
交货期	9.4	7.0	5.4	6.0
研发、技术	10.4	19.2	16.0	12.6
产品和服务的策划与设计	16.3	19.7	20.6	12.1
经营判断（决策）的速度	6.2	0.0	3.1	0.9
人才	12.3	11.3	7.6	13.8
流通渠道	3.6	6.6	12.2	6.6
知识产权	△ 0.9	4.2	13.0	2.9
商业模式	6.4	△ 0.5	15.3	0.7
营销、销售	0.8	6.1	16.0	△ 0.1
产品和服务的价格	△ 8.7	△ 12.2	9.2	△ 18.0

维持价格优势

优势

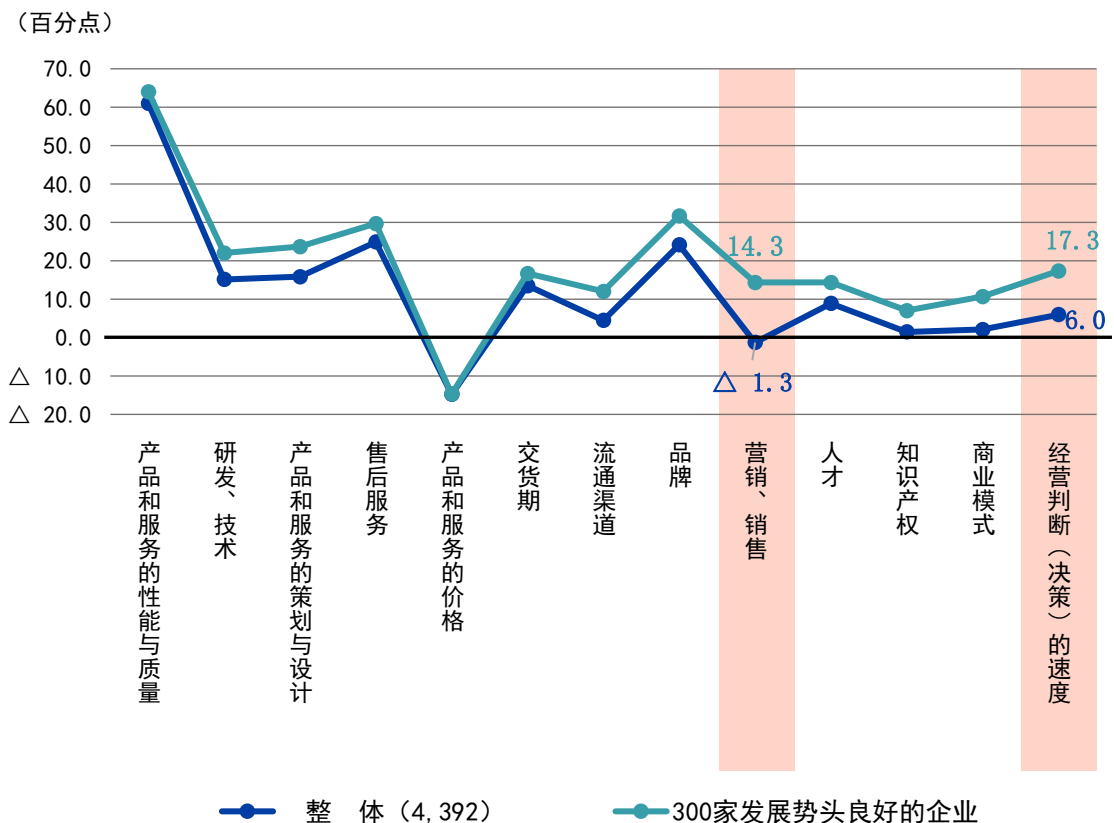
短板

（注）DI值用“有优势”的企业占比减去“有短板”的企业占比算出。

10 | 日资企业的优势和短板 发展势头良好的企业的营销优势明显

- 将以进驻地为主要销售客户且业绩坚挺的300家企业（注）与整体平均进行对比发现，将营销、销售作为公司优势的比例差距最为明显。经营判断的速度也有差距，整体上经营资源得到了有效运用。
- 在性能与质量等的基础上进行“推销”和“快速判断”是企业取得优良业绩的因素之一。

公司在销售市场上的优势（DI值）



发展势头良好的企业 加大营销力度的措施示例	
按城市进行市场分析 销售渠道多样化 提升营业员的技能	印度
推动数字化 及时按产业开展调研	新加坡
参加恢复举办的展会	越南
积极利用SNS 加大面向本地企业的销售力度	泰国
摸索运用数字技术 接近潜在顾客的方法	澳大利亚

（注）以进驻地为主要销售市场的企业中，2022年销售额预计盈利、2022年和2023年业绩预计改善、且回答扩大业务布局的企业（300家）

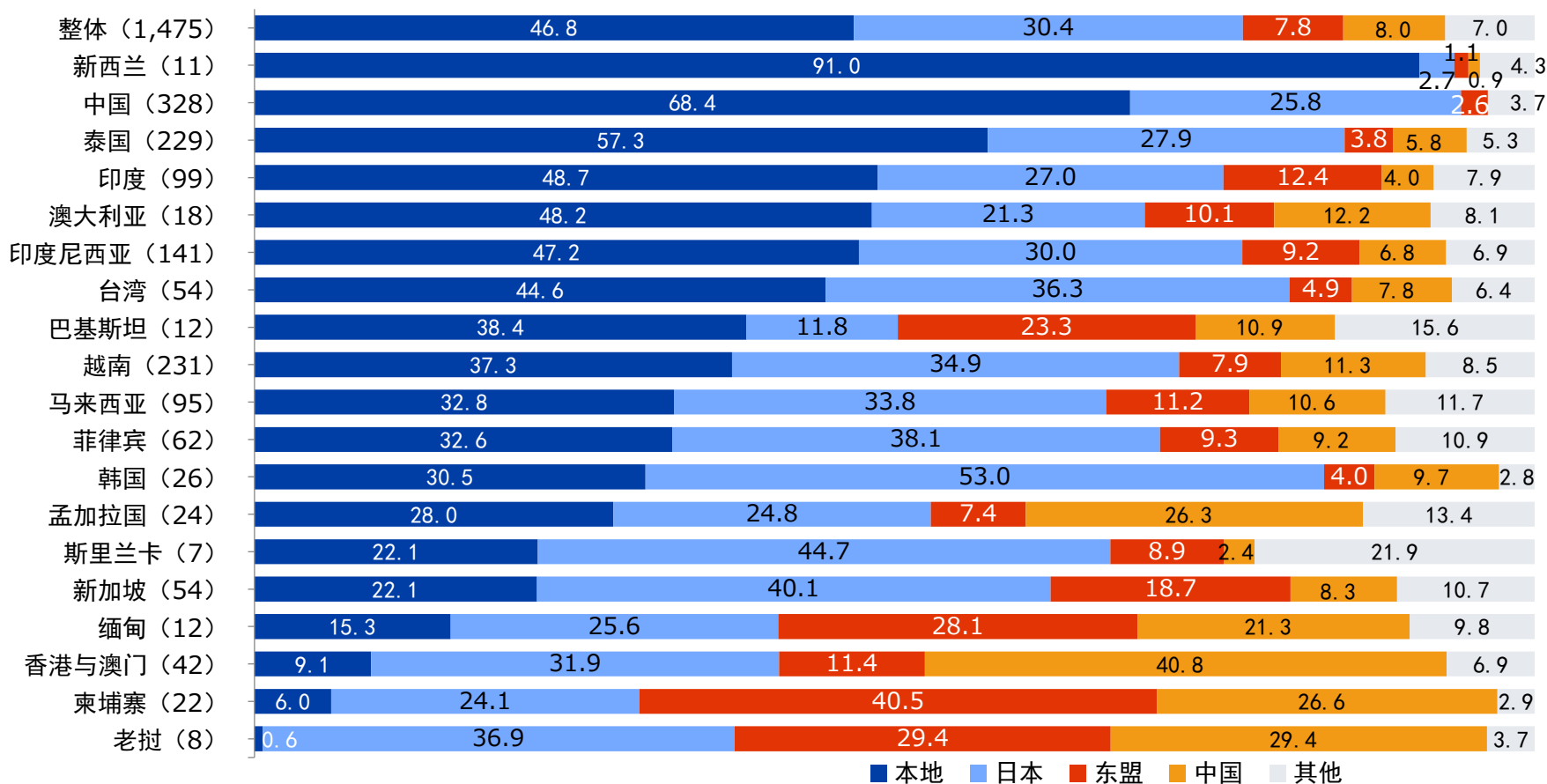
1 供应商的详情： 本地采购率没有增长，从日本进口的采购率增长

仅制造业

- 海外日资企业的本地采购率较2021年调查结果（47.4%）降低了0.6个百分点，基本持平。较2020年调查结果（48.1%）降低了1.3个百分点。
- 从东盟采购较2021年调查结果（8.7%）降低了0.9个百分点。另一方面，向日本采购的比例较2021年调查结果（29.1%）增长了1.3个百分点。

原材料及零部件的供应商明细（按国家和地区，回答率100%）

（%）



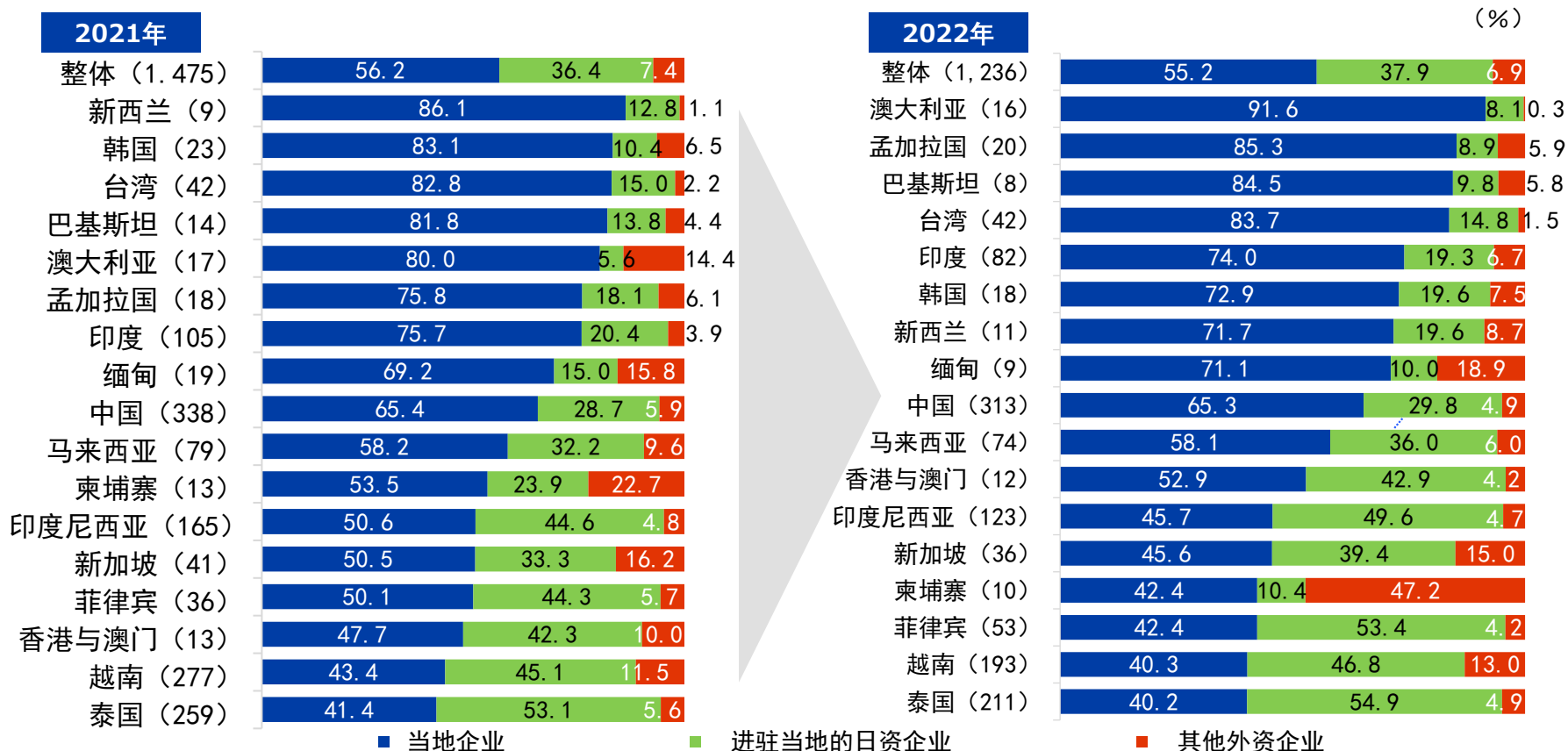
2

当地供应商的详情： 从海外日资企业采购的比例增长

仅制造业

- 从当地供应商的详情来看，当地企业占比55.2%，较2021年调查结果降低，但进驻当地的日资企业为37.9%，增长了1.5个百分点。
- 特别是在印度尼西亚、菲律宾，向当地企业采购低于5成，而向当地日资企业采购占一大半。

当地供应商的详情（当地企业、日资企业、其他外资企业）
（按国家和地区，回答率100%）



（注）有效答卷企业数在5家以上的国家和地区。

3

与日本制造成本的对比：
各国家和地区的制造成本差距扩大

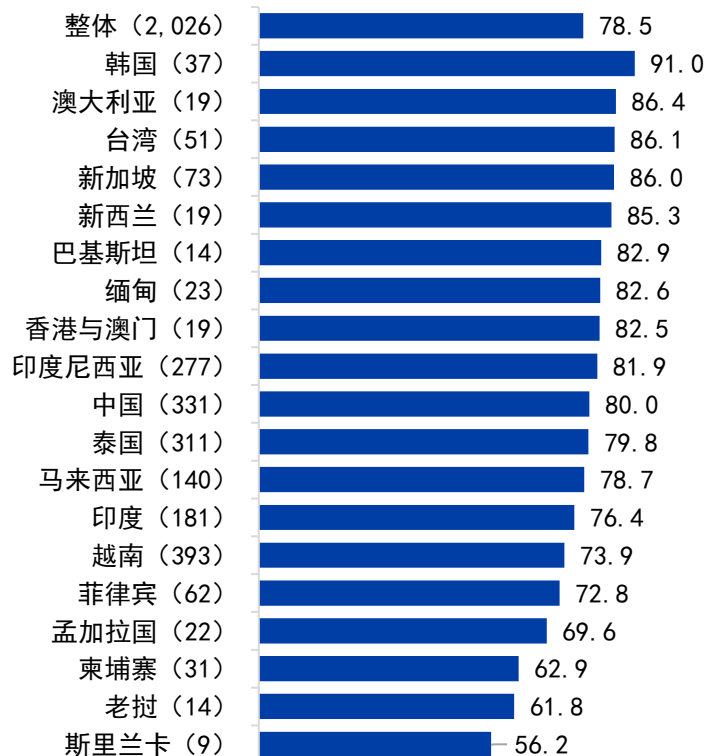
仅制造业

- 设日本的制造成本为100时，当地平均制造成本为79.1，较2019年调查结果（78.5）增长了0.6个百分点。除了日元贬值，还受供应链混乱导致物价上涨、人工费上涨等因素的影响。
- 新西兰的制造成本超过日本，新加坡、台湾的制造成本超过9成。另一方面，老挝为日本一半以下，斯里兰卡、孟加拉国、柬埔寨也低于6成。

设日本制造成本为100时的当地制造成本（按国家和地区）

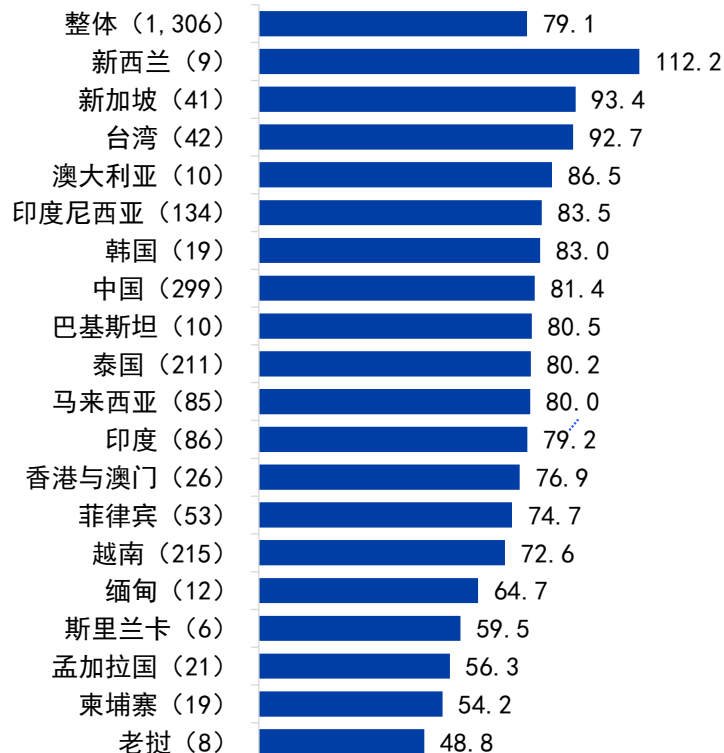
2019年

（%）



2022年

（%）

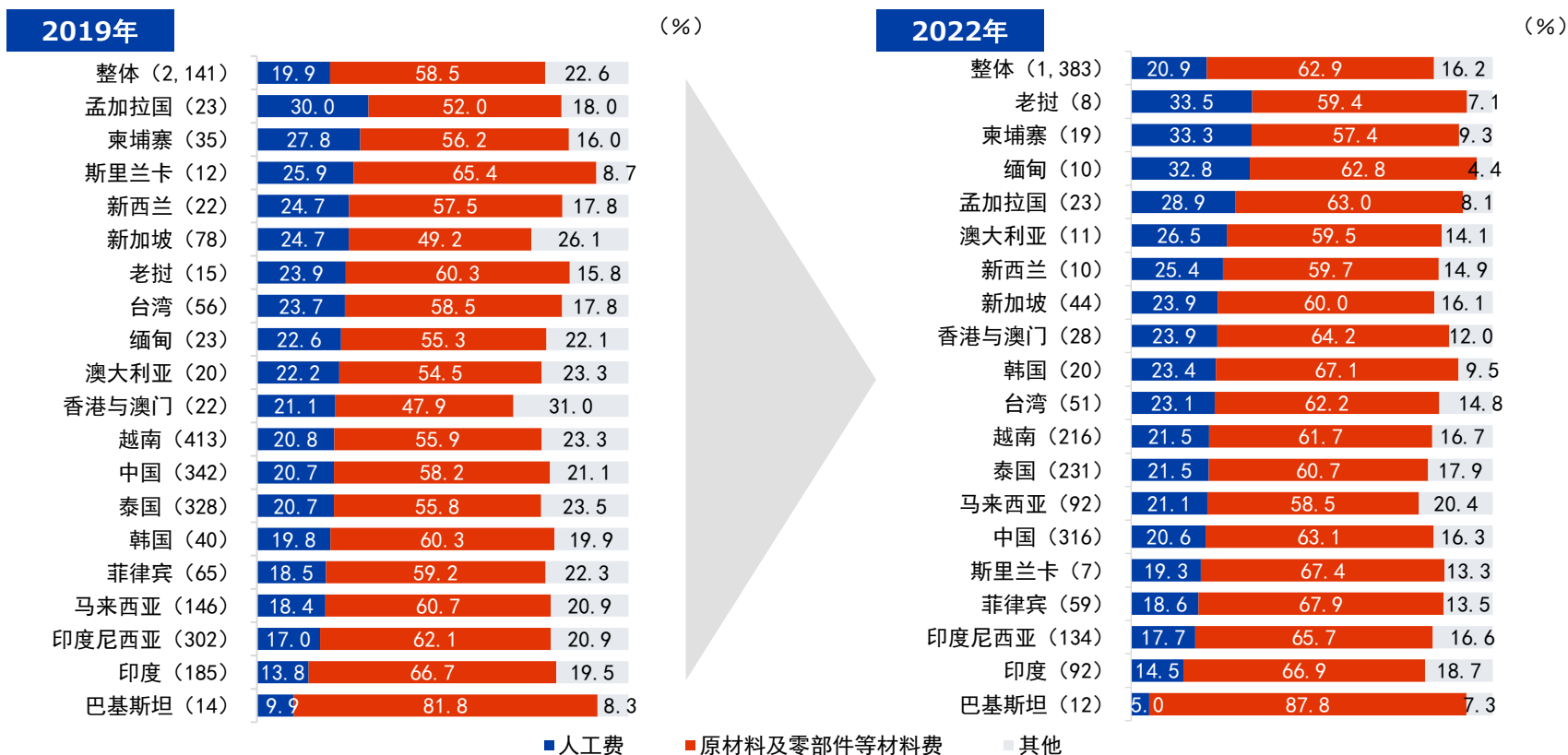


4 制造成本的详情： 材料费高涨的影响超过人工费上涨

制造业

- 人工费在制造成本中所占比例为20.9%，材料费所占比例为62.9%。与2019年调查结果相比，人工费所占比例增长了1.0个百分点，材料费所占比例增长了4.4个百分点。在东盟等地区，虽有上调最低工资等动向，但材料费上涨幅度超过了工资上涨幅度。
- 在劳动密集型产业较多的老挝、柬埔寨、缅甸，人工费比例为3成以上，相对较高。另外，巴基斯坦的材料费比例（87.8%）自2019年起持续保持高位。

人工费和材料费在制造成本中所占的比例（按国家和地区）

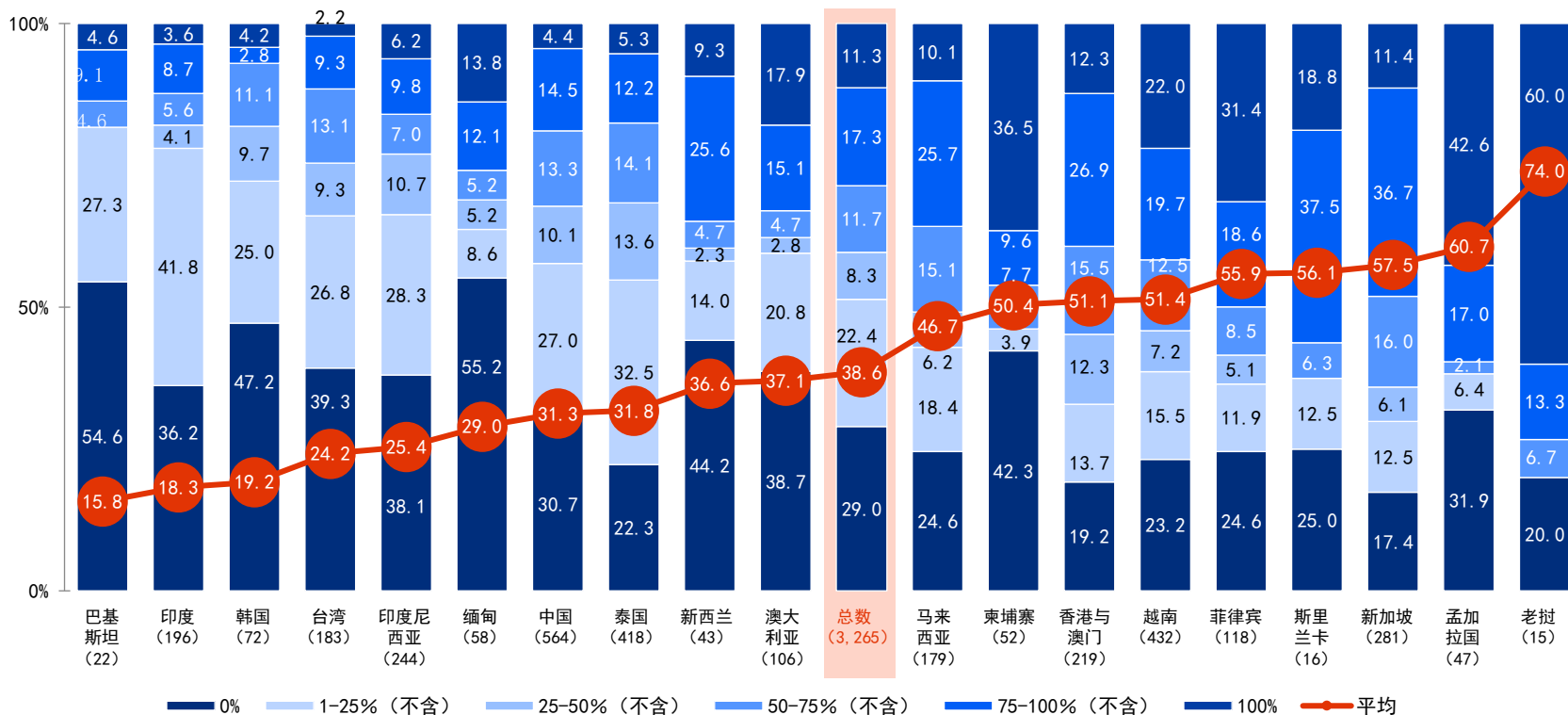


1 平均出口比例： 出口额在销售额中所占的平均比例略微增长

- 出口额在销售额中所占的平均比例为38.6%，较2021年调查结果增长了1.8个百分点。
- 从国家和地区来看，孟加拉国、新加坡、菲律宾、越南、香港与澳门、柬埔寨超过5成。新加坡（较2021年调查结果增长8.9个百分点）、澳大利亚（较2021年调查结果增长7.1个百分点）等大幅增长。另一方面，韩国、印度、巴基斯坦的平均出口比例低于2成。

出口额在销售额中所占的平均比例（全行业，按国家和地区，回答率0%-100%）

(%)

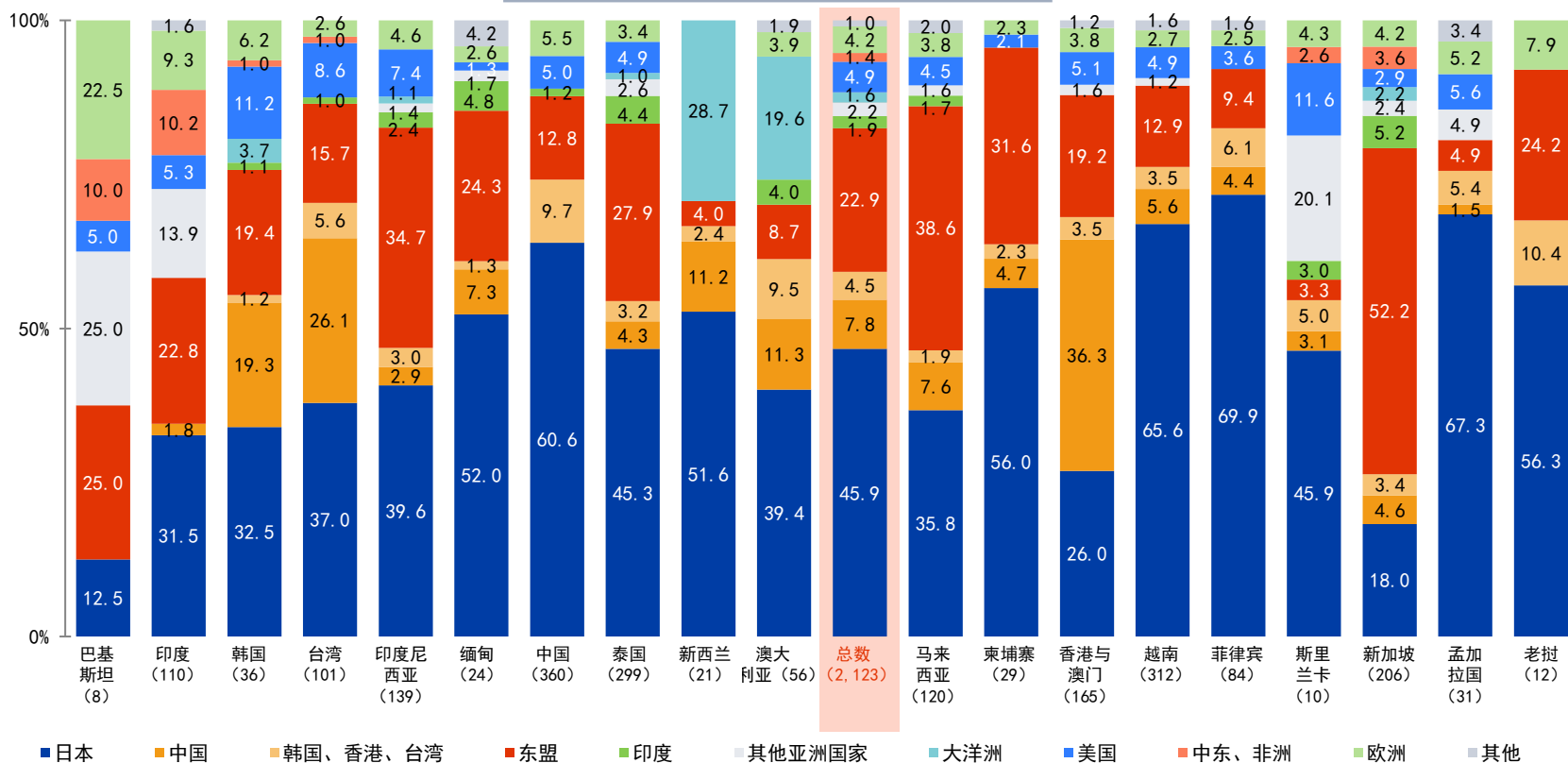


2 出口目的地的详情： 向日本出口的比例略微减少，向中国出口的比例略微增长

- 从海外日资企业出口目的地详情（平均）来看，日本为45.9%（较2021年调查结果降低0.4个百分点），东盟为22.9%（较2021年调查结果降低0.4个百分点），东盟为22.9%（较2021年调查结果没有变化），中国为7.8%（较2021年调查结果增长0.3个百分点）。
- 在出口型（平均出口比例50%以上）的国家和地区中，孟加拉国、菲律宾、越南的出口目的地中日本所占比例约为7成。

出口目的地的详情（全行业，按国家和地区）

(%)



(注) 0.9%以下数值已删除，将各图表相加后可能不到100%。

3 | FTA/EPA/GSP利用率： 有约7成企业利用

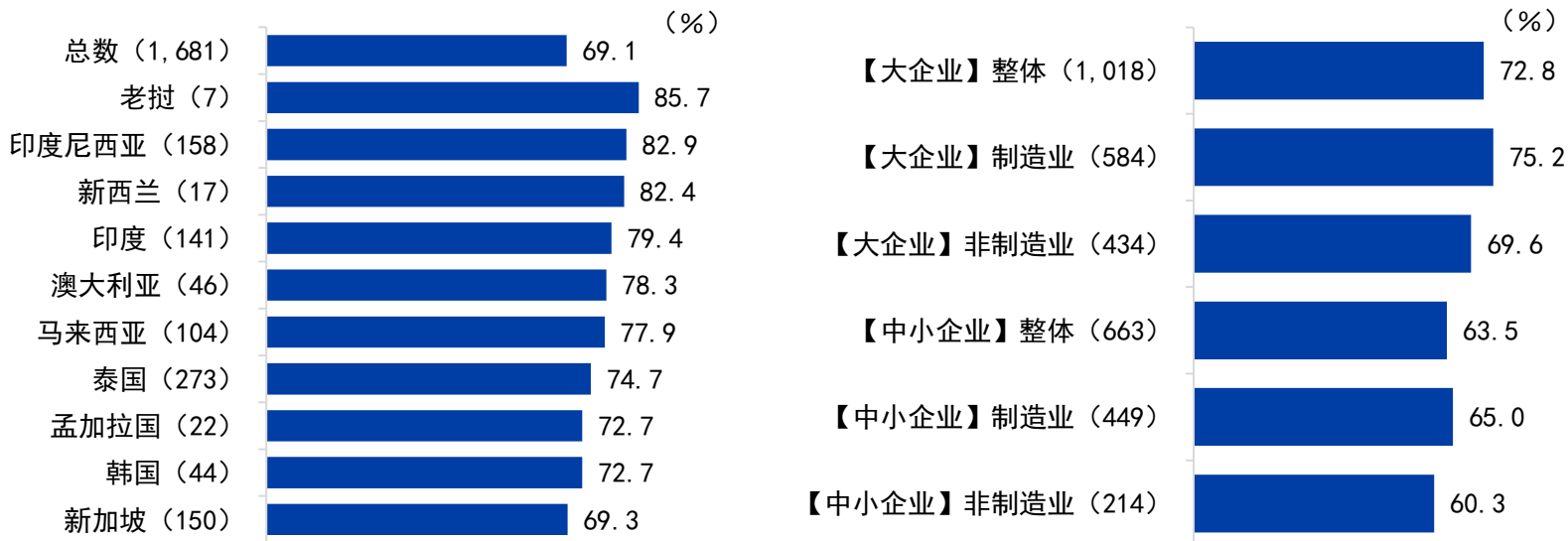
- 正在利用FTA/EPA/GSP（普惠制）的企业占比为49.2%，几乎占一半。除不属于利用对象的企业外，实际利用率为69.1%，将近7成。印度尼西亚、新西兰的该占比超过8成。
- 从企业规模来看，大企业高出中小企业9.3个百分点，中小企业的利用滞后。

是否利用现有（已生效）FTA/EPA/GSP（仅开展进出口业务的企业）



(注) “不属于利用对象”是指进出口商品普通关税为0%或者正在利用除FTA/EPA/GSP以外的关税减免制度等情况。

FTA/EPA/GSP利用率较高的国家和地区（排名领先的10个国家和地区）/企业规模

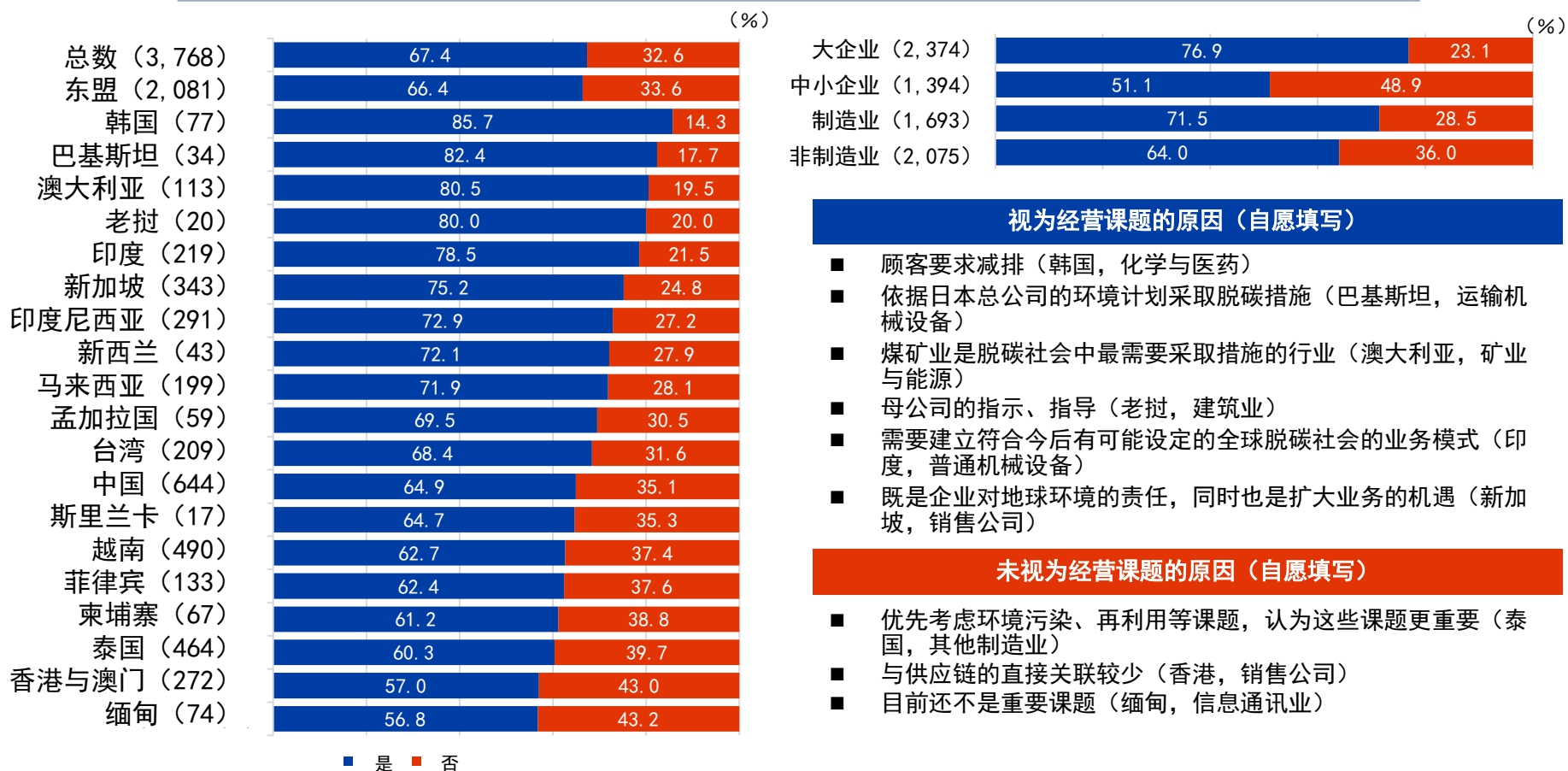


(注) 将回答“正在利用”“未利用”的企业作为分母。

1 | 将脱碳视为经营课题： 约7成企业将脱碳视为经营课题

- 将供应链的脱碳问题视为经营课题的企业达到了67.4%。从规模来看，大企业将脱碳视为经营课题的占比相对较高。从行业来看，制造业将脱碳视为经营课题的占比相对较高。
- 关于将脱碳视为经营课题的原因，收到了“总公司的指示和计划”“顾客要求”“世界潮流”“行业要求采取脱碳措施”等意见。

是否已将供应链的脱碳问题视为经营课题（按国家和地区，按规模）



视为经营课题的原因（自愿填写）

- 顾客要求减排（韩国，化学与医药）
- 依据日本总公司的环境计划采取脱碳措施（巴基斯坦，运输机械设备）
- 煤矿业是脱碳社会中最需要采取措施的行业（澳大利亚，矿业与能源）
- 母公司的指示、指导（老挝，建筑业）
- 需要建立符合今后有可能设定的全球脱碳社会的业务模式（印度，普通机械设备）
- 既是企业对地球环境的责任，同时也是扩大业务的机遇（新加坡，销售公司）

未视为经营课题的原因（自愿填写）

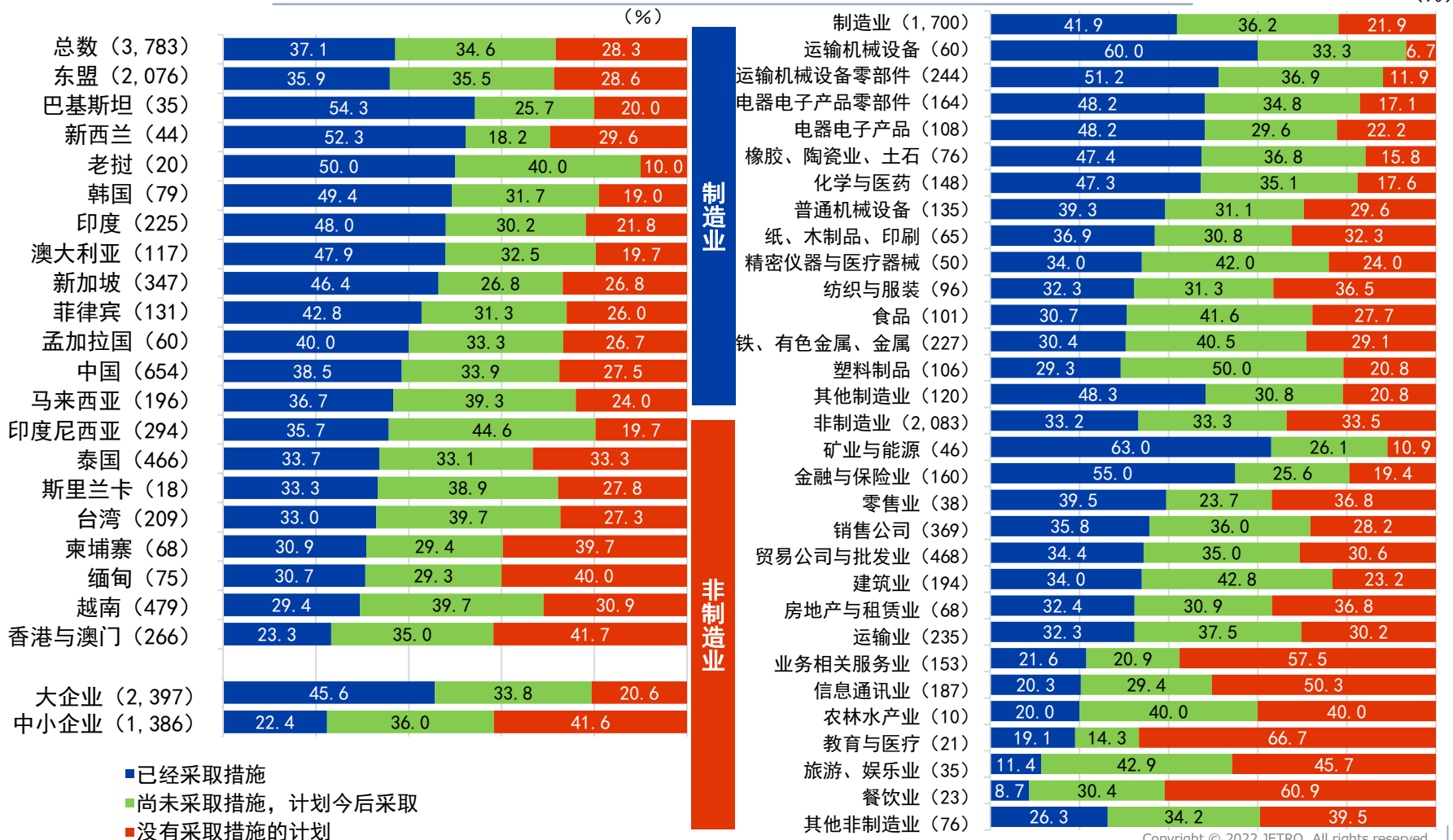
- 优先考虑环境污染、再利用等课题，认为这些课题更重要（泰国，其他制造业）
- 与供应链的直接关联较少（香港，销售公司）
- 目前还不是重要课题（缅甸，信息通讯业）

■ 是 ■ 否

2 | 脱碳措施： 约4成企业已采取脱碳措施

- 已在进驻地以某种形式采取温室气体减排等脱碳措施的企业为37.1%。
- 从行业来看，运输机械设备、矿业与能源回答“已经采取措施”的企业占比超过6成。

是否已在进驻地以某种形式采取脱碳措施、或者是否有计划采取措施



3 | 脱碳措施： 实施或正在考虑节约能源资源的企业约7成

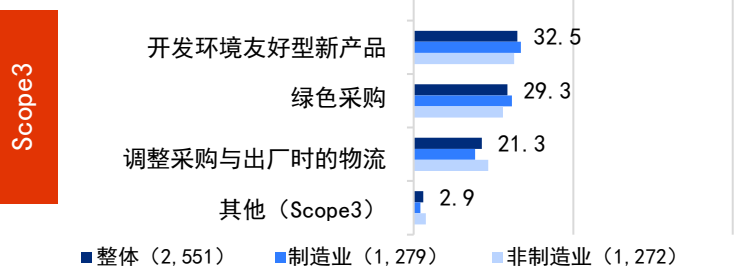
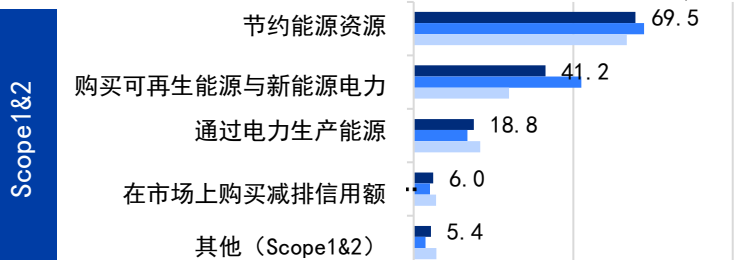
- 向回答已在进驻地采取脱碳措施或者正在考虑采取脱碳措施的企业询问具体措施内容，回答节约能源资源的企业占比为69.5%，回答购买可再生能源与新能源电力的企业占比为41.2%。
- 关于供应链的脱碳，正在实施或考虑实施针对Scope1或2的措施的企业达到了95.3%，正在实施或考虑实施针对Scope3的措施的企业达到了65.1%。

脱碳的具体措施（包括正在考虑的措施）

(多选, %)



(多选, %)

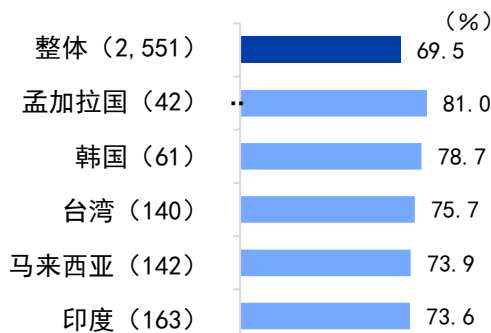


■ 整体 (2,551) ■ 制造业 (1,279) ■ 非制造业 (1,272)

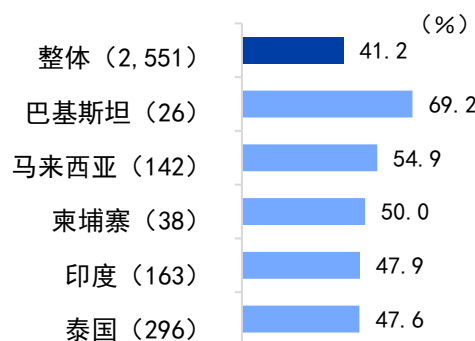
(注1) 以回答已在进驻地以某种形式采取脱碳措施、或者正在考虑采取脱碳措施的企业为对象。“Scope1&2”是从“节约能源资源”至“其他 (Scope1&2)”中任选其一的企业占比。“Scope3”是从“开发环境友好型新产品”至“其他 (Scope3)”中任选其一的企业占比。

脱碳的具体措施（包括正在研究的措施，排位靠前的国家和地区）

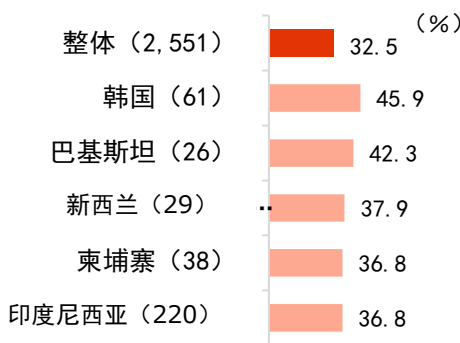
节约能源资源



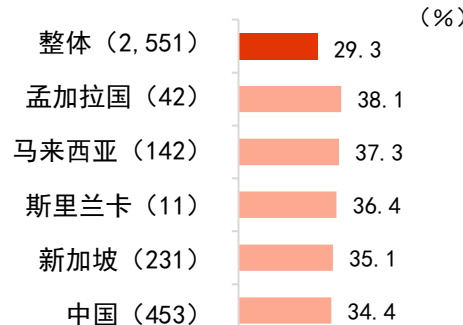
购买可再生能源与新能源电力



开发环境友好型新产品



绿色采购

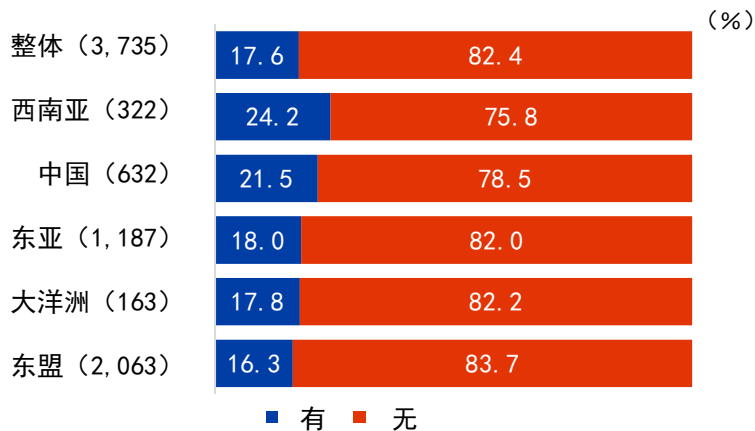


(注2) Scope1-3的说明参见日本环境省网站 https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/supply_chain.html

4 | 设定脱碳目标： 在进驻地有脱碳数值目标的企业占比只有2成

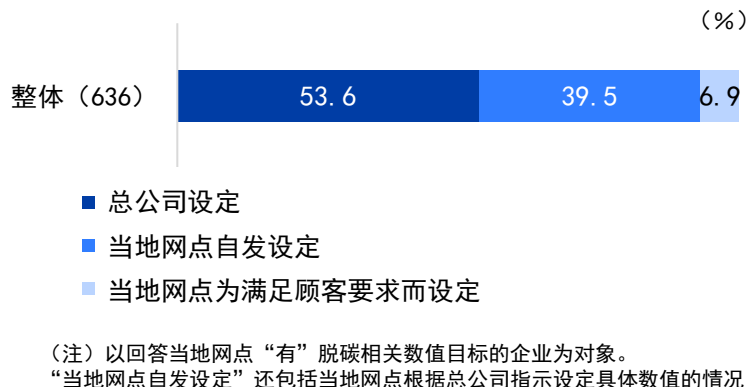
- 回答在进驻地有脱碳相关数值目标的企业占比只有17.6%。但是在当地网点没有设定数值目标的企业中有54.6%回答总公司有数值目标。
- 有数值目标的企业中，由总公司设定的占50%以上，当地网点自发设定的（包括根据总公司指示设定的）占约40%。具体而言，许多企业都设定了温室气体减排、碳中和、利用可再生能源、节约能源资源相关的数值目标。

当地网点有无脱碳相关数值目标



当地网点有数值目标

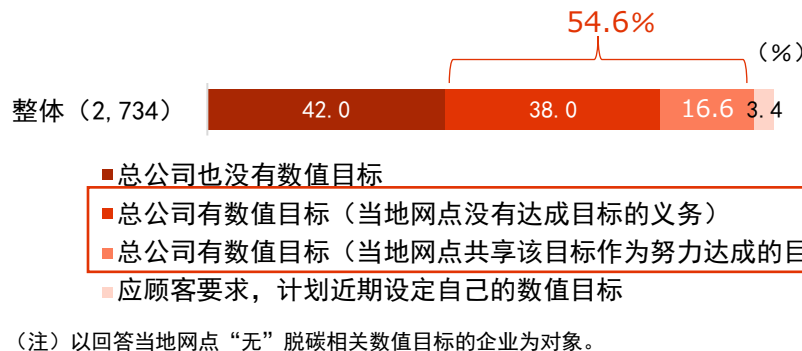
当地网点与总公司数值目标设定情况



当地网点脱碳相关数值目标示例

- 实现碳中和
- 遵照进驻地国家和地区的基准和目标
- 削减年度二氧化碳排放量
(同比削减●%、较2013年削减●%、每年削减●吨、排放强度削减●%等)
- 减少电、水、纸资源的用量，节约用电
- 设定可再生能源电的使用率，替换成100%可再生能源

当地网点无数值目标



5 | 设定脱碳目标： 成本增加、缺乏激励成为企业脱碳的绊脚石

- 关于脱碳面临的课题，成本增加、制度不透明、掌握有难度等意见引人注目。其中，关于成本增加，收到了“无法得到顾客与客户理解”、“在竞争公司未开展措施的情况下推动脱碳有难度”、“需要建立激励制度”等意见。
- 具体措施有以太阳能发电为代表的可再生能源的引进和投资、电动车引进与应对措施、节能等。

脱碳面临的课题与具体措施

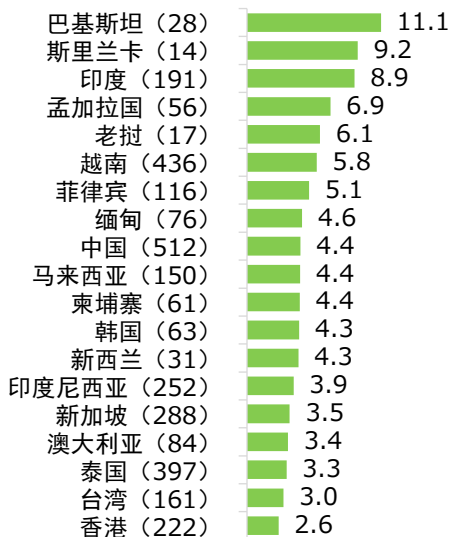
	课题	具体措施与效果
东北亚	<ul style="list-style-type: none"> 开展措施多数情况会导致成本增加 需要按地区把握脱碳补助和优惠制度等动向 当地政府没有针对优先购买绿色能源和投资绿色能源的补助制度等 	<ul style="list-style-type: none"> 替换成LED照明，有节能效果 年度耗电量的10%由太阳能发电提供 公车电动化 通过轻量化等改善汽车燃油经济性 参与海上风力发电事业
东盟	<ul style="list-style-type: none"> 优先采用当地价格（低成本） 当前环境下措施本身不会直接提高企业价值 电气方面，由于与工业园之间有约定条款等，无法立即大量转换能源 受办公大楼物业公司制约，无法引进再生能源或绿色能源 	<ul style="list-style-type: none"> 利用太阳能发电将用电的大约20%换成自主发电 将工厂用电换成可再生能源采购 通过引进变频器或简易包装，降低电费和产品单价 将石油资源换成来自植物的资源 通过投资能源高效化的设备，削减成本和GHG，获取补助
东南亚	<ul style="list-style-type: none"> 在低价市场，顾客不接受成本增加。需要政府支持 本地企业没有脱碳等意识，再三说明后仍无法得到理解 	<ul style="list-style-type: none"> 在厂区内引进太阳能发电板 将办公室照明换成LED，控制电力消耗 应对车辆电动化，将相关商品引进该市场 推动配送车辆电动化
大洋洲	<ul style="list-style-type: none"> 与维持成本、安全操作之间的平衡成为课题 法律体系不完善，规定晦涩难懂 	<ul style="list-style-type: none"> 参与绿氢事业，提高声誉 扩大与碳信用相关的造林面积

1 | 工资： 同比增长率

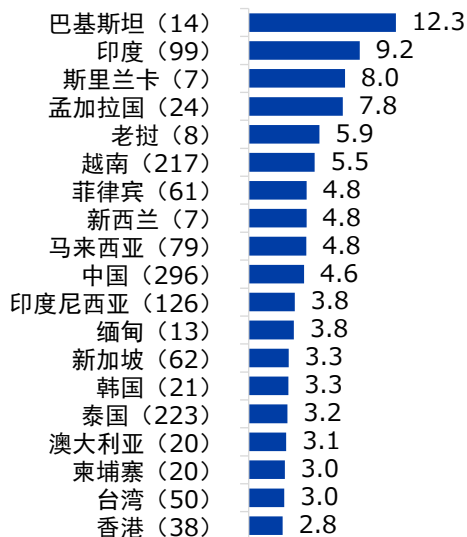
(单位：%)

2022年 ← 2021年

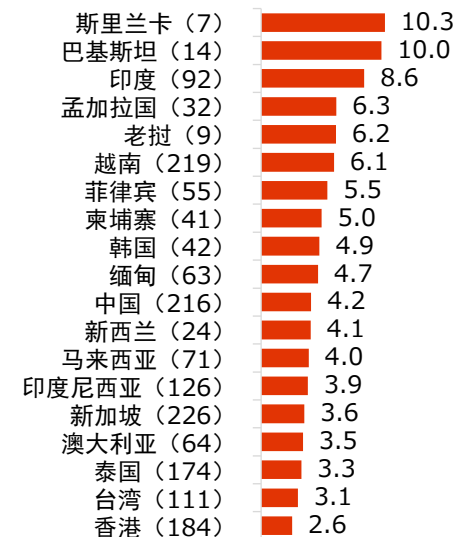
总 数



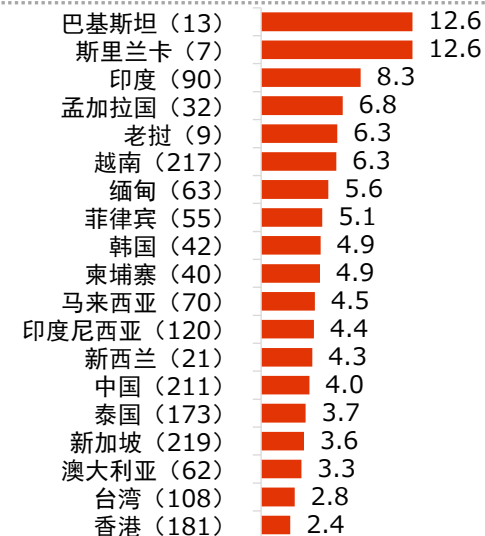
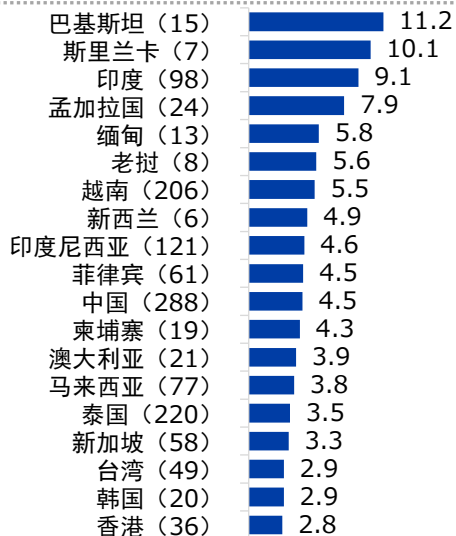
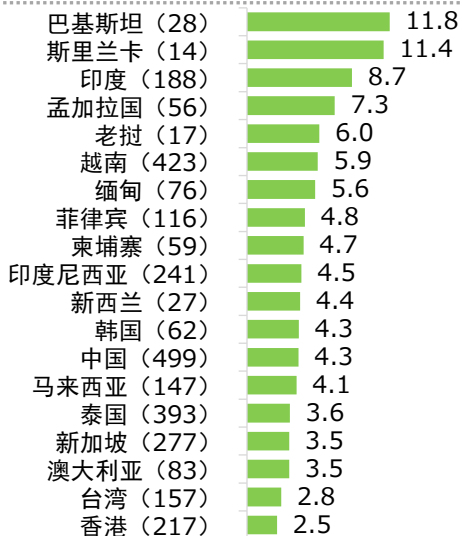
制 造 业



非 制 造 业



2023年 ← 2022年

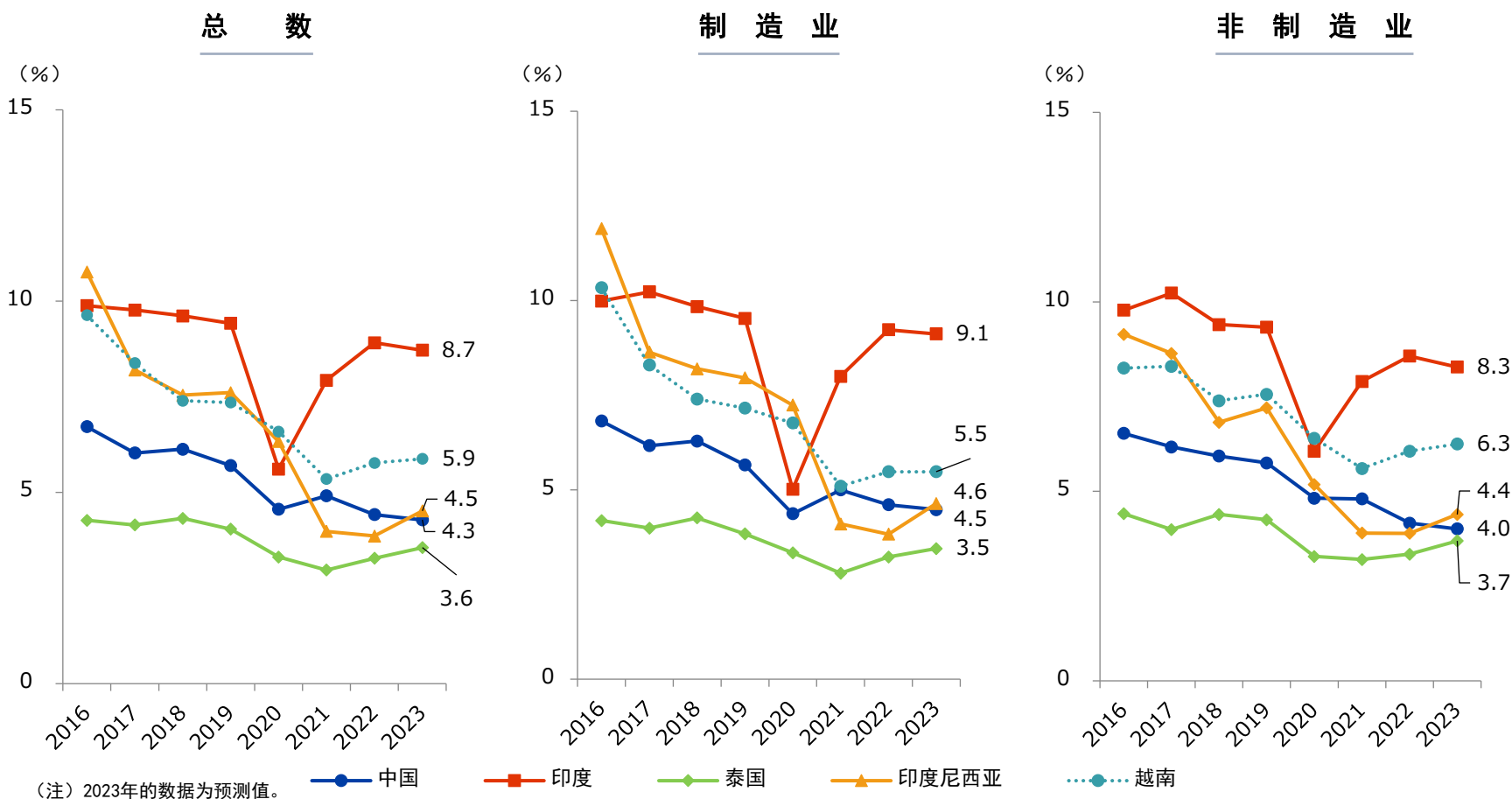


(注1) 有效答卷企业数在5家以上的国家和地区。

(注2) 增长率是指除去职能工资、业绩工资等受个人能力左右的工资后的基本工资的增长率(名义)。所有职业平均。

2 | 工资： 同比增长率（主要国家和地区的走势）

- 印度、越南、泰国的2022年的增长率（总数，下同）较2021年调查结果增长。另一方面，中国降低了0.5个百分点，印度尼西亚降低了0.1个百分点。中国2020年后的增长率维持在4%–5%之间。
- 中国、印度、泰国、越南的2023年的增长率（预测）较2022年为基本持平的预期。另一方面，印度尼西亚为增长0.6个百分点的预期。

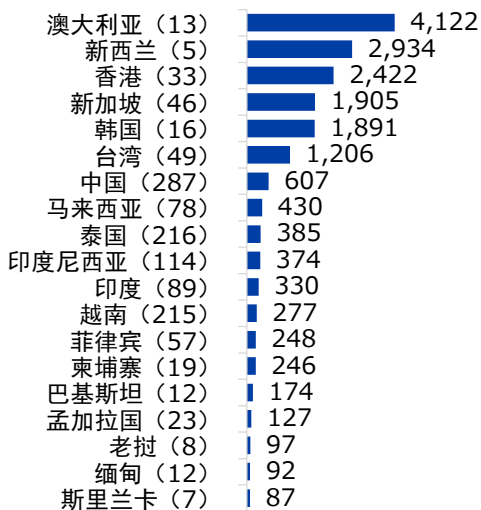


3

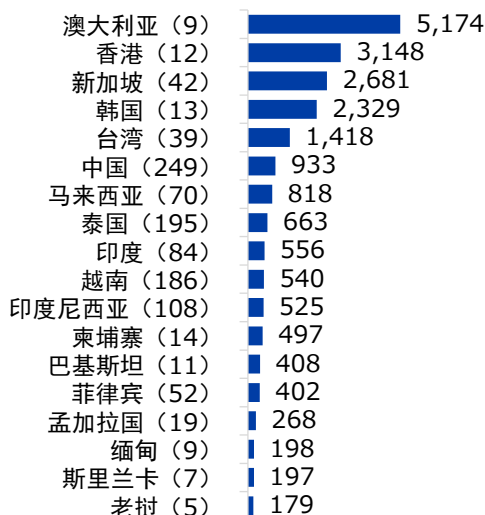
工资： 基本工资和月工资

(单位：美元)

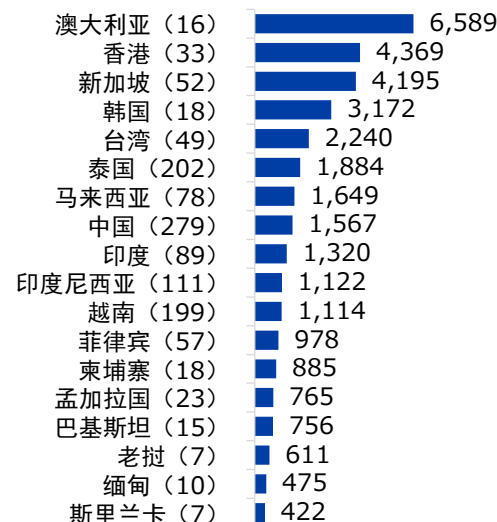
制造业/工人



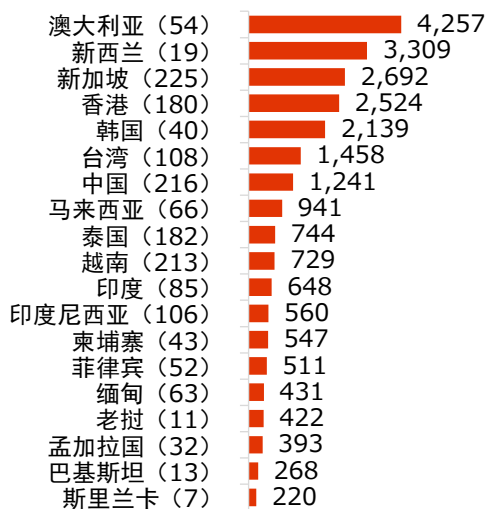
制造业/工程师



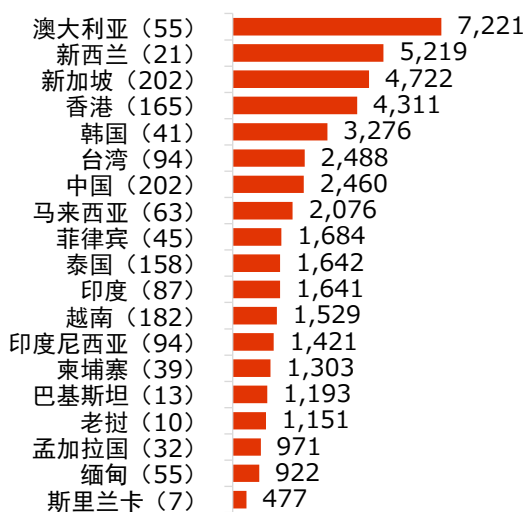
制造业/管理人员



非制造业/职员



非制造业/管理人员



- 基本工资：除去各种津贴后的工资，截至2022年8月。
- 工人：正式雇佣的普通工人，有三年左右工作经验。承包工及试用期员工除外。
- 工程师：正式雇佣的骨干技术人员，专科学校或大学本科以上学历，且有五年左右工作经验。
- 管理人员（制造业）：正式雇佣的销售主管课长级别人员，大学本科以上学历，且有十年左右工作经验。
- 职员：正式雇佣的一般职务，有三年左右工作经验。遣员工及试用期员工除外。
- 管理人员（非制造业）：正式雇佣的销售主管课长级别人员，大学本科以上学历，且有十年左右工作经验。

注：柬埔寨以外的国家和地区的工资均使用本国或地区的货币回答（但缅甸可选择本国货币或美元）。对于各类职务以本国或本地区货币表示的工资的均值，按照2022年9月的平均汇率（各国家和地区央行公布，中国为外汇管理局公布）换算成美元。缅甸由于各企业使用的币种不同（本国货币或美元），因此将使用本国货币的企业回答的数据换算成美元后，再取平均值。

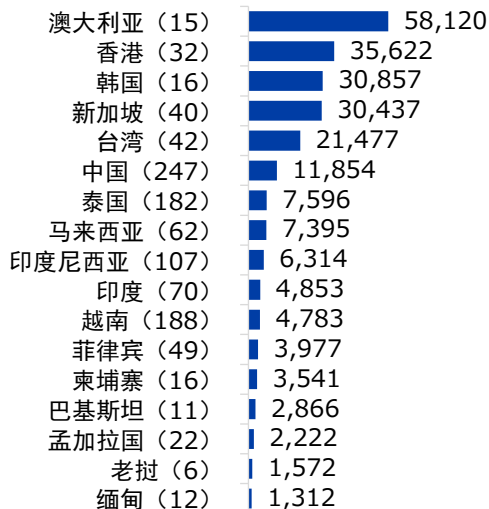
(注) 有效答卷企业数在5家以上的国家和地区。

4

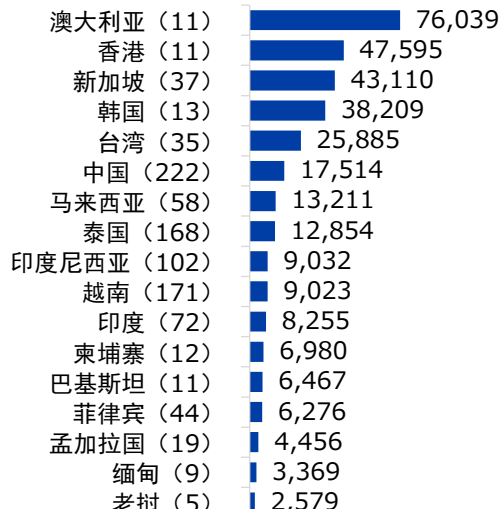
工资： 全年实际负担额

(单位：美元)

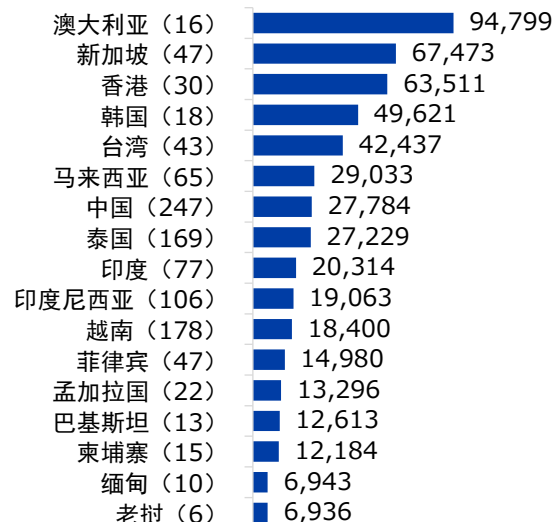
制造业/工人



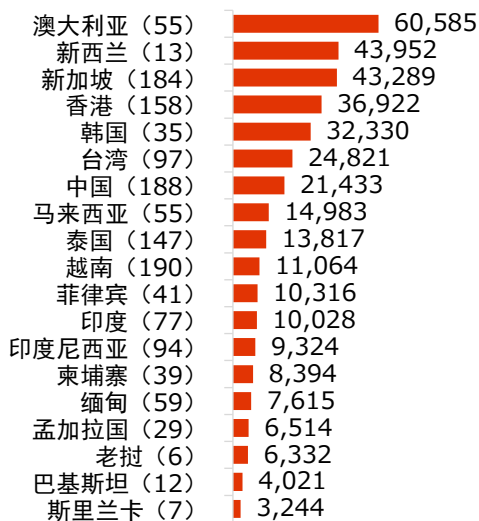
制造业/工程师



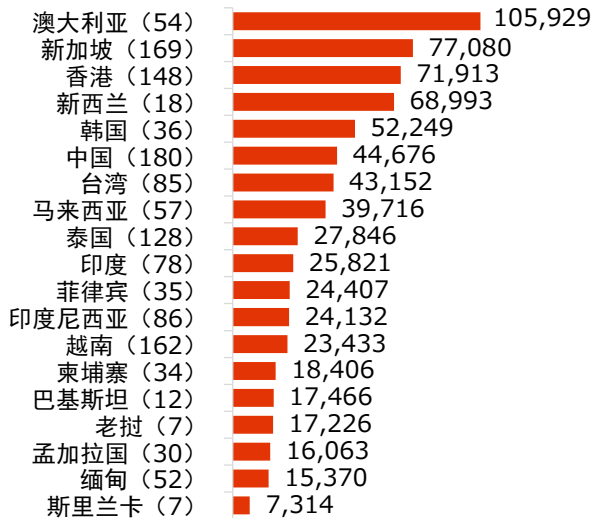
制造业/管理人员



非制造业/职员



非制造业/管理人员



- 全年实际负担额：企业对每一位员工负担的总额（基本工资、各项津贴、社保、加班和奖金等的全年合计值。不包括退休金）截至2022年（度）。
 - 工人、工程师、管理人员（制造业）、职员、管理人员（非制造业）：参照上页。
- 注：回答时的通货单位和美元换算参照上页。

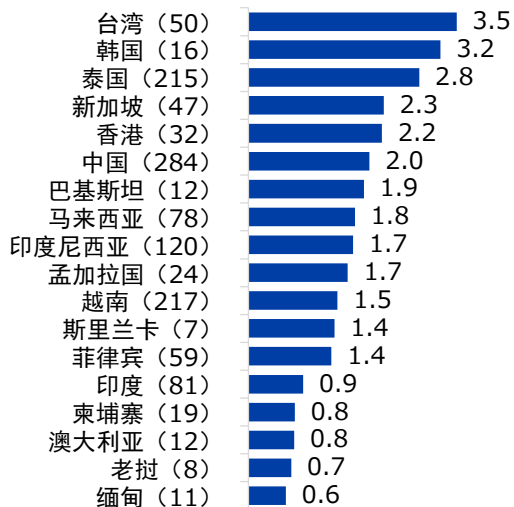
(注) 有效答卷企业数在5家以上的国家和地区。

5

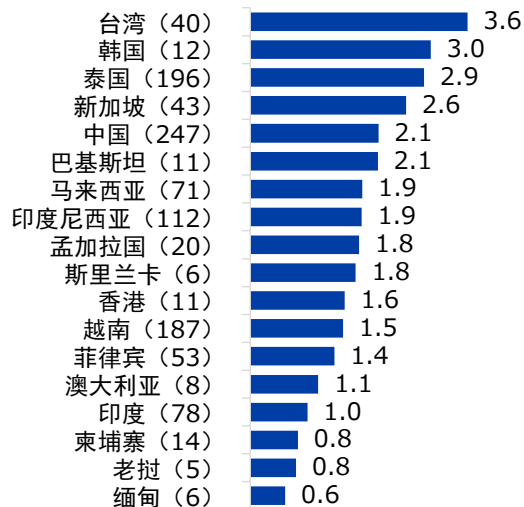
工资：
奖金

(单位：个月)

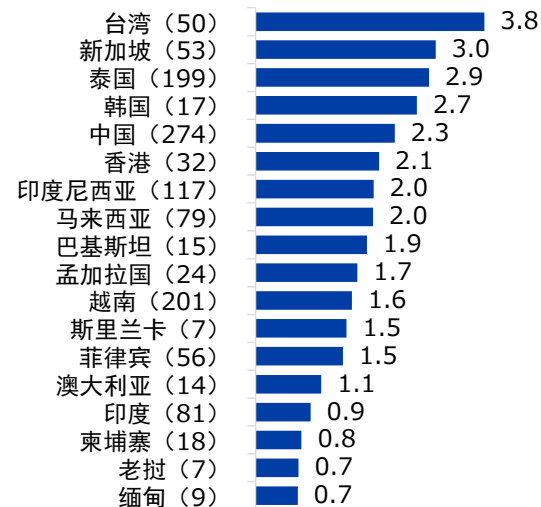
制造业/工人



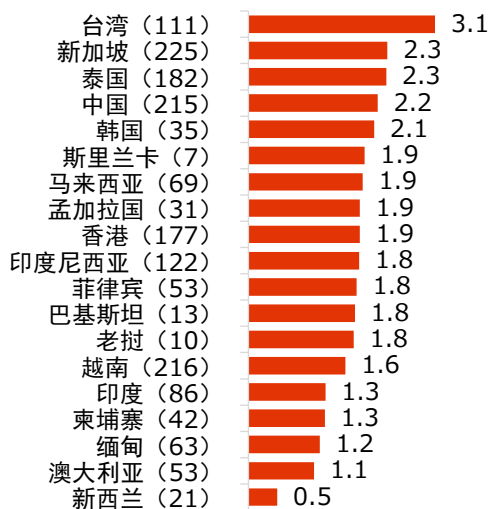
制造业/工程师



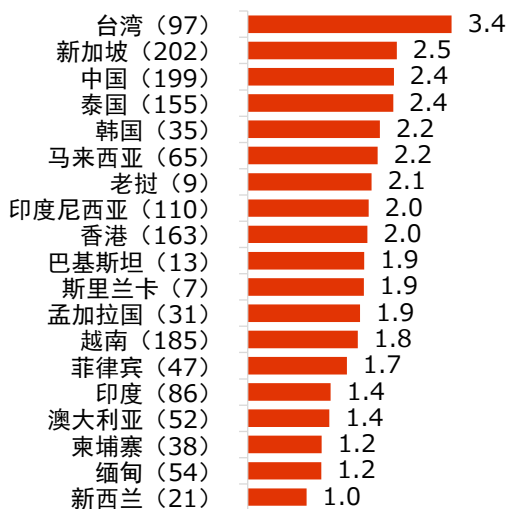
制造业/管理人员



非制造业/职员



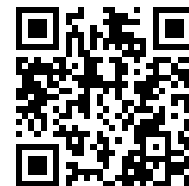
非制造业/管理人员



(注1) 有效答卷企业数在5家以上的国家和地区。(注2) 奖金：以基本工资(个月)为基础的奖金，2022年(度)全年支付部分。

请您在阅读完报告后 配合填写问卷调查 (所需时间: 约1分钟)

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20220039>



本报告相关咨询请联系

日本贸易振兴机构 (JETRO)

海外调查部

亚洲大洋洲课、中国北亚课



0081-3-3582-5179 (亚洲大洋洲课)

0081-3-3582-5181 (中国北亚课)



ORF@jetro.go.jp (亚洲大洋洲课)

ORG-survey@jetro.go.jp (中国北亚课)



邮编107-6006

日本国东京都港区赤坂1-12-32 ARK森大厦6楼

■ 免责条款

【注】包括不足一个单位的情况，所以尾数可能不一致。

【免责事项】请本报告所提供信息的使用人员自行判断相关信息并承担因使用本报告所提供信息而产生的责任。JETRO尽量注意提供准确信息，但对于因本报告提供的信息导致使用者利益受损等情况，JETRO概不负责，敬请谅解。

未经允许，严禁转载