

－2001年度海外直接投資アンケート調査結果(第13回)－

【目次】

.アンケート調査概要	1
.要旨	3
.調査結果	4
○国内外事業における現在の最優先課題	4
○中期的(今後3年程度)海外事業展望及び海外生産比率の推移	5
○中期的(今後3年程度)国内事業展望	6
○中期的(今後3年程度)な海外及び国内事業の強化・拡大姿勢	7
○海外事業展開実績評価～売上高・収益性満足度評価～	9
○地域別に見た中期的(今後3年程度)な海外事業展開の強化・拡大姿勢	10
○主要アジア諸国の投資環境に対する評価	11
○中期的(今後3年程度)有望事業展開先国	12
○中国ならびにASEAN4の中期的(今後3年程度)な生産拠点としての魅力	13

< アンケート調査概要 >

調査対象企業の概要

本アンケート調査は、「我が国製造業企業の海外事業^{注1}・投資活動の現況および今後の展望を把握する目的」で、1989年から毎年実施しており、今回で13回目となる。

本年度調査では、2000年10月時点で原則として海外現地法人を3社以上(うち、生産拠点1社以上を含む)有している製造業792社を対象に、7月1日にアンケート用紙を送付し、7月から8月にかけて501社から有効回答を得た。有効回答率は63.3%であった。(なお、2000年度調査で、対象企業791社、有効回答数469社、有効回答率59.3%であった。)

本年度では、「主要アジア諸国の投資環境評価」、「中国ならびにASEAN4の中期的(今後3年程度)な生産拠点としての魅力」などについても調査を行った。

注1:「海外事業の定義」:海外拠点での製造、販売、研究開発などの活動に加えて、生産の外部委託、買付け等を含む。

調査対象企業数と回答率、海外現地法人数の推移

(単位:社、%)

	本年度調査	2000年度調査	1999年度調査	1998年度調査	1997年度調査
調査対象企業数	792	791	786	749	743
回答企業数	501	469	472	455	445
回答率	63.3	59.3	60.1	60.7	59.9
海外現地法人数	7,710	7,285	7,225	6,654	6,978

(1) 資本金別(単体ベース)

	企業数	構成比 (%)
1億円未満	33	6.6%
1億円以上 ~ 5億円未満	40	8.0%
5億円以上 ~ 10億円未満	22	4.4%
10億円以上 ~ 50億円未満	98	19.6%
50億円以上 ~ 100億円未満	78	15.6%
100億円以上	230	45.9%
合計	501	100.0%

(2) 総売上高(連結ベース)

	企業数	構成比 (%)
500億円未満	183	36.6%
500億円以上 ~ 1,000億円未満	100	20.0%
1,000億円以上 ~ 2,000億円未満	74	14.8%
2,000億円以上 ~ 3,000億円未満	36	7.2%
3,000億円以上 ~ 5,000億円未満	37	7.4%
5,000億円以上 ~ 1兆円未満	30	6.0%
1兆円以上	40	8.0%
合計	500	100.0%

未回答企業1社有り

(3) 従業員数別回答企業数(単体ベース)

	企業数	構成比 (%)
~ 300人	66	13.2%
301人 ~ 500人	48	9.6%
501人 ~ 1,000人	101	20.2%
1,001人 ~ 2,000人	112	22.4%
2,001人 ~ 5,000人	110	22.0%
5,001人 ~ 10,000人	31	6.2%
10,001人 ~ 30,000人	23	4.6%
30,001人 ~	10	2.0%
合計	501	100.0%

(4) 業種別回答企業数

業 種	企業数	構成比 (%)
食 料 品	23	4.6%
織 維	25	5.0%
木 材 ・ 木 製 品	3	0.6%
紙 ・ パ ル プ	7	1.4%
化 学 (除医薬品)	77	15.4%
[医 薬 品]	67	13.4%
[医 薬 品]	10	2.0%
石 油 ・ ゴ ム	15	3.0%
窯 業 ・ 土 石 製 品	12	2.4%
鉄 鋼	14	2.8%
非 鉄 金 属 製 品	17	3.4%
一 般 機 械	21	4.2%
電 機 ・ 電 子	55	11.0%
[一 般 機 械 組 立]	42	8.4%
[一 般 機 械 部 品]	13	2.6%
[電 機 ・ 電 子 組 立]	97	19.4%
[電 機 ・ 電 子 部 品]	30	6.0%
輸 送 機 (除自動車)	67	13.4%
自 動 車	10	2.0%
[自 動 車 組 立]	71	14.2%
[自 動 車 部 品]	10	2.0%
精 密 機 械	61	12.2%
[精 密 機 械 組 立]	20	4.0%
[精 密 機 械 部 品]	17	3.4%
そ の 他	3	0.6%
合 計	34	6.8%
合 計	501	100.0%

調査対象企業の概要(続き)

(5) 拠点別・地域別現地法人数

(単位:件)

	NIES	ASEAN4	中国	その他アジア	北米	中南米	EU	中・東欧	その他欧州	旧ソ連	大洋州	中近東・アフリカ	合計
生産拠点	575	1,012	772	150	692	176	396	38	8	3	59	21	3,902
販売拠点	626	234	159	38	530	116	782	52	28	7	112	43	2,727
研究開発拠点	15	18	19	2	84	1	47	1	-	-	4	2	193
その他	125	85	56	10	295	65	183	8	7	3	39	12	888
合計	1,341	1,349	1,006	200	1,601	358	1,408	99	43	13	214	78	7,710

本アンケート調査における主要地域の分類は下記の通り

NIES : 韓国、台湾、シンガポール、香港

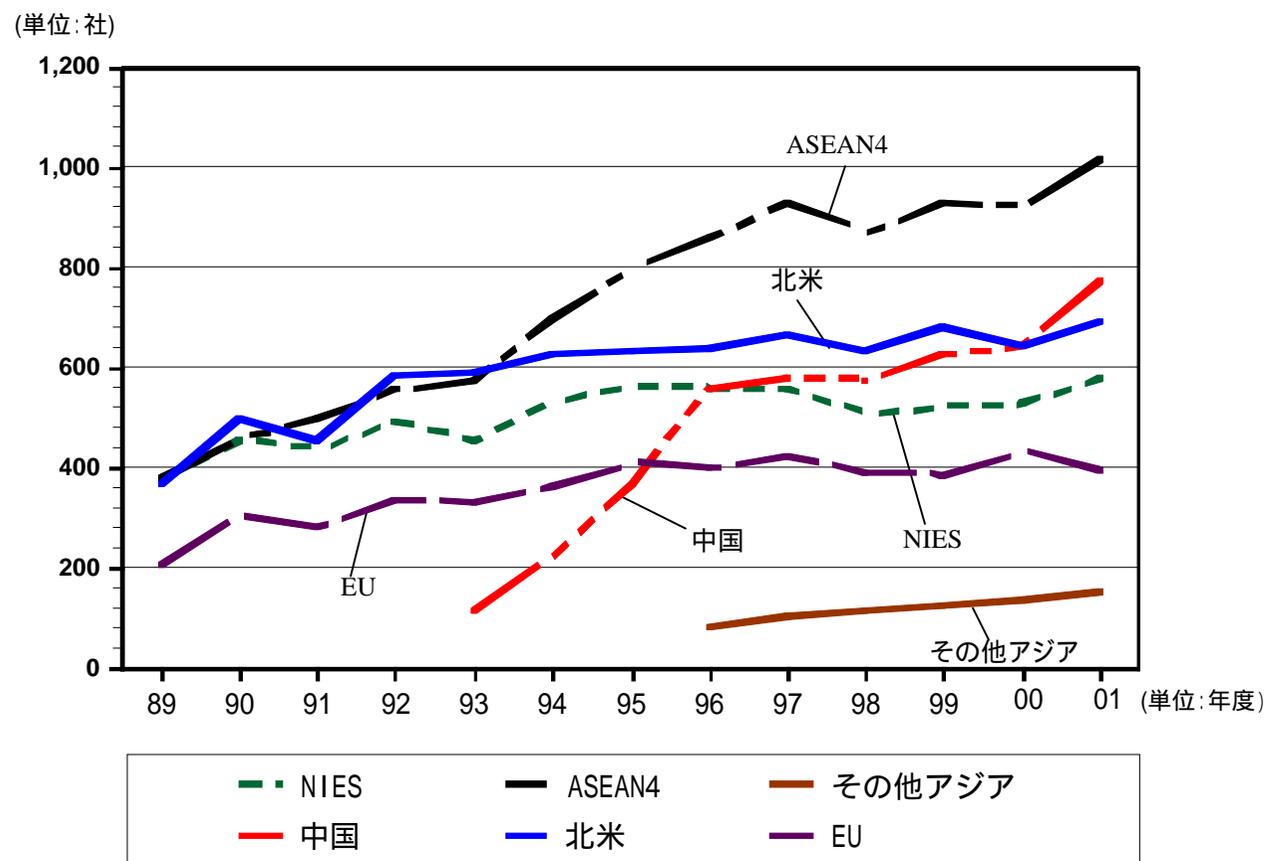
ASEAN4 : タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン

北米 : 米国、カナダ

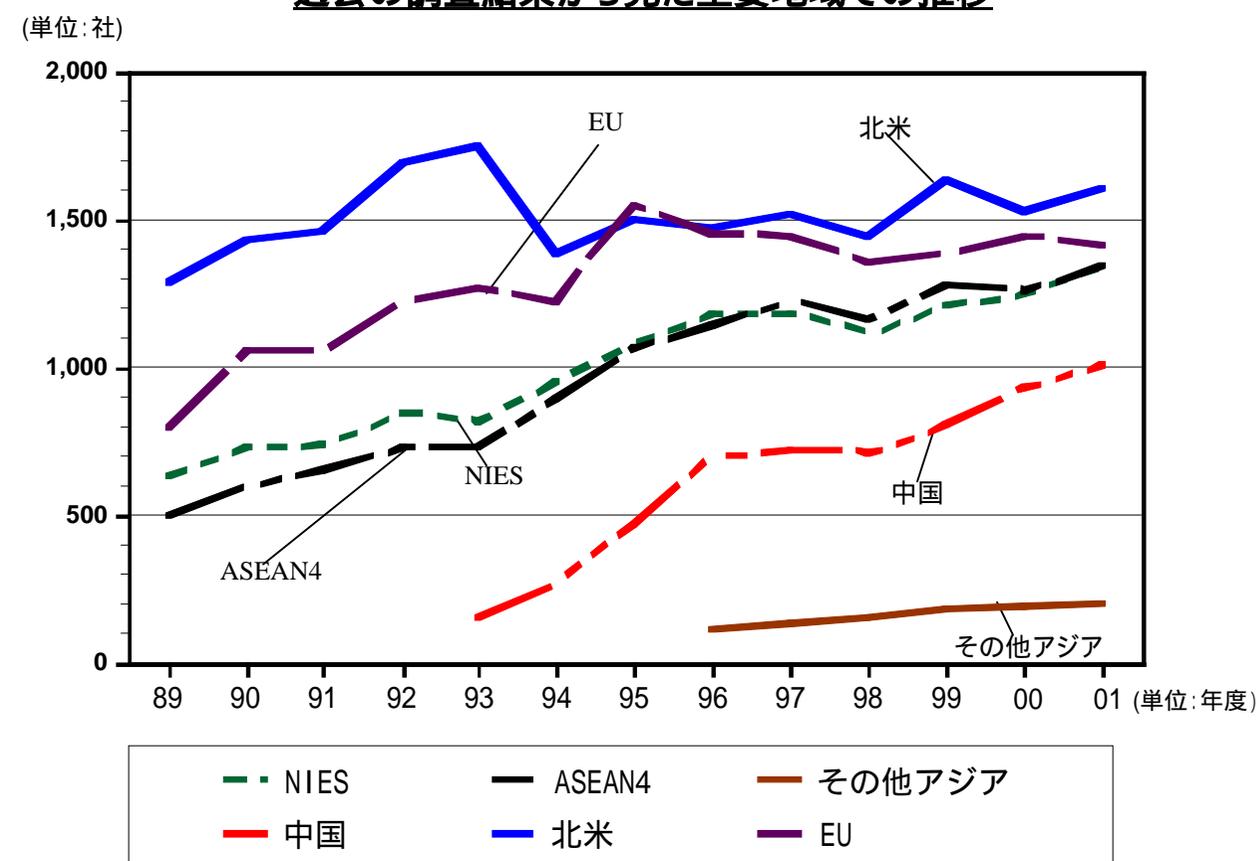
EU : 英国、ドイツ、フランス、イタリア、オランダ、ベルギー、ギリシャ、ルクセンブルグ、デンマーク、スペイン、ポルトガル、オーストリア、フィンランド、スウェーデン、アイルランド

中・東欧 : ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、ブルガリア、ルーマニア、スロベニア、アルバニア、クロアチア、マケドニア、ユーゴスラビア(セルビア、モンテネグロ)、ボスニア・ヘルツェゴビナ

海外生産拠点数:
過去の調査結果から見た主要地域での推移



海外現地法人数:
過去の調査結果から見た主要地域での推移



中国は93年度より、その他アジアは96年度より個別集計開始。

1. 我が国製造業企業にとっての国内外事業における最優先課題は、「海外生産の強化・拡大」(54.4%)で、次いで「自社独自の取引先の強化・拡大」(37.7%)、「グループ経営の見直し・効率化」(33.4%)、「本業を強化する事業資源の獲得」(28.7%)の順であり、海外生産の強化を図りつつ既存事業の再構築に取り組んでいる姿勢が見られた。
2. 海外事業に対する中期的(今後3年程度)な姿勢としては、「強化・拡大する」とする回答が71.6%を占め、「現状維持する」は28.0%、「縮小・撤退する」は僅か0.4%に留まった。2000年度調査結果と比較して「強化・拡大する」との回答の割合は高まっており(2000年度調査:54.5% 本年度調査:71.6%)、回答企業の海外事業を拡充する姿勢はより積極的になっている。また、海外生産比率の推移をみると、2000年度実績値では23.0%に上昇し(1999年実績値21.1%)、2004年度計画値では29.9%に拡大するものと見込まれている。
3. 国内事業への影響については、2000年度調査と比較して、「進出販売先(輸出入を含む)マーケットの維持・拡大のための投資であり、国内生産設備への影響はない」とする回答企業が減少(2000年度調査:52.2% 本年度調査:39.1%)し、「海外生産が国内生産を代替するため国内生産額は減少する」とした回答企業が増加(同13.6% 22.5%)するなど、生産・販売拠点の海外移管を進める姿勢が見られる。一方、「国内において他の製品・分野の生産に取り組むことによって(海外)移管分を補う」とする回答企業も見られ(36.2%)、そのうち多くの企業が国内生産について「より付加価値の高い製品への特化」を図るとしている。
4. 海外及び国内事業への中期的な取組み姿勢につき、本年度調査結果と2000年度調査結果とを比較してみたところ、全体的な傾向としては、「海外事業を強化・拡大する」姿勢が強くなる一方、「国内事業を強化・拡大する」姿勢が弱くなっている。業種別では、自動車及び電機・電子では「海外事業を強化・拡大する」傾向が顕著である一方、化学ならびに一般機械では、「海外事業ならびに国内事業ともに強化・拡大する」傾向が見られる。
5. 売上高・収益性満足度評価については全地域的に改善が見られた2000年度調査に比し、本年度調査では全体的に低下が見られた。中国の場合、2000年度調査に引き続き、売上高ならびに収益性ともに改善が見られたものの、収益性満足度そのものが高い訳ではない。中国における収益性満足度の改善要因として「既存製品の売上が好調」を挙げる件数が最も多く、次いで「コスト削減が順調」、「生産設備の稼働本格化」などの順となっている。
6. 地域別に見て、「海外事業展開を強化・拡大する」と回答した割合が最も高かった地域は中国で、次いでASEAN4、北米の順となっている。
7. 主要アジア諸国における投資環境の改善状況につき、アジア経済危機直前の1996年と比較してみると、「現地のインフラ」、「法制」、「政治社会情勢」いずれの面でも中国、タイの投資環境改善をあげる企業が多い。一方、インドネシアやフィリピンにおいては、政治・社会情勢など一部投資環境への懸念がみられる。
8. 中期的(今後3年程度)に有望な事業展開先国の上位4カ国は、2000年度調査結果と同様、第1位は中国で、次いで米国、タイ、インドネシアの順となっている。回答企業の多くは、中国マーケットの今後の成長可能性に対して強い期待を寄せているが、中国での事業展開には依然として多くの課題(「法制の不透明な適用」、「法制の頻繁かつ突然の制度変更」など)があるとの指摘もみられる。
9. 生産拠点としての中期的(今後3年程度)な魅力につき、中国とASEAN4とを比較した場合、回答企業の56.7%が「中国はASEAN4よりも魅力的である」と回答し、その理由として「今後のマーケットの成長性」を挙げている。これに対し「ASEAN4は中国よりも魅力的である」と回答した企業は10.2%、「今のところ判断を行うことが出来ない」とした企業が33.0%と、中国に対して過度な期待を寄せることなく、リスク分散の観点からバランスを保った姿勢も見られる。
なお、中国を有望視する企業に対してヒヤリング調査を行ったところ、「ASEAN4での拠点の設立が一巡している中で、次の事業展開を検討しているが、ASEAN4を軽視しているわけではない」と指摘する企業もあった。

< 調査結果 >

【国内外事業における現在の最優先課題】

図表1 国内外事業における現在の最優先課題^{注2}

順位		社数 (485社中)	
			回答率
1	海外生産の強化・拡大	264	54.4%
2	自社独自の取引先の強化・拡大	183	37.7%
3	グループ経営の見直し・効率化(事業売却、事業分離など)	162	33.4%
4	本業を強化する事業資源の獲得(企業買収、提携・合併など)	139	28.7%
5	自社製品に関連したサービス事業の強化	127	26.2%
6	トータルコストから見た国内生産体制の見直し(国内拠点の縮小・撤退)	114	23.5%
7	有利子負債の圧縮	112	23.1%
8	新規事業への積極進出	102	21.0%
9	グローバルサプライチェーン導入・構築	57	11.8%
10	国内生産の強化・拡大	53	10.9%
11	トータルコストから見た海外生産体制の見直し(海外拠点の縮小・撤退)	41	8.5%
12	生産のアウトソーシング	23	4.7%
13	ベンチャー企業を活用した技術開発強化(提携や買収など)	12	2.5%
14	インターネット取引の強化・拡大	8	1.6%

「その他」と回答した企業は25社有り。

(参考)2000年度調査結果

順位		社数 (435社中)	
			回答率
1	グループ経営の見直し・効率化(事業売却、事業分離など)	221	50.8%
2	経営手法の見直し・強化(新たな財務指標や業績評価基準などの設定)	213	49.0%
3	トータルコストからみた海外生産体制の見直し	159	36.6%
4	本業を強化する事業資源の獲得(企業買収、提携、合併など)	158	36.3%
5	自社独自の取引先の拡大・強化	137	31.5%
6	海外生産比率の拡大	91	20.9%
7	自社製品に関連したサービス事業の強化	82	18.9%
8	グローバルサプライチェーンの導入・構築	80	18.4%
9	インターネット取引の拡大	39	9.0%
10	海外での研究開発体制を重視	28	6.4%
11	EMS/OEMメーカーなどへの生産アウトソーシング	27	6.2%
12	ベンチャー企業を活用した技術開発力強化	9	2.1%

「その他」と回答した企業は13社有り。

注2: 回答方法として、回答企業はプライオリティーに関係無く、3つの課題を選択しており、集計の際、選択された項目を単純合計している。なお、参考として、右肩にて、「2000年度調査結果」を紹介しているところ、「課題」の選択肢が若干異なっていることに留意する必要がある。また、同2000年度調査では、回答企業は自社にとって取組みが必要な優先課題につき、プライオリティー順に3つの課題を選択しており、集計においては、本年度調査の方法と同様に、選択された項目を単純合計している。

「海外生産の強化・拡大」を図りながらも、経営改革への取組みも引き続き行う

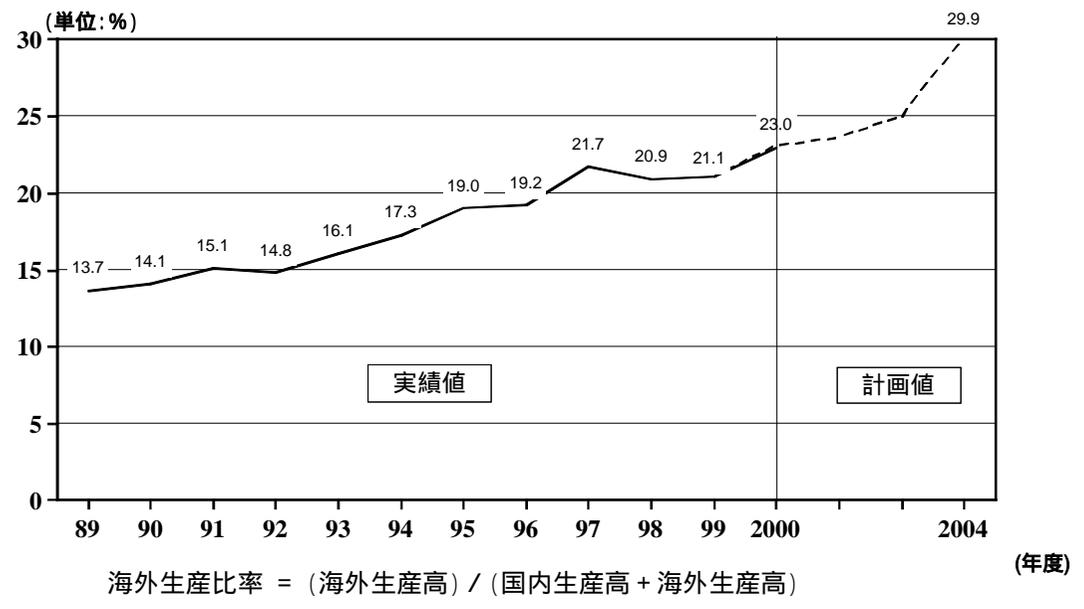
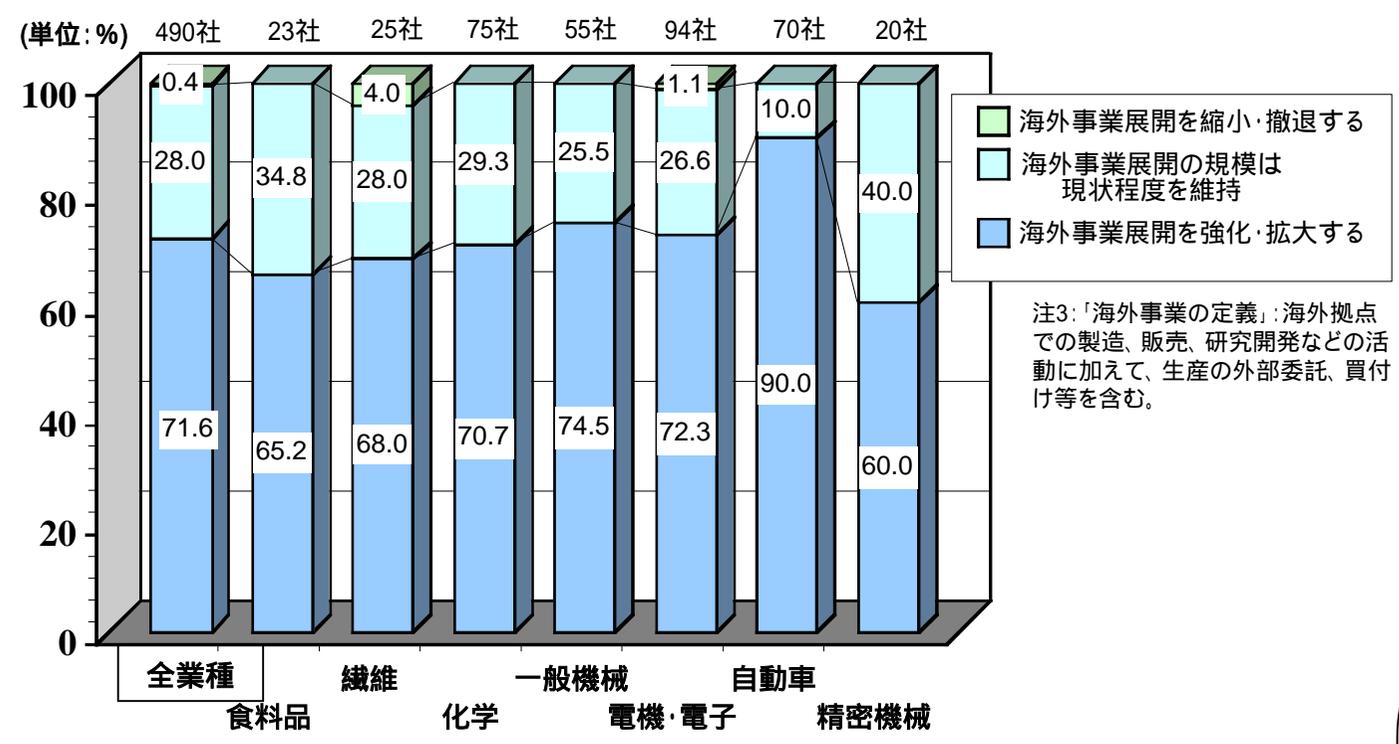
国内外事業における最優先課題として、最も回答が多かった事項は「海外生産の強化・拡大」(264社)で、次いで「自社独自の取引先の強化・拡大」(183社)であった。2000年度調査にて50%超あった「グループ経営の見直し・効率化」(162社)については33.4%の回答に留まった。事業再構築に絡んだ経営改革への取組みを引続き必要としつつも、「海外生産の強化・拡大」を最優先課題とすることにより、収益確保に向けた海外事業拡大への意欲を強める回答企業の姿勢が窺える。

ヒヤリング調査においても「過去2～3年は、特に連結決算対応で業務の選択と集中を中核とした収益体質の強化が急務であった。しかしながら、昨今ではこれらの取組みを行いながらも、次のステップとして、魅力的なマーケットを持つ海外に注力しようとしている。」と回答する企業が多数を占めた。また、「価格競争がますます熾烈化しており、コストダウンの観点から途上国での生産を更に進める必要がある。」と指摘する企業も少なくなかった。

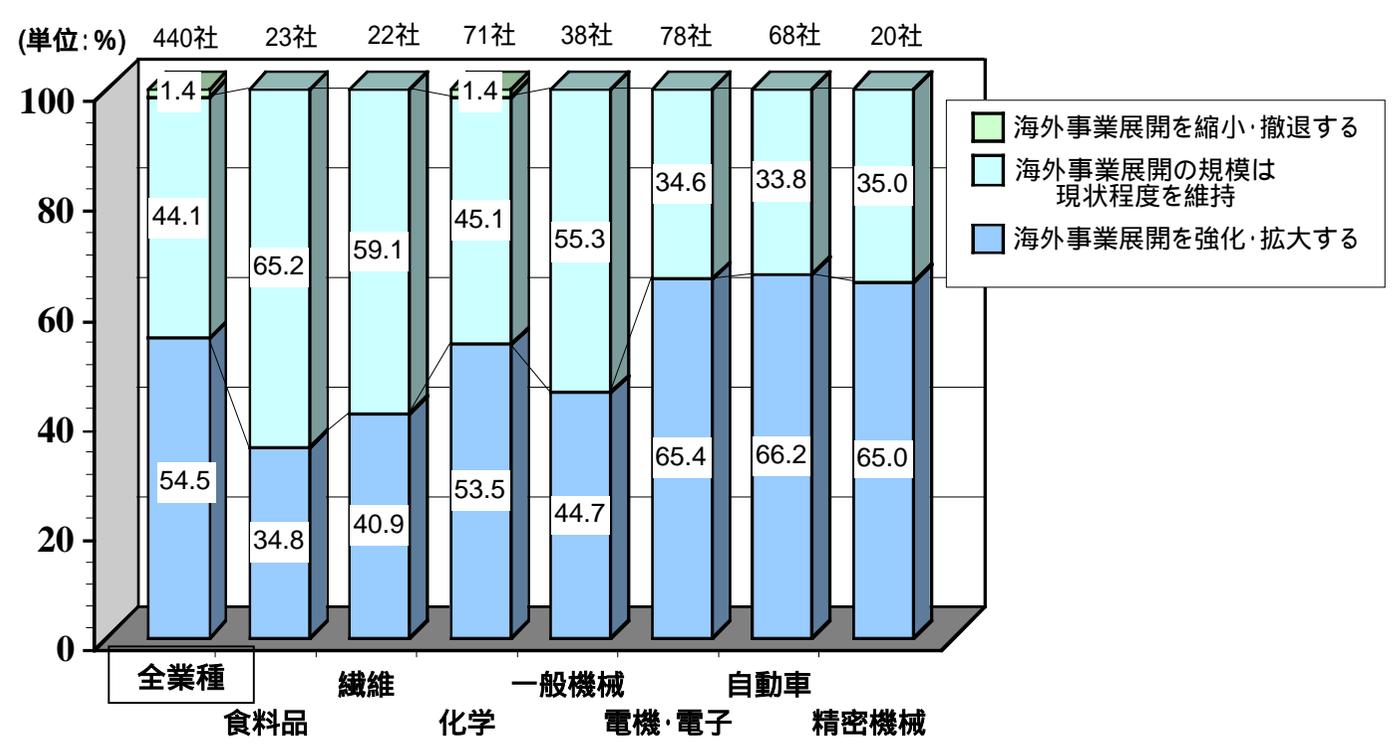
【中期的(今後3年程度)海外事業展望及び海外生産比率の推移】

図表3 海外生産比率の推移

図表2 中期的(今後3年程度)な海外事業^{注3}展開規模(主要業種別)



(参考)2000年度調査結果



強化・拡大姿勢が見込まれる海外事業展開

海外事業に対する中期的(今後3年程度)な姿勢として、「強化・拡大する」と回答した割合は71.6%を占め、「現状維持する」は28.0%であった。「縮小・撤退する」は僅か0.4%に留まった。2000年度調査結果と比較して、「強化・拡充する」と回答した割合は高まっており(2000年度:54.5% 本年度:71.6%)^{注4}、回答企業の海外事業に対する姿勢はより積極的になっている。

併せて、海外生産比率の推移を見ると、同比率の実績値は上昇傾向にあり、2000年度には23.0%となっている。計画値で見ると、2004年度には29.9%に達することが見込まれている。なお、主要業種別に見た「海外生産比率の推移」は以下の通りである。

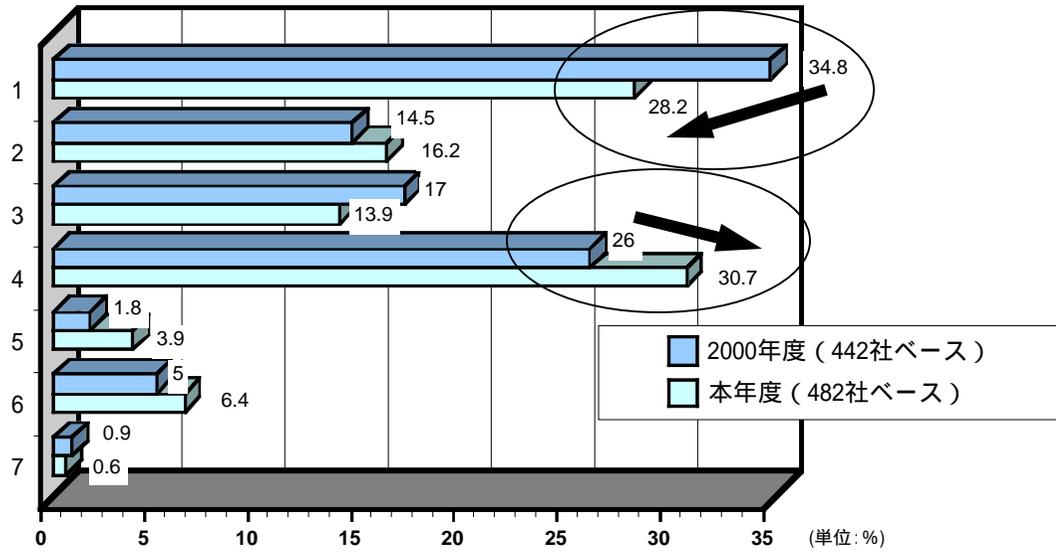
	2000年度実績	2001年度実績見込み	2004年度計画値
電機・電子	33.1%	34.8%	41.2%
自動車	25.3%	27.5%	34.7%
一般機械	17.7%	19.1%	26.8%
化学	17.7%	18.9%	22.9%

注4: 1999年度以前の調査では、中期的な「過去3年間の投資実績額に比しての投資規模」についての設問であったことに留意する必要があるが、1996年度調査から海外事業に対して積極的な姿勢を見せている割合の推移は以下の通りである。

1996年度調査:71.2% 1997年度調査:64.6% 1998年度調査:38.1%
1999年度調査:21.1% 2000年度調査:54.5% 本年度調査:71.6%

【中期的(今後3年程度)国内事業展望】

図表4 中期的(今後3年程度)国内事業展望 ~国内事業に対する取組み姿勢~



- 今後とも必要に応じて積極的な設備投資を行い、国内事業を強化・拡張していく
- 他社との提携を含め、国内事業を強化する
- 現状維持
- 規模は現状維持するも国内事業を再編・再構築する
- 国内事業規模を縮小する
- 現在検討中
- その他

高付加価値製品への転換が図られる国内生産

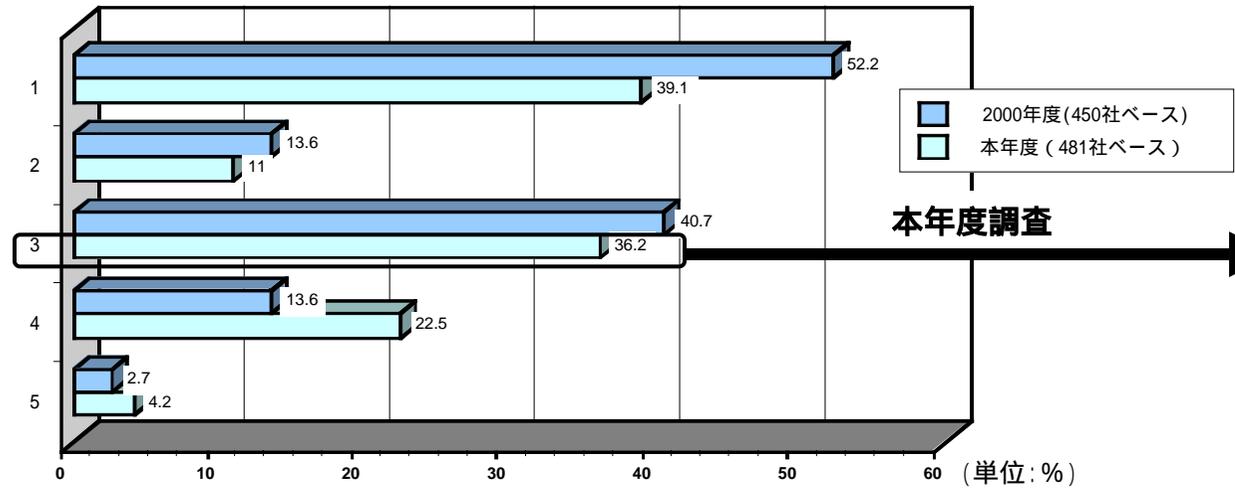
国内事業に対する取組み姿勢を2000年度調査と比較しながら見ると、「国内事業を強化・拡大する」姿勢が弱まる(2000年度調査:34.8% 本年度調査:28.2%)一方、「規模は現状維持するも国内事業を再編・再構築する」姿勢が強まっている(同26.0% 30.7%)。

同様に、海外事業展開による国内生産設備への中期的(今後3年程度)な影響を見ると(複数回答可)、「進出販売先(輸出入を含む)マーケットの維持・拡大のための投資であり、国内生産設備への影響はない」と回答した割合が2000年度調査に比較して減少(同52.2% 39.1%)するとともに、「従来の国内生産品目が海外拠点の生産に移管されるものの、国内においては他の製品・分野の生産に取り組むことによって移管分を補う」注5と回答した割合も微減している(同40.7% 36.2%)。他方、「海外生産が国内生産を代替するため、国内生産額は減少する」と回答した割合は増加(同13.6% 22.5%)しており、海外事業の強化・拡大が強まっている様相を見せている。

なお、本年度調査では、「従来の国内生産品目が海外拠点の生産に移管されるものの、国内においては他の製品・分野の生産に取り組むことによって移管分を補う」と回答した企業に対して、国内における取組み姿勢につき更問いを行ったところ、最も多かったのは、「より付加価値の高い製品への特化」(79.9%)で、次いで「新規生産分野への取組み」(42.5%)などの順となっている。回答企業の多くは、競争力を維持・強化するために、生産・販売拠点の海外移管を進める一方、国内では高付加価値製品への取り組みを行うなど、最適地生産・販売を加速する姿勢を見せている。

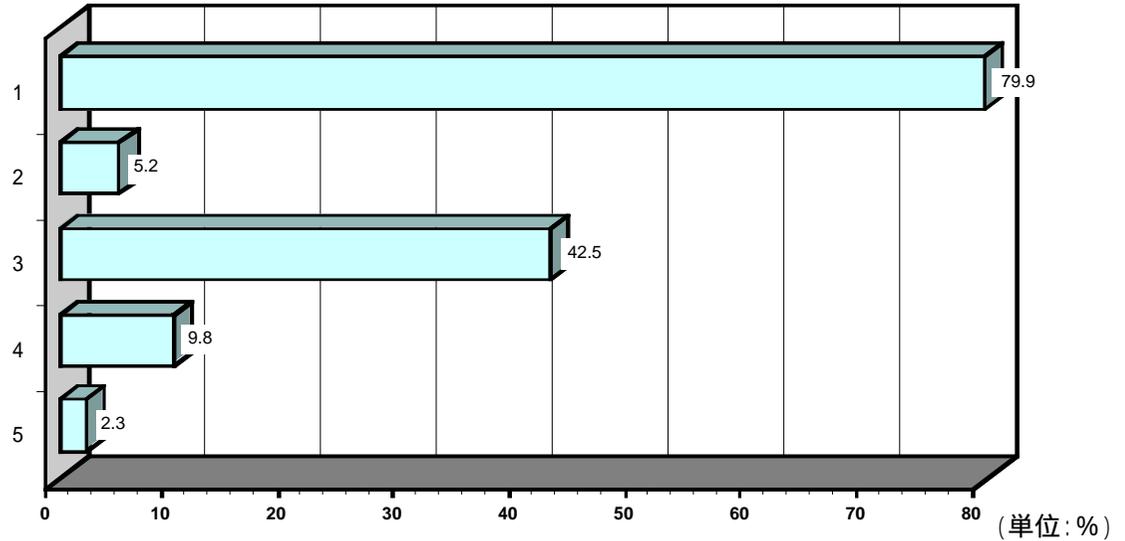
注5: 昨年設問は「国内生産品目が海外拠点の生産に移管されるものの、国内生産はより高付加価値製品へとシフト」であったが、時系列比較の観点から、同様の設問として標記してある。

図表5 海外事業展開が国内生産設備に与える影響(複数回答可)



- 進出販売先(輸出入含む)マーケットの維持・拡大のための投資であり、国内生産設備への影響はない
- そもそも海外生産する製品は国内製品と異なるため、国内設備への影響はない
- 従来の国内生産品目が海外拠点の生産に移管されるものの、国内においては他の製品・分野の生産に取り組むことによって移管分を補う
- 海外生産が国内生産を代替するため、国内生産額は減少する
- その他

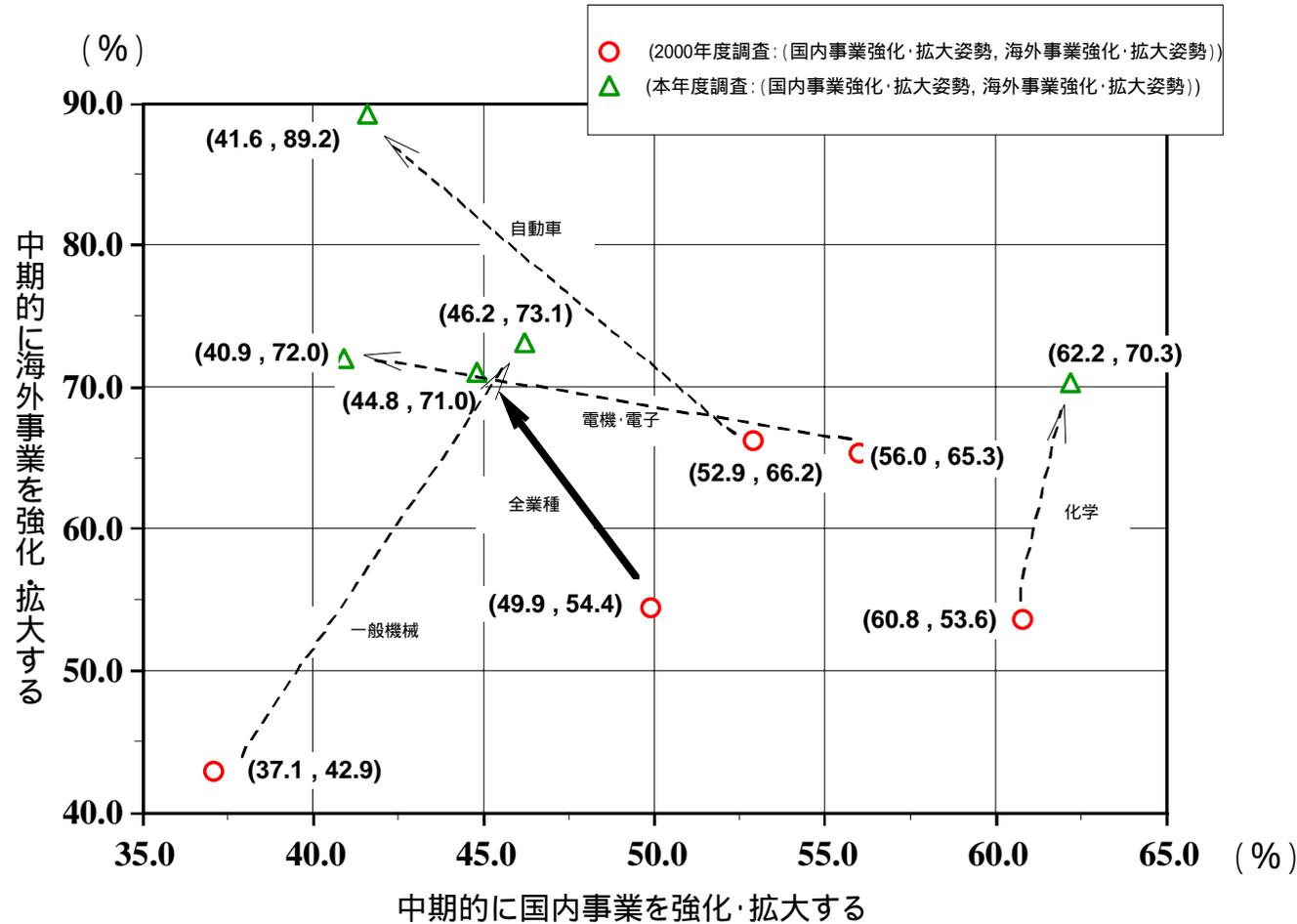
図表6 国内における他の製品・分野への取組 <174社ベース> (複数回答可)



- より付加価値の高い製品への特化
- 汎用製品の生産拡大
- 新規生産分野への取組み
- 現在、具体的方策につき検討中
- その他

【中期的(今後3年程度)な海外及び国内事業の強化・拡大姿勢】

図表7 中期的(今後3年程度)な海外及び国内事業の強化・拡大姿勢



【本年度調査】

	全業種	化学	一般機械	電機・電子	自動車
企業社数	476	74	52	93	65

【2000年度調査】

	全業種	化学	一般機械	電機・電子	自動車
企業社数	425	69	35	75	68

図表7～9では、「中期的(今後3年程度)に見た海外事業展望」に関する設問ならびに「国内事業に対する取り組み姿勢」に関する設問に対し、両設問とも回答した企業の動向を紹介したものである。そのため、図表7の「中期的に海外事業を強化・拡大する」の値は、5頁の「海外事業展開を強化・拡大する」の値とは一致しない。

なお、指数の構成は以下の通り。

< 中期的(今後3年程度)に海外事業を強化・拡大する >

海外事業展望に関する設問にて、「強化・拡大する」と回答のあった割合。

< 中期的(今後3年程度)に国内事業を強化・拡大する >

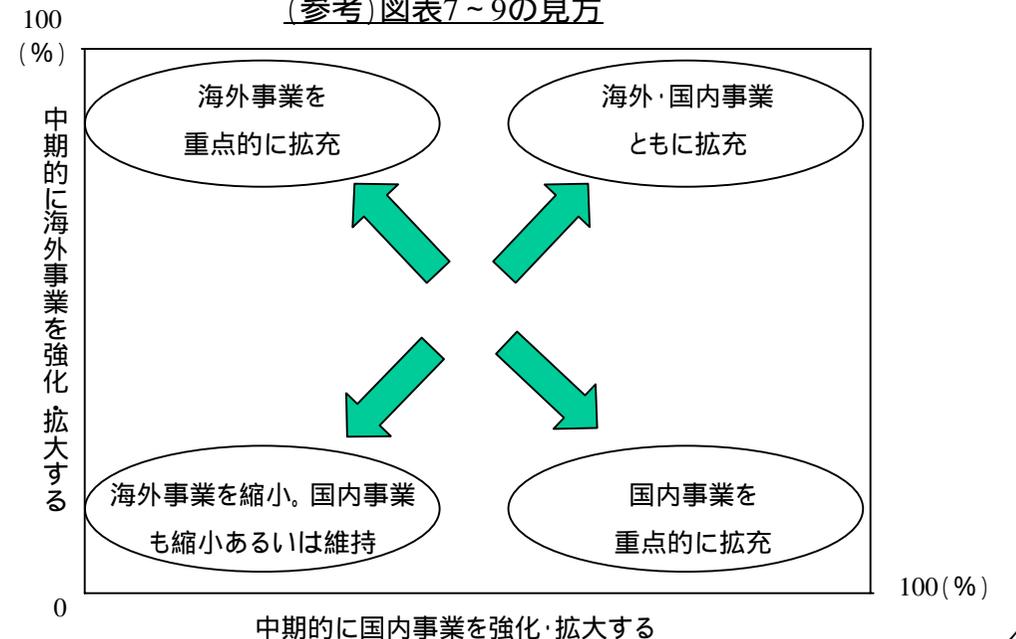
国内事業に対する取り組み姿勢に関する設問にて、「今後も必要に応じて積極的な設備投資を行い、国内事業を強化・拡張していく」あるいは「他社との提携を含め、国内事業を強化する」と回答のあった割合の合計。

(1).主要業種によって異なる国内外事業への取り組み姿勢

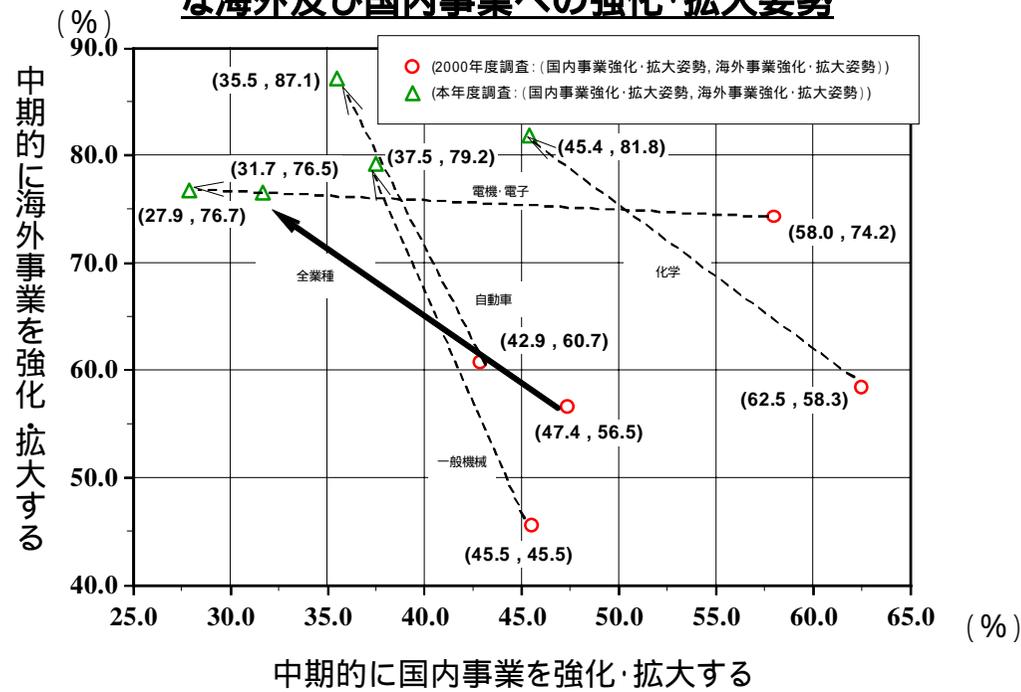
中期的(今後3年程度)な海外及び国内事業への取り組み姿勢につき、2000年度調査結果と本年度調査結果とを比較してみたところ、全業種では「海外事業を強化・拡大する」姿勢が強まる(2000年度調査:54.4% 本年度調査:71.0%)一方、「国内事業を強化・拡大する」姿勢がやや弱まっている(同49.9% 44.8%)。

この動きが見られる主要業種は、電機・電子及び自動車である。一方、化学ならびに一般機械の場合、「海外事業を強化・拡大する」姿勢にありながら、同時に「国内事業を強化・拡大する」姿勢も維持している。

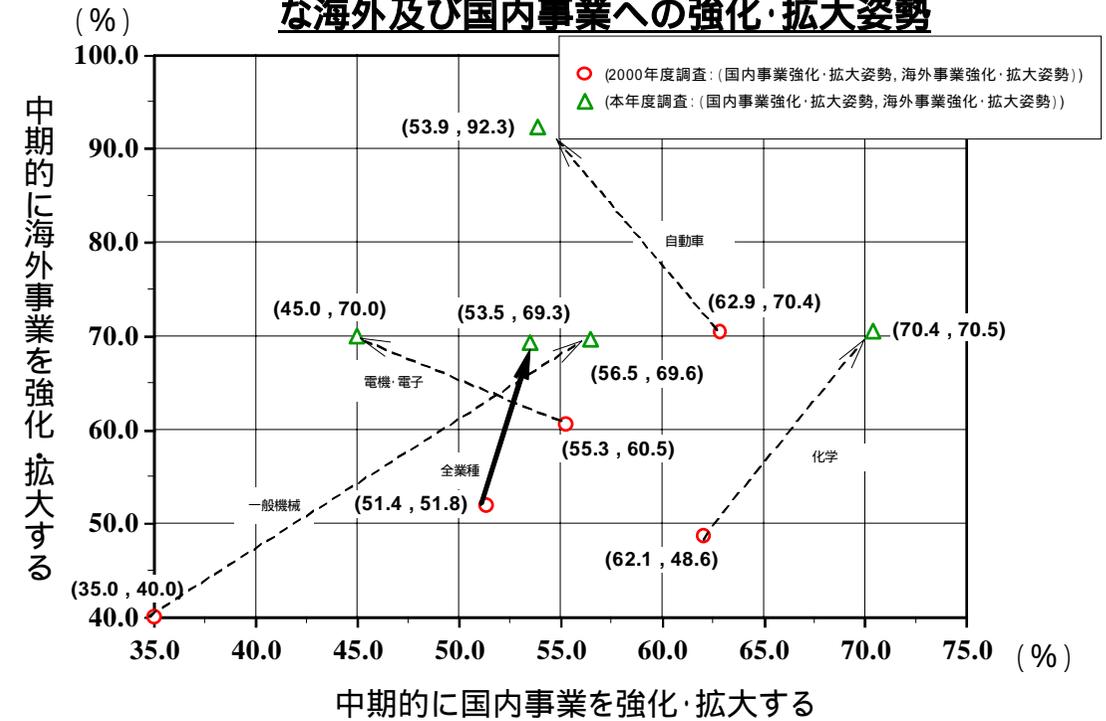
(参考)図表7～9の見方



図表8 海外生産比率が高い企業^{注6}の中期的(今後3年程度)な海外及び国内事業への強化・拡大姿勢



図表9 海外生産比率が低い企業^{注6}の中期的(今後3年程度)な海外及び国内事業への強化・拡大姿勢



(2).海外生産比率の高低差により、国内事業に対する取組み姿勢を二極化している化学、一般機械

前述(1)につき、海外生産比率の高い企業と低い企業に分類してみたところ、化学と一般機械の場合、「海外生産比率が高い企業」は海外事業を強化・拡大する姿勢が強い一方、国内事業に対しては強化・拡大姿勢が弱くなっている。「同比率が低い企業」は、海外事業ならびに国内事業ともに強化・拡大する姿勢が強い。

注6:業種別に見た海外生産比率の2000年度実績値の平均よりも個別対象企業の同実績の方が高い企業を「海外生産比率が高い企業」、同実績よりも低い企業を「海外生産比率が低い企業」とする。なお、2000年度調査の数値についても、同様の考え方で、海外生産比率の1999年度実績値をベースとしている。

【化学】

< 海外生産比率が高い企業 >

多くの企業は事業プロセスとして、下流部門に属する(例:プラスチック、合成繊維、合成ゴム等)。製品の特性上、国内に加えて海外においても積極的な事業展開を行ってきた。電機メーカー(組立・部品)、自動車メーカー(組立・部品)といった主要取引先の積極的な海外展開に追随して、今後とも海外事業を強化・拡大する必要がある。

< 海外生産比率が低い企業 >

多くの企業は事業プロセスとして、上・中流部門に属する(例:ポリエチレン、フェノール等)。産業政策の影響もあり、従来より国内向け事業展開を中心としてきたところ、2004年度までに規制緩和の一環として汎用化学品の関税が段階的に引き下げられることから、国内市場にて欧米系化学メーカーとの競争激化が予想される一方、主要取引先である下流部門の海外進出に対応するため、需要先もしくは周辺地域での現地生産・販売を進める観点から、今後は海外事業を強化・拡大する必要がある。なお、装置産業であることから既存の国内設備を引き続き活用した方が合理的であるケースも少なくなく、また国内での需要も根強くある(日本からの輸出対応を含む)ことから、国内事業を強化・拡大する姿勢も示している。

【一般機械】

< 海外生産比率が高い企業 >

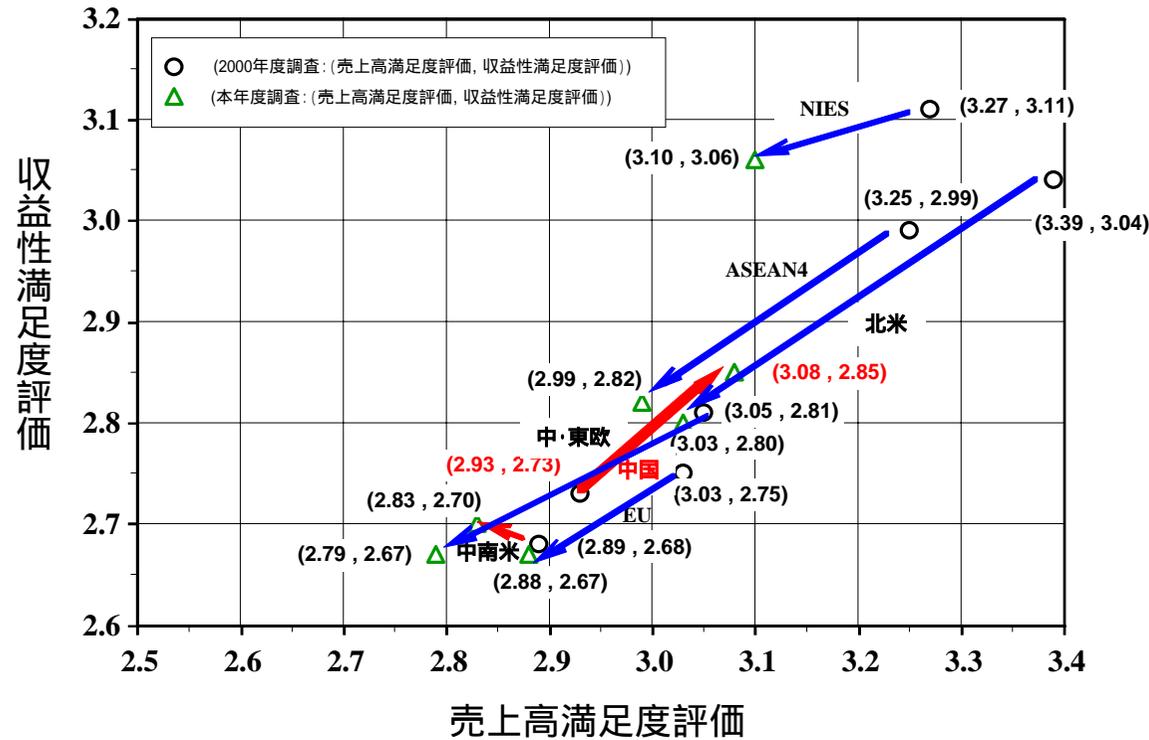
多くの企業は建設機械・重機部門に属している。製品の特性上、国内に加えて海外での需要の増加に対応して、海外事業を積極的に進めてきた。国内での公共事業や大規模インフラ事業が低迷する中、更なる販売市場を求めて、海外事業を強化・拡大する必要がある。

< 海外生産比率が低い企業 >

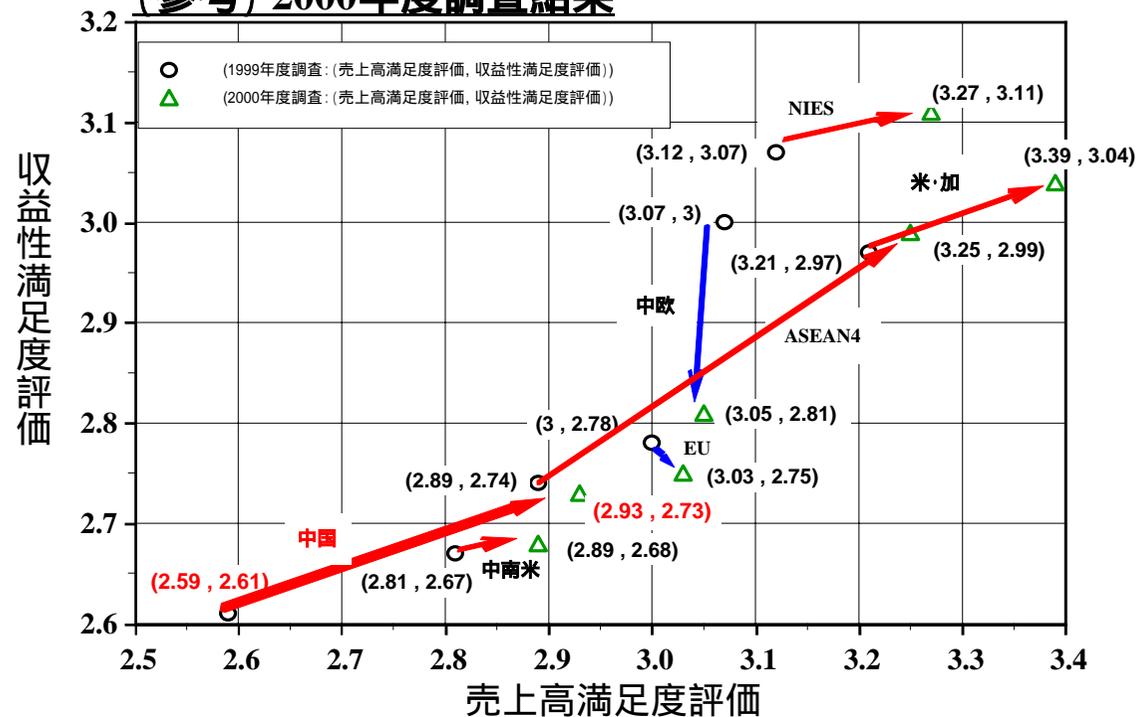
多くの企業が工作機械や軸受関連部門に属している。主要顧客である電機メーカー、自動車メーカーなどの積極的な海外進出に伴い、需要先あるいは周辺地域での現地生産・販売を進める必要がある。一方、国内では合理化投資が中心となっているものの、更なる高機能化・ハイテク化といった高付加価値製品への取組みも不可欠とされ、国内事業の強化・拡大を進める必要があることも背景となっている。

【海外事業展開実績評価 ~ 売上高・収益性満足度評価 ~】

図表10 海外事業展開実績評価



(参考) 2000年度調査結果



全般的に低下が見られる収益性満足度評価

回答企業の海外事業における売上高・収益性満足度評価は、2000年度調査では殆どの地域にて改善が見られたものの、本年度調査では、逆に殆どの地域(北米、NIES、ASEAN4、EU、中・東欧)にて低下が見られた。これら地域の収益性満足度評価の低下の共通した要因として、「販売先確保が困難(他社との激しい競争)」と回答した件数が最も多く、次いで「景気変動による市場規模縮小」、「販売先からの値引き交渉」の順となっている。北米事業の収益性満足度評価の低下につき、ヒヤリング調査を行ったところ、「2000年後半から徐々に色濃くなりつつあった米国の景気低迷が背景となっている」と指摘する声が多く見られた。一方、NIES及びASEAN4での同評価の低下については、「最終需要先の中心である米国の景気低迷により、同国向け輸出分が不振となった」との指摘が少なかった。

中国では、2000年度調査に引き続き、満足度評価は売上高ならびに収益性ともに改善が見られた。収益性満足度評価が改善した要因として、「既存製品の売上が好調」を挙げる件数が最も多く、次いで「コスト削減が順調」、「生産設備の稼働本格化」などの順となっている。

ただし、全地域に共通した事項として、収益性満足度そのものが依然として低い(評価値3:どちらともいえない、評価値2:やや不十分)という課題が本年度調査でも残っている。

2000年度調査の「中欧」は本年度調査の「中・東欧」に、「米・加」は「北米」に対応している。

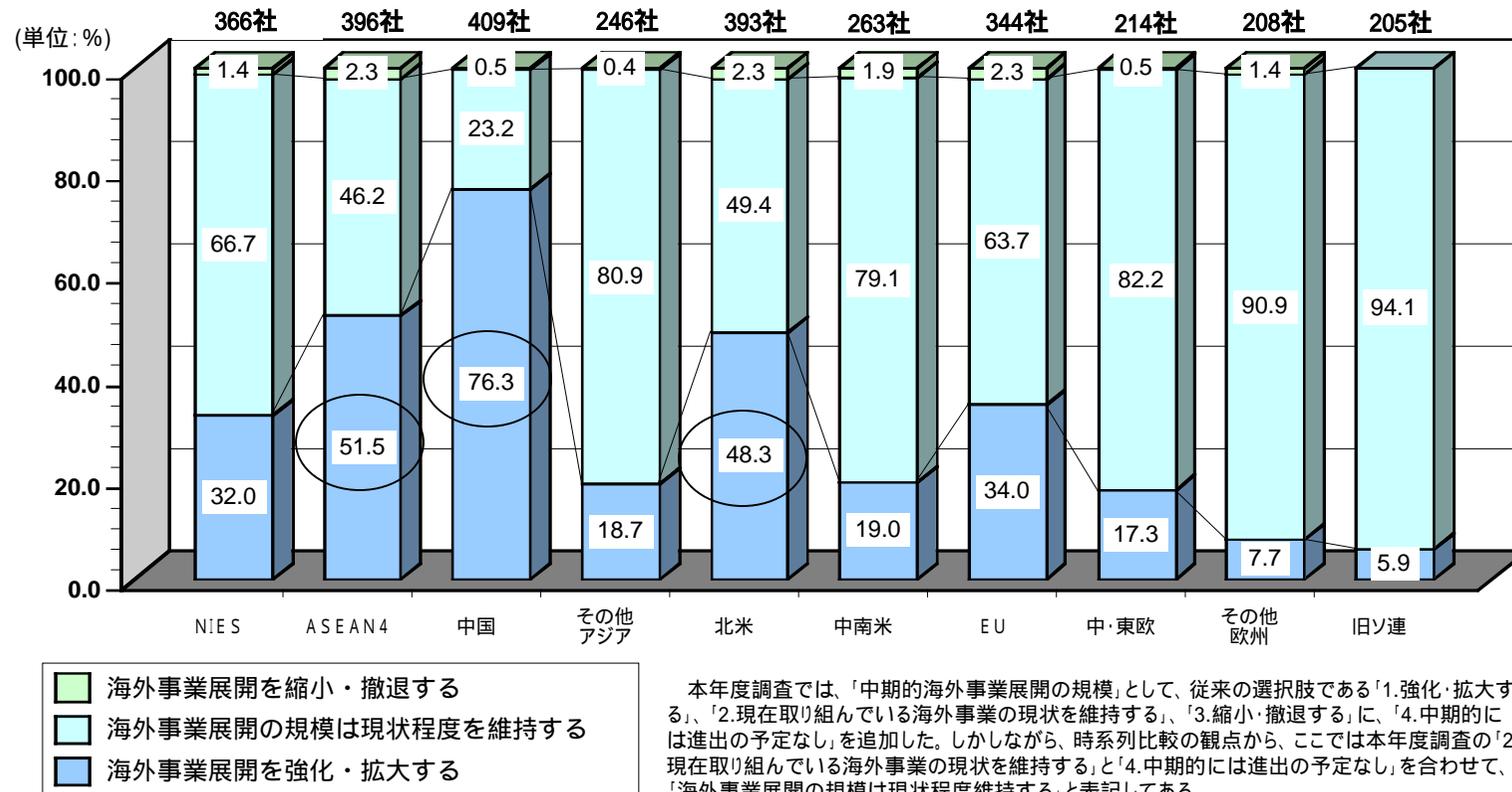
売上高満足度評価とは、「親企業への販売を除いた」部分に対する評価を意味する。

収益性満足度評価とは、「投資に対するリターン」への評価を意味する。

評価基準:(当初目標に対して) 1.不十分 2.やや不十分 3.どちらともいえない 4.やや満足 5.満足

【地域別に見た中期的(今後3年程度)な海外事業展開の強化・拡大姿勢】

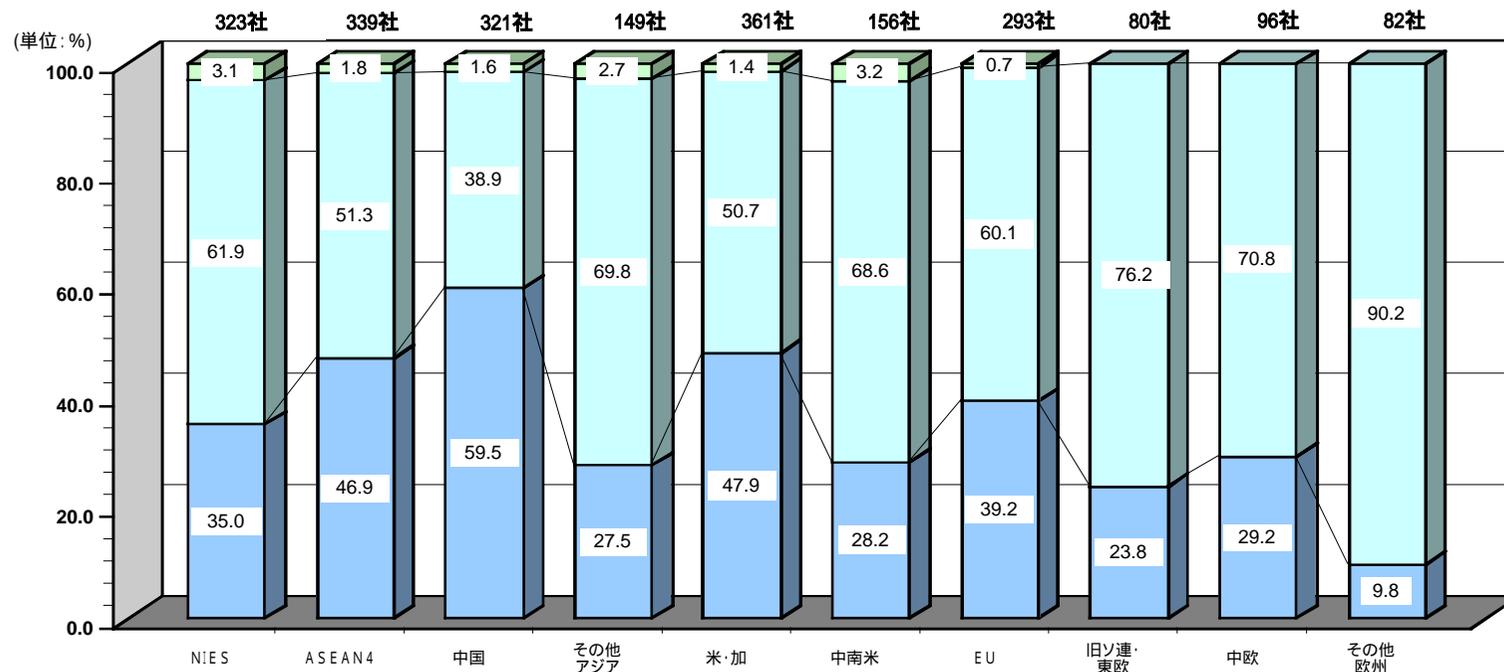
図表11 地域別に見た海外事業展開の強化拡大姿勢



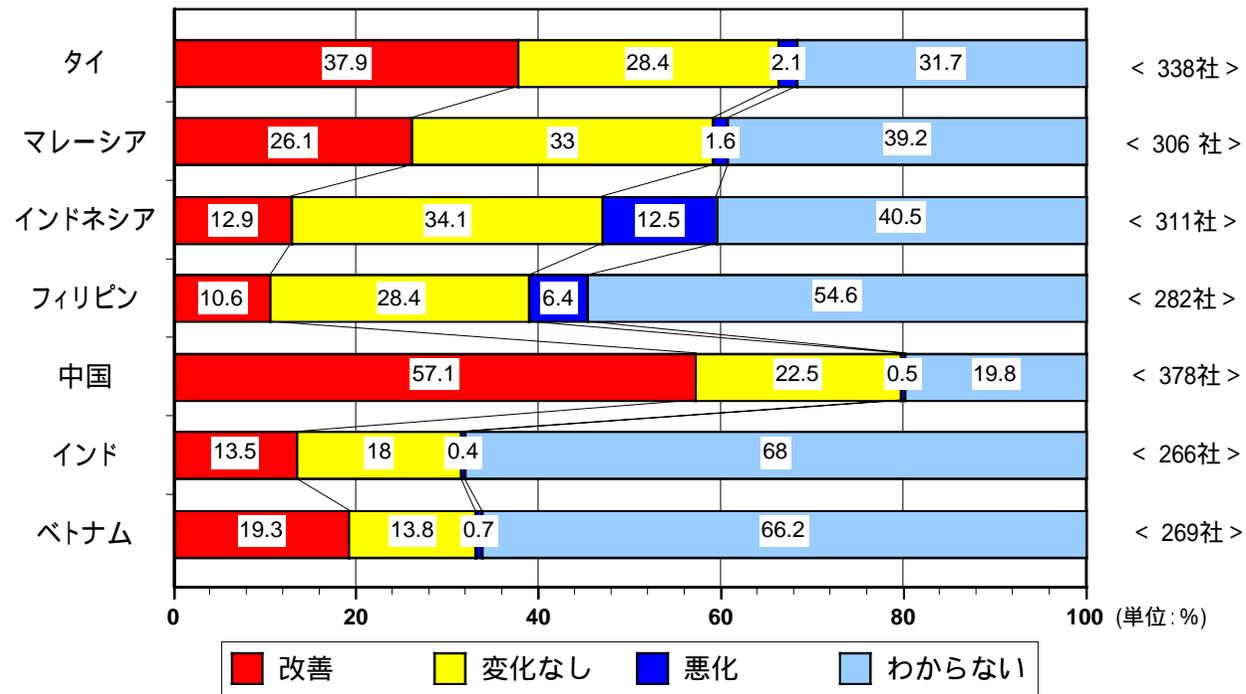
中国、ASEAN4、北米などにて積極的な姿勢が見られる海外事業展開

地域別に見て、「海外事業展開を強化・拡大する」と回答した割合が最も高かった地域は中国(76.3%)で、次いでASEAN4(51.5%)、北米(48.3%)の順となっている。本年度調査の特徴として、多角的な展開の様相を見せていた2000年度調査結果と比較すると、強化・拡大姿勢がこれら地域に絞り込まれている。

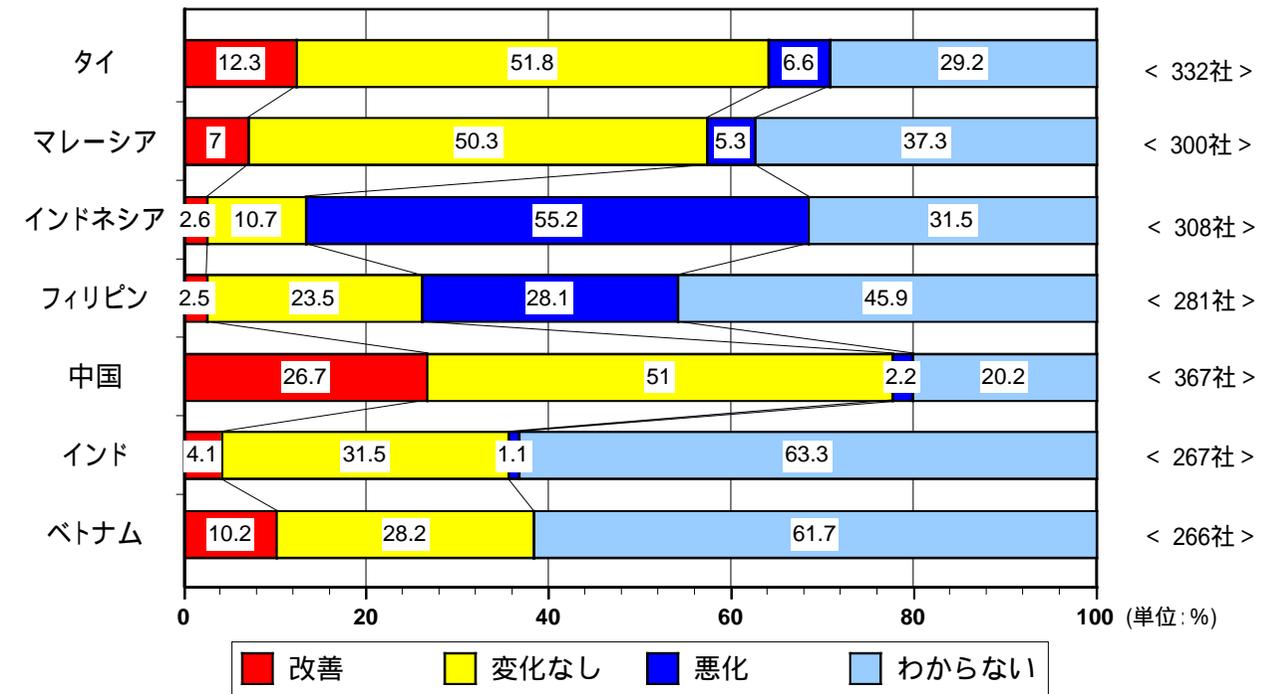
(参考)2000年度調査結果



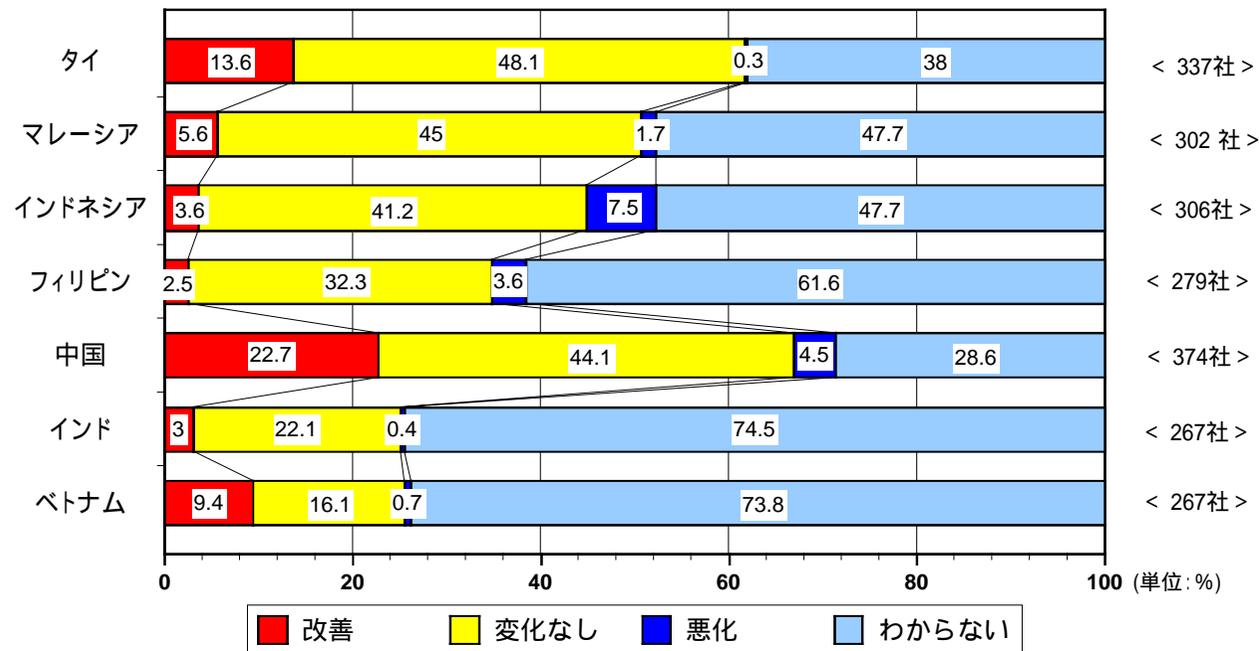
図表12 現地のインフラ(電力、通信、運輸など) <全業種ベース>



図表14 現地の政治社会情勢 <全業種ベース>



図表13 現地の法制(透明性、公平性など) <全業種ベース>



改善の動きが見られる中国、タイの投資環境

主要アジア諸国の投資環境の改善状況につき、アジア経済危機直前の1996年と比較して見ると、中国、タイでは「現地のインフラ」、「現地の法制」、「現地の政治社会情勢」とも改善が見られる。但し、本調査の評価基準は、1996年時点での投資環境との相对比较を前提としているため、特に中国の場合は、以前の投資環境が思わしくなかったことに留意する必要がある。なお、インフラ面での改善は、マレーシアなどでも見られる。

投資環境への懸念が見られるのは、インドネシア、フィリピンでの「現地の政治社会情勢」となっている。但し、両国とも政治社会情勢の安定に向けた取組みを行っており、今後の改善が期待される。

【中期的(今後3年程度)有望事業展開先国】

図表15 中期的(今後3年程度)有望事業展開先国^{注7}(複数回答可)

順位	中期的(今後3年程度)有望事業展開先国				中期的(今後3年程度)に有望な投資先国					
	本年度調査 社数(社)	回答率(%)	00年度調査 社数(社)	回答率(%)	99年度調査 社数(社)	回答率(%)	98年度調査 社数(社)	回答率(%)	97年度調査 社数(社)	回答率(%)
	401	100	372	100	278	100	299	100	342	100
1位	中国 327	82	中国 242	65	中国 153	55	中国 163	55	中国 219	64
2位	米国 127	32	米国 154	41	米国 108	39	米国 124	41	米国 123	36
3位	タイ 99	25	タイ 88	24	タイ 76	27	タイ 68	23	インドネシア 97	28
4位	インドネシア 56	14	インドネシア 54	15	インド 42	15	インドネシア 49	16	タイ 84	25
5位	インド 52	13	マレーシア 43	12	インドネシア 41	15	インド 46	15	インド 77	23
6位	ベトナム 48	12	台湾 41	11	ベトナム 30	11	フィリピン 43	14	ベトナム 66	19
7位	台湾 44	11	インド 37	10	マレーシア 25	9	マレーシア 42	14	フィリピン 47	14
8位	韓国 33	8	ベトナム 35	9	フィリピン 25	9	ベトナム 41	14	マレーシア 46	13
9位	マレーシア 32	8	韓国 32	9	英国 25	9	ブラジル 34	11	ブラジル 28	8
10位	シンガポール 24	6	フィリピン 30	8	ブラジル 21	8	英国 31	10	台湾 28	8

図表16 上位5カ国の有望理由(複数回答可)

	中国		米国		タイ		インドネシア		インド	
	社数 (324社)	構成比	社数 (125社)	構成比	社数 (96社)	構成比	社数 (56社)	構成比	社数 (50社)	構成比
マーケットの今後の成長性	263	81.2%	55	44.0%	47	49.0%	28	50.0%	38	76.0%
安価な労働力	231	71.3%	0	0.0%	53	55.2%	41	73.2%	23	46.0%
マーケットの現状規模	54	16.7%	81	64.8%	12	12.5%	3	5.4%	10	20.0%
第三国輸出拠点	74	22.8%	4	3.2%	33	34.4%	26	46.4%	6	12.0%
組み立てメーカーへの供給拠点	67	20.7%	32	25.6%	26	27.1%	6	10.7%	8	16.0%
安価な部材・原材料	95	29.3%	3	2.4%	14	14.6%	16	28.6%	8	16.0%
優秀な人材	39	12.0%	19	15.2%	16	16.7%	1	1.8%	11	22.0%
対日輸出拠点	73	22.5%	4	3.2%	23	24.0%	9	16.1%	0	0.0%
現地マーケットに合わせた商品開発	30	9.3%	40	32.0%	9	9.4%	4	7.1%	3	6.0%
相手国での投資優遇措置・規制緩和措置	24	7.4%	1	0.8%	5	5.2%	2	3.6%	0	0.0%
同業他社が進出しているため	21	6.5%	7	5.6%	3	3.1%	1	1.8%	4	8.0%
地域統合の進展	2	0.6%	4	3.2%	4	4.2%	0	0.0%	1	2.0%
現地の技術・ノウハウ等の取得	1	0.3%	11	8.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	2	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.0%

注7: 集計方法として、回答企業は中期的(今後3年程度)に有望な事業展開先国名を第1位から第5位まで記述。本調査では記述のあった国の数をそれぞれ合計して、記述の多かった国ごとに順位をつけて紹介している。

なお、2000年度調査より、調査内容の中心を「海外投資」(フローベース)ではなく、「海外事業展開」(ストックベース)に主眼を置いたことから、図表14においても同年度調査より、「中期的(今後3年程度)な有望な投資先国」から「中期的(今後3年程度)有望事業展開先国」という記載になっている。

中期的有望事業展開先国の上位4ヶ国は昨年と同様

中期的(今後3年程度)に有望な事業展開先国の上位4ヶ国は、2000年度調査結果と同様、第1位は中国で、次いで米国、タイ、インドネシアの順となっている。

本年度調査結果における特徴として、中国に対する期待度は更に強まっていることが挙げられる。2000年度調査では、同設問に対する回答企業372社のうち、242社が中国を有望視(回答企業の65%)していたところ、本年度調査では、401社のうち、327社(同82%)が中国を有望と回答している。

中国を有望視する理由(複数回答可)として、最も多かったのが「マーケットの今後の成長性」(81.2%)となっている。この背景として、「中国がWTOに加盟することによって、現地ビジネス環境の改善が見込まれる」、「規制緩和の進展によって、外資での販売会社の設立が可能になる」など、中国の現地マーケットの将来性に対する強い期待感が挙げられる。その他に「安価な労働力」(71.3%)、「安価な部材・原材料」(29.3%)などが有望理由として挙がっており、価格競争が激化している中で良い製品を安く作る必要がある環境の下、他地域に比してコストがかからない国として中国を有望視している姿勢が窺える。但し一方で、「法制の不透明な適用」、「法制の頻繁かつ突然の制度変更」など、中国での事業展開には依然として多くの課題があると指摘する企業もみられる。

図表17 中期的な生産拠点としての魅力:中国とASEAN4の比較

	469社ベース	回答率
中国はASEAN4よりも魅力的である	266	56.7%
ASEAN4は中国よりも魅力的である	48	10.2%
今のところ判断を行うことは出来ない	155	33.0%

(複数回答可)

中国はASEAN4より魅力がある理由	266社ベース	回答率
今後のマーケットの成長性	230	86.5%
安価な労働力の確保が容易	189	71.1%
安価な部材・原材料の確保が容易	84	31.6%
ワーカークラスの優秀な人材確保が容易	45	16.9%
管理職クラスの優秀な人材の確保が容易	24	9.0%
その他	5	1.9%

(複数回答可)

ASEAN4は中国より魅力がある理由	48社ベース	回答率
今後のマーケットの成長性	22	45.8%
安価な労働力の確保が容易	19	39.6%
ワーカークラスの優秀な人材確保が容易	13	27.1%
安価な部材・原材料の確保が容易	12	25.0%
管理職クラスの優秀な人材の確保が容易	10	20.8%
その他	9	18.8%

中国ならびにASEAN4の生産拠点としての魅力

生産拠点としての中期的(今後3年程度)な魅力につき、中国とASEAN4とを比較した場合、回答企業の56.7%が「中国はASEAN4よりも魅力的である」と回答している。

「中国はASEAN4よりも魅力的である」と回答した企業は、第1位の理由として、「今後のマーケットの成長性」をあげている。これは、WTO加盟、マーケットの潜在需要の高さなどから中国に対する期待が高まっていることが背景となっている。また、第2位が「安価な労働力の確保」、第3位が「安価な部材・原材料の確保」となっており、生産コストが低く、最適地生産を考える上で中国が有力視されていることが窺える。ただし、ヒヤリング調査では「ASEAN4での拠点の設立が一巡している中で、次の事業展開方法を検討しているが、ASEAN4を軽視しているわけではない」という企業もあった。

一方、「ASEAN4は中国よりも魅力的である」と答えた企業は10.2%、「今のところ判断を行うことが出来ない」と回答した企業が33.0%と、中国に対して過度な期待を寄せることなく、リスク分散の観点からバランスを保った姿勢も見られる。ヒヤリング調査を行ったところ、「中国に対して過度な期待を持つことは危険であり、リスク分散の観点からバランスのとれた対応を考えている」と指摘する企業もあった。