

わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告  
- 2013年度 海外直接投資アンケート結果(第25回) -

2013年11月 国際協力銀行 業務企画室 調査課

本資料は調査研究の参考資料として作成されたもので、必ずしも(株)国際協力銀行の見解を表すものではありません。また、本資料の無断転用、公表等は固くお断りします。本資料の利用に際して損害が発生しても、弊行は一切の責任を負いかねます。

## 調査概要と回答企業概観

- 1. 調査概要 p. 2
- 2. 海外現地法人数の推移 p. 3
- 3. 海外生産比率と海外売上高比率 p. 4

## I. 要旨・主要ポイント

- 1. 要旨 p. 5
- 2. 主要ポイント p. 7

## II. パフォーマンス評価(2012年度実績評価)

- 1. 売上高・収益の満足度評価(主要国・地域別) p. 9
- 2. 収益 満足の理由(主要国・地域別) p. 10
- 3. 収益 不十分の理由(主要国・地域別) p. 11
- 4. 売上高・収益の満足度評価(業種別) p. 12

## III. 事業展開見通し

- 1. 事業強化姿勢(国内・海外) p. 13
- 2. 事業強化姿勢(国内・海外、業種別) p. 14
- 3. 海外事業と国内事業見通しに係るクロス分析 p. 15
- 4. 国内事業を「強化・拡大する」企業の理由 p. 16
- 5. 国内事業見通しに影響を与える要因 p. 17
- 6. 大幅な円安が定着した場合の国内事業見通し p. 18
- 7. 海外事業展開が国内事業にもたらす効果 p. 19

## IV. 中期的な有望国・地域

- 1. 有望国・地域の順位(中期的見通し) p. 20
- 2. 有望国・地域の推移(主要8カ国の得票率) p. 21
- 3. 中国の有望国としての得票数減少に係る詳細分析 p. 22
- 4. 事業計画の有無(上位20カ国・地域) p. 23
- 5. 有望国・地域の順位(業種別、長期的見通し) p. 24
- 6. 有望理由と課題(インドネシア) p. 25
- 7. 有望理由と課題(インド) p. 26
- 8. 有望理由と課題(タイ) p. 27
- 9. 有望理由と課題(中国) p. 28
- 10. 有望理由と課題(ベトナム) p. 29
- 11. 有望理由と課題(ブラジル) p. 30
- 12. 有望理由と課題(メキシコ) p. 31

- 13. 有望理由と課題(ミャンマー) p. 32
- 14. 有望理由と課題(ロシア) p. 33
- 15. 有望理由と課題(米国) p. 34
- 16. 地域別 海外事業展開見通し p. 35
- 17. 強化する国・地域と分野 中国・インド・ベトナム p. 36
- 強化する国・地域と分野 NIEs3・ASEAN5 p. 37
- 強化する国・地域と分野 米州・欧州・中近東・アフリカ p. 38
- 18. (参考)北米事業展開におけるシェールガス・オイルの影響 p. 39

## V. 中国の事業見通しについて

- 1. 中国事業の中期的な懸念 p. 40
- 2. 中国事業のリスク分散 p. 41

## VI. 事業展開先国におけるインフラのニーズと課題

- 1. 事業展開先でのインフラのニーズと課題 p. 42
- 2. FTA/EPAの活用状況 p. 47
- 3. 進出先における金融サービス p. 49

## VII. グローバル経営の課題と今後の戦略

- 1. 海外市場における主な販売先 p. 51
- 2. 海外市場における中間所得層への取組 p. 53
- 3. 新興国市場における製品競争力 p. 54
- 4. 本社機能の海外移転の考え方 p. 55
- 5. グローバルITシステム導入の現状 p. 56

## 参考資料

- 資料1 有望事業展開先国・地域の推移(詳細) p. 57
- 資料2 中期的有望事業展開先国・地域(有望理由詳細) p. 58
- 資料3 中期的有望事業展開先国・地域(有望国の課題詳細) p. 59
- 資料4 中期的事業展開見通し(国内・海外)の推移(業種別) p. 60
- 資料5 中期的事業展開見通し(主要国・地域別) p. 61
- 資料6 海外生産比率・海外売上高比率 p. 62
- 資料7 売上高・収益の満足度評価(詳細) p. 63
- 資料8 中期的有望事業展開先国における具体的な事業計画の有無 p. 64
- 資料9 事業展開先でのインフラニーズと課題 工業用水(地域詳細) p. 65

---

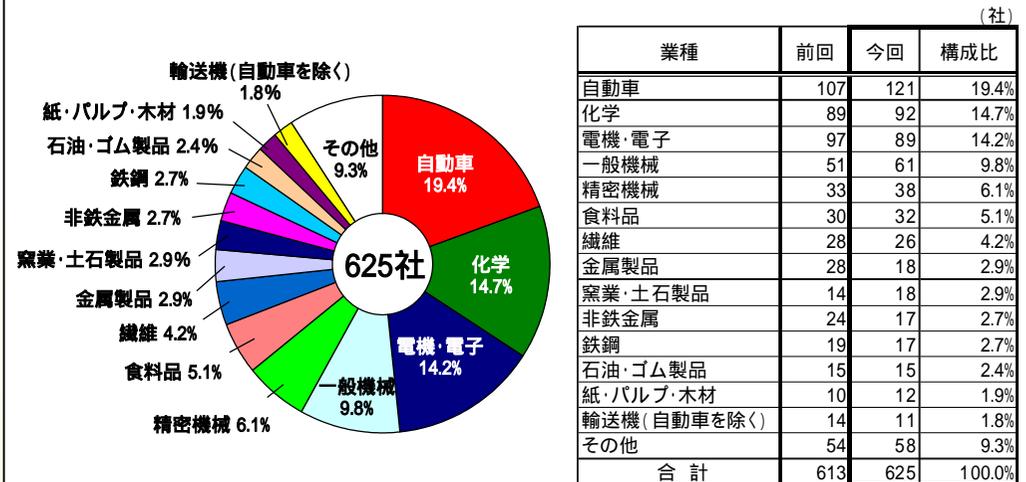
## 調査概要と回答企業概観

## 調査概要

- **調査対象**: 製造業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)有する企業。
- **調査票送付企業数**: 992社
- **回答企業数**: 625社(回答率63.0%)  
(注)郵送による回答445社、WEBによる回答180社
- **実施時期**: 2013年7月に発送  
同7~9月にかけて回収  
同8~10月にかけて企業訪問と電話ヒアリングを実施
- **主な調査内容**:  
中期的事業展開見通し  
海外事業展開実績評価  
有望事業展開先国  
  
中国の事業見通し  
事業展開先国におけるインフラのニーズと課題  
グローバル経営の課題と今後の戦略
- 「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、調達等を含む。

(注) 以下では特に断りがない限り、「化学」の業種は「化学(プラスチック製品を含む)」及び「医薬品」の合計を指す。また、「一般機械」、「電機・電子」、「自動車」及び「精密機械」の業種は、それぞれの業種の「組立」及び「部品」の合計を指す。

図表1 業種別回答企業数



図表2 資本金別回答企業数

資本金	前回	今回	構成比
3億円未満	89	97	15.5%
3億円以上~10億円未満	72	74	11.8%
10億円以上~50億円未満	138	152	24.3%
50億円以上~100億円未満	87	91	14.6%
100億円以上	213	197	31.5%
持株会社	13	12	1.9%
無回答	1	2	0.3%
合計	613	625	100.0%

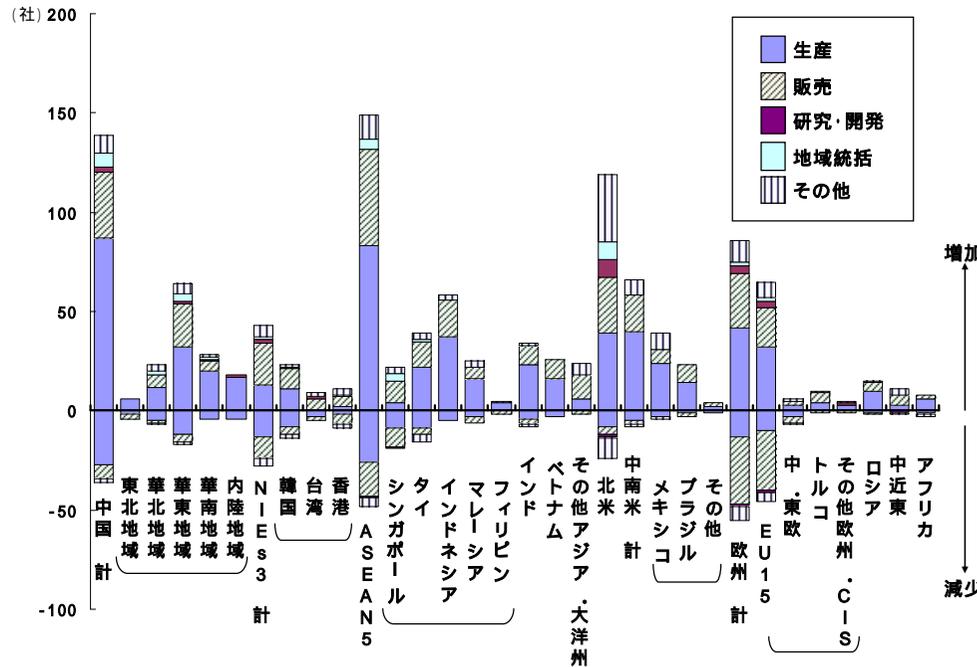
図表3 売上高別回答企業数

売上高	前回	今回	構成比
100億円未満	75	82	13.1%
100億円以上~500億円未満	211	217	34.7%
500億円以上~1,000億円未満	101	112	17.9%
1,000億円以上~3,000億円未満	111	108	17.3%
3,000億円以上~1兆円未満	64	56	9.0%
1兆円以上	41	40	6.4%
無回答	10	10	1.6%
合計	613	625	100.0%

問

例年、回答企業に対し海外現地法人数を地域別・機能別に尋ねてきたが、1)回答企業の顔ぶれが必ずしも同一ではないため前年度との直接的比較が難しい、2)現在の設問形式では新規設立による海外現地法人数の増加、合併や統合に伴う海外現地法人数の減少といった動きが掴みにくい、という課題があった。そこで、今回調査においては設問を、2012年度(2012年4月1日～2013年3月末)において海外現地法人数の増減があった場合、地域別・機能別に増減数を記入する形式とした。

図表4 海外現地法人数の増減(2012年度中)



図表5 海外現地法人の保有状況

生産の海外現地法人を1社以上保有

	国・地域	回答社数(社)	割合
1	中国	487	77.9%
2	タイ	294	47.0%
3	北米	258	41.3%
4	インドネシア	189	30.2%
5	EU15	152	24.3%
6	台湾	142	22.7%
7	マレーシア	136	21.8%
8	インド	135	21.6%
9	ベトナム	131	21.0%
10	韓国	124	19.8%
11	メキシコ	93	14.9%
12	フィリピン	84	13.4%
13	ブラジル	72	11.5%
14	シンガポール	66	10.6%
15	中・東欧	54	8.6%

販売の海外現地法人を1社以上保有

	国・地域	回答社数(社)	割合
1	中国	345	55.2%
2	北米	279	44.6%
3	EU15	252	40.3%
4	香港	201	32.2%
5	シンガポール	189	30.2%
6	タイ	184	29.4%
7	台湾	168	26.9%
8	韓国	162	25.9%
9	インド	113	18.1%
10	インドネシア	99	15.8%
11	マレーシア	95	15.2%
12	ブラジル	82	13.1%
13	ベトナム	67	10.7%
14	メキシコ	65	10.4%
15	フィリピン	50	8.0%

(注)表中の割合は、本設問への回答社数(625社)に占める割合。

■現地法人数は引き続き増加

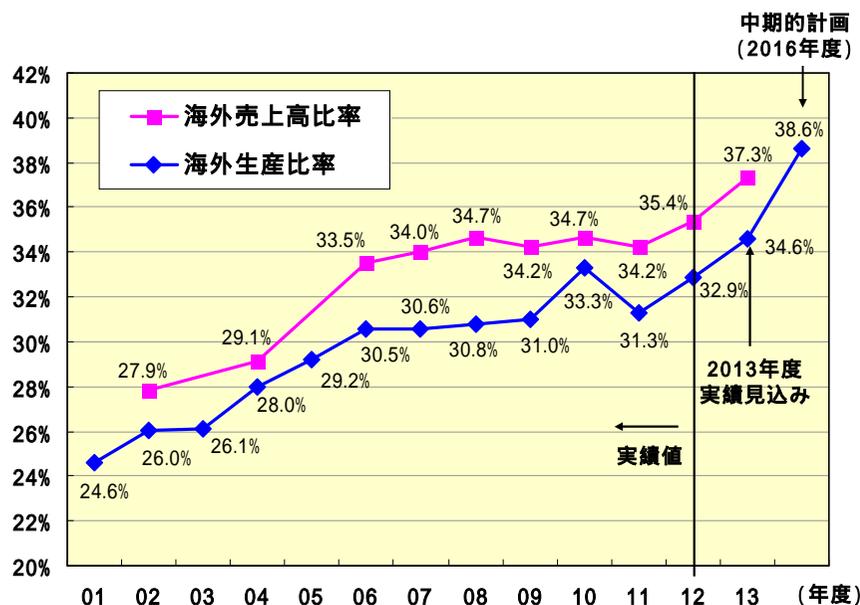
・2012年度中に回答企業が設立した海外現地法人数は合計720社(内訳:生産368社、販売219社、研究開発18社、地域統括24社、その他91社)であり、2011年度中の設立数(688社)を上回った。

■地域別では、中国、ASEANが中心

・地域別にみると、単独では中国の増加分(139社)が最大なるも、ASEAN5カ国合計の増加分は149社と中国を上回る。特に、インドネシアの増加数(58社)がASEAN地域内で最大となった。また、前回調査と比較して北米における現地法人増加数が119社(前回調査43社)と好調な北米経済を反映して、進出が加速した。

### 3. 海外生産比率と海外売上高比率

図表6 海外生産比率<sup>1</sup>と海外売上高比率<sup>2</sup>の推移



- 2012年度実績ベースの海外生産比率はタイ洪水前水準へ復帰
  - ・海外生産比率の2012年度実績値は32.9%と、タイ洪水の影響剥落等により2011年度実績値(31.3%)を1.6ポイント上回り、直近ピークである2010年度実績値(33.3%)近くまで戻した。
  - ・2013年度実績見込みに関しては、海外売上高比率(37.3%)、海外生産比率(34.6%)共に、過去最高値を更新する見込み。年度後半より円安に振れたものの、海外生産比率の拡大基調は不変(図表6)。
- 自動車の海外生産比率が一段と拡大の見通し
  - ・中期的計画(2016年度)における海外生産比率の見通しは38.6%となる。
  - ・業種別にみると、特に自動車において一段と海外生産が拡大(2013年度実績見込み 中期的計画:5.4ポイント増)する見通しが示された(図表7)。

図表7、8の業種別の値は資料6参照。

図表7 主要業種別 海外生産比率<sup>1</sup>の推移

	2011年度 実績		2012年度 実績		2013年度 実績見込		中期的計画 (2016年度)	
	割合	回答社数	割合	回答社数	割合	回答社数	割合	回答社数
化学	24.2%	74	25.0%	82	26.8%	82	30.5%	74
一般機械	24.3%	45	25.2%	56	26.5%	54	28.7%	49
電機・電子	45.2%	88	43.3%	78	44.9%	78	47.6%	73
自動車	33.4%	98	39.4%	114	42.0%	112	47.4%	108
全業種	31.3%	550	32.9%	559	34.6%	554	38.6%	521

図表8 主要業種別 海外売上高比率<sup>2</sup>の推移

	2011年度 実績		2012年度 実績		2013年度 実績見込	
	割合	回答社数	割合	回答社数	割合	回答社数
化学	30.1%	86	31.1%	90	33.6%	88
一般機械	43.2%	45	39.9%	59	41.0%	57
電機・電子	45.1%	94	42.8%	86	45.5%	85
自動車	36.0%	102	38.8%	117	41.4%	113
全業種	34.2%	586	35.4%	601	37.3%	589

- 1 (海外生産高) / (国内生産高 + 海外生産高)
- 2 (海外売上高) / (国内売上高 + 海外売上高)
- 3 各比率は、回答企業の申告値を単純平均したもの。

---

## ・ 要旨・主要ポイント

## 1. 中期的な有望国ではインドネシア、インド、タイ、中国の得票率が拮抗

- 中期的な有望国では上位有望国の順位が大きく変動。中国が調査開始以来はじめて第1位から第4位に後退する一方、市場拡大への期待が高いインドネシアがはじめて第1位となった。インドは第2位に留まるも得票数は大きく減少し、第3位のタイを含め、上位4ヶ国の得票率が40%前後で拮抗する結果となった。但し、長期的(今後10年程度)な有望国では引き続きインド、中国が第1位、第2位であり、両国は今後も主要な事業展開先として認識されている。( 第 、 章)

## 2. 中国を有望国から外した企業は「労働コスト上昇・労働力確保困難」を最も懸念。一方、有望国として挙げた企業はマーケットの規模・成長性を評価

- 前回調査において中国を有望国に挙げた企業で、今回調査でも中国を引き続き有望国に挙げた企業数はほぼ半減したが、今回調査で中国を有望国から外した企業のうち中国事業を縮小・撤退すると回答した企業は一部に留まった。また、今回調査で中国を有望国から外した企業の4割強が「労働コスト上昇・労働力確保困難」を最も懸念する一方、中国を有望国として挙げた企業の多くは市場の規模・成長性を評価しており、中国に対する視点の違いが結果を二分した。( 第 章)

## 3. わが国製造業企業の海外展開は拡大の方向

- 海外生産比率は拡大基調に戻り、回答企業の8割以上が引き続き海外事業を強化・拡大する姿勢にある。海外事業を強化・拡大する企業の9割弱は国内事業を維持、拡大する姿勢にある。海外事業は、海外情報の国内開発への寄与、海外事業経験者の増加による組織力向上、国内事業の効率化などで国内事業に貢献している。( 第 、 章)

## 4. わが国製造業企業の新興国市場での取組は一定の成果

- 新興国市場における主な販売先は今後も日系メーカーが中心であるが、非日系メーカーへの販売も一定程度拡大する方向にある。また、所謂B to C取引である消費者向け事業を実施する企業は約15%であるが、中間所得層もターゲットに含めている企業が多く見られた。アジア新興国市場における製品競争力は中国系、韓国系、インド系企業と比べ自社がやや上とする評価となっている。今後は、新興国への一部の本社機能の移管が進み、またグローバルITシステムの導入が進むことが示された。( 第 章)

## 5. 新興国の電力インフラではインドにおいて問題があるとの回答が多い

- 新興国の電力インフラでは現地で事業展開している企業の約3割が問題があると回答しており、上位有望国ではインドにおいてその割合が約6割と最も高い。一方、工業用水に関しては、問題があると回答した企業は約1割に留まった。また、運輸・通信インフラ(道路、鉄道、港湾、空港、通信ネットワーク)に関しては、全地域に共通して道路への改善ニーズが最も高い。( 第 章)

### ■ わが国製造業企業の海外事業展開は中期的に強化される方向にある

- 海外現地法人の増加数(720社)は前回調査(688社)を上回る。( 3頁) 海外生産比率(2013年度実績見込み:34.6%)は拡大基調に戻り、業種別では、自動車の海外生産比率が急伸(中期的計画:47.4%)する。( 4頁) また、中期的な海外事業の強化姿勢(82.5%)もリーマンショック以降4期連続で回答企業の8割を超え、引き続き高水準となった。( 13頁)

### ■ 国内事業の強化・拡大姿勢は3期振りに増加に転じた

- 全産業にわたり国内事業を強化・拡大する動きは増加(25.7% 28.0%)に転じた。( 13頁) 業種別で見ると自動車では前回調査に引き続き縮小姿勢が約2割(14.6% 19.0%)へ拡大した。( 14頁)

### ■ 海外事業を強化・拡大する企業の9割弱は国内事業を維持・拡大する姿勢

- 中期的に海外事業を拡大する企業(500社)の9割弱(86.4%)が国内事業を維持または拡大する姿勢。( 15頁)
- 主な国内事業の強化・拡大理由は「既存事業における需要拡大」であり、国内事業見通しの最大のマイナス要因は「国内市場の縮小」(80.2%)。( 16、17頁)
- 大幅な円安が定着した場合の国内事業見通しに関しては、「国内事業見通しに影響を与えない」(56.2%)が主な回答となった。( 18頁)

### ■ 海外事業の国内事業への主な効果は「海外情報の国内開発への寄与」「国内組織力向上」「国内事業の効率化」

- 回答企業の約85%が海外事業展開は国内事業にプラスの相乗効果があると認識。主な効果は「海外情報の国内開発への寄与」(38.2%)、「国内組織力の向上」(36.0%)、「国内事業の効率化」(33.5%)。( 19頁)

### ■ 海外事業展開評価は、売上高、収益満足度共に前回調査並み水準

- 収益満足度で見ると、競争激化やコスト削減困難等により中国にて数値が大幅低下(2.44 2.25)する一方、円安や市場拡大等により北米(2.56 2.72)、ASEAN5(2.61 2.72)にて数値が改善し、全地域合計では前回調査並(2.54 2.56)の水準となった。( 9~12頁)

### ■ 中期的有望事業展開先国・地域では、中国が本調査開始以来はじめて第1位から第4位に後退。インドネシアがインドを抑え第1位に浮上

- 本調査開始以来はじめて中国が有望国ランキングで回答社数を半減させ1位から4位へ後退。インドネシアが1位へ、タイが3位浮上する一方、インドが回答社数を大幅減少させ2位に留まった。インドネシア、インド、タイ、中国の得票率が40%前後で拮抗する結果となった。( 20、21頁)

### ■ 中国を有望国から外した企業は「労働コスト上昇・労働力確保困難」を最も懸念

- 前回調査において中国を有望国に挙げた企業で、今回調査でも中国を引き続き有望国に挙げた企業数はほぼ半減。
- 今回調査で中国を有望国から外した企業のほとんどが既に中国にて事業を実施しており、その4割強(41.2%)が中国事業の中期的な懸念として、「労働コスト上昇・労働力確保困難」を挙げた。( 22頁)

- **回答企業の約3割が事業を実施する新興国における電力インフラに問題があると認識。工業用水は約1割に留まる。運輸・通信インフラでは道路に対する改善ニーズが高い**
  - ・ 回答企業の約3割が事業を実施している新興国における電力インフラに問題があると認識。地域別でみると、インドにおいて「問題がある」とする回答比率が高い(57.7%)。一方、工業用水に関しては問題があるとする回答比率は約1割に留まった。( 42~44頁)。
  - ・ 運輸・通信インフラの中では道路が最も改善希望が高い(58.5%)。次に改善希望の高いインフラは通信ネットワーク(24.4%)。( 45、46頁)
- **FTA/EPAに基づく優遇措置はASEAN関連取引で最も活用される**
  - ・ FTA/EPAに基づく優遇措置を活用している企業は回答企業の約2割であるが、そのうち最も活用されている地域はASEANであることが示された。( 47、48頁)
- **新興国市場では日系金融機関が最も良く利用される。地場金融機関の課題は高い金利と日本語対応**
  - ・ 新興国市場では日系金融機関が「預金・送金・決済」、「進出先国における融資(現地通貨)」、「相談・助言・コンサルティング」まで幅広く利用されていることが示された。次点は地場金融機関。( 49頁)
  - ・ 地場金融機関に対する課題・不満は「高い金利」と「日本語対応が不十分」。市場別でみると、中国では「関係構築が困難」、インドでは「手続きが遅い」が比較的課題と感じられている。( 50頁)
- **新興国市場では非日系メーカーへの取引も進む。新興国市場の取組みに一定の成果**
  - ・ 現状、新興国市場では回答企業の約1/4が日系メーカーのみの取引に留まる。今後も販売先は日系メーカーが中心であるが、非日系メーカーへの取引も一定程度拡大する見通し。( 51頁)
  - ・ 回答企業の約15%が取組む消費者向け事業(所謂B to C取引)のターゲットは高~中所得層が中心。新興国市場の取組みに関し一定の成果が得られつつある。( 52、53頁)
- **新興国市場における製品競争力は新興国企業よりも自社がやや上と評価**
  - ・ 新興国市場における製品競争力は回答企業全体でみると、中国系企業、韓国系企業、インド系企業に比べ自社がやや上とする評価となった。一方、欧米系企業に対しては自社よりも上とする評価となり、手ごわい競争相手と認識していると見受けられる。( 54頁)
- **今後は新興国への一部の本社機能の移管が進む。グローバルITシステムは約1割が導入済みであり約3割が中期的に導入を検討**
  - ・ 現状先進国への一部本社機能の移管が進んでいるが、今後は、新興国への地域本社や設計機能などの本社機能の移管も進む。( 55頁)
  - ・ 回答企業の約1割がグローバルITシステムを導入済み。また、中期的に回答企業の約3割が導入を検討中。( 56頁)

---

## ・ パフォーマンス評価(2012年度実績評価)

# 1. 売上高・収益の満足度評価(主要国・地域別)

問

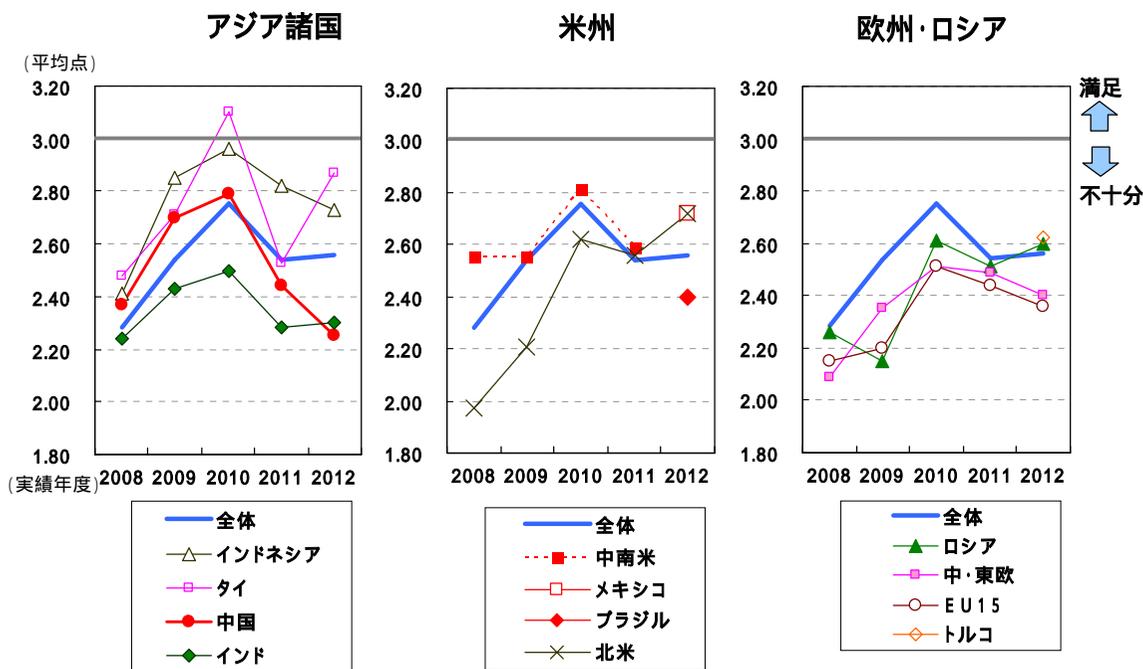
貴社の海外進出地域・国における2012年度の売上高・収益は、当初目標と比べると、下記のいずれに該当しますか。  
「1. 不十分」「2. やや不十分」「3. どちらともいえない(当初目標通り)」「4. やや満足」「5. 満足」

図表9 売上高・収益 満足度評価 (全業種平均)

(実績年度)	2010年度	2011年度	2012年度
売上高	2.85 (+0.30)	2.64 ( 0.21)	2.63 ( 0.01)
収益	2.75 (+0.21)	2.54 ( 0.21)	2.56 (+0.02)

(注1)進出先地域・国ごとの評価点を単純平均したもの。  
(注2)( )内の数値は、前年度の評価点からの増減。

図表10 収益 満足度評価 (地域別)



(注1) 米州のうち、中南米は2012年度実績よりメキシコとブラジルの個別集計に変更。  
欧州・ロシアのうち、トルコは2012年度実績より集計開始。  
(注2)国・地域別の詳細データは資料7参照。

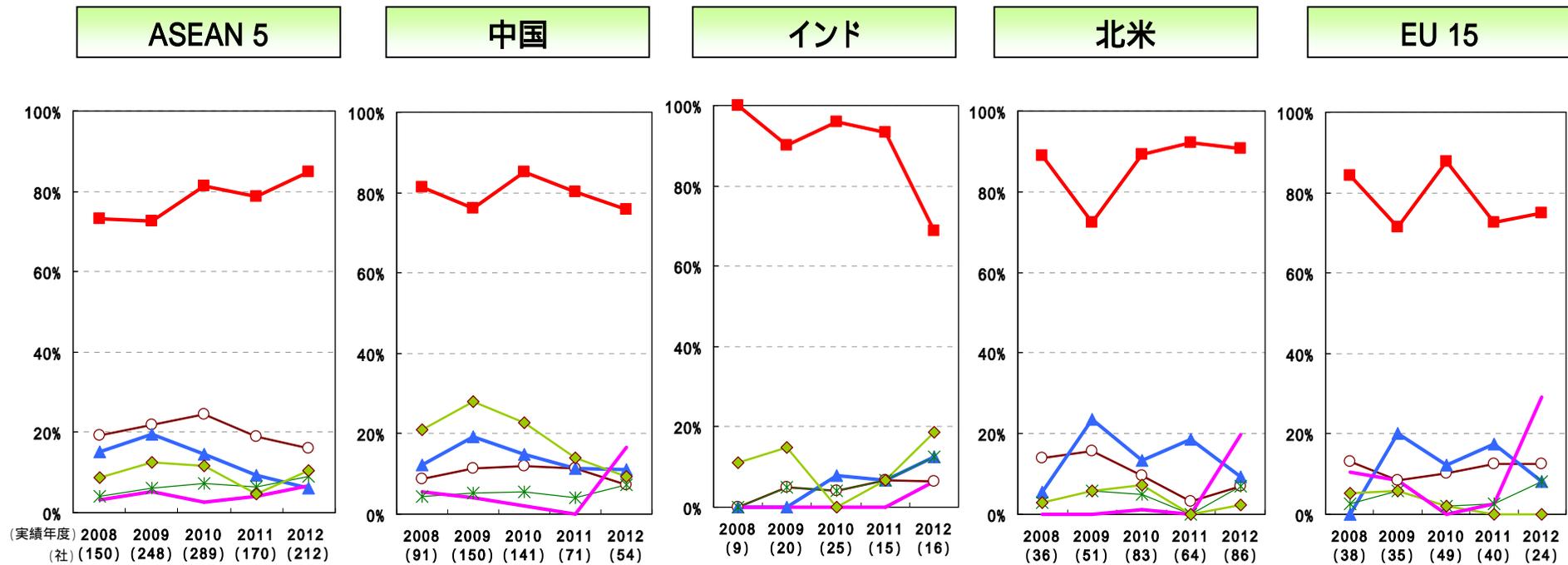
図表11 日本より収益率が高い国・地域 (割合順)

国・地域	日本より「収益率が高い」と回答( )	進出先地域・国ごとの回答数( )	割合 ( / )
1. タイ	129	363	35.5%
2. 中国	124	517	24.0%
3. NIEs3	60	267	22.5%
4. インドネシア	54	251	21.5%
5. フィリピン	29	143	20.3%

(注)海外進出先地域・国における2012年度の収益率について、当該地域・国の収益率が日本より高い場合、その地域・国を回答してもらったもの。なお、「進出先地域・国ごとの回答数( )」は、左記設問(売上高・収益満足度評価)に回答した企業数と、左記設問に無回答で「日本より収益率が高い」と回答した企業数の合計。

- 売上高、収益の満足度評価は昨年度とほぼ同じ  
・2012年度実績(海外事業)に対する満足度は、売上高が2.63(昨年度に比べ 0.01)、収益が2.56(同+0.02)と、いずれもほぼ昨年度と同程度(図表9)。
- タイの満足度が上昇、中国は2年連続で低下  
・洪水の影響がなくなったタイの収益満足度が回復し、2012年度実績の評価対象国・地域の中では最も高評価(2.87)。その一方で、中国の満足度は2010年度の評価をピークに低下傾向にあり、今回は評価対象国・地域中で最下位に(2.25)(図表10)。
- 北米の評価が上昇  
・北米の満足度が上昇し、インドネシアの収益満足度と同水準に(2.72)。今回追加したメキシコは全体平均を上回る(2.72)。他方、経済成長の鈍化を反映し、ブラジルの満足度は全体平均を下回った(2.40)(図表10)。
- タイは「日本より収益率が高い」と回答した企業数、回答割合が上昇、中国はともに低下  
・タイは、同国での収益率が日本のそれを上回ると回答した企業数が129社(昨年度比10社増)、回答割合が36.3%(同2.5ポイント増)となり、評価対象先国・地域の中で第1位。第2位の中国は、回答社数は124社(同31社減)、回答割合は24.2%(同6.1ポイント減)(図表11)。

図表12 収益 満足理由の推移(複数回答可)



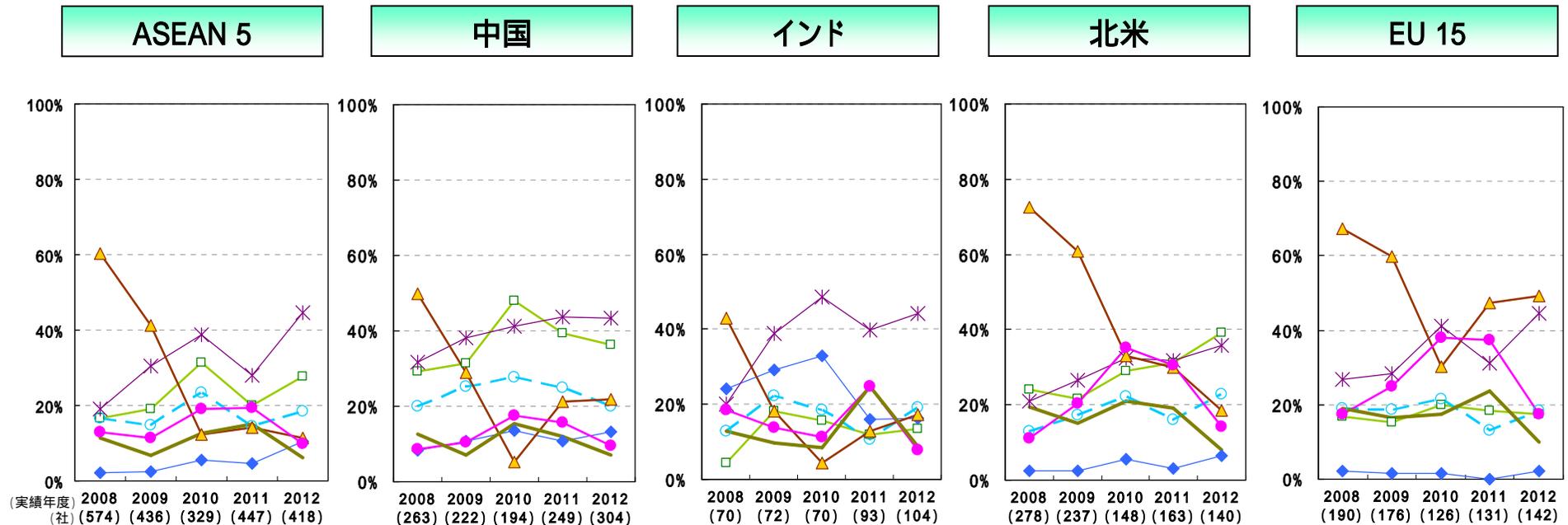
(注) 収益満足度で「4.やや満足」もしくは「5.満足」と回答した企業に対し、進出先地域・国ごとにその理由を質問したもの。  
 パーセントは、当該地域・国における各年度の回答社数(図表の実績年度の下の( )内数値)に占める各選択肢の割合。複数回答可。

- 1. 該当国・地域内での販売活動が順調
- 2. 該当国・地域からの輸出が順調
- ▲— 3. コスト削減が順調(人件費、原材料費等)
- \*— 4. 生産集約化によるコスト削減が順調
- ◇— 5. 生産設備の稼働本格化
- ◆— 6. 為替差益(連結決算時の円換算効果も含む)

■2012年度の収益満足理由の特徴は、「6.為替差益」の回答割合の上昇  
 ・収益満足理由の中で最も回答割合が高い項目は、これまでと同様に「1.該当国・地域内での販売活動が順調」。前回(2011年度実績)と異なる点は、「6.為替差益」(連結決算時の円換算効果も含む)への回答が増加した点であり、図表12の主要5カ国・地域に共通して見られる。

■ASEAN5は域内での販売活動が順調  
 ・ASEAN5は、「1.該当国・地域内での販売活動が順調」の回答割合が前回の78.8%から84.9%へ上昇(6.1ポイント増)し、同項目の回答社数は134社から49社増加して180社となった。他方、インドと中国の同割合は2年連続で低下し、それぞれ68.8%(24.5ポイント減)、75.9%(4.4ポイント減)となった。

図表13 収益 不十分理由の推移(複数回答可)



(注) 収益満足度で「1.不十分」もしくは「2.やや不十分」と回答した企業に対し、進出先地域・国ごとにその理由を質問したもの。  
 パーセントは、当該地域・国における各年度の回答社数(図表の実績年度の下の( )内数値)に占める各選択肢の割合。複数回答可。

- 1. コスト削減が困難(人件費、原材料費等)
- 2. 設立後まもなく、本格稼働に入っていない
- 3. 販売先からの値引要求
- 4. 販売先確保が困難(他社との厳しい競争)
- 5. 景気変動による市場規模縮小
- 6. 円高による貴社製品の競争力低下
- 7. 為替差損(連結決算時の円換算効果等も含む)

■「6.円高による貴社製品の競争力低下」は各国・地域に共通して減少

・2009年度実績以降、円高は日本企業が海外市場で苦戦する要因の一つとなっていたが(前回は不十分理由の第2位)、2012年後半の円安の効果が表れ、2012年度実績では、回答割合、回答社数ともにほぼ半減。

■アジアでは「4.販売先確保が困難」、EU15では引き続き「5.景気変動による市場規模縮小」が最大の収益不十分理由

・ASEAN5、中国、インドでは収益不十分理由を回答した企業の4割以上が「4.販売先確保が困難」を指摘しており、現地での競争の厳しさが窺える。  
 ・EU15は債務危機の影響もあって、需要回復が遅れており、半数の回答企業が「5」を指摘。一方、北米の景気回復は顕著であり、ピーク時(2008年度実績)に72.7%もあった「5.」の回答割合は2012年度実績では18.6%に。

図表14 売上高・収益 満足度評価 (2012年度実績)

	業種別平均		前年度実績からの増減		回答社数	収益で最も平均点が高かった国・地域
	売上高	収益	売上高	収益		
1. 鉄鋼	2.71	2.85	0.29	+0.00	15	NIEs3(3.60)
2. 化学	2.80	2.74	+0.16	+0.20	87	フィリピン(3.22)
3. 輸送機(自動車を除く)	2.74	2.71	0.16	0.11	10	シンガポール、マレーシア(3.67)
4. 食料品	2.73	2.71	0.15	0.04	30	NIEs3(3.43)
5. 石油・ゴム製品	2.67	2.66	0.40	0.08	15	ベトナム(3.29)
6. 一般機械	2.57	2.60	+0.01	+0.04	59	タイ(3.09)
7. 電機・電子	2.55	2.58	+0.14	+0.21	81	メキシコ(2.83)
8. 繊維	2.76	2.55	+0.52	+0.31	24	シンガポール(3.67)
9. 金属製品	2.63	2.53	0.02	+0.03	14	北米(3.67)
10. 自動車	2.75	2.51	0.05	0.09	115	トルコ(3.13)
11. 非鉄金属	2.49	2.51	0.14	+0.08	16	北米(3.33)
12. 紙・パルプ・木材	2.54	2.43	0.29	0.31	12	タイ(3.50)
13. その他	2.48	2.43	0.18	0.20	49	タイ(3.12)
14. 精密機械	2.46	2.36	0.16	0.16	35	ロシア(2.80)
15. 窯業・土石製品	2.32	2.16	0.04	0.19	17	ブラジル(2.67)

(注)上記表の業種の順番は業種別平均(収益)値が大きい順。業種別平均(収益)値が同じ場合は業種別平均(売上高)値が大きい順。

■業種別では、当初目標を超える業種はなし

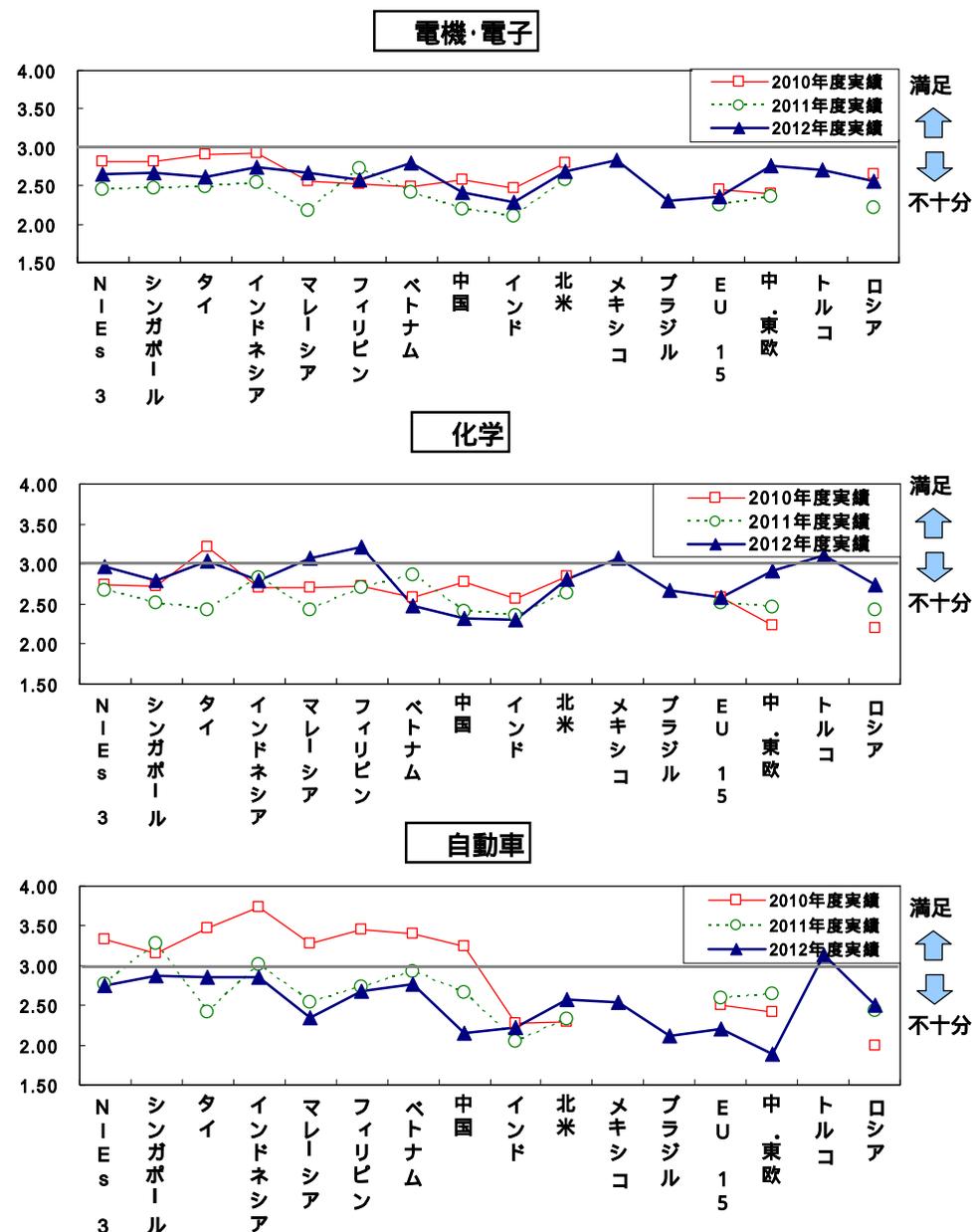
・業種別に収益満足度を比較すると、アジア地域における堅調な市場拡大を背景に、2期連続で鉄鋼が首位となったものの、前回調査同様に、評価「3」(=当初目標通り)を超える業種はなかった(図表14)。

■自動車では中国の収益満足度が悪化

・自動車の収益満足度は前回調査比微減(2.60 2.51)となり、他業種が相対的に数値を改善したことから、7位から10位へ後退した(図表14)。国別で見ると、タイでは洪水の影響を脱し2.42 2.86へ改善。一方、中国は、他地域が前年並み水準に留まる中、コスト上昇、競争激化に加え、昨年夏以来の不買運動等の影響もあり、収益満足度は2.66 2.16へ悪化(図表15)。

(注)図表15で、中南米は2012年度実績よりメキシコとブラジルの個別集計に変更。トルコは2012年度実績より集計開始。

図表15 国・地域別 収益 満足度評価 (主要3業種)



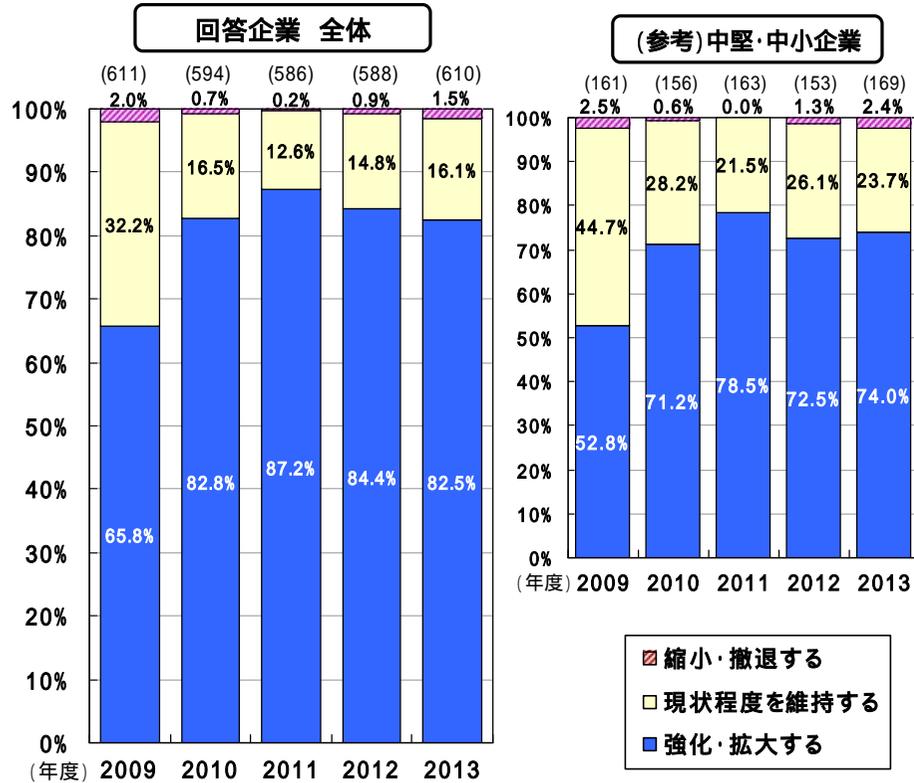
---

## ・ 事業展開見通し

問 中期的(今後3年程度)な海外事業及び国内事業全般にかかる見通しにつき質問した。

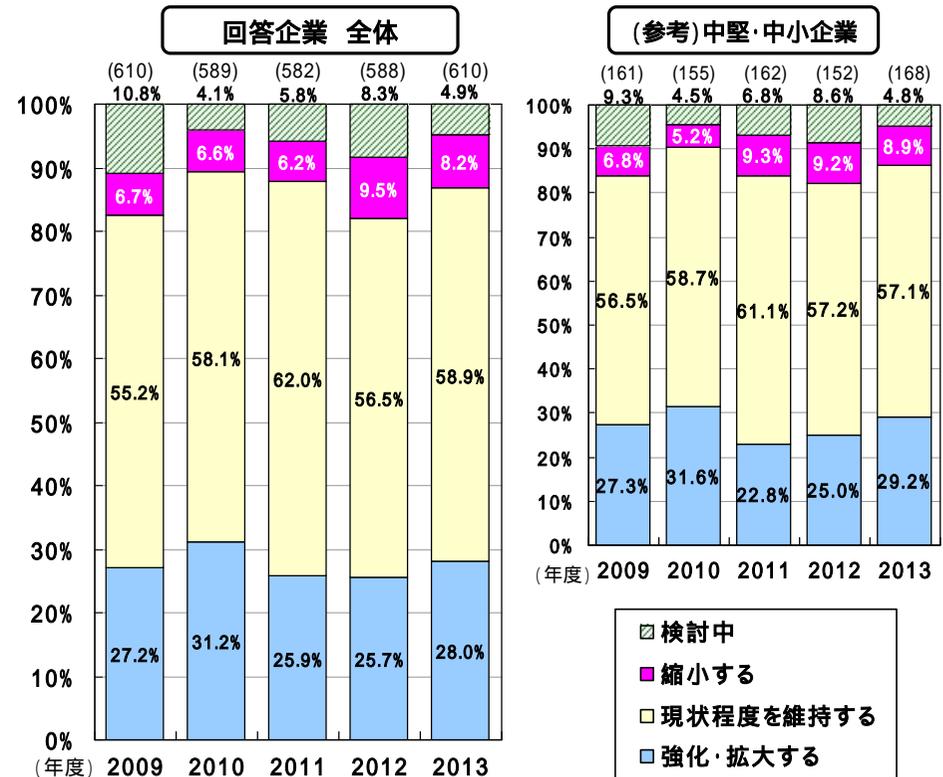
## 海外

図表16 中期的(今後3年程度) 海外事業 展開見通し



## 国内

図表17 中期的(今後3年程度) 国内事業 展開見通し



(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、各社が取組む生産の外部委託、調達等を含む。  
 (注2)棒グラフの上の( )内の数は、本設問に回答した企業数。  
 (注3)「中堅・中小企業」とは資本金10億円未満の企業。

### ■海外事業の強化・拡大姿勢は引き続き高水準

・今回調査では、海外事業を中期的に「強化・拡大する」と回答した企業数は503社、82.5%となった。前回調査と比較すると比率は若干低下(1.9ポイント)したが、全体的に、拡大姿勢は引き続き強いと言えよう。資本金10億円未満の中堅・中小企業の海外事業展開の見通しについても「強化・拡大する」が1.5ポイント増加し74.0%となった。

### ■国内事業は3期ぶりに強化・拡大姿勢が増勢に転じる

・国内事業見通しについては、回答企業の28.0%(前回調査比2.3ポイント増)が「強化・拡大する」を選択し、3期ぶりに増加に転じ、「縮小する」の割合は8.2%へ低下した。中堅・中小企業では、「強化・拡大する」を選択した回答企業の割合は29.2%と前回調査と比較し4.2ポイントの増加となった。国内市場においても景況感の回復を受け幅広い業種にて、中期的な事業見通しが好転している。

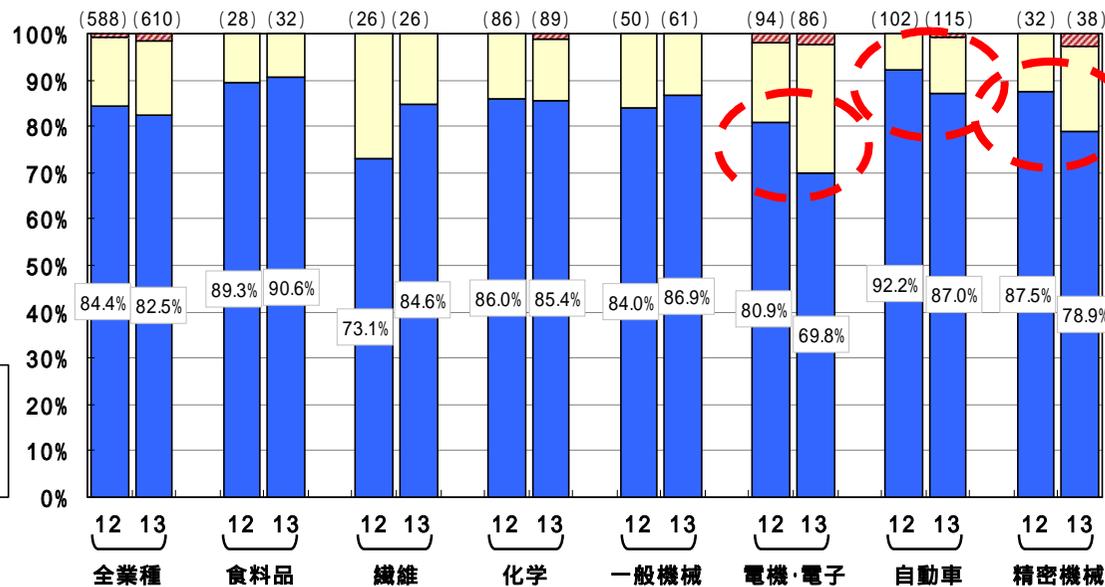
## 2. 事業強化姿勢(国内・海外、業種別)

図表18、19の業種別データは資料4参照。

図表18 中期的  
海外事業 展開見通し

海外

- 縮小・撤退する
- 現状程度を維持する
- 強化・拡大する



■ 海外事業の強化・拡大姿勢は業種によって温度差が強まる

- ・海外事業の強化・拡大姿勢は引き続き強いものの、電機・電子、自動車、精密機械においては現状維持の姿勢が強まった。
- ・一方、食料品、繊維、化学といった内需型産業では引き続き海外事業の強化姿勢は高水準となっている。

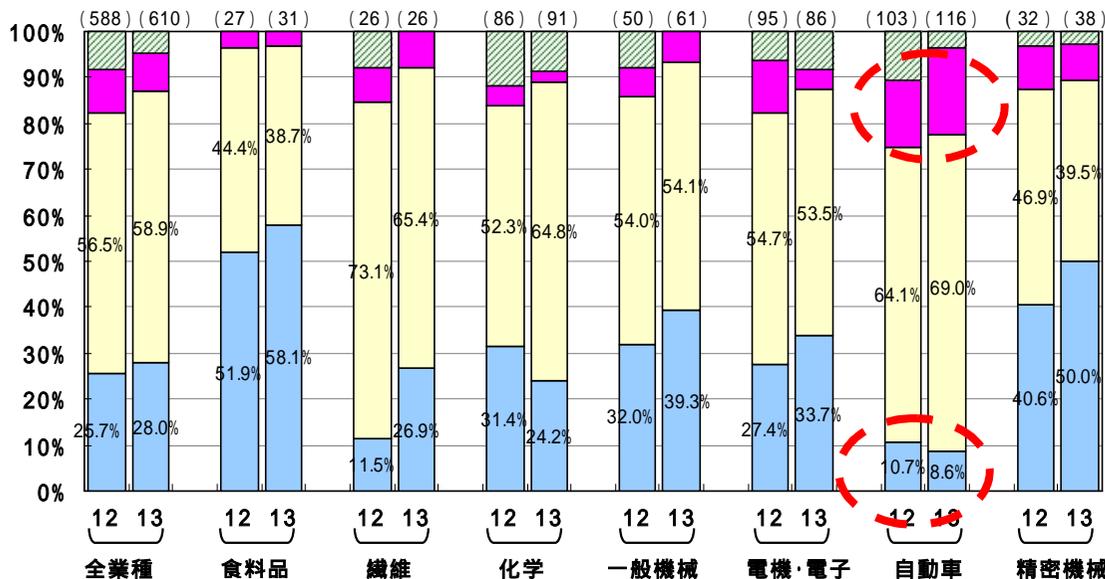
(注1)「海外事業」の定義：海外拠点での製造、販売、研究開発などの活動に加えて、各社が取組む生産の外部委託、調達等を含む。

(注2)棒グラフの上の( )内の数は、本設問に回答した企業数。

図表19 中期的  
国内事業 展開見通し

国内

- 検討中
- 縮小する
- 現状程度を維持する
- 強化・拡大する



■ 国内事業の見通しは、業種幅広く強化・拡大姿勢が強まるが、自動車では縮小姿勢が強まる

- ・国内事業見通しについては、食料品(58.1%)、精密機械(50.0%)、一般機械(39.3%)、電機・電子(33.7%)と幅広い産業において強化・拡大姿勢が強まった。
- ・自動車において強化・拡大姿勢が弱まると同時に縮小姿勢が19.0%(前回調査14.6%)へ強まった。
- ・今回調査では、国内事業見通しの強化・拡大姿勢が増加に転じたが、他産業への波及効果の大きい自動車にて前回調査に引き続き縮小姿勢が強まっている。

■ 中期的に海外事業を拡大する企業(500社)の9割弱(86.4%)が国内事業を維持または拡大する見通し

- 中期的に海外事業を「強化・拡大する」企業(500社)のうち9割弱(86.4%、432社)が国内事業を維持または拡大すると回答。前回調査に比較し「海外事業拡大、国内事業維持または拡大」と回答した社数は401社から432社へ増加した。(参考)
- 一方、海外事業を「強化・拡大する」企業のうち47社が国内事業を縮小する見通しと回答。前回調査に比較し「海外事業拡大、国内事業縮小」とする回答社数は若干の減少となった(53社 47社)。業種別にみると、その約半数(46.8%)は自動車であった。

図表20 海外事業と国内事業見通しのクロス分析(回答社数:608社)

中期的(今後3年程度)見通し			
海外事業	国内事業	回答社数	構成比
現状程度を維持する (母数:98社)	強化・拡大する 18 18.4% 現状程度を維持する 74 75.5% 縮小する 1 1.0% 検討中 5 5.1%		
縮小・撤退する (母数:10社)	強化・拡大する 2 20.0% 現状程度を維持する 3 30.0% 縮小する 2 20.0% 検討中 3 30.0%		

(参考)海外事業を拡大する企業のうち、国内事業を維持または拡大する見通しにある企業数の推移

	2011年度調査	2012年度調査	2013年度調査
構成比(%)	87.9	81.8	86.4
社数	445	401	432

図表21 海外事業を強化・拡大し国内事業を縮小すると回答した企業(47社)のプロファイル

売上高規模

	国内縮小(A)	回答社数(B)	(A)/(B)
1兆円以上	2	40	5.0%
3,000億円以上1兆円未満	5	56	8.9%
1,000億円以上3,000億円未満	11	108	10.2%
500億円以上1,000億円未満	7	112	6.3%
100億円以上500億円未満	13	217	6.0%
100億円未満	9	82	11.0%
無回答	0	10	-
合計	47	625	7.5%

資本金規模

	国内縮小(A)	回答社数(B)	(A)/(B)
大企業	32	440	7.3%
中堅・中小企業	15	171	8.8%
無回答・持株会社	-	14	-
合計	47	625	7.5%

業種別

	国内縮小(A)	回答社数(B)	(A)/(B)
自動車	22	121	18.2%
電機・電子	3	89	3.4%
化学	2	92	2.2%
一般機械	4	61	6.6%
精密機械	2	38	5.3%
食料品	1	32	3.1%
繊維	2	26	7.7%
金属製品	1	18	5.6%
非鉄金属	3	17	17.6%
鉄鋼	0	17	0.0%
石油・ゴム製品	1	15	6.7%
窯業・土石製品	1	18	5.6%
輸送機	1	11	9.1%
紙・パルプ・木材	1	12	8.3%
その他	3	58	5.2%
合計	47	625	7.5%

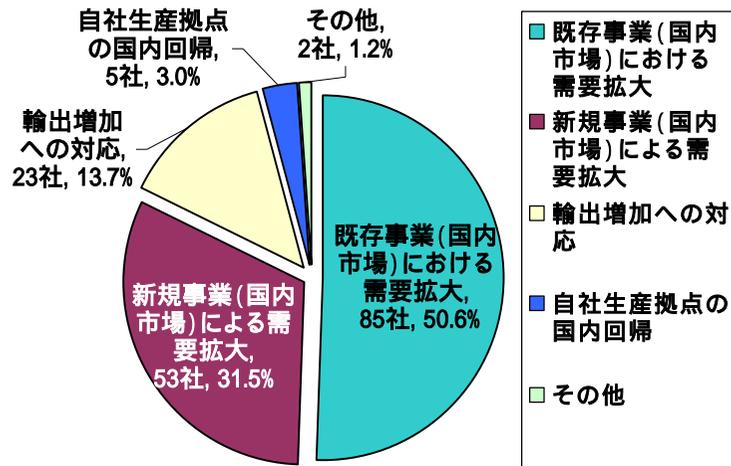
問

国内事業を「強化・拡大する」と回答した企業の方にお尋ねします。国内事業の中期的な見通しについて「強化・拡大する」を選択された理由のうち、最も大きな理由を選択肢から1つお選び下さい。

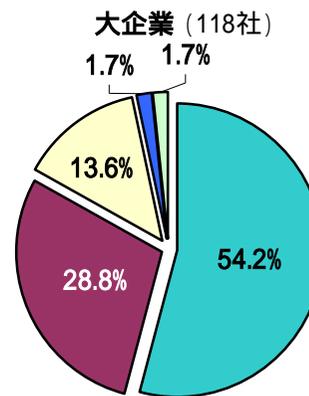
図表22 国内事業強化・拡大の理由

(1) 全業種

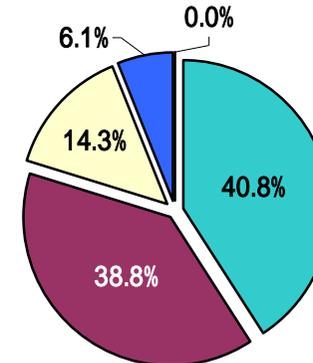
(回答社数 = 168社)



(2) 企業規模

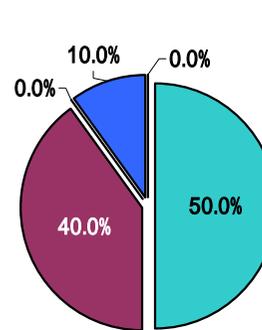


中堅中小企業 (49社)

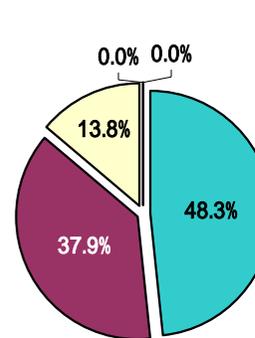


(3) 主要業種

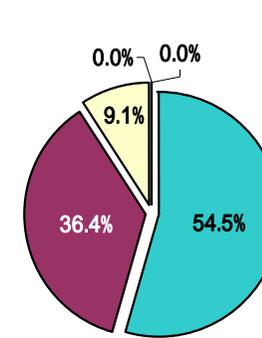
自動車 (10社)



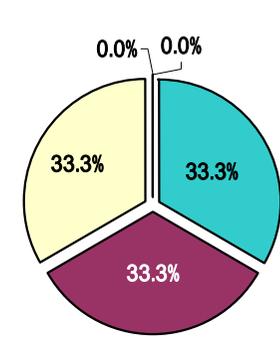
電機・電子 (29社)



化学 (22社)



一般機械 (24社)



■ 国内事業の主な強化・拡大理由は「既存事業における需要拡大」

・回答企業の国内事業の強化・拡大する主な理由は、「既存事業(国内市場)における需要拡大」(50.6%)が半数に上った。「新規事業(国内市場)による需要拡大」(31.5%)、「輸出増加への対応」(13.7%)が続き、2012年後半からの急速な円安を背景とした「自社生産拠点の国内回帰」(3.0%)は一部に留まった。今回調査における国内事業の見通しが若干好転した主な理由は、主に国内景気の景況感の好転が反映されたものと考えられる。

■ 中堅・中小企業では、強化・拡大理由として「新規事業による需要拡大」(38.8%)も多い

・一方、中堅・中小企業においては、国内事業の見通しを強める理由として、大企業と比較し「新規事業による需要拡大」も比較的強く見られた。企業ヒアリングにおいても「既存の取引先からの部品受注が大幅減少したものの、固定価格買取制度の導入を契機に、太陽光発電関連事業を強化し、足下、好調である」(電機・電子)との声も聞かれ、中堅・中小企業が市場変化に迅速に対応している様子も窺える。

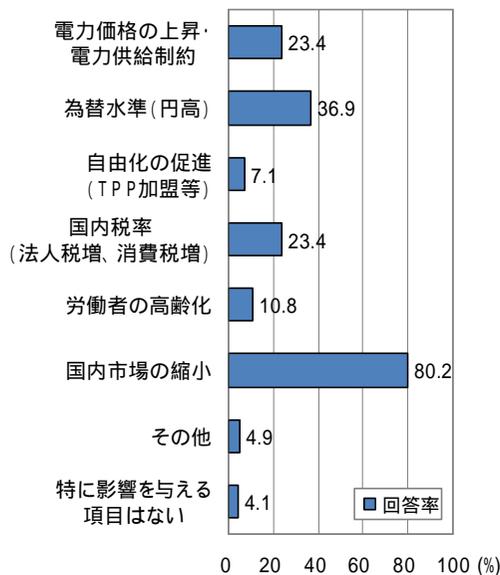
問

貴社の中期的(今後3年程度)な国内事業見通しに影響を与える要因についてお伺いします。貴社の国内事業の見通しを縮小させる方向に働くと考えられることを、以下の選択肢から最大3つまでお選び下さい。

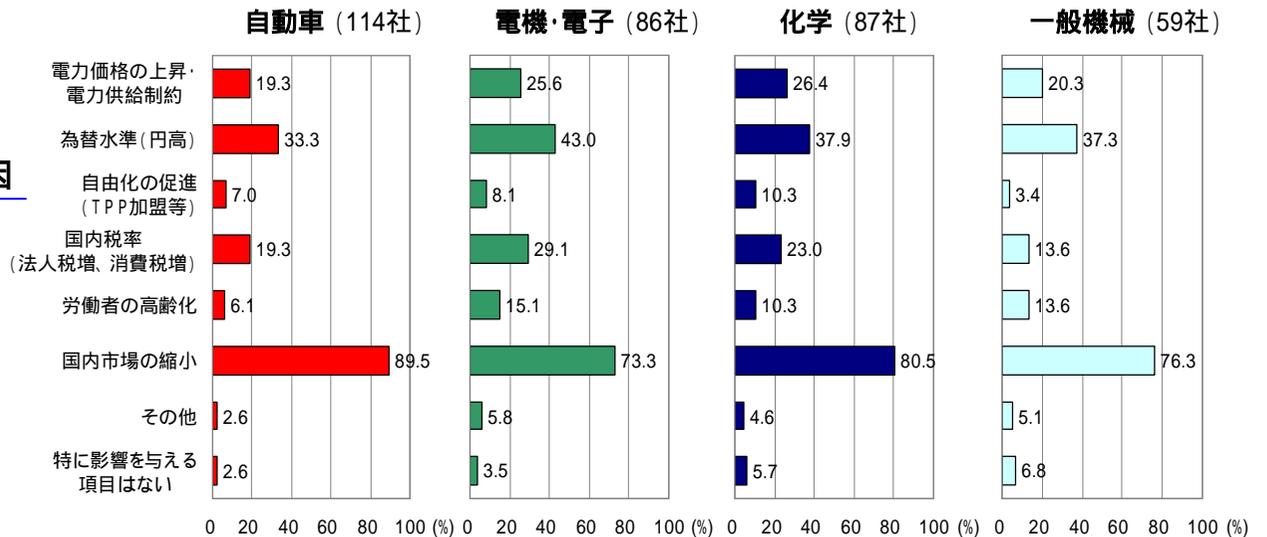
図表23 国内事業見通しに影響を与える要因

(1) 全業種

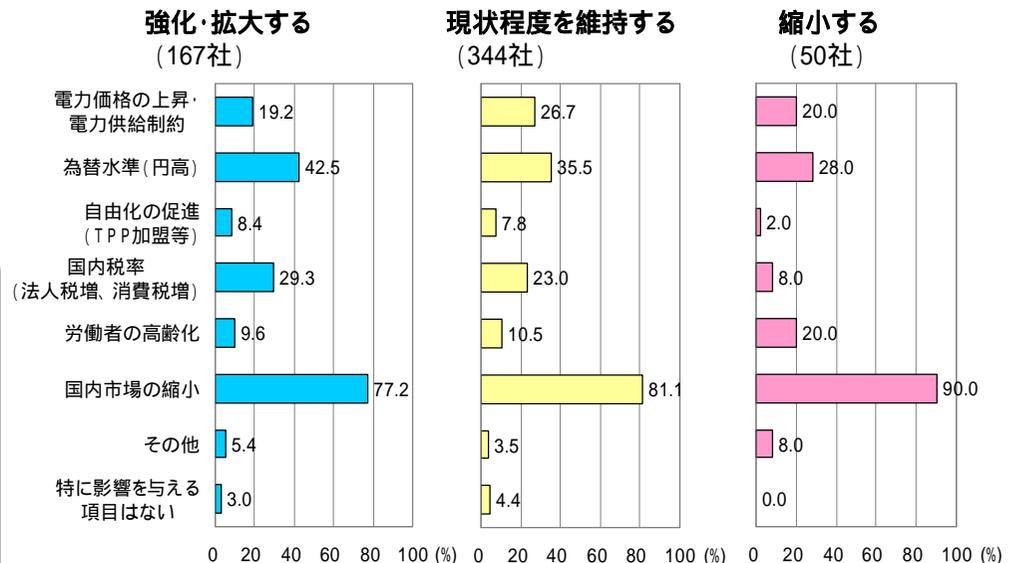
(回答社数 = 590社)



(2) 主要業種における回答状況



(3) 国内事業見通し別



■国内事業見通しの最大のマイナス要因は「国内市場の縮小」。「TPP等の自由化促進」は一部に留まった

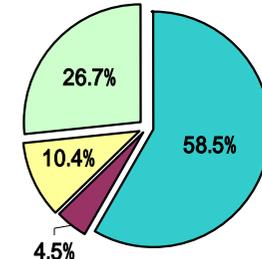
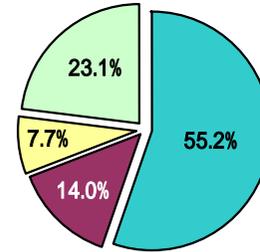
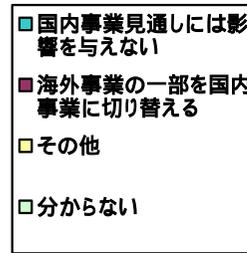
- ・全業種ベースでみると、回答企業の8割が「国内市場の縮小」を選択し、他の選択肢を圧倒した。次点は「為替水準(円高)」(36.9%)と「電力価格の上昇・電力供給制約」(23.4%)。
- ・業種別にみると、電機・電子において「国内税率」(29.1%)と「為替水準(円高)」(43.0%)が全業種を上回った。
- ・「国内税率」、「為替水準(円高)」の上昇は、国内事業見通しを「強化・拡大する」姿勢の企業にとって、よりマイナスに働く要因(それぞれ29.3%、42.5%)と認識されていることが示された。

**問**  
 大幅な円安が定着すると仮定した場合、貴社では中期的(今後3年程度)な国内事業見通しをどのようにお考えですか。

## (2) 海外生産比率別にみた円安の影響

海外生産比率50%以上 (143社)

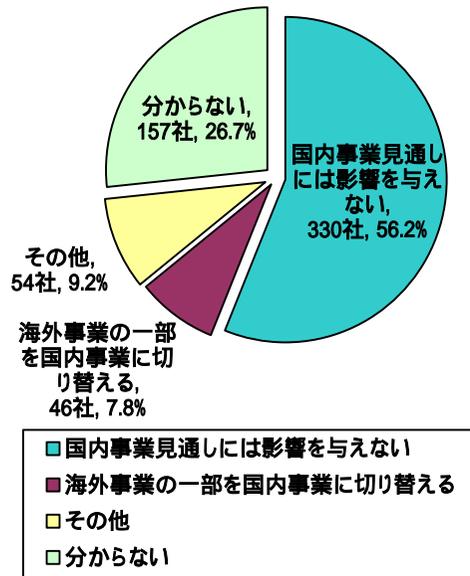
海外生産比率50%未満 (337社)



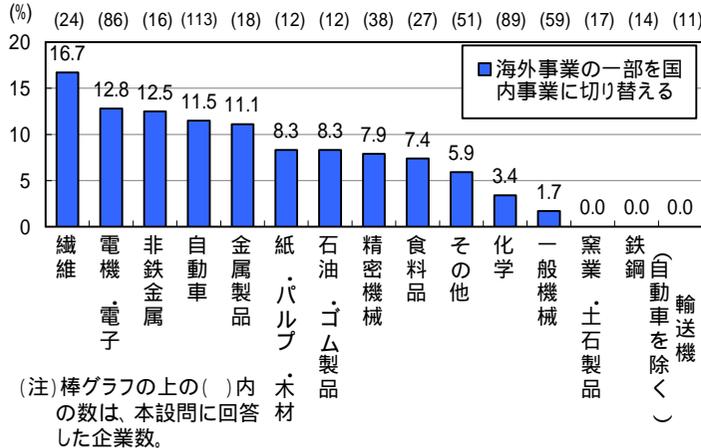
図表24 大幅な円安が定着した場合の国内事業見通し

### (1) 全業種

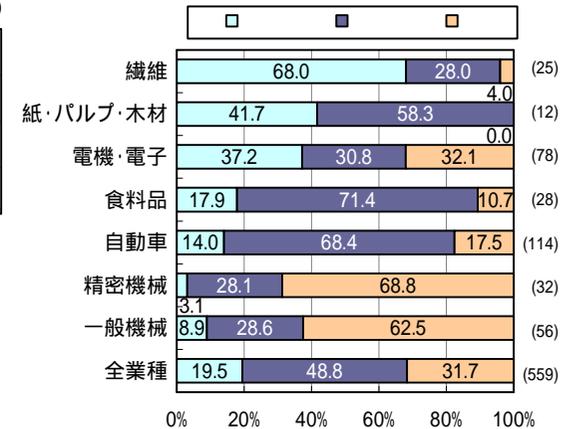
(回答社数 = 587社)



### (3) 業種別にみた国内事業への切り替え



### (参考) 海外生産比率と海外売上高比率の比較



#### ■ 大幅な円安の定着は「国内事業の見通しには影響を与えない」との回答が約6割と主流

・2012年後半より急速に円安が進展したが、更に円安が進展した場合においても、56.2%の回答企業は国内事業の見通しを検討する際、為替の動きは「国内事業見通しに影響を与えない」と認識していることが示された。

#### ■ 海外事業を国内事業へ切り替えると回答した企業は一部に留まる

・海外事業の一部を国内事業に切り替えると回答した企業は一部(7.8%)に留まった。業種別にみると、海外生産比率が海外売上高比率を上回る企業数の多い繊維(16.7%)、電機・電子(12.8%)において、比較的回答比率が高いとの結果が得られた。

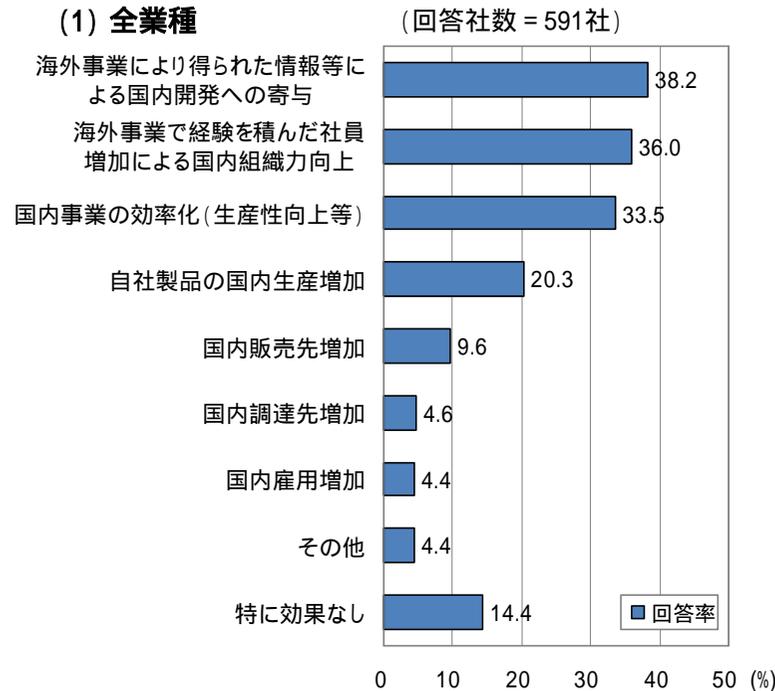
海外生産比率 > 海外売上高比率  
 海外生産比率 = 海外売上高比率  
 海外生産比率 < 海外売上高比率

(注) 棒グラフの右の( )内の数は、本設問に回答した企業数。

問

貴社では、海外事業展開することにより、中期的(今後3年程度)に国内事業にどのような効果をもたらされるとお考えですか(複数回答可)。

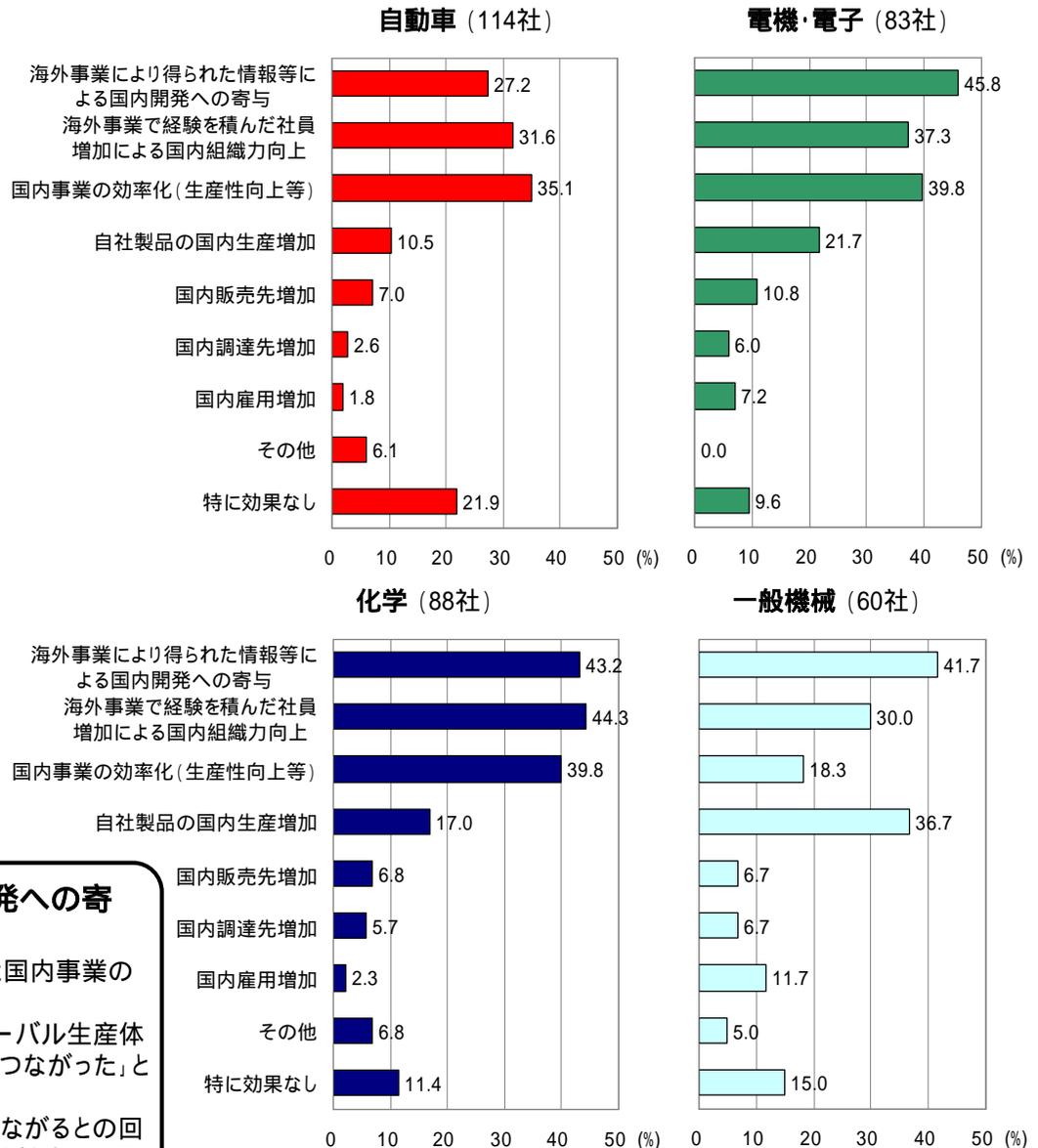
図表25 海外事業展開が国内事業にもたらす効果



■海外事業展開が国内事業に与える主な効果は「国内開発への寄与」、「国内組織力向上」、「国内事業の効率化」

- ・「特に効果なし」(14.4%)を除くと、回答企業の約85%が、海外事業と国内事業の間でプラスの相乗効果があると認識していることが示された。
- ・「国内事業の効率化」に関しては、企業インタビューにおいて、「グローバル生産体制を構築する際に、国内生産プロセスも見直したことにより効率化につながった」との声が多く聞かれた。
- ・一般機械では、海外事業の拡大が「自社製品の国内生産増加」につながるとの回答が2番目に多い回答となった。海外事業の拡大が、国内事業の量的拡大にも貢献していることが示された。

(2) 主要業種における回答状況



---

## ・ 中期的な有望国・地域

図表26 中期的(今後3年程度)有望事業展開先国・地域(複数回答可)

図表26の2011年度以前の結果と、中堅・中小企業の  
中期的有望事業展開先国・地域は資料1参照。

問 「中期的(今後3年程度)に有望  
と考える事業展開先国・地域名」を  
一企業5つまで記入してもらった。

$$\text{得票率(\%)} = \frac{\text{当該国・地域の得票数}}{\text{本設問への回答社数}}$$

順位		国・地域名 (計)	回答社数(社)		得票率(%)		
2013	2012		2013 488	2012 514	2013	2012	
1	↑	3	インドネシア	219	215	44.9	41.8
2	-	2	インド	213	290	43.6	56.4
3	↑	4	タイ	188	165	38.5	32.1
4	↓	1	中国	183	319	37.5	62.1
5	-	5	ベトナム	148	163	30.3	31.7
6	-	6	ブラジル	114	132	23.4	25.7
7	-	7	メキシコ	84	72	17.2	14.0
8	↑	10	ミャンマー	64	51	13.1	9.9
9	↓	8	ロシア	60	64	12.3	12.5
10	↓	9	米国	54	53	11.1	10.3
11	↑	15	フィリピン	39	21	8.0	4.1
12	↓	11	マレーシア	37	36	7.6	7.0
13	↓	12	韓国	28	23	5.7	4.5
14	-	14	台湾	23	22	4.7	4.3
14	↓	12	トルコ	23	23	4.7	4.5
16	-	16	シンガポール	19	16	3.9	3.1
17	-	17	カンボジア	12	13	2.5	2.5
18	↑	20	ドイツ	10	6	2.0	1.2
18	↑	23	南アフリカ	10	3	2.0	0.6
20	↑	23	ラオス	9	3	1.8	0.6

(注1) 上に掲げた国・地域以外に、北米(回答社数26社、得票率5.3%)、中近東・GCC  
(回答社数9社、得票率2.5%)、EU・欧州(回答社数8社、得票率1.6%)、ASEAN・  
東南アジア・その他タイ周辺諸国(回答社数7社、得票率1.4%)などがあった。

(注2) 同じ順位となった場合は英語表記を基準に列挙した。

### ■インドネシアがはじめて第1位を獲得

・インドネシアは現在の形式で設問を開始した1992年以降、はじめて有望国・地域として第1位を確保した。自動車、電機・電子をはじめ幅広い産業より回答を得ている。前回調査でそれぞれ第1位、第2位であった中国、インドへの回答社数が大幅減少したこともあり、第2位インドと僅差で第1位獲得となった。

### ■インドは第2位を確保するも、回答社数は大幅減

・インドは前回調査に引き続き第2位を確保したが、回答社数は290社から213社へ77社減の大幅減少に見舞われた。

### ■タイは引き続き堅調で、第3位に浮上

・タイは前回調査では洪水の影響等により回答社数は横ばいとなったが、今回調査では洪水の影響がなくなったことと足元の堅調な経済を背景に18社増の第3位に浮上した。

### ■中国は第4位に後退。有望国・地域の関心が転機を迎える

・設問開始以来、中国は常に第1位を維持してきたが、今回調査では得票率、回答社数共に大幅に減少し第4位に後退した。わが国製造業企業の有望国・地域の関心が大きく変わりつつあることが示された。

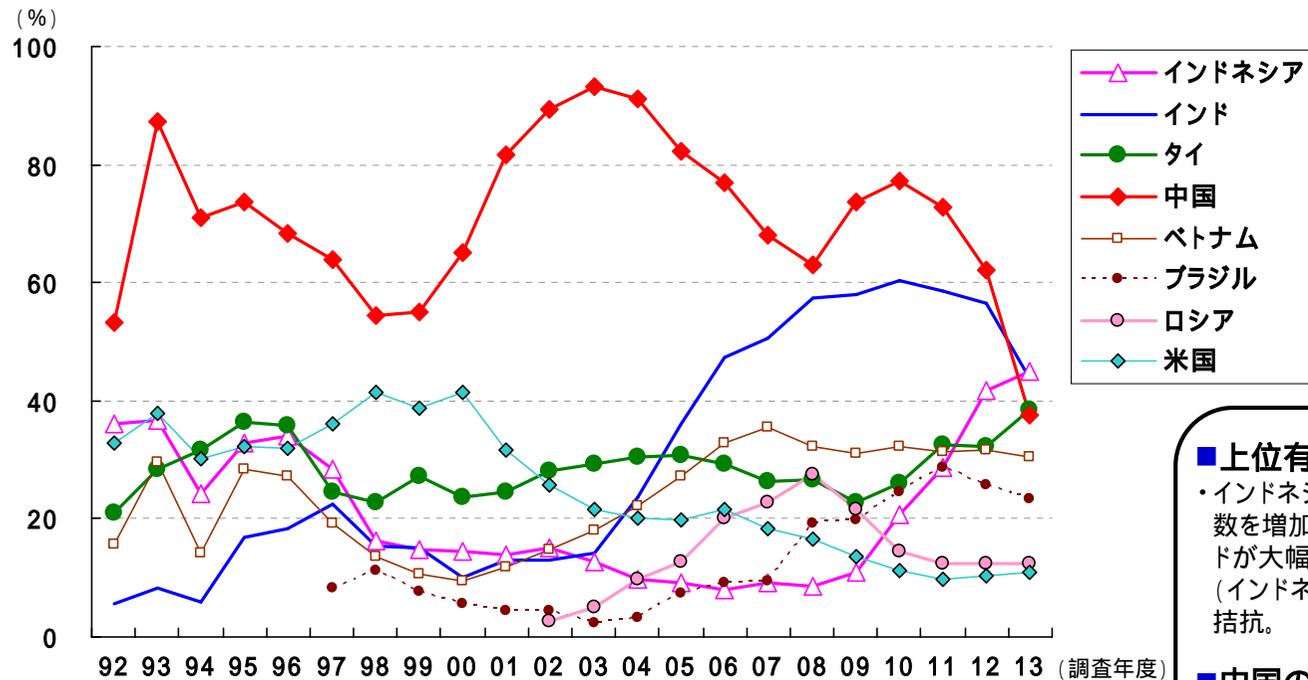
### ■ASEAN諸国の存在感が更に高まる

・今回調査ではインドネシア、タイ、ミャンマーに続きフィリピンも第11位に上昇するなどASEAN諸国のランクアップが目立った。  
・今年度調査ではラオスが20位となり、有望国・地域上位20位にASEAN加盟国10カ国のうち9カ国がランクインすることとなった。有望国・地域としてのASEAN諸国の存在感が更に高まる結果となった。

### ■南アフリカも18位に復帰

・南アフリカが3期ぶりに20位以内に復帰した。今年開催されたTICADVを契機に、今後も有望国・地域としてのアフリカ諸国への関心の高まりが期待される。

図表27 中期的(今後3年程度)有望事業展開先国・地域 得票率の推移



(参考) 中国に生産の海外現地法人を1社以上保有している企業数

調査年度	回答社数(社)	割合
2000年度	268	57.5%
2003年度	408	71.8%
2005年度	487	82.5%
2010年度	481	80.3%
2012年度	490	81.3%
2013年度	487	77.9%

(注) 表中の割合は、各調査年度において、海外現地法人数の設問に回答した企業数に占める、中国に生産の海外現地法人を1社以上保有している企業数の割合。

### ■ 上位有望国の得票率が拮抗

・インドネシア、タイは現地市場拡大を主因に堅調に回答社数を増加させ、得票率が上昇傾向にある一方、中国、インドが大幅に回答社数を減少させたため、有望国上位4カ国(インドネシア、インド、タイ、中国)の得票率が40%前後で拮抗。

### ■ 中国の得票率、回答社数は過去最低に

・中国は、有望国・地域として圧倒的な存在感を示していたが、今回調査では、中国を有望と回答する得票率(37.5%)は40%を割り込み、回答社数も319社から183社へ減少、過去最低となった。

・中国に生産拠点を有する回答企業割合は既に8割程度に達している(参考)。中国の得票率、回答社数の減少には、コスト上昇、競争激化に加えて、新規進出の一服感も背景にあるものと推察される。

### ■ インドの得票率も急落

・インドの得票率は2010年度調査をピークに低下傾向であったが、今回調査では56.4%から43.6%へと急落した。

・ただし、回答企業のインドに生産法人を有する割合は21.6%と2割程度に留まり、実際に現地に進出している企業数は現状少ない。

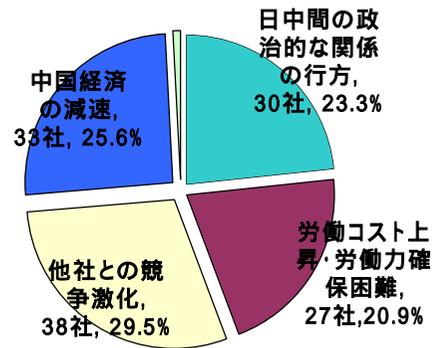
図表28 中国の有望国としての得票数減少に係る詳細分析

(1) 中国の有望国としての得票数(前回調査と今回調査の共通ベース)

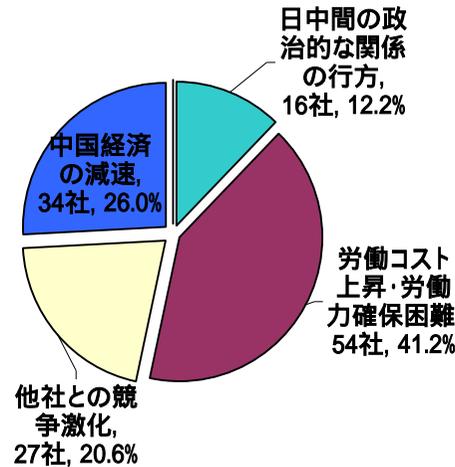
前回調査で中国を有望国として挙げた企業(319社)のうち、今回調査に回答した企業数	今回調査で中国を引き続き有望国として挙げた企業数(A)	今回調査で中国を有望国から外した企業数(B)
280社	139社	141社

(2) 中国事業の中期的な懸念

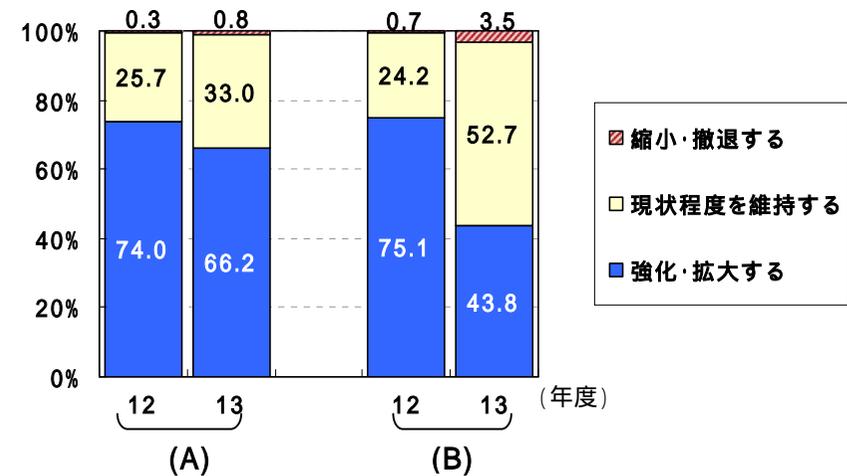
(A: 回答企業数129社)



(B: 回答企業数131社)



(3) 中国事業の事業展開見通し



■ 前回調査で中国を有望国として挙げた企業の中で、今回調査で引き続き中国を有望国として挙げた企業数は半減

・ 前回調査で中国を有望国として挙げた企業で今回調査で有望国に係る設問を回答した企業数は280社。そのうち引き続き中国を有望国として挙げた企業数は139社であり前回調査比で半減した。(図表28(1))

■ 今回調査で中国を有望国から外した企業の中国事業の最大の懸念は「労働コストの上昇・労働力確保困難」(41.2%)

・ 今回調査で中国を有望国から外した企業(B: 141社)の殆どが中国事業を実施。これらの企業の中国事業の最大の懸念は「労働コストの上昇・労働力確保困難」(41.2%)。一方、今回調査で引き続き中国を有望国として挙げた企業(A: 139社)の同選択肢の回答比率は20.9%。中国を有望国から外した企業は労働コスト上昇をより強く懸念していることが示された。(図表28(2))

■ 中国を有望国から外した企業の中国事業の事業展開見通しは「現状程度を維持する」へ大きくシフト

・ 今回調査で中国を有望国から外した企業の中国事業の事業展開見通しは「強化・拡大する」の回答比率が75.1% 43.8%へ低下し、「現状程度を維持する」が52.7%と過半数を占めた。しかし、「縮小・撤退する」を選択した企業は3.5%(10社)と一部に留まる。(図表28(3))

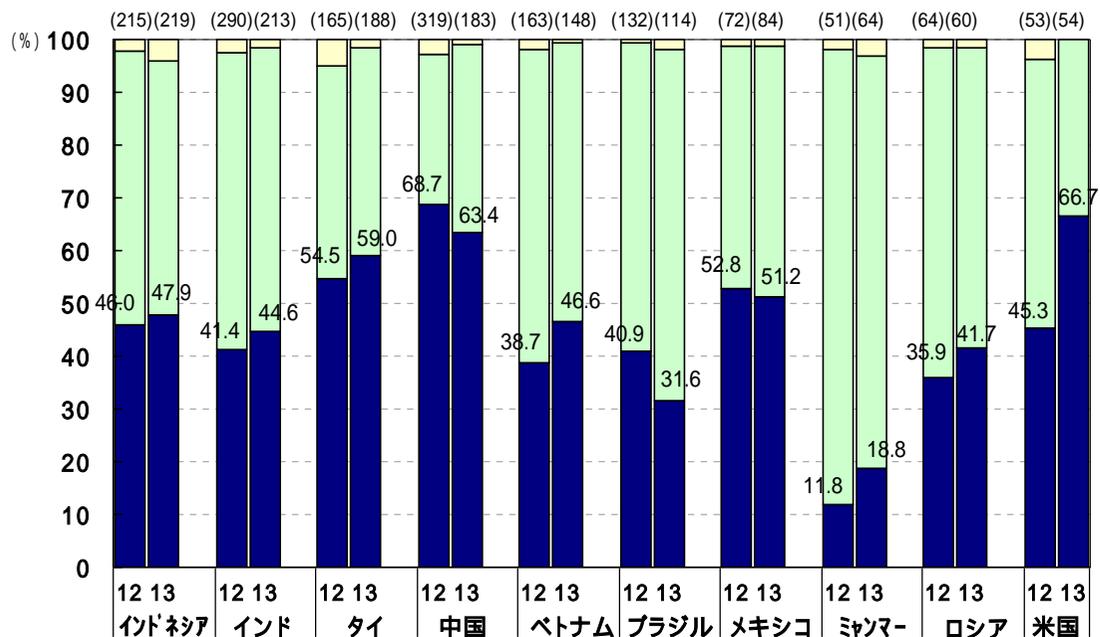
問

図表26で、中期的有望国を回答した企業に対し、投票した国について、それぞれ事業計画の有無を質問したものを。

- 新規進出・追加投資含め、事業計画がある
- 今のところ、具体的な事業計画はない
- 無回答

- (注1) グラフ内の各比率は「計画あり」「計画なし」「無回答」それぞれの回答社数を、有望と回答した企業数で除したものを。
- (注2) 棒グラフ上の、( )内の数字は当該国を有望と回答した企業数。
- (注3) 各選択肢の回答社数は資料8を参照。

図表29 有望国における具体的な事業計画の有無(2013年度調査)



図表30 中期的(今後3年程度)有望事業展開先国・地域(「事業計画がある」と回答した企業数を集計)

順位	国・地域名	回答社数		増減
		2013	2012	
1	中国	116	219	103
2	タイ	111	90	21
3	インドネシア	105	99	6
4	インド	95	120	25
5	ベトナム	69	63	6
6	メキシコ	43	38	5
7	ブラジル	36	54	18
7	米国	36	24	12
9	ロシア	25	23	2
10	韓国	19	16	3

- 「事業計画がある」企業数では中国が引き続き第1位
  - ・ 図表26の有望国ランキングを「事業計画がある」企業数で再集計すると図表30となり、前回調査比で回答社数は減少しているものの中国が引き続き第1位を確保する結果となった。
  - ・ 具体的な計画を有する割合(63.4%)も米国に次ぎ第2位の位置にある。具体的な計画を持つ企業からは、中国は引き続き有望国と位置づけられていることが読み取れる。
- 「事業計画がある」企業数では中国、タイ、インドネシア、インドが拮抗
  - ・ 「事業計画がある」ベースの上位4カ国は中国(116社)、タイ(111社)、インドネシア(105社)、インド(95社)となり、これら4カ国への関心が拮抗する結果となった。

図表31 中期的(今後3年程度)  
有望事業展開先国・地域(主要業種別)

化学

順位	国名	2013年度 (計71社)	前年度 (計71社)
1	中国	36	45
2	インド	35	43
3	インドネシア	33	26
4	タイ	30	25
5	ブラジル	20	14
6	ベトナム	17	21
7	メキシコ	12	7
8	米国	10	12
9	マレーシア	7	11
10	フィリピン	5	3
10	シンガポール	5	7

自動車

順位	国名	2013年度 (計97社)	前年度 (計95社)
1	インドネシア	56	54
2	インド	54	66
3	タイ	44	32
4	メキシコ	39	37
5	中国	33	60
6	ブラジル	26	34
7	ロシア	20	18
7	ベトナム	20	15
9	ミャンマー	12	9
10	米国	9	6

図表32 長期的(今後10年程度)  
有望事業展開先国・地域

順位	国・地域	回答社数(社) (計360社)	得票率	前回からの 増減(社)
1	インド	191	53.1%	60
2	中国	139	38.6%	79
3	インドネシア	135	37.5%	14
4	ブラジル	114	31.7%	26
5	タイ	99	27.5%	4
6	ベトナム	96	26.7%	14
7	ミャンマー	75	20.8%	10
8	ロシア	65	18.1%	13
9	メキシコ	47	13.1%	1
9	米国	47	13.1%	13

電機・電子

順位	国名	2013年度 (計67社)	前年度 (計81社)
1	インド	31	43
2	中国	24	55
3	ブラジル	22	25
4	タイ	21	22
5	インドネシア	20	24
6	ベトナム	18	29
7	フィリピン	8	8
8	メキシコ	7	2
8	ミャンマー	7	5
10	韓国	6	6
10	ロシア	6	6

一般機械

順位	国名	2013年度 (計55社)	前年度 (計47社)
1	インド	27	26
2	タイ	23	17
3	中国	22	29
4	インドネシア	21	23
5	ブラジル	18	13
6	ベトナム	15	17
7	ロシア	11	9
8	米国	10	4
9	メキシコ	8	5
10	マレーシア	5	1
10	トルコ	5	6

前回(2012年度調査)の回答社数は計387社。  
前回順位については資料1参照。

■主要業種:中国に替わり、他国の魅力が相対的に上昇

・前回調査では、中国は化学、電機・電子、一般機械の3業種で第1位であったが、今回調査では、電機・電子は第2位へ、一般機械では第3位へ後退し、自動車では前回第2位から今回第5位へ大幅に順位を落とした。自動車ではインドネシアが第1位に、電機・電子、一般機械ではインドが第1位になった。中国後退により順位が上昇した格好となった。

■長期的有望国:インドが2010年度調査以来、第1位を維持

・順位に若干の変動はあるものの、上位10カ国の顔ぶれは前回調査と同様。足元の業績を示す収益満足度評価は低調であるが、長期的な有望国として回答企業の過半数(53.1%)がインドを挙げている。同国の経済的なポテンシャルに多くの企業が引き続き期待していることが示された。

・なお、全体的に本設問への回答社数が減少するなかで、上位10カ国中、米国、ミャンマー、メキシコの3カ国では回答社数が増加した。

# 6. 有望理由と課題(インドネシア)

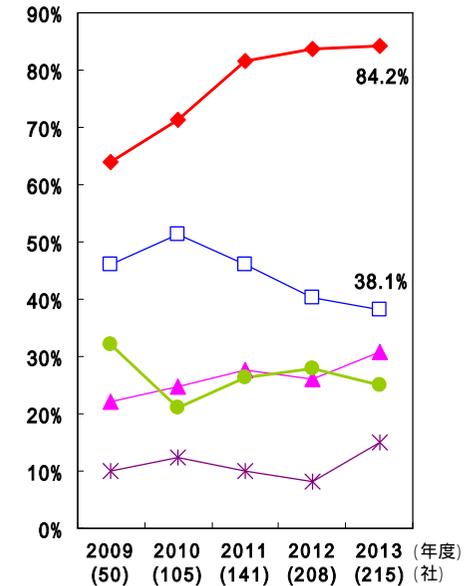
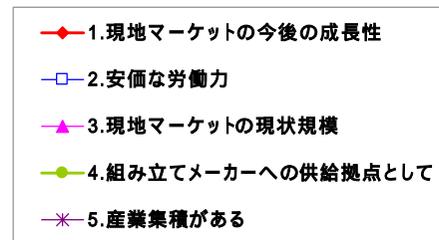
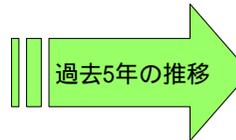
中期的有望国上位10カ国の有望理由と課題の詳細は資料2、3参照。

## 1位 インドネシア

### 有望理由

(注1) (回答社数計:215社)

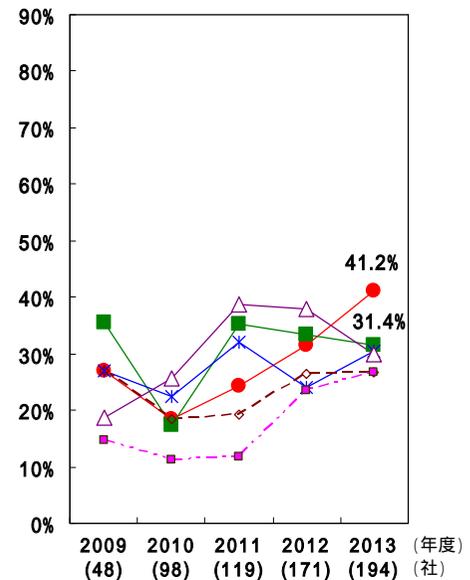
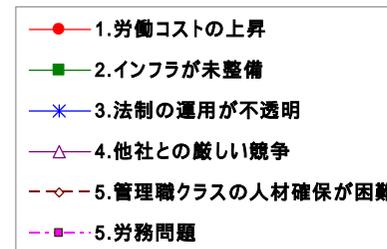
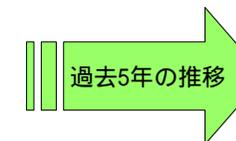
	社数	比率
1 現地マーケットの今後の成長性	181	84.2%
2 安価な労働力	82	38.1%
3 現地マーケットの現状規模	66	30.7%
4 組み立てメーカーへの供給拠点として	54	25.1%
5 産業集積がある	32	14.9%



### 課題

(回答社数計:194社)

	社数	比率
1 労働コストの上昇	80	41.2%
2 インフラが未整備	61	31.4%
3 法制の運用が不透明	59	30.4%
4 他社との厳しい競争	58	29.9%
5 管理職クラスの人材確保が困難	52	26.8%
5 労務問題	52	26.8%



■有望理由第1位は引き続き「現地マーケットの今後の成長性」(84.2%)。第2位は「安価な労働力」となっているが、回答比率は38.1%と、ピーク時(2010年度)から低下傾向が継続している。人口2.5億人を有する同国の市場としての魅力が一段と認識された結果となった。

■今回調査では、課題の第1位に「労働コストの上昇」(41.2%)がはじめて躍り出た。第5位の「労務問題」も徐々に回答比率が上昇傾向にある。第2位「インフラが未整備」も回答企業の3割程度の企業が引き続き課題と認識している。有望国として第1位となったインドネシアであるが、課題も徐々に増加している点が留意される。

(注1) ここでの「回答社数」は、図表26の各国・地域の回答社数のうち、「有望理由」「課題」について回答した企業数を表す。そのため、図表26の回答社数とは必ずしも一致しない。

(注2) 「比率」は、各項目(複数回答可)に回答した社数を、各国・地域の有望理由もしくは課題への回答社数で除したものの。

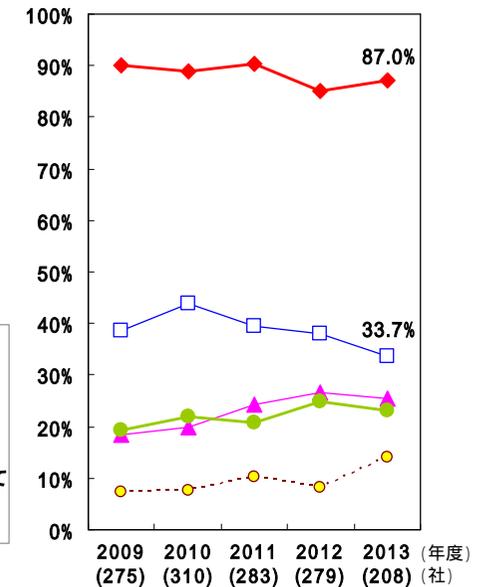
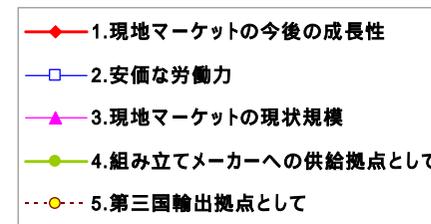
# 7. 有望理由と課題(インド)

## 2位 インド

### 有望理由

(回答社数計:208社)

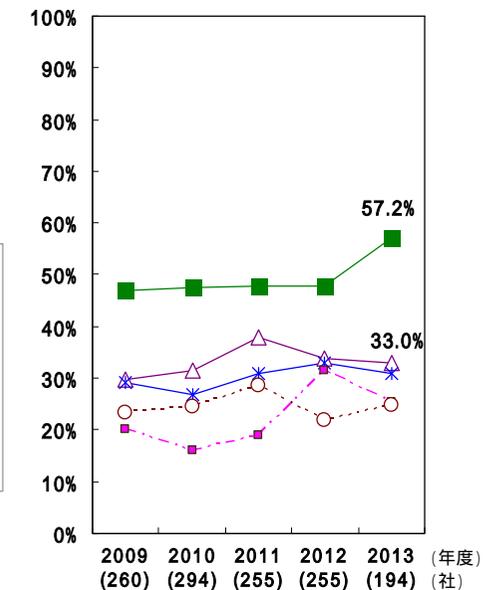
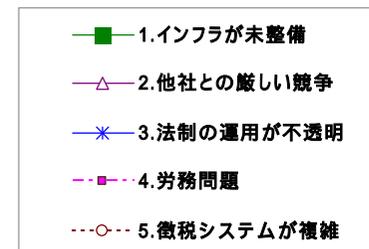
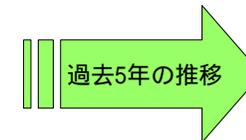
	社数	比率
1 現地マーケットの今後の成長性	181	87.0%
2 安価な労働力	70	33.7%
3 現地マーケットの現状規模	53	25.5%
4 組み立てメーカーへの供給拠点として	48	23.1%
5 第三国輸出拠点として	29	13.9%



### 課題

(回答社数計:194社)

	社数	比率
1 インフラが未整備	111	57.2%
2 他社との厳しい競争	64	33.0%
3 法制の運用が不透明	60	30.9%
4 労務問題	49	25.3%
5 徴税システムが複雑	48	24.7%



■ 有望理由の第1位は引き続き「現地マーケットの今後の成長性」(87.0%)。今回調査では中期的有望事業展開先国・地域においてインドを有望とする企業数は大幅減少に見舞われたが、インドを有望と回答した企業の約9割はインド市場の成長性に引き続き期待をしていることが示された。

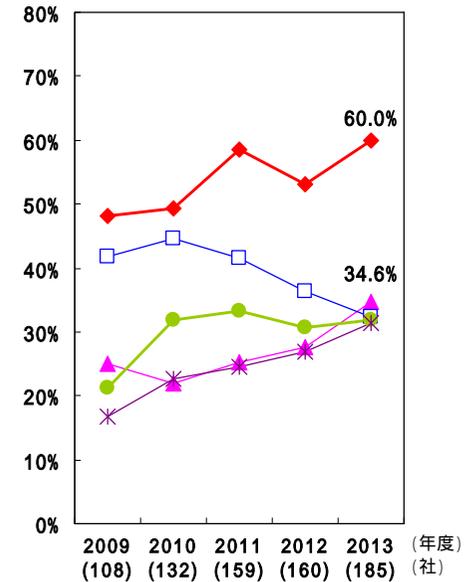
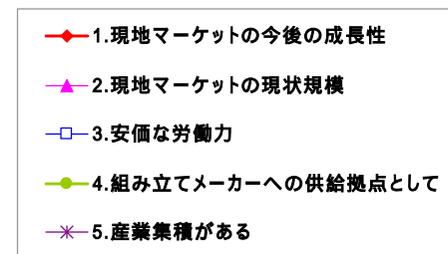
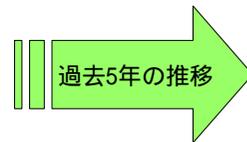
■ 課題に関しては、「インフラが未整備」(57.2%)が引き続き第1位となり、また、回答率も上昇した。インドを有望と回答する企業が減少する中、インドを引き続き有望と回答した企業は、インフラの整備をより強く課題と認識していることが窺える。

 **3位 タイ**

**有望理由**

(回答社数計:185社)

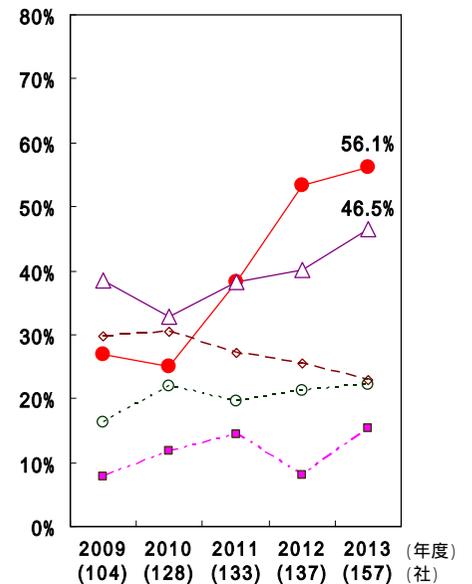
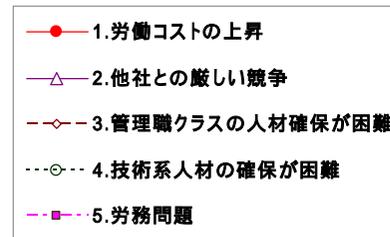
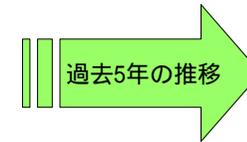
	社数	比率
1 現地マーケットの今後の成長性	111	60.0%
2 現地マーケットの現状規模	64	34.6%
3 安価な労働力	60	32.4%
4 組み立てメーカーへの供給拠点として	59	31.9%
5 産業集積がある	58	31.4%



**課題**

(回答社数計:157社)

	社数	比率
1 労働コストの上昇	88	56.1%
2 他社との厳しい競争	73	46.5%
3 管理職クラスの人材確保が困難	36	22.9%
4 技術系人材の確保が困難	35	22.3%
5 労務問題	24	15.3%



■有望理由の第1位は、引き続き「現地マーケットの今後の成長性」(60.0%)であり、市場の拡大が評価された結果となった。一方、同国の場合、「組み立てメーカーへの供給拠点として」(31.9%)、「産業集積がある」(31.4%)も高く、生産拠点としての魅力も高い。多様な魅力が有望国第3位に押し上げたものと評価される。

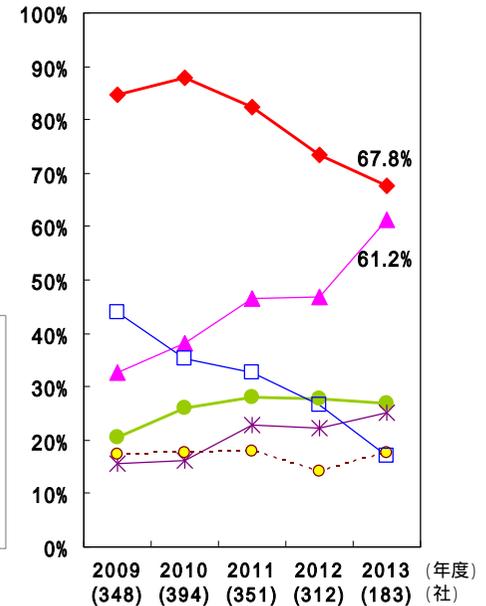
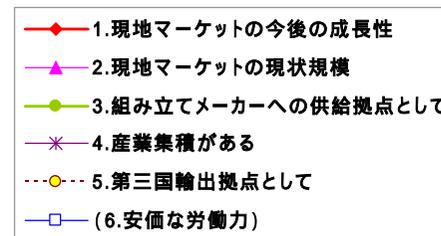
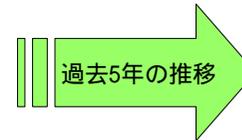
■一方、課題の面では「労働コストの上昇」(56.1%)が引き続き高水準。この背景には、2012年4月より導入された最低賃金引き上げが影響しているものと推測される。また、第2位の「他社との厳しい競争」も46.5%へ上昇した。また第3位、第4位に管理職や技術系人材の確保が困難との意見も引き続き課題として認識されている。魅力の多いタイであるが、労働コスト上昇や厳しい競争など事業環境も厳しくなりつつある点に留意。

 **4位 中国**

**有望理由**

(回答社数計:183社)

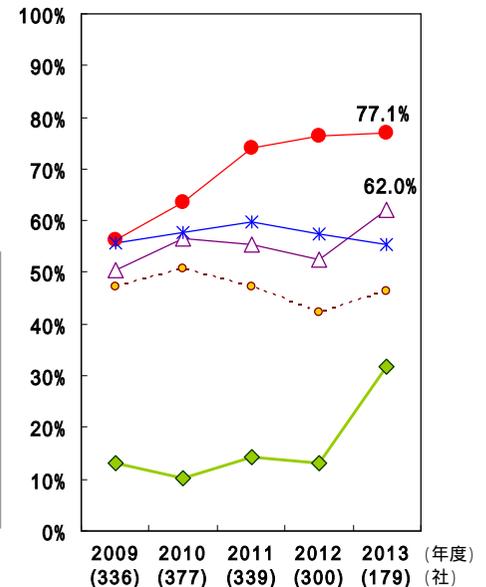
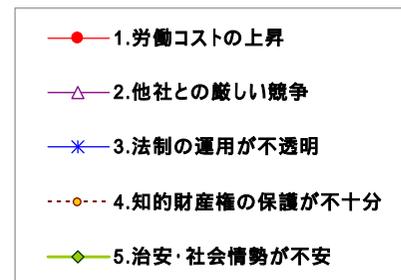
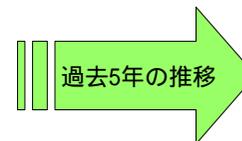
	社数	比率
1 現地マーケットの今後の成長性	124	67.8%
2 現地マーケットの現状規模	112	61.2%
3 組み立てメーカーへの供給拠点として	49	26.8%
4 産業集積がある	46	25.1%
5 第三国輸出拠点として	32	17.5%



**課題**

(回答社数計:179社)

	社数	比率
1 労働コストの上昇	138	77.1%
2 他社との厳しい競争	111	62.0%
3 法制の運用が不透明	99	55.3%
4 現地の知的財産権の保護が不十分	83	46.4%
5 治安・社会情勢が不安	57	31.8%



■有望理由の第1位は「現地マーケットの今後の成長性」(67.8%)。2010年調査をピークに低下傾向にあるが、引き続き有望理由の第1位となった。また、第2位の「現地マーケットの現状規模」の回答比率が61.2%へ急上昇した。一方、「安価な労働力」(16.9%)は第6位へ低下。中国を有望とする企業は安価な労働力よりも市場としての有望性に着目していることが読み取れる。

■課題については、「労働コストの上昇」(77.1%)を筆頭に、「他社との厳しい競争」(62.0%)、「法制の運用が不透明」(55.3%)、「知的財産権の保護が不十分」(46.4%)と、多くの企業が様々な課題を認識している現状が浮き彫りとなった。また、昨年夏の不買運動等を受け、「治安・社会情勢が不安」(31.8%)が急増した。

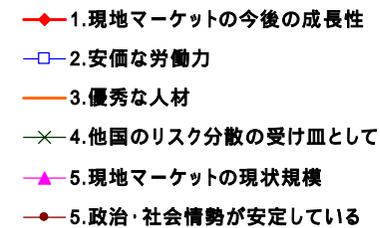


## 5位 ベトナム

### 有望理由

	社数	比率
(回答社数計:146社)		
1 現地マーケットの今後の成長性	97	66.4%
2 安価な労働力	84	57.5%
3 優秀な人材	37	25.3%
4 他国のリスク分散の受け皿として	27	18.5%
5 現地マーケットの現状規模	18	12.3%
5 政治・社会情勢が安定している	18	12.3%

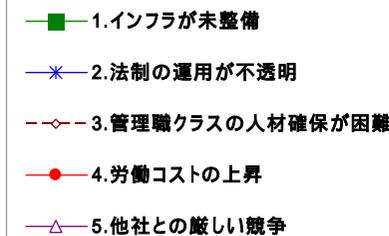
過去5年の推移



### 課題

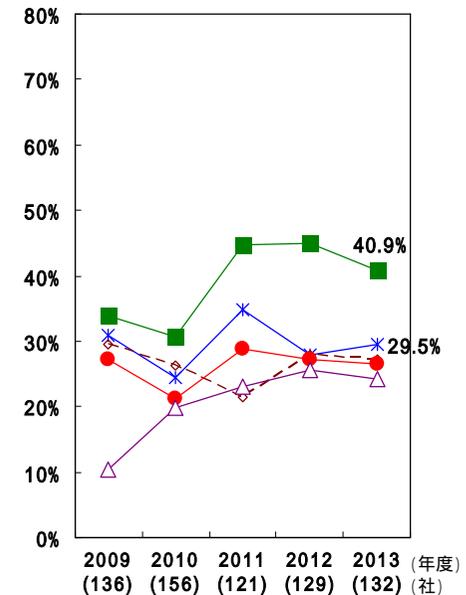
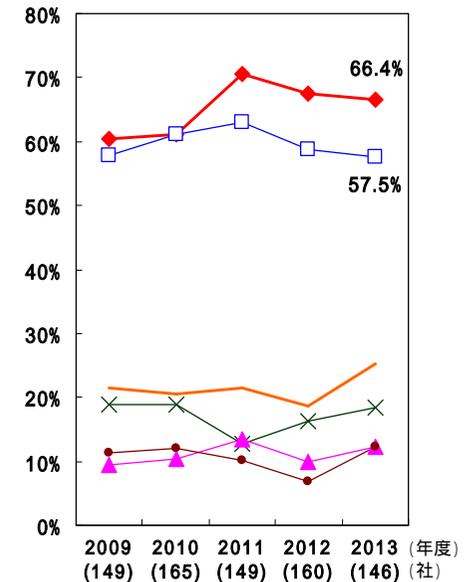
	社数	比率
(回答社数計:132社)		
1 インフラが未整備	54	40.9%
2 法制の運用が不透明	39	29.5%
3 管理職クラスの人材確保が困難	36	27.3%
4 労働コストの上昇	35	26.5%
5 他社との厳しい競争	32	24.2%

過去5年の推移



■有望理由の第1位は「現地マーケットの今後の成長性」(66.4%)。第2位は「安価な労働力」(57.5%)、第3位は「優秀な人材」(25.3%)となった。他の上位有望国との比較において、労働コストや人材の質が相対的に高く評価されている点が同国の特徴となっている。有望理由の上位に「他国のリスク分散の受け皿として」(第4位、18.5%)が入っている点もベトナムの特徴である。

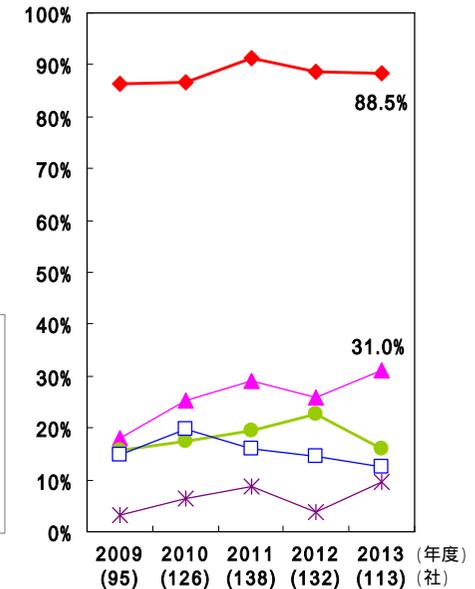
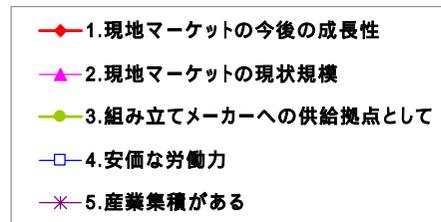
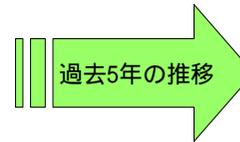
■課題の第1位は引き続き「インフラが未整備」(40.9%)。企業インタビューでは幹線道路の輸送時間や停電が具体的な問題点として挙げられた。インフラ以外にも、「管理職クラスの人材確保が困難」(27.3%)、「労働コストの上昇」(26.5%)、「法制の運用が不透明」(29.5%)、「他社との厳しい競争」(24.2%)をそれぞれ3割程度の企業が課題と認識している。



## 6位 ブラジル

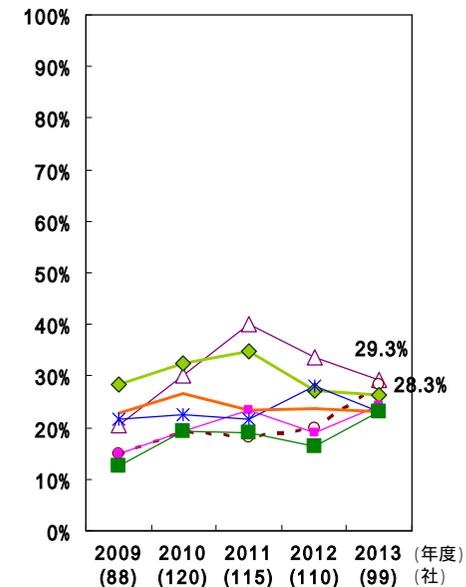
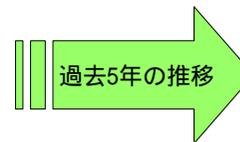
### 有望理由

	社数	比率
(回答社数計:113社)		
1 現地マーケットの今後の成長性	100	88.5%
2 現地マーケットの現状規模	35	31.0%
3 組み立てメーカーへの供給拠点として	18	15.9%
4 安価な労働力	14	12.4%
5 産業集積がある	11	9.7%



### 課題

	社数	比率
(回答社数計:99社)		
1 他社との厳しい競争	29	29.3%
2 通貨・物価の安定感がない	28	28.3%
3 治安・社会情勢が不安	26	26.3%
4 輸入規制・通関手続き	24	24.2%
5 法制の運用が不透明	23	23.2%
5 インフラが未整備	23	23.2%
5 投資先国の情報不足	23	23.2%



■ 中期的有望事業展開先国の回答社数をみると、前回より18社減の114社が同国を有望と認識しており、引き続き日本企業にとって有望国であるが、最近の同国経済の減速等が足を引っ張った形となった。回答企業のうち約9割の企業は「現地マーケットの今後の成長性」を有望理由として挙げている。業種別では、自動車26社、電気・電子22社、化学20社、一般機械18社と幅広い業種から人気を集めている。

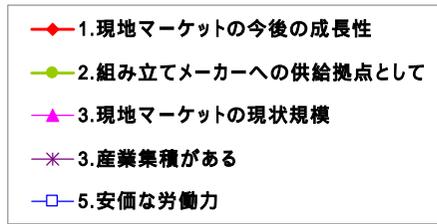
■ 課題としては、前回調査に続き「他社との厳しい競争」が29.3%で第1位となったが、その回答比率は低下傾向にある。また、「通貨・物価の安定感がない」が28.3%へ上昇。上位国の中では唯一、上位の課題として挙げられた。その他、治安・社会情勢の不安、輸入規制・通関手続き、法制の運用が不透明、インフラが未整備、投資先国の情報不足など、ビジネス環境に係る課題が多く挙げられた。

 7位 メキシコ

**有望理由**

(回答社数計:81社)

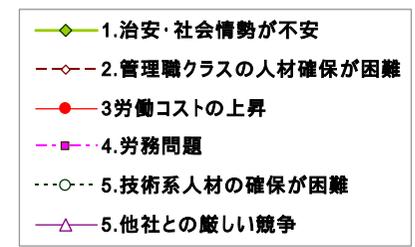
	社数	比率
1 現地マーケットの今後の成長性	49	60.5%
2 組み立てメーカーへの供給拠点として	37	45.7%
3 現地マーケットの現状規模	24	29.6%
3 産業集積がある	24	29.6%
5 安価な労働力	23	28.4%



**課題**

(回答社数計:70社)

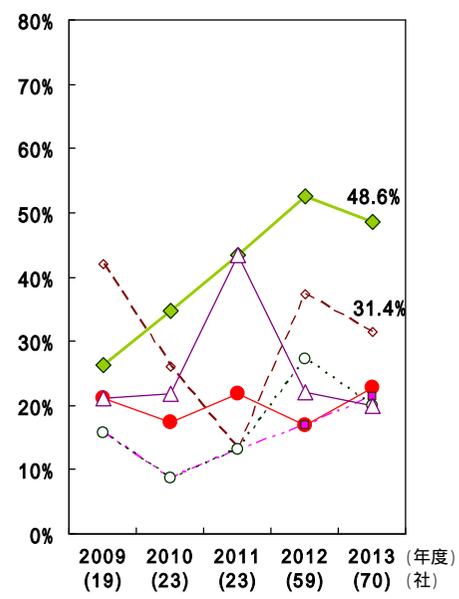
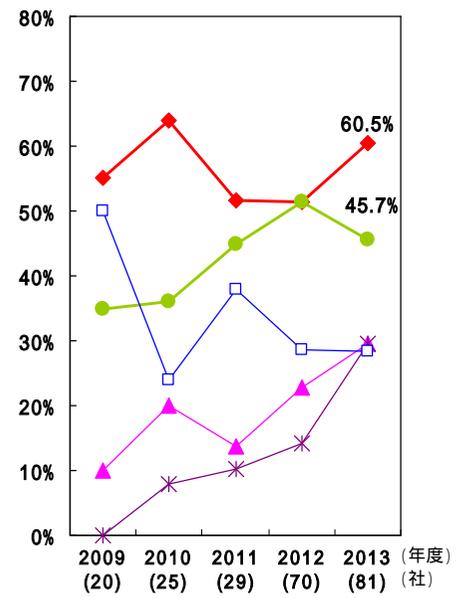
	社数	比率
1 治安・社会情勢が不安	34	48.6%
2 管理職クラスの人材確保が困難	22	31.4%
3 労働コストの上昇	16	22.9%
4 労務問題	15	21.4%
5 技術系人材の確保が困難	14	20.0%
5 他社との厳しい競争	14	20.0%



■メキシコを有望と回答した企業84社を業種別にみると、自動車関連が39社と突出して多いことが特徴である。メキシコは、NAFTAを初め多数のFTA、EPAを締結しており、現地マーケットの魅力に加え、北米や南米への供給拠点としても人気が高い。日本の自動車組立メーカーも同国へ進出してきており、部品メーカー等も同国への進出を積極化している。

■有望理由では、「現地マーケットの今後の成長性」が60.5%まで上昇。また、「組み立てメーカーへの供給拠点として」も45.7%と高水準であり、「産業集積がある」も29.6%と有望理由となっている。

■同国の第1位の課題は「治安・社会情勢が不安」であり、回答企業の半数が課題として挙げている。また、労働コストの上昇等労務面での課題も出てきている。





## 有望理由

(回答社数計:60社)

	社数	比率
1 安価な労働力	42	70.0%
2 現地マーケットの今後の成長性	32	53.3%
3 他国のリスク分散の受け皿として	12	20.0%
4 優秀な人材	6	10.0%
4 第三国輸出拠点として	6	10.0%

## 課題

(回答社数計:56社)

	社数	比率
1 インフラが未整備	36	64.3%
2 法制が未整備	27	48.2%
3 投資先国の情報不足	18	32.1%
4 法制の運用が不透明	15	26.8%
5 管理職クラスの人材確保が困難	14	25.0%
5 治安・社会情勢が不安	14	25.0%

■ミャンマーの最大の魅力は「安価な労働力」(70.0%)で、有望国上位10位の中で最も高い比率となっている。第2位は「現地マーケットの今後の成長性」(53.3%)であり、過半の企業が同国の経済的なポテンシャルに期待を示した。業種別回答企業数の増加から示されるように、幅広い業種から関心を持たれている。「事業計画あり」とする企業数も増加している(6社 12社)

■課題の第1位は前回と同じく「インフラが未整備」(64.3%)。第2位は「法制が未整備」(48.2%)。一方、前回調査で第2位の課題である「治安・社会情勢が不安」は第5位に後退した。

## 【有望理由・課題の推移】

(社)

有望理由	2012年	2013年
回答社数	48	60
安価な労働力	35 72.9%	42 70.0%
現地マーケットの今後の成長性	24 50.0%	32 53.3%
他国のリスク分散の受け皿として	7 14.6%	12 20.0%
優秀な人材	7 14.6%	6 10.0%
第三国輸出拠点として	6 12.5%	6 10.0%

(社)

課題	2012年	2013年
回答社数	43	56
インフラが未整備	31 72.1%	36 64.3%
法制が未整備	21 48.8%	27 48.2%
投資先国の情報不足	16 37.2%	18 32.1%
法制の運用が不透明	14 32.6%	15 26.8%
管理職クラスの人材確保が困難	12 27.9%	14 25.0%
治安・社会情勢が不安	22 51.2%	14 25.0%

## 【業種別回答数】

(社)

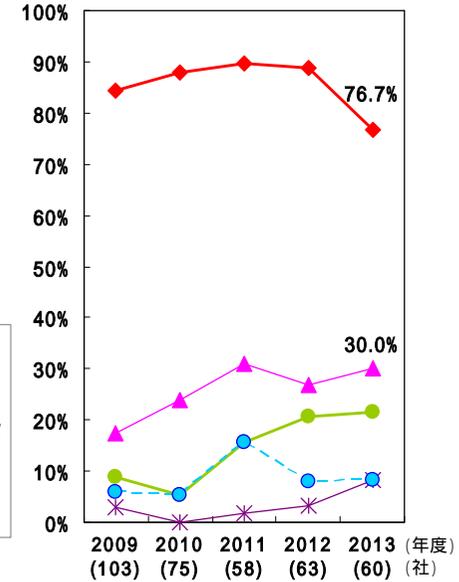
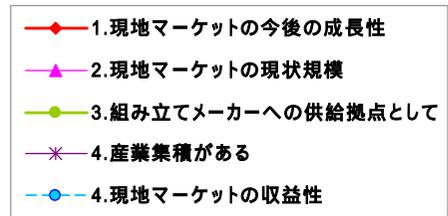
	2012年	2013年		
		(前年比)	事業計画あり	
食料品	5	4	-1	1
繊維	10	6	-4	2
紙・パルプ・木材	3	5	+2	1
化学	2	4	+2	1
石油・ゴム製品	2	2	0	-
窯業・土石製品	2	4	+2	-
鉄鋼	4	4	0	1
非鉄金属	0	3	+3	-
金属製品	1	0	-1	-
一般機械	1	2	+1	-
電機・電子	5	7	+2	1
輸送機(自動車を除く)	1	2	+1	-
自動車	9	12	+3	1
精密機械	1	2	+1	-
その他	5	7	+2	4
合計	51	64	+13	12

(注)上記【業種別回答数】の合計値である64社は図表26の有望事業展開先国の設問に回答した社数と同じ。有望理由及び課題の回答社数とは数値が異なる点に留意。

 **9位 ロシア**

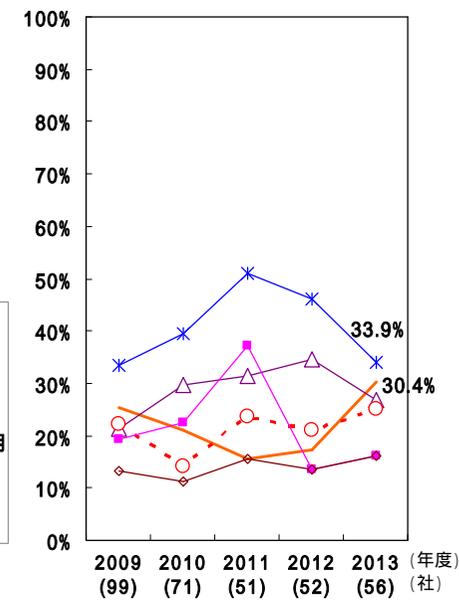
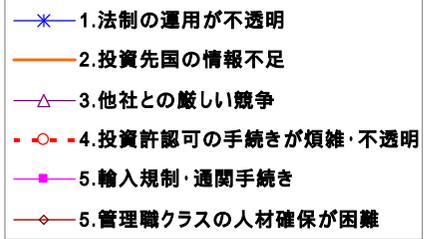
**有望理由**

	社数	比率
(回答社数計:60社)		
1 現地市場の今後の成長性	46	76.7%
2 現地市場の現状規模	18	30.0%
3 組み立てメーカーへの供給拠点として	13	21.7%
4 産業集積がある	5	8.3%
4 現地市場の収益性	5	8.3%



**課題**

	社数	比率
(回答社数計:56社)		
1 法制の運用が不透明	19	33.9%
2 投資先国の情報不足	17	30.4%
3 他社との厳しい競争	15	26.8%
4 投資許認可の手続きが煩雑・不透明	14	25.0%
5 輸入規制・通関手続き	9	16.1%
5 管理職クラスの人材確保が困難	9	16.1%



■中期的有望事業展開先国の回答社数をみると、前回調査から4社減り、順位も9位と1ランク低下したものの、60社と一定の人気を維持している。また、有望理由の第1位から第3位までの順位は前回結果から変更なし。第1位の有望理由である「現地市場の今後の成長性」は76.7%へ低下したが、引き続き高水準を維持。また、第2位の「現地市場の現状規模」は前回調査並の30.0%となった。業種別では、自動車20社、一般機械11社と、自動車、機械関連を中心に同国を有望と認識している。

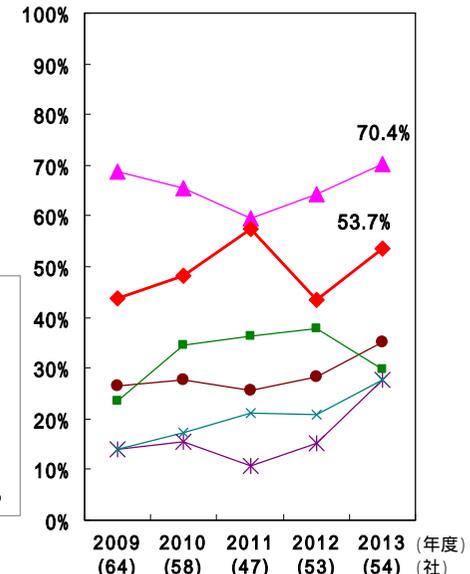
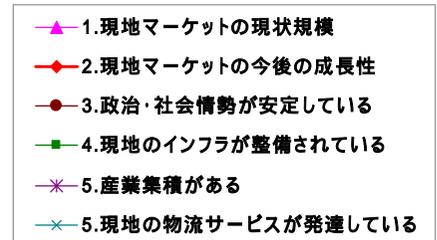
■課題としては、「法制の運用が不透明」が前回調査に続き第1位の課題となったが、回答割合では33.9%まで低下している。他方、「投資先国の情報不足」の割合が30.4%まで急上昇し、「他社との厳しい競争」を上回った。

 **10位 米国**

**有望理由**

(回答社数計:54社)

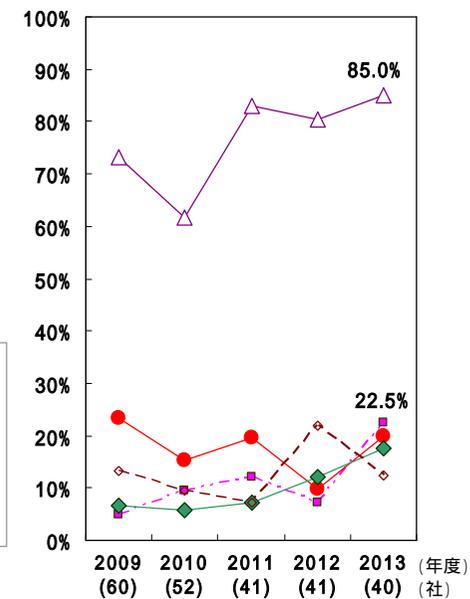
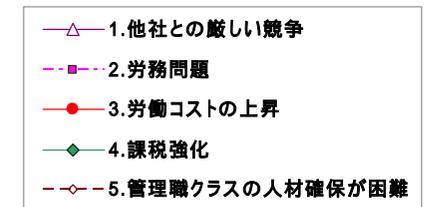
順位	理由	社数	比率
1	現地マーケットの現状規模	38	70.4%
2	現地マーケットの今後の成長性	29	53.7%
3	政治・社会情勢が安定している	19	35.2%
4	現地のインフラが整備されている	16	29.6%
5	産業集積がある	15	27.8%
5	現地の物流サービスが発達している	15	27.8%



**課題**

(回答社数計:40社)

順位	課題	社数	比率
1	他社との厳しい競争	34	85.0%
2	労務問題	9	22.5%
3	労働コストの上昇	8	20.0%
4	課税強化	7	17.5%
5	管理職クラスの人材確保が困難	5	12.5%



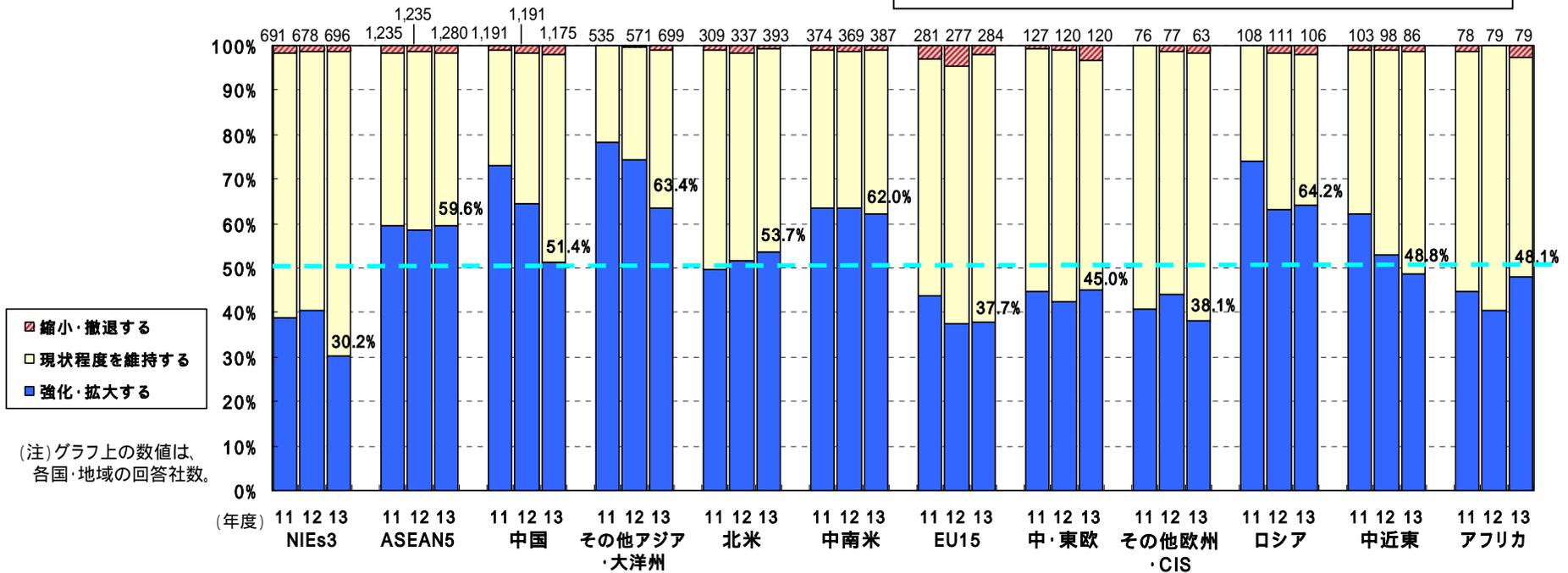
■ 同国は10位と前回調査より1ランク低下したものの回答社数では前回調査比1社増の54社となり、前回並の関心を保っている。業種別では、化学(10社)、一般機械(10社)、自動車(9社)からの回答が多い。

■ 有望理由としては、第1位の「現地マーケットの現状規模」が70.4%に、「現地マーケットの今後の成長性」が53.7%にそれぞれ上昇した。米国経済の足下の回復と今後の成長への期待が示された形となった。

■ 課題では「他社との厳しい競争」が85.0%と圧倒的多数を占めた。次に、「労務問題」(22.5%)、「労働コストの上昇」(20.0%)、「課税強化」(17.5%)が続く。

図表33 中期的 海外事業展開見通しの推移 (地域別)

問 現在事業を実施・計画中国・地域における中期的(今後3年程度)な事業展開見通しを質問したもの。



(注) グラフ上の数値は、各国・地域の回答社数。

■中国の事業展開見通しは「現状程度を維持する」が拡大

・中国の事業強化姿勢は2011年度調査をピークに2期連続の低下となり、特に今回調査では64.1%から51.4%へと10ポイント以上の大幅低下となった。中国事業を実施する2社に1社が「現状程度を維持する」の姿勢となった。

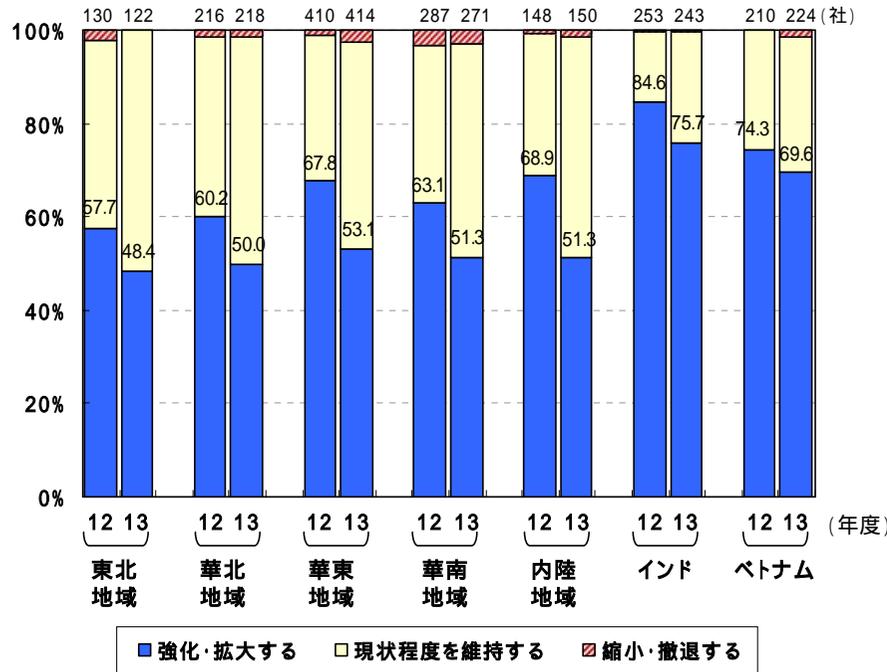
■ASEAN5、中南米、ロシアの事業拡大姿勢は引き続き堅調

・ASEAN5の「強化・拡大する」割合は59.6%と前回調査を若干上回り(58.5%)、引き続き幅広い業種において事業拡大姿勢にあることが示された。同様に中南米も「強化・拡大する」は62.0%と前回調査を若干下回る(63.4%)ものの自動車関連企業を中心に6割台を維持した。ロシアも「強化・拡大する」割合が64.2%と前回調査の水準を維持した。

■事業強化姿勢が50%を下回る地域は、NIEs3、EU15、中・東欧、其他欧州・CIS、中近東、アフリカの6地域

・今年度調査では中近東の強化・拡大姿勢が48.8%と50%を下回り、事業強化姿勢が50%を下回る地域は12地域中6地域となった。地域別でみると、事業展開見通しには大きな差異があることが分かる。特に、欧州地域(EU15、中・東欧、其他欧州・CIS)は引き続き、現状維持の姿勢が主となった。  
・アフリカの事業強化姿勢は50%を割るものの、今回調査では48.1%と増加に転じている。

図表34 中期的  
海外事業展開見通し(中国・インド・ベトナム)



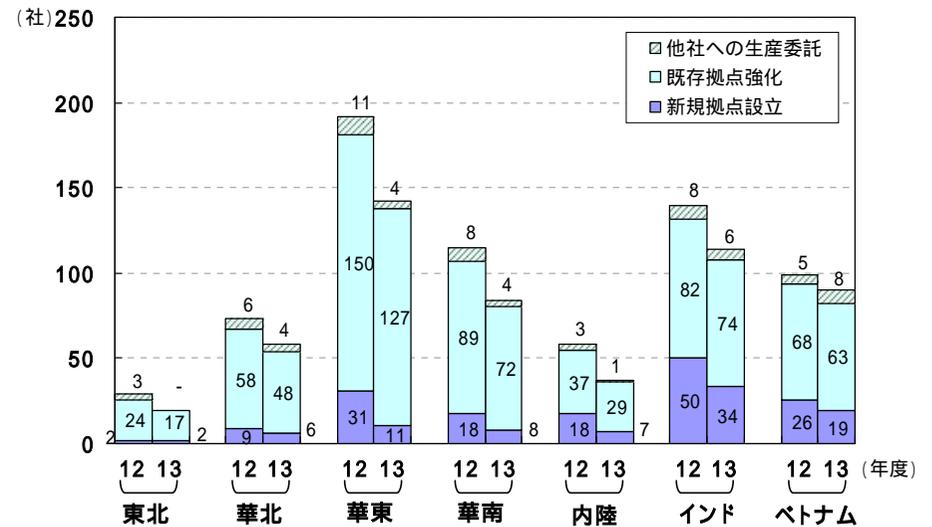
(注1) グラフ上の数値は、各国・地域の回答社数。  
(注2) 図表34の棒グラフ内の数値は、「強化・拡大」と回答した企業の割合(単位はパーセント)。

**■中国は全地域で「現状程度を維持」する企業の比率が増加**  
 ・前回調査でも、中国は事業強化姿勢に一服感が見られたが、今回調査では、さらにその傾向が強まり、5地域全てで「強化・拡大する」の割合が5割前後に低下した。一方、「現状程度を維持する」の割合が拡大。  
 ・なお、「縮小・撤退する」は中国全体で2.0%(23社)と過去の水準とほぼ同じであり、このうち、「第三国へ移管・分業する」と回答した企業は10社に留まる。(参考)

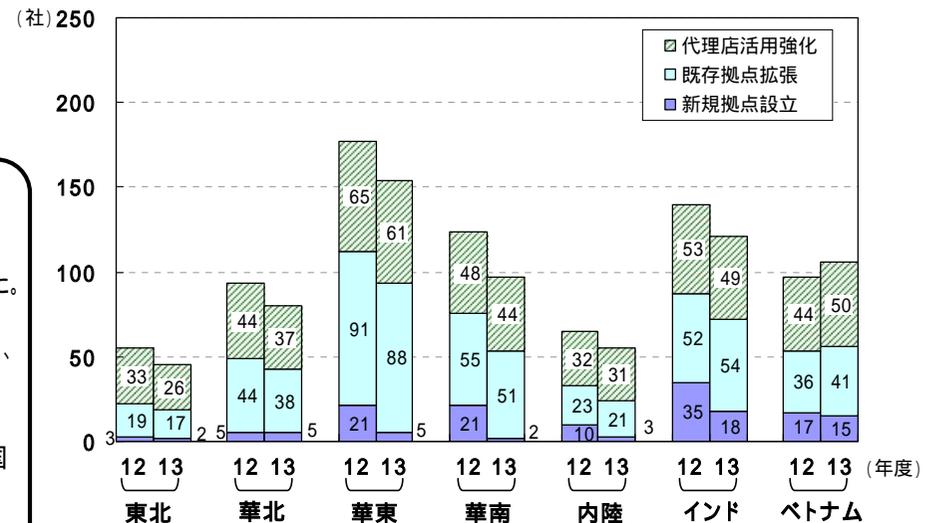
**■インドの事業強化・拡大姿勢はインドネシアに次ぐ高水準**  
 ・インドでは「強化・拡大する」の割合が84.6%から75.7%へ低下したものの、個別国の中ではインドネシア(77.8%)に次いで高い水準となった。生産・販売の両面で、引き続き同国事業を積極的に進めようとする回答企業の姿勢が窺える。

図表35、36は、図表34で「強化・拡大する」と回答した企業の具体的な取組み内容を、生産面、販売面に分けて集計したもの。複数回答可。

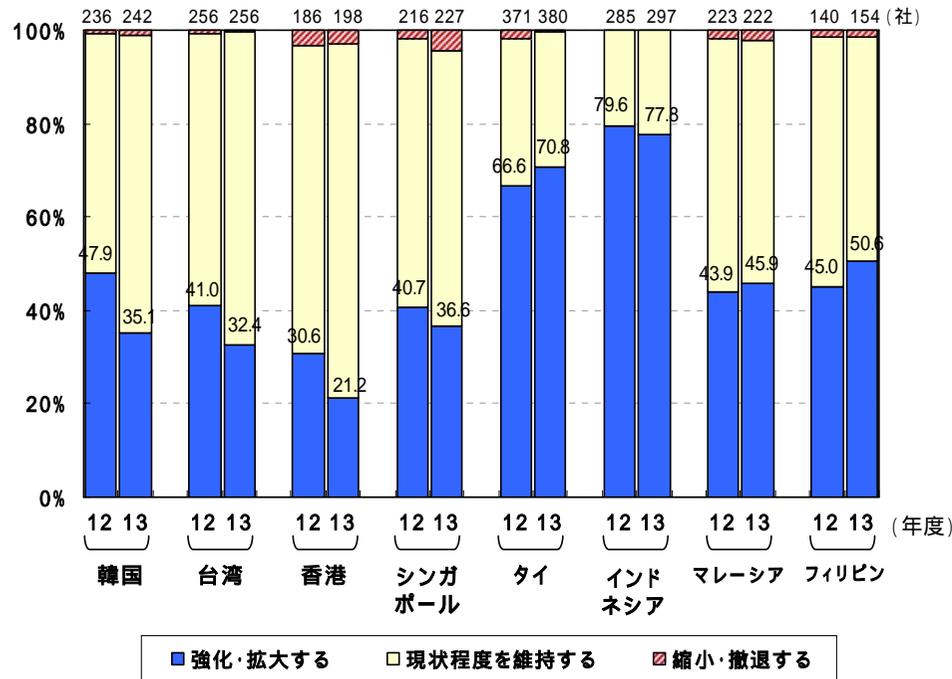
図表35 (生産)強化・拡大する分野



図表36 (販売)強化・拡大する分野



図表37 中期的  
海外事業展開見通し(NIEs3・ASEAN5)



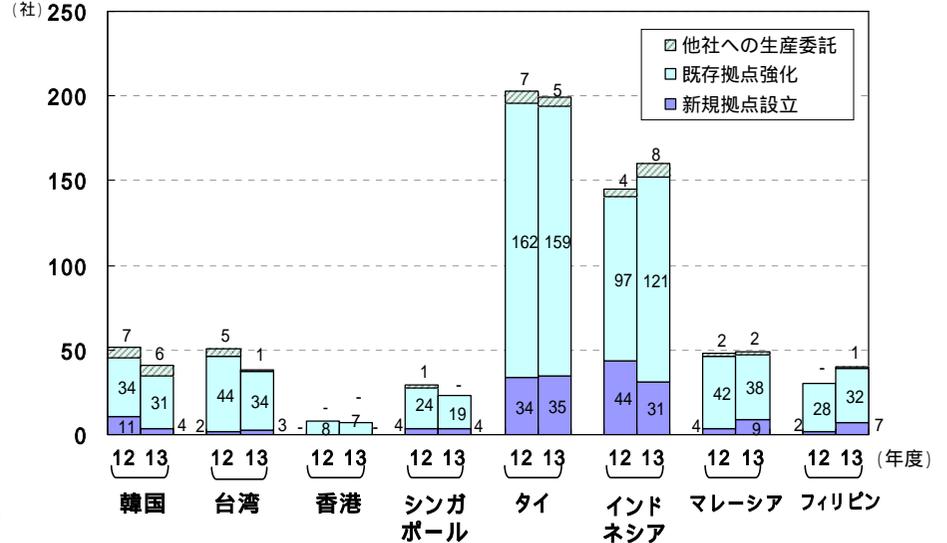
(注1) グラフ上の数値は、各国・地域の回答社数。  
(注2) 図表37の棒グラフ内の数値は、「強化・拡大」と回答した企業の割合(単位はパーセント)。

■ 強化・拡大姿勢で見ると韓国、台湾が3割台に、香港は2割台に低下  
・韓国、台湾で事業を実施する6~7割程度の企業が「現状程度を維持」と回答。「強化・拡大する」割合は30%台に低下し、リーマンショック後の2009年度以来の低水準に落ち込んだ。香港は回答企業の75.8%が「現状程度を維持する」姿勢であり、「強化・拡大する」割合は21.2%と、本設問の調査対象国の中で最も低い結果となった。

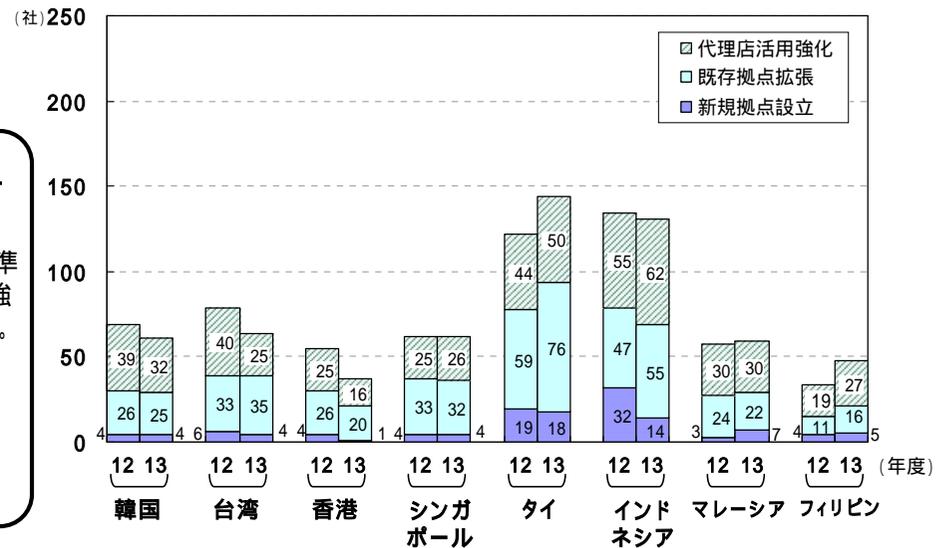
■ 日系企業の期待が集中するタイとインドネシア、フィリピンも伸長  
・ASEANでは「強化・拡大する」割合がタイとインドネシアでは7割を超え、多くの進出企業が事業強化姿勢にある。フィリピンの事業強化割合は、リーマンショック後の2009年度調査(22.3%)以降着実に上昇し50.6%まで拡大した。

図表38、39は、図表37で「強化・拡大する」と回答した企業の具体的な取組み内容を、生産面、販売面に分けて集計したもの。複数回答可。

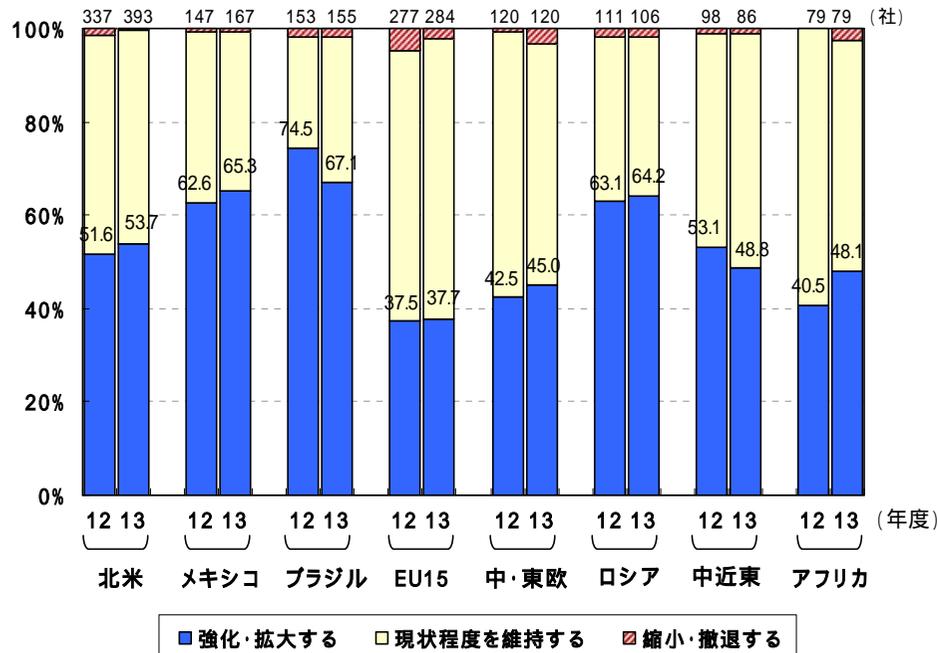
図表38 (生産)強化・拡大する分野



図表39 (販売)強化・拡大する分野



図表40 中期的  
海外事業展開見通し(米州・欧州・中近東・アフリカ)



(注1) グラフ上の数値は、各国・地域の回答社数。  
(注2) 図表40の棒グラフ内の数値は、「強化・拡大」と回答した企業の割合(単位はパーセント)。

■ 北米では引き続き事業強化・拡大姿勢が上昇

・前回調査に引き続き北米では事業強化姿勢が上昇(51.6% 53.7%)した。「強化・拡大する」と回答した企業では、生産・販売の両面において既存拠点を強化する動きが強まった。

■ 生産拠点として人気の高いメキシコ

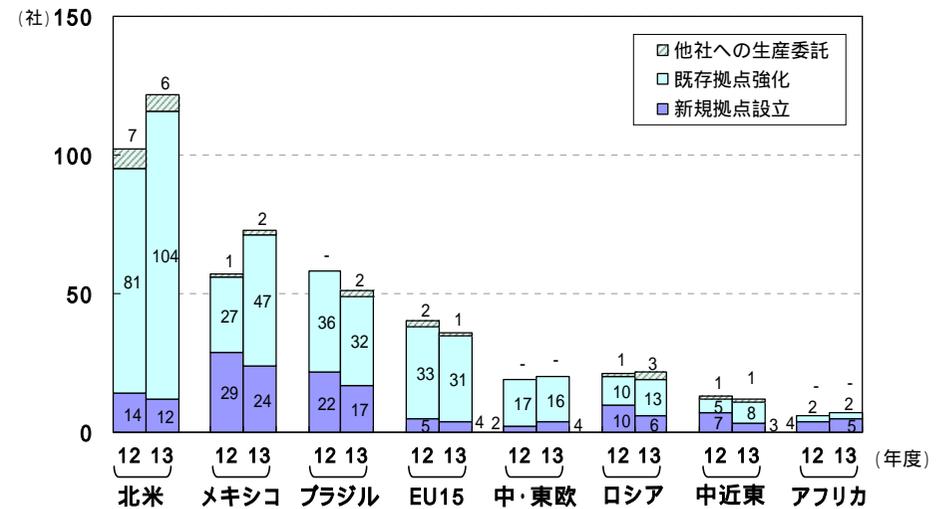
・前回調査に引き続き、メキシコでの事業強化姿勢が上昇(62.6% 65.3%)。「強化・拡大」と回答した企業の中では、生産面において既存拠点を強化する動きが強まった。

■ アフリカの事業強化姿勢も上昇

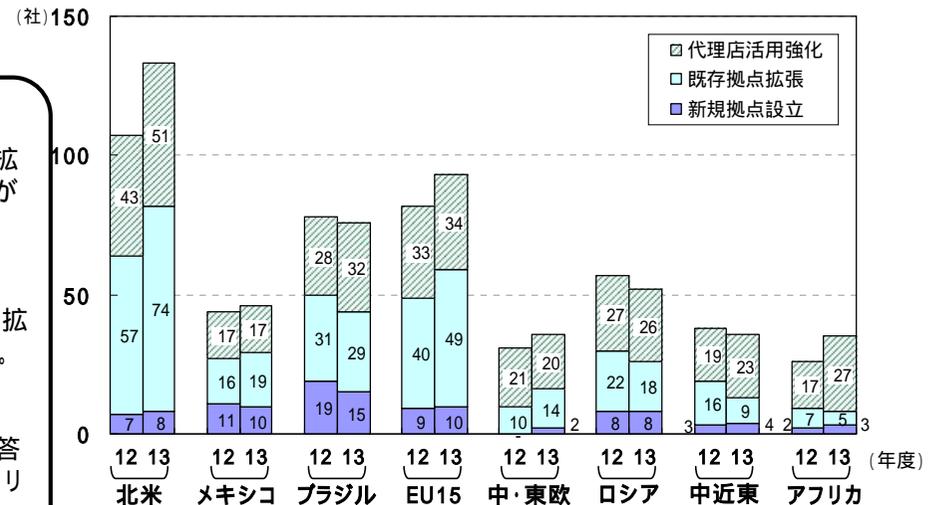
・今年調査ではアフリカの事業強化姿勢は48.1%へ上昇した。「強化・拡大する」と回答した企業数は多くないものの、生産面・販売面いずれも前回調査より増加した。アフリカ経済の成長の動きを反映したものと考えられる。

図表41、42は、図40で「強化・拡大する」と回答した企業の具体的な取組み内容を、生産面、販売面に分けて集計したものを、複数回答可。

図表41 (生産)強化・拡大する分野



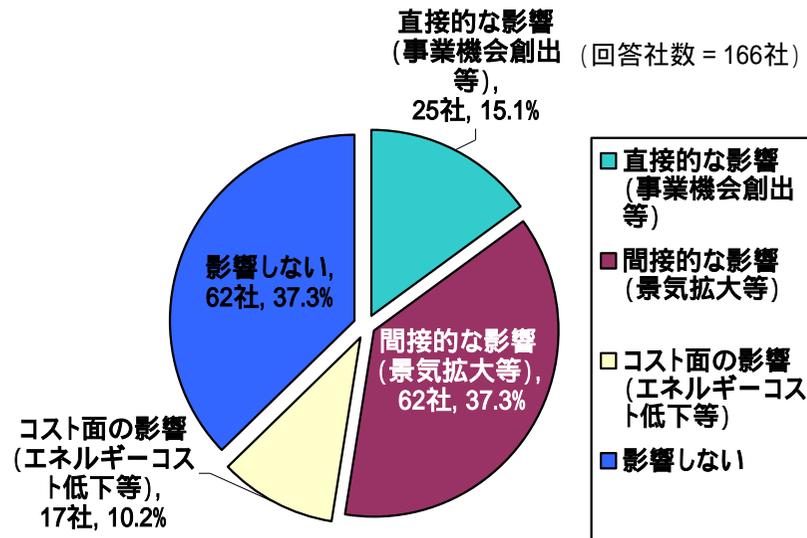
図表42 (販売)強化・拡大する分野



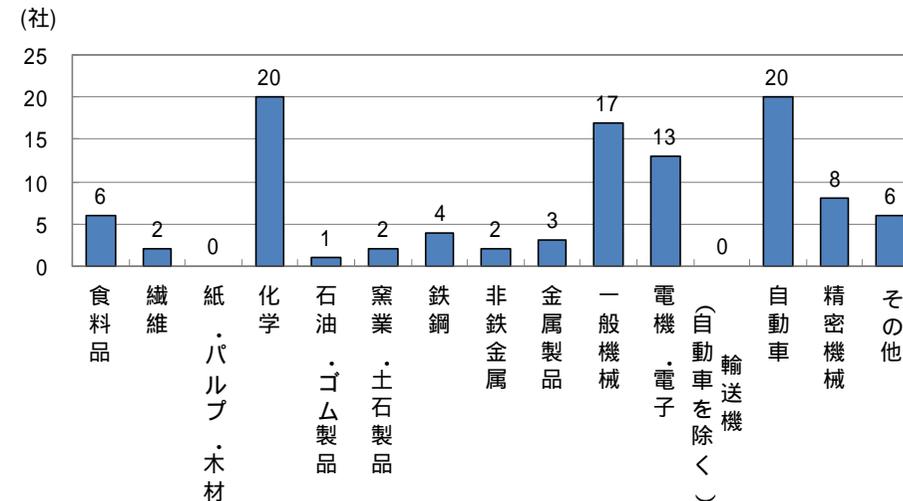
問

前頁において北米の事業展開(図表40)で「1.強化・拡大」と回答した企業にお伺いします。シェールガス・オイルの活用により北米製造業の復活が期待されております。北米における中期的な事業見通しを検討する際、どのようなシェールガス・オイルの影響を考慮されたか、最も近い選択肢を1つお選び下さい。

図表43 北米事業へのシェールガス・オイルが与える影響



図表44 業種別に見た北米事業へのシェールガス・オイルが与える影響 (影響ありと回答した企業数)



■北米事業を強化・拡大すると回答した企業の約6割がシェールガス・オイルの影響を考慮

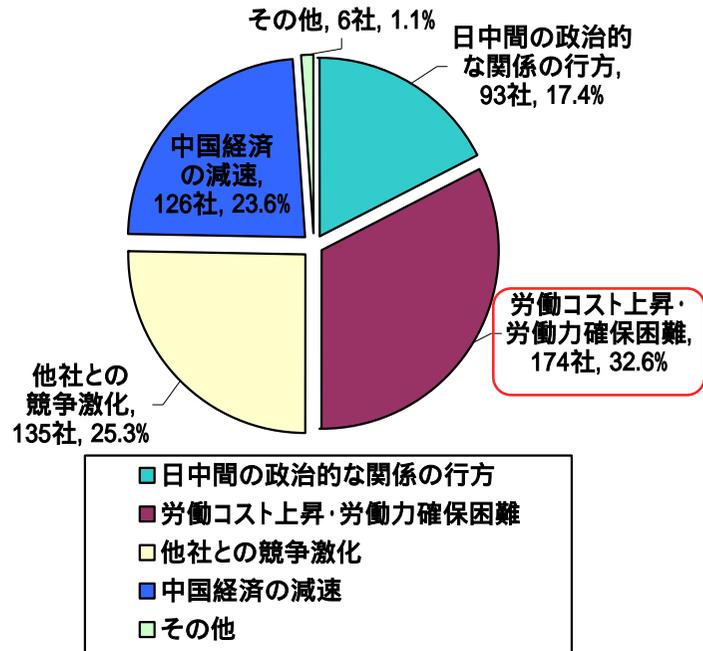
- 北米事業を強化・拡大すると回答した企業のうち、シェールガス・オイルの「直接的な影響」を考慮した企業は25社(15.1%)、「間接的な影響」を考慮した企業は62社(37.3%)、また「コスト面の影響」を考慮した企業は17社(10.2%)となり、合わせて6割強の企業が北米事業の強化・拡大を検討した際、シェールガス・オイルの影響を考慮したことが示された。
- また、シェールガス・オイルの影響を考慮したと回答した企業を業種別にみると、自動車20社、化学20社、一般機械17社、電機・電子13社となった。なお、「直接的な影響」を考慮したと回答した企業が多い業種は化学、一般機械であった。

---

## ・中国事業の見通しについて

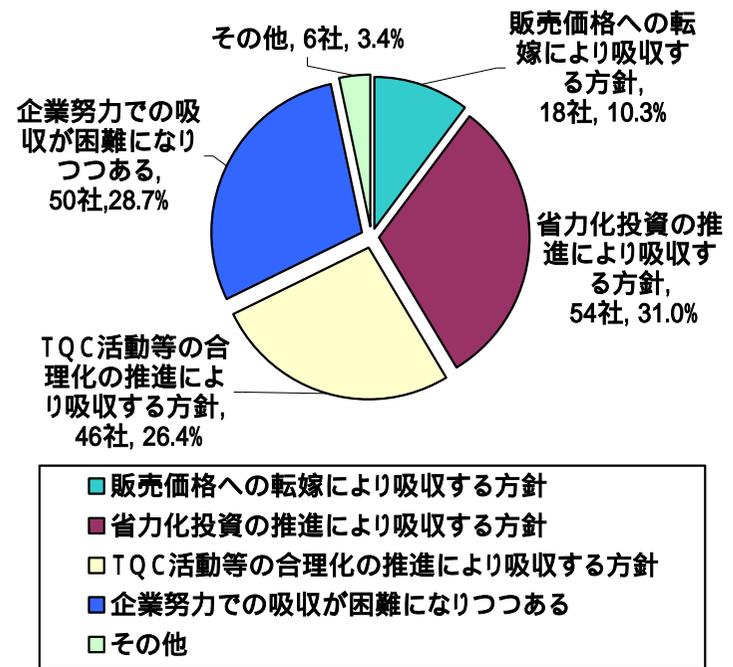
**問** 貴社の中国事業に関し、中期的(今後3年程度)に、現地における事業維持の観点から、最も懸念される事項は何ですか。貴社のお考えに最も近いものを選択肢の中から1つお選び下さい。

**図表45 中国事業の中期的な懸念** (回答社数 = 534社)



**問** 労働コスト上昇に関して、貴社の現状の対処方針に最も近いものを選択肢の中から1つお選び下さい。

**図表46 労働コスト上昇への対処方針** (回答社数 = 174社)



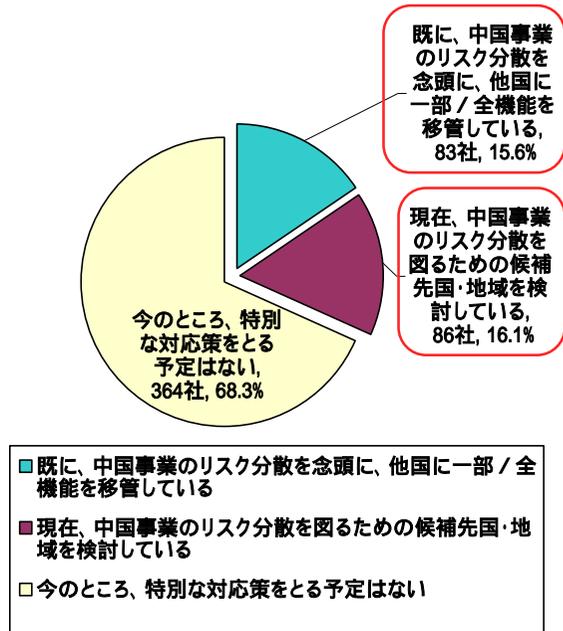
**■中国事業における最大の中期的な懸念について約1/3の回答企業が「労働コスト上昇・労働力確保困難」を選択**  
 ・今回調査では、中国事業(中国への輸出を含む)を実施している企業(534社)に対し、中期的な最大の懸念点を上記5つの選択から一つ選んでもらった。回答率の多い順に並べると「労働コスト上昇・労働力確保困難」(32.6%)、「他社との競争激化」(25.3%)、「中国経済の減速」(23.6%)、「日中間の政治的な関係の行方」(17.4%)となった。回答企業の約1/3が最大の懸念を労働コスト上昇と認識していることが示された。

**■労働コスト上昇への対処は省力化、合理化努力の強化が主であるが、吸収が困難になりつつあると回答した企業も約3割**  
 ・上記で「労働コスト上昇・労働力確保困難」と回答した企業(174社)の労働コスト上昇への対処は「省力化投資」(31.0%)、「TQC等の合理化活動」(26.4%)であり、「販売価格への転嫁により吸収する方針」は一部にとどまった。また、「企業努力で吸収が困難になりつつある」と回答した企業も50社、28.7%に上った。企業インタビューでは「元高の進行により中国で生産するメリットが失われつつある」との意見も聞かれた。

問 貴社では、中国事業のリスク分散を図るために何らかの対応をとられていますか。貴社の状況に最も近いものを選択肢の中から1つお選び下さい。

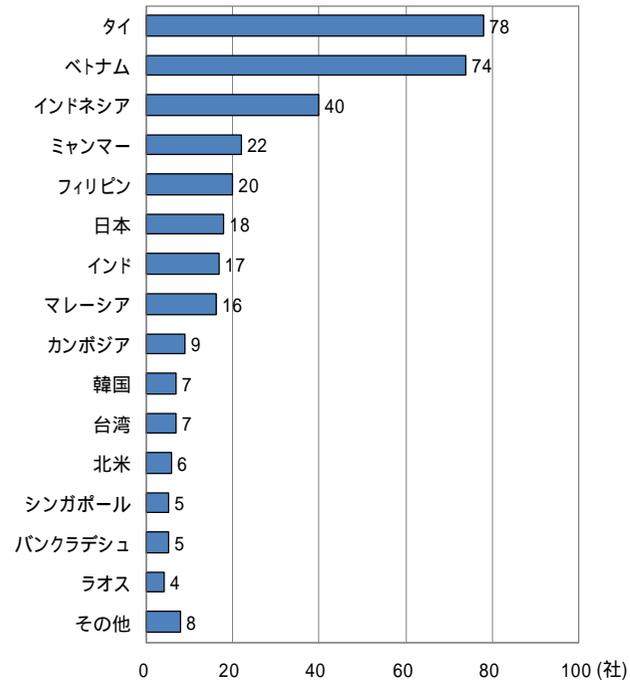
問 貴社が検討もしくは実施されているリスク分散先について、該当するものを選択肢の中から最大3つまでお選び下さい。

図表47 中国事業のリスク分散 (回答社数 = 533社)



リスク分散を実施・検討している、169社、31.7%

(回答社数 = 167社)



### ■中国事業のリスク分散に関しては、7割弱の企業が「今のところ、特別な対応策をとる予定はない」と回答

・中国事業(中国への輸出を含む)を実施している企業(533社)に対し、中国事業のリスク分散に係る対応についてたずねると、7割弱の企業が「特別な対応策をとる予定はない」と回答。「既に一部/全機能を他国に移管」(15.6%)、「リスク分散を図るための候補国・地域を検討中」(16.1%)と何らかの対策を実施済みまたは検討中の企業は3割程度に留まった。

### ■中国事業のリスク分散先は主にASEAN諸国

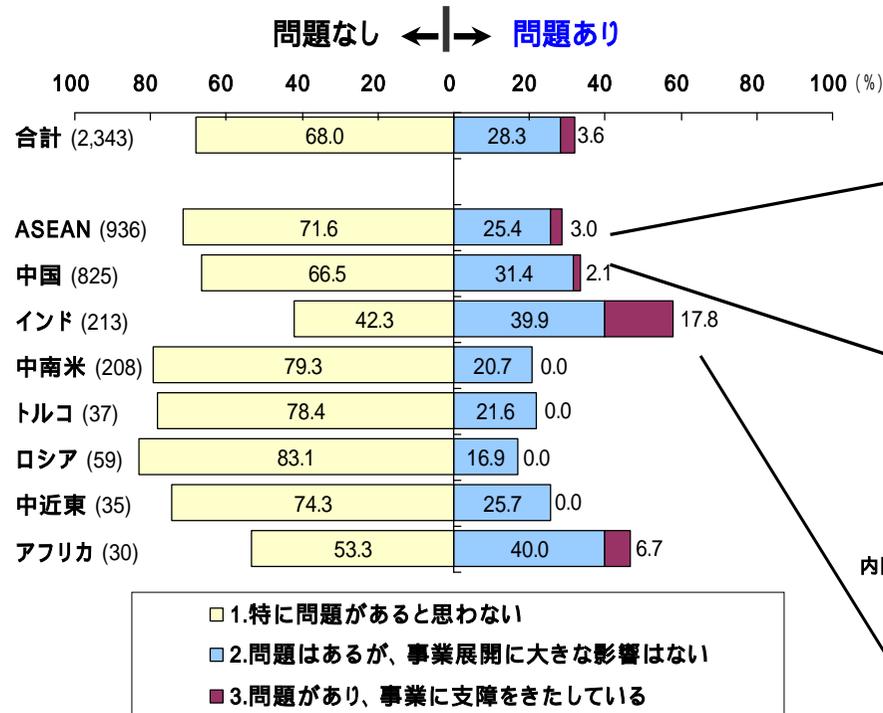
・リスク分散を実施済みまたは検討中の企業の約半数がリスク分散先としてタイ(78社)、ベトナム(74社)を挙げた。次点としてインドネシア(40社)が続く。上位10カ国の中でASEAN諸国は7カ国とリスク分散先としてのASEAN諸国を選択する企業が多い結果となった。一方、日本をリスク分散先と挙げる企業は一部(18社)に留まった。

---

## VI. 事業展開先国におけるインフラのニーズと課題

問 事業展開しているそれぞれの国・地域における電力インフラについて、貴社の評価をお教え下さい(3つの選択肢から1つ選んで下さい)。

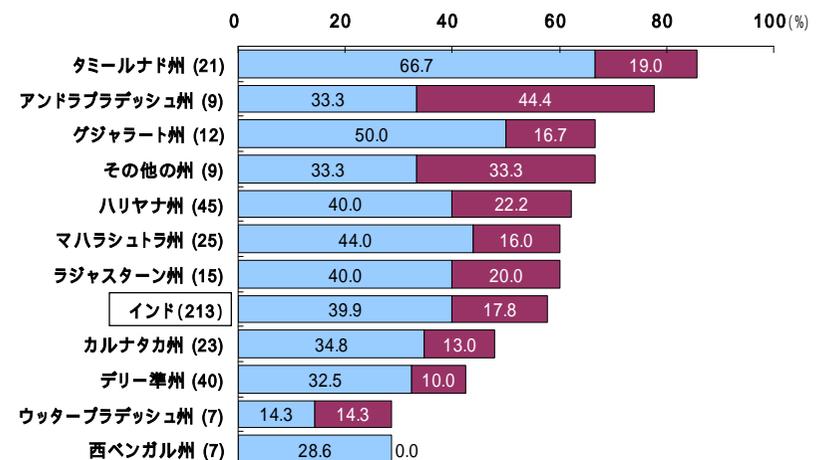
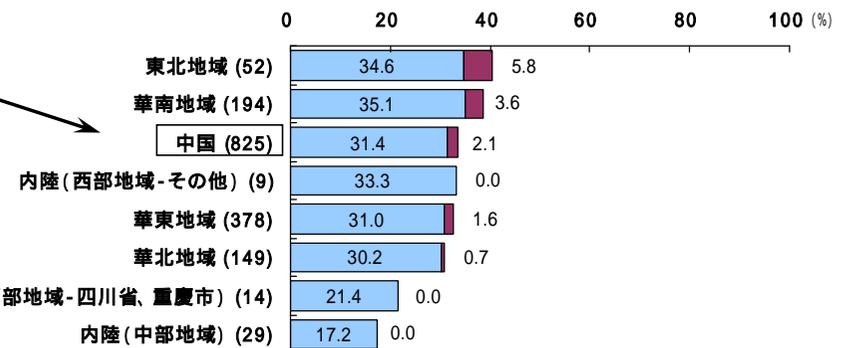
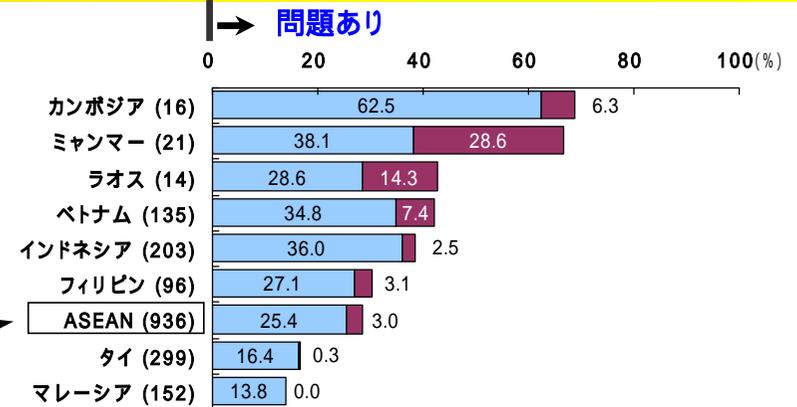
図表48 電力インフラへの評価 (回答累計数 = 2,343)



(注) 国・地域・州名右側の( )内の数字は、それぞれの回答社数。

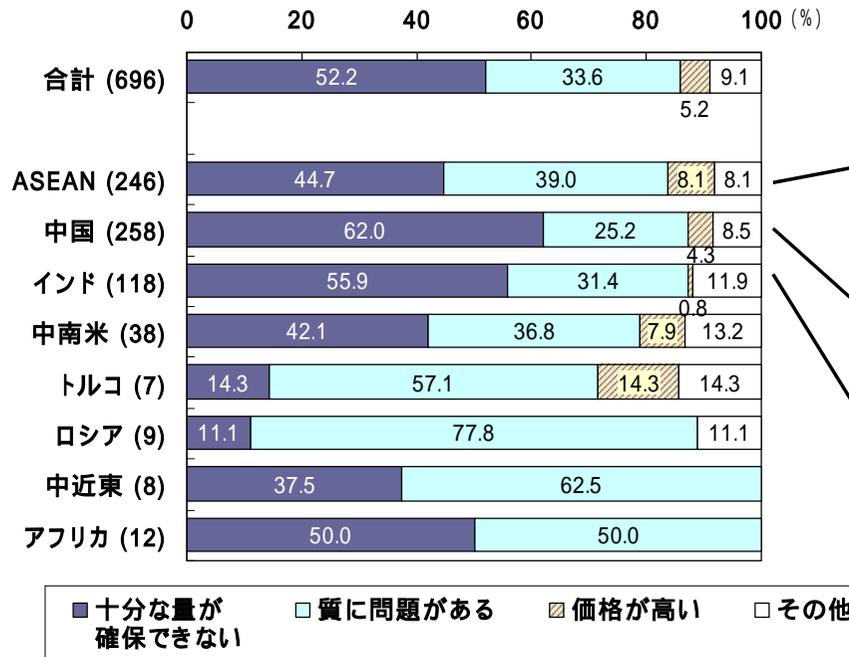
## ■ 事業展開先の電力インフラについて回答企業の3割が問題があると認識

- ・事業展開先の電力インフラについて、回答企業の68.0%は特に問題がないと回答し、32.0%が問題があると認識している(図表48の選択肢「2.」と「3.」の合計)。
- ・インドにおける「問題あり」の回答割合は57.7%であり、調査対象となる国・地域のうち最も高い値となった。このうち「3.事業に支障をきたしている」の割合をみても17.8%と最高値となっている。(図表48)
- ・ASEANは、問題あるとの回答割合が平均をやや下回る28.4%であるが、カンボジアとミャンマーについては問題あるとの回答割合がそれぞれ68.8%、66.7%と、かなり高い水準となっている。



問 前頁図表48で、「2.」もしくは「3.」と回答した方へ。最も課題であると思われる点について、次の4つの選択肢の中から1つ選んで下さい。  
 「十分な量が確保できない」、「質に問題がある」、「価格が高い」、「その他」

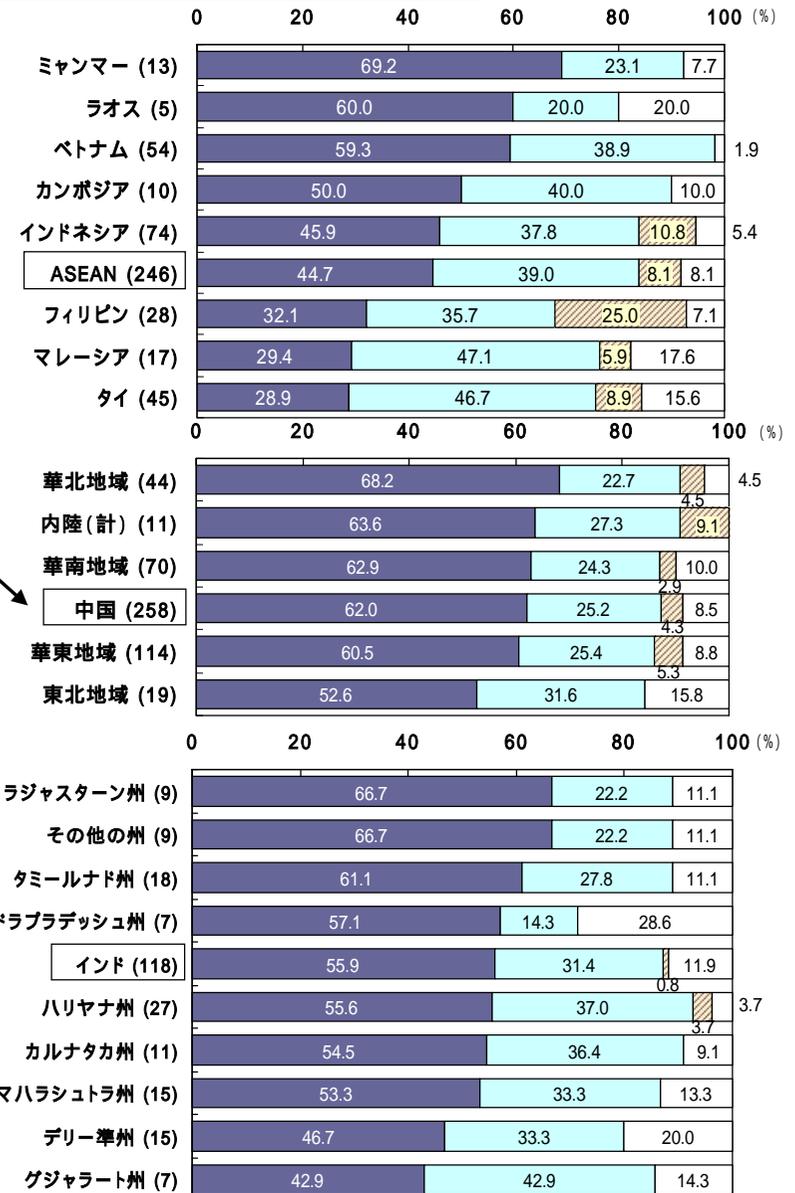
図表49 電力インフラにおける課題 (回答累計数 = 696)



(注) 国・地域・州名右側の ( ) 内の数字は、それぞれの回答社数。

### ■地域を問わず、停電への対処が求められている

・電力における課題については「十分な量が確保できない」が全体の52.2%を占め、2番目が「質に問題がある」で33.6%となった。企業インタビューでは、どちらの選択肢でも停電を問題とする意見が多く聞かれた。  
 ・停電が頻発する地域で事業を実施する回答企業は自家発電施設を有しているが、「自家発電はコストが相当程度かかるので、使用は可能な限り控えている(インドの日系企業)」、「自家発電施設の能力に限界があり、生産ライン全体に電気を供給できない(中国華東地域の日系企業)」など、自家発電施設を有していても停電対策には十分でないという意見も聞かれた。



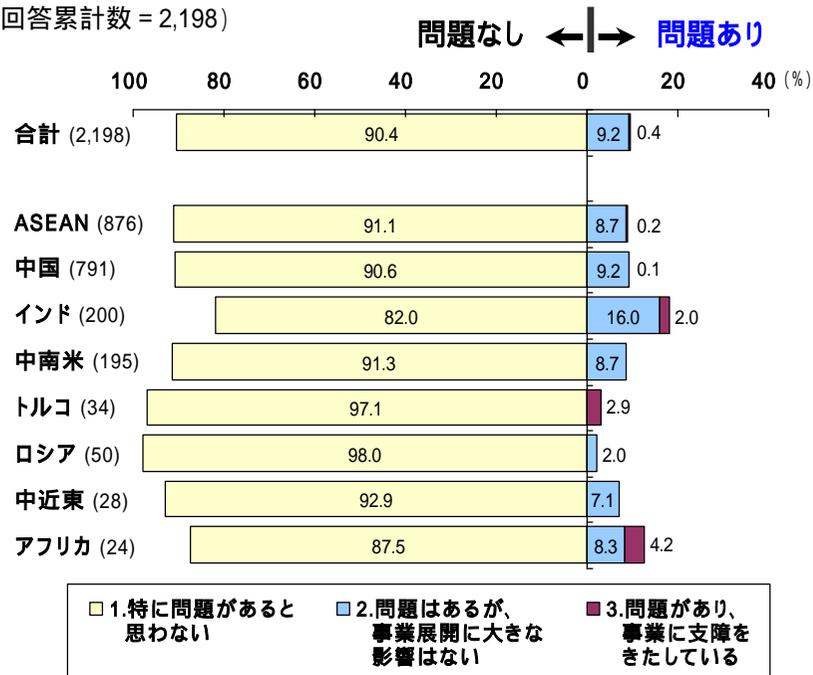
工業用水インフラの地域別詳細は資料9参照。

**問** 事業展開しているそれぞれの国・地域における工業用水インフラについて、貴社の評価をお教え下さい(3つの選択肢から1つ選んで下さい)。

**問** 図表50で、「2.」もしくは「3.」と回答した方へ。最も課題であると思われる点についてお教え下さい(4つの選択肢から1つ選んで下さい)。

図表50 工業用水インフラへの評価

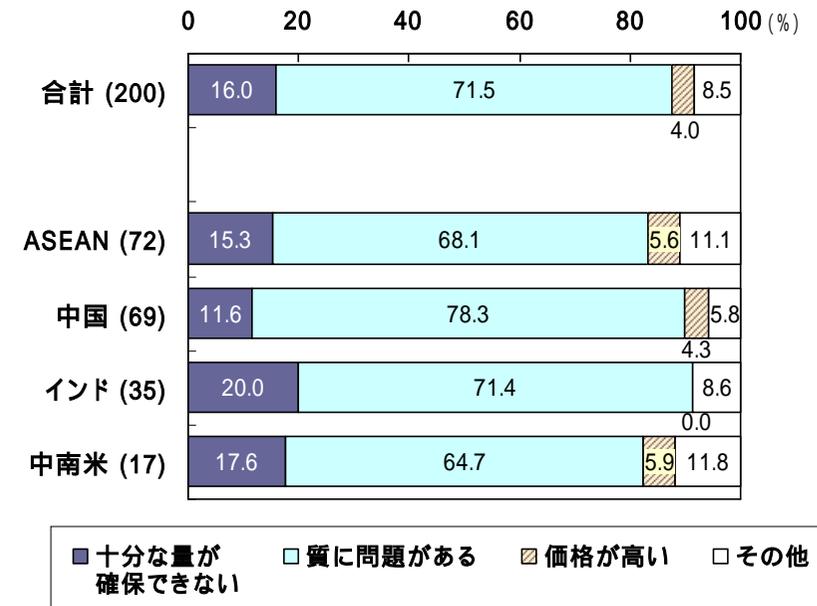
(回答累計数 = 2,198)



(注) 国・地域名右側の( )内の数字は、それぞれの回答社数。

図表51 工業用水インフラにおける課題

(回答累計数 = 200)



(注1) 国・地域名右側の( )内の数字は、それぞれの回答社数。  
 (注2) 回答社数が3社以下の国・地域のデータは表示していない。

## ■ 工業用水で問題があると認識しているのは回答企業の1割程度

- ・事業展開先の工業用水について「問題あり」(選択肢「2.」と「3.」の合計)と認識しているのは1割で、電力(同3割)よりも回答割合が低かった。
- ・国・地域別でみると、「問題あり」の回答割合が最も高かったのはインドであった(18.0%)。(図表50)

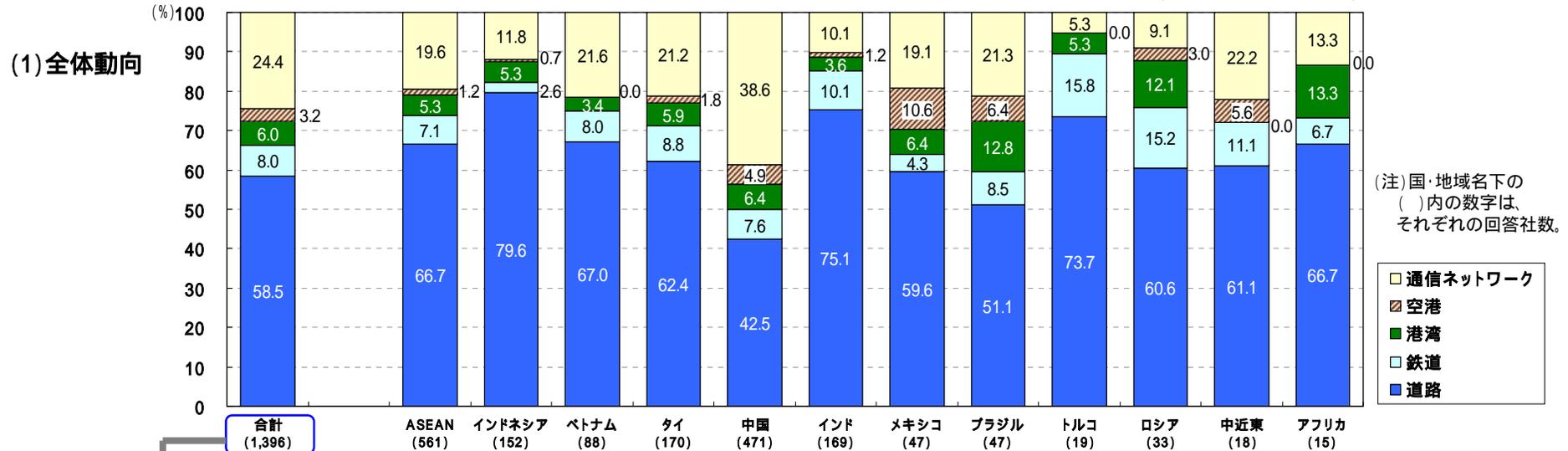
## ■ 課題として「質」を挙げた企業が7割を占める

- ・図表50で「問題あり」と回答した企業に工業用水における課題を尋ねたところ、いずれの国・地域でも課題として「質」を指摘する企業が最も多く、全体の71.5%(200社中143社)に上った。(図表51)
- ・企業インタビューでは、具体的問題点として「工業用水に不純物が混じっており、別途、自社で浄化する必要がある」との意見もあった。

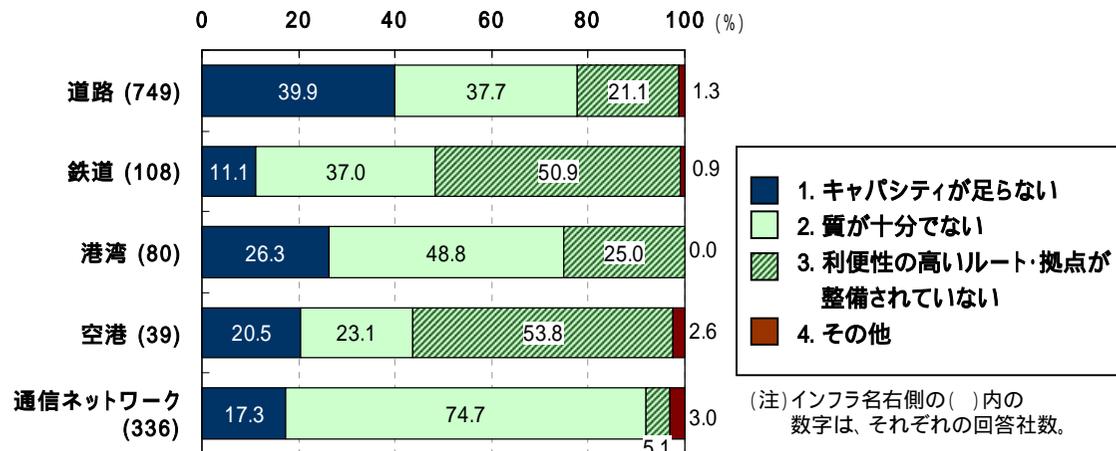
**問** 事業展開しているそれぞれの国・地域において、次の5つの運輸・通信インフラの中で、最も早急に改善して欲しいものを1つ選んで下さい。  
 「道路」、「鉄道」、「港湾」、「空港」、「通信ネットワーク」

図表52 最も早急に改善して欲しい運輸・通信インフラ(全地域)

(回答累計数 = 1,396)



(2) 最も課題であると思っていること  
 (1~4の選択肢から1つ選択)



**■ 国・地域を問わず、「道路」の改善希望が最多**

・最も早急に改善して欲しい運輸・通信インフラの第1位は「道路」で、回答企業の58.5%が挙げている(図表52(1))。  
 ・国・地域別で「道路」の割合が高いのはインドネシア(79.6%)、インド(75.1%)。インドネシアでは、企業進出にインフラ整備が追いついていないとの意見が多く、特にジャカルタ~工業団地間の渋滞を指摘する企業が多い。

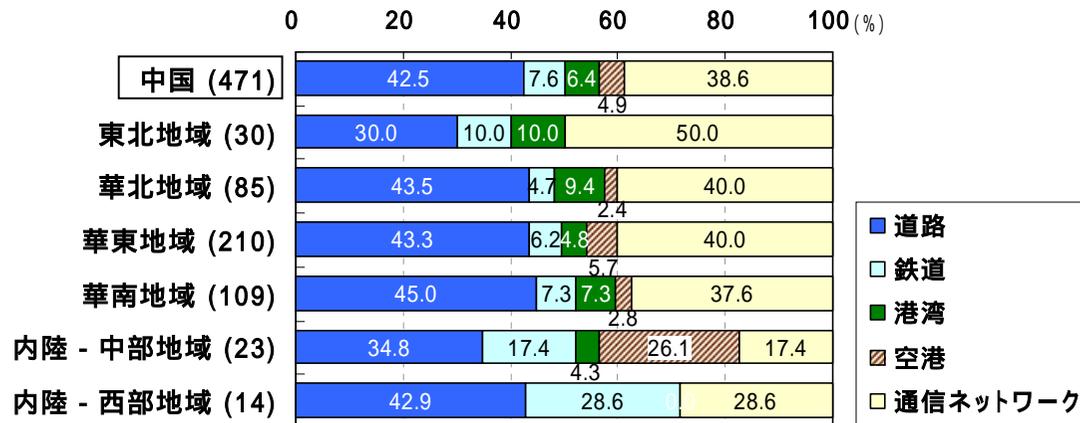
**■ 第2位は「通信ネットワーク」、4社中3社が「質」の改善を希望**

・「道路」の次に改善希望が多かったのは「通信ネットワーク」(24.4%)。回答企業の74.7%が「質」の改善を希望(図表52(2))。企業インタビューでは「ネット回線がつながりにくい」、「地域によっては携帯やメールでの通信に支障がある」などの意見が聞かれた。

(注) インフラ名右側の( )内の数字は、それぞれの回答社数。

図表53 最も早急に改善して欲しい運輸・通信インフラ(中国・インド)

(1) 中国の回答傾向 (回答累計数 = 471)



(注) 地域名右側の( )内の数字は、それぞれの回答社数。

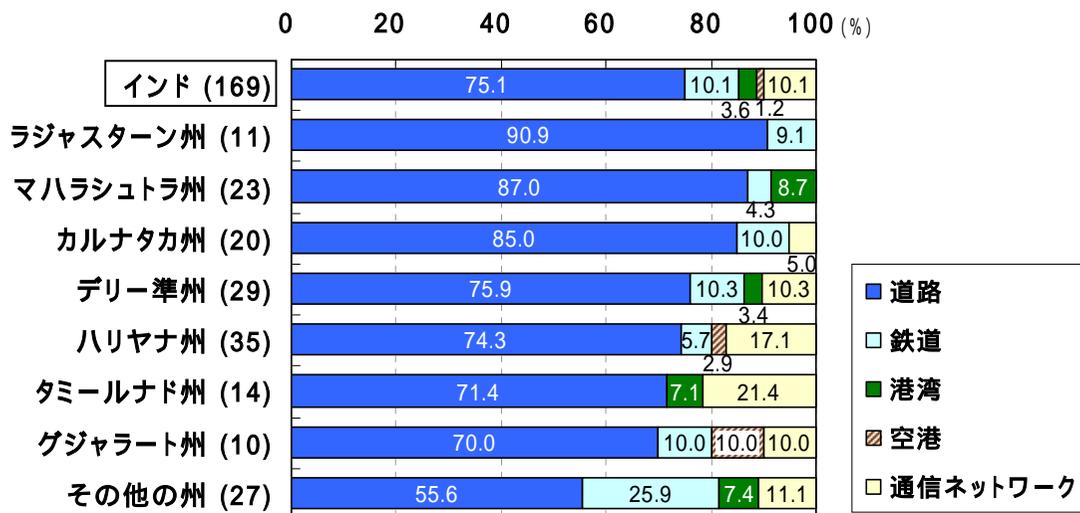
### ■ 中国では「通信ネットワーク」への改善希望が相対的に多い

・中国で最も改善して欲しい運輸・通信インフラは「道路」(42.5%)であった。「以前に比べると大きく改善されている」と評価する企業がある一方、「拡張工事に伴う渋滞の改善や迂回路の利便性向上があるとよい」との意見が得られた。

・中国の場合、「通信ネットワーク」を選択する企業の割合(38.6%)が他国に比べ高い。企業インタビューでは「データ送信中に回線が途切れる」、「本社と現地拠点とのWEB会議中に画面が静止する」など具体的問題が聞かれた。

・地域別では、内陸 - 中部地域において「道路」の次に「空港」の改善希望が多い結果が得られた。

(2) インドの回答傾向 (回答累計数 = 169)



(注) 州名右側の( )内の数字は、それぞれの回答社数。

### ■ インドは4社に3社が「道路」の改善を最も希望

・インドにおける「道路」の評価は、他国との比較においても厳しい。企業インタビューでは、「ニューデリーなどの都市部は良いが、郊外の道路整備は遅れている」、「舗装の水準があまり高くない」などの多くの不満が聞かれた。

・一方、インドでは「鉄道」を挙げる企業も約1割(10.1%)存在。企業インタビューでは、「運行システムの乱れが多く、納品が遅れる場合がある」という不満が聞かれる一方で、「長距離輸送(例:北部の工場 - 南部の顧客)では時間的・コスト的に道路より鉄道の方が望ましい」など、鉄道インフラが改善されれば、道路から鉄道へ切り替える可能性も示唆する企業もあった。

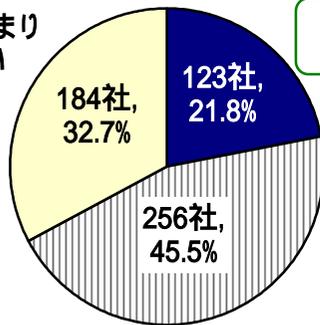
問

FTA(自由貿易協定)/EPA(経済連携協定)に基づく関税引き下げ・撤廃等の優遇措置の活用状況について、選択肢のなかから該当するものを選んで下さい(図表54)。また、中期的(今後3年程度)に海外拠点の新設や拠点拡張を検討する際、当該国・地域において、これらの優遇措置が享受できるか否かを重視するかについて、お教え下さい(図表55)。

図表54 FTA/EPAの活用状況

(1)合計 (回答社数 = 563社)

活用状況はあまり把握していない



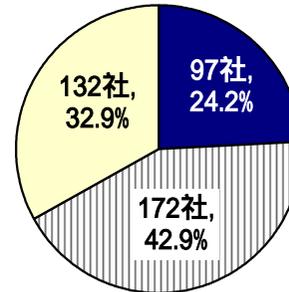
活用している

次頁図表56へ

活用していない

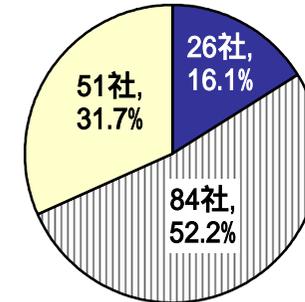
(2)大企業

(回答社数 = 401社)



(3)中堅・中小企業

(回答社数 = 161社)



(参考)生産拠点の保有状況別

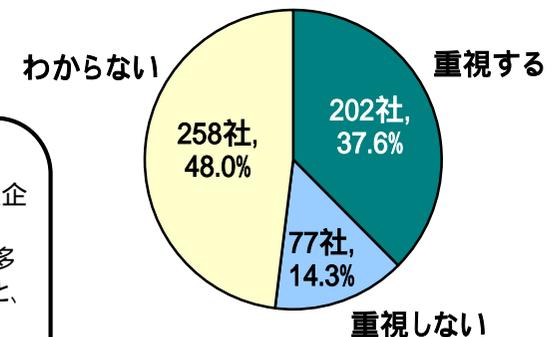
生産拠点の保有状況(注)	回答社数	活用している	活用していない	活用状況はあまり把握していない
5地域未満	424 (100.0%)	81 (19.1%)	207 (48.8%)	136 (32.1%)
5地域以上	139 (100.0%)	42 (30.2%)	49 (35.3%)	48 (34.5%)
合計	563 (100.0%)	123 (21.8%)	256 (45.5%)	184 (32.7%)

(注)次頁図表56(1)に挙げる韓国、台湾、中国、インド、ASEAN、北米、中南米、欧州、ロシア、中近東、アフリカ、計11ヵ国・地域における生産拠点の保有状況をもとに集計。

### ■FTA/EPAに基づく優遇措置を「活用している」企業は回答企業の2割程度

- ・FTA/EPAに基づく優遇措置を活用しているのは、21.8%(563社中123社)であった。資本金別にみると、大企業は24.2%で、中堅・中小企業の16.1%よりやや高くなっている(図表54)。
- ・この理由として、大企業は中堅・中小企業に比べて1社当たりの海外生産拠点数が多く、拠点間の取引が多いことや、優遇措置を活用するために必要な事務的成本が中小企業にとって負担となる可能性があること、などが考えられる。
- ・中期的(今後3年程度)に海外事業の拡大を検討する際、当該国・地域においてFTA/EPAに基づく優遇措置が享受できるか否かを重視するか尋ねたところ、48.0%(537社中258社)は「わからない」と回答し、「重視する」と回答したのは37.6%(同202社)に留まった(図表55)。

図表55 中期的(今後3年程度)の活用見通し



(回答社数 = 537社)

問

前頁図表54(1)で、FTA/EPAの関税引き下げ・撤廃等の優遇措置を「活用している」と回答した企業123社への質問。優遇措置を活用している取引について、生産/輸出拠点(輸出元)と仕向け地(輸出先)を13の国・地域からそれぞれ選んで下さい。(最大、3取引まで)

図表56 FTA/EPAに基づく優遇措置を活用している取引

(1)活用している国・地域

生産/輸出拠点	回答数 (件)	構成比 (%)
ASEAN	89	43.8
日本	76	37.4
中国	19	9.4
韓国	6	3.0
中南米	4	2.0
北米	3	1.5
欧州	3	1.5
インド	2	1.0
台湾	1	0.5
ロシア	0	-
中近東	0	-
アフリカ	0	-
その他	0	-
合計	203	100.0

(2)生産/輸出拠点と仕向け地の組み合わせ

	生産/輸出拠点	仕向け地	回答数 (件)	構成比 (%)
1	日本	ASEAN	53	26.1
2	ASEAN	ASEAN	29	14.3
3	ASEAN	日本	25	12.3
4	中国	ASEAN	13	6.4
5	日本	インド	10	4.9
5	日本	中南米	10	4.9
5	ASEAN	インド	10	4.9
8	ASEAN	中国	9	4.4
9	ASEAN	欧州	7	3.4
10	ASEAN	韓国	3	1.5
10	ASEAN	北米	3	1.5
10	欧州	欧州	3	1.5
その他の組み合わせ			28	13.8
合計			203	100.0
(参考)ASEANが関わる取引			157	77.3

(注1)回答社数は116社。

(注2)ここでのASEANは、ASEAN10カ国を意味する。また、欧州はEU15と中・東欧の合計。

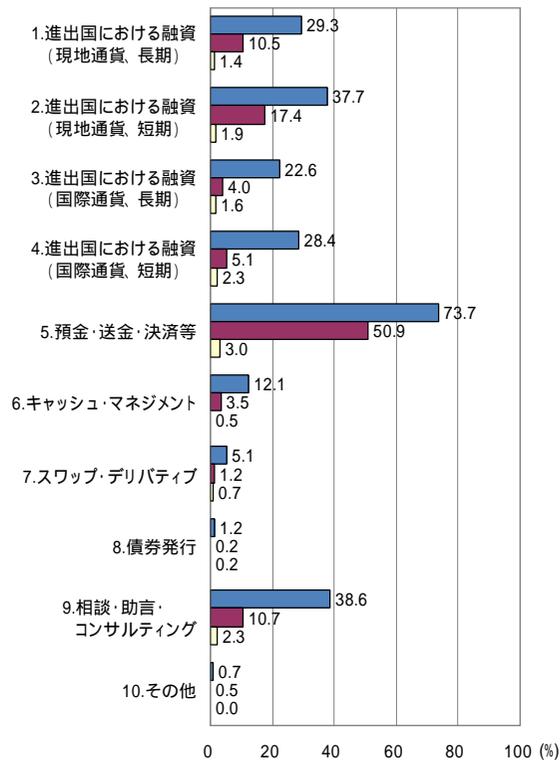
■FTA/EPAに基づく優遇措置の活用に関しては、ASEANに絡む取引が8割弱を占める。第3国間でも活用

- ・FTA/EPAに基づく優遇措置を活用している取引関係について、116社から計203件の回答があった。地域別ではASEANを挙げる企業が最も多く、生産/輸出拠点(輸出元)では43.8%、仕向け地(輸出先)では47.8%を占めた(図表56(1))。
- ・FTA/EPAに基づく優遇措置を活用している取引関係(生産/輸出拠点と仕向け地の組み合わせ)を見ると、最も多かった組み合わせは日本からASEANへの輸出で、203件中53件(構成比26.1%)に上った。2番目に多かった組み合わせはASEAN域内の取引であり、29件(同14.3%)であった(図表56(2))。
- ・ASEANの場合、例えばインド、中国、欧州、韓国、北米など、日本や域内諸国との取引以外でFTA/EPAの優遇措置を活用している企業も多い。ASEANが絡む取引は計157件(同77.3%)に上り、日本が関係しない第3国間の取引でみるとASEAN地域が大半を占めている。

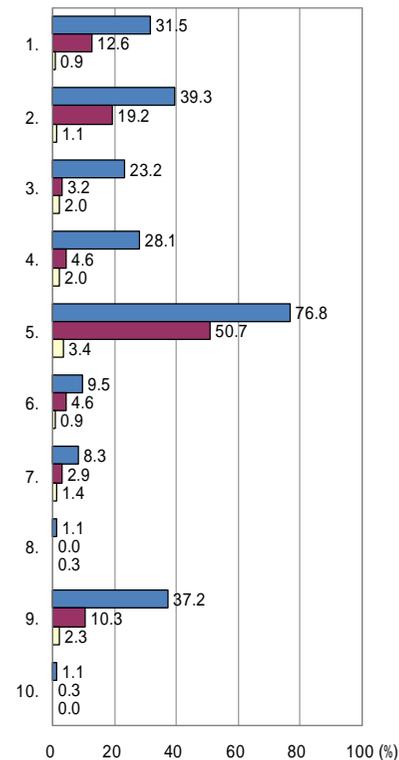
図表57 進出先における金融サービス

問 下の3つの新興国市場で、貴社が現在、日系・地場・欧米系金融機関から受けているサービスについて、1～10の選択肢の中から該当するものをすべて選んで下さい。

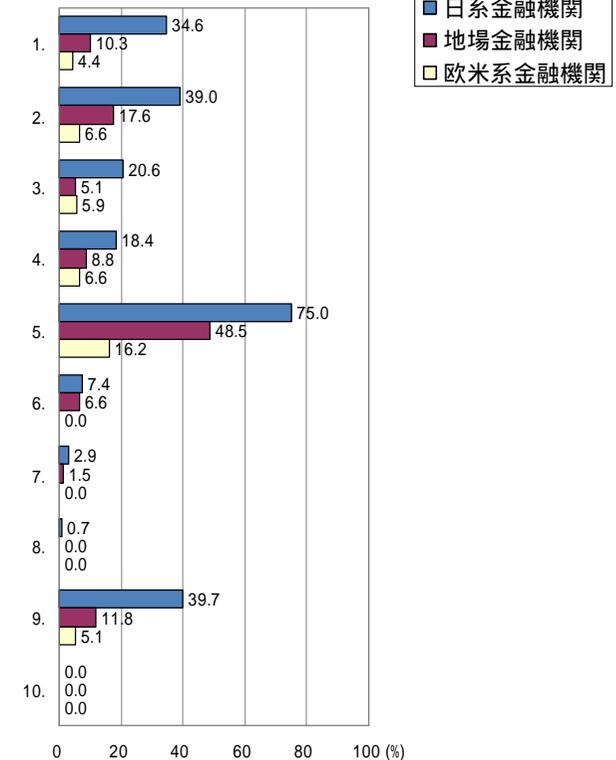
(1) 中国市場 (回答社数 = 430社)



(2) ASEAN5市場 (回答社数 = 349社)



(3) インド市場 (回答社数 = 136社)



■新興国市場では日系金融機関が幅広く利用されている

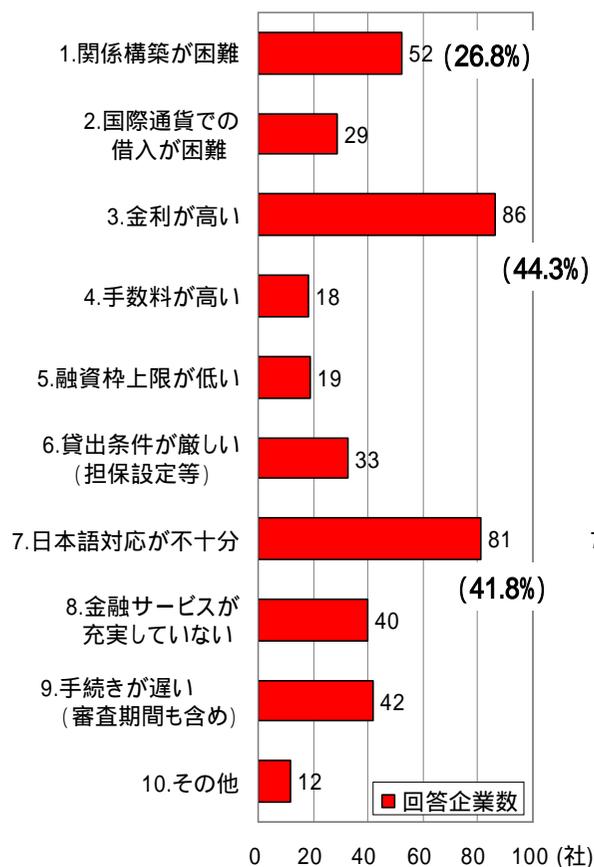
- ・預金・送金・決済サービスでは、日系金融機関が中国、ASEAN5、インド市場のそれぞれにおいて4社に3社が利用している。また、相談・助言・コンサルティングサービスでの日系金融機関の利用率も高い。
- ・地場金融機関の預金・送金・決済サービスの利用率は、各市場でそれぞれ50%前後となり、日系金融機関の次に利用されていることが示された。企業インタビューでは、「現地法人の資金管理は現地スタッフが担当しているため、現地金融機関と取引している」や「合併パートナーの取引のある地場金融機関を活用している」との声が聞かれた。
- ・地場金融機関による現地通貨建融資の利用率をみると、それぞれの市場において日系金融機関と比べ、短期は概ね1/2程度、長期は概ね1/3程度の水準となった。現地通貨建融資では、地場金融機関の利用率は日系金融機関よりも低いことが示された。
- ・インドでは欧米系金融機関の利用率が比較的高いことが示された。

問

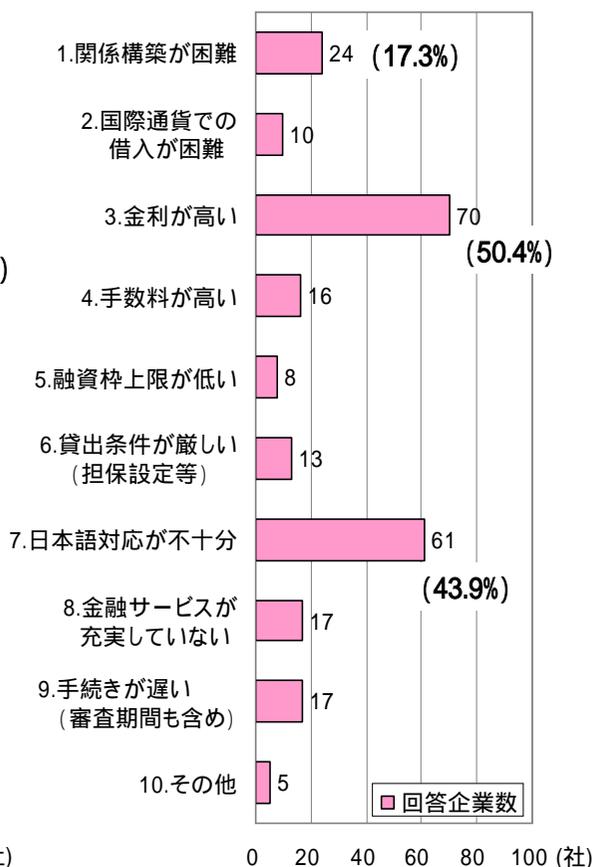
次の3つの新興国市場の地場金融機関に対する課題・不満がありましたら、1~10の選択肢の中から該当するものをすべて選んで下さい。

図表58 地場金融機関に対する課題・不満

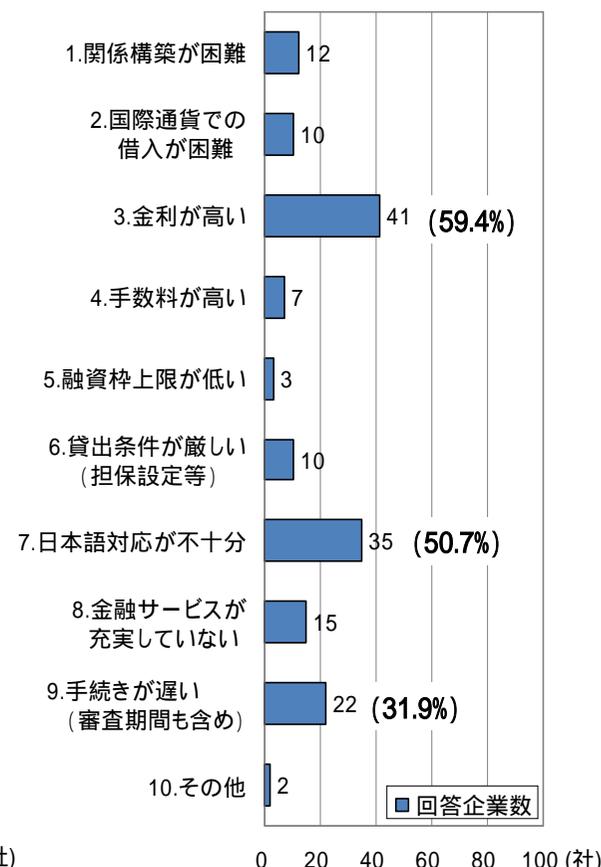
(1) 中国市場 (回答社数 = 194社)



(2) ASEAN5市場 (回答社数 = 139社)



(3) インド市場 (回答社数 = 69社)



■地場金融機関に対する課題・不満は「高い金利」と「日本語対応が不十分」

- ・地場金融機関に対する課題・不満は、各市場共通して「金利が高い」(中国市場:44.3%、ASEAN5市場:50.4%、インド市場:59.4%)、「日本語対応が不十分」(それぞれ41.8%、43.9%、50.7%)が挙げられた。
- ・各市場毎の特徴を見ると、中国市場では「関係構築が困難」(26.8%)、インドでは「手続きが遅い」(31.9%)が上記の課題に次ぐ回答となった。

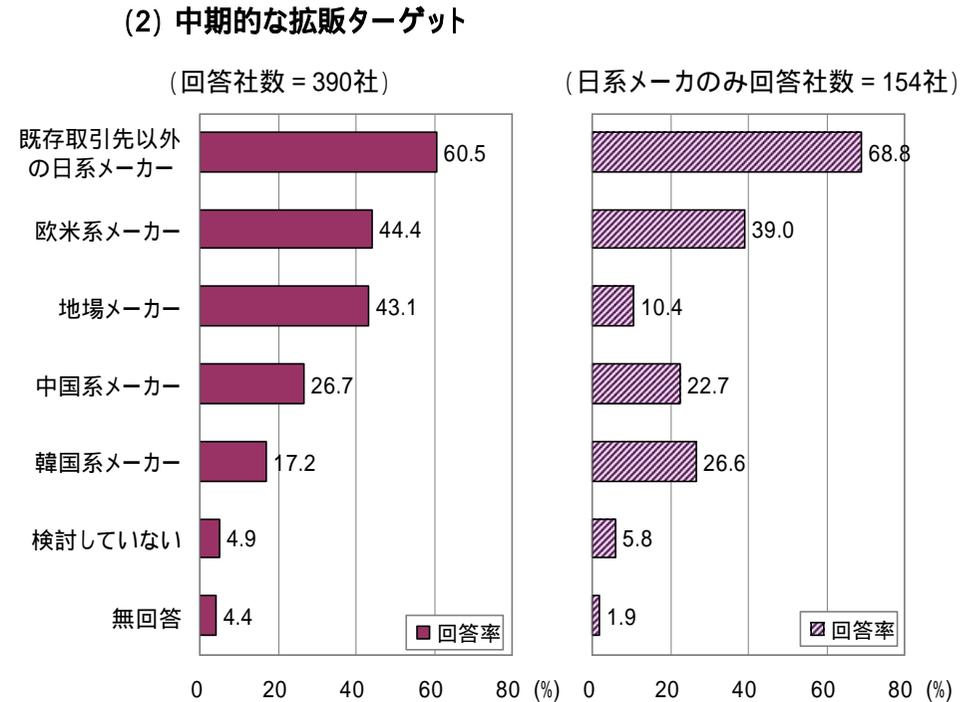
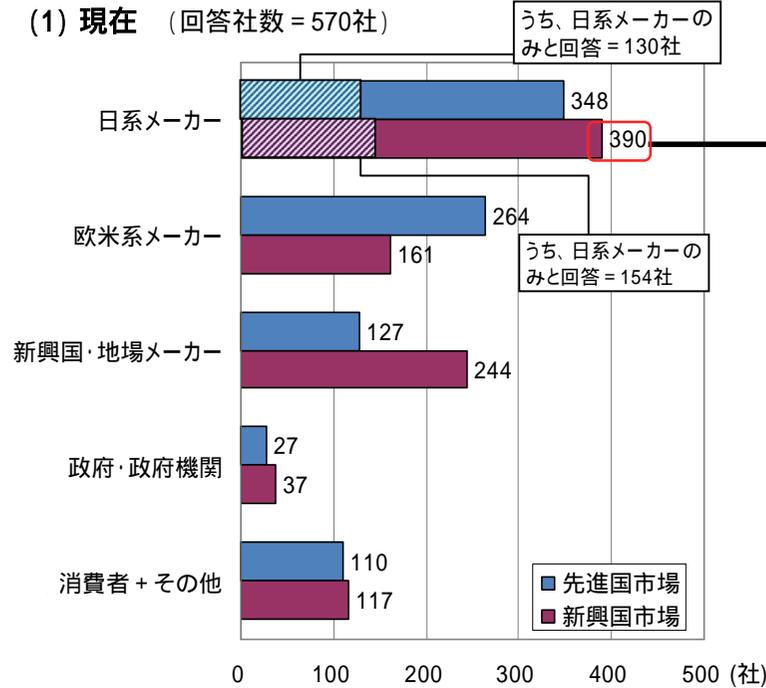
---

## . グローバル経営の課題と今後の戦略

**問** 先進国市場、新興国市場それぞれにおいて、現在、貴社の主要製品の主な販売先はどちらですか。先進国市場、新興国市場それぞれ以下の中から最大3つ選んで下さい。

**問** 新興国市場において、中期的(今後3年程度)に現在の販売先以外へ拡販を検討している場合は、ターゲットとする企業に関し図表59(2)の選択肢より選んで下さい(複数回答可)。

**図表59 海外市場における主な販売先**



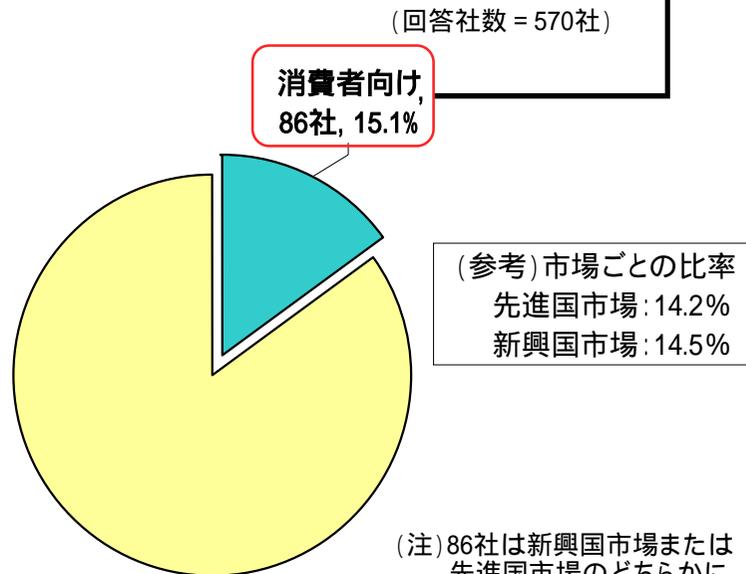
**■回答企業の海外市場における現状の主な販売先は「日系メーカー」**

・回答企業より、新興国市場、先進国市場のそれぞれにおいて、現時点における主な販売先を尋ねたところ、先進国市場では日系メーカー(348社)と欧米系メーカー(264社)、新興国市場では、日系メーカー(390社)と新興国・地場メーカー(244社)と、日系メーカーへの販売を軸に、現地企業と取引していることが示された。ただ、先進国市場では130社、新興国市場では154社が日系メーカーのみとの取引に留まる結果となった。(図表59(1))

**■新興国市場では非日系メーカーへの取引も進む**

・今後は新興国市場においては既存取引先以外の日系メーカーを中心に、欧米系メーカー、地場メーカーなど非日系メーカーへの取引も進む。(図表59(2))  
・現状、アンケート回答企業の約1/4にあたる154社が日系メーカーのみとの取引にとどまっている。これらの企業に関しても、既存取引先以外の日系メーカーを中心として、欧米系メーカー等へも取引を広げていく方向にある。

図表60 販売先を消費者と回答した企業



(注) 86社は新興国市場または先進国市場のどちらかにおいて消費者を選択した企業数。

■消費者を主な販売先と回答している企業は回答企業の約15%

・図表60に示されるように、消費者を主な販売先(所謂B to C取引)と回答している企業は、回答企業の約15%に留まった。多くの回答企業の取引は、メーカー等への部品の納入といった企業間取引が中心であることが示された。

■新興国において消費者を販売先とした事業の主な展開先は中国、ASEAN

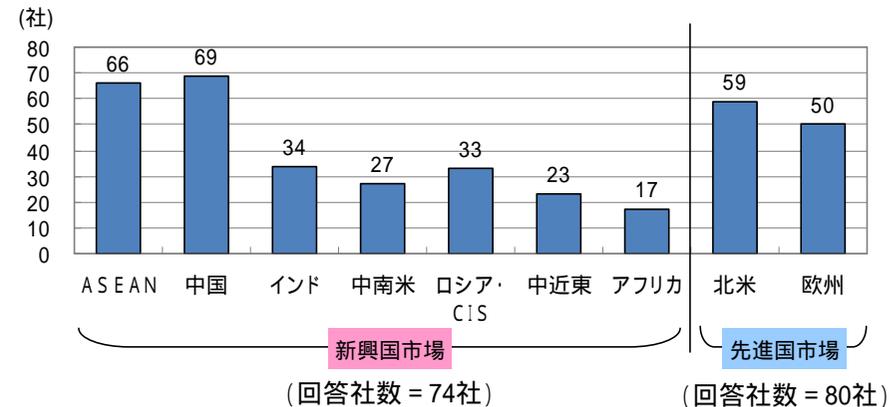
・消費者を主な販売先として事業に取り組んでいる企業の海外展開先は、中国(69社)、ASEAN(66社)、北米(59社)であり、特に、新興国市場においては中国、ASEANへの取組みが突出していることが示された。

・業種別にみると、食料品(18社)、その他(15社)、化学(12社)、電機・電子(11社)、精密機械(8社)、自動車(7社)の数が多い。なお、消費者を販売先とする企業数の割合が最も高い業種は食料品であり、次いで、その他、精密機械となった。

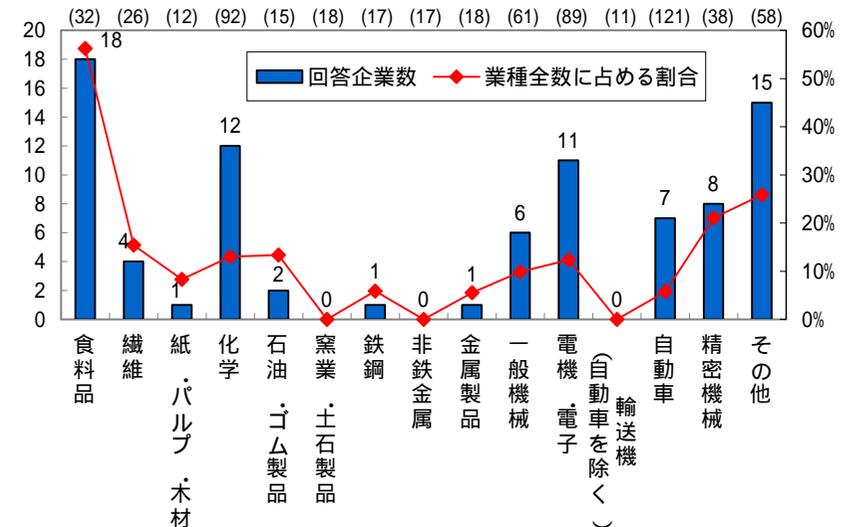
問

主な販売先で「消費者」を選択した企業に対し、図表61記載の地域から主に取り組んでいる海外市場を選択してもらった。(複数回答可)

図表61 主に取り組んでいる海外市場 (回答社数 = 83社、未回答3社)



図表62 消費者事業を選択した企業(業種別) (回答社数 = 86社)



(注) 棒グラフの上の( )内の数字は各業種の全数

問

新興国市場(注1)において、ターゲットとする所得階層(注2)をお選び下さい(複数回答可)。海外市場における現在の業績(売上高、収益)は進出時と比較してどうですか。「1.当初計画を超えて良好」、「2.概ね当初計画どおり」、「3.当初計画を若干下回る」、「4.当初計画を大きく下回る」の中から一つ選んで下さい。

問

現在、事業を実施している新興国市場での業績(売上高、収益)が進出時と比較して、「1.当初計画を超えて良好」、「2.概ね当初計画どおり」と回答された方に伺います。新興国市場での事業展開が順調に進んでいる理由について、以下選択肢より該当するものを選んで下さい(複数回答可)。

図表63 新興国市場において、ターゲットとする所得階層と現在の業績

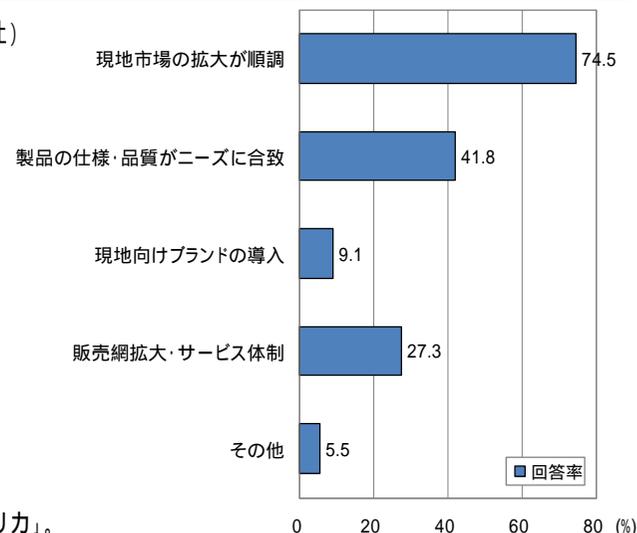
	全体	ターゲットとする所得階層				海外市場での現在の業績(社)		
		高所得層	中間所得層	低所得層	高所得層と中間所得層の占める比率	当初計画を超えて良好	概ね当初計画どおり	良好・計画どおりの占める比率
ASEAN	66	39	52	9	86%	6	36	64%
中国	69	40	52	6	91%	7	18	36%
インド	34	14	26	6	82%	0	12	35%
中南米	27	11	24	4	85%	4	7	41%
ロシア・CIS	33	17	25	4	88%	7	10	52%
中近東	23	12	18	4	83%	0	10	43%
アフリカ	17	7	14	4	76%	0	6	35%

(注1)本頁における新興国市場は、「ASEAN」、「中国」、「インド」、「中南米」、「ロシア・CIS」、「中近東」、「アフリカ」。

(注2)ターゲットとする所得階層の定義は「高所得層:年間所得35,000ドル以上」、「中間所得層:高所得層と低所得層の間」、「低所得層:年間所得5,000ドル未満」。

図表64 新興国市場での事業展開が順調に進んでいる理由

(回答社数 = 55社)



### ■新興国における消費者向け販売のターゲット階層は、高～中間所得層

・ASEAN市場からアフリカ市場まで、消費者向け販売(所謂B to C取引)を実施している企業の多くは高～中間所得層をターゲットとし、低所得層に取り組んでいる企業は一部に留まる回答結果となった。

### ■新興国市場の取組は一定の成果が得られつつある

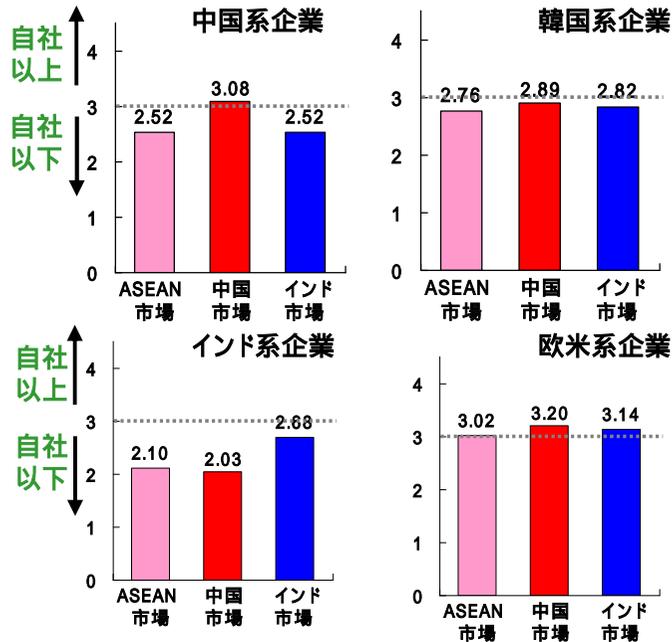
- ・「1.当初計画を超えて良好」、「2.概ね当初計画どおり」を合計した回答比率をみると、ASEAN市場では64%と、3社に2社程度が当初計画と同水準かそれを上回る業績を達成する結果となった。
- ・一方、中国市場(同上36%)、インド市場(同上35%)、アフリカ市場(同上35%)では約65%の企業が当初計画を下回り、苦戦していることが示された。
- ・新興国市場で、当初計画と同等またはそれを上回る業績を上げている理由については、「現地市場の拡大が順調」(74.5%)が最大。「製品の仕様・品質がニーズに合致」(41.8%)も2番目に高い理由となった。
- ・新興国市場の取引は、現地市場のニーズの対応も含め、国ごとにバラツキはあるものの、一定の成果が得られつつある結果が示された。

**問** 新興国市場(中国、ASEAN5、インド)において貴社の競合企業が中国系企業、韓国系企業、インド系企業、欧米系企業である場合、貴社を「3」とした場合の競争力を5段階(「1」～「5」)で評価し、該当する番号を一つ選んで下さい。

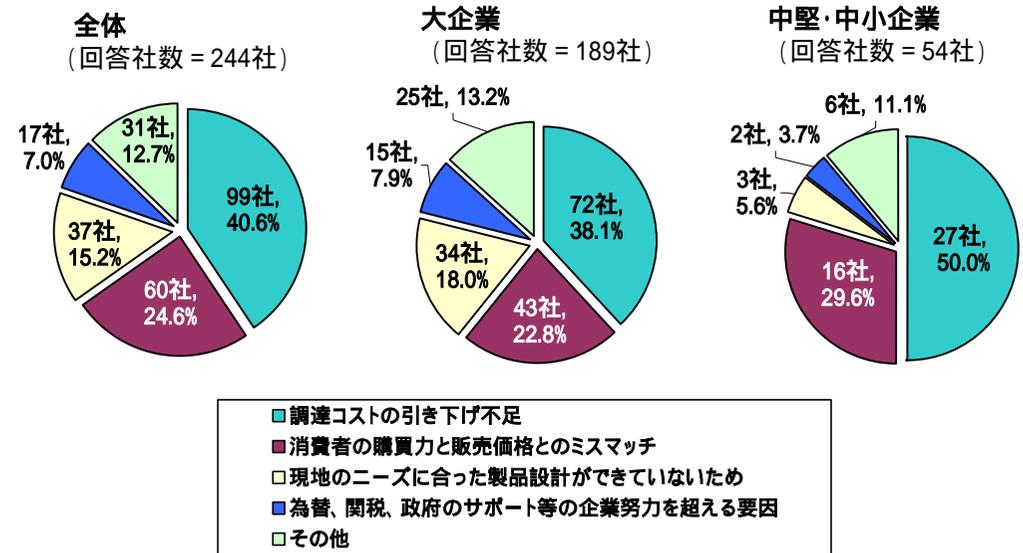
**問** 競合企業と比較し、貴社の競争力が劣っていると評価(自社を「1」、「2」と評価)した理由について、最も該当する番号を一つ選んで下さい。

図表65 新興国市場における製品競争力

(1) 製品競争力



(2) 製品競争力が劣る理由



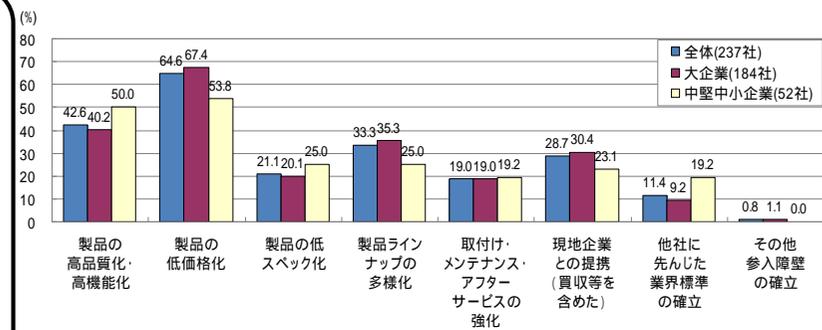
**■新興国市場の製品競争力では、中国系、韓国系、インド系企業に対し概ねどの市場においても自社に競争力があると認識**

- 新興国市場における製品競争力では、回答企業全体では、中国系、韓国系、インド系企業と比較し概ねどの市場においても自社に競争力があると評価となった。一方、欧米系企業に対しては、欧米系企業の競争力がやや上との評価であり、手ごわい競争相手として認識しているように見受けられる。
- 企業インタビューにおいては「リーマンショックを契機に、本格的に新興国市場に取り組んできたが、徐々に成果が出つつある」との意見も聞かれた。

**■調達コストの引き下げ不足の解消が競争力向上の課題**

- 自社の製品競争力が下と回答した企業によれば、競争力が劣っている理由は、大企業、中堅・中小企業共に、「調達コストの引き下げ不足」であり、特に中堅・中小企業においてその割合が高く示された。

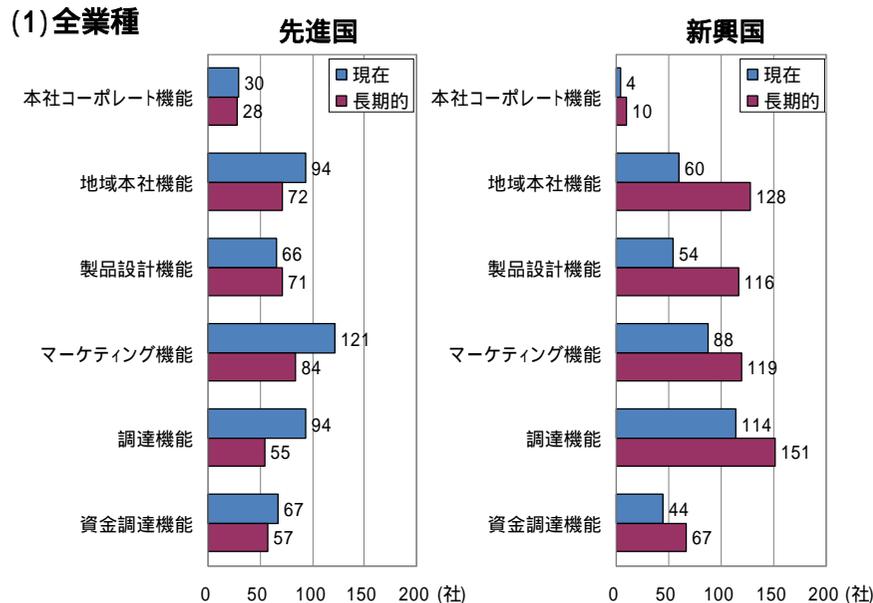
(3) 競争力強化の手段



問

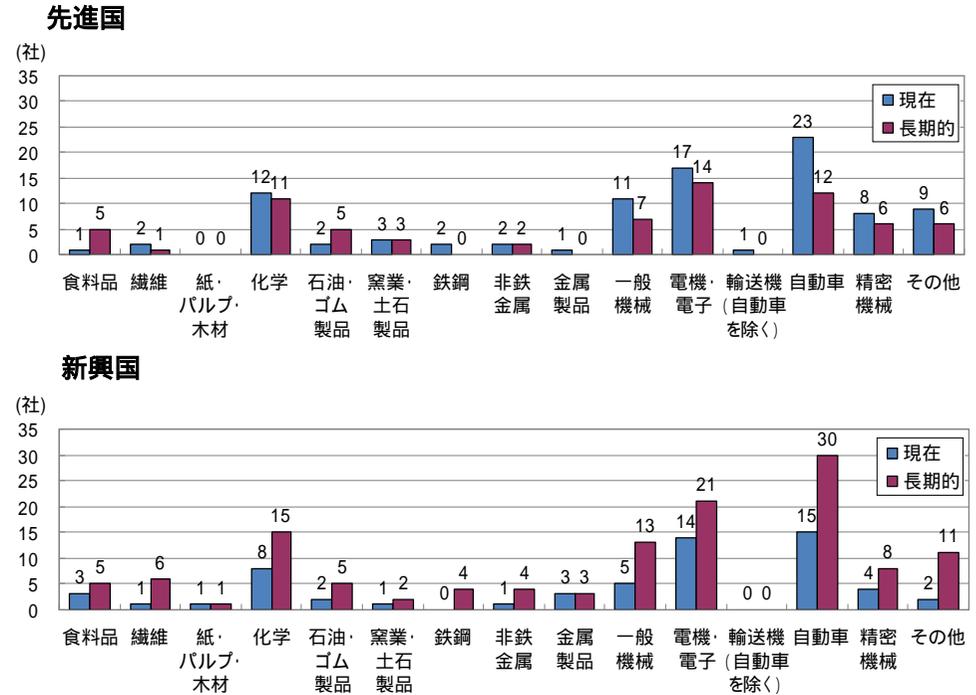
貴社の本社機能の海外移転の考え方について伺います。次の表に記載されたa.~f.の本社機能のうち、貴社にて現時点で既に海外(先進国、新興国)に移転しているもの、及び長期的に(今後10年程度)移転が必要と考えている機能について、該当する項目を選んで下さい。(複数回答可)

図表66 本社機能の海外移転の考え方



(参考)回答社数:  
 先進国 現在164社、長期的147社    新興国 現在172社、長期的253社

(2) 地域本社機能移転について業種別にみた動向



【選択肢の定義】

本社機能	解説
a. 本社コーポレート機能	グループ経営戦略立案、経営資源配分の決定する機能(いわゆる「本社そのもの」)
b. 地域本社機能	各地域の域内マネジメント機能(地域戦略立案等)
c. 製品設計機能	収集した現地情報を基に、ローカル市場で販売する製品設計を行う機能
d. マーケティング機能	現地ニーズを把握するための情報収集および現地での販売戦略を立案する機能
e. 調達機能	現地生産に必要な原材料、部材等の調達を決定する機能
f. 資金調達機能	単に、親会社から送られた資金を管理するだけではなく、現地企業自らが独立して資金調達先を検討・決定する機能

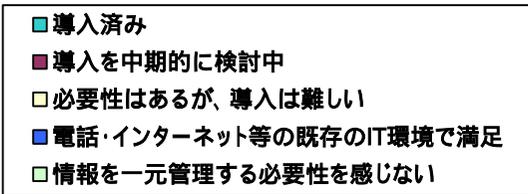
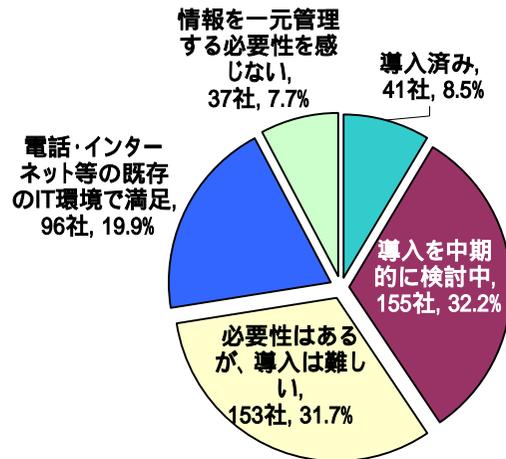
- 現状、先進国を中心に一部の本社機能の移管が進んでいる
  - ・現在、先進国においてマーケティング機能(121社)を中心とした本社機能の移管が進んでいる。
- 今後は新興国への地域本社、製品設計機能などの移管も進む
  - ・現時点では新興国においてもマーケティング機能(88社)と調達機能(114社)の移管を実施しているとの回答が多いが、長期的には、地域本社機能(128社)、製品設計機能(116社)の移管も進むとの回答を得た。今後は、新興国市場において、意思決定スピードの改善やより市場ニーズに対応した製品開発が期待される。
  - ・自動車、電機・電子、一般機械、化学をはじめとした業種において一部の本社機能の移管を進める姿勢にあることが示された。

問

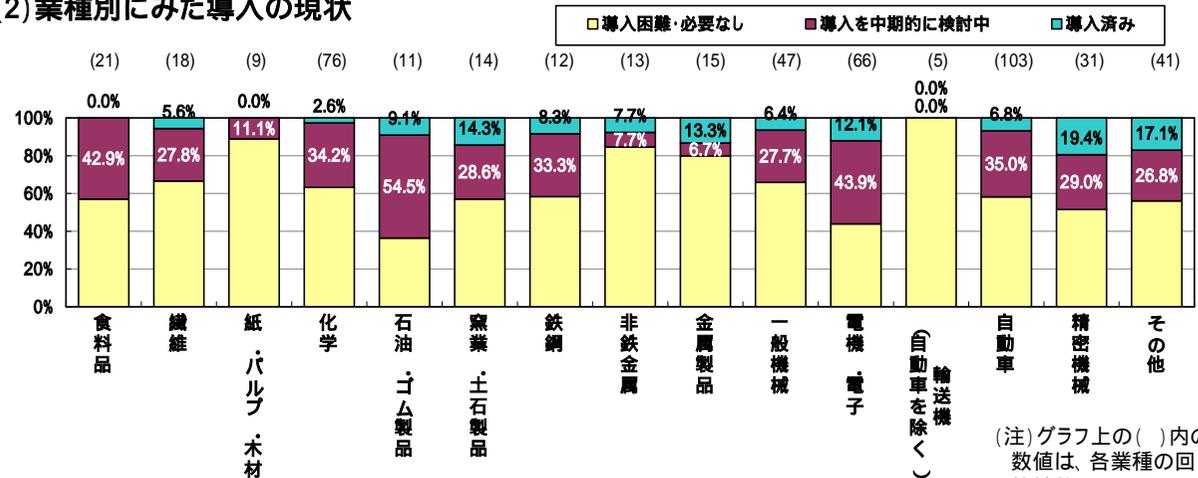
グローバル経営を推進するため、本社と現地法人間のタイムリーな情報共有を実現する取り組みについて、貴社に該当する番号を一つ選んで下さい。

図表67 グローバルITシステム導入の現状

(1) 全業種 (回答社数 = 482社)

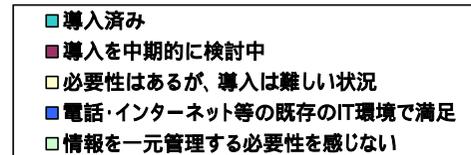
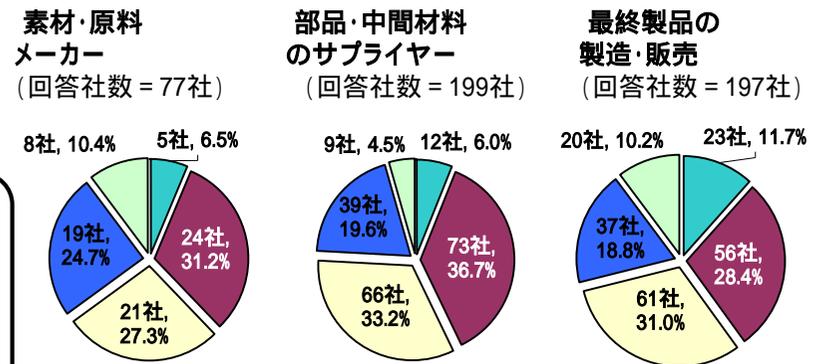


(2) 業種別にみた導入の現状



(注) グラフ上の( )内の数値は、各業種の回答社数。

(3) サプライチェーン別にみた導入の現状



■ 約3分の1の企業がシステム導入を検討、8.5%が既に導入済み

- グローバル経営の推進に向け、本社と現地法人間のタイムリーな情報共有を実現するためのグローバルITシステムについては、32.2%の企業が導入を検討しており、また8.5%の企業は既に導入済みと回答。中期的にはグローバルITシステムを導入する企業が約4割となる可能性がある。業種別では、「導入済み」と「導入を中期的に検討中」を合計した比率が高い順に、石油・ゴム製品(63.6%)、電機・電子(56.0%)、精密機械(48.4%)となった。

■ サプライチェーン別では、回答傾向に大きな差はなし

- サプライチェーン別にみると、回答傾向に大きな差は見られなかった。それぞれ約4割の企業が、グローバルITシステムを導入済み、または、導入を検討中の状況にある。グローバルITシステム導入は、サプライチェーン全体に共通した課題となっていることが分かる。

---

## 参考資料

中期的有望事業展開先の推移

順位	2013年度		2012年度		2011年度		2010年度		2009年度	
	社数	得票率	社数	得票率	社数	得票率	社数	得票率	社数	得票率
	488	(%)	514	(%)	507	(%)	516	(%)	480	(%)
1位	インドネシア	219 44.9	中国	319 62.1	中国	369 72.8	中国	399 77.3	中国	353 73.5
2位	インド	213 43.6	インド	290 56.4	インド	297 58.6	インド	312 60.5	インド	278 57.9
3位	タイ	188 38.5	インドネシア	215 41.8	タイ	165 32.5	ベトナム	166 32.2	ベトナム	149 31.0
4位	中国	183 37.5	タイ	165 32.1	ベトナム	159 31.4	タイ	135 26.2	タイ	110 22.9
5位	ベトナム	148 30.3	ベトナム	163 31.7	ブラジル	145 28.6	ブラジル	127 24.6	ロシア	103 21.5
6位	ブラジル	114 23.4	ブラジル	132 25.7	インドネシア		インドネシア	107 20.7	ブラジル	95 19.8
7位	メキシコ	84 17.2	メキシコ	72 14.0	ロシア	63 12.4	ロシア	75 14.5	米国	65 13.5
8位	ミャンマー	64 13.1	ロシア	64 12.5	米国	50 9.9	米国	58 11.2	インドネシア	52 10.8
9位	ロシア	60 12.3	米国	53 10.3	マレーシア	39 7.7	韓国	30 5.8	韓国	31 6.5
10位	米国	54 11.1	ミャンマー	51 9.9	台湾	35 6.9	マレーシア	29 5.6	マレーシア	26 5.4
11位	フィリピン	39 8.0	マレーシア	36 7.0	韓国	31 6.1	台湾		台湾	21 4.4
12位	マレーシア	37 7.6	韓国	23 4.5	メキシコ	29 5.7	メキシコ	25 4.8	メキシコ	20 4.2
13位	韓国	28 5.7	トルコ		シンガポール	25 4.9	シンガポール	21 4.1	フィリピン	14 2.9
14位	台湾	23 4.7	台湾	22 4.3	フィリピン	15 3.0	フィリピン	14 2.7	ドイツ	9 1.9
15位	トルコ		フィリピン	21 4.1	トルコ	12 2.4	オーストラリア	8 1.6	オーストラリア	
16位	シンガポール	19 3.9	シンガポール	16 3.1	オーストラリア	8 1.6	バングラデシュ		サウジアラビア	
17位	カンボジア	12 2.5	カンボジア	13 2.5	バングラデシュ		トルコ		トルコ	8 1.7
18位	ドイツ	10 2.0	オーストラリア	11 2.1	カンボジア		ドイツ	7 1.4	シンガポール	7 1.5
19位	南アフリカ		バングラデシュ	10 1.9	ミャンマー	7 1.4	英国	6 1.2	チェコ	6 1.3
20位	ラオス	9 1.8	ドイツ	6 1.2	英国	6 1.2	ミャンマー	5 1.0	カナダ	5 1.0
							ポーランド		英国	
							サウジアラビア		アラブ首長国連邦	
							南アフリカ			
							アラブ首長国連邦			

長期的有望事業展開先

(注)「長期的」とは今後10年程度。

順位	2013年度		2012年度	
	社数	得票率	社数	得票率
	360	(%)	387	(%)
1位	インド	191 53.1	インド	251 64.9
2位	中国	139 38.6	中国	218 56.3
3位	インドネシア	135 37.5	インドネシア	149 38.5
4位	ブラジル	114 31.7	ブラジル	140 36.2
5位	タイ	99 27.5	ベトナム	110 28.4
6位	ベトナム	96 26.7	タイ	103 26.6
7位	ミャンマー	75 20.8	ロシア	78 20.2
8位	ロシア	65 18.1	ミャンマー	65 16.8
9位	メキシコ	47 13.1	メキシコ	46 11.9
10位	米国		米国	34 8.8

中堅・中小企業の中期的有望事業展開先

(注)「中堅・中小企業」とは  
資本金10億円未満の企業。

順位	2013年度		2012年度	
	社数	得票率	社数	得票率
	124	(%)	128	(%)
1位	インド	51 41.1	中国	74 57.8
2位	インドネシア		インド	62 48.4
3位	タイ		インドネシア	53 41.4
4位	ベトナム	44 35.5	ベトナム	45 35.2
5位	中国	36 29.0	タイ	43 33.6
6位	ブラジル	26 21.0	ブラジル	22 17.2
7位	ミャンマー	24 19.4	ミャンマー	19 14.8
8位	メキシコ	20 16.1	メキシコ	18 14.1
9位	フィリピン	15 12.1	ロシア	14 10.9
10位	ロシア	13 10.5	米国	13 10.2

(注1) ここでの回答社数は、当該国を有望と選んだ企業のうち、有望理由について回答した企業数。  
 (注2) 各順位において有望理由の回答率上位3位までを色付で表示。

2013年度調査	1位 インドネシア		2位 インド		3位 タイ		4位 中国		5位 ベトナム		6位 ブラジル		7位 メキシコ		8位 ミャンマー		9位 ロシア		10位 米国	
	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率
回答社数	215	100%	208	100%	185	100%	183	100%	146	100%	113	100%	81	100%	60	100%	60	100%	54	100%
1. 優秀な人材	11	5.1%	28	13.5%	29	15.7%	12	6.6%	37	25.3%	4	3.5%	2	2.5%	6	10.0%	2	3.3%	8	14.8%
2. 安価な労働力	82	38.1%	70	33.7%	60	32.4%	31	16.9%	84	57.5%	14	12.4%	23	28.4%	42	70.0%	4	6.7%	1	1.9%
3. 安価な部材・原材料	11	5.1%	11	5.3%	15	8.1%	29	15.8%	9	6.2%	5	4.4%	6	7.4%	4	6.7%	2	3.3%	1	1.9%
4. 組み立てメーカーへの供給拠点として	54	25.1%	48	23.1%	59	31.9%	49	26.8%	16	11.0%	18	15.9%	37	45.7%	3	5.0%	13	21.7%	11	20.4%
5. 産業集積がある	32	14.9%	24	11.5%	58	31.4%	46	25.1%	12	8.2%	11	9.7%	24	29.6%	-	0.0%	5	8.3%	15	27.8%
6. 他国のリスク分散の受け皿として	20	9.3%	11	5.3%	22	11.9%	3	1.6%	27	18.5%	3	2.7%	9	11.1%	12	20.0%	3	5.0%	1	1.9%
7. 対日輸出拠点として	13	6.0%	6	2.9%	18	9.7%	12	6.6%	7	4.8%	1	0.9%	1	1.2%	5	8.3%	1	1.7%	2	3.7%
8. 第三国輸出拠点として	29	13.5%	29	13.9%	53	28.6%	32	17.5%	17	11.6%	8	7.1%	22	27.2%	6	10.0%	1	1.7%	4	7.4%
9. 原材料の調達に有利	7	3.3%	9	4.3%	6	3.2%	13	7.1%	1	0.7%	5	4.4%	2	2.5%	1	1.7%	2	3.3%	3	5.6%
10. 現地マーケットの現状規模	66	30.7%	53	25.5%	64	34.6%	112	61.2%	18	12.3%	35	31.0%	24	29.6%	5	8.3%	18	30.0%	38	70.4%
11. 現地マーケットの今後の成長性	181	84.2%	181	87.0%	111	60.0%	124	67.8%	97	66.4%	100	88.5%	49	60.5%	32	53.3%	46	76.7%	29	53.7%
12. 現地マーケットの収益性	17	7.9%	6	2.9%	16	8.6%	17	9.3%	10	6.8%	2	1.8%	7	8.6%	1	1.7%	5	8.3%	12	22.2%
13. 商品開発の拠点として	1	0.5%	5	2.4%	6	3.2%	11	6.0%	1	0.7%	1	0.9%	2	2.5%	1	1.7%	-	0.0%	8	14.8%
14. 現地のインフラが整備されている	8	3.7%	3	1.4%	55	29.7%	18	9.8%	4	2.7%	4	3.5%	6	7.4%	-	0.0%	2	3.3%	16	29.6%
15. 現地の物流サービスが発達している	5	2.3%	2	1.0%	23	12.4%	7	3.8%	2	1.4%	2	1.8%	4	4.9%	-	0.0%	1	1.7%	15	27.8%
16. 投資にかかる優遇税制がある	6	2.8%	2	1.0%	39	21.1%	4	2.2%	10	6.8%	2	1.8%	6	7.4%	3	5.0%	2	3.3%	1	1.9%
17. 外資誘致などの政策が安定している	7	3.3%	3	1.4%	25	13.5%	2	1.1%	4	2.7%	2	1.8%	5	6.2%	-	0.0%	1	1.7%	2	3.7%
18. 政治・社会情勢が安定している	14	6.5%	6	2.9%	30	16.2%	3	1.6%	18	12.3%	6	5.3%	5	6.2%	1	1.7%	1	1.7%	19	35.2%

2012年度調査	1位 中国		2位 インド		3位 インドネシア		4位 タイ		5位 ベトナム		6位 ブラジル		7位 メキシコ		8位 ロシア		9位 米国		10位 ミャンマー	
	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率
回答社数	312	100%	279	100%	208	100%	160	100%	160	100%	132	100%	70	100%	63	100%	53	100%	48	100%
1. 優秀な人材	37	11.9%	44	15.8%	15	7.2%	33	20.6%	30	18.8%	1	0.8%	1	1.4%	2	3.2%	7	13.2%	7	14.6%
2. 安価な労働力	83	26.6%	106	38.0%	84	40.4%	58	36.3%	94	58.8%	19	14.4%	20	28.6%	3	4.8%	-	0.0%	35	72.9%
3. 安価な部材・原材料	51	16.3%	19	6.8%	11	5.3%	16	10.0%	13	8.1%	3	2.3%	1	1.4%	1	1.6%	1	1.9%	6	12.5%
4. 組み立てメーカーへの供給拠点として	87	27.9%	69	24.7%	58	27.9%	49	30.6%	21	13.1%	30	22.7%	36	51.4%	13	20.6%	8	15.1%	2	4.2%
5. 産業集積がある	69	22.1%	22	7.9%	17	8.2%	43	26.9%	10	6.3%	5	3.8%	10	14.3%	2	3.2%	8	15.1%	-	0.0%
6. 他国のリスク分散の受け皿として	4	1.3%	9	3.2%	15	7.2%	14	8.8%	26	16.3%	3	2.3%	5	7.1%	-	0.0%	-	0.0%	7	14.6%
7. 対日輸出拠点として	33	10.6%	7	2.5%	9	4.3%	19	11.9%	15	9.4%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	1	1.9%	6	12.5%
8. 第三国輸出拠点として	44	14.1%	23	8.2%	25	12.0%	40	25.0%	22	13.8%	9	6.8%	17	24.3%	-	0.0%	1	1.9%	6	12.5%
9. 原材料の調達に有利	22	7.1%	10	3.6%	5	2.4%	5	3.1%	5	3.1%	4	3.0%	-	0.0%	1	1.6%	-	0.0%	2	4.2%
10. 現地マーケットの現状規模	146	46.8%	74	26.5%	54	26.0%	44	27.5%	16	10.0%	34	25.8%	16	22.9%	17	27.0%	34	64.2%	4	8.3%
11. 現地マーケットの今後の成長性	229	73.4%	237	84.9%	174	83.7%	85	53.1%	108	67.5%	117	88.6%	36	51.4%	56	88.9%	23	43.4%	24	50.0%
12. 現地マーケットの収益性	25	8.0%	11	3.9%	13	6.3%	17	10.6%	8	5.0%	6	4.5%	3	4.3%	5	7.9%	12	22.6%	-	0.0%
13. 商品開発の拠点として	17	5.4%	4	1.4%	2	1.0%	4	2.5%	1	0.6%	2	1.5%	-	0.0%	-	0.0%	4	7.5%	-	0.0%
14. 現地のインフラが整備されている	24	7.7%	4	1.4%	6	2.9%	39	24.4%	5	3.1%	3	2.3%	3	4.3%	-	0.0%	20	37.7%	-	0.0%
15. 現地の物流サービスが発達している	12	3.8%	1	0.4%	-	0.0%	18	11.3%	-	0.0%	1	0.8%	-	0.0%	-	0.0%	11	20.8%	-	0.0%
16. 投資にかかる優遇税制がある	11	3.5%	4	1.4%	5	2.4%	34	21.3%	12	7.5%	5	3.8%	2	2.9%	-	0.0%	-	0.0%	3	6.3%
17. 外資誘致などの政策が安定している	6	1.9%	3	1.1%	9	4.3%	26	16.3%	8	5.0%	4	3.0%	-	0.0%	-	0.0%	2	3.8%	2	4.2%
18. 政治・社会情勢が安定している	5	1.6%	7	2.5%	13	6.3%	15	9.4%	11	6.9%	10	7.6%	2	2.9%	-	0.0%	15	28.3%	-	0.0%

# 資料3. 中期的有望事業展開先国・地域(有望国の課題詳細)

(注1) ここでの回答社数は、当該国を有望と選んだ企業のうち、有望課題について回答した企業数。  
 (注2) 各順位において課題項目の回答率上位3位までを色付で表示。

2013年度調査	1位 インドネシア		2位 インド		3位 タイ		4位 中国		5位 ベトナム		6位 ブラジル		7位 メキシコ		8位 ミャンマー		9位 ロシア		10位 米国	
	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率
回答社数	194	100%	194	100%	157	100%	179	100%	132	100%	99	100%	70	100%	56	100%	56	100%	40	100%
1. 法制が未整備	24	12.4%	29	14.9%	3	1.9%	19	10.6%	25	18.9%	10	10.1%	4	5.7%	27	48.2%	5	8.9%	-	0.0%
2. 法制の運用が不透明	59	30.4%	60	30.9%	14	8.9%	99	55.3%	39	29.5%	23	23.2%	12	17.1%	15	26.8%	19	33.9%	-	0.0%
3. 徴税システムが複雑	17	8.8%	48	24.7%	5	3.2%	25	14.0%	6	4.5%	17	17.2%	5	7.1%	2	3.6%	3	5.4%	1	2.5%
4. 税制の運用が不透明	34	17.5%	37	19.1%	6	3.8%	46	25.7%	22	16.7%	22	22.2%	9	12.9%	3	5.4%	4	7.1%	-	0.0%
5. 課税強化	20	10.3%	16	8.2%	13	8.3%	44	24.6%	7	5.3%	9	9.1%	5	7.1%	2	3.6%	5	8.9%	7	17.5%
6. 外資規制	20	10.3%	25	12.9%	12	7.6%	42	23.5%	10	7.6%	11	11.1%	4	5.7%	9	16.1%	6	10.7%	-	0.0%
7. 投資許可手続きが煩雑・不透明	25	12.9%	31	16.0%	5	3.2%	47	26.3%	19	14.4%	11	11.1%	5	7.1%	6	10.7%	14	25.0%	-	0.0%
8. 知的財産権の保護が不十分	8	4.1%	11	5.7%	5	3.2%	83	46.4%	8	6.1%	5	5.1%	6	8.6%	3	5.4%	2	3.6%	-	0.0%
9. 為替規制・送金規制	6	3.1%	22	11.3%	8	5.1%	56	31.3%	12	9.1%	14	14.1%	2	2.9%	9	16.1%	5	8.9%	-	0.0%
10. 輸入規制・通関手続き	26	13.4%	27	13.9%	9	5.7%	35	19.6%	13	9.8%	24	24.2%	9	12.9%	5	8.9%	9	16.1%	1	2.5%
11. 技術系人材の確保が困難	40	20.6%	26	13.4%	35	22.3%	20	11.2%	26	19.7%	12	12.1%	14	20.0%	9	16.1%	3	5.4%	2	5.0%
12. 管理職クラスの人材確保が困難	52	26.8%	26	13.4%	36	22.9%	38	21.2%	36	27.3%	18	18.2%	22	31.4%	14	25.0%	9	16.1%	5	12.5%
13. 労働コストの上昇	80	41.2%	35	18.0%	88	56.1%	138	77.1%	35	26.5%	20	20.2%	16	22.9%	7	12.5%	8	14.3%	8	20.0%
14. 労務問題	52	26.8%	49	25.3%	24	15.3%	46	25.7%	12	9.1%	15	15.2%	15	21.4%	5	8.9%	2	3.6%	9	22.5%
15. 他社との厳しい競争	58	29.9%	64	33.0%	73	46.5%	111	62.0%	32	24.2%	29	29.3%	14	20.0%	6	10.7%	15	26.8%	34	85.0%
16. 代金回収が困難	7	3.6%	14	7.2%	2	1.3%	43	24.0%	6	4.5%	8	8.1%	1	1.4%	2	3.6%	3	5.4%	-	0.0%
17. 資金調達が困難	6	3.1%	13	6.7%	5	3.2%	12	6.7%	4	3.0%	3	3.0%	2	2.9%	6	10.7%	4	7.1%	-	0.0%
18. 地場裾野産業が未発達	25	12.9%	20	10.3%	7	4.5%	8	4.5%	25	18.9%	10	10.1%	8	11.4%	11	19.6%	4	7.1%	-	0.0%
19. 通貨・物価の安定感がない	24	12.4%	27	13.9%	2	1.3%	7	3.9%	16	12.1%	28	28.3%	6	8.6%	5	8.9%	2	3.6%	-	0.0%
20. インフラが未整備	61	31.4%	111	57.2%	12	7.6%	19	10.6%	54	40.9%	23	23.2%	9	12.9%	36	64.3%	5	8.9%	-	0.0%
21. 治安・社会情勢が不安	41	21.1%	47	24.2%	22	14.0%	57	31.8%	6	4.5%	26	26.3%	34	48.6%	14	25.0%	8	14.3%	-	0.0%
22. 投資先国の情報不足	15	7.7%	23	11.9%	4	2.5%	5	2.8%	13	9.8%	23	23.2%	9	12.9%	18	32.1%	17	30.4%	-	0.0%

2012年度調査	1位 中国		2位 インド		3位 インドネシア		4位 タイ		5位 ベトナム		6位 ブラジル		7位 メキシコ		8位 ロシア		9位 米国		10位 ミャンマー	
	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率	社数	比率
回答社数	300	100%	255	100%	171	100%	137	100%	129	100%	110	100%	59	100%	52	100%	41	100%	43	100%
1. 法制が未整備	51	17.0%	48	18.8%	29	17.0%	4	2.9%	28	21.7%	11	10.0%	3	5.1%	12	23.1%	-	0.0%	21	48.8%
2. 法制の運用が不透明	172	57.3%	84	32.9%	41	24.0%	11	8.0%	36	27.9%	31	28.2%	7	11.9%	24	46.2%	-	0.0%	14	32.6%
3. 徴税システムが複雑	44	14.7%	56	22.0%	12	7.0%	5	3.6%	9	7.0%	28	25.5%	8	13.6%	7	13.5%	2	4.9%	4	9.3%
4. 税制の運用が不透明	99	33.0%	51	20.0%	35	20.5%	7	5.1%	18	14.0%	18	16.4%	7	11.9%	7	13.5%	1	2.4%	7	16.3%
5. 課税強化	74	24.7%	20	7.8%	18	10.5%	11	8.0%	5	3.9%	16	14.5%	3	5.1%	2	3.8%	5	12.2%	2	4.7%
6. 外資規制	81	27.0%	34	13.3%	14	8.2%	15	10.9%	9	7.0%	9	8.2%	-	0.0%	7	13.5%	-	0.0%	7	16.3%
7. 投資許可手続きが煩雑・不透明	77	25.7%	48	18.8%	22	12.9%	8	5.8%	19	14.7%	13	11.8%	2	3.4%	11	21.2%	2	4.9%	9	20.9%
8. 知的財産権の保護が不十分	127	42.3%	12	4.7%	8	4.7%	3	2.2%	12	9.3%	5	4.5%	-	0.0%	2	3.8%	-	0.0%	-	0.0%
9. 為替規制・送金規制	107	35.7%	30	11.8%	4	2.3%	5	3.6%	10	7.8%	13	11.8%	1	1.7%	4	7.7%	-	0.0%	8	18.6%
10. 輸入規制・通関手続き	70	23.3%	25	9.8%	20	11.7%	10	7.3%	7	5.4%	21	19.1%	5	8.5%	7	13.5%	1	2.4%	2	4.7%
11. 技術系人材の確保が困難	37	12.3%	27	10.6%	31	18.1%	29	21.2%	22	17.1%	14	12.7%	16	27.1%	3	5.8%	2	4.9%	6	14.0%
12. 管理職クラスの人材確保が困難	65	21.7%	37	14.5%	45	26.3%	35	25.5%	36	27.9%	15	13.6%	22	37.3%	7	13.5%	9	22.0%	12	27.9%
13. 労働コストの上昇	229	76.3%	56	22.0%	54	31.6%	73	53.3%	35	27.1%	28	25.5%	10	16.9%	5	9.6%	4	9.8%	4	9.3%
14. 労務問題	100	33.3%	80	31.4%	40	23.4%	11	8.0%	11	8.5%	18	16.4%	10	16.9%	2	3.8%	3	7.3%	5	11.6%
15. 他社との厳しい競争	157	52.3%	86	33.7%	65	38.0%	55	40.1%	33	25.6%	37	33.6%	13	22.0%	18	34.6%	33	80.5%	5	11.6%
16. 代金回収が困難	80	26.7%	20	7.8%	11	6.4%	1	0.7%	8	6.2%	6	5.5%	1	1.7%	6	11.5%	-	0.0%	6	14.0%
17. 資金調達が困難	27	9.0%	17	6.7%	2	1.2%	-	0.0%	7	5.4%	3	2.7%	2	3.4%	2	3.8%	1	2.4%	3	7.0%
18. 地場裾野産業が未発達	10	3.3%	39	15.3%	18	10.5%	7	5.1%	31	24.0%	9	8.2%	9	15.3%	4	7.7%	1	2.4%	4	9.3%
19. 通貨・物価の安定感がない	10	3.3%	35	13.7%	23	13.5%	4	2.9%	22	17.1%	22	20.0%	8	13.6%	5	9.6%	1	2.4%	7	16.3%
20. インフラが未整備	31	10.3%	122	47.8%	57	33.3%	10	7.3%	58	45.0%	18	16.4%	2	3.4%	8	15.4%	-	0.0%	31	72.1%
21. 治安・社会情勢が不安	39	13.0%	47	18.4%	30	17.5%	26	19.0%	6	4.7%	30	27.3%	31	52.5%	15	28.8%	-	0.0%	22	51.2%
22. 投資先国の情報不足	4	1.3%	44	17.3%	17	9.9%	7	5.1%	19	14.7%	26	23.6%	12	20.3%	9	17.3%	-	0.0%	16	37.2%

## 中期的 事業展開見通し推移(業種別)

海外	強化・拡大する		現状程度を維持する		縮小・撤退する	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
全業種	84.4%	82.5%	14.8%	16.1%	0.9%	1.5%
食料品	89.3%	90.6%	10.7%	9.4%	-	-
繊維	73.1%	84.6%	26.9%	15.4%	-	-
紙・パルプ・木材	80.0%	75.0%	20.0%	25.0%	-	-
化学(計)	86.0%	85.4%	14.0%	13.5%	-	1.1%
化学(プラスチック製品を含む)	85.9%	86.4%	14.1%	12.3%	-	1.2%
医薬品	87.5%	75.0%	12.5%	25.0%	-	-
石油・ゴム	66.7%	92.9%	26.7%	7.1%	6.7%	-
窯業・土石製品	92.9%	77.8%	7.1%	16.7%	-	5.6%
鉄鋼	78.9%	100.0%	21.1%	-	-	-
非鉄金属	86.4%	94.1%	9.1%	5.9%	4.5%	-
金属製品	68.0%	61.1%	32.0%	38.9%	-	-
一般機械(計)	84.0%	86.9%	16.0%	13.1%	-	-
一般機械組立	82.2%	91.5%	17.8%	8.5%	-	-
一般機械部品	100.0%	71.4%	-	28.6%	-	-
電機・電子(計)	80.9%	69.8%	17.0%	27.9%	2.1%	2.3%
電機・電子組立	94.6%	76.3%	5.4%	18.4%	-	5.3%
電機・電子部品	71.9%	64.6%	24.6%	35.4%	3.5%	-
輸送機(自動車を除く)	85.7%	81.8%	14.3%	18.2%	-	-
自動車(計)	92.2%	87.0%	7.8%	12.2%	-	0.9%
自動車組立	87.5%	100.0%	12.5%	-	-	-
自動車部品	92.6%	86.4%	7.4%	12.7%	-	0.9%
精密機械(計)	87.5%	78.9%	12.5%	18.4%	-	2.6%
精密機械組立	91.3%	80.8%	8.7%	15.4%	-	3.8%
精密機械部品	77.8%	75.0%	22.2%	25.0%	-	-
その他	86.3%	78.9%	11.8%	15.8%	2.0%	5.3%

国内	強化・拡大する		現状程度を維持する		縮小する		検討中	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
全業種	25.7%	28.0%	56.5%	58.9%	9.5%	8.2%	8.3%	4.9%
食料品	51.9%	58.1%	44.4%	38.7%	3.7%	3.2%	-	-
繊維	11.5%	26.9%	73.1%	65.4%	7.7%	7.7%	7.7%	-
紙・パルプ・木材	20.0%	41.7%	40.0%	50.0%	30.0%	8.3%	10.0%	-
化学(計)	31.4%	24.2%	52.3%	64.8%	4.7%	2.2%	11.6%	8.8%
化学(プラスチック製品を含む)	28.2%	21.7%	53.8%	67.5%	5.1%	2.4%	12.8%	8.4%
医薬品	62.5%	50.0%	37.5%	37.5%	-	-	-	12.5%
石油・ゴム	20.0%	14.3%	73.3%	71.4%	6.7%	7.1%	-	7.1%
窯業・土石製品	14.3%	16.7%	57.1%	72.2%	7.1%	5.6%	21.4%	5.6%
鉄鋼	21.1%	12.5%	78.9%	87.5%	-	-	-	-
非鉄金属	21.7%	17.6%	52.2%	64.7%	13.0%	17.6%	13.0%	-
金属製品	23.1%	27.8%	53.8%	61.1%	11.5%	5.6%	11.5%	5.6%
一般機械(計)	32.0%	39.3%	54.0%	54.1%	6.0%	6.6%	8.0%	-
一般機械組立	33.3%	42.6%	55.6%	51.1%	2.2%	6.4%	8.9%	-
一般機械部品	20.0%	28.6%	40.0%	64.3%	40.0%	7.1%	-	-
電機・電子(計)	27.4%	33.7%	54.7%	53.5%	11.6%	4.7%	6.3%	8.1%
電機・電子組立	28.9%	31.6%	55.3%	57.9%	7.9%	5.3%	7.9%	5.3%
電機・電子部品	26.3%	35.4%	54.4%	50.0%	14.0%	4.2%	5.3%	10.4%
輸送機(自動車を除く)	14.3%	9.1%	64.3%	63.6%	21.4%	18.2%	-	9.1%
自動車(計)	10.7%	8.6%	64.1%	69.0%	14.6%	19.0%	10.7%	3.4%
自動車組立	12.5%	16.7%	75.0%	66.7%	12.5%	-	-	16.7%
自動車部品	10.5%	8.2%	63.2%	69.1%	14.7%	20.0%	11.6%	2.7%
精密機械(計)	40.6%	50.0%	46.9%	39.5%	9.4%	7.9%	3.1%	2.6%
精密機械組立	52.2%	53.8%	30.4%	30.8%	13.0%	11.5%	4.3%	3.8%
精密機械部品	11.1%	41.7%	88.9%	58.3%	-	-	-	-
その他	35.4%	38.2%	47.9%	45.5%	6.3%	5.5%	10.4%	10.9%

中期的 海外事業展開見通し推移(主要国・地域別)

主要国・地域	NIEs3		ASEAN5		中国		その他アジア・大洋州		北米		中南米	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
強化・拡大する	40.6%	30.2%	58.5%	59.6%	64.3%	51.4%	74.3%	63.4%	51.6%	53.7%	63.4%	62.0%
現状程度を維持する	58.0%	68.4%	40.1%	38.9%	34.0%	46.6%	25.4%	35.8%	46.9%	45.8%	35.2%	37.0%
縮小・撤退する	1.5%	1.4%	1.4%	1.5%	1.7%	2.0%	0.4%	0.9%	1.5%	0.5%	1.4%	1.0%

	EU15		中・東欧		その他欧州・CIS		ロシア		中近東		アフリカ	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
強化・拡大する	37.5%	37.7%	42.5%	45.0%	44.2%	38.1%	63.1%	64.2%	53.1%	48.8%	40.5%	48.1%
現状程度を維持する	57.8%	60.2%	56.7%	51.7%	54.5%	60.3%	35.1%	34.0%	45.9%	50.0%	59.5%	49.4%
縮小・撤退する	4.7%	2.1%	0.8%	3.3%	1.3%	1.6%	1.8%	1.9%	1.0%	1.2%	-	2.5%

中期的 海外事業展開見通し(地域詳細)

地域詳細	NIEs3			ASEAN5					中国				
	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	インドネシア	マレーシア	フィリピン	東北地域	華北地域	華東地域	華南地域	内陸地域
強化・拡大する	35.1%	32.4%	21.2%	36.6%	70.8%	77.8%	45.9%	50.6%	48.4%	50.0%	53.1%	51.3%	51.3%
現状程度を維持する	63.6%	67.2%	75.8%	59.0%	28.7%	22.2%	51.8%	48.1%	51.6%	48.6%	44.4%	45.8%	47.3%
縮小・撤退する	1.2%	0.4%	3.0%	4.4%	0.5%	-	2.3%	1.3%	-	1.4%	2.4%	3.0%	1.3%

	その他アジア・大洋州						中南米		
	インド	ベトナム	カンボジア	ラオス	ミャンマー	その他	メキシコ	ブラジル	その他
強化・拡大する	75.7%	69.6%	52.5%	37.2%	63.9%	24.6%	65.3%	67.1%	41.5%
現状程度を維持する	23.9%	29.0%	47.5%	62.8%	36.1%	72.5%	34.1%	31.0%	58.5%
縮小・撤退する	0.4%	1.3%	-	-	-	2.9%	0.6%	1.9%	-

業種別 海外生産比率・海外売上高比率	海外生産比率										海外売上高比率							
	2010年度 実績		2011年度 実績		2012年度 実績		2013年度 実績見込		中期の計画 (2016年度)		2010年度 実績		2011年度 実績		2012年度 実績		2013年度 実績見込	
	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数
食料品	20.6%	32	20.4%	28	18.6%	28	19.6%	28	23.9%	27	19.2%	33	18.4%	29	19.5%	29	21.2%	29
繊維	46.9%	27	49.8%	25	48.2%	25	49.8%	25	51.5%	23	22.0%	30	18.8%	26	18.6%	25	20.6%	25
紙・パルプ・木材	23.3%	6	16.0%	10	25.8%	12	27.5%	12	30.8%	12	11.7%	6	11.7%	9	13.3%	12	15.8%	12
化学 (計)	23.0%	81	24.2%	74	25.0%	82	26.8%	82	30.5%	74	30.1%	92	30.1%	86	31.1%	90	33.6%	88
化学(プラスチック製品を含む)	23.9%	75	25.1%	67	25.8%	77	27.6%	77	31.5%	69	30.2%	83	30.3%	78	31.5%	82	33.9%	81
医薬品	11.7%	6	15.0%	7	13.0%	5	15.0%	5	17.0%	5	29.4%	9	28.8%	8	27.5%	8	30.7%	7
石油・ゴム	29.5%	11	34.3%	15	36.4%	14	39.3%	14	45.8%	13	23.6%	14	31.0%	15	32.9%	14	37.1%	14
窯業・土石製品	28.8%	13	30.4%	13	35.0%	16	34.4%	16	41.7%	15	39.7%	15	40.7%	14	41.1%	18	41.7%	18
鉄鋼	20.7%	14	20.0%	16	25.0%	15	27.0%	15	33.5%	13	28.3%	15	25.0%	17	28.8%	16	29.0%	15
非鉄金属	37.0%	15	21.3%	19	28.1%	13	30.4%	13	36.5%	13	27.8%	18	25.0%	23	29.1%	17	30.3%	17
金属製品	38.3%	18	31.3%	27	42.8%	18	43.3%	18	47.2%	18	38.3%	18	33.2%	28	43.3%	18	45.0%	18
一般機械 (計)	24.6%	50	24.3%	45	25.2%	56	26.5%	54	28.7%	49	40.0%	54	43.2%	45	39.9%	59	41.0%	57
一般機械組立	23.6%	42	24.3%	41	26.1%	45	27.8%	43	29.7%	38	42.4%	46	43.0%	41	41.1%	46	43.2%	44
一般機械部品	30.0%	8	25.0%	4	21.4%	11	21.4%	11	25.0%	11	26.3%	8	45.0%	4	35.8%	13	33.5%	13
電機・電子 (計)	48.2%	98	45.2%	88	43.3%	78	44.9%	78	47.6%	73	44.6%	101	45.1%	94	42.8%	86	45.5%	85
電機・電子組立	41.6%	35	35.0%	34	42.1%	34	42.6%	34	45.3%	33	37.2%	36	36.1%	38	38.2%	38	40.5%	38
電機・電子部品	51.8%	63	51.7%	54	44.3%	44	46.6%	44	49.5%	40	48.7%	65	51.3%	56	46.5%	48	49.5%	47
輸送機(自動車を除く)	10.0%	10	17.1%	14	11.4%	11	13.0%	10	15.0%	9	33.0%	10	30.0%	14	26.8%	11	28.0%	10
自動車 (計)	34.8%	89	33.4%	98	39.4%	114	42.0%	112	47.4%	108	35.9%	91	36.0%	102	38.8%	117	41.4%	113
自動車組立	36.7%	6	30.0%	8	41.0%	5	43.0%	5	45.0%	2	46.3%	8	51.7%	9	46.7%	6	57.0%	5
自動車部品	34.6%	83	33.7%	90	39.3%	109	41.9%	107	47.5%	106	34.9%	83	34.5%	93	38.3%	111	40.6%	108
精密機械 (計)	33.5%	33	29.2%	31	28.4%	32	29.7%	32	34.4%	32	53.0%	35	48.0%	33	53.8%	34	55.9%	34
精密機械組立	31.0%	25	28.9%	23	27.6%	23	29.3%	23	34.6%	23	57.4%	25	50.0%	24	53.8%	24	56.3%	24
精密機械部品	41.3%	8	30.0%	8	30.6%	9	30.6%	9	33.9%	9	42.0%	10	42.8%	9	54.0%	10	55.0%	10
その他	35.6%	47	31.0%	47	31.7%	45	32.3%	45	34.3%	42	28.4%	50	29.1%	51	30.1%	55	29.6%	54
全体	33.3%	544	31.3%	550	32.9%	559	34.6%	554	38.6%	521	34.7%	582	34.2%	586	35.4%	601	37.3%	589

## 売上高・収益 満足度評価(地域別詳細)

### (1) 売上高

#### 2009年度実績

全体平均	2.55
1 中国	2.73
2 ASEAN 5	2.70
3 ベトナム	2.65
4 中南米	2.55
5 NIEs 3	2.54
6 インド	2.53
7 中・東欧	2.37
8 北米	2.24
9 EU 15	2.19
10 ロシア	2.12
ASEAN 5 内訳	
1 インドネシア	2.90
2 タイ	2.73
3 マレーシア	2.67
4 フィリピン	2.62
5 シンガポール	2.55

#### 2010年度実績

全体平均	2.85
1 ASEAN 5	2.98
2 NIEs 3	2.94
3 中国	2.90
4 中南米	2.89
5 ベトナム	2.79
6 北米	2.72
7 EU 15	2.63
8 インド	2.60
9 中・東欧	2.57
10 ロシア	2.57
ASEAN 5 内訳	
1 インドネシア	3.19
2 タイ	3.17
3 シンガポール	2.91
4 フィリピン	2.74
5 マレーシア	2.69

#### 2011年度実績

全体平均	2.64
1 北米	2.74
2 ベトナム	2.71
3 ASEAN 5	2.70
4 NIEs 3	2.70
5 中南米	2.61
6 ロシア	2.58
7 中国	2.57
8 中・東欧	2.55
9 EU 15	2.55
10 インド	2.40
ASEAN 5 内訳	
1 インドネシア	2.95
2 シンガポール	2.72
3 シンガポール	2.72
4 タイ	2.61
5 マレーシア	2.51

#### 2012年度実績

全体平均	2.63
1 北米	2.94
2 メキシコ*	2.82
3 ASEAN 5	2.78
4 NIEs 3	2.71
5 トルコ*	2.64
6 ベトナム	2.58
7 ロシア	2.56
8 中・東欧	2.49
9 ブラジル*	2.46
10 EU 15	2.45
11 インド	2.35
12 中国	2.26
ASEAN 5 内訳	
1 タイ	2.97
2 インドネシア	2.77
3 シンガポール	2.70
4 フィリピン	2.69
5 マレーシア	2.60

### (2) 収益

#### 2009年度実績

全体平均	2.54
1 ベトナム	2.76
2 ASEAN 5	2.70
3 中国	2.70
4 中南米	2.55
5 NIEs 3	2.51
6 インド	2.43
7 中・東欧	2.35
8 北米	2.21
9 EU 15	2.20
10 ロシア	2.15
ASEAN 5 内訳	
1 インドネシア	2.85
2 タイ	2.71
3 マレーシア	2.69
4 フィリピン	2.65
5 シンガポール	2.60

#### 2010年度実績

全体平均	2.75
1 ASEAN 5	2.91
2 中南米	2.81
3 NIEs 3	2.81
4 中国	2.79
5 ベトナム	2.67
6 北米	2.62
7 ロシア	2.61
8 中・東欧	2.51
9 EU 15	2.51
10 インド	2.50
ASEAN 5 内訳	
1 タイ	3.10
2 インドネシア	2.96
3 シンガポール	2.91
4 フィリピン	2.76
5 マレーシア	2.64

#### 2011年度実績

全体平均	2.54
1 ベトナム	2.63
2 NIEs 3	2.62
3 ASEAN 5	2.61
4 中南米	2.59
5 北米	2.56
6 ロシア	2.51
7 中・東欧	2.49
8 中国	2.44
9 EU 15	2.44
10 インド	2.28
ASEAN 5 内訳	
1 インドネシア	2.82
2 フィリピン	2.65
3 シンガポール	2.65
4 タイ	2.53
5 マレーシア	2.48

#### 2012年度実績

全体平均	2.56
1 ASEAN 5	2.72
2 メキシコ*	2.72
3 北米	2.72
4 NIEs 3	2.63
5 ベトナム	2.63
6 トルコ*	2.62
7 ロシア	2.60
8 ブラジル*	2.40
9 中・東欧	2.40
10 EU 15	2.36
11 インド	2.30
12 中国	2.25
ASEAN 5 内訳	
1 タイ	2.87
2 インドネシア	2.73
3 シンガポール	2.66
4 フィリピン	2.62
5 マレーシア	2.60

## 日本より収益率が高い国・地域(割合順)

	日本より「収益率が高い」と回答( )	全回答数( )	割合( / )
1. タイ	129	363	35.5%
2. 中国	124	517	24.0%
3. NIEs 3	60	267	22.5%
4. インドネシア	54	251	21.5%
5. フィリピン	29	143	20.3%
6. 北米	80	400	20.0%
7. ベトナム	33	185	17.8%
8. マレーシア	36	210	17.1%
8. シンガポール	39	228	17.1%
10. 中・東欧	18	113	15.9%
11. ロシア	10	97	10.3%
12. EU 15	28	280	10.0%
12. トルコ	7	70	10.0%
14. メキシコ	12	129	9.3%
15. ブラジル	12	130	9.2%
16. インド	16	218	7.3%

(注)海外進出先地域・国における2012年度の収益率について、当該地域・国の収益率が日本より高い場合、その地域・国を回答してもらったもの。なお、「進出先地域・国ごとの回答数( )」は、左記設問(売上高・収益満足度評価)に回答した企業数と、左記設問に無回答で「日本より収益率が高い」と回答した企業数の合計。

(注1)売上高と収益の両方に回答した企業分を集計。

(注2)2012年度実績において、国名右側に「\*」のある国は新規追加国。中南米はメキシコとブラジルに変更。

	1位 インドネシア		2位 インド		3位 タイ		4位 中国		5位 ベトナム		6位 ブラジル		7位 メキシコ		8位 ミャンマー		9位 ロシア		10位 米国	
	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率
全体	219	100%	213	100%	188	100%	183	100%	148	100%	114	100%	84	100%	64	100%	60	100%	54	100%
計画あり	105	47.9%	95	44.6%	111	59.0%	116	63.4%	69	46.6%	36	31.6%	43	51.2%	12	18.8%	25	41.7%	36	66.7%
計画なし	105	47.9%	115	54.0%	74	39.4%	65	35.5%	78	52.7%	76	66.7%	40	47.6%	50	78.1%	34	56.7%	18	33.3%
無回答	9	4.1%	3	1.4%	3	1.6%	2	1.1%	1	0.7%	2	1.8%	1	1.2%	2	3.1%	1	1.7%	0	0.0%

	11位 フィリピン		12位 マレーシア		13位 韓国		14位 台湾		14位 トルコ		16位 シンガポール		17位 カンボジア		18位 ドイツ		18位 南アフリカ		20位 ラオス	
	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率
全体	39	100%	37	100%	28	100%	23	100%	23	100%	19	100%	12	100%	10	100%	10	100%	9	100%
計画あり	15	38.5%	15	40.5%	19	67.9%	13	56.5%	8	34.8%	10	52.6%	4	33.3%	2	20.0%	2	20.0%	2	22.2%
計画なし	22	56.4%	21	56.8%	9	32.1%	10	43.5%	14	60.9%	9	47.4%	8	66.7%	8	80.0%	8	80.0%	7	77.8%
無回答	2	5.1%	1	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

(注) 各比率は「計画あり」「計画なし」「無回答」それぞれの回答社数を当該国全体の回答社数(有望事業展開先国として回答した社数)で除したものの。

	工業用水インフラへの評価					工業用水インフラにおける課題				
	回答社数 (社)	1.特に問題 があると思 わない	2.問題はあ るが、事業 展開に大 きな影響 はない	3.問題があ り、事業に 支障をきた している	問題あり (2.+3.)	回答社数 (社)	十分な量 が確保で きない	質に問題 がある	価格が高 い	その他
<b>合計</b>	<b>2198</b>	<b>90.4%</b>	<b>9.2%</b>	<b>0.4%</b>	<b>9.6%</b>	<b>200</b>	<b>16.0%</b>	<b>71.5%</b>	<b>4.0%</b>	<b>8.5%</b>
<b>ASEAN(計)</b>	<b>876</b>	<b>91.1%</b>	<b>8.7%</b>	<b>0.2%</b>	<b>8.9%</b>	<b>72</b>	<b>15.3%</b>	<b>68.1%</b>	<b>5.6%</b>	<b>11.1%</b>
タイ	287	92.7%	7.3%	0.0%	7.3%	20	20.0%	65.0%	5.0%	10.0%
インドネシア	193	87.0%	12.4%	0.5%	13.0%	22	13.6%	72.7%	4.5%	9.1%
マレーシア	135	95.6%	4.4%	0.0%	4.4%	6	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%
フィリピン	92	88.0%	12.0%	0.0%	12.0%	10	10.0%	60.0%	20.0%	10.0%
ベトナム	125	91.2%	8.0%	0.8%	8.8%	10	30.0%	60.0%	0.0%	10.0%
ミャンマー	18	88.9%	11.1%	0.0%	11.1%	X	X	X	X	X
ラオス	12	91.7%	8.3%	0.0%	8.3%	X	X	X	X	X
カンボジア	14	92.9%	7.1%	0.0%	7.1%	X	X	X	X	X
<b>中国(計)</b>	<b>791</b>	<b>90.6%</b>	<b>9.2%</b>	<b>0.1%</b>	<b>9.4%</b>	<b>69</b>	<b>11.6%</b>	<b>78.3%</b>	<b>4.3%</b>	<b>5.8%</b>
a.東北地域	50	88.0%	12.0%	0.0%	12.0%	6	0.0%	83.3%	0.0%	16.7%
b.華北地域	143	90.9%	9.1%	0.0%	9.1%	12	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%
c.華東地域	358	91.3%	8.7%	0.0%	8.7%	29	3.4%	82.8%	6.9%	6.9%
d.華南地域	188	88.8%	10.6%	0.5%	11.2%	19	15.8%	73.7%	5.3%	5.3%
e.内陸 - 中部地域	29	93.1%	6.9%	0.0%	6.9%	X	X	X	X	X
f.内陸 - 西部地域(四川省、重慶市)	14	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	X	X	X	X	X
g.内陸 - 西部地域(その他)	9	88.9%	11.1%	0.0%	11.1%	X	X	X	X	X
<b>インド(計)</b>	<b>200</b>	<b>82.0%</b>	<b>16.0%</b>	<b>2.0%</b>	<b>18.0%</b>	<b>35</b>	<b>20.0%</b>	<b>71.4%</b>	<b>0.0%</b>	<b>8.6%</b>
a.デリー準州	36	83.3%	16.7%	0.0%	16.7%	6	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
b.ハリヤナ州	41	85.4%	9.8%	4.9%	14.6%	6	16.7%	66.7%	0.0%	16.7%
c.ウッタープラデッシュ州	6	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	X	X	X	X	X
d.マハラシュトラ州	25	68.0%	28.0%	4.0%	32.0%	8	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%
e.カルナタカ州	22	81.8%	18.2%	0.0%	18.2%	4	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%
f.タミールナド州	20	80.0%	20.0%	0.0%	20.0%	X	X	X	X	X
g.西ベンガル州	7	85.7%	14.3%	0.0%	14.3%	X	X	X	X	X
h.グジャラート州	11	81.8%	18.2%	0.0%	18.2%	X	X	X	X	X
i.アンドラプラデッシュ州	8	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	X	X	X	X	X
j.マディヤプラデッシュ州	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
k.ラジャスターン州	15	80.0%	20.0%	0.0%	20.0%	X	X	X	X	X
l.その他	8	75.0%	12.5%	12.5%	25.0%	X	X	X	X	X
<b>中南米(計)</b>	<b>195</b>	<b>91.3%</b>	<b>8.7%</b>	<b>0.0%</b>	<b>8.7%</b>	<b>17</b>	<b>17.6%</b>	<b>64.7%</b>	<b>5.9%</b>	<b>11.8%</b>
メキシコ	91	91.2%	8.8%	0.0%	8.8%	8	12.5%	75.0%	0.0%	12.5%
ブラジル	78	93.6%	6.4%	0.0%	6.4%	5	0.0%	60.0%	20.0%	20.0%
その他中南米	26	84.6%	15.4%	0.0%	15.4%	4	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%
<b>トルコ</b>	<b>34</b>	<b>97.1%</b>	<b>0.0%</b>	<b>2.9%</b>	<b>2.9%</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>ロシア</b>	<b>50</b>	<b>98.0%</b>	<b>2.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>2.0%</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>中近東</b>	<b>28</b>	<b>92.9%</b>	<b>7.1%</b>	<b>0.0%</b>	<b>7.1%</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>アフリカ</b>	<b>24</b>	<b>87.5%</b>	<b>8.3%</b>	<b>4.2%</b>	<b>12.5%</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>

(注) 回答社数が3社以下の国・地域の回答は「X」で表示している。

## わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告(第25回)

---

(非売品)

編集・発行 / 株式会社国際協力銀行 業務企画室 調査課  
発行日 / 2013年11月29日  
©国際協力銀行 2013  
Website : <http://www.jbic.go.jp>

(本報告に関するお問合せ先)  
〒100-8144 東京都千代田区大手町1-4-1  
株式会社国際協力銀行 業務企画室 調査課  
電話 : 03-5218-9244 (グループダイヤルイン)  
FAX : 03-5218-9696  
E-mail : [fdi@jbic.go.jp](mailto:fdi@jbic.go.jp)

---

(再生紙を使用しています。)