

わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告
- 2016年度 海外直接投資アンケート結果(第28回) -

2016年12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。

I. 調査概要			
1. 調査概要	p.	2	
2. 要旨	p.	3	
II. 海外事業展開の基礎データ及び実績評価			
1. 海外現地法人数の増減	p.	5	
2. 海外生産比率、海外売上高比率、海外収益比率	p.	6	
3. パフォーマンス評価(2015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.	8	
2) 収益 満足の理由(主要国・地域別)	p.	9	
3) 収益 不十分の理由(主要国・地域別)	p.	10	
4) 売上高・収益の満足度評価(業種別)	p.	11	
III. 事業展開見通し			
1. 事業強化姿勢(国内・海外)	p.	12	
2. 事業強化姿勢(国内・海外、業種別)	p.	13	
3. 海外事業と国内事業見通しに係るクロス分析	p.	14	
4. 地域別 海外事業展開見通し	p.	15	
5. 強化する国・地域と分野 中国・NIEs3	p.	17	
6. 強化する国・地域と分野 ASEAN5・ベトナム・インド	p.	18	
7. 強化する国・地域と分野 米州・欧州・中近東・アフリカ	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(主要国の得票率)	p.	22	
3. 事業計画の有無(上位10カ国・地域)	p.	23	
4. 有望国・地域の順位(主要業種別)	p.	24	
5. 有望国・地域の順位(長期的見通し)	p.	25	
6. 有望理由と課題(第1位:インド)	p.	26	
7. 有望理由と課題(第2位:中国)	p.	27	
8. 有望理由と課題(第3位:インドネシア)	p.	28	
9. 有望理由と課題(第4位:ベトナム)	p.	29	
10. 有望理由と課題(第5位:タイ)	p.	30	
11. 有望理由と課題(第6位:メキシコ)	p.	31	
12. 有望理由と課題(第7位:米国)	p.	32	
13. 有望理由と課題(第8位:フィリピン)	p.	33	
14. 有望理由と課題(第9位:ミャンマー)	p.	34	
15. 有望理由と課題(第10位:ブラジル)	p.	35	
16. 中期的有望国上位5カ国に挙げなかった理由	p.	36	
17. 中期的有望国を全く挙げなかった理由	p.	37	
V. 海外M&Aの実施状況と課題			
1. 海外M&Aの位置付け	p.	38	
2. 取組みが不足していたと考えられる課題	p.	39	
VI. サプライチェーンの在り方と生産・研究開発拠点の役割			
1. サプライチェーンの在り方(課題)	p.	40	
サプライチェーンの在り方(調達割合)	p.	41	
サプライチェーンの在り方(リスク耐性)	p.	43	
2. 生産拠点と研究開発拠点の役割(生産拠点の役割)	p.	44	
生産拠点と研究開発拠点の役割(研究開発拠点の予算)	p.	45	
生産拠点と研究開発拠点の役割(強化したい研究開発分野)	p.	46	
VII. グローバル市場における競合状況			
1. 競合先及び競争力評価	p.	47	
2. 中期的に重要となる取組み	p.	48	
参考資料			
資料1 有望事業展開先国・地域の推移(詳細)	p.	49	
資料2 中期的有望事業展開先国・地域(有望理由詳細)	p.	50	
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.	51	
資料4 中期的事業展開見通し(国内・海外)の推移(業種別)	p.	52	
資料5 中期的事業展開見通し(主要国・地域別)	p.	53	
資料6 海外生産比率・海外売上高比率・海外収益比率	p.	54	
資料7 売上高・収益の満足度評価(詳細)	p.	55	
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.	56	

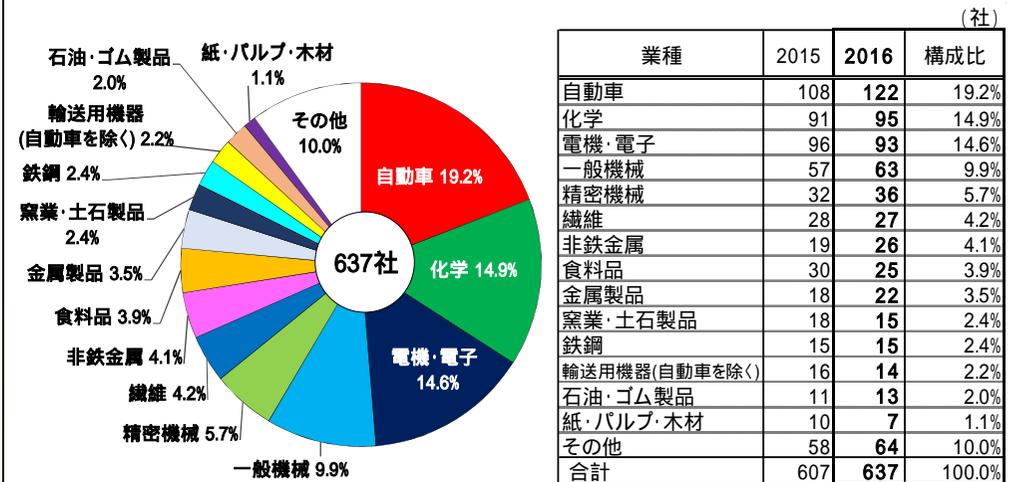
・ 調査概要

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: 1,012社
- 回答企業数: 637社(回答率62.9%)
(注) 郵送による回答388社、WEBによる回答249社
- 実施時期: 2016年7月に調査票を発送
同7~9月にかけて回収
同8~9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:
海外事業展開実績評価
事業展開見通し
中期的な有望国・地域
海外事業展開に関する主要テーマ
・海外M&Aの実施状況と課題
・サプライチェーンの在り方と生産・研究開発拠点の役割
・グローバル市場における競合状況
- 「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	2015	2016	構成比
3億円未満	87	111	17.4%
3億円以上~10億円未満	74	80	12.6%
10億円以上~50億円未満	149	151	23.7%
50億円以上~100億円未満	82	84	13.2%
100億円以上	199	191	30.0%
持株会社	16	20	3.1%
無回答	0	0	0.0%
合計	607	637	100.0%

図表3 売上高別回答企業数

売上高	2015	2016	構成比
100億円未満	69	83	13.0%
100億円以上~500億円未満	183	217	34.1%
500億円以上~1,000億円未満	106	107	16.8%
1,000億円以上~3,000億円未満	136	119	18.7%
3,000億円以上~1兆円未満	67	63	9.9%
1兆円以上	43	46	7.2%
無回答	3	2	0.3%
合計	607	637	100.0%

1. 海外生産比率と事業展開見通し(.及び .)

海外生産比率、海外売上高比率については引き続き上昇傾向にあり、それぞれ35.6%、39.6%となった。また、事業展開見通しについては、海外事業の強化・拡大姿勢は76.6%で、やや低下したものの引き続き高い水準にある。国内事業については、強化・拡大姿勢が6年ぶりに30%台を回復した。

2. 中期的有望国(.)

インドが3年連続で第1位となり、得票率は5割弱へ再び上昇した。インドの有望理由としては、現地マーケットの成長性が最大。中国が第2位を維持し、得票率は4割強に上昇した。前回、同率第2位のインドネシアは第3位に後退。第4位はベトナム、第5位はタイとなり、前回から順位が逆転した。第6位のメキシコと第7位の米国は、順位は変わらないものの、得票率は上昇した。

3. 海外M&Aの実施状況と課題(.)

海外事業展開において、海外企業に対するM&Aを経営上の重要な手段と認識している企業が全体の8割以上に及び、海外M&Aに対応しているとの回答も6割となった。M&Aにおける課題としては、シナジー効果の十分な分析、統合計画の十分な準備・実行(PMI)、という回答が4割を超えた。

4. サプライチェーンの在り方(.)

- (1) サプライチェーンの課題については、為替リスクの影響を挙げる回答が6割近くと最も高く、サプライヤーの数やクロスボーダー取引が増加したため本社で十分管理できていないこと、サプライヤーからの供給途絶のリスクを十分に把握できていないことが2割を超えた。

4. サプライチェーンの在り方() (続き)

(2) 調達先検討に際して、輸送コスト(関税を含む)、輸送時間(通関に要する時間を含む)を考慮した企業の過半が、TPP等のFTA・EPAの有無を考慮したと回答した。供給途絶リスクへの対応としては、調達先を複数に分散させている、調達先の調達先を把握する、在庫を十分に保有するなどの声が聞かれた。

5. 生産拠点と研究開発拠点の役割()

(1) 日本の生産拠点は、人材育成・技能伝承、生産工程改善・伝播の役割を担うとの回答が6割を超えたのに対し、他地域の生産拠点は、現地ニーズに合った商品の生産を行う役割への期待が高かった。

(2) 研究開発拠点の中期的予算については、日本を増加させるという回答が最も多かったが、自動車については、欧米における増加姿勢が日本を上回った。また、強化したい研究開発分野としては、日本は革新的な製品の研究開発を担うとの回答が7割を超えたのに対し、他地域は現地ニーズに合った製品の研究開発を強化する声が大きかった。

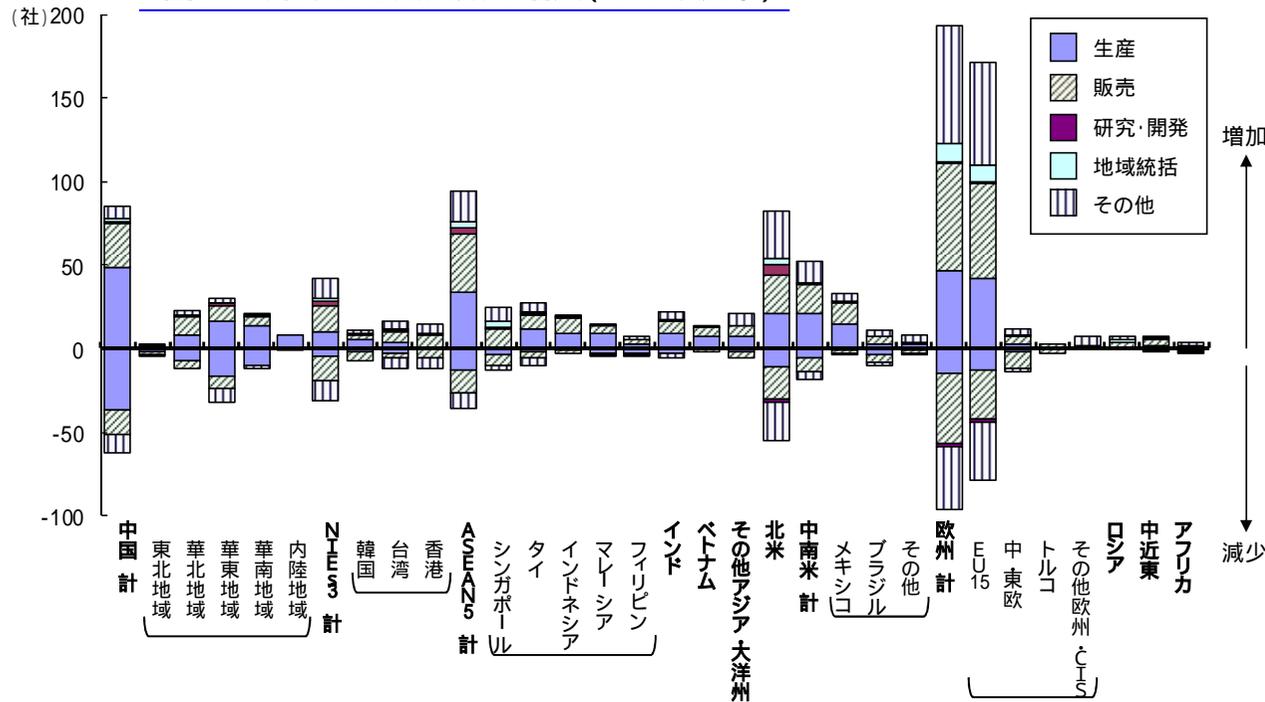
6. グローバル市場の競合状況()

各販売市場における自社の競合先については、ASEAN5市場は日系企業、インド・北米・EU15、ブラジル市場においては欧米系企業、中国市場では中国企業という結果となった。

競争に打ち克つために中期的に重視する点は、価格競争力強化、現地ニーズに合った商品の開発・生産、現地人材の質の向上、ブランド力強化を回答する企業がそれぞれ過半数から7割を占め、自社の市場シェア拡大のための取組みの方向性が表れている。

・ 海外事業展開の基礎データ及び実績評価

図表4 海外現地法人数の増減(2015年度中)



<本調査における主要地域の分類>

- NIEs 3** (韓国、台湾、香港)
- ASEAN 5** (シンガポール、タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン)
- 北米** (米国、カナダ)
- EU 15** (英国、ドイツ、フランス、イタリア、オランダ、ベルギー、ギリシャ、ルクセンブルク、デンマーク、スペイン、ポルトガル、オーストリア、フィンランド、スウェーデン、アイルランド)
- 中・東欧** (ポーランド、ハンガリー、チェコ、スロバキア、ブルガリア、ルーマニア、スロベニア、アルバニア、クロアチア、セルビア、モンテネグロ、ボスニア・ヘルツェゴビナ、マケドニア旧ユーゴスラビア)

<本調査における中国国内の分類>

- 東北地域** (黒龍江省、吉林省、遼寧省)
- 華北地域** (北京市、天津市、河北省、山東省)
- 華東地域** (上海市、江蘇省、安徽省、浙江省)
- 華南地域** (福建省、広東省、海南省)
- 内陸地域** (上記以外の省、自治区)

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	515	81.2%
2	タイ	312	49.2%
3	北米	262	41.3%
4	インドネシア	202	31.9%
5	EU15	156	24.6%
6	インド	153	24.1%
7	ベトナム	140	22.1%
8	台湾	138	21.8%
9	マレーシア	130	20.5%
10	韓国	118	18.6%
11	メキシコ	116	18.3%
12	フィリピン	83	13.1%
13	ブラジル	77	12.1%
14	中・東欧	59	9.3%
15	シンガポール	54	8.5%

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	351	55.4%
2	北米	306	48.3%
3	EU15	247	39.0%
4	タイ	212	33.4%
5	シンガポール	203	32.0%
6	台湾	182	28.7%
7	香港	179	28.2%
8	韓国	158	24.9%
9	インド	121	19.1%
10	インドネシア	117	18.5%
11	マレーシア	104	16.4%
12	メキシコ	83	13.1%
13	ブラジル	83	13.1%
14	ベトナム	72	11.4%
15	ロシア	56	8.8%

(注)表中の割合は、本設問への回答社数(634社)に占める割合。

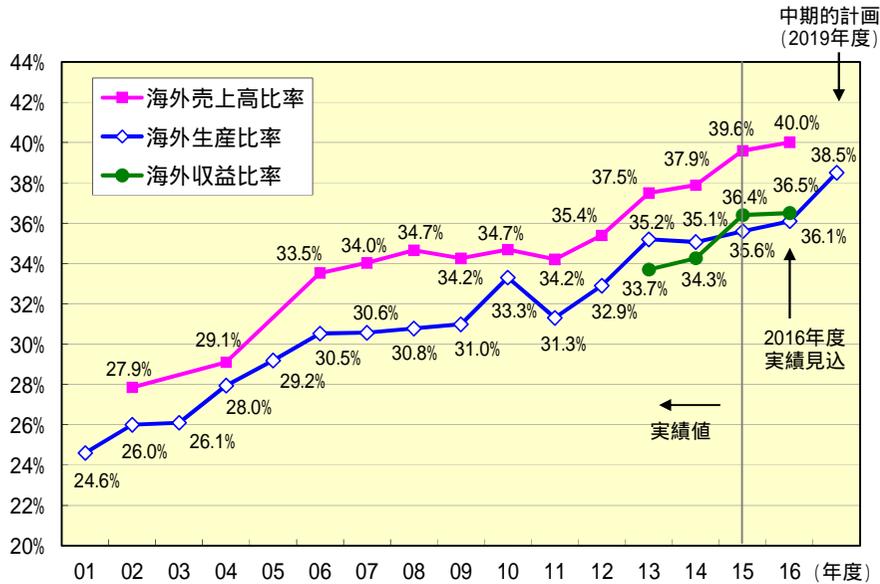
■海外現地法人が最も増加したのは欧州、背景の一つにM&A

- ・2015年度中に増加した海外現地法人数は合計623社(内訳:生産208社、販売208社、研究開発15社、地域統括26社、その他166社)で、2014年度中の増加数(504社)を119社上回った。また、海外現地法人の減少数は合計317社で、大企業による欧州での拠点の統廃合等もあって、前回の159社の約2倍となった(図表4)。
- ・増加数が最も多かった地域は欧州(193社)で、次にASEAN5(94社)、中国(85社)、北米(82社)であった。特に欧州は前回(74社)から2.6倍となったが、これは、M&Aを実施した回答企業において、海外現地法人数が一挙に増加したことが影響している。
- ・中堅・中小企業に着目すると、海外現地法人の増加数は49社で、最も多かった地域はASEAN5(13社)と中国(11社)であった。

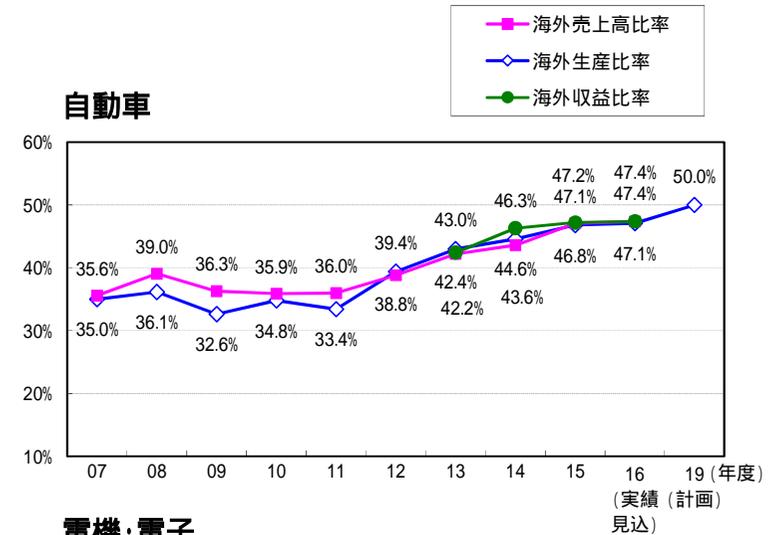
2. 海外生産比率、海外売上高比率、海外収益比率

図表6 海外生産比率¹、海外売上高比率²、海外収益比率³の推移

(注) 図表7の業種別の値は資料6参照。



図表7 業種別 海外生産比率¹、海外売上高比率²、海外収益比率³の推移



■2015年度実績の海外生産比率は35.6%、海外売上高比率は39.6%。中期的に海外生産・販売を拡大する方針は変わらず

- ・ 2015年度実績の海外生産比率は35.6%で、2014年度実績(35.1%)をわずかに上回っており、回答企業は今後も海外生産を拡大する方針(図表6)。
- ・ 2015年度実績の海外売上高比率は39.6%、海外収益比率は36.4%で、前年度実績からそれぞれ1.7ポイント増、2.1ポイント増となった。2016年度も増加する見込みである(図表6)。
- ・ 2015年度について、海外売上高比率、海外収益比率は、昨年度の見込み値より実績のほうが高い結果となった。

■自動車の海外生産比率が最大に

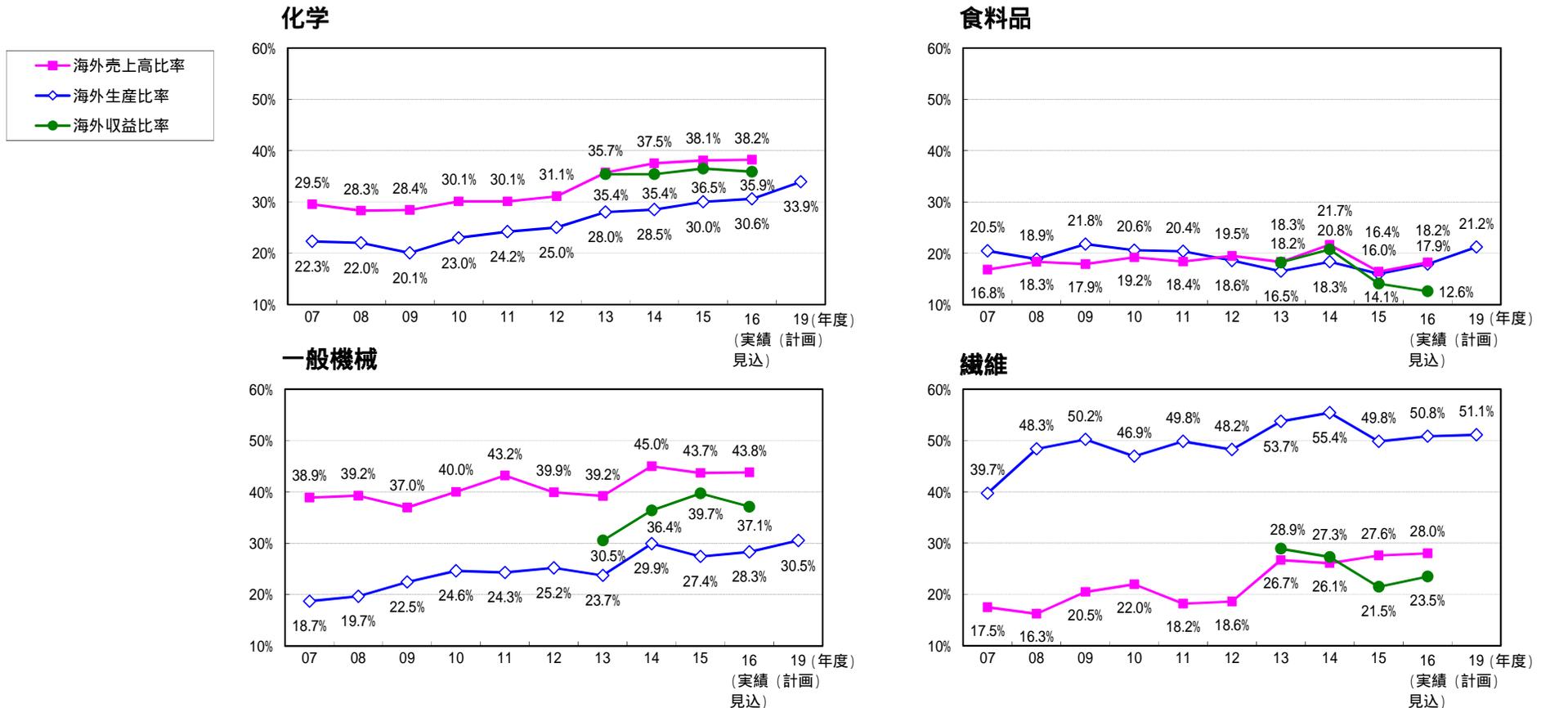
- ・ 海外生産比率の2015年度実績では、主要4業種(自動車、電機・電子、化学、一般機械)中、自動車が46.8%で最も高かった。2016年度実績見込みは47.1%、中期的計画(2019年度)は50.0%と、自動車業界は海外生産をますます強化する姿勢であることが窺える(図表7)。
- ・ 電機・電子は、自動車に比べて8年前から海外生産比率・海外売上高比率がそれぞれ4割を超えていたが、その後大きな変化はなく、海外生産比率の2015年度実績では、自動車をやや下回る結果となった(図表7)。

- 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 (海外事業の営業利益) / (国内事業の営業利益 + 海外事業の営業利益)
- 4 各比率は、回答企業の申告値を単純平均したもの。

2. 海外生産比率、海外売上高比率、海外収益比率

図表7(つづき) 業種別 海外生産比率¹、海外売上高比率²、海外収益比率³の推移

(注) 図表7の業種別の値は資料6参照。



- 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 (海外事業の営業利益) / (国内事業の営業利益 + 海外事業の営業利益)
- 4 各比率は、回答企業の申告値を単純平均したものの。

■化学、一般機械、繊維では、海外生産比率、海外売上高比率ともに上昇傾向

- ・ 化学、一般機械は海外生産比率・海外売上高比率ともに、緩やかに上昇傾向にあり、特に一般機械の海外生産比率は8年前から10ポイント近く上昇している。
- ・ 内需型産業である食料品は、海外生産比率・海外売上高比率ともに20%前後で推移し、あまり大きく変化していない。
- ・ 繊維については、海外生産比率が半数を超えているが、海外売上高比率は3割弱にとどまっている。完成品を輸入し、販売を国内中心に行っていることが窺える。

3. パフォーマンス評価(2015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.8

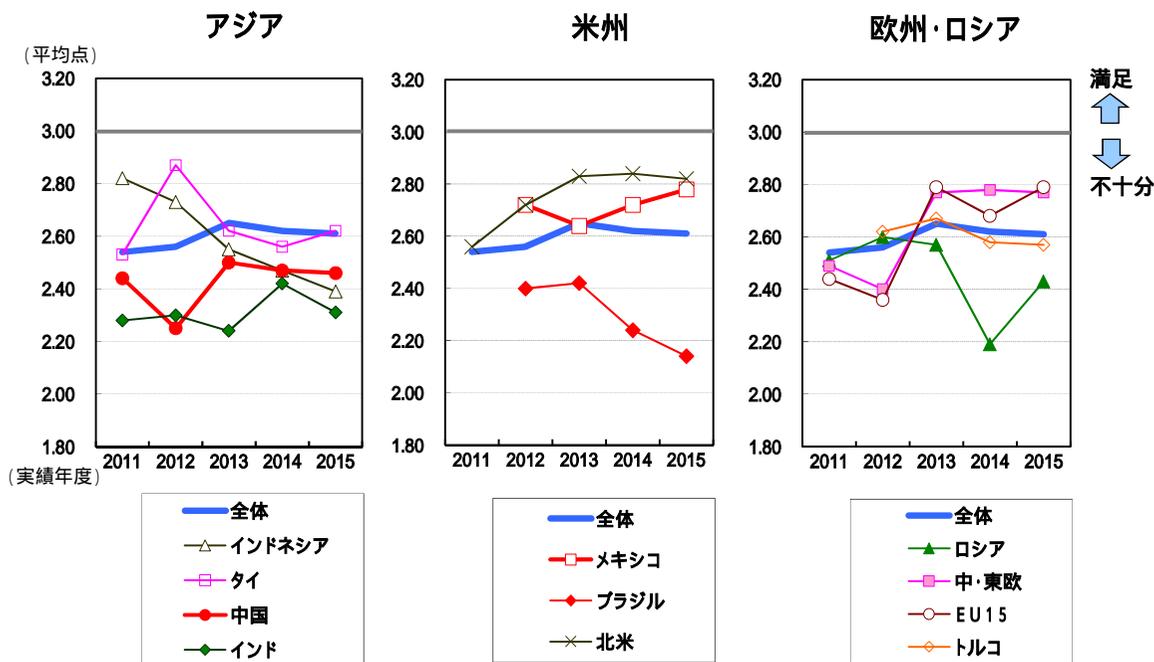
問
 貴社の海外進出地域・国における2015年度の売上高・収益は、当初目標と比べると、下記のいずれに該当しますか。
 「1. 不十分」「2. やや不十分」「3. どちらともいえない(当初目標通り)」「4. やや満足」「5. 満足」

図表8 売上高・収益 満足度評価 (全体平均)

(実績年度)	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
売上高	2.64 (0.21)	2.63 (0.01)	2.71 (+0.08)	2.66 (0.05)	2.56 (0.10)
収益	2.54 (0.21)	2.56 (+0.02)	2.65 (+0.09)	2.62 (0.03)	2.61 (0.01)

(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、前回の評価点からの増減。

図表9 収益 満足度評価 (地域別)



(注1) 米州のメキシコとブラジルおよび 欧州・ロシアのトルコは、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10 日本より収益率が高いと回答された国・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	117	370	31.6%
2. 北米	109	405	26.9%
3. ベトナム	48	184	26.1%
4. 中国	138	535	25.8%
5. インドネシア	56	266	21.1%

(注) 海外進出先地域・国における2015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。

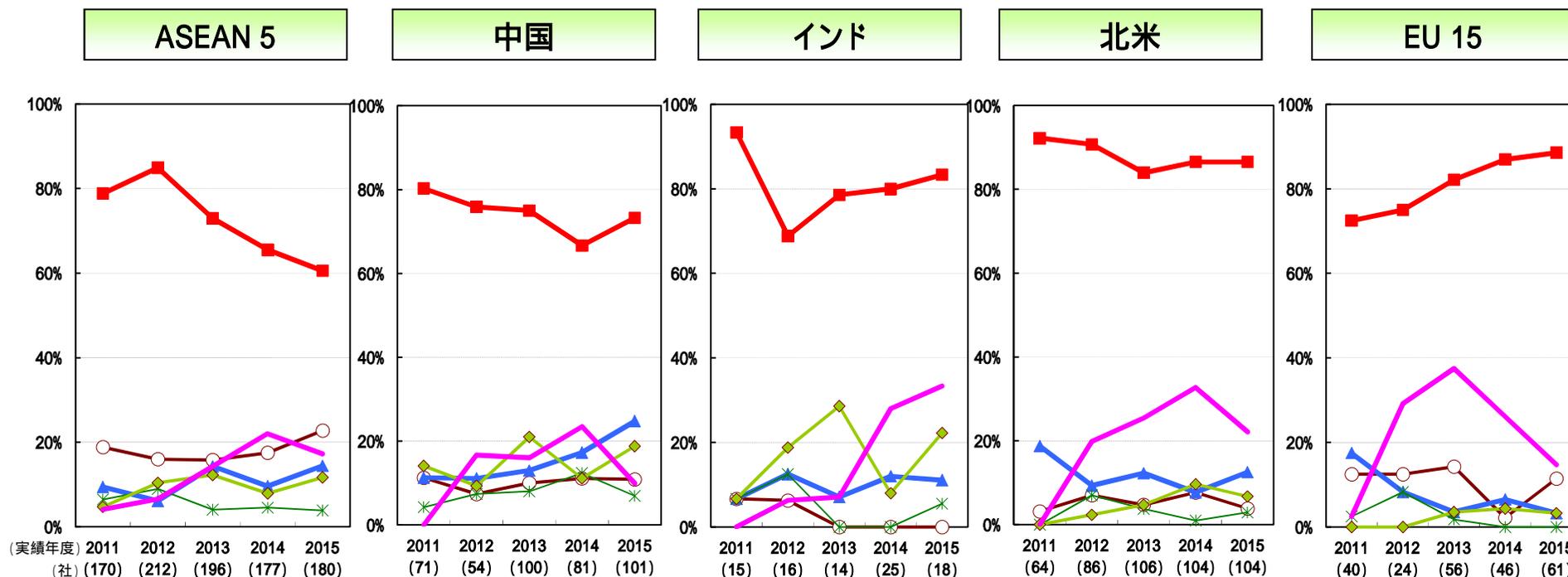
■売上高、収益の満足度評価はわずかに低下
 ・2015年度実績に対する満足度について、売上高は前回から0.10ポイント減少して2.56、収益は前回から0.01ポイント減少して2.61であった(図表8)。

■アジアの満足度は軒並み全体平均より低め
 ・収益の満足度を前回と比較すると、タイはやや上昇し、中国はあまり変化が無かった(図表9)。インドネシアとインドは満足度が低下し、満足度を集計している国・地域の中でも下位に位置する。
 ・図表9には表示されていないが、アジア諸国で収益満足度が最も高かったのはベトナム(2.86)であった。また、ASEAN5の中ではフィリピン(2.76)の評価が最も高かった。

■北米は他国・地域と比べて満足度が高く、EU15と中・東欧も全体平均を上回る
 ・2012年度以降、北米の満足度が全体平均を上回る水準で推移している。今回は売上高では評価対象の中でトップ、収益では2番目に高い評価となった。メキシコの満足度も年々上昇傾向にある。対照的に、ブラジルの評価は2013年度実績以降、低下傾向が続いている(図表9)。
 ・欧州は、EU15と中・東欧の満足度が全体平均を上回って推移した(図表9)。

■タイは日本より収益率が高いと回答した企業が3割
 ・タイは、日本より収益率が高いと回答した企業の割合が31.6%と最も高かった(図表10)。タイ2011年度から同割合を取り始めて以降、常に3割台を維持している。

図表11 収益 満足理由の推移(複数回答可)



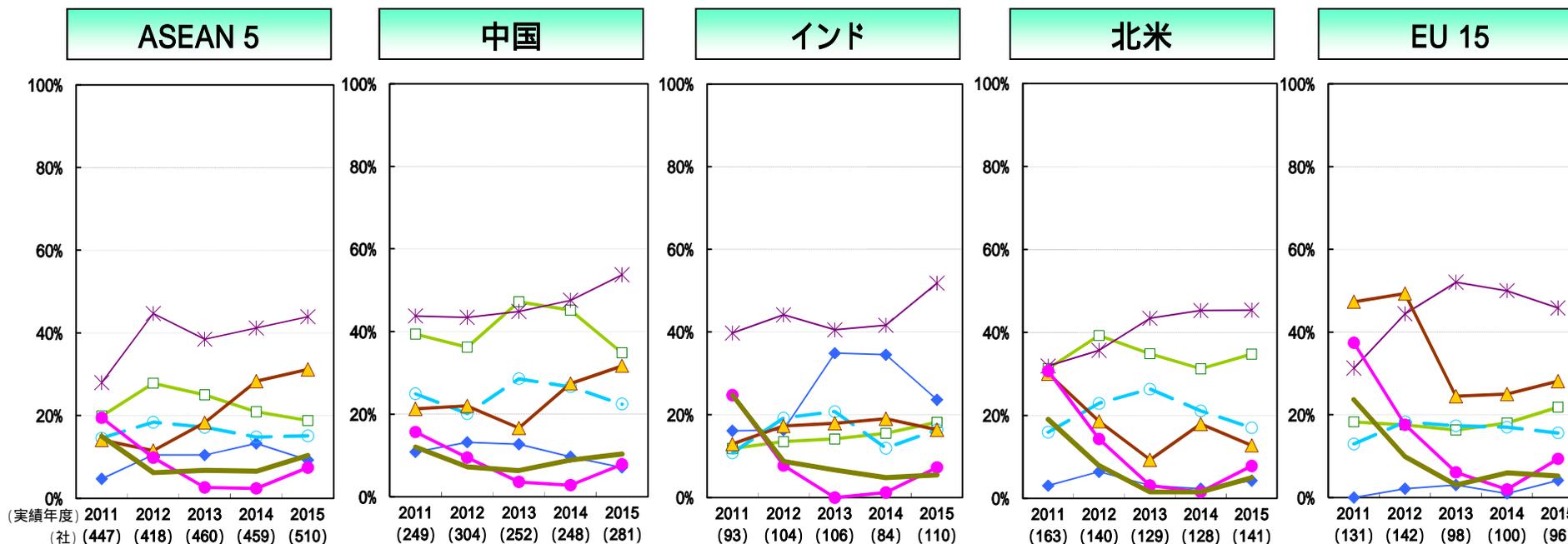
(注) 収益満足度で「4. やや満足」もしくは「5. 満足」と回答した企業に対し、進出先地域・国ごとにその理由を質問したものを、パーセントは、当該地域・国における各年度の回答社数(図表の実績年度の下の()内数値)に占める各選択肢の割合。複数回答可。

- 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. 生産集约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等も含む)

■ ASEAN5は「1. 該当国・地域内での販売活動が順調」の回答割合の低下が続く
 ・満足理由の中で最も回答割合が高かったのは、全地域共通して「1. 該当国・地域内での販売活動が順調」であった。インド、北米、EU15は80%を超え、中国も前回の66.7%から73.3%に再び上昇した。他方、ASEAN5は前回の65.5%から60.6%へさらに低下した。

■ 2番目の満足理由は、インド、北米、EU15では前回と同じく「6. 為替差益」
 ・2番目の満足理由は、インド、北米、EU15では前回同様「6. 為替差益」であった。2015年度の円の対ドルレートは、期中平均では120円台前後で推移したことが、企業業績(連結ベース)にプラスとなったものと推測される。
 ・ASEAN5は「2. 該当国・地域からの輸出が順調」が満足理由の第2位であり、現地市場への販売とともに輸出拠点として活用されている点が窺える。

図表12 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)

■収益不十分理由の第1位はいずれの地域でも「4.販売先確保が困難(他社との厳しい競争)」
 ・前回同様、いずれの地域でも「4.販売先確保が困難(他社との厳しい競争)」となり、海外市場で日本企業が厳しい競争に直面していることがわかる。とくに、中国とインドは回答割合が前回から上昇し、それぞれ53.7%、51.8%となった。

■タイとインドネシアでは景気減速がより意識されている
 ・「5.景気変動による市場規模縮小」に注目すると、回答割合がASEAN5では28.3% 31.2%、中国では27.4% 31.7%と、前回からやや上昇しており、景気減速の影響があるものと推測される。ASEAN5の中では特に、タイ(37.8%)とインドネシア(38.3%)の回答割合が高めである。

図表13 売上高・収益 満足度評価 (2015年度実績)

	業種別平均		前年度実績からの増減		回答社数	収益満足度の平均点が最も高かった国・地域
	売上高	収益	売上高	収益		
全業種	2.56	2.61	0.10	0.01	594	ベトナム (2.86)
1. 金属製品	2.88	2.92	+0.24	+0.41	21	フィリピン (4.00)
2. 化学	2.67	2.76	0.14	+0.06	91	中・東欧 (3.40)
3. 自動車	2.74	2.73	0.04	+0.05	114	シンガポール (3.17)
4. 輸送用機器(自動車を除く)	2.62	2.64	0.06	+0.19	13	フィリピン (4.00)
5. 一般機械	2.43	2.59	0.22	0.12	57	北米 (3.10)
6. 電機・電子	2.49	2.56	0.10	0.06	86	フィリピン (3.04)
7. その他	2.49	2.51	0.03	0.10	56	フィリピン (3.00)
8. 繊維	2.31	2.51	0.20	+0.19	26	シンガポール (3.67)
9. 精密機械	2.48	2.50	0.22	0.13	34	トルコ (3.25)
10. 非鉄金属	2.55	2.49	0.01	0.04	25	ロシア (3.50)
11. 窯業・土石製品	2.47	2.47	0.02	+0.12	14	メキシコ (4.00)
12. 食料品	2.46	2.37	0.07	0.18	22	ベトナム (3.29)
13. 石油・ゴム製品	2.39	2.34	0.26	0.37	13	中国 (2.92)
14. 鉄鋼	2.49	2.33	+0.17	+0.07	15	NIEs3 (2.80)
15. 紙・パルプ・木材	2.21	2.33	0.37	0.22	7	NIEs3 (4.00)

(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。

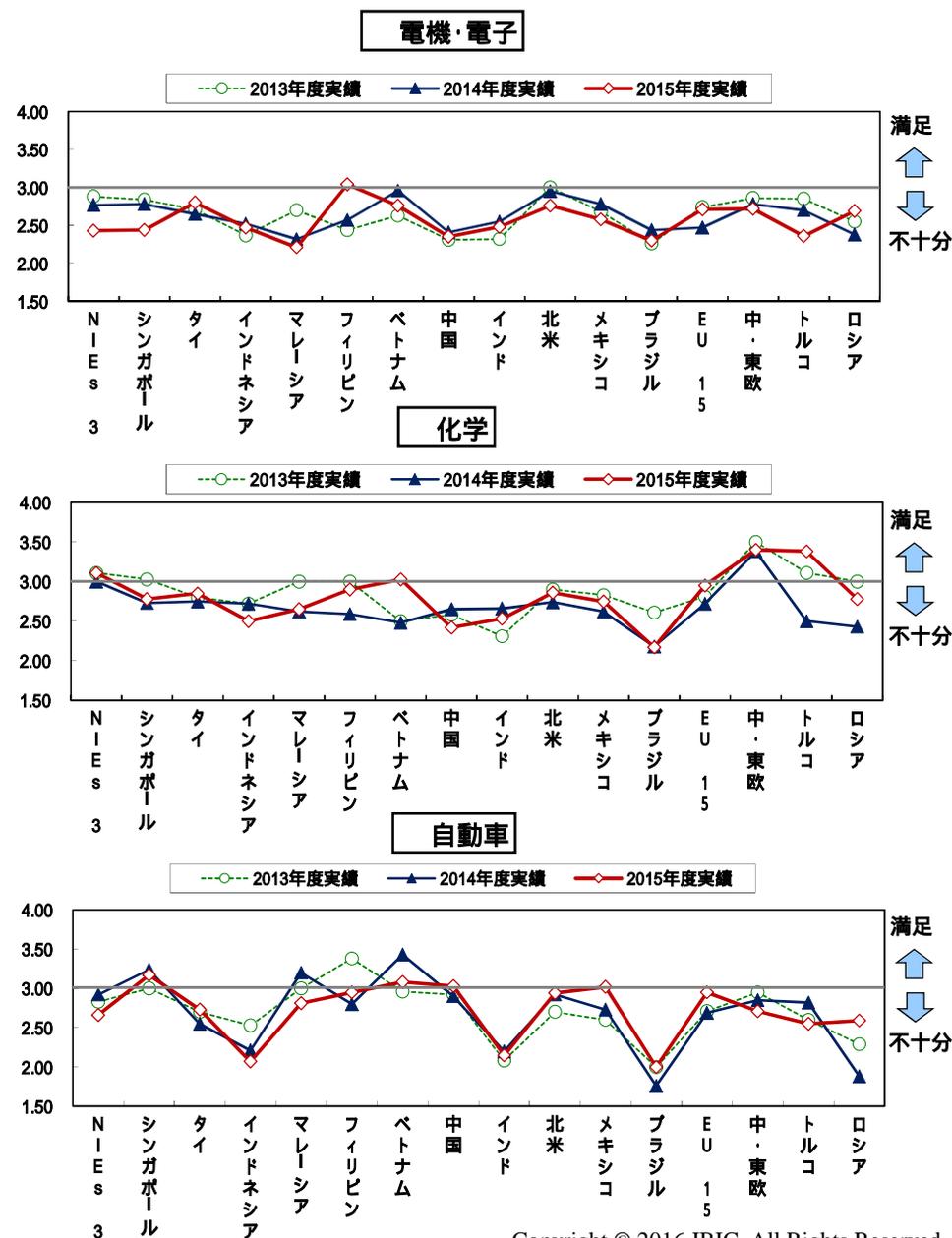
■ 収益満足度は15業種中8業種で低下、7業種で上昇

- ・ 売上満足度は、ほとんどの業種で評価が低下したが、収益満足度は評価が低下した業種と上昇した業種が半々であった(図表13)。
- ・ 最も収益満足度が高かったのは金属製品(2.92)で、複数の国・地域で評価が3.00以上であった。次に満足度が高かったのは化学(2.76)で、特に中・東欧とトルコの評価が高かった。3番目は自動車(2.73)で、ブラジル、インドネシア、インドの評価が依然として低いものの、中国やメキシコ等の評価が高かった(図表14)。

■ 鉄鋼は2年連続で収益満足度が最も低い

- ・ 収益満足度が最も低かったのは紙・パルプ・木材と鉄鋼であった(ともに2.33)(図表13)。特に鉄鋼は、2014年度実績に続き、2年連続で15業種中最も収益満足度が低い結果となった。収益が不十分であった主な理由は、販売先確保が困難、景気変動による市場規模縮小などである。

図表14 国・地域別 収益 満足度評価 (主要3業種)

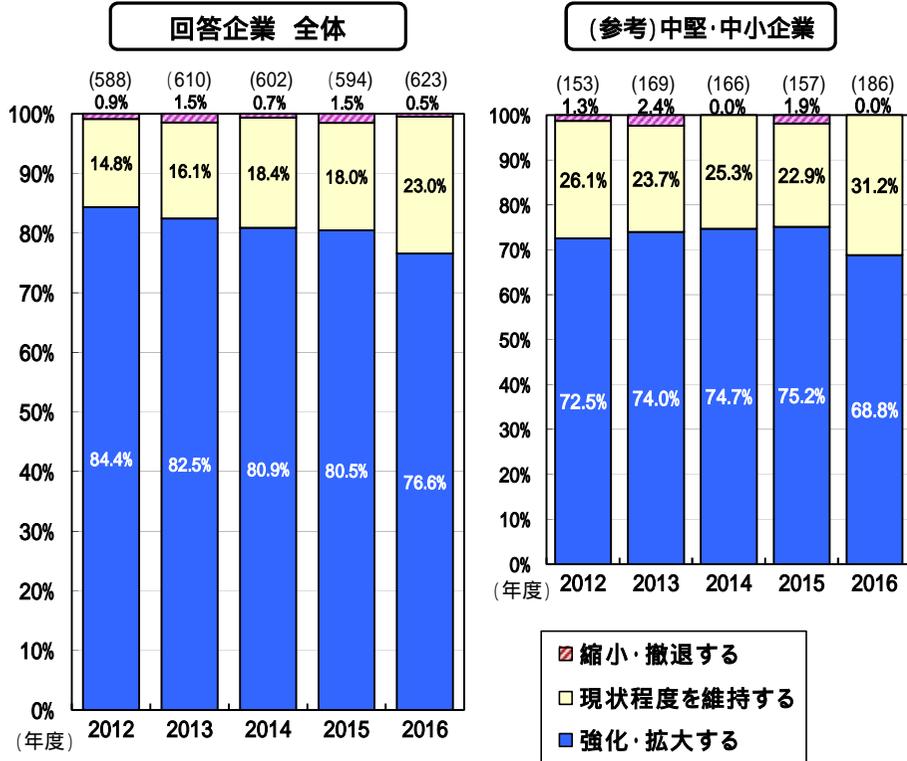


・ 事業展開見通し

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いて質問した。

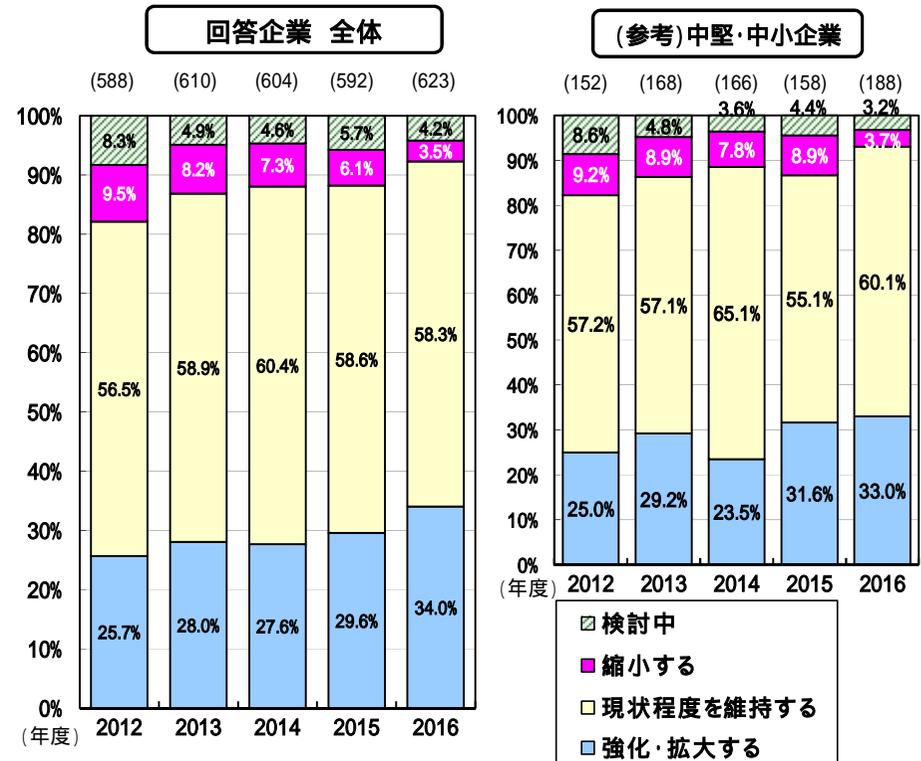
海外

図表15 中期的(今後3年程度) 海外事業 展開見通し



国内

図表16 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76.6%で、やや低下したものの引き続き高い水準**
 ・海外事業を中期的に「強化・拡大する」と回答した企業数は477社、回答割合は76.6%であった(図表15)。これは、引き続き高い水準にあるといえるが、80%に届かなかったのは、リーマンショック後の2009年度調査(65.8%)以来、7年ぶりである。その一方で、「現状程度を維持する」の回答割合は23.0%に上昇した。中堅・中小企業も、海外事業を「強化・拡大する」と回答したのは128社で、回答割合は68.8%と70%を下回った。

■ **国内事業の強化・拡大姿勢は6年ぶりに30%台を回復**
 ・国内事業の中期的見通しは、前回同様、「現状程度を維持する」の回答割合が58.3%と最も多くを占めた。「強化・拡大する」をみると、2011年度から漸増傾向を続け、今回は34.0%と6年ぶりに30%台を回復した。中堅・中小企業も回答企業の60.1%が「現状程度を維持する」と回答し、「強化・拡大する」は前回からやや上昇して33.0%であった(図表16)。

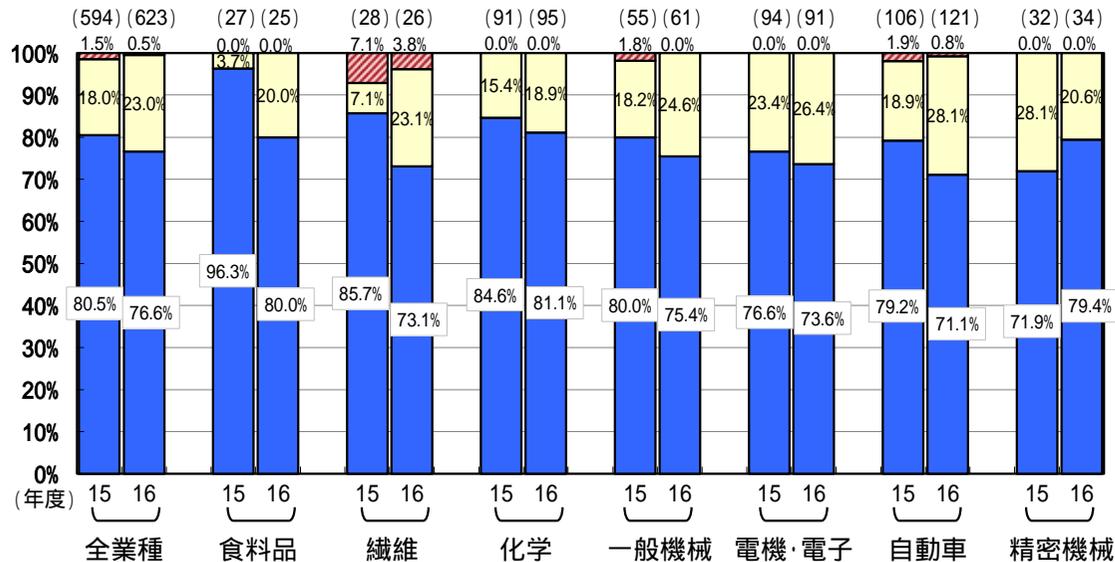
2. 事業強化姿勢(国内・海外、業種別)

図表17、18の業種別データは資料4参照。

図表17 中期的
海外事業 展開見通し

海外

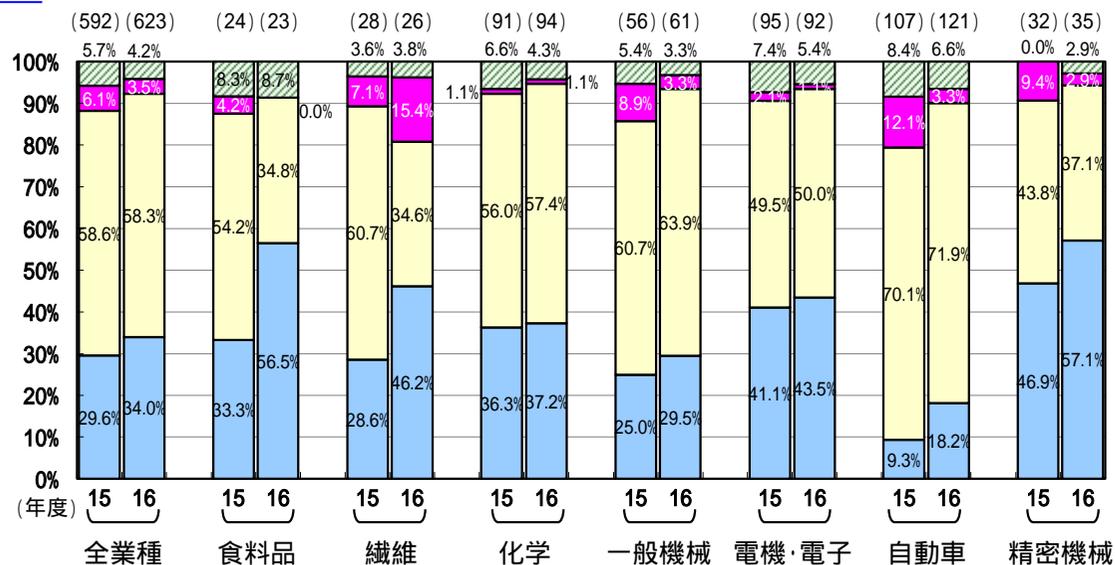
- 縮小・撤退する
- 現状程度を維持する
- 強化・拡大する



図表18 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



■ 海外事業の強化・拡大姿勢は精密機械と素材系業種で強まる

- ・ 主要7業種中、海外事業の強化・拡大姿勢が前回より強まったのは、精密機械のみ(図表17)。全15業種でみても、5業種にとどまる。つまり、3分の2の業種では、現状程度を維持するとの回答割合が上昇。
- ・ 強化・拡大姿勢が80%を超えたのは、鉄鋼、紙・パルプ・木材、非鉄金属、化学、窯業・土石製品の素材系業種と食料品。食料品と紙・パルプ・木材は、海外売上高比率が2割未満であり、海外市場を開拓する意識が強いものと思われる。

(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、各社が取り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。

■ 国内事業の見通しは、15業種中9業種で強化・拡大姿勢が強まる

- ・ 国内事業については、約3分の2の業種で強化・拡大の割合が上昇。背景には、国内経済が緩やかな回復基調が続いていることが考えられる。
- ・ 特に強化・拡大の割合が高いのは精密機械(57.1%)と食料品(56.5%)で、それに繊維(46.2%)と電機・電子(43.5%)が続く(図表18)。自動車は、2012年度以来4年ぶりに10%台となったが(18.2%)、依然として7割は現状程度を維持する姿勢である。

3. 海外事業と国内事業見通しに係るクロス分析

図表19 海外事業と国内事業見通しのクロス分析

(1) 全体

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
強化・拡大する (母数:472社)	強化・拡大する	187	39.6%
	現状程度を維持する	251	53.2%
	縮小する	17	3.6%
	検討中	17	3.6%
現状程度を維持する (母数:143社)	強化・拡大する	21	14.7%
	現状程度を維持する	110	76.9%
	縮小する	4	2.8%
	検討中	8	5.6%
縮小・撤退する (母数:3社)	強化・拡大する	1	33.3%
	現状程度を維持する	1	33.3%
	縮小する	1	33.3%
	検討中	0	0.0%

(回答者数 = 618社)

(2) 中堅・中小企業

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
強化・拡大する (母数:128社)	強化・拡大する	49	38.3%
	現状程度を維持する	70	54.7%
	縮小する	6	4.7%
	検討中	3	2.3%
現状程度を維持する (母数:58社)	強化・拡大する	12	20.7%
	現状程度を維持する	42	72.4%
	縮小する	1	1.7%
	検討中	3	5.2%
縮小・撤退する (母数:0社)	強化・拡大する	0	0.0%
	現状程度を維持する	0	0.0%
	縮小する	0	0.0%
	検討中	0	0.0%

(回答者数 = 186社)

図表20 海外事業を強化・拡大し国内事業を強化・拡大もしくは現状程度を維持すると回答した企業(438社)のプロファイル

売上高規模

	国内強化+維持 (A)	回答社数 (B)	(A)/(B)
1兆円以上	32	46	69.6%
3,000億円以上1兆円未満	47	63	74.6%
1,000億円以上3,000億円未満	89	119	74.8%
500億円以上1,000億円未満	74	107	69.2%
100億円以上500億円未満	149	217	68.7%
100億円未満	46	83	55.4%
無回答	1	2	-
合計	438	637	68.8%

業種別

	国内強化+維持 (A)	回答社数 (B)	(A)/(B)
自動車	77	122	63.1%
化学	73	95	76.8%
電機・電子	63	93	67.7%
一般機械	43	63	68.3%
精密機械	26	36	72.2%
繊維	15	27	55.6%
非鉄金属	21	26	80.8%
食料品	16	25	64.0%
金属製品	13	22	59.1%
窯業・土石製品	11	15	73.3%
鉄鋼	11	15	73.3%
輸送用機器(自動車を除く)	8	14	57.1%
石油・ゴム製品	9	13	69.2%
紙・パルプ・木材	4	7	57.1%
その他	48	64	75.0%
合計	438	637	68.8%

438社
92.8%

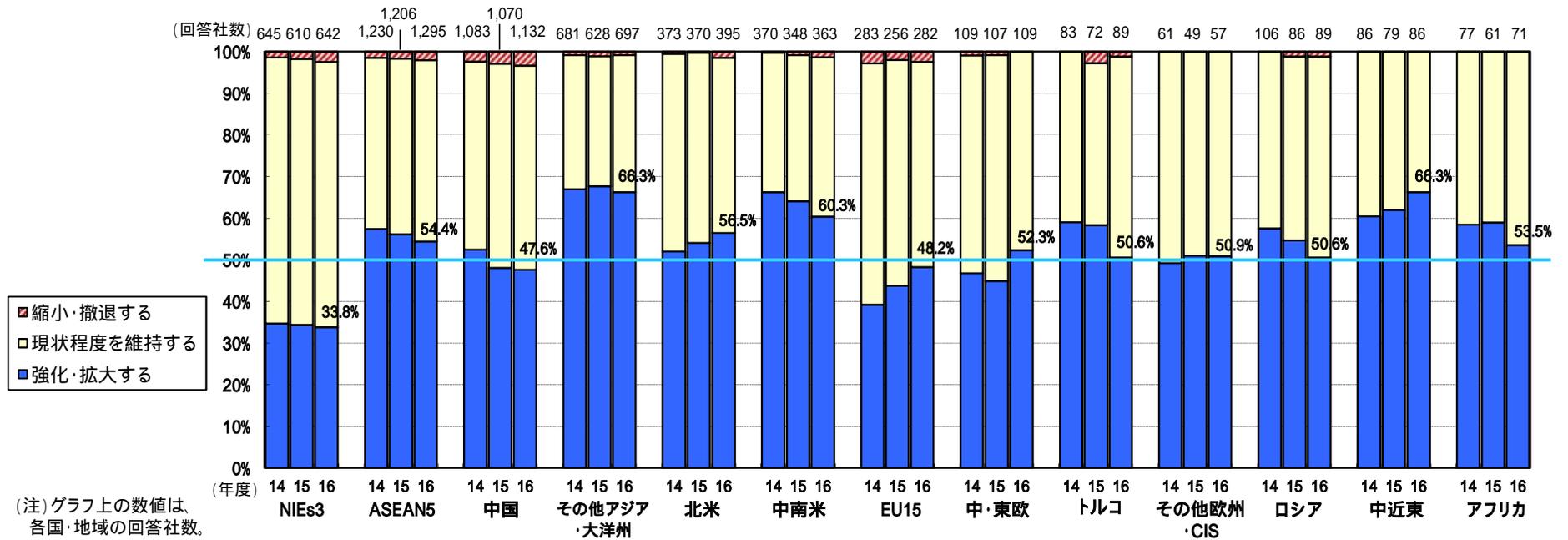
119社
93.0%

■企業規模を問わず、中期的に海外事業を強化・拡大する企業の9割以上が国内事業を強化・拡大もしくは現状程度を維持する見通し

- ・中期的に海外事業を「強化・拡大する」と回答した472社のうち438社が国内事業を強化・拡大もしくは現状程度を維持すると回答した。その割合は92.8%で、前回(89.8%)から3.0ポイント上昇した(図表19(1))。
- ・中堅・中小企業については、中期的に海外事業を「強化・拡大する」と回答した128社のうち119社、93.0%が国内事業を強化・拡大もしくは現状程度を維持すると回答した(図表19(2))。

図表21 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・計画中の国・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。



■強化・拡大姿勢が強まっているのは北米、EU15、中・東欧、中近東の4地域

- ・ 好調な景気が続く北米は、3年連続で「強化・拡大する」の回答割合が上昇し、2016年度は56.5%となった。また、緩やかな景気回復が見られるEU15と中・東欧も「強化・拡大する」の回答割合が年々上昇し、「現状程度を維持する」と拮抗するところまで改善した。
- ・ 中近東については、事業を実施中/計画中の企業数は他地域に比べて少ないものの、強化・拡大姿勢は年々上昇している。

■その他アジア・大洋州の強化・拡大姿勢は60%台後半と高い水準を維持、インドとベトナムが牽引役

- ・ その他アジア・大洋州地域の「強化・拡大する」の回答割合は66.3%で、前回(67.7%)からやや低下したものの、引き続き高い水準を維持した。牽引役はインド(74.6%)とベトナム(71.7%)で、強化・拡大姿勢が70%を超えたのは個別国では2カ国だけである。

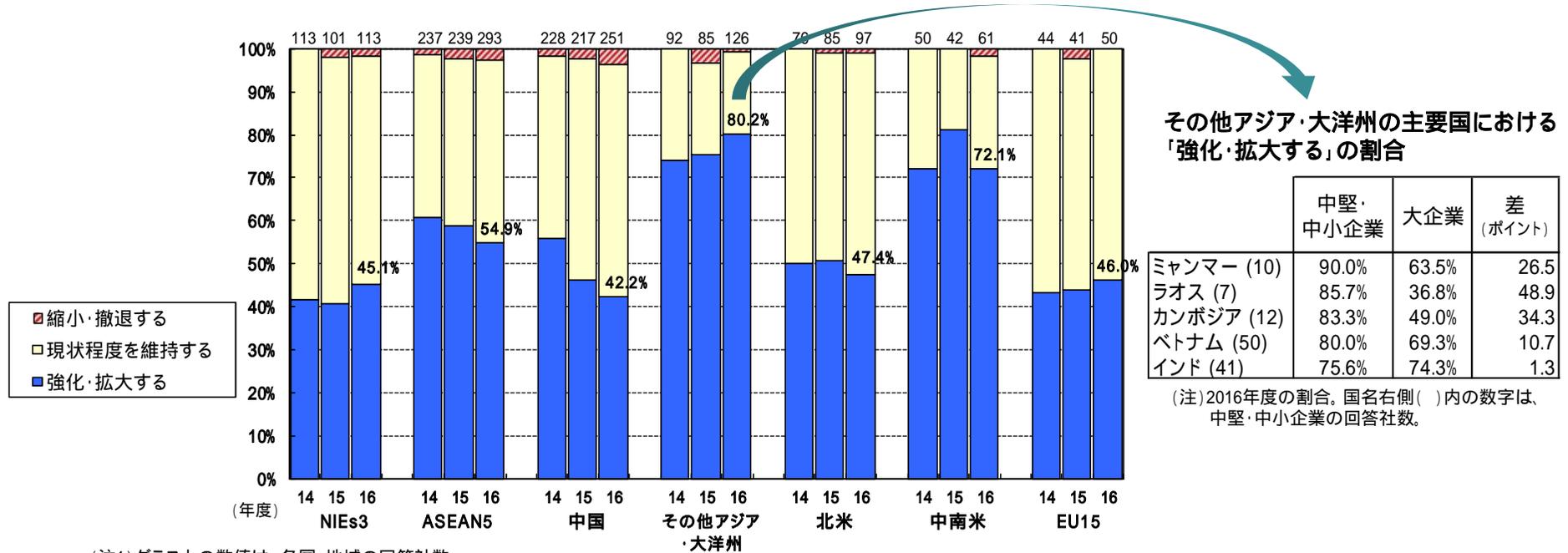
■ASEAN5、中国、中南米、トルコ、ロシア、アフリカは強化・拡大姿勢が弱まり、現状程度を維持が増加傾向

- ・ ASEAN5や中国等、6つの地域で「強化・拡大する」の回答割合が低下傾向にある。背景として、現地の景気減速、地政学的なリスクの上昇、国内政治の不安定化などが考えられる。しかしながら、同じ地域内でも違いがあり、例えば中南米では、ブラジルは低下傾向にあるが、メキシコは強化・拡大姿勢が強い。

【参考】 中期的 海外事業展開見通しの推移 (地域別) < 中堅・中小企業 >

問

現在事業を実施・計画中の国・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1) グラフ上の数値は、各国・地域の回答社数。
 (注2) 2014-2016年度回答社数 10社以下の国・地域を除く。

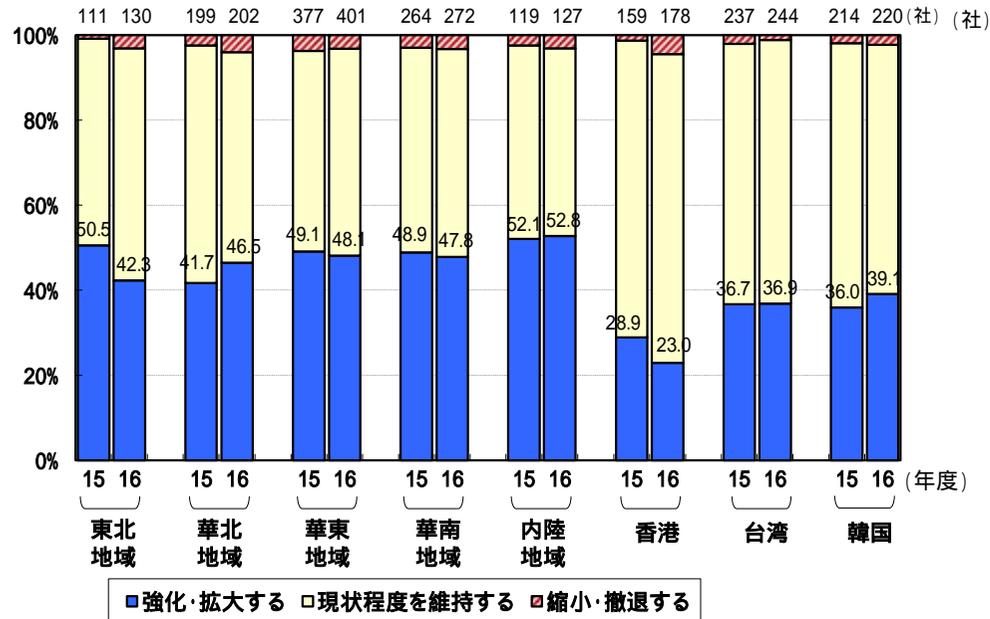
■ 中堅・中小企業の地域別事業見通しでは、その他アジア・大洋州地域での強化・拡大姿勢が顕著

- ・ 中堅・中小企業は、その他アジア・大洋州地域での強化・拡大姿勢が強く、80.2%となった。同地域の中では、ミャンマー、ラオス、カンボジア、ベトナムといった、タイ周辺国の強化・拡大姿勢が強く、いずれも80%を超えている。また、インドの強化・拡大姿勢も75.6%と高い。タイ周辺国については、強化・拡大の割合が大企業のそれを上回る点の特徴となっている。
- ・ 次に強化・拡大の割合が高いのは中南米(72.1%)で、これはメキシコでの強化・拡大姿勢(76.2%)の強さが牽引している。ブラジルの同割合は50.0%にとどまる。

■ 中国では現状程度を維持する姿勢が強まり、ASEAN5は国によって見通しが分かれる

- ・ 中国では、強化・拡大姿勢がさらに弱まり、42.2%となった。これは、大企業の同割合(49.1%)を6.9ポイント下回る。
- ・ ASEAN5も強化・拡大姿勢が弱まり、54.9%に低下した。ASEAN5の個別国について、強化・拡大姿勢の割合をみると、フィリピンは78.1%で、大企業(54.5%)よりも高い。タイとインドネシアは大企業とほぼ同水準で(両国とも、それぞれ6割前後)、マレーシアとシンガポールは、中堅・中小企業の方が低くなっている。

図表22 中期的
海外事業展開見通し(中国・NIEs3)



(注1) グラフ上の数値は、各国・地域の回答社数。

(注2) 図表22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5地域で強化・拡大姿勢と現状維持姿勢が拮抗

・中国は前回と比べて中期的な事業見通しにあまり変化が見られず、強化・拡大姿勢と現状維持姿勢が拮抗する状況が続いている。「強化・拡大」の回答割合が50%を超えたのは内陸(52.8%)のみで、残る4地域は「現状程度を維持」の割合がやや高い(図表22)。

・強化・拡大する分野を見ると、生産面では、華東・華南地域を中心に既存拠点を強化する企業が多く、新規生産拠点を設立しようとするところは少ない(図表23)。販売面では、既存拠点の拡張と代理店の活用強化を通じて、強化する動きが見られる(図表24)。

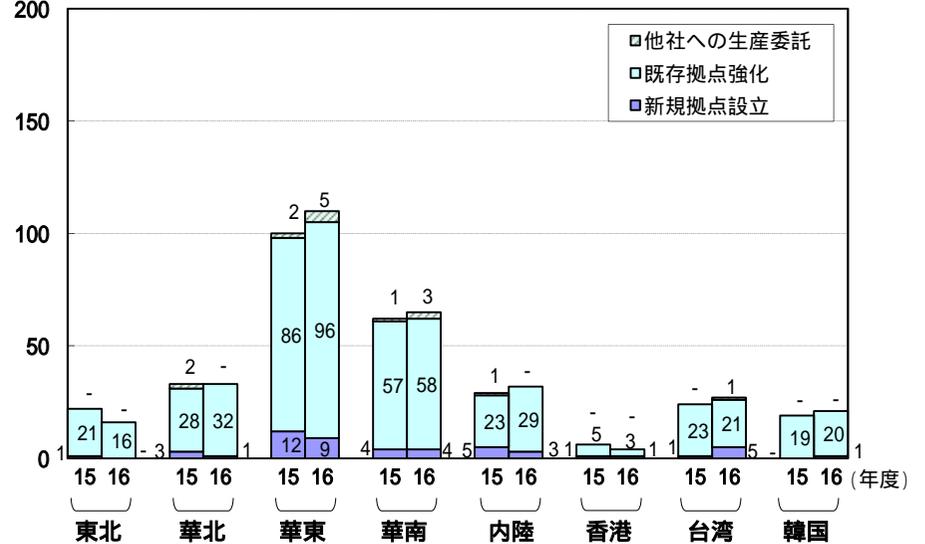
■韓国、台湾、香港のNIEs3は現状維持姿勢が強い傾向が続く

・韓国と台湾は回答企業の6割が中期的に「現状程度を維持する」と回答し、過去数年の傾向とほとんど変化がない(図表22)。

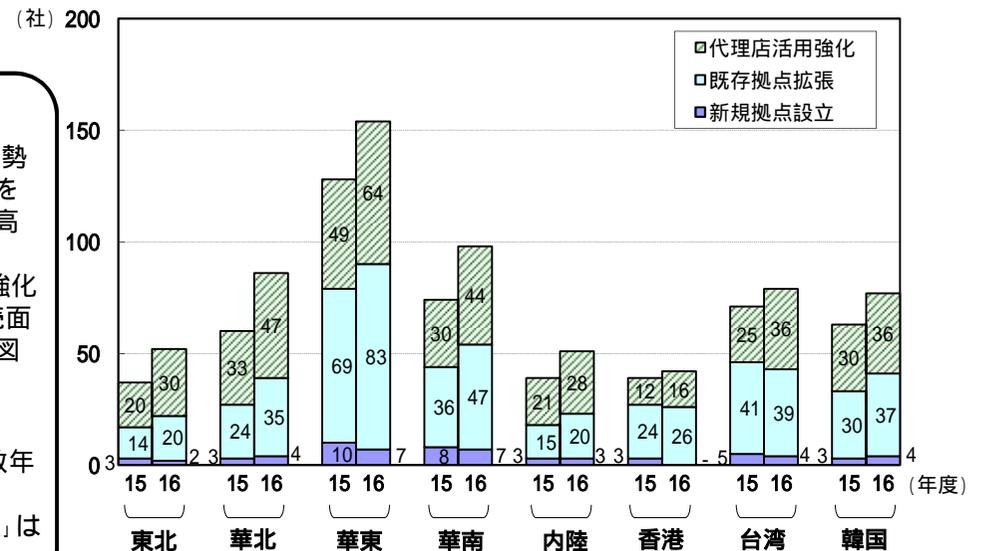
・香港は「現状程度を維持する」の回答割合が72.5%に拡大する一方、「強化・拡大」は23.0%と前回から5.9ポイント低下した。

図表23、24は、図表22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。

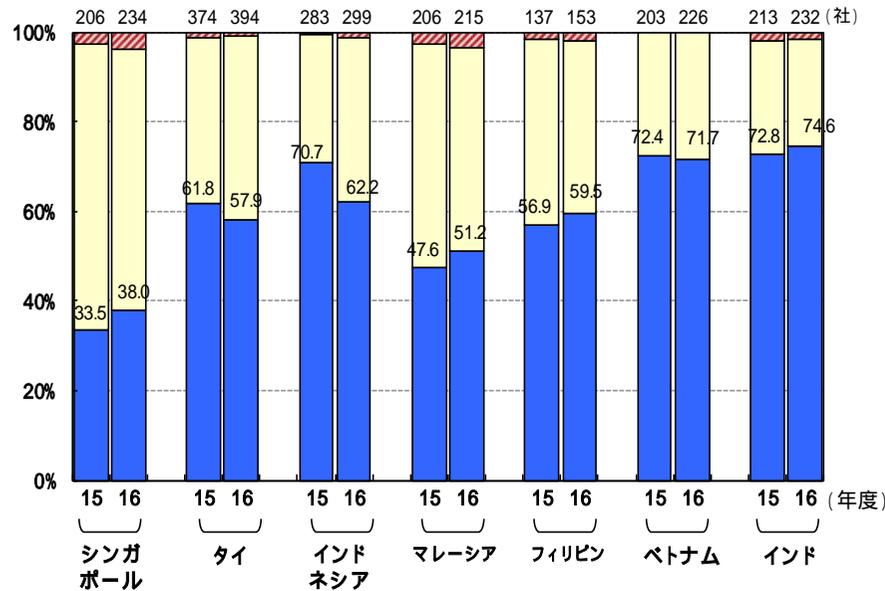
図表23 (生産)強化・拡大する分野



図表24 (販売)強化・拡大する分野



図表25 中期的
海外事業展開見通し(ASEAN5・ベトナム・インド)



■強化・拡大する □現状程度を維持する ■縮小・撤退する

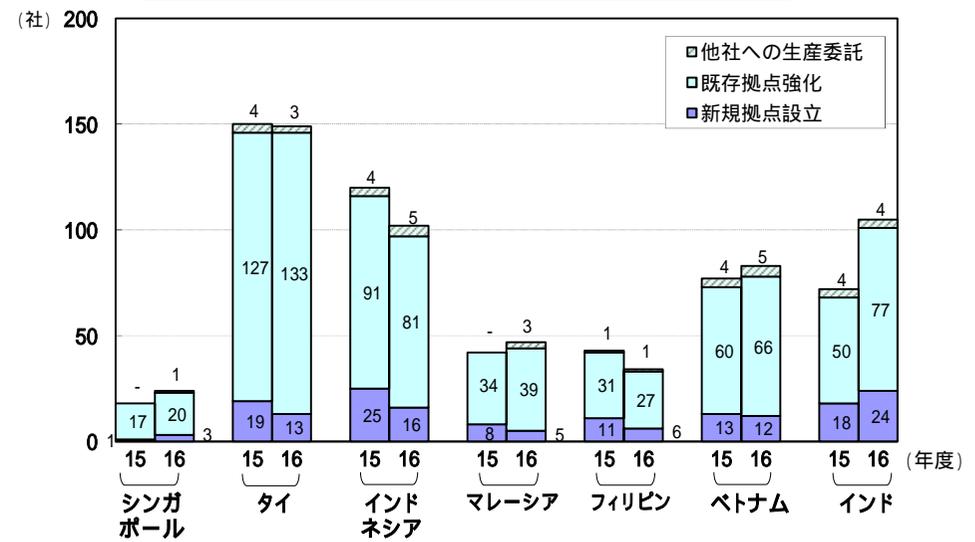
(注1) グラフ上の数値は、各国・地域の回答社数。
(注2) 図表25の棒グラフ内の数値は、「強化・拡大」と回答した企業の割合(単位はパーセント)。

■ASEAN5のなかで注目度が高まるフィリピン
 ・ASEAN5の中で「強化・拡大」の回答割合が最も高いのはインドネシア(62.2%)で、次がフィリピン(59.5%)であった(図表25)。インドネシアはタイとともに2012~2013年度をピークに「強化・拡大」の回答割合が低下傾向にあるが、フィリピンは上昇傾向が続いており、注目度が高まっている。
 ・タイは「強化・拡大」の回答割合が57.9%となりフィリピンを下回ったが、既存の生産拠点の強化を図る企業数はASEAN5及びインド、ベトナムの中で最も多い(図表26)。

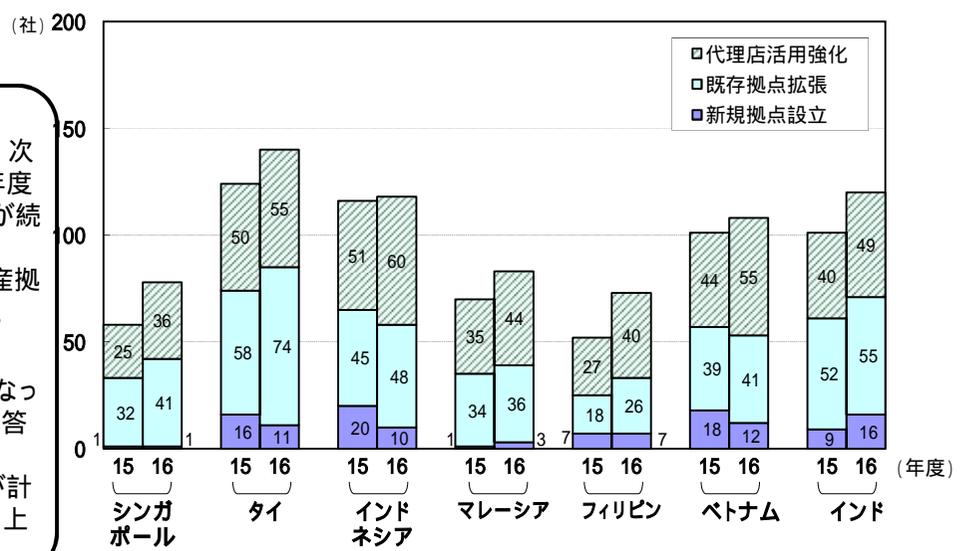
■インドとベトナムは強化・拡大姿勢が引き続き高水準
 ・インドは「強化・拡大」の回答割合が最も高く、前回の72.8%から上昇して74.6%となった。ベトナムも71.7%と引き続き高い水準を維持した(図表25)。「強化・拡大」の回答割合が70%を超えたのは主要国の中では2カ国だけである。
 ・インドは、「強化・拡大」する分野を回答した企業数を見ると、2016年度は生産面が計105社、販売面が計120社と、インドネシア(生産面:計102社、販売面:計118社)を上回った(図表26、27)。

図表26、27は、図表25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。

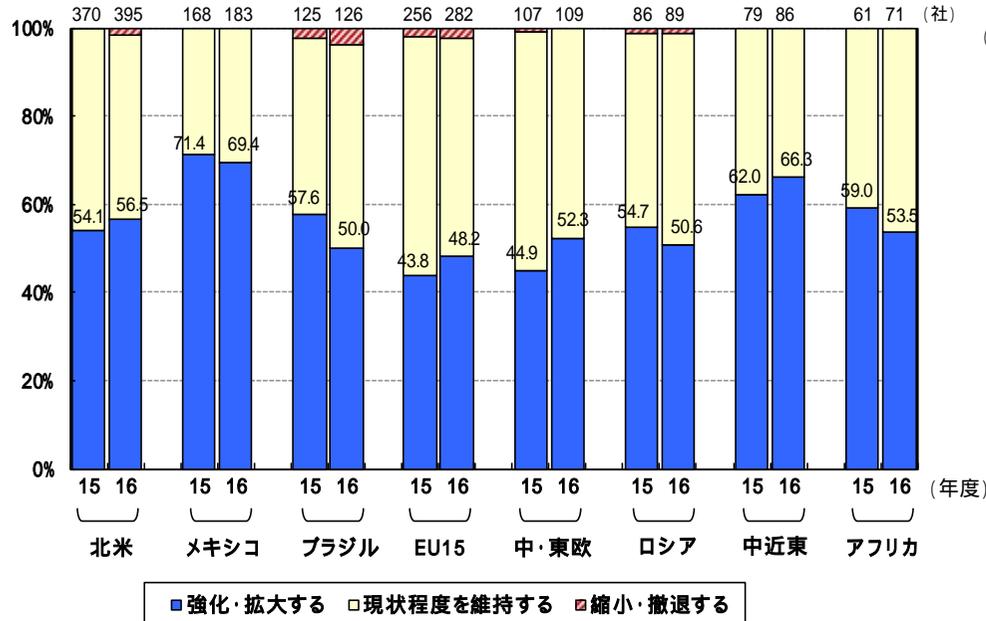
図表26 (生産)強化・拡大する分野



図表27 (販売)強化・拡大する分野



図表28 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28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)。

■メキシコは生産面での強化・拡大が続く

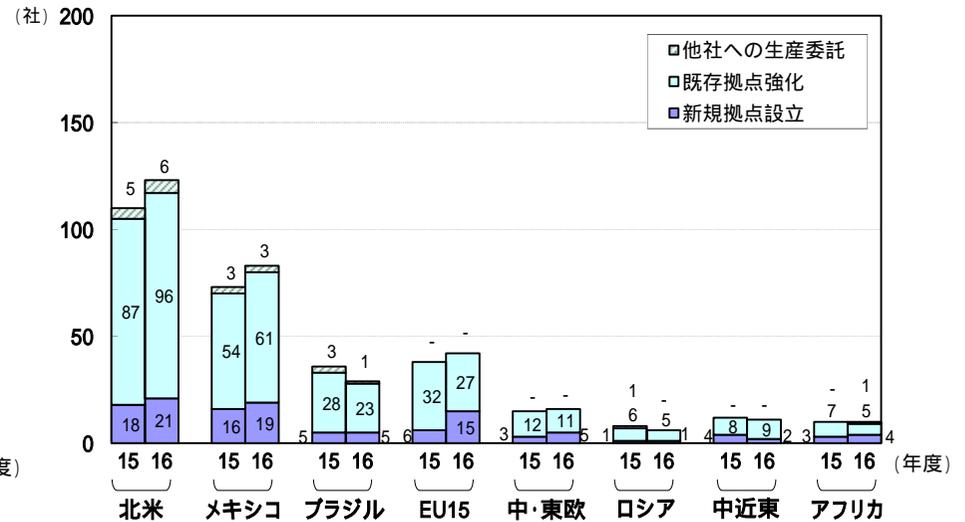
・メキシコの「強化・拡大」の回答割合は69.4%と、前回(71.4%)をわずかに下回ったが、他国に比べると非常に高い水準にある(図表28)。メキシコの場合、生産面を強化・拡大する企業数が、販売面のそれを上回っている点が特徴である(図表29、30)。
・好調な景気が続く北米と、緩やかな景気回復基調にあるEU15と中・東欧は、「強化・拡大」の回答割合が前回よりやや上昇している。
・ブラジルとロシアは、2011年度から「強化・拡大」の回答割合が年々低下し、2016年度は約50%となり、「現状程度を維持」とほとんど同じ水準となった。

■中近東・アフリカは、引き続き販売面での強化・拡大が中心

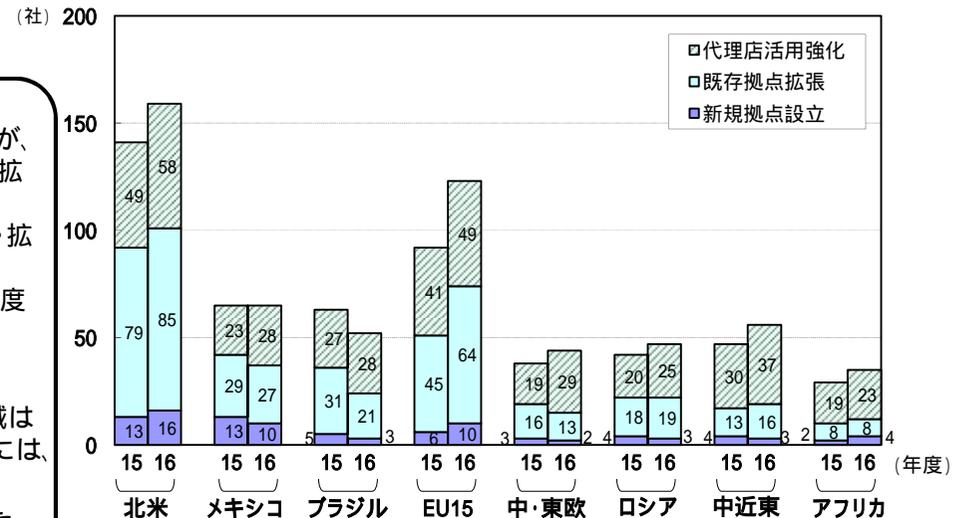
・中近東の「強化・拡大」の回答割合は66.3%と3年連続で上昇した(図表28)。同地域は原油価格の低迷や地政学的リスクの高まりなどに直面しているが、回答企業の中には、特に販売面を中心に同地域での事業を強化・拡大するところもある(図表30)。
・アフリカの「強化・拡大」の回答割合は53.5%と前回(59.0%)から5.5ポイント低下した。中近東と同様に、強化・拡大する分野は、生産面よりも販売面が中心である。

図表29、30は、図表28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29 (生産)強化・拡大する分野



図表30 (販売)強化・拡大する分野



・ 中期的な有望国・地域

図表31 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31の2014年度以前の結果は資料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(%)	
2016	2015		2016 483	2015 433	2016	2015
1	-	インド	230	175	47.6	40.4
2	-	中国	203	168	42.0	38.8
3	↓	インドネシア	173	168	35.8	38.8
4	↑	ベトナム	158	119	32.7	27.5
5	↓	タイ	142	133	29.4	30.7
6	-	メキシコ	125	102	25.9	23.6
7	-	米国	93	72	19.3	16.6
8	-	フィリピン	51	50	10.6	11.5
9	↑	ミャンマー	49	34	10.1	7.9
10	↓	ブラジル	35	48	7.2	11.1
11	-	マレーシア	33	27	6.8	6.2
12	↑	シンガポール	23	20	4.8	4.6
13	↑	台湾	22	16	4.6	3.7
14	↑	ドイツ	20	14	4.1	3.2
15	↓	ロシア	17	24	3.5	5.5
16	↓	韓国	15	17	3.1	3.9
17	↓	トルコ	12	17	2.5	3.9
17	-	カンボジア	12	14	2.5	3.2
19	↑	オーストラリア	11	4	2.3	0.9
20	↑	イラン	8	3	1.7	0.7

■インドが3年連続で第1位、中国が単独第2位に

- ・中期的な有望国の第1位はインドで、得票率は前回の40.4%から7.2ポイント増加して47.6%となった。中期的な有望国を回答した企業のほぼ2社に1社がインドを挙げたことになる。なお、回答社数230社の内、6割の142社は現地に生産拠点を持たない企業である。
- ・第2位は前回と同じく中国で、得票率は前回の38.8%から42.0%へ3.2ポイント増加した。中国は経済の減速、人件費の上昇など事業環境の厳しさが指摘されているが、10社中4社は中国に期待をかけていることがわかった。

■インドネシアは第3位に後退、ベトナムが第4位へ上昇

- ・前回第2位のインドネシアは第3位に後退した。前回から回答社数は5社増加して173社となったものの、得票率は2年連続して減少し35.8%となった。
- ・第4位はベトナムで、得票率は32.7%と、前回から5.2ポイント上昇した。この上昇幅は、インドの7.2ポイントに次いで2番目に高い。
- ・前回第4位のタイは第5位へ後退した。前回第8位のフィリピンは順位に変動がなく、前回第10位のミャンマーは第9位に順位を1つ上げた。

■メキシコと米国への期待は引き続き高い

- ・中期的有望国の上位10か国中、アジア諸国が7か国を占める中で、メキシコが第6位、米国が第7位に入った。メキシコは順位こそ変化しなかったが、回答社数、得票率ともに前回は上回っている。
- ・第7位の米国の回答社数は93社であったが、図表31の注1に示した通り、「北米」と回答した企業が37社あった。

■ブラジルへの注目度がさらに低下、ロシアは前回と同じく10位圏外

- ・国内景気の低迷や内政面で不透明感の増すブラジルは、回答社数、得票率ともに前回から減少し、前回の第9位から第10位に後退した。一方、2014年度まで上位10位以内に入っていたロシアは、前回の第12位から今回は第15位へと順位を下げた。両国とも、マーケットの成長性に期待する企業がいる一方で、昨今の政治経済情勢に対する懸念の声も聞かれた。

(注1) 上に掲げた国以外に、北米(回答社数37社、得票率7.7%)、EU・欧州(回答社数18社、得票率3.7%)、東南アジア・ASEAN(回答社数3社、得票率0.6%)などがあった。

(注2) 同順位となった場合は、前回調査の順位及び英語表記を基準に列举した。

【参考】 中期的(今後3年程度)有望事業展開先国・地域(複数回答可) < 中堅・中小企業 >

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(%)	
2016	2015		2016 143	2015 111	2016	2015
1	↑	2 インド	66	39	46.2	35.1
2	↓	1 インドネシア	53	41	37.1	36.9
2	↑	4 ベトナム	53	36	37.1	32.4
4	↓	3 中国	48	38	33.6	34.2
5	↑	6 タイ	42	25	29.4	22.5
6	↓	5 メキシコ	40	27	28.0	24.3
7	↑	8 米国	22	13	15.4	11.7
8	↓	7 フィリピン	16	16	11.2	14.4
9	↑	10 ミャンマー	10	9	7.0	8.1
10	↑	11 マレーシア	9	8	6.3	7.2
11	↓	8 ブラジル	6	13	4.2	11.7
11	↑	12 台湾	6	6	4.2	5.4
13	↑	14 カンボジア	5	5	3.5	4.5
14	↓	12 トルコ	4	6	2.8	5.4
14	↑	15 ドイツ	4	4	2.8	3.6
14	↑	15 ラオス	4	4	2.8	3.6
14	↑	17 シンガポール	4	3	2.8	2.7
18	↑	19 韓国	3	2	2.1	1.8
18	↑	19 ロシア	3	2	2.1	1.8
18	↑	- イラン	3	-	2.1	-

(注) 同順位となった場合は、前回調査の順位及び英語表記を基準に列挙した。

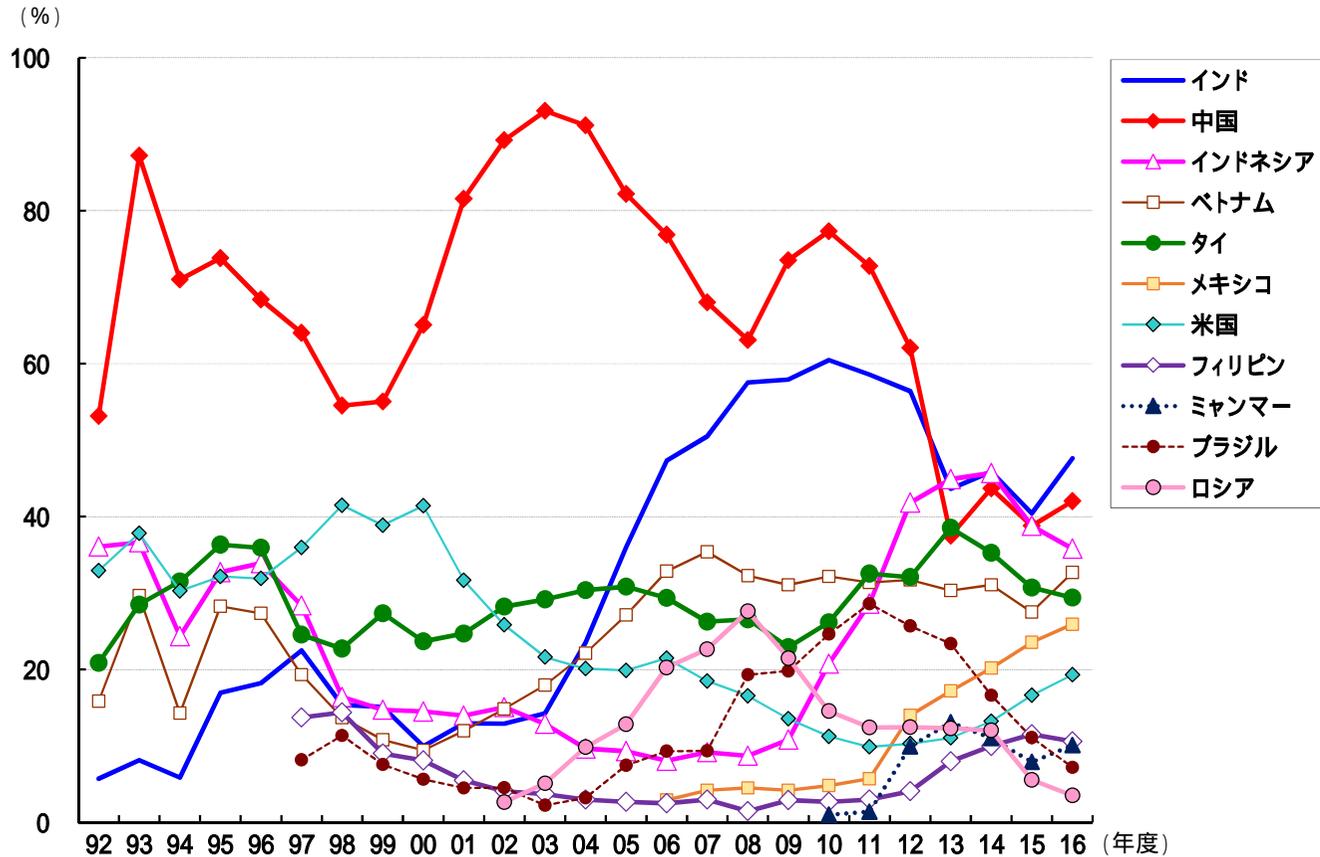
■ 中堅・中小企業からみた中期的有望国は、3年ぶりにインドが第1位

・ 2014年度と2015年度に第1位であったインドネシアが第2位に後退し、かわってインドが2013年度以来3年ぶりに第1位となった。インドは、回答社数は前回比27社増の66社、得票率は前回比11.1ポイント増の46.2%と、前回結果を大きく上回った。

■ 中国は第4位に後退、得票率は30%台を推移

・ 第2位はインドネシアとベトナムとなった。ベトナムの場合、得票率(37.1%、前回比4.7ポイント増)は過去5年で最も高い。
 ・ 第4位は中国で、前回から順位を一つ落とし、得票率は33.6%と0.6ポイント減少した。中国の得票率は、2011年度に69.9%を記録して以降、急激に低下し、直近の4年間は3割前後を推移している。
 ・ 第5位のタイは、前回の第6位から順位が一つ上昇した。得票率は29.4%で、前回比6.9ポイント増とインドに次いで上昇幅が大きく、再び中堅・中小企業の注目を集めた形となっている。
 ・ メキシコは前回から順位を一つ下げて第6位となったが、得票率は年々上昇傾向にあり、今回は前回比3.7ポイント増の28.0%となった。

図表32 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



南巡講話

アジア通貨危機

ITバブル崩壊

中国 WTO 加盟
米朝同時多発テロ

SARS 発生

BRICs リポート

中国反日デモ

リーマンショック

近隣諸国との関係悪化

■上位3カ国の得票率がやや分散、インドと中国が再び上昇

- ・2014年度及び2015年度は、インド、中国、インドネシアの上位3カ国の得票率が非常に接近していた。今回、インドと中国の得票率が上昇に転じ、他方、インドネシアはさらに低下し、明暗が分かれた。
- ・インドと中国はともにマーケットの今後の成長性や現状規模への評価が高い。

■再浮上のベトナム、低下が続くタイ

- ・ベトナムは、2006年度から2010年度にかけて中期的有望国の第3位で、得票率も30%前後を推移していた。その後、伸び悩んだものの、今回は第4位に再浮上し、得票率も上昇に転じた。
- ・タイは、産業集積や周辺地域への輸出拠点としての魅力は引き続き大きいものの、得票率は2013年度以降低下を続けている。

■メキシコと米国の得票率は2012年度以降、上昇傾向が続く

- ・メキシコと米国は、2012年度以降、得票率に勢いが見られる。メキシコは自動車及び周辺産業の需要が拡大していること、米国は景気が比較的堅調に推移していることが背景にあるものと思われる。

■ブラジルとロシアは著しく低下

- ・ブラジルとロシアは得票率が年々低下し、2016年度はフィリピンとミャンマーをも下回った。両国については、政治・経済面での不安定さが影響しているものと思われる。

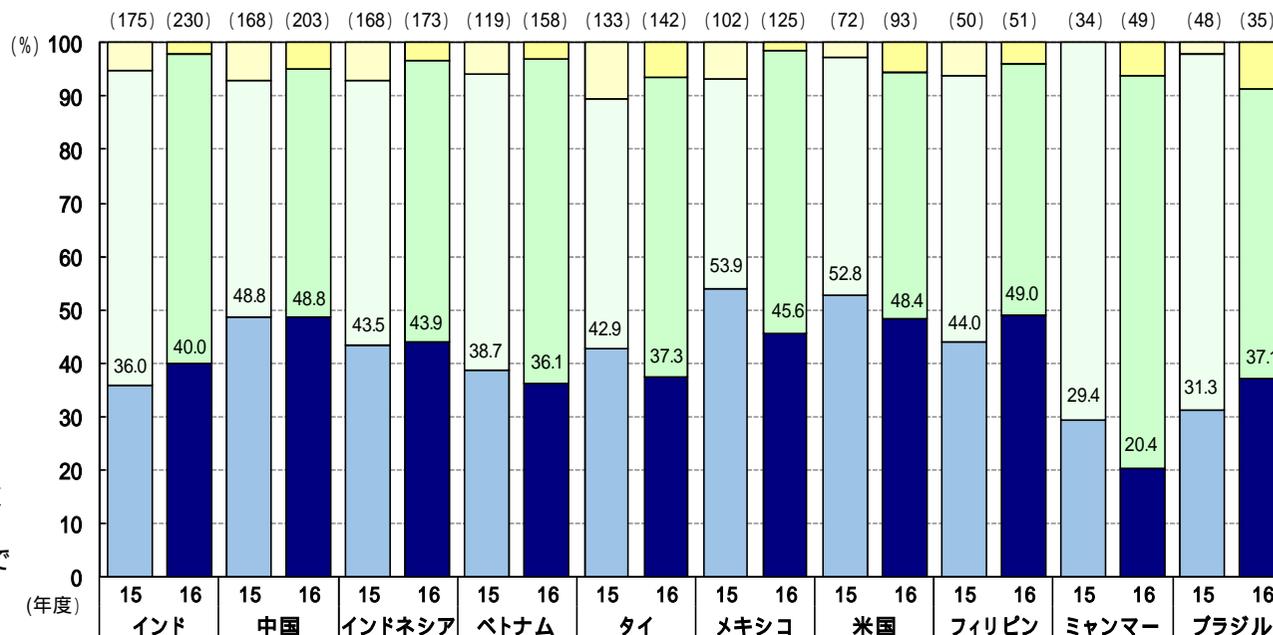
図表33 有望国における具体的な事業計画の有無

問

図表31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。

- 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) グラフ内の比率は「事業計画がある」と回答した企業数を、有望と回答した企業数で除したもの。
 (注2) 棒グラフ上の、()内の数字は図表31で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。



■ 事業計画を有する企業の割合が最も高いのはフィリピン

- ・ 「事業計画がある」の回答割合が高かった上位5カ国は、順にフィリピン(49.0%)、中国(48.8%)、米国(48.4%)、メキシコ(45.6%)、インドネシア(43.9%)であった(図表33)。
- ・ 中国の回答割合は、10カ国の中では高い方であるが、以前の60%台に比べると低い水準である。タイも同様で、以前の50%台から大きく低下している。
- ・ 前回と比べて回答割合が上昇したのは、インド(4.0ポイント増)、インドネシア(0.4ポイント増)、フィリピン(5.0ポイント増)、ブラジルであった(5.8ポイント増)。

■ 事業計画を有する企業数では、引き続き中国が最多

- ・ 図表34は、「事業計画がある」と回答した企業数の多い順に整理したものである。第1位は中国で、過去5年間、トップの座を守り続けている。第2位はインド(前回第3位)、第3位はインドネシア(前回第2位)であった。タイは2014年度こそ中国に次いで事業計画を有する企業数が多かったが、2015年度は第4位、今回は第6位と、徐々に順位を下げている。

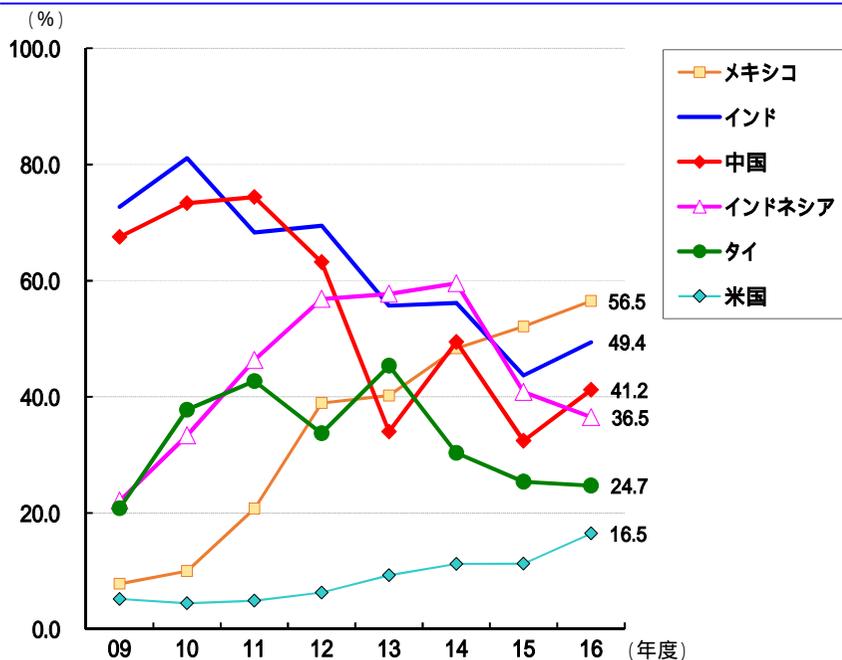
図表34 中期的(今後3年程度)有望事業展開先国・地域
 (「事業計画がある」と回答した企業数を集計)

順位	国・地域名	回答社数		増減 ('16-'15)
		2016年度	2015年度	
1	中国	99	82	17
2	インド	92	63	29
3	インドネシア	76	73	3
4	メキシコ	57	55	2
4	ベトナム	57	46	11
6	タイ	53	57	4
7	米国	45	38	7
8	フィリピン	25	22	3
9	ブラジル	13	15	2
10	マレーシア	12	10	2
10	シンガポール	12	7	5

図表35 中期的(今後3年程度) 有望事業展開先国・地域(主要4業種)

自動車				電機・電子				化学				一般機械			
順位	国名	2016年度 (計85社)	2015年度 (計71社)	順位	国名	2016年度 (計74社)	2015年度 (計63社)	順位	国名	2016年度 (計73社)	2015年度 (計69社)	順位	国名	2016年度 (計49社)	2015年度 (計46社)
1	メキシコ	48	37	1	インド	30	30	1	インド	43	34	1	インド	29	22
2	インド	42	31	2	中国	29	24	2	中国	39	32	2	インドネシア	26	21
3	中国	35	23	3	ベトナム	25	20	3	タイ	27	25	3	ベトナム	18	14
4	インドネシア	31	29	4	タイ	15	19	3	インドネシア	27	23	4	中国	17	20
5	タイ	21	18	4	インドネシア	15	18	5	ベトナム	26	19	5	タイ	15	11
6	米国	14	8	6	ミャンマー	13	4	6	メキシコ	17	13	6	米国	12	8
7	ベトナム	12	10	7	フィリピン	12	13	7	米国	15	12	7	メキシコ	11	7
8	フィリピン	7	6	7	米国	12	8	8	ブラジル	6	8	8	ミャンマー	9	3
9	ブラジル	6	10	9	メキシコ	11	11	8	シンガポール	6	4	9	フィリピン	8	6
10	ロシア	4	6	10	ブラジル	6	8	10	ドイツ	5	1	10	マレーシア	4	5
													台湾	4	2

図表36 中期的(今後3年程度) 有望事業展開先国・地域(自動車、得票率の推移)



■主要3業種でインドが第1位

・前回と同じく、電機・電子、化学、一般機械の3業種でインドが第1位、自動車ではメキシコが第1位となった(図表35)。第2位以下を見ると、中国とインドネシアが、主要4業種において上位4カ国の中に必ず入っている。ただし、中国の場合、2014年度以降、1業種もトップを取れていない。

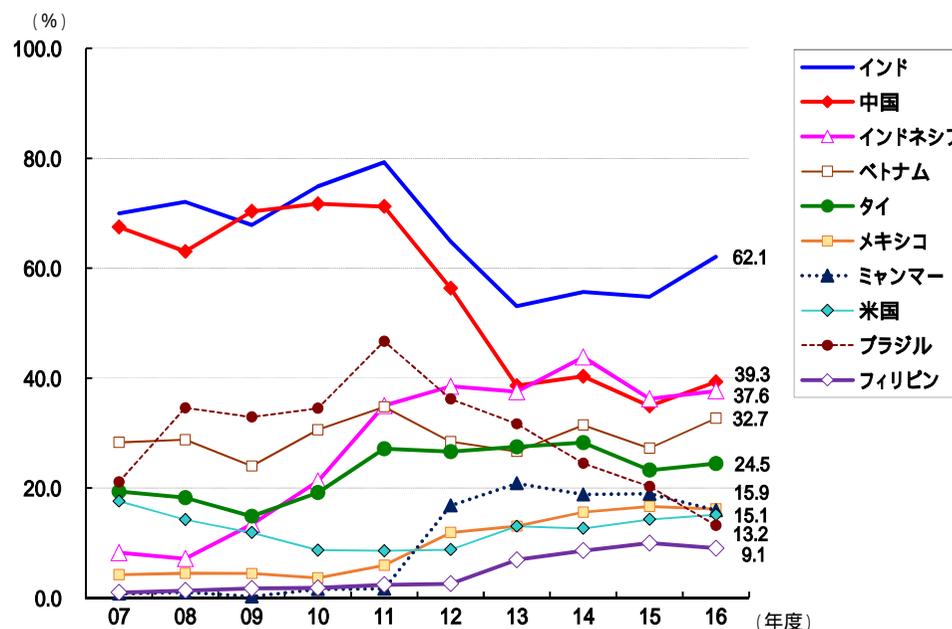
■自動車はメキシコの得票率が上昇傾向

・図表36は、自動車について上位6カ国の得票率の推移を見たものである。リーマンショック直後はインドと中国に注目が集まっていたが、徐々に関心のある国が分散するとともに、メキシコの得票率が上昇し始め、2015年度以降、第1位となっている。
 ・2015年の四輪車販売台数をみると、中国の2460万台に対し、メキシコは135万台と少ないが、米国(1750万台)向けの供給拠点としても期待されている。インドは340万台と中国の約7分の1の規模だが、将来性への期待は高い。

図表37 長期的(今後10年程度)有望事業展開先国・地域 (2016年度結果)

順位		国・地域名 (計)	回答社数(社)		得票率(%)	
2016	2015		2016	2015	2016	2015
			364	301		
1	-	1 インド	226	165	62.1	54.8
2	↑	3 中国	143	105	39.3	34.9
3	↓	2 インドネシア	137	109	37.6	36.2
4	-	4 ベトナム	119	82	32.7	27.2
5	-	5 タイ	89	70	24.5	23.3
6	↑	8 メキシコ	59	50	16.2	16.6
7	-	7 ミャンマー	58	57	15.9	18.9
8	↑	9 米国	55	43	15.1	14.3
9	↓	6 ブラジル	48	61	13.2	20.3
10	↑	11 フィリピン	33	30	9.1	10.0

図表38 長期的(今後10年程度)有望事業展開先国・地域 (得票率の推移)



■長期的有望国は、インドが2010年度以降、第1位を維持

- ・長期的有望国第1位はインドで、2010年度以降、7年連続でトップの座を維持している(図表37、38)。第2位は中国で、前回の第3位から浮上、前回第2位のインドネシアが第3位に後退した。このほか、メキシコ(第8位 第6位)と米国(第9位 第8位)が順位を上げた。前回第10位のロシアが今回は第11位(16社)となり、かわってフィリピンがトップ10入りした。なお、第1位から第6位までは、図表31の中期的有望国の順位と同じ結果であった。
- ・図表38は、長期的有望国上位10カ国について、過去10年間の得票率の推移をみたものである。2007~2010年は、インドと中国が第1位の座を争う格好であったが、2011年度以降、両国の得票率の差が徐々に拡大し、現在は、インドが中国に対し20ポイント以上の差をつけている。
- ・長期的有望国として注目度が増しているのはミャンマーで、2012年度から得票率が急上昇し、トップ10に入るようになった。このほか、メキシコが2012年度から、フィリピンが2013年度から得票率が上昇している。他方、ブラジルは2011年度(46.7%)をピークに、得票率が年々低下している。

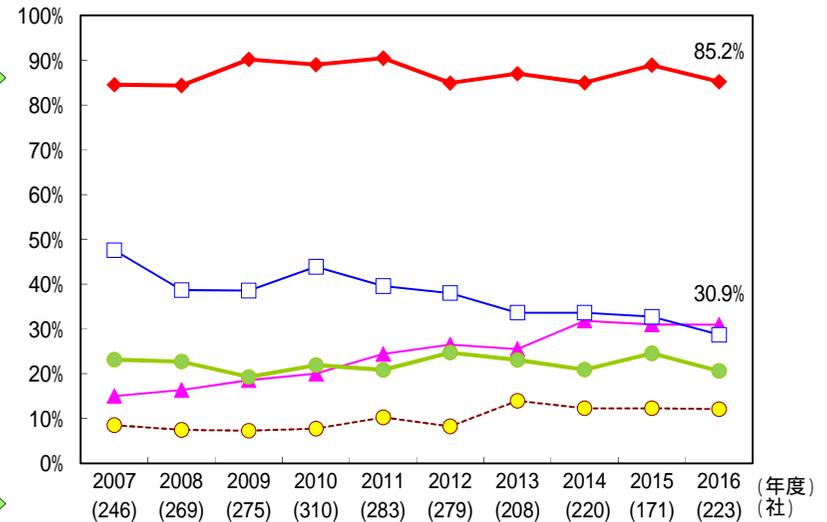
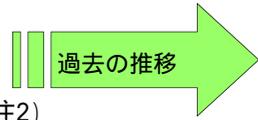
6. 有望理由と課題(インド)

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

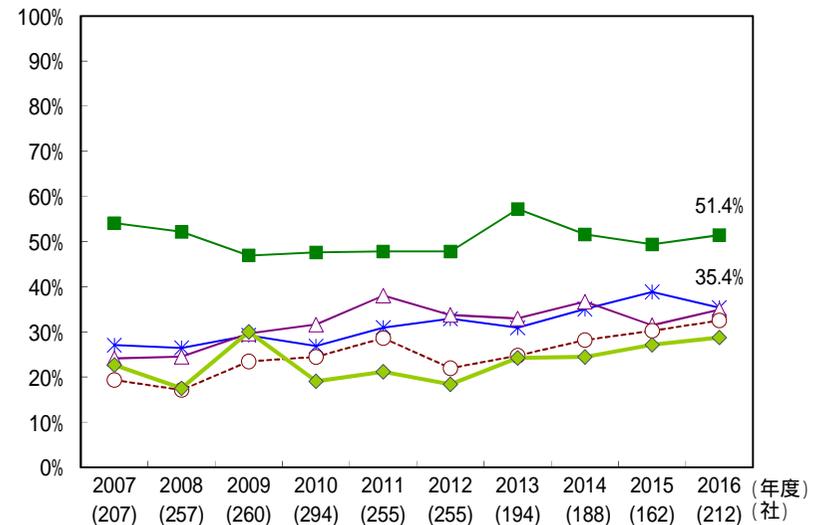
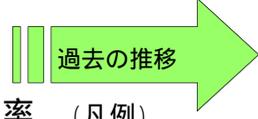
有望理由

	(注1) 回答社数計:223社	(注2) 社数	比率	(凡例)
1 現地マーケットの今後の成長性	190	190	85.2%	◆
2 現地マーケットの現状規模	69	69	30.9%	▲
3 安価な労働力	64	64	28.7%	□
4 組み立てメーカーへの供給拠点として	46	46	20.6%	●
5 第三国輸出拠点として	27	27	12.1%	○



課題

	(回答社数計:212社)	社数	比率	(凡例)
1 インフラが未整備	109	109	51.4%	■
2 法制の運用が不透明	75	75	35.4%	✱
3 他社との厳しい競争	74	74	34.9%	△
4 徴税システムが複雑	69	69	32.5%	○
5 治安・社会情勢が不安	61	61	28.8%	◇



■ 有望理由の第1位は「現地マーケットの今後の成長性」(85.2%)で変化はないが、前回まで第2位の「安価な労働力」(28.7%)が第3位へ後退し、かわって第2位に「現地マーケットの現状規模」(30.9%)が入った。安価な労働力としての魅力が年々薄れているが、「現地マーケットの今後の成長性」の回答比率は主要国の中で最も高い。

■ 課題の第1位はこれまでと同じく「インフラが未整備」(51.4%)。第2位以降も前回調査と順位に変化はない。回答比率としては、「法制の運用が不透明」(35.4%)がやや低下し制度面での改善が見られる一方で、「他社との厳しい競争」(34.9%)が上昇しており、市場の成長に伴って、競争環境が徐々に厳しさを増していることが窺える。

(注1) ここでの「回答社数」は、図表31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31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。

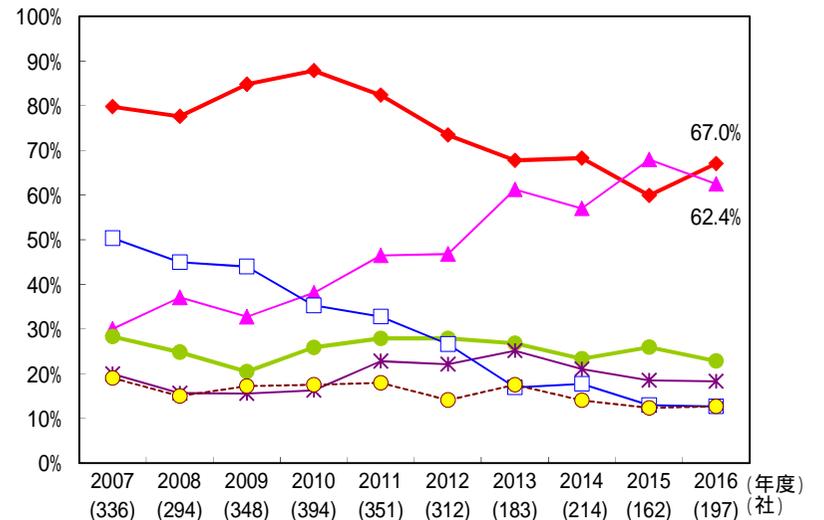
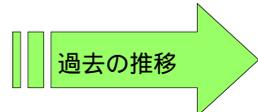
7. 有望理由と課題(中国)

2位 中国

有望理由

(回答社数計:197社)

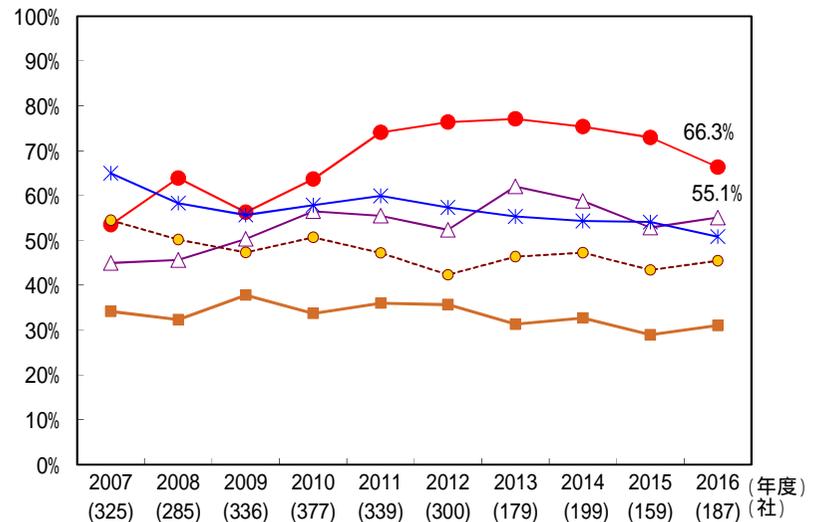
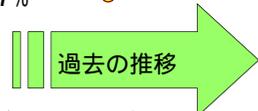
	社数	比率	(凡例)
1 現地マーケットの今後の成長性	132	67.0%	◆
2 現地マーケットの現状規模	123	62.4%	▲
3 組み立てメーカーへの供給拠点として	45	22.8%	●
4 産業集積がある	36	18.3%	✱
5 安価な労働力	25	12.7%	□
5 第三国輸出拠点として	25	12.7%	○



課題

(回答社数計:187社)

	社数	比率	(凡例)
1 労働コストの上昇	124	66.3%	●
2 他社との厳しい競争	103	55.1%	▲
3 法制の運用が不透明	95	50.8%	✱
4 知的財産権の保護が不十分	85	45.5%	○
5 為替規制・送金規制	58	31.0%	■



■有望理由の第1位は「現地マーケットの今後の成長性」(67.0%)で、前回第1位の「現地マーケットの現状規模」(62.4%)が第2位となった。長期的なトレンドとして、景気減速を背景に、中国マーケットに対する将来の期待感は徐々に低下している。なお、「組み立てメーカーへの供給拠点として」(22.8%)が第3位、「産業集積がある」(18.3%)が第4位となっている。

■中国の課題の第1位は「労働コストの上昇」(66.3%)であり、前回第3位の「他社との厳しい競争」(55.1%)が再び第2位となった。第3位「法制の運用が不透明」(50.8%)、第4位「知的財産権の保護が不十分」(45.5%)、第5位「為替規制・送金規制」(31.0%)については、他国と比べて高い水準で推移しており、過去10年でほとんど変化がない。前回、前々回に5位に入っていた「治安・社会情勢が不安」(20.9%)は第10位に後退している。

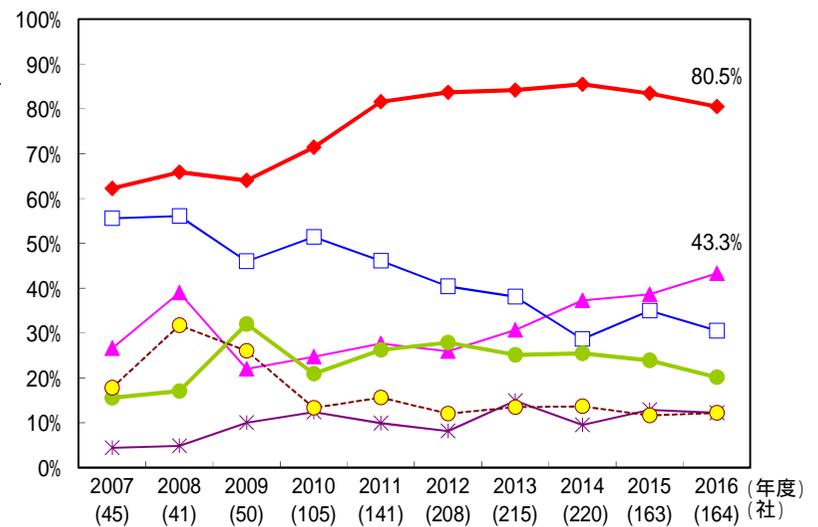
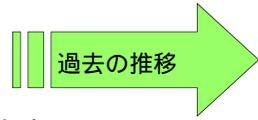
8. 有望理由と課題(インドネシア)

3位 インドネシア

有望理由

(回答社数計:164社)

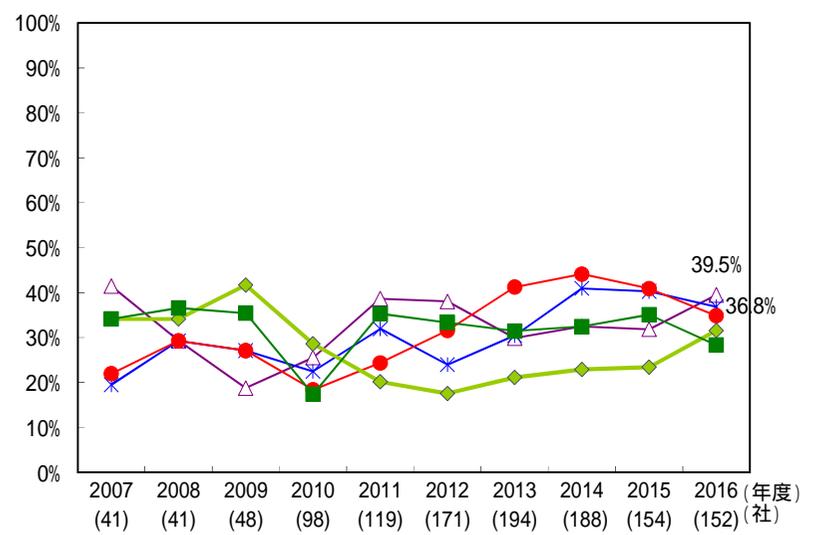
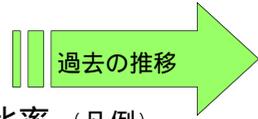
	社数	比率 (凡例)
1 現地マーケットの今後の成長性	132	80.5%
2 現地マーケットの現状規模	71	43.3%
3 安価な労働力	50	30.5%
4 組み立てメーカーへの供給拠点として	33	20.1%
5 産業集積がある	20	12.2%
5 第三国輸出拠点として	20	12.2%



課題

(回答社数計:152社)

	社数	比率 (凡例)
1 他社との厳しい競争	60	39.5%
2 法制の運用が不透明	56	36.8%
3 労働コストの上昇	53	34.9%
4 治安・社会情勢が不安	48	31.6%
5 インフラが未整備	43	28.3%



■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」(80.5%)。第2位は「現地マーケットの現状規模」(43.3%)で前回と同順位であるが回答比率は4.6ポイント上昇した。第3位の「安価な労働力」(30.5%)は過去10年の推移をみると緩やかに下降傾向にある。第4位は「組み立てメーカーへの供給拠点として」(20.1%)であるが、ここ数年で回答比率に大きな変化はない。

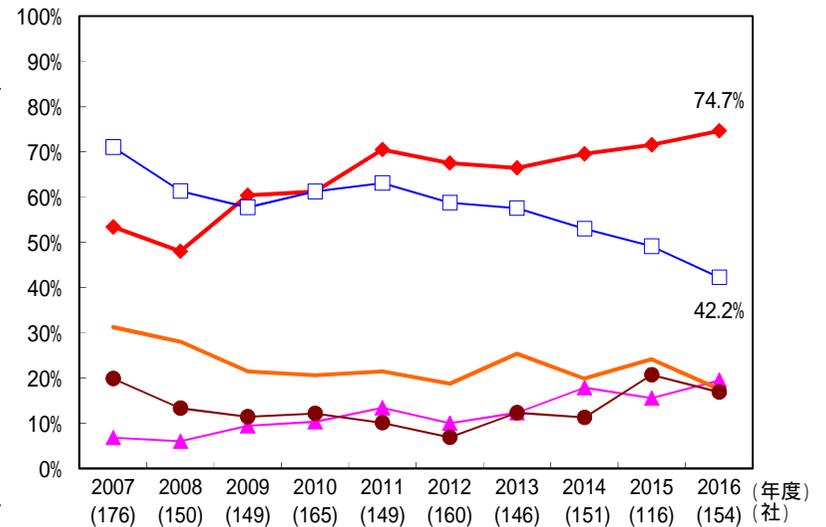
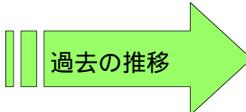
■課題は前回第4位だった「他社との厳しい競争」(39.5%)が第1位となった。アジアでは中国、タイに次いで3番目の回答比率であり、競争の激化が進行している様子が窺える。第2位は前回同様「法制の運用が不透明」(36.8%)であり、前回、前々回と第1位であった「労働コストの上昇」(34.9%)は第3位へと後退、前回第3位だった「インフラが未整備」(28.3%)は第5位に後退した。前回第7位だった「治安・社会情勢が不安」(31.6%)が第4位に入っており、1月に起きたジャカルタのテロなど、情勢不安定化の懸念を反映している。

 **4位 ベトナム**

有望理由

(回答社数計:154社)

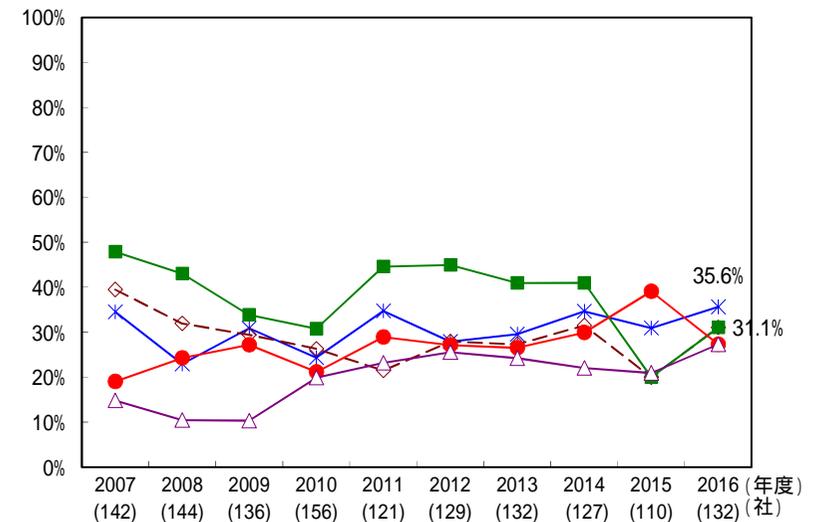
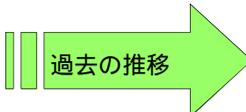
	社数	比率	(凡例)
1 現地マーケットの今後の成長性	115	74.7%	
2 安価な労働力	65	42.2%	
3 現地マーケットの現状規模	30	19.5%	
4 優秀な人材	27	17.5%	
5 政治・社会情勢が安定している	26	16.9%	



課題

(回答社数計:132社)

	社数	比率	(凡例)
1 法制の運用が不透明	47	35.6%	
2 管理職クラスの人材確保が困難	41	31.1%	
2 インフラが未整備	41	31.1%	
4 労働コストの上昇	36	27.3%	
4 他社との厳しい競争	36	27.3%	



■この10年間で、有望理由の第1位は「安価な労働力」にかわり「現地マーケットの今後の成長性」となっている。前回まで第3位であった「優秀な人材」(17.5%)が第4位に後退し、かわりに「現地マーケットの現状規模」(19.5%)が第3位に入るなど、同国の市場に注目する傾向が強まっている。また、「政治・社会情勢が安定している」(16.9%)の評価が高いことがベトナムの特徴で、上位10ヵ国の中で回答比率が二桁台となっているのは米国(31.9%)とベトナムのみ。

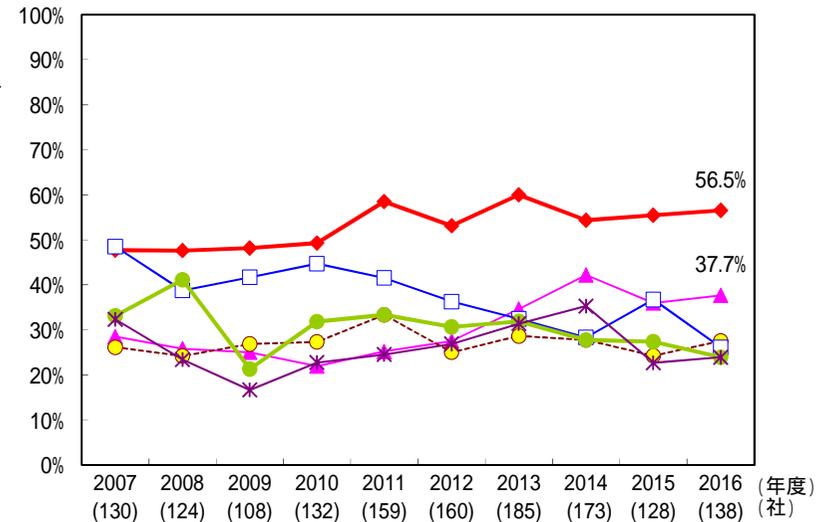
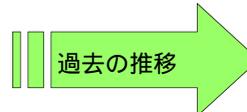
■課題の第1位は「法制の運用が不透明」(35.6%)で、第2位は「管理職クラスの人材確保が困難」と「インフラが未整備」(ともに31.1%)であった。過去10年間の課題の推移を見ると、変動はあるものの、同率第4位の「労働コストの上昇」と「他社との厳しい競争」の比率が徐々に高まる傾向にある。

5位 タイ

有望理由

(回答社数計:138社)

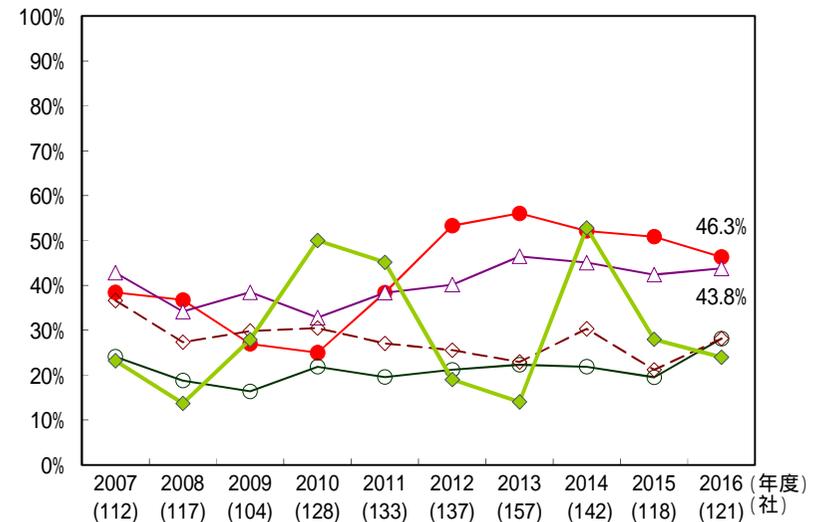
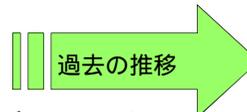
	社数	比率	(凡例)
1 現地市場の今後の成長性	78	56.5%	◆
2 現地市場の現状規模	52	37.7%	▲
3 第三国輸出拠点として	38	27.5%	●
4 安価な労働力	36	26.1%	□
5 組み立てメーカーへの供給拠点として	33	23.9%	○
5 産業集積がある	33	23.9%	✱



課題

(回答社数計:121社)

	社数	比率	(凡例)
1 労働コストの上昇	56	46.3%	●
2 他社との厳しい競争	53	43.8%	▲
3 技術系人材の確保が困難	34	28.1%	○
3 管理職クラスの人材確保が困難	34	28.1%	◇
5 治安・社会情勢が不安	29	24.0%	◆



■有望理由の第1位に「現地市場の今後の成長性」(56.5%)、第2位に「現地市場の現状規模」(37.7%)が入り、マーケットに関する項目が上位を占めた。2007年に有望理由の第1位であった「安価な労働力」(26.1%)は第4位まで後退した。第3位の「第三国輸出拠点として」(27.5%)は、タイの魅力の一つとして安定的に評価されている。

■課題の第1位「労働コストの上昇」は回答比率が46.3%となり、前回から微減ながら、引き続き高い水準にある。第2位の「他社との厳しい競争」(43.8%)は、2012年度以降は40%台で推移している。タイの場合、「治安・社会情勢が不安」が課題の第1位になることがあるが、中期的有望国のタイの順位や得票率にはあまり大きな影響を与えていない。

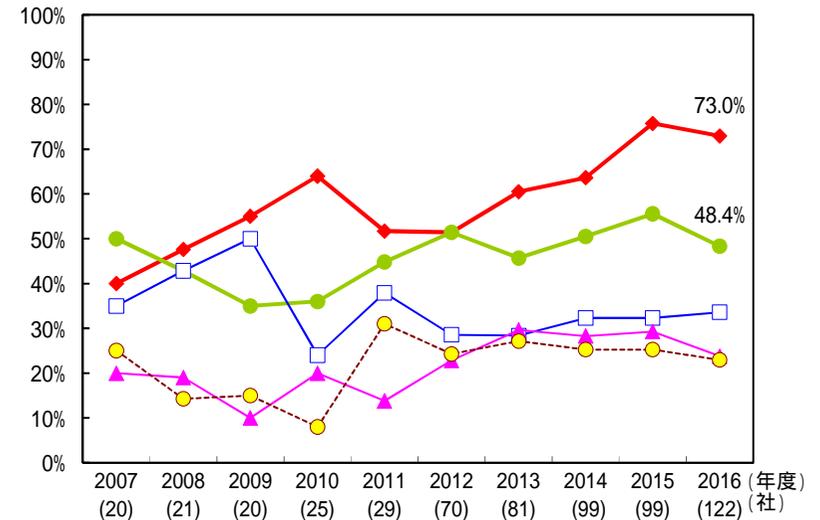
6位 メキシコ

有望理由

(回答社数計:122社)

	社数	比率	(凡例)
1 現地マーケットの今後の成長性	89	73.0%	◆
2 組み立てメーカーへの供給拠点として	59	48.4%	●
3 安価な労働力	41	33.6%	□
4 現地マーケットの現状規模	29	23.8%	▲
5 第三国輸出拠点として	28	23.0%	○

過去の推移

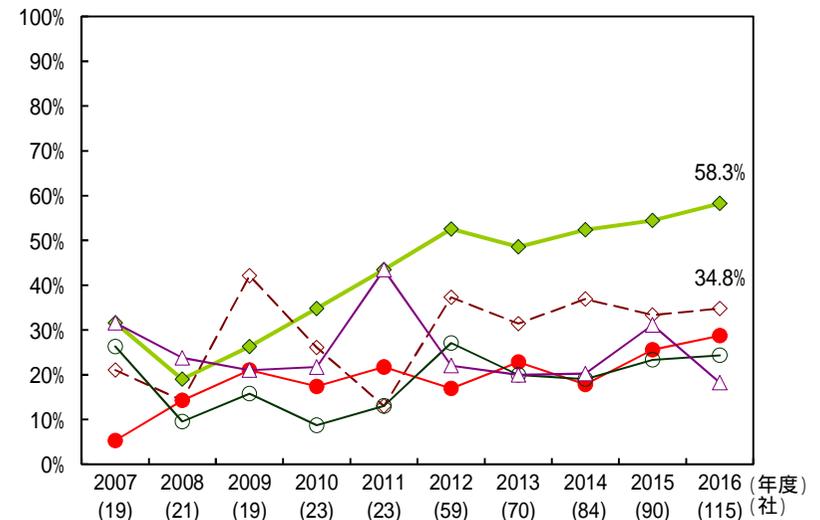


課題

(回答社数計:115社)

	社数	比率	(凡例)
1 治安・社会情勢が不安	67	58.3%	◇
2 管理職クラスの人材確保が困難	40	34.8%	◇
3 労働コストの上昇	33	28.7%	●
4 技術系人材の確保が困難	28	24.3%	○
5 他社との厳しい競争	21	18.3%	▲

過去の推移



■有望理由の第1位は、前回に引き続き「現地マーケットの今後の成長性」(73.0%)であった。第2位の「組み立てメーカーへの供給拠点として」(48.4%)は、上位10カ国の中で最も高く、メキシコの特徴が表れている。「現地マーケットの現状規模」(23.8%)及び「第三国輸出拠点として」(23.0%)と併せて見ると、安価な労働力を背景に、国内マーケットの将来性や北米向け供給拠点としての評価は引き続き高い。

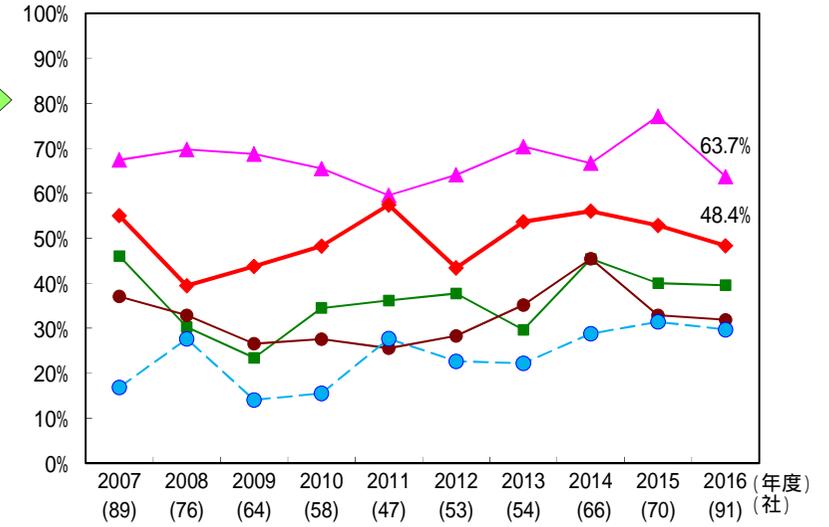
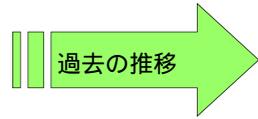
■課題の第1位は「治安・社会情勢が不安」(58.3%)であった。また、労務面の課題が多く見られ、「管理職クラスの人材確保が困難」(34.8%)、「労働コストの上昇」(28.7%)、「技術系人材の確保が困難」(24.3%)が第2位から第4位を占めている。日本を含む外資の進出及び業容拡大が急速に進む中で、人材確保がますます困難となっていると推察される。

 **7位 米国**

有望理由

(回答社数計:91社)

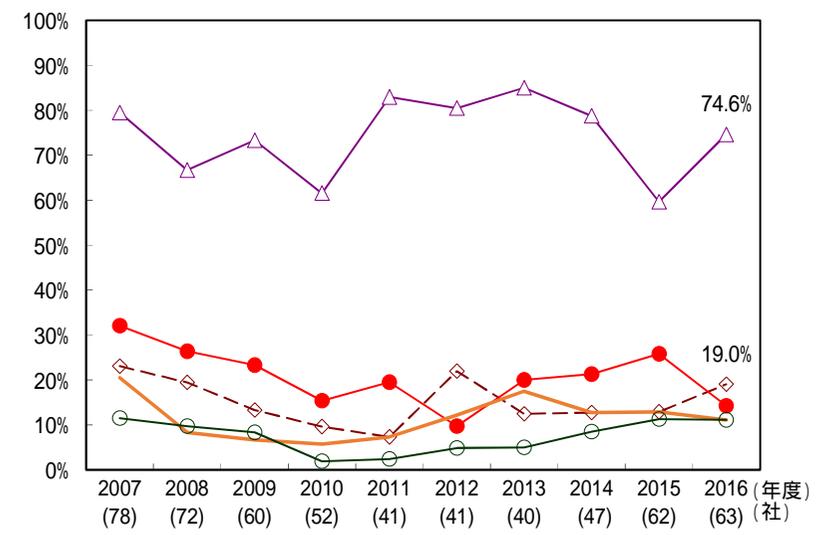
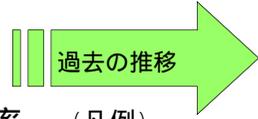
	社数	比率	(凡例)
1 現地マーケットの現状規模	58	63.7%	▲
2 現地マーケットの今後の成長性	44	48.4%	◆
3 現地のインフラが整備されている	36	39.6%	■
4 政治・社会情勢が安定している	29	31.9%	●
5 現地マーケットの収益性	27	29.7%	●



課題

(回答社数計:63社)

	社数	比率	(凡例)
1 他社との厳しい競争	47	74.6%	▲
2 管理職クラスの人材確保が困難	12	19.0%	◆
3 労働コストの上昇	9	14.3%	●
4 課税強化	7	11.1%	○
4 技術系人材の確保が困難	7	11.1%	○



■有望理由の第1位は「現地マーケットの現状規模」(63.7%)、第2位は「現地マーケットの今後の成長性」(48.4%)であり、過去10年の推移でも順位にかわりはなく、マーケットの現状と将来への期待は引き続き高い。また、第3位に「現地のインフラが整備されている」(39.6%)、第5位に「現地マーケットの収益性」(29.7%)が入っていることが米国の特徴。

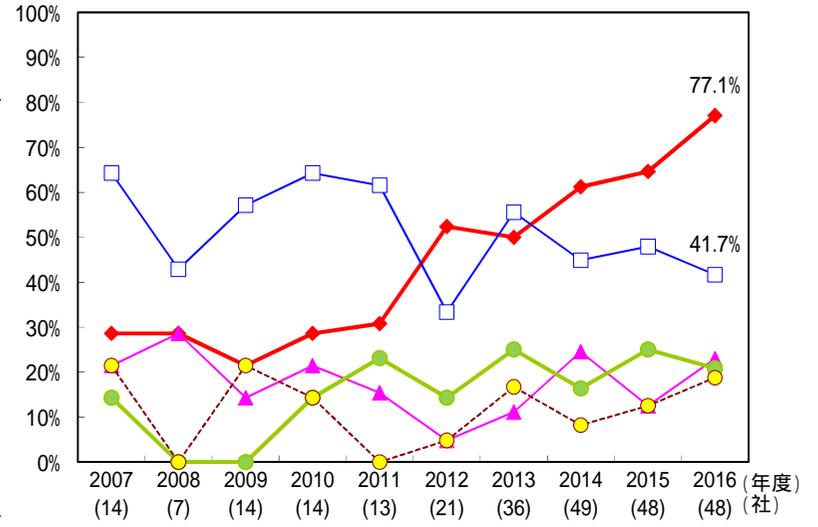
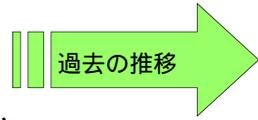
■課題については、これまで同様「他社との厳しい競争」(74.6%)が第1位であり、多くの企業が厳しい競争環境を課題として指摘している。第2位以下の回答比率は全体的に低く、労務面への課題(「管理職クラスの人材確保が困難」(19.0%)、「労働コストの上昇」(14.3%)、「技術系人材の確保が困難」(11.1%))や、「課税強化」(11.1%)が挙げられている。

 **8位 フィリピン**

有望理由

(回答社数計:48社)

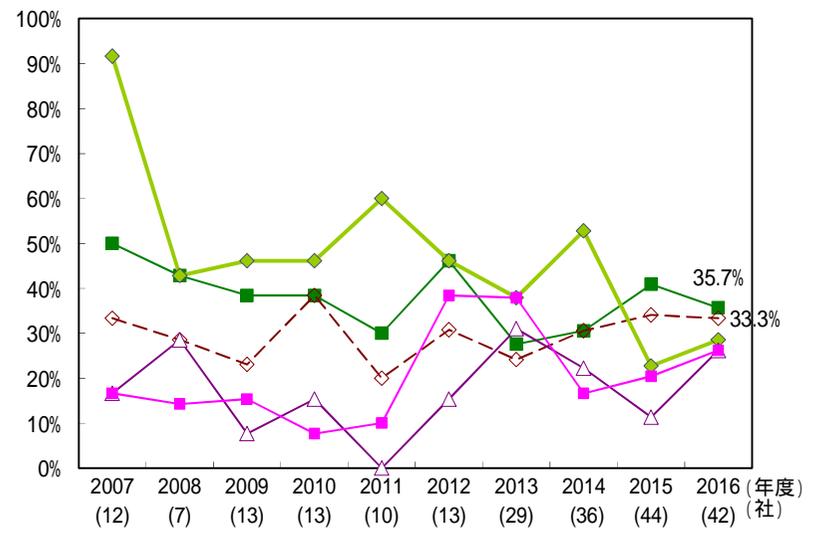
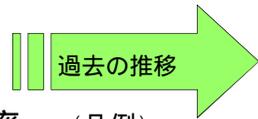
	社数	比率	(凡例)
1 現地マーケットの今後の成長性	37	77.1%	
2 安価な労働力	20	41.7%	
3 現地マーケットの現状規模	11	22.9%	
4 組み立てメーカーへの供給拠点として	10	20.8%	
5 第三国輸出拠点として	9	18.8%	



課題

(回答社数計:42社)

	社数	比率	(凡例)
1 インフラが未整備	15	35.7%	
2 管理職クラスの人材確保が困難	14	33.3%	
3 治安・社会情勢が不安	12	28.6%	
4 他社との厳しい競争	11	26.2%	
4 地場裾野産業が未発達	11	26.2%	



■有望理由の第1位は、「現地マーケットの今後の成長性」(77.1%)で、年々上昇傾向にある。第2位は「安価な労働力」(41.7%)で、前回から比率がやや低下したものの、上位10カ国の中ではミャンマー、ベトナムに次いで高い。前回第4位の「他国のリスク分散の受け皿として」と同第5位「投資にかかる優遇税制がある」が今回第6位以下となり、かわって「現地マーケットの現状規模」(22.9%)と「第三国輸出拠点として」(18.8%)が上位5項目に入った。

■課題の第1位は「インフラが未整備」(35.7%)、第2位は「管理職クラスの人材確保が困難」(33.3%)で、前回と同じであった。第3位の「治安・社会情勢が不安」(28.6%)は、前回の22.7%から5.9ポイント増加したが、過去に比べると低い水準にとどまっている。

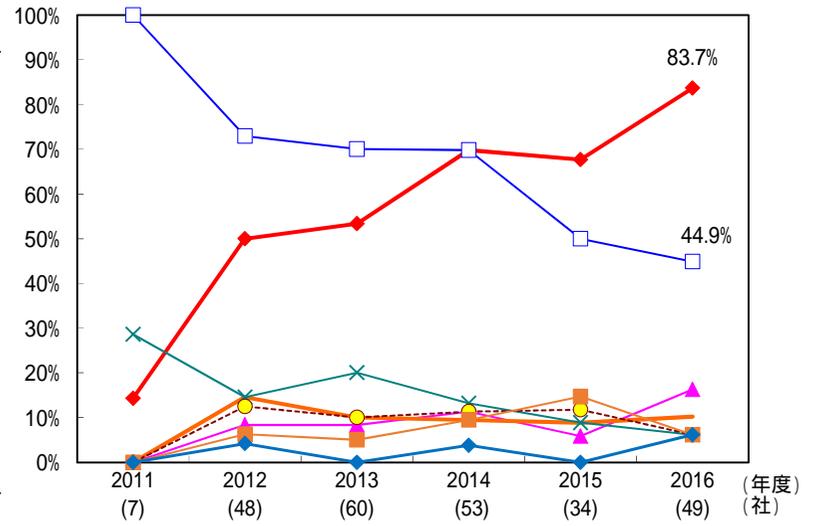
 9位 ミャンマー

有望理由

(回答社数計:49社)

順位	理由	社数	比率	(凡例)
1	現地マーケットの今後の成長性	41	83.7%	◆
2	安価な労働力	22	44.9%	□
3	現地マーケットの現状規模	8	16.3%	▲
4	優秀な人材	5	10.2%	—
5	他国のリスク分散の受け皿として	3	6.1%	×
5	第三国輸出拠点として	3	6.1%	●
5	投資にかかる優遇税制がある	3	6.1%	■
5	外資誘致などの政策が安定している	3	6.1%	◇

過去の推移

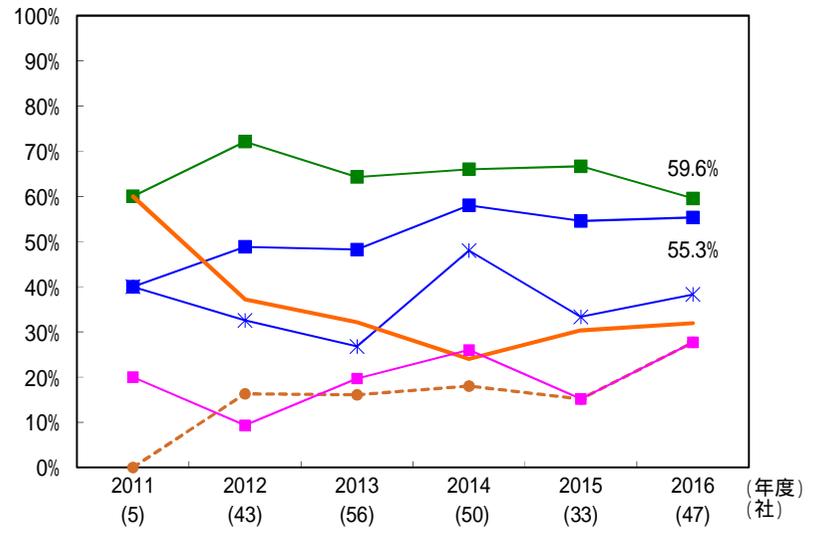


課題

(回答社数計:47社)

順位	課題	社数	比率	(凡例)
1	インフラが未整備	28	59.6%	■
2	法制が未整備	26	55.3%	■
3	法制の運用が不透明	18	38.3%	✱
4	投資先国の情報不足	15	31.9%	—
5	外資規制	13	27.7%	●
5	地場裾野産業が未発達	13	27.7%	■

過去の推移



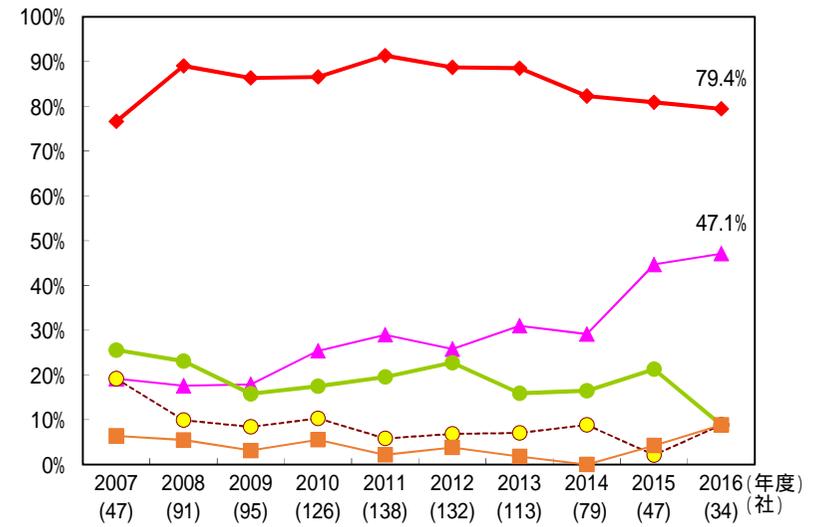
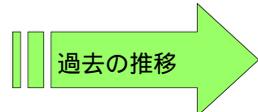
■有望理由の第1位は「現地マーケットの今後の成長性」(83.7%)で、前回(67.6%)から16.1ポイント上昇し、現地市場の成長性への期待が高い。第2位の「安価な労働力」(44.9%)は回答比率が年々低下しているが、上位10カ国の中では最も高く、引き続きミャンマーの魅力の一つとなっている。

■課題の第1位は、前回同様「インフラが未整備」(59.6%)、第2位は「法制が未整備」(55.3%)で、いずれもミャンマーを有望国に挙げた過半数の企業が指摘している。「治安・社会情勢が不安」は前回第3位だったが、今回は13.9ポイント減の25.5%となり、第7位へ後退した。現地で事業展開する企業が徐々に増えていることもあり、今回は第5位に「外資規制」と「地場裾野産業が未発達」(ともに27.7%)が入るなど、実際のオペレーション上の課題が指摘されるようになってきたと思われる。

10位 ブラジル

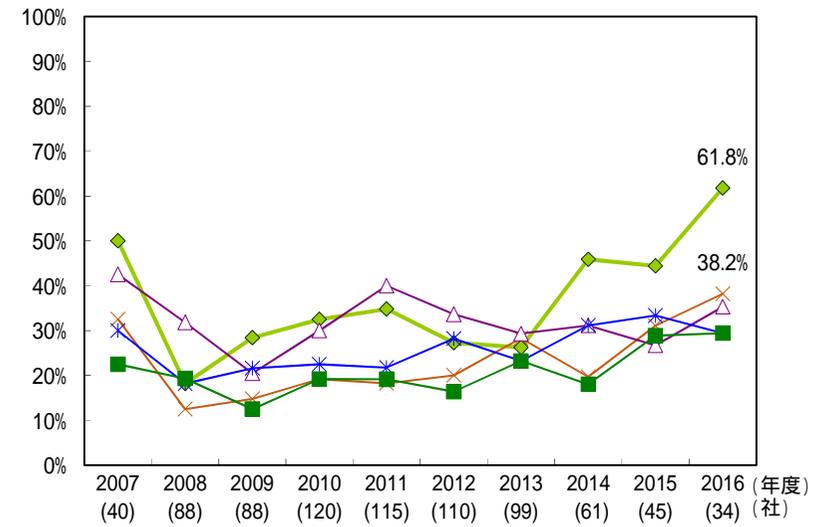
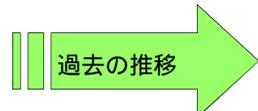
有望理由

	社数	比率	(凡例)
(回答社数計:34社)			
1 現地マーケットの今後の成長性	27	79.4%	◆
2 現地マーケットの現状規模	16	47.1%	▲
3 組み立てメーカーへの供給拠点として	3	8.8%	●
3 第三国輸出拠点として	3	8.8%	○
3 投資にかかる優遇税制がある	3	8.8%	■



課題

	社数	比率	(凡例)
(回答社数計:34社)			
1 治安・社会情勢が不安	21	61.8%	◇
2 通貨・物価の安定感がない	13	38.2%	×
3 他社との厳しい競争	12	35.3%	△
4 法制の運用が不透明	10	29.4%	✱
4 インフラが未整備	10	29.4%	■



■ 有望理由の第1位は「現地マーケットの今後の成長性」(79.4%)、第2位は「現地マーケットの現状規模」(47.1%)となっており、引き続き現地マーケットへの期待は高い。しかし、第3位の「組み立てメーカーへの供給拠点として」(8.8%)の回答比率は前回から大きく下がり、過去10年で最も低くなった。

■ 課題の第1位は、前回、前々回から引き続き「治安・社会情勢が不安」(61.8%)となった。回答比率は前回から大きく上昇し、政局面の混乱を反映している。また、前回第3位だった「通貨・物価の安定感がない」(38.2%)が第2位となり、前回第5位だった「他社との厳しい競争」(35.3%)が第3位となった。回答社数全体も近年減少しており、海外展開先としての魅力が徐々に低下していることが窺える。

問

図表31で、インド、中国、インドネシア、ベトナム、タイを、中期的な有望事業展開先国の上位5カ国に挙げなかった方にお聞きします。その理由について、7つの選択肢の中から該当するものを国ごとに選んで下さい。(複数回答可)

図表39 中期的有望国に挙げなかった理由

	インド (回答社数 = 182社)	中国 (回答社数 = 244社)	インドネシア (回答社数 = 223社)	ベトナム (回答社数 = 224社)	タイ (回答社数 = 246社)
1位	4.現地のインフラ整備が不十分なため 37.9%	1.既に一定規模の事業を行っておりこれ以上事業展開は考えていない 55.3%	1.既に一定規模の事業を行っておりこれ以上事業展開は考えていない 34.1%	1.既に一定規模の事業を行っておりこれ以上事業展開は考えていない 24.6%	1.既に一定規模の事業を行っておりこれ以上事業展開は考えていない 48.0%
2位	1.既に一定規模の事業を行っておりこれ以上事業展開は考えていない	2.現地の労働コストが上昇しているため 49.6%	3.他社との競争が激化しているため 19.3%	4.現地のインフラ整備が不十分なため 21.0%	3.他社との競争が激化しているため 21.5%
3位	3.他社との競争が激化しているため 17.0%	3.他社との競争が激化しているため 24.2%	4.現地のインフラ整備が不十分なため 14.3%	2.現地の労働コストが上昇しているため 12.5%	2.現地の労働コストが上昇しているため 19.9%
4位	7.現地の法制度の整備が不十分なため	5.現地の経済が停滞しているため 21.3%	2.現地の労働コストが上昇しているため 13.9%	3.他社との競争が激化しているため 10.7%	5.現地の経済が停滞しているため 11.8%
5位	6.現地の政治社会情勢が不安定なため 10.4%	6.現地の政治社会情勢が不安定なため 15.6%	5.現地の経済が停滞しているため 11.7%	7.現地の法制度の整備が不十分なため 9.8%	6.現地の政治社会情勢が不安定なため 10.2%
6位	2.現地の労働コストが上昇しているため 3.3%	7.現地の法制度の整備が不十分なため 8.6%	6.現地の政治社会情勢が不安定なため	5.現地の経済が停滞しているため 4.5%	4.現地のインフラ整備が不十分なため 2.8%
7位	5.現地の経済が停滞しているため	4.現地のインフラ整備が不十分なため 0.4%	7.現地の法制度の整備が不十分なため 8.5%	6.現地の政治社会情勢が不安定なため 4.0%	7.現地の法制度の整備が不十分なため

■中国とタイを中期的有望国に挙げなかった企業の約半数は、その理由として既に一定規模の事業を行っている点を指摘

- ・回答結果を見ると、中国、インドネシア、ベトナム、タイについては、最大の理由は、「既に一定規模の事業を行っている」であった。特に、中国は55.3% (135社)、タイは48.0% (118社)と、その割合が高い。その他の理由としては、労働コストの上昇や、他社との競争激化を指摘する企業が多い。
- ・中国では、回答企業の49.6%が「労働コストの上昇」を挙げている。タイも同項目を指摘する割合が高く、19.9%となっている。中国についてはさらに、「現地の経済が停滞しているため」を挙げる企業の割合が21.3%と、他国に比べて高い点も特徴である。

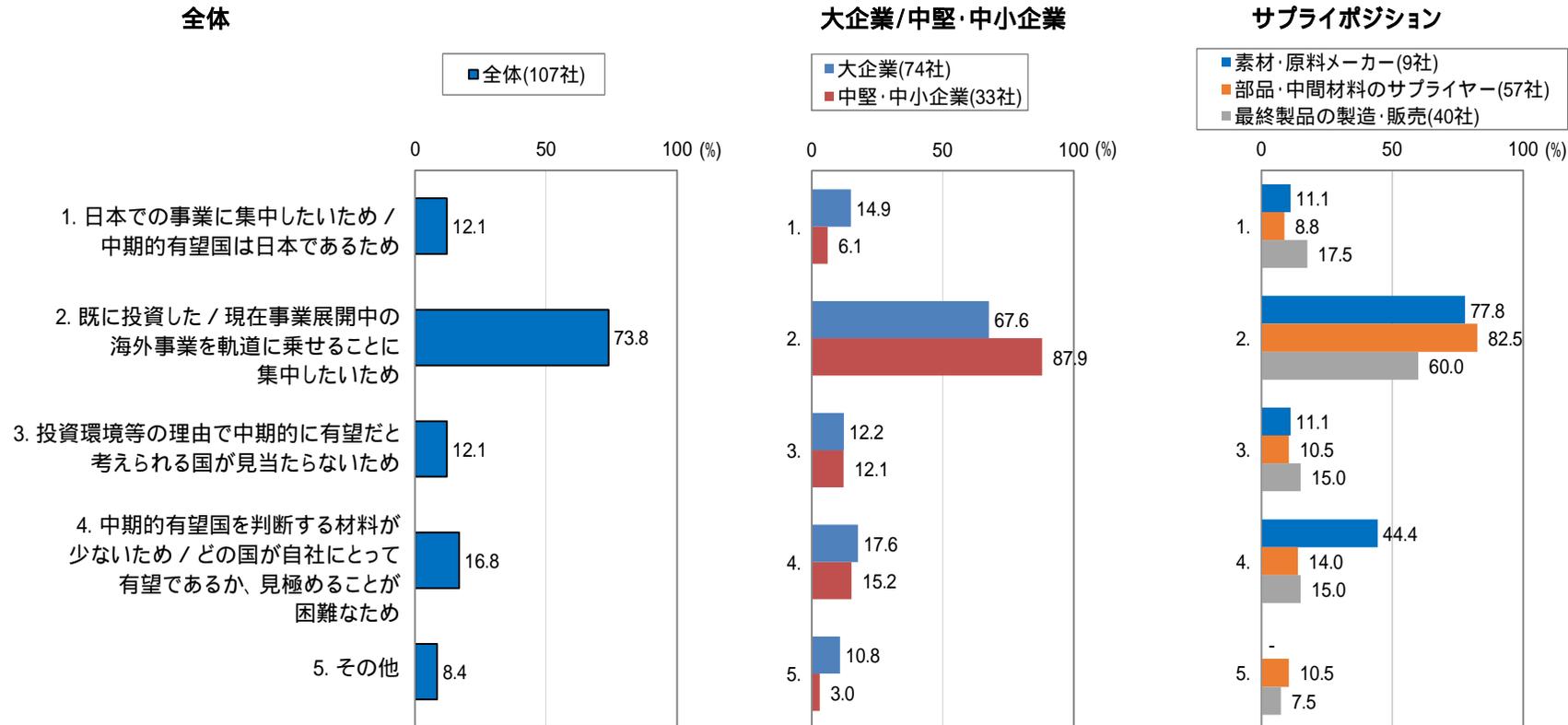
■インドは現地のインフラ整備が不十分との指摘が4割弱

- ・インドを中期的有望国に挙げなかった最大の理由は「現地のインフラ整備が不十分」で、37.9%、69社であった。69社のうち、63社がまだ現地に生産拠点を有しておらず、今後、インフラ整備が進めば、インドの評価が変わってくる可能性もある。

問

図表31で、中期的有望国を1ヵ国も挙げなかった方にお聞きします。
その理由について、選択肢の中から最も該当するものを選んで下さい。(複数回答可)

図表40 中期的有望国を全く挙げなかった理由



■ 回答企業の7割強は、既に投資した/現在事業展開中の海外事業を軌道に乗せることを優先

- ・今回、中期的有望国を1ヵ国も挙げなかった企業に対し、その理由を質問したところ、「2.既に投資した/現在事業展開中の海外事業を軌道に乗せることに集中したいため」を選択した企業が73.8%、79社あった。これは、本調査回答企業637社の12.4%に相当する。業種別に見ても、ほとんどの業種で「2.」を選択した企業の割合が最も高かった。
- ・「2.」の割合を企業規模別にみると、大企業が67.6%であるのに対し、中堅・中小企業は87.9%と20ポイント以上高くなっている。これは、中堅・中小企業の方が経営リソースの制約が大きいためと推測される。

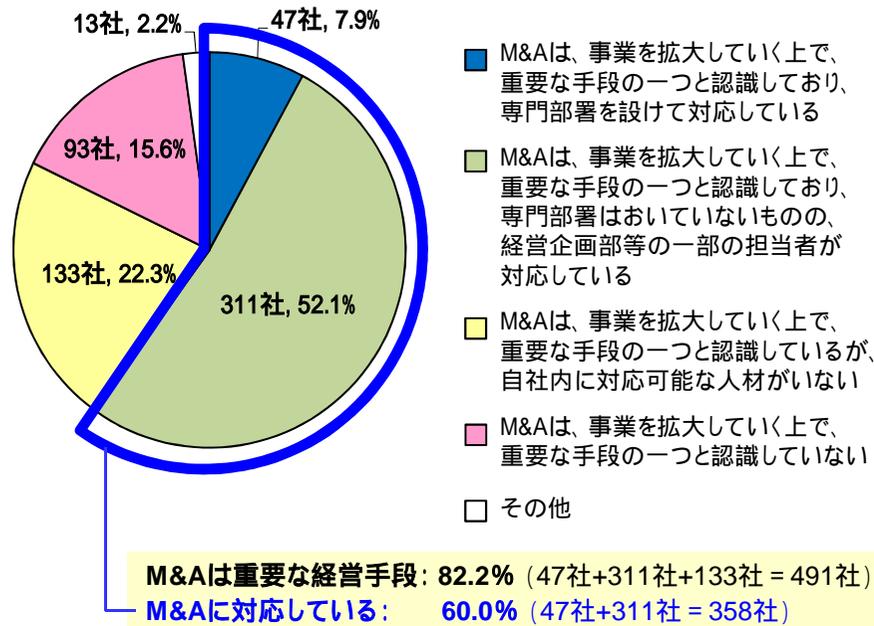
・ 海外M&Aの実施状況と課題

問

近年、海外M&Aを利用した事業拡大が増えてきておりますが、貴社の経営における「M&A」の位置付けについて、選択肢の中から最も該当するものを1つ選んで下さい。

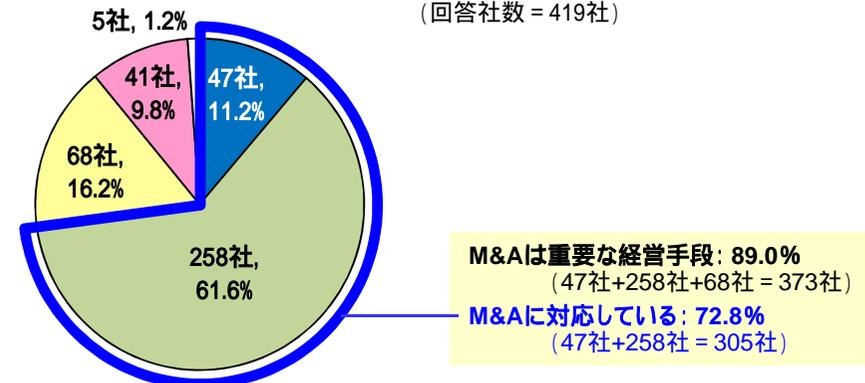
図表41 海外M&Aの位置付け(全企業)

(回答社数 = 597社)



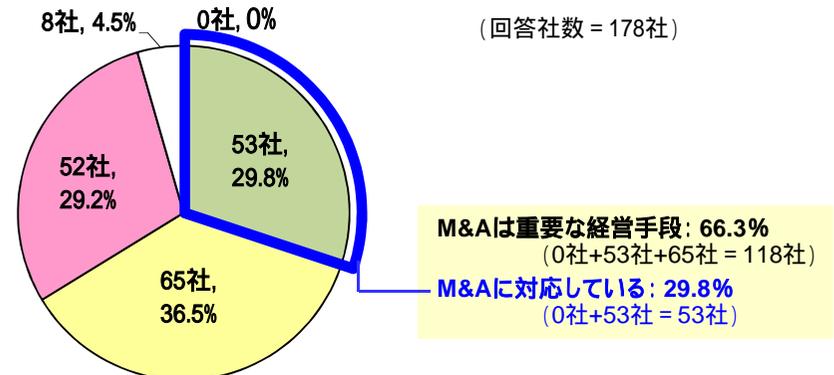
図表42 海外M&Aの位置付け(大企業)

(回答社数 = 419社)



図表43 海外M&Aの位置付け(中堅・中小企業)

(回答社数 = 178社)



■M&Aを経営上の重要な手段と認識している企業の割合は全体の82.2%であり、昨年度から5.4ポイント増。M&Aは事業拡大における手法として広く認識されている

・経営における「M&A」の位置付けについては、回答企業の82.2%が「事業を拡大していく上で重要な経営手段の一つである」と回答しており、M&Aは事業拡大における経営手段として広く認識されていることが示された。また、「M&Aに対し専門部署を設け対応している」(7.9%)と「経営企画部等の一部の担当者が対応している」(52.1%)を合わせると、回答企業の6割がM&Aに対応している結果となり、2015年度調査をやや上回った。一方、「M&Aを重要と認識してはいるものの自社内に対応できる人材がいない」との回答割合も22.3%に上る(図表41)。

■中堅・中小企業においては、6割を超える企業がM&Aを重要な経営手段と認識していたが、対応出来ている企業は3割弱に留まった

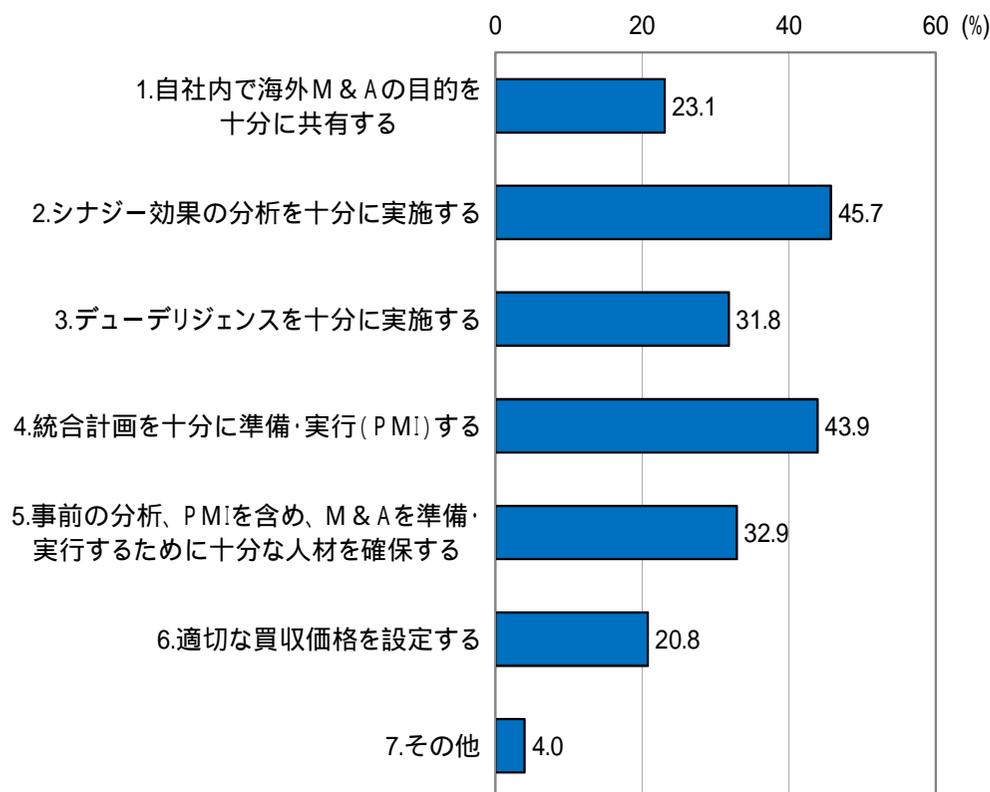
・企業規模別にみると、大企業ではM&Aを重要な経営手段と捉えている企業が89.0%、中堅・中小企業では66.3%であり、それぞれ2015年度調査と比べて7.1ポイント増、4.0ポイント増となった。M&Aに対応している企業は、大企業では7割を超える結果となり、中堅・中小企業では3割弱にとどまった(図表42、43)。

問

過去5年間(2011年1月～2015年12月末)に、海外M&Aを実施した経験のある企業にお聞きします。海外M&Aを成功させるための重要な課題のうち、取組みが不足していたと考えられる課題は何ですか。選択肢の中から該当するものを選んで下さい。(複数回答可)

図表44 海外M&Aにおける課題

(回答社数 = 173社)



■海外M&Aは、シナジー効果の分析を十分に実施すること、統合計画を十分に準備・実行(PMI)することが課題

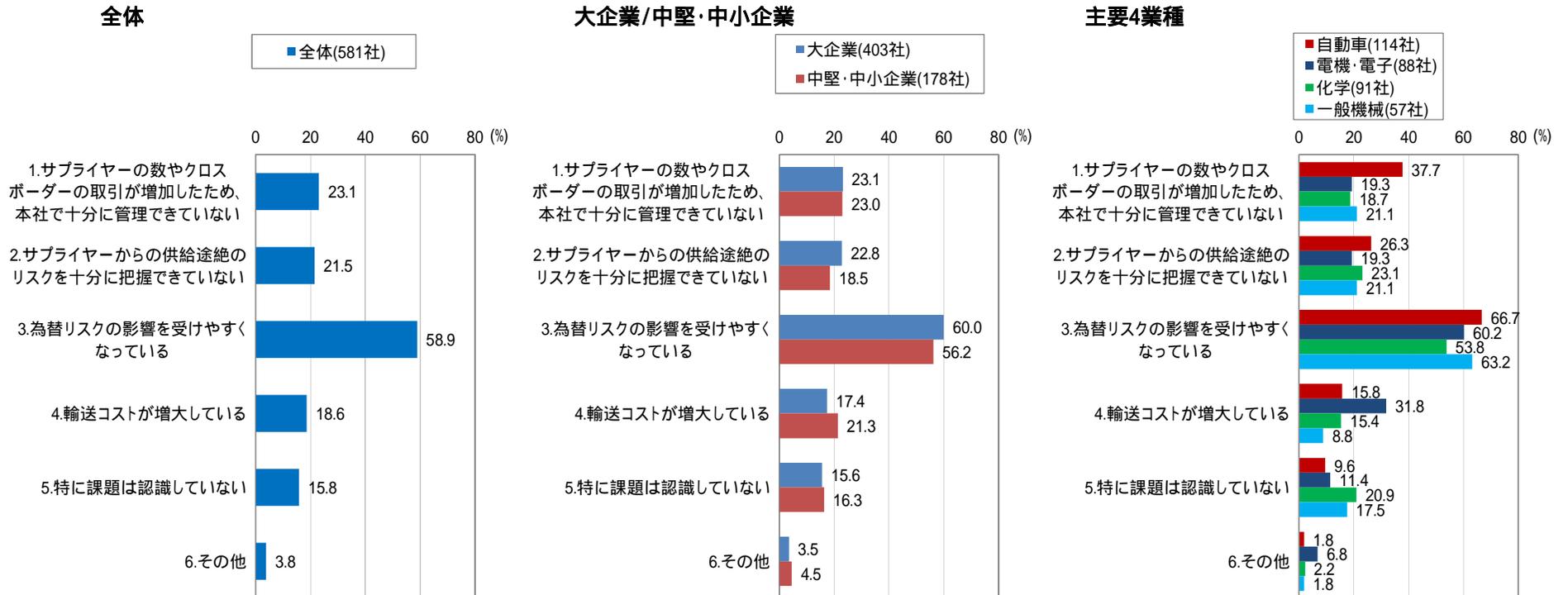
- ・海外M&Aを成功させるための課題のうち、取組みが不足していたとの回答が多かったのは、シナジー効果の分析を十分に実施すること(45.7%)、統合計画を十分に準備・実行(PMI)すること(43.9%)であった。
- ・企業ヒアリングでは、新規市場開拓や販売網の拡大、生産能力の拡大、技術・ノウハウの獲得、商品ラインナップの拡充等、各企業の成長戦略・目的に合ったM&Aのチャンスがあれば実施するという姿勢が見られた。しかし、実際には、M&Aを行ったものの、その効果を業績で表すことに想定外に時間がかかったという声が複数聞かれた。また、海外M&Aの経験不足や、M&Aを決めてから実際の買収まで十分な時間がなく、デューデリジェンスが不足していた、KPI(重要業績評価指標)の設定や統合計画の準備・実行(PMI)が不十分であったとの意見が聞かれた。

- ・ サプライチェーンの在り方と生産・研究開発拠点の役割

問

貴社のグローバル・サプライチェーンにおいて、現在、どのような課題がありますか。選択肢の中から該当するものを選んで下さい。(複数回答可)

図表45 サプライチェーンの課題



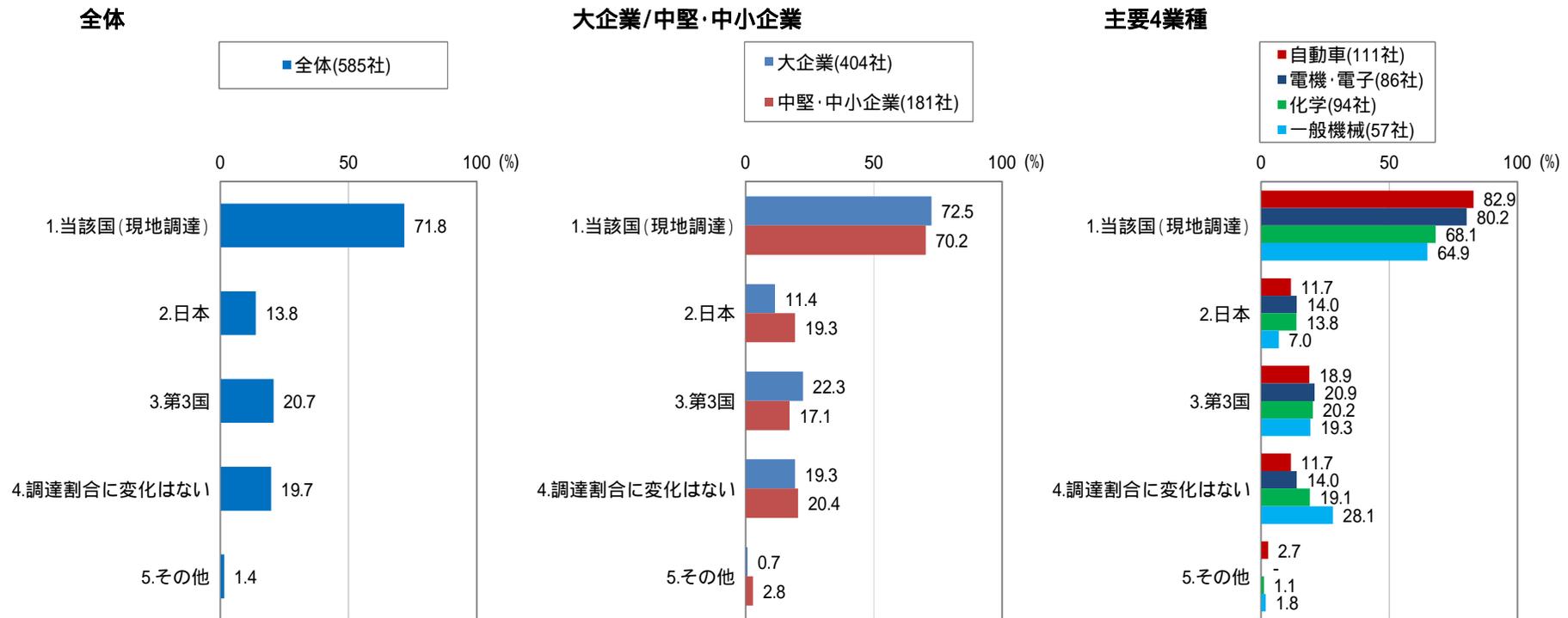
■ サプライチェーンの課題については、為替リスクの影響を受けやすくなっていることが58.9%で最も多い

- 為替リスクの影響について企業にヒアリングしたところ、従来から課題である取引通貨(ドルやユーロ)と円の為替リスクに加え、サプライチェーンが複雑化したことで、部品を海外から取引通貨で仕入れ、現地通貨(新興国通貨)で完成品を販売する場合、取引通貨に対する現地通貨安が、収益の悪化、コスト高につながることにについて懸念の声が聞かれた。
- スワップ等の為替リスクのヘッジ対応については、コストとのトレードオフであることから、発生しうる為替差損との比較において吸収できる損失レベルであるかどうかを勘案し、ヘッジのメリットがある場合には対応するという姿勢が見られた。また、サプライチェーン上の各課題について自社でポリシーが定まっている場合に「特に課題は認識していない」と回答する企業もあった。
- 為替リスクの影響以外の課題としては、サプライヤーの数やクロスボーダーの取引が増加したため、本社で十分に管理できていないことが23.1%、サプライヤーからの供給途絶のリスクを十分に把握できていないことが21.5%という結果となった。
- 大企業/中堅・中小企業別では、回答割合に大きな差異は見られないが、業種別では、為替リスクの影響に次ぐ課題として、自動車では、サプライヤーの数やクロスボーダー取引の増加による本社管理の不十分を挙げているのに対し、電機・電子は輸送コストの増大を挙げているという差異がみられ、サプライチェーンの複雑化に伴う輸送量の増大などが背景にあるものと思われる。

問

貴社の海外現地法人における原材料・部品等の調達についてお聞きます。今後／中期的(今後3年程度)、どこからの調達割合を高めますか。選択肢の中から該当するものを選んで下さい。(複数回答可)

図表46 中期的に調達割合を高める地域



■ 当该国からの調達(現地調達)割合を中期的に高めるとい回答が71.8%に上り、今後さらに現地調達が進む

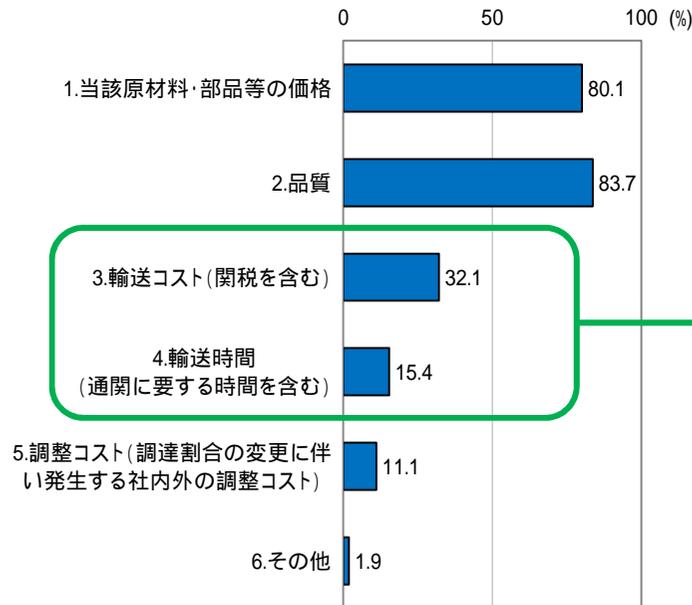
- ・当该国の調達(現地調達)割合を中期的に高めるとい回答が71.8%であり、企業ヒアリングにおいても、全体でコストメリットがある限りは現地でする限り調達するという意見が多く聞かれた(天然資源等の特定の国でしか調達できないものを除く)。
- ・しかしながら、調達割合に変化はないと回答した企業も19.7%ある。現地で原材料・部品等のサプライヤーが十分育っていないこと(サプライヤーが存在しても品質が不十分なこと)、基幹部品については納入先から指定があることなどが背景にあるものと考えられる。
- ・業種別にみると、自動車は現地調達の割合を高めるとい回答が82.9%と高く、現地調達志向が強い。また企業ヒアリングでは、食品や香料等について、現地で調達できるものを使って当该国市場の嗜好に合わせ、価格も現地水準を意識した商品を作るとの声も聞かれた。
- ・大企業と中堅・中小企業では回答結果に大きな差異はないが、日本からの調達を志向する割合は、中堅・中小企業(19.3%)が大企業(11.4%)に比べてやや高くなっている。

問

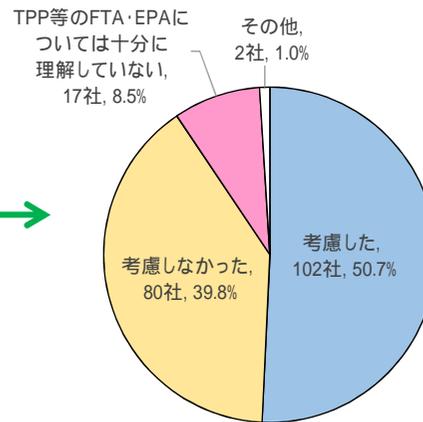
中期的に調達割合を高める地域の判断をするにあたり、特に、どのような点を考慮しますか。選択肢の中から該当するものを選んで下さい。(複数回答可) さらに「3. 輸送コスト」または「4. 輸送時間」のいずれか(もしくは両方)と答えた方にお聞きします。ご回答される際、TPP(環太平洋パートナーシップ協定)を含むFTA(自由貿易協定)やEPA(経済連携協定)の有無を考慮しましたか。選択肢の中から該当するものを1つ選んで下さい。

図表47 調達割合を高める判断基準とTPP等のFTA・EPAの有無の考慮

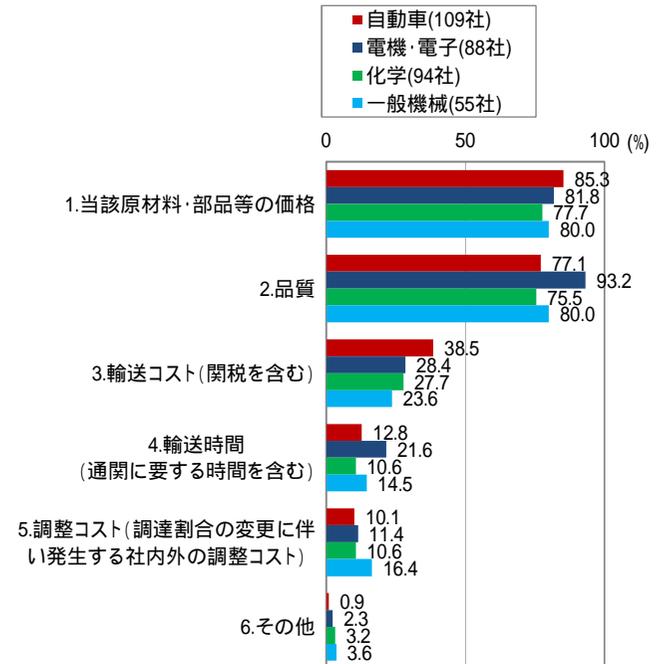
(回答社数 = 583社)



(回答社数 = 201社)



図表48 調達割合を高める判断基準(主要4業種)



■ 調達割合を高める基準は、当該原材料・部品等の価格(80.1%)及び品質(83.7%)を重視

・業種別では、自動車は原材料・部品等の価格を判断基準として重視する割合が、85.3%と最も高く、電機・電子は品質を重視する割合が93.2%と最も高い。また、関税を含む輸送コストについては自動車が重視する割合が高く(38.5%)、通関に要する時間を含む輸送時間については、電機・電子が重視する割合が高い(21.6%)。

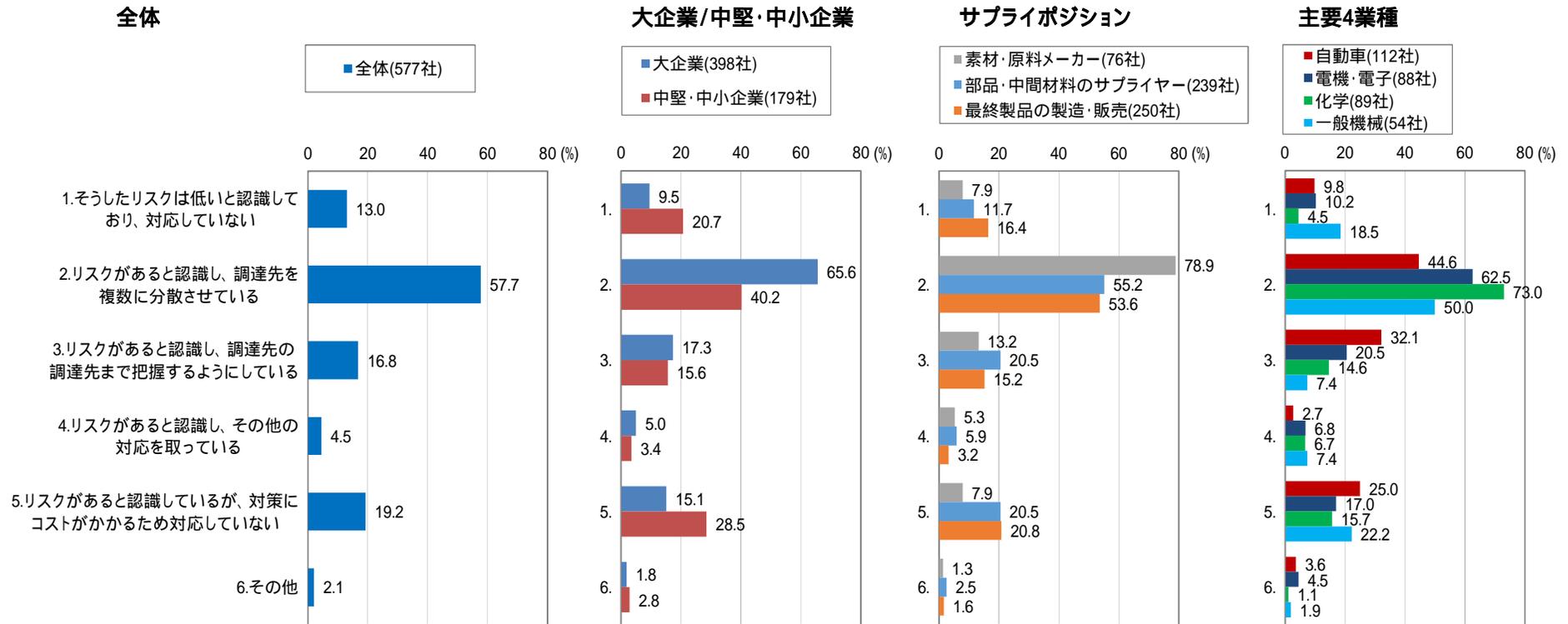
■ 輸送コスト、輸送時間を判断基準と回答した企業のうち、TPP等のFTA・EPAの有無を考慮した割合が50.7%と過半数を占めた

・TPP等のFTA・EPAの有無について、考慮しなかった割合も39.8%と4割近くに上っている。企業ヒアリングでは、TPP等のFTA・EPAの協定の有無に基づき、グローバルで最適なサプライチェーンを選択して海外展開を進める企業がある一方で、サプライチェーン上の工夫が困難という企業も見られた。
 ・企業規模別では、TPP等のFTA・EPAの有無について考慮したと答えている割合は、大企業は52.9%であったのに対し、中堅・中小企業は43.8%であった。

問

貴社のグローバル・サプライチェーンのリスク耐性(レジリエンス)についてお聞きます。地震・洪水・火災など、調達元が何等かの理由で原材料・部品等の供給に支障をきたすリスクについてどのように考え、対応していますか。選択肢の中から該当するものを選んで下さい。(複数回答可)

図表49 サプライチェーンのリスク耐性



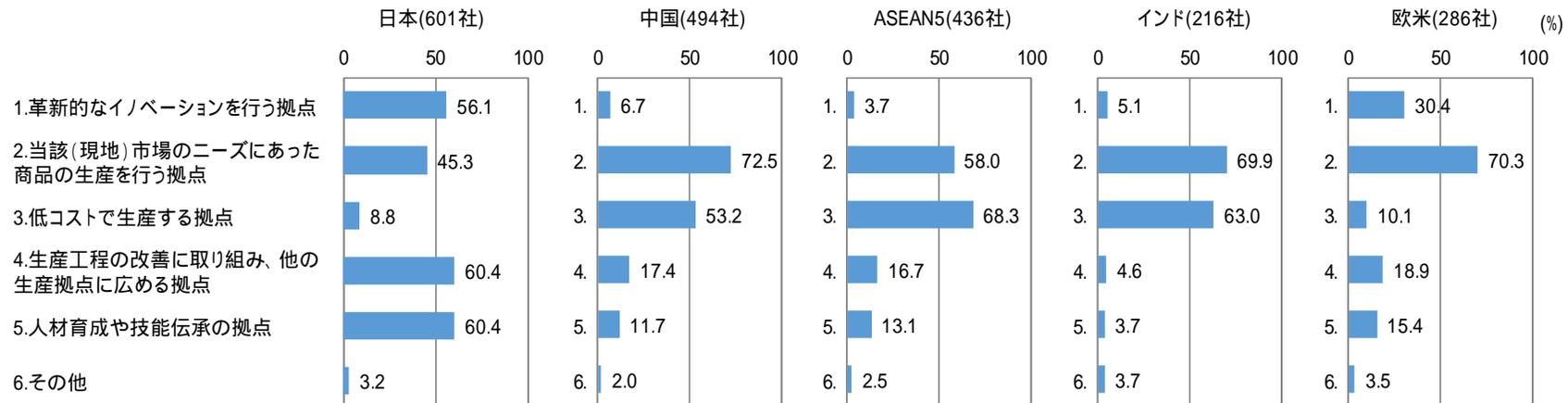
■ サプライチェーンのリスクについて企業の認識は広がっており、対応策として、調達先を複数に分散させていると回答した企業は57.7%に上る

- ・ 調達先を複数に分散させている企業の割合は、大企業では65.6%であるが、中堅・中小企業では40.2%にとどまっている。一方で、リスク対策にコストがかかるため対応していないと答える割合は、大企業で15.1%、中堅・中小企業では28.5%であり、中堅・中小企業の方がコスト負担を課題とらえていることがわかる。
- ・ また、サプライポジション別に見ると、素材・原料メーカーは、供給途絶によるサプライチェーンへの影響が広範囲に及ぶことから、他ポジションに比べ、調達先を複数に分散させている割合が高い。
- ・ 企業ヒアリングでは、タイの洪水や東日本大震災等を契機に、具体的なサプライチェーンのリスクへの対応策まで客先から問われるようになり対策を講じたという意見があった。また、リスクがあると認識し、その他の対応をとっていると回答した企業の中には、各生産拠点に十分な在庫を持つことで対応しているとの意見も聞かれたが、コストとのトレードオフも考慮し、在庫の最適化につとめているとの声も聞かれた。

問

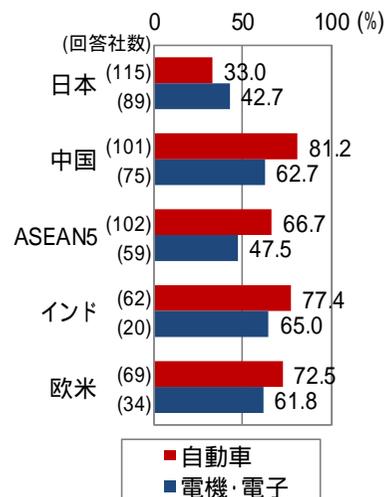
貴社では、海外生産拠点と比べて、日本の生産拠点にどのような役割を期待していますか。選択肢の中から該当するものを選んで下さい。(複数回答可)
また、中国、ASEAN5、インド、欧米の生産拠点に対し、中期的(今後3年程度)にどのような役割を期待していますか。国・地域ごとに選択肢の中から該当するものを選んで下さい。(複数回答可)

図表50 生産拠点に対する中期的役割



図表51 当該市場のニーズと生産拠点の役割(自動車/電機・電子)

当該(現地)市場のニーズにあった商品の生産を行う拠点



■ 日本の生産拠点については、生産工程の改善に取り組み、他の生産拠点に広める役割や、人材育成、技能伝承としての役割を求める回答がそれぞれ60.4%

- ・各国の生産拠点について、中国、インドにおいては、当該市場のニーズに合った商品生産を行う役割が最多となった。欧米についても、欧米市場のニーズにあった商品の生産を行う拠点が70.3%と最多ではあるが、革新的なイノベーションを行う拠点という回答も30.4%と日本に次いで多かった(図表50)。
- ・ASEAN5においては低コストで生産する役割(68.3%)が当該市場ニーズに合った商品生産を行う役割(58.0%)を若干上回る結果となった。
- ・人材育成や技能伝承の拠点については、日本が最多の60.4%、ASEAN5では13.1%となった。2014年度調査(注)において、ASEAN5を人材育成拠点として回答した割合が5.6%に留まったことを勘案すると、ASEAN5の拠点の中に人材育成の機能を持つところが徐々に増加してきているといえる。
(注)選択肢が同一ではないため、単純比較はできない点に留意。

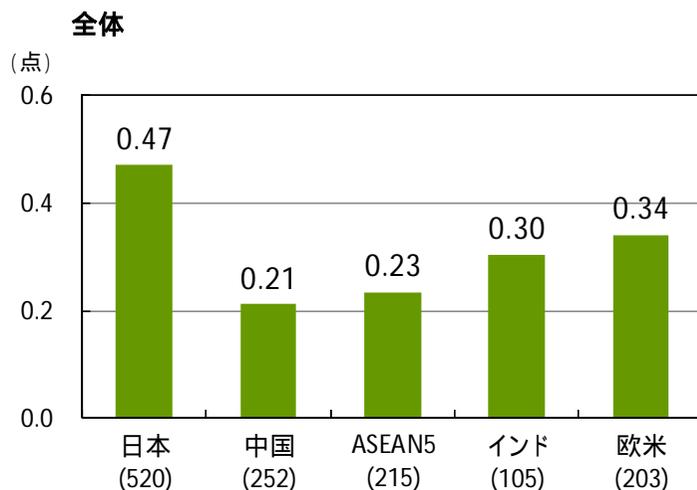
■ 自動車は現地市場のニーズに合わせた商品の生産を行う傾向

- ・当該市場のニーズに合った商品の生産拠点の割合について、自動車と電機・電子で比較すると、自動車の方が市場のニーズに合わせた商品の生産を行う傾向が表れている(図表51)。

問

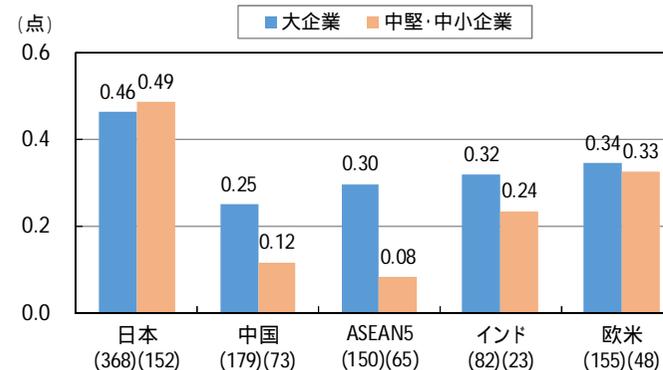
貴社が日本、中国、ASEAN5、インド、欧米に保有する研究開発拠点についてお聞きします。
 中期的(今後3年程度)に、研究開発のための予算を増やしますか。国・地域ごとに選択肢の中から該当するものを1つ選んで下さい。

図表52 研究開発拠点の中期的予算

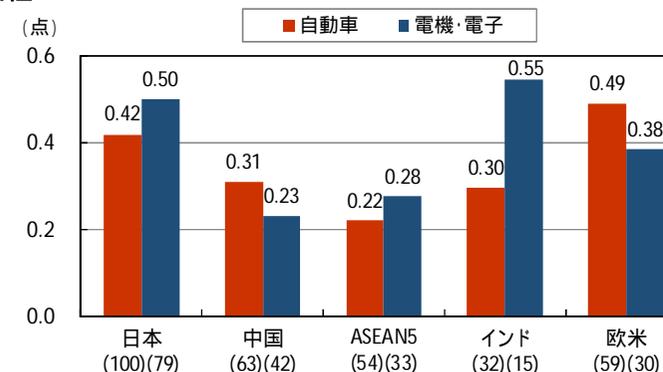


(注1)「増加」を+1、「現状維持」を0、「減少」を-1としたポイント平均を算出。
 (注2)棒グラフの下の()内の数は、本設問に回答した企業数。

大企業/中堅・中小企業



業種



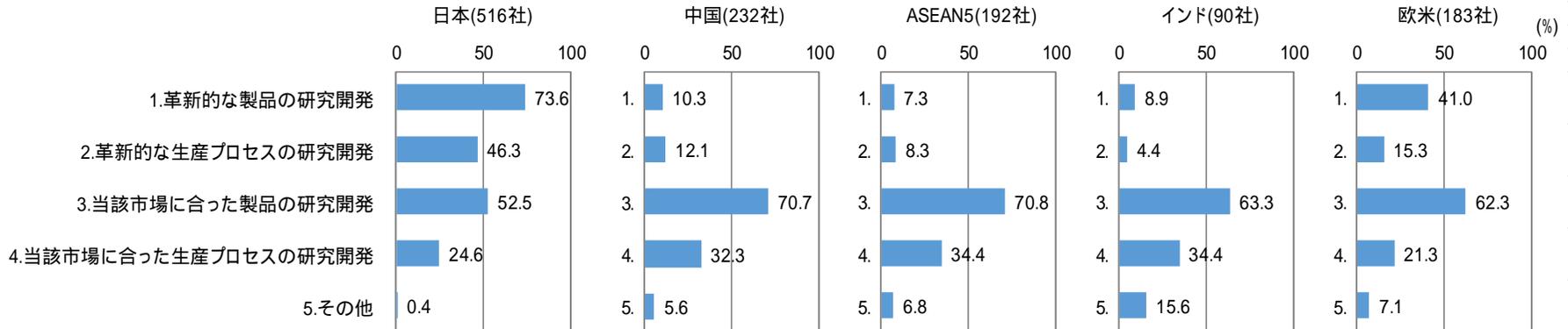
■ 研究開発拠点の中期的予算について地域ごとに見ると、日本を増加させるという回答が最も多く、研究開発の中心は引き続き日本が担っていく

- ・ 大企業は中堅・中小企業と比べて、日本以外の海外の研究開発拠点の予算も増やす傾向がみられる。特にASEAN5において、中堅・中小企業は0.08ポイントであるのに対し、大企業が0.30ポイントであり、その差が顕著に表れている。
- ・ また、業種による差異も相当程度あり、自動車については、欧米が0.49ポイントと全地域で最も予算の増加姿勢が強い。

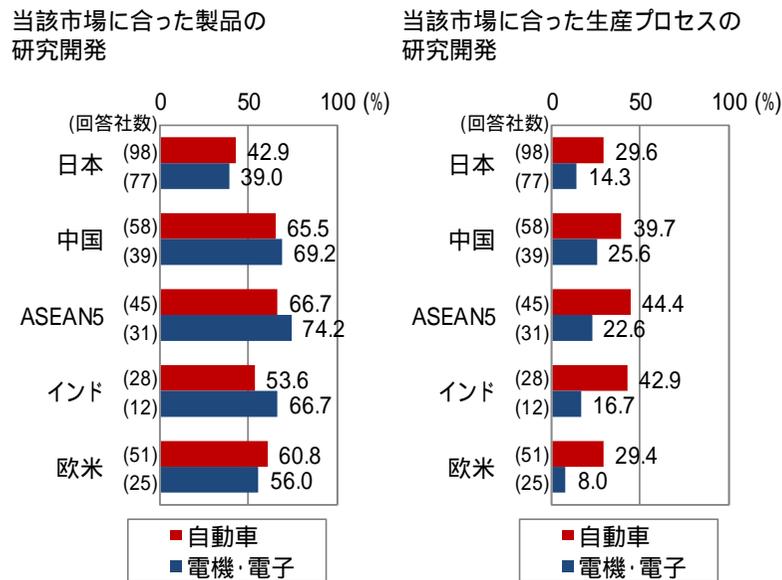
問

貴社が日本、中国、ASEAN5、インド、欧米に保有する研究開発拠点において、中期的(今後3年程度)に、どのような研究開発分野を強化したいと考えていますか。国・地域ごとに選択肢の中から該当するものを選んで下さい。(複数回答可)

図表53 強化したい研究開発分野



図表54 当該市場のニーズと研究開発拠点の役割(自動車/電機・電子)



■ 革新的な製品の研究開発に力を入れる日本

- ・日本においては、革新的な製品の研究開発を強化したいとの回答が73.6%で最多、中国、ASEAN5、インド、欧米においては当該市場に合った製品の研究開発を強化したいとの回答が最多となった(図表53)。
- ・ただし、欧米については、革新的な製品の研究開発を強化したいという回答も41.0%に上った。

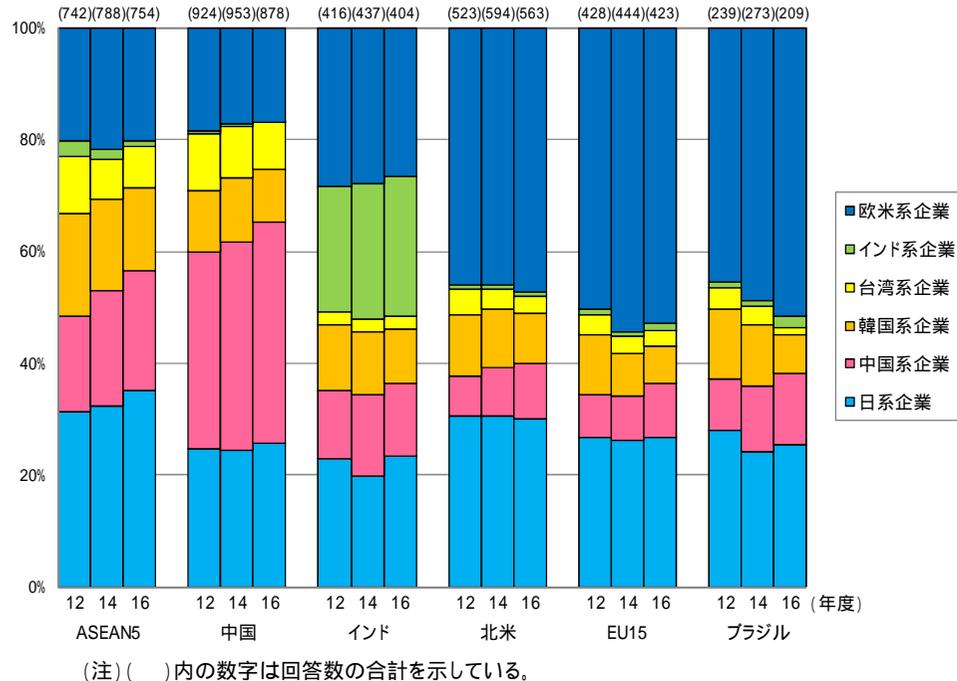
■ 研究開発の役割について業種による違いあり

- ・研究開発の役割について、自動車と電機・電子を比較すると、当該市場に合った製品についての研究開発を志向する割合は電機・電子が高く、現地市場に合った生産プロセスの研究開発を志向する割合は自動車が高いという傾向が見られる(図表54)。

・ グローバル市場における競合状況

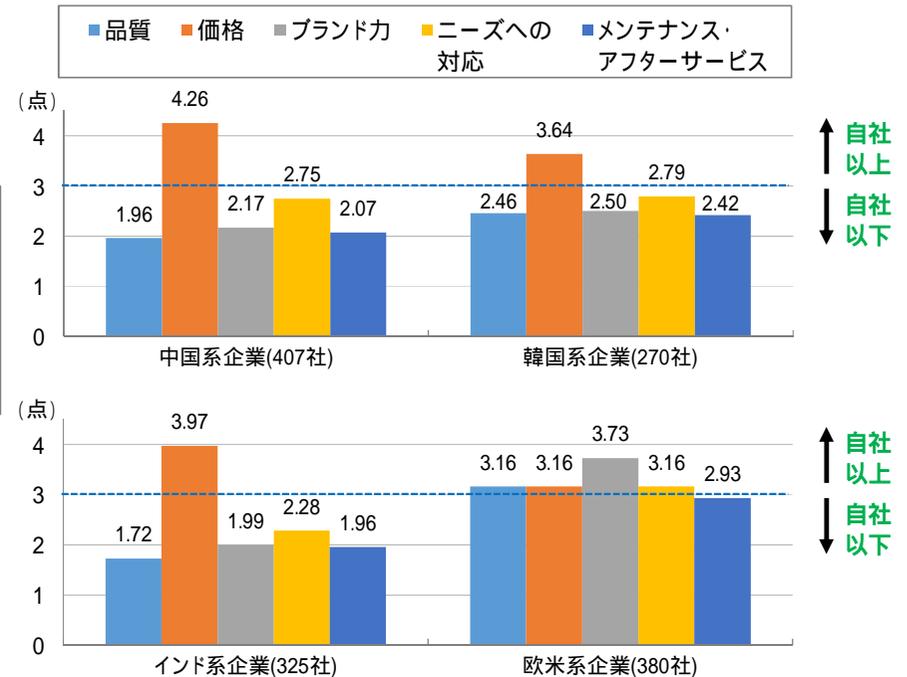
問 ASEAN5、中国、インド、北米、EU15、ブラジルの販売市場での競合先についてお聞きます。
各販売市場において、現在、貴社と激しく競合している企業があれば、選択して下さい。

図表55 海外市場における競合



問 ASEAN5、中国、インドの市場における中国系企業、韓国系企業、インド系企業、欧米系企業の競争力についてお聞きます。
「品質」、「価格」、「ブランド力」、「ニーズへの対応」、「メンテナンス・アフターサービス」の5項目について、貴社を「3」として5段階で評価して下さい。

図表56 アジア新興国市場における競合先企業の競争力に対する評価



■各販売市場での競合先は、主に当該市場と地理的、経済的に深い関係のある国の企業

・各販売市場の競合先企業に関しては、インド、北米、EU15、ブラジル市場における最大の競合先は欧米系企業という結果が示され、その割合は、EU15(53.0%)、ブラジル(51.7%)、北米(47.2%)、インド(26.5%)の順で高い結果となり、2014年度とほぼかわらない。他方、ASEAN5市場における最大の競合先は日系企業(35.0%)、中国市場においては中国系企業(39.6%)という結果であり、2014年度との比較においてその比率はそれぞれ高まっている(図表55)。

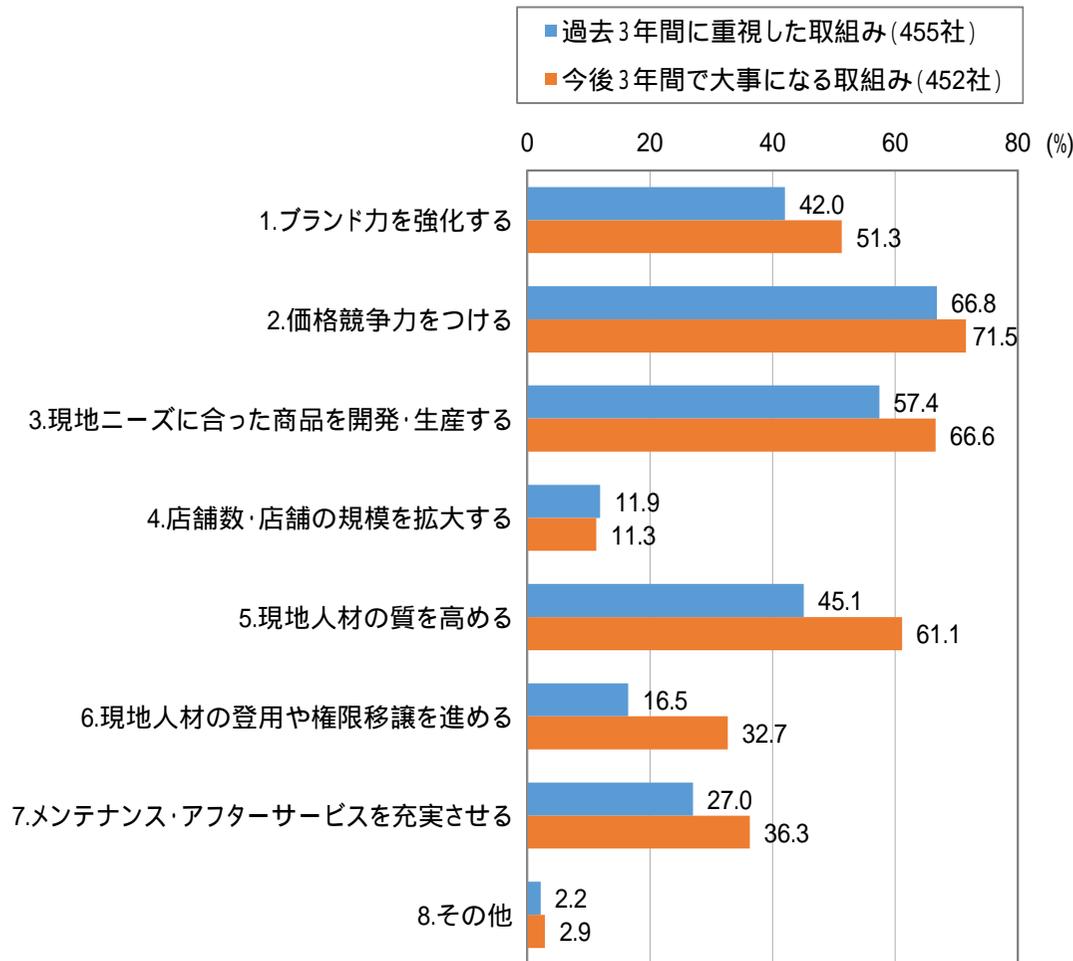
■アジア新興国市場における競合先企業について、欧米系企業に対しては全体として自社なみの評価。中国企業、インド系企業においては価格競争力に高い評価

・欧米系企業の競争力は、アジア新興国市場においておおむね自社(回答企業)なみとの評価であるが、ブランド力については、自社(回答企業)以上と回答した企業がやや多い結果(3.73ポイント)となった。
・また、中国系企業、インド系企業については、価格競争力が自社(回答企業)より相当程度高いとの評価であり、この点は業種別、企業別で大きな差異はなかった(図表56)。

問

貴社の過去3年におけるASEAN5、中国、インドの市場での事業展開において、競合先に打ち克って市場シェアを拡大するために大事であった／重視した取組みは何ですか。また、同様の観点で、貴社の今後3年間にわたるASEAN5、中国、インドの市場での事業展開において、大事になるとと思われる取組みは何ですか。それぞれ、選択肢の中から該当する項目を選んで下さい。(複数回答可)

図表57 主要製品の売上高シェア拡大に影響した取組み



■ 過去3年間に重視し、今後も大事になる取組みとしては、**現地ニーズに合った商品を開発・生産すること、価格競争力をつけること**

- ・企業ヒアリングでは、1.～3.は相互に関連しており、現地ニーズに合わせ、価格・質ともに競争力のある商品の生産・開発を行うことが、結果的にブランド力の強化にもつながるといった意見が複数聞かれた。
- ・「ブランド」には、「企業のブランド」と「商品のブランド」があるが、マーケティング上のメリットを追求し、地域によって最適なブランドを戦略的に使い分ける企業もあった。

■ 過去3年間に比べ、今後3年間の取組みとして**重要性が高まった点としては、現地人材の質を高めること、現地人材の登用や権限委譲を進めること**

- ・コスト削減や、現地人材のモチベーションの維持・向上の観点から、海外の生産・販売拠点における現地人材の育成や登用が課題となっている。

参考資料

中期的有望事業展開先の推移

順位	2016年度	社数 483	得票率 (%)	2015年度	社数 433	得票率 (%)	2014年度	社数 499	得票率 (%)	2013年度	社数 488	得票率 (%)	2012年度	社数 514	得票率 (%)
1位	インド	230	47.6	インド	175	40.4	インド	229	45.9	インドネシア	219	44.9	中国	319	62.1
2位	中国	203	42.0	インドネシア	168	38.8	インドネシア	228	45.7	インド	213	43.6	インド	290	56.4
3位	インドネシア	173	35.8	中国			中国	218	43.7	タイ	188	38.5	インドネシア	215	41.8
4位	ベトナム	158	32.7	タイ	133	30.7	タイ	176	35.3	中国	183	37.5	タイ	165	32.1
5位	タイ	142	29.4	ベトナム	119	27.5	ベトナム	155	31.1	ベトナム	148	30.3	ベトナム	163	31.7
6位	メキシコ	125	25.9	メキシコ	102	23.6	メキシコ	101	20.2	ブラジル	114	23.4	ブラジル	132	25.7
7位	米国	93	19.3	米国	72	16.6	ブラジル	83	16.6	メキシコ	84	17.2	メキシコ	72	14.0
8位	フィリピン	51	10.6	フィリピン	50	11.5	米国	66	13.2	ミャンマー	64	13.1	ロシア	64	12.5
9位	ミャンマー	49	10.1	ブラジル	48	11.1	ロシア	60	12.0	ロシア	60	12.3	米国	53	10.3
10位	ブラジル	35	7.2	ミャンマー	34	7.9	ミャンマー	55	11.0	米国	54	11.1	ミャンマー	51	9.9
11位	マレーシア	33	6.8	マレーシア	27	6.2	フィリピン	50	10.0	フィリピン	39	8.0	マレーシア	36	7.0
12位	シンガポール	23	4.8	ロシア	24	5.5	マレーシア	46	9.2	マレーシア	37	7.6	韓国	23	4.5
13位	台湾	22	4.6	シンガポール	20	4.6	トルコ	26	5.2	韓国	28	5.7	トルコ		
14位	ドイツ	20	4.1	トルコ	17	3.9	シンガポール	25	5.0	台湾	23	4.7	台湾	22	4.3
15位	ロシア	17	3.5	韓国			カンボジア	20	4.0	トルコ			フィリピン	21	4.1
16位	韓国	15	3.1	台湾	16	3.7	韓国			シンガポール	19	3.9	シンガポール	16	3.1
17位	トルコ	12	2.5	カンボジア	14	3.2	台湾	19	3.8	カンボジア	12	2.5	カンボジア	13	2.5
18位	カンボジア			ドイツ			ドイツ	9	1.8	ドイツ	10	2.0	オーストラリア	11	2.1
19位	オーストラリア	11	2.3	サウジアラビア	7	1.6	フランス	7	1.4	南アフリカ			バングラデシュ	10	1.9
20位	イラン	8	1.7	バングラデシュ	6	1.4	サウジアラビア			ラオス	9	1.8	ドイツ	6	1.2
				英国			南アフリカ								
				ラオス											

長期的有望事業展開先

(注)「長期的」とは今後10年程度。

順位	2016年度	社数 364	得票率 (%)	2015年度	社数 301	得票率 (%)
1位	インド	226	62.1	インド	165	54.8
2位	中国	143	39.3	インドネシア	109	36.2
3位	インドネシア	137	37.6	中国	105	34.9
4位	ベトナム	119	32.7	ベトナム	82	27.2
5位	タイ	89	24.5	タイ	70	23.3
6位	メキシコ	59	16.2	ブラジル	61	20.3
7位	ミャンマー	58	15.9	ミャンマー	57	18.9
8位	米国	55	15.1	メキシコ	50	16.6
9位	ブラジル	48	13.2	米国	43	14.3
10位	フィリピン	33	9.1	ロシア	31	10.3

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	2016年度	社数 143	得票率 (%)	2015年度	社数 111	得票率 (%)
1位	インド	66	46.2	インドネシア	41	36.9
2位	インドネシア	53	37.1	インド	39	35.1
3位	ベトナム			中国	38	34.2
4位	中国	48	33.6	ベトナム	36	32.4
5位	タイ	42	29.4	メキシコ	27	24.3
6位	メキシコ	40	28.0	タイ	25	22.5
7位	米国	22	15.4	フィリピン	16	14.4
8位	フィリピン	16	11.2	ブラジル	13	11.7
9位	ミャンマー	10	7.0	米国		
10位	マレーシア	9	6.3	ミャンマー	9	8.1

資料2. 中期的有望事業展開先国・地域(有望理由詳細)

(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。

2016年度調査	1位 インド		2位 中国		3位 インドネシア		4位 ベトナム		5位 タイ		6位 メキシコ		7位 米国		8位 フィリピン		9位 ミャンマー		10位 ブラジル	
	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	223	100%	197	100%	164	100%	154	100%	138	100%	122	100%	91	100%	48	100%	49	100%	34	100%
1. 優秀な人材	26	11.7%	19	9.6%	8	4.9%	27	17.5%	19	13.8%	3	2.5%	16	17.6%	3	6.3%	5	10.2%	-	0.0%
2. 安価な労働力	64	28.7%	25	12.7%	50	30.5%	65	42.2%	36	26.1%	41	33.6%	-	0.0%	20	41.7%	22	44.9%	2	5.9%
3. 安価な部材・原材料	25	11.2%	18	9.1%	6	3.7%	7	4.5%	7	5.1%	4	3.3%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	2	5.9%
4. 組み立てメーカーへの供給拠点として	46	20.6%	45	22.8%	33	20.1%	21	13.6%	33	23.9%	59	48.4%	12	13.2%	10	20.8%	2	4.1%	3	8.8%
5. 産業集積がある	25	11.2%	36	18.3%	20	12.2%	18	11.7%	33	23.9%	24	19.7%	20	22.0%	3	6.3%	-	0.0%	1	2.9%
6. 他国のリスク分散の受け皿として	5	2.2%	2	1.0%	9	5.5%	19	12.3%	9	6.5%	7	5.7%	1	1.1%	6	12.5%	3	6.1%	-	0.0%
7. 対日輸出拠点として	3	1.3%	12	6.1%	4	2.4%	18	11.7%	14	10.1%	-	0.0%	2	2.2%	3	6.3%	2	4.1%	-	0.0%
8. 第三国輸出拠点として	27	12.1%	25	12.7%	20	12.2%	25	16.2%	38	27.5%	28	23.0%	4	4.4%	9	18.8%	3	6.1%	3	8.8%
9. 原材料の調達に有利	4	1.8%	12	6.1%	4	2.4%	3	1.9%	8	5.8%	-	0.0%	3	3.3%	2	4.2%	1	2.0%	1	2.9%
10. 現地マーケットの現状規模	69	30.9%	123	62.4%	71	43.3%	30	19.5%	52	37.7%	29	23.8%	58	63.7%	11	22.9%	8	16.3%	16	47.1%
11. 現地マーケットの今後の成長性	190	85.2%	132	67.0%	132	80.5%	115	74.7%	78	56.5%	89	73.0%	44	48.4%	37	77.1%	41	83.7%	27	79.4%
12. 現地マーケットの収益性	11	4.9%	18	9.1%	7	4.3%	9	5.8%	9	6.5%	5	4.1%	27	29.7%	3	6.3%	2	4.1%	1	2.9%
13. 商品開発の拠点として	4	1.8%	14	7.1%	-	0.0%	1	0.6%	4	2.9%	-	0.0%	18	19.8%	1	2.1%	-	0.0%	1	2.9%
14. 現地のインフラが整備されている	4	1.8%	24	12.2%	4	2.4%	4	2.6%	27	19.6%	8	6.6%	36	39.6%	2	4.2%	2	4.1%	2	5.9%
15. 現地の物流サービスが発達している	1	0.4%	6	3.0%	1	0.6%	4	2.6%	6	4.3%	1	0.8%	22	24.2%	-	0.0%	-	0.0%	1	2.9%
16. 投資にかかる優遇税制がある	7	3.1%	4	2.0%	6	3.7%	5	3.2%	19	13.8%	6	4.9%	3	3.3%	5	10.4%	3	6.1%	3	8.8%
17. 外資誘致などの政策が安定している	4	1.8%	1	0.5%	4	2.4%	4	2.6%	13	9.4%	2	1.6%	2	2.2%	4	8.3%	3	6.1%	1	2.9%
18. 政治・社会情勢が安定している	9	4.0%	5	2.5%	5	3.0%	26	16.9%	4	2.9%	4	3.3%	29	31.9%	4	8.3%	-	0.0%	-	0.0%

2015年度調査	1位 インド		2位 インドネシア		2位 中国		4位 タイ		5位 ベトナム		6位 メキシコ		7位 米国		8位 フィリピン		9位 ブラジル		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	171	100%	163	100%	162	100%	128	100%	116	100%	99	100%	70	100%	48	100%	47	100%	34	100%
1. 優秀な人材	18	10.5%	8	4.9%	14	8.6%	11	8.6%	28	24.1%	2	2.0%	9	12.9%	7	14.6%	-	0.0%	3	8.8%
2. 安価な労働力	56	32.7%	57	35.0%	21	13.0%	47	36.7%	57	49.1%	32	32.3%	-	0.0%	23	47.9%	8	17.0%	17	50.0%
3. 安価な部材・原材料	13	7.6%	13	8.0%	20	12.3%	16	12.5%	9	7.8%	5	5.1%	1	1.4%	1	2.1%	3	6.4%	1	2.9%
4. 組み立てメーカーへの供給拠点として	42	24.6%	39	23.9%	42	25.9%	35	27.3%	17	14.7%	55	55.6%	10	14.3%	12	25.0%	10	21.3%	2	5.9%
5. 産業集積がある	16	9.4%	21	12.9%	30	18.5%	29	22.7%	11	9.5%	18	18.2%	17	24.3%	4	8.3%	4	8.5%	-	0.0%
6. 他国のリスク分散の受け皿として	6	3.5%	8	4.9%	1	0.6%	5	3.9%	22	19.0%	7	7.1%	1	1.4%	10	20.8%	1	2.1%	3	8.8%
7. 対日輸出拠点として	7	4.1%	7	4.3%	5	3.1%	15	11.7%	13	11.2%	-	0.0%	1	1.4%	2	4.2%	-	0.0%	2	5.9%
8. 第三国輸出拠点として	21	12.3%	19	11.7%	20	12.3%	31	24.2%	22	19.0%	25	25.3%	2	2.9%	6	12.5%	1	2.1%	4	11.8%
9. 原材料の調達に有利	4	2.3%	7	4.3%	19	11.7%	8	6.3%	3	2.6%	1	1.0%	4	5.7%	1	2.1%	3	6.4%	-	0.0%
10. 現地マーケットの現状規模	53	31.0%	63	38.7%	110	67.9%	46	35.9%	18	15.5%	29	29.3%	54	77.1%	6	12.5%	21	44.7%	2	5.9%
11. 現地マーケットの今後の成長性	152	88.9%	136	83.4%	97	59.9%	71	55.5%	83	71.6%	75	75.8%	37	52.9%	31	64.6%	38	80.9%	23	67.6%
12. 現地マーケットの収益性	10	5.8%	16	9.8%	16	9.9%	14	10.9%	12	10.3%	9	9.1%	22	31.4%	4	8.3%	2	4.3%	3	8.8%
13. 商品開発の拠点として	1	0.6%	-	0.0%	14	8.6%	3	2.3%	-	0.0%	1	1.0%	10	14.3%	-	0.0%	2	4.3%	-	0.0%
14. 現地のインフラが整備されている	2	1.2%	6	3.7%	22	13.6%	30	23.4%	8	6.9%	6	6.1%	28	40.0%	3	6.3%	3	6.4%	1	2.9%
15. 現地の物流サービスが発達している	2	1.2%	1	0.6%	8	4.9%	6	4.7%	5	4.3%	5	5.1%	14	20.0%	-	0.0%	3	6.4%	-	0.0%
16. 投資にかかる優遇税制がある	7	4.1%	5	3.1%	2	1.2%	19	14.8%	2	1.7%	4	4.0%	2	2.9%	9	18.8%	2	4.3%	5	14.7%
17. 外資誘致などの政策が安定している	4	2.3%	3	1.8%	2	1.2%	11	8.6%	6	5.2%	6	6.1%	4	5.7%	3	6.3%	2	4.3%	-	0.0%
18. 政治・社会情勢が安定している	5	2.9%	16	9.8%	3	1.9%	9	7.0%	24	20.7%	4	4.0%	23	32.9%	8	16.7%	1	2.1%	1	2.9%

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。

2016年度調査	1位 インド		2位 中国		3位 インドネシア		4位 ベトナム		5位 タイ		6位 メキシコ		7位 米国		8位 フィリピン		9位 ミャンマー		10位 ブラジル	
	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	212	100%	187	100%	152	100%	132	100%	121	100%	115	100%	63	100%	42	100%	47	100%	34	100%
1. 法制が未整備	34	16.0%	20	10.7%	27	17.8%	25	18.9%	3	2.5%	7	6.1%	-	0.0%	6	14.3%	26	55.3%	8	23.5%
2. 法制の運用が不透明	75	35.4%	95	50.8%	56	36.8%	47	35.6%	16	13.2%	19	16.5%	1	1.6%	10	23.8%	18	38.3%	10	29.4%
3. 徴税システムが複雑	69	32.5%	24	12.8%	16	10.5%	8	6.1%	7	5.8%	7	6.1%	-	0.0%	4	9.5%	3	6.4%	7	20.6%
4. 税制の運用が不透明	55	25.9%	44	23.5%	28	18.4%	26	19.7%	5	4.1%	12	10.4%	-	0.0%	6	14.3%	4	8.5%	7	20.6%
5. 課税強化	28	13.2%	46	24.6%	20	13.2%	10	7.6%	10	8.3%	5	4.3%	7	11.1%	5	11.9%	2	4.3%	5	14.7%
6. 外資規制	32	15.1%	49	26.2%	30	19.7%	11	8.3%	19	15.7%	3	2.6%	1	1.6%	9	21.4%	13	27.7%	5	14.7%
7. 投資許認可手続きが煩雑・不透明	36	17.0%	27	14.4%	27	17.8%	22	16.7%	9	7.4%	8	7.0%	-	0.0%	6	14.3%	11	23.4%	3	8.8%
8. 知的財産権の保護が不十分	17	8.0%	85	45.5%	14	9.2%	8	6.1%	8	6.6%	3	2.6%	-	0.0%	4	9.5%	7	14.9%	2	5.9%
9. 為替規制・送金規制	31	14.6%	58	31.0%	27	17.8%	10	7.6%	4	3.3%	2	1.7%	-	0.0%	4	9.5%	9	19.1%	5	14.7%
10. 輸入規制・通関手続き	27	12.7%	34	18.2%	23	15.1%	11	8.3%	8	6.6%	7	6.1%	2	3.2%	5	11.9%	10	21.3%	5	14.7%
11. 技術系人材の確保が困難	25	11.8%	32	17.1%	21	13.8%	25	18.9%	34	28.1%	28	24.3%	7	11.1%	9	21.4%	12	25.5%	2	5.9%
12. 管理職クラスの人材確保が困難	33	15.6%	30	16.0%	33	21.7%	41	31.1%	34	28.1%	40	34.8%	12	19.0%	14	33.3%	12	25.5%	5	14.7%
13. 労働コストの上昇	43	20.3%	124	66.3%	53	34.9%	36	27.3%	56	46.3%	33	28.7%	9	14.3%	4	9.5%	6	12.8%	6	17.6%
14. 労務問題	45	21.2%	43	23.0%	25	16.4%	14	10.6%	8	6.6%	10	8.7%	5	7.9%	1	2.4%	1	2.1%	3	8.8%
15. 他社との厳しい競争	74	34.9%	103	55.1%	60	39.5%	36	27.3%	53	43.8%	21	18.3%	47	74.6%	11	26.2%	10	21.3%	12	35.3%
16. 代金回収が困難	29	13.7%	37	19.8%	8	5.3%	5	3.8%	3	2.5%	4	3.5%	-	0.0%	1	2.4%	6	12.8%	3	8.8%
17. 資金調達が困難	13	6.1%	7	3.7%	6	3.9%	5	3.8%	1	0.8%	2	1.7%	1	1.6%	2	4.8%	6	12.8%	2	5.9%
18. 地場裾野産業が未発達	25	11.8%	3	1.6%	11	7.2%	16	12.1%	5	4.1%	9	7.8%	-	0.0%	11	26.2%	13	27.7%	3	8.8%
19. 通貨・物価の安定感がない	20	9.4%	12	6.4%	25	16.4%	13	9.8%	4	3.3%	16	13.9%	-	0.0%	3	7.1%	9	19.1%	13	38.2%
20. インフラが未整備	109	51.4%	12	6.4%	43	28.3%	41	31.1%	11	9.1%	17	14.8%	-	0.0%	15	35.7%	28	59.6%	10	29.4%
21. 治安・社会情勢が不安	61	28.8%	39	20.9%	48	31.6%	10	7.6%	29	24.0%	67	58.3%	1	1.6%	12	28.6%	12	25.5%	21	61.8%
22. 投資先国の情報不足	27	12.7%	2	1.1%	7	4.6%	12	9.1%	8	6.6%	11	9.6%	2	3.2%	3	7.1%	15	31.9%	5	14.7%

2015年度調査	1位 インド		2位 インドネシア		2位 中国		4位 タイ		5位 ベトナム		6位 メキシコ		7位 米国		8位 フィリピン		9位 ブラジル		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	162	100%	154	100%	159	100%	118	100%	110	100%	90	100%	62	100%	44	100%	45	100%	33	100%
1. 法制が未整備	25	15.4%	27	17.5%	16	10.1%	4	3.4%	21	19.1%	9	10.0%	-	0.0%	4	9.1%	8	17.8%	18	54.5%
2. 法制の運用が不透明	63	38.9%	62	40.3%	86	54.1%	15	12.7%	34	30.9%	21	23.3%	1	1.6%	13	29.5%	15	33.3%	11	33.3%
3. 徴税システムが複雑	49	30.2%	23	14.9%	13	8.2%	5	4.2%	8	7.3%	8	8.9%	-	0.0%	1	2.3%	9	20.0%	1	3.0%
4. 税制の運用が不透明	39	24.1%	34	22.1%	36	22.6%	6	5.1%	18	16.4%	10	11.1%	-	0.0%	4	9.1%	10	22.2%	5	15.2%
5. 課税強化	23	14.2%	27	17.5%	44	27.7%	11	9.3%	7	6.4%	9	10.0%	8	12.9%	6	13.6%	5	11.1%	1	3.0%
6. 外資規制	26	16.0%	36	23.4%	35	22.0%	15	12.7%	14	12.7%	4	4.4%	-	0.0%	5	11.4%	6	13.3%	5	15.2%
7. 投資許認可手続きが煩雑・不透明	34	21.0%	27	17.5%	41	25.8%	10	8.5%	19	17.3%	8	8.9%	1	1.6%	7	15.9%	4	8.9%	9	27.3%
8. 知的財産権の保護が不十分	15	9.3%	14	9.1%	69	43.4%	5	4.2%	9	8.2%	3	3.3%	1	1.6%	1	2.3%	2	4.4%	1	3.0%
9. 為替規制・送金規制	29	17.9%	26	16.9%	46	28.9%	4	3.4%	6	5.5%	2	2.2%	-	0.0%	3	6.8%	2	4.4%	7	21.2%
10. 輸入規制・通関手続き	24	14.8%	29	18.8%	36	22.6%	8	6.8%	14	12.7%	6	6.7%	-	0.0%	4	9.1%	7	15.6%	5	15.2%
11. 技術系人材の確保が困難	23	14.2%	27	17.5%	15	9.4%	23	19.5%	18	16.4%	21	23.3%	7	11.3%	7	15.9%	4	8.9%	7	21.2%
12. 管理職クラスの人材確保が困難	32	19.8%	38	24.7%	35	22.0%	25	21.2%	22	20.0%	30	33.3%	8	12.9%	15	34.1%	5	11.1%	7	21.2%
13. 労働コストの上昇	22	13.6%	63	40.9%	116	73.0%	60	50.8%	43	39.1%	23	25.6%	16	25.8%	7	15.9%	7	15.6%	2	6.1%
14. 労務問題	34	21.0%	26	16.9%	31	19.5%	9	7.6%	14	12.7%	8	8.9%	9	14.5%	-	0.0%	5	11.1%	1	3.0%
15. 他社との厳しい競争	51	31.5%	49	31.8%	84	52.8%	50	42.4%	23	20.9%	28	31.1%	37	59.7%	5	11.4%	12	26.7%	2	6.1%
16. 代金回収が困難	27	16.7%	11	7.1%	41	25.8%	4	3.4%	5	4.5%	4	4.4%	1	1.6%	-	0.0%	3	6.7%	3	9.1%
17. 資金調達が困難	18	11.1%	3	1.9%	9	5.7%	3	2.5%	2	1.8%	1	1.1%	-	0.0%	2	4.5%	1	2.2%	2	6.1%
18. 地場裾野産業が未発達	19	11.7%	15	9.7%	4	2.5%	9	7.6%	18	16.4%	12	13.3%	1	1.6%	9	20.5%	4	8.9%	5	15.2%
19. 通貨・物価の安定感がない	17	10.5%	31	20.1%	7	4.4%	6	5.1%	13	11.8%	8	8.9%	-	0.0%	3	6.8%	14	31.1%	5	15.2%
20. インフラが未整備	80	49.4%	54	35.1%	11	6.9%	6	5.1%	22	20.0%	14	15.6%	-	0.0%	18	40.9%	13	28.9%	22	66.7%
21. 治安・社会情勢が不安	44	27.2%	36	23.4%	46	28.9%	33	28.0%	6	5.5%	49	54.4%	-	0.0%	10	22.7%	20	44.4%	13	39.4%
22. 投資先国の情報不足	25	15.4%	10	6.5%	2	1.3%	6	5.1%	11	10.0%	13	14.4%	-	0.0%	4	9.1%	8	17.8%	10	30.3%

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	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
全業種	80.5%	76.6%	18.0%	23.0%	1.5%	0.5%
食料品	96.3%	80.0%	3.7%	20.0%	-	-
繊維	85.7%	73.1%	7.1%	23.1%	7.1%	3.8%
紙・パルプ・木材	70.0%	85.7%	30.0%	14.3%	-	-
化学(計)	84.6%	81.1%	15.4%	18.9%	-	-
化学(プラスチック製品を含む)	87.2%	81.1%	12.8%	18.9%	-	-
医薬品	40.0%	80.0%	60.0%	20.0%	-	-
石油・ゴム	63.6%	69.2%	18.2%	30.8%	18.2%	-
窯業・土石製品	88.2%	80.0%	11.8%	13.3%	-	6.7%
鉄鋼	73.3%	86.7%	26.7%	13.3%	-	-
非鉄金属	94.7%	84.6%	5.3%	15.4%	-	-
金属製品	88.2%	63.6%	11.8%	36.4%	-	-
一般機械(計)	80.0%	75.4%	18.2%	24.6%	1.8%	-
一般機械組立	84.1%	71.4%	13.6%	28.6%	2.3%	-
一般機械部品	63.6%	91.7%	36.4%	8.3%	-	-
電機・電子(計)	76.6%	73.6%	23.4%	26.4%	-	-
電機・電子組立	84.2%	84.6%	15.8%	15.4%	-	-
電機・電子部品	71.4%	65.4%	28.6%	34.6%	-	-
輸送用機器(自動車を除く)	81.3%	61.5%	18.8%	38.5%	-	-
自動車(計)	79.2%	71.1%	18.9%	28.1%	1.9%	0.8%
自動車組立	80.0%	83.3%	20.0%	16.7%	-	-
自動車部品	79.2%	70.4%	18.8%	28.7%	2.0%	0.9%
精密機械(計)	71.9%	79.4%	28.1%	20.6%	-	-
精密機械組立	81.8%	83.3%	18.2%	16.7%	-	-
精密機械部品	50.0%	70.0%	50.0%	30.0%	-	-
その他	75.0%	86.4%	21.4%	13.6%	3.6%	-

国内	強化・拡大する		現状程度を維持する		縮小する		検討中	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
全業種	29.6%	34.0%	58.6%	58.3%	6.1%	3.5%	5.7%	4.2%
食料品	33.3%	56.5%	54.2%	34.8%	4.2%	-	8.3%	8.7%
繊維	28.6%	46.2%	60.7%	34.6%	7.1%	15.4%	3.6%	3.8%
紙・パルプ・木材	30.0%	28.6%	70.0%	42.9%	-	28.6%	-	-
化学(計)	36.3%	37.2%	56.0%	57.4%	1.1%	1.1%	6.6%	4.3%
化学(プラスチック製品を含む)	34.9%	33.7%	57.0%	60.7%	1.2%	1.1%	7.0%	4.5%
医薬品	60.0%	100.0%	40.0%	-	-	-	-	-
石油・ゴム	-	23.1%	81.8%	76.9%	18.2%	-	-	-
窯業・土石製品	29.4%	26.7%	58.8%	53.3%	5.9%	20.0%	5.9%	-
鉄鋼	20.0%	13.3%	66.7%	73.3%	13.3%	13.3%	-	-
非鉄金属	23.5%	20.0%	70.6%	80.0%	5.9%	-	-	-
金属製品	22.2%	36.4%	66.7%	59.1%	5.6%	4.5%	5.6%	-
一般機械(計)	25.0%	29.5%	60.7%	63.9%	8.9%	3.3%	5.4%	3.3%
一般機械組立	26.7%	30.6%	62.2%	63.3%	6.7%	4.1%	4.4%	2.0%
一般機械部品	18.2%	25.0%	54.5%	66.7%	18.2%	-	9.1%	8.3%
電機・電子(計)	41.1%	43.5%	49.5%	50.0%	2.1%	1.1%	7.4%	5.4%
電機・電子組立	48.7%	47.5%	41.0%	50.0%	-	2.5%	10.3%	-
電機・電子部品	35.7%	40.4%	55.4%	50.0%	3.6%	-	5.4%	9.6%
輸送用機器(自動車を除く)	25.0%	21.4%	68.8%	71.4%	6.3%	-	-	7.1%
自動車(計)	9.3%	18.2%	70.1%	71.9%	12.1%	3.3%	8.4%	6.6%
自動車組立	-	16.7%	80.0%	50.0%	-	-	20.0%	33.3%
自動車部品	9.8%	18.3%	69.6%	73.0%	12.7%	3.5%	7.8%	5.2%
精密機械(計)	46.9%	57.1%	43.8%	37.1%	9.4%	2.9%	-	2.9%
精密機械組立	50.0%	56.0%	36.4%	36.0%	13.6%	4.0%	-	4.0%
精密機械部品	40.0%	60.0%	60.0%	40.0%	-	-	-	-
その他	45.5%	41.7%	45.5%	53.3%	1.8%	1.7%	7.3%	3.3%

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	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
強化・拡大する	34.4%	33.8%	56.1%	54.4%	48.1%	47.6%	67.7%	66.3%	54.1%	56.5%	64.1%	60.3%
現状程度を維持する	63.8%	63.7%	42.2%	43.6%	49.0%	49.0%	31.2%	32.9%	45.7%	42.0%	35.1%	38.3%
縮小・撤退する	1.8%	2.5%	1.7%	2.1%	2.9%	3.4%	1.1%	0.9%	0.3%	1.5%	0.9%	1.4%

	EU15		中・東欧		トルコ		その他欧州・CIS		ロシア		中近東		アフリカ	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
強化・拡大する	43.8%	48.2%	44.9%	52.3%	58.3%	50.6%	51.0%	50.9%	54.7%	50.6%	62.0%	66.3%	59.0%	53.5%
現状程度を維持する	54.3%	49.3%	54.2%	47.7%	38.9%	48.3%	49.0%	49.1%	44.2%	48.3%	38.0%	33.7%	41.0%	46.5%
縮小・撤退する	2.0%	2.5%	0.9%	-	2.8%	1.1%	-	-	1.2%	1.1%	-	-	-	-

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	39.1%	36.9%	23.0%	38.0%	57.9%	62.2%	51.2%	59.5%	42.3%	46.5%	48.1%	47.8%	52.8%
現状程度を維持する	58.6%	61.9%	72.5%	58.1%	41.1%	36.5%	45.6%	38.6%	54.6%	49.5%	48.6%	48.9%	44.1%
縮小・撤退する	2.3%	1.2%	4.5%	3.8%	1.0%	1.3%	3.3%	2.0%	3.1%	4.0%	3.2%	3.3%	3.1%

	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	74.6%	71.7%	55.7%	44.4%	67.1%	40.0%	69.4%	50.0%	53.7%
現状程度を維持する	23.7%	28.3%	44.3%	55.6%	32.9%	56.7%	30.6%	46.0%	46.3%
縮小・撤退する	1.7%	-	-	-	-	3.3%	-	4.0%	-

資料6. 海外生産比率・海外売上高比率・海外収益比率

業種別 海外生産比率・海外売上高比率 海外収益比率	海外生産比率 1										海外売上高比率 2								海外収益比率 3					
	2013年度 実績		2014年度 実績		2015年度 実績		2016年度 実績見込		中期的計画 (2019年度)		2013年度 実績		2014年度 実績		2015年度 実績		2016年度 実績見込		2014年度 実績		2015年度 実績		2016年度 実績見込	
	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数	回答 社数
食料品	16.5%	27	18.3%	24	16.0%	21	17.9%	21	21.2%	21	18.3%	30	21.7%	27	16.4%	22	18.2%	22	20.8%	26	14.1%	22	12.6%	21
繊維	53.7%	23	55.4%	24	49.8%	25	50.8%	26	51.1%	23	26.7%	23	26.1%	27	27.6%	27	28.0%	27	27.3%	26	21.5%	26	23.5%	26
紙・パルプ・木材	16.0%	10	12.5%	8	13.0%	5	13.0%	5	17.5%	4	13.0%	10	14.0%	10	16.4%	7	17.9%	7	12.8%	9	13.0%	5	11.0%	5
化学 (計)	28.0%	80	28.5%	72	30.0%	82	30.6%	82	33.9%	75	35.7%	89	37.5%	91	38.1%	95	38.2%	92	35.4%	69	36.5%	82	35.9%	81
化学(プラスチック製品を含む)	29.2%	74	29.6%	67	31.1%	77	31.8%	77	35.4%	71	35.8%	83	37.8%	86	37.8%	90	37.8%	87	36.1%	64	36.7%	77	35.9%	76
医薬品	13.3%	6	13.0%	5	13.0%	5	13.0%	5	7.5%	4	33.3%	6	33.0%	5	43.0%	5	45.0%	5	27.0%	5	33.0%	5	35.0%	5
石油・ゴム	37.1%	14	36.1%	9	45.0%	12	45.8%	12	48.6%	11	35.0%	12	31.4%	11	38.1%	13	40.4%	13	34.0%	10	45.0%	13	45.8%	13
窯業・土石製品	33.6%	14	30.6%	16	31.7%	12	32.5%	12	33.2%	11	38.3%	15	39.7%	17	42.3%	15	40.7%	14	35.0%	13	31.7%	12	36.7%	12
鉄鋼	19.0%	15	16.7%	12	17.3%	13	17.3%	13	22.5%	12	22.5%	16	25.0%	14	26.3%	15	24.2%	13	17.7%	11	13.3%	12	14.2%	12
非鉄金属	37.9%	17	28.5%	17	29.8%	21	30.2%	21	34.5%	21	28.3%	21	28.2%	19	31.4%	25	33.8%	25	22.2%	18	28.5%	23	32.0%	23
金属製品	38.5%	17	38.9%	18	38.8%	21	40.5%	20	43.9%	19	42.8%	18	36.7%	18	40.7%	21	42.1%	21	40.3%	17	43.0%	20	42.0%	20
一般機械 (計)	23.7%	52	29.9%	45	27.4%	51	28.3%	49	30.5%	47	39.2%	57	45.0%	51	43.7%	60	43.8%	56	36.4%	43	39.7%	51	37.1%	47
一般機械組立	24.8%	41	28.0%	37	26.2%	42	27.2%	41	29.9%	39	41.0%	45	43.8%	40	44.6%	48	45.0%	45	33.3%	35	41.0%	42	38.8%	39
一般機械部品	19.5%	11	38.8%	8	32.8%	9	33.8%	8	33.8%	8	32.5%	12	49.6%	11	40.0%	12	38.6%	11	50.0%	8	33.9%	9	28.8%	8
電機・電子 (計)	48.6%	84	41.9%	81	45.4%	76	46.2%	75	46.0%	69	48.1%	93	47.4%	90	48.5%	92	48.9%	89	34.9%	72	39.6%	74	40.6%	73
電機・電子組立	43.1%	32	30.5%	31	40.2%	31	41.3%	30	39.6%	28	43.1%	36	41.0%	35	42.0%	40	42.1%	38	28.1%	29	32.1%	31	33.0%	30
電機・電子部品	51.9%	52	49.0%	50	49.0%	45	49.4%	45	50.4%	41	51.3%	57	51.6%	55	53.5%	52	54.0%	51	39.4%	43	45.0%	43	45.9%	43
輸送用機器(自動車を除く)	23.6%	14	23.1%	16	29.6%	13	29.6%	13	33.0%	10	37.1%	14	30.0%	16	37.3%	13	37.3%	13	25.6%	16	31.9%	13	34.2%	13
自動車 (計)	43.0%	102	44.6%	98	46.8%	114	47.1%	111	50.0%	103	42.2%	107	43.6%	103	47.1%	117	47.4%	114	46.3%	94	47.2%	112	47.4%	109
自動車組立	40.0%	6	50.0%	4	50.0%	4	48.3%	3	55.0%	2	55.0%	7	67.0%	5	71.0%	5	72.5%	4	68.3%	3	68.3%	3	80.0%	2
自動車部品	43.2%	96	44.4%	94	46.7%	110	47.0%	108	50.0%	101	41.3%	100	42.5%	98	46.0%	112	46.5%	110	45.6%	91	46.7%	109	46.8%	107
精密機械 (計)	25.7%	28	32.2%	29	25.3%	34	25.9%	34	30.8%	33	49.5%	29	45.3%	31	44.1%	34	45.6%	34	42.8%	23	47.3%	31	43.1%	32
精密機械組立	23.4%	19	20.3%	19	22.2%	25	23.0%	25	27.9%	24	55.0%	20	45.0%	21	48.2%	25	49.8%	25	45.7%	15	47.6%	23	42.9%	24
精密機械部品	30.6%	9	55.0%	10	33.9%	9	33.9%	9	38.3%	9	37.2%	9	46.0%	10	32.8%	9	33.9%	9	37.5%	8	46.3%	8	43.8%	8
その他	36.8%	50	33.0%	45	29.4%	54	29.0%	53	30.9%	51	31.8%	57	29.2%	53	30.0%	60	29.8%	58	25.7%	45	24.6%	54	26.5%	52
全体	35.2%	547	35.1%	514	35.6%	554	36.1%	547	38.5%	510	37.5%	591	37.9%	578	39.6%	616	40.0%	598	34.3%	492	36.4%	550	36.5%	539

- 1 海外生産比率: (海外生産高) / (国内生産高 + 海外生産高)
- 2 海外売上高比率: (海外売上高) / (国内売上高 + 海外売上高)
- 3 海外収益比率: (海外事業の営業利益) / (国内事業の営業利益 + 海外事業の営業利益)

売上高・収益 満足度評価(地域別詳細)

(1) 売上高

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

2013年度実績

全体平均	2.71
1 北米	2.98
2 NIEs 3	2.90
3 メキシコ	2.82
4 EU 15	2.81
5 中・東欧	2.77
6 ASEAN 5	2.72
7 トルコ	2.70
8 ベトナム	2.66
9 ロシア	2.59
10 中国	2.58
11 ブラジル	2.51
12 インド	2.28
ASEAN 5 内訳	
1 シンガポール	2.83
2 フィリピン	2.79
3 マレーシア	2.69
4 インドネシア	2.68
5 タイ	2.67

2014年度実績

全体平均	2.66
1 北米	3.03
2 メキシコ	2.89
3 NIEs 3	2.86
4 中・東欧	2.84
5 EU 15	2.81
6 ベトナム	2.78
7 トルコ	2.58
8 ASEAN 5	2.57
9 中国	2.48
10 インド	2.46
11 ブラジル	2.29
12 ロシア	2.24
ASEAN 5 内訳	
1 シンガポール	2.73
2 フィリピン	2.72
3 インドネシア	2.53
4 マレーシア	2.51
5 タイ	2.50

2015年度実績

全体平均	2.56
1 北米	2.88
2 ベトナム	2.84
3 中・東欧	2.83
4 メキシコ	2.82
5 EU 15	2.78
6 NIEs 3	2.68
7 トルコ	2.59
8 ASEAN 5	2.46
9 中国	2.42
10 インド	2.31
11 ロシア	2.23
12 ブラジル	2.08
ASEAN 5 内訳	
1 フィリピン	2.64
2 シンガポール	2.54
3 タイ	2.52
4 マレーシア	2.38
5 インドネシア	2.29

(2) 収益

2012年度実績

全体平均	2.56
1 ASEAN 5	2.72
1 メキシコ	2.72
1 北米	2.72
4 NIEs 3	2.63
4 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
8 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

2013年度実績

全体平均	2.65
1 NIEs 3	2.87
2 北米	2.83
3 EU 15	2.79
4 中・東欧	2.77
5 トルコ	2.67
5 ベトナム	2.67
7 ASEAN 5	2.65
8 メキシコ	2.64
9 ロシア	2.57
10 中国	2.50
11 ブラジル	2.42
12 インド	2.24
ASEAN 5 内訳	
1 シンガポール	2.78
2 フィリピン	2.75
3 マレーシア	2.64
4 タイ	2.62
5 インドネシア	2.55

2014年度実績

全体平均	2.62
1 NIEs 3	2.86
2 ベトナム	2.85
3 北米	2.84
4 中・東欧	2.78
5 メキシコ	2.72
6 EU 15	2.68
7 ASEAN 5	2.58
7 トルコ	2.58
9 中国	2.47
10 インド	2.42
11 ブラジル	2.24
12 ロシア	2.19
ASEAN 5 内訳	
1 シンガポール	2.73
2 フィリピン	2.63
3 マレーシア	2.58
4 タイ	2.56
5 インドネシア	2.47

2015年度実績

全体平均	2.61
1 ベトナム	2.86
2 北米	2.82
3 EU 15	2.79
4 メキシコ	2.78
5 中・東欧	2.77
6 NIEs 3	2.71
7 ASEAN 5	2.57
7 トルコ	2.57
9 中国	2.46
10 ロシア	2.43
11 インド	2.31
12 ブラジル	2.14
ASEAN 5 内訳	
1 フィリピン	2.76
2 シンガポール	2.65
3 タイ	2.62
4 マレーシア	2.49
5 インドネシア	2.39

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	117	370	31.6%
2 北米	109	405	26.9%
3 ベトナム	48	184	26.1%
4 中国	138	535	25.8%
5 インドネシア	56	266	21.1%
6 メキシコ	32	153	20.9%
7 マレーシア	38	193	19.7%
8 NIEs 3	45	240	18.8%
9 フィリピン	26	140	18.6%
10 EU 15	52	279	18.6%
11 中・東欧	15	96	15.6%
12 シンガポール	29	231	12.6%
14 インド	19	202	9.4%
13 ロシア	6	83	7.2%
15 ブラジル	8	122	6.6%
16 トルコ	3	69	4.3%

(注) 海外進出先地域・国における2015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) 売上高と収益の両方に回答した企業分を集計。

	1位 インド		2位 中国		3位 インドネシア		4位 ベトナム		5位 タイ		6位 メキシコ		7位 米国		8位 フィリピン		9位 ミャンマー		10位 ブラジル	
	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	230	100%	203	100%	173	100%	158	100%	142	100%	125	100%	93	100%	51	100%	49	100%	35	100%
計画あり	92	40.0%	99	48.8%	76	43.9%	57	36.1%	53	37.3%	57	45.6%	45	48.4%	25	49.0%	10	20.4%	13	37.1%
計画なし	133	57.8%	94	46.3%	91	52.6%	96	60.8%	80	56.3%	66	52.8%	43	46.2%	24	47.1%	36	73.5%	19	54.3%
無回答	5	2.2%	10	4.9%	6	3.5%	5	3.2%	9	6.3%	2	1.6%	5	5.4%	2	3.9%	3	6.1%	3	8.6%

	11位 マレーシア		12位 シンガポール		13位 台湾		14位 ドイツ		15位 ロシア		16位 韓国		17位 トルコ		17位 カンボジア		19位 オーストラリア		20位 イラン	
	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	33	100%	23	100%	22	100%	20	100%	17	100%	15	100%	12	100%	12	100%	11	100%	8	100%
計画あり	12	36.4%	12	52.2%	9	40.9%	11	55.0%	6	35.3%	9	60.0%	6	50.0%	5	41.7%	5	45.5%	3	37.5%
計画なし	20	60.6%	11	47.8%	13	59.1%	9	45.0%	10	58.8%	6	40.0%	5	41.7%	7	58.3%	6	54.5%	4	50.0%
無回答	1	3.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.9%	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%

(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。

わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告(第28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 / 2016年12月12日

©国際協力銀行 2016

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 : 03-5218-3962

E-mail : fdi@jbic.go.jp

(再生紙を使用しています。)