

第1回
「海外取引・進出に関する動向」
調査

2014 年8月

あなたの会社の **e-審査部**
リスクモンスター株式会社

<http://www.riskmonster.co.jp>

■ 調査の概要

1. 調査名称

第1回「海外取引・進出に関する動向」調査

2. 調査方法

インターネット調査

3. 調査エリア

全国

4. 期間

2014年6月20日(金)～6月22日(日)

5. 調査対象者

20～59歳の有職者(管理職) 男女個人 1,000人

6. 有効回収数

1,000サンプル

7. 回答者の属性

性別・年代 平均 47.46 歳

	20代	30代	40代	50代	合計
男性	5	167	370	387	929
女性	0	12	34	25	71
合計	5	179	404	412	1,000

地域

北海道	東北	関東	中部	近畿	中・四国	九州	合計
23	36	552	142	165	34	48	1,000

役職

役員・役員	本部長・ 事業部長	部長	課長	係長	合計
49	37	228	615	71	1,000

勤務企業の売上高

10億円以上 50億円未満	50億円以上 100億円未満	100億円以上	合計
203	104	693	1,000

勤務企業の資本金

1,000万円以上 3,000万円未満	3,000万円以上 5,000万円未満	5,000万円以上 1億円未満	1億円以上	合計
70	57	101	772	1,000

1. 調査結果

[1] 「海外取引・進出に関する動向」／海外企業との取引状況

管理職以上の有職者 1,000 人に対して、勤務先における海外企業との取引状況を調査したところ、「海外企業との取引はない」と回答したのは 41.6%となり、6割近くが海外企業との取引を行っている結果となった。

取引先として最も多く挙げられた国・地域は、「中国」(回答率 46.6%)であり、以下、第2位「アメリカ」(同 42.1%)、第3位「ヨーロッパ」(同 36.9%)、第4位「韓国」(同 33.4%)、第5位「台湾」(同 32.8%)と続いた。(図表A)

我が国の貿易相手国としては、近年、中国がアメリカと同等またはそれ以上の存在となっているが、今回の調査においても、その実態を表す結果が表れている。

また、その他のアジア諸国との取引も盛んに行われていることが調査結果に表れたことから、取引がある地域としてアジアを選択した回答に対して、最も取引が大きい国を調査したところ、「中国」(同 61.3%)が第1位となり、続いて第2位「タイ」(同 9.9%)、第3位「台湾」(同 7.6%)、第4位「韓国」(同 6.4%)、第5位「シンガポール」(同 5.0%)という結果となった。(図表B)

アジア諸国と取引を行っている回答したうちの約6割において、中国が最大の取引国となっている状況が明らかとなり、日本企業における中国の存在の大きさが浮き彫りになる結果となった。

[2] 「海外取引・進出に関する動向」／アジア諸国との取引の目的

アジア諸国との取引における目的を調査したところ、「輸出」や「現地の市場」をターゲットとした取引が最も多く(回答率 48.1%)、続いて「生産」の委託などを目的とした取引(同 35.2%)、「輸入」目的(同 16.8%)の順となった。(図表C)

取引国別の特徴としては、[1]で第1位となった「中国」に対する取引の目的は、「輸出」や「現地の市場」をターゲットとした取引(同 46.2%)、「生産」を目的とした取引(同 34.2%)、「輸入」を目的とした取引(同 19.5%)の順となった。その他の国では、「輸出」や「現地の市場」をターゲットとした取引を主とした目的になっている国として、「マレーシア」(同 71.4%)、「台湾」(同 70.7%)、「シンガポール」(同 66.7%)、「韓国」(同 60.0%)が挙げられ、「生産」が主な目的となっている国としては、「フィリピン」(同 100.0%)、「ベトナム」(同 62.5%)、「タイ」(同 55.6%)が、上位となった。

[3] 「海外取引・進出に関する動向」／アジア諸国との取引動向

アジア諸国との取引動向においては、ほぼ半数が「取引動向に変化はない」(回答率 50.6%)と回答した一方で、「取引が増加している」(同 36.5%)にも4割近い回答が得られたことから、今後とも積極的に取引を行っていく姿勢がうかがえる。(図表D)

また、アジア諸国との取引方針の理由を調査したところ、「取引が減少している」、「取引が増加している」のいずれの場合においても、「海外需要の増減」を最も主要な要因として挙げられていることから、海外マーケットに対して期待する日本企業が数多く存在しており、今後は海外需要を如何に取り込めるかによって業績が左右されるものと言える。(図表E)

[4] 「海外取引・進出に関する動向」／海外への進出状況

調査対象者1,000人に対して、勤務先における海外への進出状況を調査したところ、「海外に進出していない」と回答したのは49.2%となり、ほぼ半数が海外へ進出している結果となった。

進出先として最も多く挙げられた国・地域は、「中国」(回答率 35.2%)であり、以下、第2位「アメリカ」(同 31.3%)、第3位「ヨーロッパ」(同 27.4%)、第4位「タイ」(同 24.9%)、第5位「シンガポール」(同 21.5%)と続いた。(図表F)

[1]における取引国と上位3位までは同様の結果となったが、第4位以降については、取引国と進出国との相違がうかがえる結果となった。

また、その他のアジア諸国に対しても盛んに進出していることが調査結果に表れたことから、進出先の地域としてアジアを選択した回答に対してしてみると、「中国」(同 54.7%)が第1位となり、続いて第2位「タイ」(同 11.5%)、第3位「シンガポール」(同 8.7%)、第4位「ベトナム」(同 8.2%)、第5位「インドネシア」(同 5.0%)という結果となった。(図表G)

アジアに進出していると回答したうちの約半数が、最も主要な進出国として中国を挙げており、第2位以降の国々については、中国プラスワンの候補先として列挙される国が多くみられることから、今回の調査結果は日本企業とアジア諸国との関係の実態を表しているものといえる。

[5] 「海外取引・進出に関する動向」／海外進出の目的

アジア諸国への進出目的を調査したところ、「生産」を目的とした進出が最も多く(回答率 48.2%)、続いて「輸出」や「現地の市場」をターゲットとした進出(同 44.5%)、「輸入」目的(同 7.4%)の順となった。(図表H)

取引国別の特徴としては、[4]で第1位となった「中国」への進出目的は、「生産」目的の進出(同 44.8%)、「輸出」や「現地の市場」を目的とした進出(同 44.0%)、「輸入」目的の進出(同 11.1%)の順となった。その他の国では、「生産」目的の進出として、「フィリピン」(同 100.0%)、「マレーシア」(同 77.8%)、「タイ」(同 69.8%)、「輸出」や「現地の市場」を目的とした進出として、「台湾」(同 75.0%)、「シンガポール」(同 65.0%)、「韓国」(同 64.7%)が上位となった。

[6] 「海外取引・進出に関する動向」／海外からの撤退動向

アジア諸国に進出している回答に対して、撤退動向を調査したところ、「撤退は考えていない」(回答率 84.6%)が最も多い結果となり、進出企業の大多数が、今後も継続的に海外での事業展開を図っていく姿勢が表れている。

一方で、少数ながらも撤退を検討している理由としては、「進出先の賃金が高騰している」(同 6.5%)、「日本と相手国間の政治背景が悪化している」(同 5.4%)などが主な理由として挙げられており、海外進出におけるリスクが垣間見える結果となった。(図表D)

2. 総評

最近の日本経済においては、いわゆるアベノミクスによる経済政策によって、景気回復の兆しが見えつつある。しかし、ほんの数年前を振り返ってみると、国内の経済は、景気低迷によってデフレに陥り、為替は円高状態となるなど、厳しい経済環境が続いていた。

かかる中で、円高を利用するには海外への投資が有効であると考え、多くの企業が海外に進出し、デフレ経済に勝ち抜くための低コスト戦略や、海外マーケットへの積極的な売り込み戦略によって、収益を捻出してきたのである。

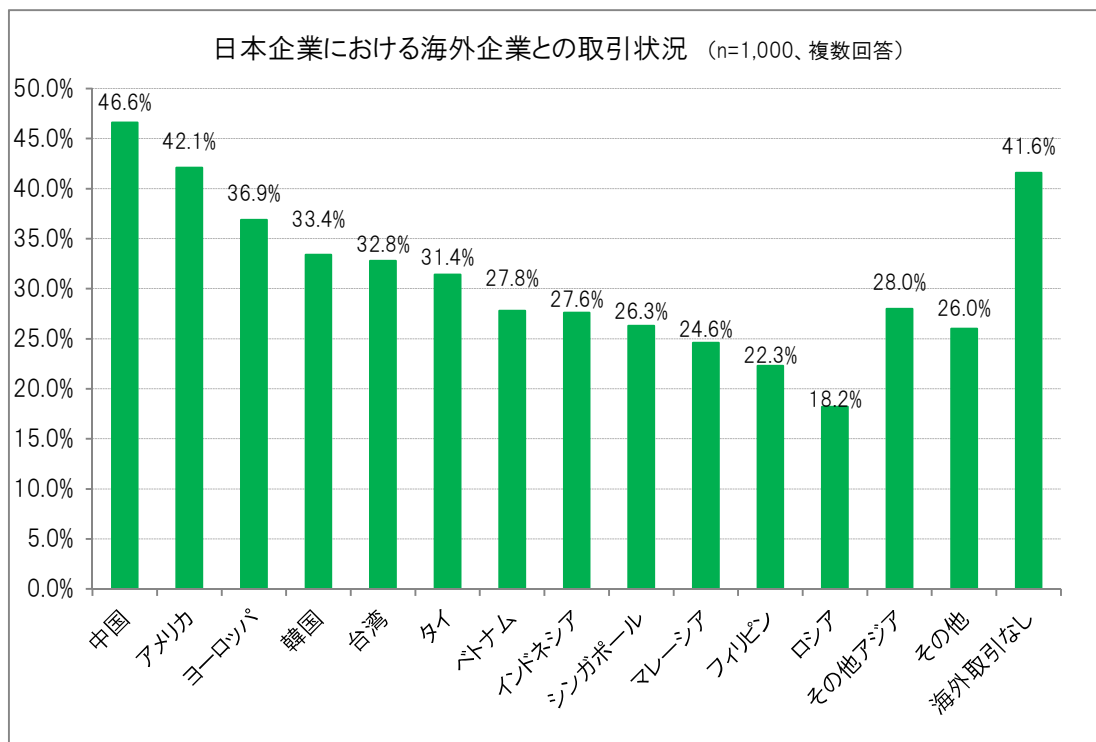
昨今、アベノミクスによって景気が好転し始め、為替が円安傾向に転じているにもかかわらず、今回の調査結果に見られるように、企業の海外志向は弱まることなく、今後も積極的な展開を図っていかうという姿勢にあるのは、何故であろうか。

そこには、長きにわたって続いていた景気低迷による消費冷え込みの後遺症、少子高齢化の影響による人口減少など、多くの日本企業が内需に対して厳しい見通しを持っているからに他ならないのであろう。

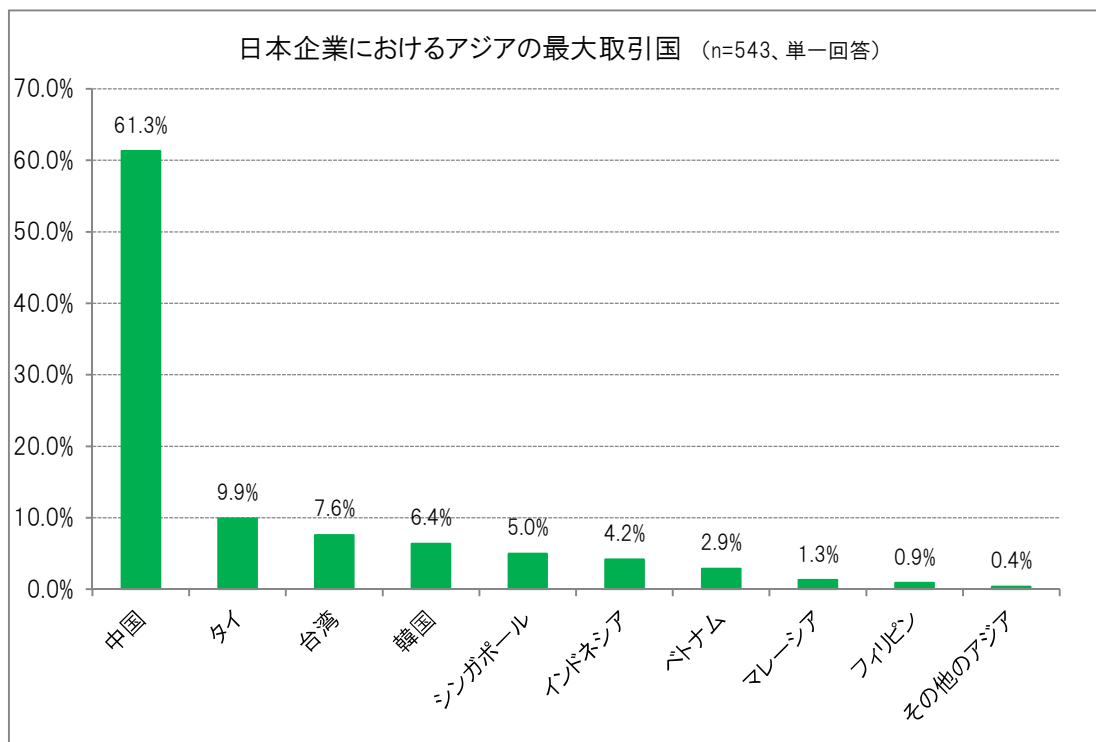
しかし、海外取引や海外進出を行うことにも、当然のことながらリスクはある。TPP(環太平洋戦略的経済連携協定)などの国家間連携の動向によって、経済環境が大きく変わる可能性もあれば、近年、近隣の国々と生じている政治的な軋轢は、東アジア諸国との取引関係に大きな影響を及ぼしかねない一因であると言えるし、先日発覚した、大手ファストフードにおける生産工程におけるトラブルなども、十分に警戒しなければならない要素である。相手国との文化の違い、慣習の違いなどがビジネスにおける重大なリスクになり得ることを忘れてはならない。

その上で、日本企業には、それらのリスクを乗り越え、海外との取引や海外への進出によって収益力を高め、内需および国内景気の向上に貢献してくれることを期待したい。

図表A 第1回「海外取引・進出に関する動向」アンケート／海外企業との取引状況



図表B 第1回「海外取引・進出に関する動向」アンケート／アジア企業との取引状況



図表C 第1回「海外取引・進出に関する動向」アンケート／海外企業との取引の目的

(n=543)

業種	生産	輸出・マーケット	輸入
全体	35.2%	48.1%	16.8%
中国	34.2%	46.2%	19.5%
タイ	55.6%	33.3%	11.1%
台湾	17.1%	70.7%	12.2%
韓国	17.1%	60.0%	22.9%
シンガポール	29.6%	66.7%	3.7%
インドネシア	39.1%	43.5%	17.4%
ベトナム	62.5%	31.3%	6.3%
マレーシア	28.6%	71.4%	0.0%
フィリピン	100.0%	0.0%	0.0%
その他のアジア	0.0%	50.0%	50.0%

図表D 第1回「海外取引・進出に関する動向」アンケート／海外企業との取引方針

(n=543)

業種	取引が減少している	取引が増加している	変化なし
合計	12.9%	36.5%	50.6%
中国	16.8%	33.3%	49.8%
タイ	7.4%	48.1%	44.4%
台湾	4.9%	43.9%	51.2%
韓国	5.7%	31.4%	62.9%
シンガポール	7.4%	33.3%	59.3%
インドネシア	4.3%	43.5%	52.2%
ベトナム	6.3%	50.0%	43.8%
マレーシア	14.3%	42.9%	42.9%
フィリピン	20.0%	40.0%	40.0%
その他のアジア	0.0%	0.0%	100.0%

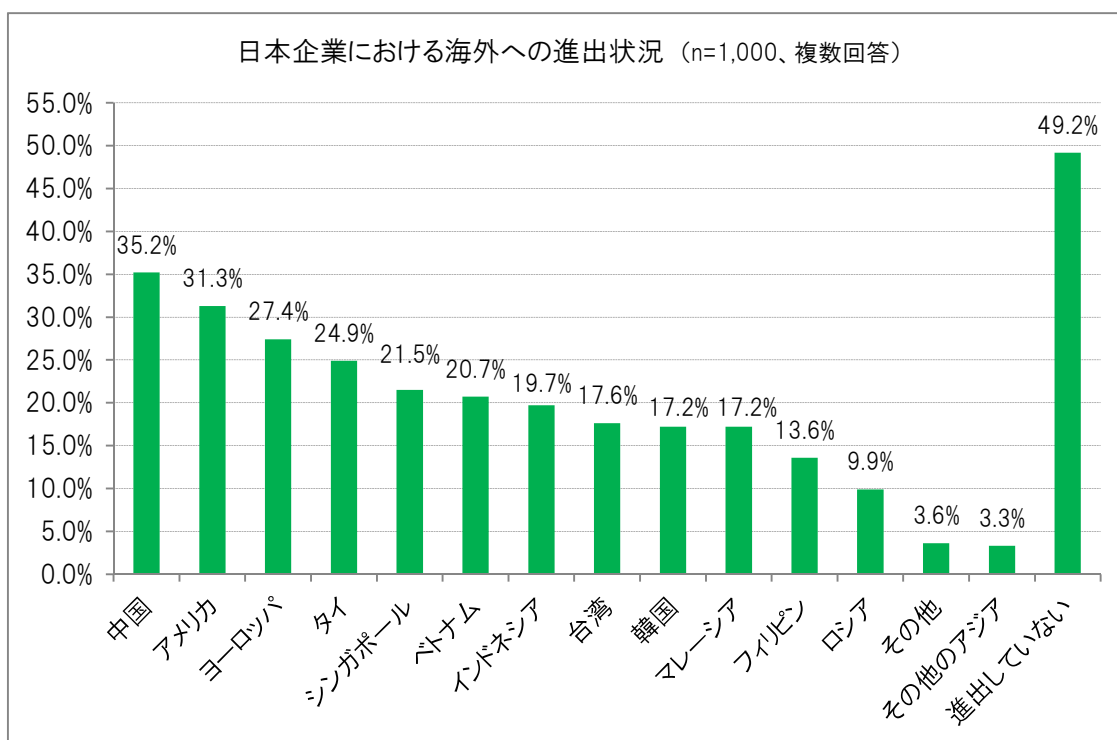
図表E 第1回「海外取引・進出に関する動向」アンケート／取引方針変化の理由

(n=268 複数回答)

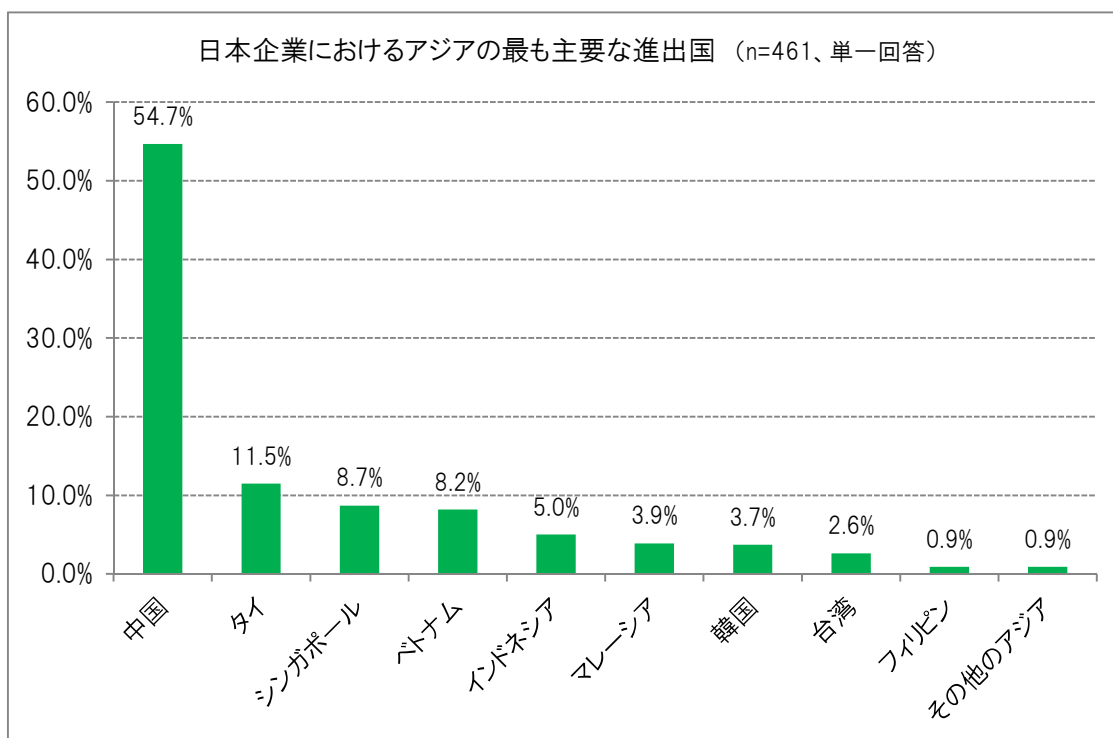
	取引が減少している理由									
	海外需要が増加している	海外需要が減少している	国内需要が増加している	国内需要が増加している	国内の調達コストが高い	海外の調達コストが安い	人件費削減	円高	円安	その他
全体	4.3%	37.1%	17.1%	5.7%	7.1%	7.1%	14.3%	5.7%	14.3%	7.1%
中国	5.4%	32.1%	16.1%	7.1%	7.1%	8.9%	17.9%	7.1%	17.9%	5.4%
タイ	-	50.0%	50.0%	-	-	-	-	-	-	-
台湾	-	50.0%	-	-	50.0%	-	-	-	-	-
韓国	-	100.0%	-	-	-	-	-	-	-	-
シンガポール	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0%
インドネシア	-	100.0%	-	-	-	-	-	-	-	-
ベトナム	-	100.0%	-	-	-	-	-	-	-	-
マレーシア	-	100.0%	-	-	-	-	-	-	-	-
フィリピン	-	-	100.0%	-	-	-	-	-	-	-

	取引が増加している理由									
	海外需要が増加している	海外需要が減少している	国内需要が増加している	国内需要が増加している	国内の調達コストが高い	海外の調達コストが安い	人件費削減	円高	円安	その他
全体	71.2%	1.0%	9.1%	15.2%	9.6%	12.1%	9.1%	1.0%	4.0%	2.5%
中国	69.4%	0.9%	9.9%	14.4%	11.7%	11.7%	8.1%	0.9%	5.4%	2.7%
タイ	73.1%	3.8%	11.5%	15.4%	19.2%	11.5%	11.5%	-	3.8%	-
台湾	77.8%	-	-	16.7%	-	16.7%	5.6%	5.6%	-	5.6%
韓国	54.5%	-	18.2%	27.3%	-	18.2%	-	-	9.1%	-
シンガポール	88.9%	-	-	22.2%	-	-	-	-	-	-
インドネシア	90.0%	-	-	10.0%	-	10.0%	20.0%	-	-	-
ベトナム	50.0%	-	12.5%	-	12.5%	25.0%	25.0%	-	-	12.5%
マレーシア	100.0%	-	33.3%	-	-	-	-	-	-	-
フィリピン	50.0%	-	-	50.0%	-	-	50.0%	-	-	-

図表F 第1回「海外取引・進出に関する動向」アンケート／海外への進出状況



図表G 第1回「海外取引・進出に関する動向」アンケート／アジア諸国への進出状況



図表H 第1回「海外取引・進出に関する動向」アンケート／海外進出の目的

(n=461)

業種	生産	輸出・マーケット	輸入
全体	48.2%	44.5%	7.4%
中国	44.8%	44.0%	11.1%
タイ	69.8%	26.4%	3.8%
シンガポール	35.0%	65.0%	0.0%
ベトナム	52.6%	42.1%	5.3%
インドネシア	52.2%	47.8%	0.0%
マレーシア	77.8%	22.2%	0.0%
韓国	23.5%	64.7%	11.8%
台湾	25.0%	75.0%	0.0%
フィリピン	100.0%	0.0%	0.0%
その他のアジア	25.0%	75.0%	0.0%

図表I 第1回「海外取引・進出に関する動向」アンケート／海外進出の理由

(n=461 複数回答)

	進出先の賃金が安い	進出先の物価が安い	政治背景が良好 日本と相手国間の	進出先のマーケットに 需要がある	その他
全体	35.4%	15.2%	12.8%	63.6%	2.4%
中国	34.5%	13.9%	2.8%	65.1%	3.2%
タイ	45.3%	26.4%	30.2%	58.5%	1.9%
シンガポール	45.0%	12.5%	27.5%	52.5%	2.5%
ベトナム	21.1%	7.9%	23.7%	76.3%	-
インドネシア	39.1%	13.0%	21.7%	69.6%	-
マレーシア	50.0%	22.2%	22.2%	50.0%	5.6%
韓国	17.6%	17.6%	5.9%	76.5%	-
台湾	8.3%	-	33.3%	66.7%	-
フィリピン	100.0%	50.0%	-	25.0%	-
その他のアジア	-	25.0%	50.0%	25.0%	-

図表J 第1回「海外取引・進出に関する動向」アンケート／海外からの撤退動向

(n=461 複数回答)

	進出先 の賃金 が高騰	進出先 の物価 が高騰	日本と 相手国 間の政 治	進出先 のマー ケット に	計画通 りの品 質や効 率	撤退は 考えて いない	そ の 他
全体	6.5%	3.3%	5.4%	3.0%	3.5%	84.6%	2.2%
中国	7.5%	1.6%	5.2%	2.4%	3.2%	84.9%	2.8%
タイ	3.8%	7.5%	5.7%	-	5.7%	86.8%	1.9%
シンガポール	7.5%	12.5%	7.5%	-	2.5%	80.0%	2.5%
ベトナム	7.9%	5.3%	2.6%	10.5%	5.3%	81.6%	-
インドネシア	4.3%	-	4.3%	4.3%	4.3%	87.0%	-
マレーシア	-	-	11.1%	16.7%	-	77.8%	-
韓国	5.9%	-	5.9%	-	-	94.1%	-
台湾	8.3%	-	8.3%	-	8.3%	75.0%	8.3%
その他のアジア	-	-	-	-	-	100.0%	-
フィリピン	-	-	-	-	-	100.0%	-