

みずほレポート

2013年5月14日

中国からASEANへのシフト に舵を切り出す日本企業

—2013年2月アジアビジネスアンケート調査結果

- ◆ 今回調査では、1999年度の調査開始以降、ASEANが初めて中国を抜いて国際ビジネス展開上の注力地域の首位に。日本企業が中国からASEANシフトに舵を切り出している様子が窺われた。
- ◆ アジアにおける売上見通しは、2012年度に関しては中国・NIESで1年前の調査に比べて下ぶれ。2013年度に関してはアジア全域で売上は持ち直すと見込む企業が多かった。
- ◆ 2012年度のアジア拠点の収益満足度は、アジア全域で低下。ただし、ASEAN拠点ではDI（満足－不満）がプラスを維持した一方、中国拠点ではDIが大幅なマイナスと明暗が分かれた。
- ◆ アジアビジネスにおける課題としては、中国拠点・ASEAN拠点いずれも人件費上昇が最多回答となったが、中国拠点では日中関係を懸念する回答も急増した。
- ◆ アジアビジネス支援に関する日本の新政権への期待としては、円高是正、日中関係改善、広域FTA推進（TPPなど）が上位となった。とりわけ、日中関係の改善が切に望まれる。

アジア調査部主任 研究員 酒向浩二
03-3591-1375 koji.sako@mizuho-ri.co.jp
アジア調査部 研究員 杉田智沙
03-3591-1368 chisa.sugita@mizuho-ri.co.jp

●当レポートは情報提供のみを目的として作成されたものであり、商品の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。また、本資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。

目 次

| | |
|--|----|
| 1. はじめに～中国ビジネスの収益環境が厳しさを増すなか、浮上するASEAN～ | 1 |
| 2. アジアビジネスへの取り組み（全企業（1,303社）の回答） | 2 |
| (1) 約7割がアジアビジネスを実施 | 2 |
| (2) ビジネス拠点を設ける動きが多業種に広がる | 3 |
| 3. 製品売上・調達と為替見通し（アジアビジネス実施企業（911社）の回答） | 5 |
| (1) アジア全域において2013年度の売上は回復へ | 5 |
| (2) 前回調査と比較すると、中国・NIESで2012年度の売上見通しは下ぶれ | 6 |
| (3) アジアからの調達は伸びが鈍化 | 7 |
| (4) 人民元は緩やかな上昇を見込む、その他の通貨は安定を見込む | 9 |
| 4. アジア拠点の現状と今後の取り組み（アジア進出企業（399社）の回答） | 10 |
| (1) 拠点展開は、中国では頭打ち、矛先はASEANへ | 10 |
| (2) 収益満足度はASEANでは改善、中国では大幅に悪化 | 13 |
| (3) 在庫は中国で過剰感が強まる | 14 |
| (4) 拠点別取り組み、中国で既存拠点のオペレーション強化、ASEANで拠点新設の動き | 15 |
| 5. 中国拠点の現状と今後の取り組み（中国進出企業（283社）の回答） | 18 |
| (1) 中国拠点は、華東を中心とする沿海部に集中 | 18 |
| (2) 中国進出時の狙いは、「生産コスト削減」から「中国国内販売」へ | 19 |
| (3) 進出時の狙いの達成度は「生産コスト削減」・「中国国内販売」共に低下 | 20 |
| (4) ほとんどの業種で収益満足度が悪化 | 21 |
| (5) 経営上の課題は、「シェア拡大」・「人材育成」・「コスト削減」・「現調率向上」・「知財権対策」 | 22 |
| (6) 投資環境は、「インフラ整備」で大幅な改善、「環境汚染」で悪化を見込む | 23 |
| (7) コスト上昇には、「付加価値向上・中国国内販売」で対応、「移転」を検討する企業も増加 | 24 |
| (8) 市場開拓の注力先は今後も沿海部が中心 | 26 |
| (9) 中国政府に「環境汚染対策」・「透明性」・「法執行力」を求む | 27 |
| (10) 中国ビジネス上の懸念は、「人件費の上昇」、「日中関係」、「中国の景気鈍化」 | 28 |

| | |
|--|----|
| 6. ASEAN拠点の現状と今後の取り組み（ASEAN進出企業（229社）の回答） | 29 |
| （1）ASEANで最重視する拠点は、タイが過半、インドネシア、ベトナムが続く | 29 |
| （2）コスト上昇には、「付加価値向上」・「機械設備導入」・「ASEAN域内販売」で対応 | 30 |
| （3）ASEANにおける市場開拓のターゲットは広範な国に分散 | 31 |
| （4）進出時の狙いは、タイで「コスト削減」、インドネシア・ベトナムで「域内販売」が伸長 | 32 |
| （5）進出時の狙いの達成度は、インドネシアで「域内販売」、ベトナムで「コスト削減」が上昇 | 34 |
| （6）経営上の最優先課題は、タイで「コスト削減」、ベトナムとインドネシアで「シェア拡大」 | 36 |
| （7）3カ国ともに共通する投資環境の懸念事項は、「労働者の供給量」 | 39 |
| （8）3カ国とも「インフラ整備」が求められ、タイ政府には「治水」、「人材供給」も期待 | 42 |
| （9）ASEANビジネス上の懸念は、「人件費の上昇」が約7割 | 44 |
| 7. 国際ビジネスを展開する上での注力地域（全企業（1,303社）の回答） | 45 |
| （1）中国を抑えてASEANが首位に | 45 |
| （2）アジア重視の理由は「市場拡大」、ASEANでは「投資分散先」、中国では「調達先」も評価 | 45 |
| （3）ASEANを最重視する業種数が、中国を最重視する業種数を上回る | 48 |
| （4）時系列で見ると、長らく続いた中国から相対的に優れたASEANに事業展開の矛先がシフト | 49 |
| 8. アジアビジネスに関する日本の新政権への期待（全企業（1,303社）の回答） | 50 |
| 9. 最後に～日本企業のアジアビジネスの矛先は中国からASEANにシフト～ | 51 |

1. はじめに～中国ビジネスの収益環境が厳しさを増すなか、浮上するASEAN～

みずほ総合研究所では1999年度以降、会員企業を対象として、「アジアビジネスに関するアンケート調査」¹を毎年度実施している。2012年度調査は、2013年2月に、みずほ総合研究所の会員企業の内、資本金1,000万円以上の製造業4,699社（日本国内）に調査票を発送し、1,303社からの有効回答を得た。本稿は、2012年度調査結果を前回の2011年度調査（2012年2月に実施、4,767社中1,243社から有効回答）と比較したうえでまとめたものである。

2012年のアジアの経済状況を振り返ると、政府債務問題を抱える欧米の緊縮財政が重しとなって世界経済は減速し、その影響を受けて、中国（11年+9.3%→12年+7.8%）・インド（11年+7.5%→12年+5.0%）・NIES（11年+4.0%→12年+1.7%）の成長率は減速した。一方で、人口規模の比較的大きいインドネシアとフィリピンでは堅調な個人消費が景気を下支えし、タイでは2011年に発生した洪水の復興需要、マレーシアでは資源・物流分野の大型投資が輸出鈍化を下支えした。そうしたかあいあって、ASEAN5の成長率が上向いた（11年+4.5%→12年+6.1%）点は注目される。

このような経済環境下、2012年の日本企業のアジア拠点の収益満足度は、中国・NIES・インドでは悪化したが、ASEANにおいては改善した。さらに、日本企業の海外展開における最有望先は、これまで一貫して中国が1位であったが、その座を初めてASEANに明け渡すこととなった。中国における生産コストの上昇、成長率低下に加え、尖閣問題を巡る日中関係の緊張が続いたことが要因と考えられる。また、景気減速が続くインドは、有望先としての順位で米国に抜かれ、日本企業のASEAN重視の姿勢がより顕著になった（1位ASEAN、2位中国、3位NIES、4位米国、5位インドの順）。

図表1 アジア各国・地域の実質GDP成長率（前年比）

（単位：％）

| 地域・国/年 | 金融危機深刻化 | 景気回復 | 前回調査 | 今回調査 | 緩やかに回復 |
|---------------|---------|------|------|------------|------------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013（予） |
| アジア | 6.0 | 9.5 | 7.5 | 6.1 | 6.4 |
| 中国 | 9.2 | 10.4 | 9.3 | 7.8 | 8.2 |
| インド | 6.5 | 9.7 | 7.5 | 5.0 | 4.8 |
| ASEAN5 | 1.6 | 7.0 | 4.5 | 6.1 | 5.5 |
| インドネシア | 4.6 | 6.2 | 6.5 | 6.2 | 6.0 |
| フィリピン | 1.1 | 7.6 | 3.9 | 6.6 | 5.7 |
| ベトナム | 5.3 | 6.8 | 6.0 | 5.0 | 5.6 |
| マレーシア | ▲ 1.5 | 7.2 | 5.1 | 5.6 | 4.6 |
| タイ | ▲ 2.3 | 7.8 | 0.1 | 6.4 | 5.1 |
| NIES | ▲ 0.7 | 8.4 | 4.0 | 1.7 | 2.3 |
| 韓国 | 0.3 | 6.3 | 3.6 | 2.0 | 1.9 |
| 香港 | ▲ 2.5 | 6.8 | 4.9 | 1.4 | 2.6 |
| 台湾 | ▲ 1.8 | 10.8 | 4.1 | 1.3 | 3.1 |
| シンガポール | ▲ 0.8 | 14.8 | 5.2 | 1.5 | 1.5 |

（注）1. マイナス成長に網掛。2013年は同年3月時点のみずほ総合研究所の予測値。

2. 平均値はIMFによる2011年GDPシェア（購買力平価ベース）により計算。

（資料）各国統計よりみずほ総合研究所作成

¹ 主な質問は、中国、NIES（韓国、台湾、香港、シンガポール）、ASEAN5（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）、インドの11カ国・地域を対象とし、一部の質問は、CLM（カンボジア、ラオス、ミャンマー）、バングラデシュも対象とした。

2. アジアビジネスへの取り組み（全企業（1,303社）の回答）

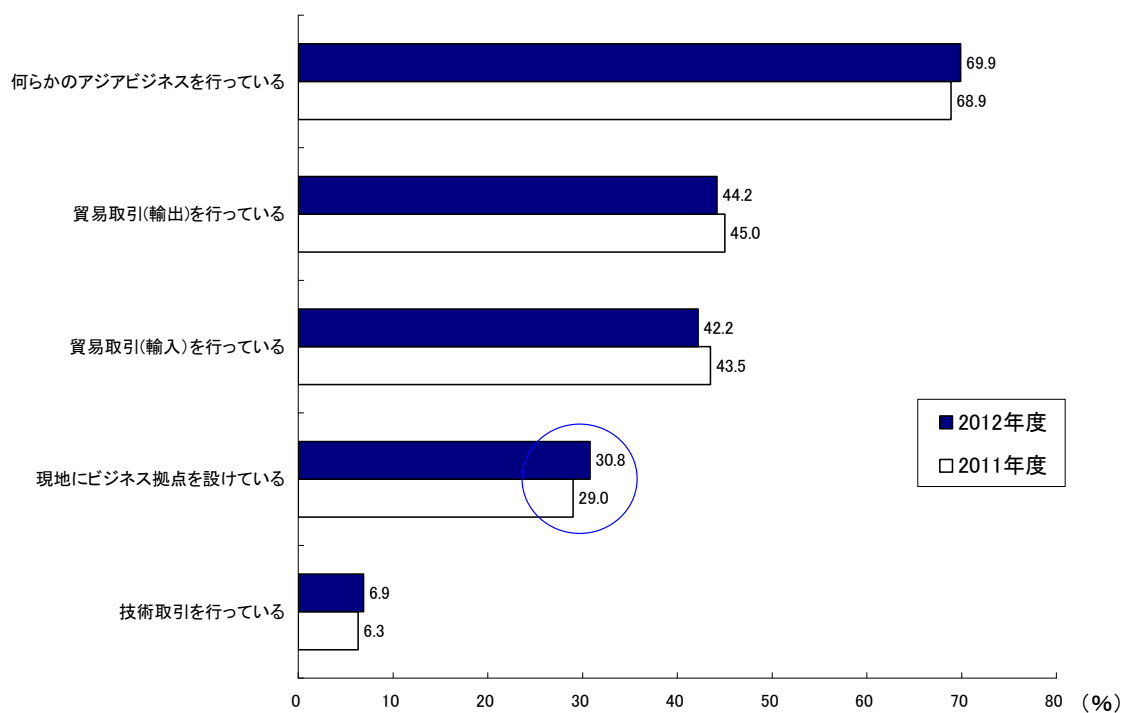
（1）約7割がアジアビジネスを実施

日本企業全般のアジアビジネスへの取り組みを概観するために、回答した全ての企業1,303社を対象に「現在、日本とアジア各国・地域との間でどのようなビジネスを行っているか」と質問した。

約7割の企業が「何らかのアジアビジネスを行っている」²と回答、ビジネスの内訳をみると、「輸出を行っている」が44.2%、「輸入を行っている」が42.2%、「現地にビジネス拠点を設けている」が30.8%、「技術取引を行っている」が6.9%となった（図表2）。

ビジネスの内訳を前回調査（1,243社が回答）と比較すると、「輸出を行っている」（11年度45.0%、12年度44.2%）と「輸入を行っている」（11年度43.5%、12年度42.2%）の回答率は共にほぼ横ばい、「現地にビジネス拠点を設けている」の回答率は1.8%ポイント上昇（11年度29.0%、12年度30.8%）となった。

図表2 アジアビジネスの取り組み状況（複数回答）



（資料）みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

² アンケートでは、「アジアビジネスを一切行っていない」という回答項目を設け、100－「アジアビジネスを一切行っていない」＝「何らかのアジアビジネスを行っている」とした。

調査結果を時系列³でみると、1999 年度以降、アジアビジネスは、ほぼ一貫して強化されてきたとみることができる（図表 3）。2008～09 年度は世界金融危機の影響を受け、貿易取引（輸出・輸入）、ビジネス拠点設置とも回答率が落ち込んだが、2010 年度から上昇基調に転じている。

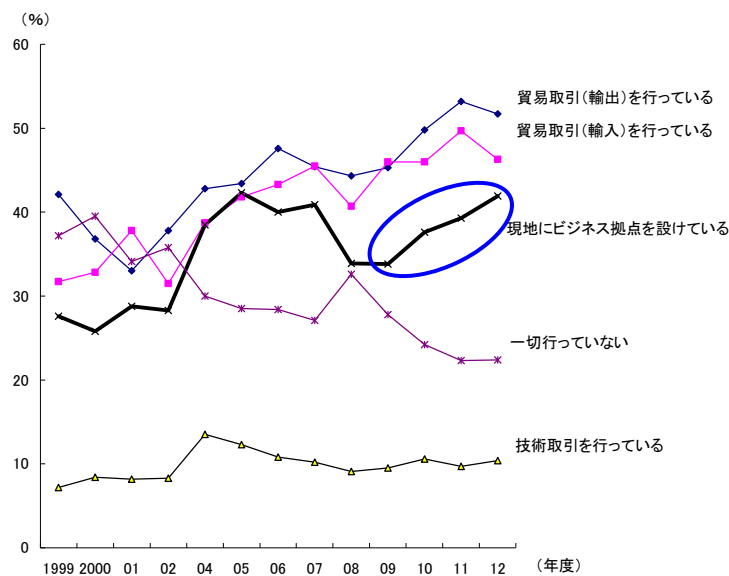
とりわけ、「現地にビジネス拠点を設けている」の回答率が一貫して上昇している点が注目される。2010 年度から 2012 年度上期までは 1 ドル 80 円前後の円高水準で推移したことが、生産拠点のアジアシフトを後押ししたと考えられる。

2012 年度下期以降は 1 ドル 100 円前後まで円安が進んでおり、貿易取引が多い企業を中心に「コスト削減」のためのアジアシフトはやや減速する可能性もあるが、日本国内市場の頭打ちが続くなか、「現地市場獲得」のためのアジア展開は続くと考えられる。

（2）ビジネス拠点を設ける動きが多業種に広がる

アジアビジネスの取り組み状況を業種別（10 分類）⁴でみると、「何らかのアジアビジネスを行っている」という回答率は、「化学」・「精密機械」・「一般機械」では 80% 台、「輸送機械」・「電気機械」・「非鉄」・「繊維」は 70% 台、「鉄鋼」・「食料品」・「金属製品」は 60% 台となった（後掲図表 4）。

図表 3 時系列取り組みトレンド（複数回答）



（注）時系列データの扱いについては脚注 3 参照。

（資料）みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

³ 本稿における時系列分析は、「資本金 5,000 万円以上の製造業」に統一したうえで活用している。そのため、2008～2011 年度データについては、日本企業の分析で採用している「資本金 1,000 万円以上の製造業」の調査結果とは値が異なる。なお、アンケート調査実施時のサンプル抽出方法を 2002 年度に変更したため、1999～2002 年度調査は「無作為抽出の製造業」、2004～2006 年度調査は「資本金 5 千万円以上の製造業」がベースとなっている。また、2003 年度については、本調査を実施していないため、データが欠落している。

⁴ アンケート回答企業の資本金や業種の詳細な構成比は巻末資料を参照。

前回調査と比較すると、「輸出を行っている」の回答率は、「一般機械」（11年度65.9%、12年度67.9%）、「鉄鋼」（11年度45.2%、12年度48.8%）、「輸送機械」（11年度39.1%、12年度42.2%）、「非鉄」（11年度35.9%、12年度40.7%）の4業種で高まった。次いで「輸入を行っている」の回答率は、「一般機械」（11年度46.1%、12年度48.2%）、「非鉄」（11年度33.3%、12年度37.0%）、「鉄鋼」（11年度19.0%、12年度39.5%）の3業種で高まった。

「輸出を行っている」と「輸入を行っている」で高まった業種が4業種中3業種で重複したことから、設備・部品・素材などで日本とアジア間の国際水平分業（日本からアジアへの中間財輸出、日本のアジアからの完成品輸入など）が深化している様子が窺える。

「現地にビジネス拠点を設けている」の回答率は、「電気機械」（11年度33.8%、12年度40.3%）、「精密機械」（11年度20.0%、12年度36.1%）、「繊維」（11年度28.3%、12年度34.0%）、「化学」（11年度30.9%、12年度31.3%）、「食料品」（11年度15.2%、12年度17.1%）の5業種で高まり、現地生産が進んで回答率が50%超となっている「輸送機械」（11年度54.3%、12年度51.1%）に続いて、現地生産および販売を進める動きが多業種に広がっていた。

なお、企業規模別でみると、「現地にビジネス拠点を設けている」は、大企業⁵においては、前回調査と比較して回答率が5.3%ポイント上昇した（11年度67.5%、12年度72.8%）。一方で、中堅・中小企業の回答率は横ばい（11年度27.3%、12年度26.3%）にとどまっており、大企業と中堅・中小企業のアジア進出ペースの乖離が大きい様子も窺える。

図表 4 業種別・企業規模別のアジアビジネスへの取り組み（複数回答）

(単位:%、社)

| | | アジアビジネスを行っている | 貿易取引(輸出)を行っている | 貿易取引(輸入)を行っている | 技術取引を行っている | 現地にビジネス拠点を設けている | 回答企業数 |
|-------------|--------|---------------|----------------|----------------|------------|-----------------|-------|
| 化 学 | 2012年度 | 89.6 | 70.8 | 50.0 | 15.6 | 31.3 | 96 |
| | 2011年度 | 88.9 | 76.5 | 63.0 | 9.9 | 30.9 | 81 |
| 精 密 機 械 | 2012年度 | 86.1 | 63.9 | 47.2 | 0.0 | 36.1 | 36 |
| | 2011年度 | 85.7 | 65.7 | 51.4 | 8.6 | 20.0 | 35 |
| 一 般 機 械 | 2012年度 | 81.3 | 67.9 | 48.2 | 6.7 | 37.3 | 193 |
| | 2011年度 | 77.8 | 65.9 | 46.1 | 6.0 | 38.9 | 167 |
| 輸 送 機 械 | 2012年度 | 75.6 | 42.2 | 37.8 | 20.0 | 51.1 | 45 |
| | 2011年度 | 73.9 | 39.1 | 41.3 | 10.9 | 54.3 | 46 |
| 電 気 機 械 | 2012年度 | 75.4 | 56.0 | 50.0 | 10.4 | 40.3 | 134 |
| | 2011年度 | 76.8 | 56.3 | 50.3 | 7.3 | 33.8 | 151 |
| 非 鉄 | 2012年度 | 70.4 | 40.7 | 37.0 | 7.4 | 18.5 | 27 |
| | 2011年度 | 59.0 | 35.9 | 33.3 | 7.7 | 25.6 | 39 |
| 織 維 | 2012年度 | 70.0 | 32.0 | 50.0 | 4.0 | 34.0 | 50 |
| | 2011年度 | 80.4 | 32.6 | 69.6 | 2.2 | 28.3 | 46 |
| 鉄 鋼 | 2012年度 | 67.4 | 48.8 | 39.5 | 2.3 | 37.2 | 43 |
| | 2011年度 | 66.7 | 45.2 | 19.0 | 4.8 | 38.1 | 42 |
| 金 属 製 品 | 2012年度 | 61.7 | 33.3 | 31.5 | 6.2 | 30.2 | 162 |
| | 2011年度 | 61.9 | 40.8 | 34.0 | 6.8 | 31.3 | 147 |
| 食 料 品 | 2012年度 | 61.6 | 29.9 | 39.0 | 2.4 | 17.1 | 164 |
| | 2011年度 | 63.4 | 31.0 | 41.4 | 3.4 | 15.2 | 145 |
| 大 企 業 | 2012年度 | 92.0 | 68.8 | 68.8 | 23.2 | 72.8 | 125 |
| | 2011年度 | 91.5 | 71.8 | 66.7 | 20.5 | 67.5 | 117 |
| 中 堅・中 小 企 業 | 2012年度 | 67.6 | 41.6 | 39.4 | 5.2 | 26.3 | 1,178 |
| | 2011年度 | 66.6 | 43.3 | 42.5 | 5.6 | 27.3 | 1,126 |

(注) 業種・企業規模のなかで最大の回答率があった部分を網掛。
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

⁵ 本調査では、資本金10億円以上を大企業、10億円未満を中堅・中小企業と定義した。

3. 製品売上・調達と為替見通し（アジアビジネス実施企業（911社）の回答）

（1）アジア全域において2013年度の売上は回復へ

輸出入や拠点の設置など、アジアビジネスを行っている911社に対する自社製品の2012年度と2013年度のアジア各国・地域の売上見通しの質問への回答についてみる。

選択肢は、「10%以上の売上増が見込まれる」、「5%以上～10%未満の売上増が見込まれる」、「0%以上～5%未満の売上増が見込まれる」、「0%以上～5%未満の売上減が見込まれる」、「5%以上の売上減が見込まれる」の5段階である。

2012年度と2013年度の売上DI（「売上増（10%以上、5%以上～10%未満、0%以上～5%未満）」の回答から「売上減（0%以上～5%未満、5%以上）」の回答を差し引いて算出）をみると、DIは全ての国・地域でプラスとなり、加えて2013年度のDIは2012年度のDIを全ての国・地域で上回った（図表5）。

2012年度は、中国およびNIES（シンガポール、台湾、韓国、香港）では、「0～5%未満の売上減」および「5%以上の売上減」と回答した割合が30～40%程度の水準に達していたが、2013年度は、同割合は10～20%程度まで低下しており、中国・NIES経済の回復によって、今後のアジアにおける売上は持ち直すと思込んでいる日本企業が多い様子が窺える。

図表5 アジアにおける自社製品の2012年度・2013年度の売上見通し

(単位:%、%ポイント、社)

| | | 前年比10%以上の売上増 | 同5～10%未満の売上増 | 同0～5%未満の売上増 | 同0～5%未満の売上減 | 同5%以上の売上減 | DI | 回答企業数 |
|---------|-----------|--------------|--------------|-------------|-------------|-----------|------|-------|
| 中 国 | 2013年度(A) | 28.1 | 20.5 | 31.2 | 8.4 | 11.9 | 59.5 | 430 |
| | 2012年度(B) | 24.1 | 13.3 | 27.6 | 13.3 | 21.5 | 30.2 | 427 |
| | (A)-(B) | 4.0 | 7.2 | 3.6 | ▲4.9 | ▲9.6 | 29.3 | |
| イ ン ド | 2013年度(A) | 27.4 | 21.1 | 43.2 | 3.2 | 5.3 | 83.2 | 95 |
| | 2012年度(B) | 24.7 | 18.0 | 36.0 | 10.1 | 11.2 | 57.4 | 89 |
| | (A)-(B) | 2.7 | 3.1 | 7.2 | ▲6.9 | ▲5.9 | 25.8 | |
| ベ ト ナ ム | 2013年度(A) | 27.0 | 25.2 | 38.3 | 6.1 | 3.5 | 80.9 | 115 |
| | 2012年度(B) | 27.3 | 19.1 | 37.3 | 6.4 | 10.0 | 67.3 | 110 |
| | (A)-(B) | ▲0.3 | 6.1 | 1.0 | ▲0.3 | ▲6.5 | 13.6 | |
| インドネシア | 2013年度(A) | 28.8 | 25.0 | 41.0 | 4.5 | 0.6 | 89.7 | 156 |
| | 2012年度(B) | 27.2 | 23.1 | 35.4 | 8.2 | 6.1 | 71.4 | 147 |
| | (A)-(B) | 1.6 | 1.9 | 5.6 | ▲3.7 | ▲5.5 | 18.3 | |
| タ イ | 2013年度(A) | 32.3 | 22.9 | 37.2 | 5.3 | 2.3 | 84.8 | 266 |
| | 2012年度(B) | 28.5 | 22.7 | 30.8 | 10.4 | 7.7 | 63.9 | 260 |
| | (A)-(B) | 3.8 | 0.2 | 6.4 | ▲5.1 | ▲5.4 | 20.9 | |
| マレーシア | 2013年度(A) | 26.0 | 21.9 | 43.8 | 5.5 | 2.7 | 83.5 | 120 |
| | 2012年度(B) | 27.2 | 23.1 | 35.4 | 8.2 | 6.1 | 71.4 | 147 |
| | (A)-(B) | ▲1.2 | ▲1.2 | 8.4 | ▲2.7 | ▲3.4 | 12.1 | |
| フィリピン | 2013年度(A) | 26.0 | 21.9 | 43.6 | 5.5 | 2.7 | 83.3 | 73 |
| | 2012年度(B) | 22.5 | 18.3 | 31.0 | 21.1 | 7.0 | 43.7 | 71 |
| | (A)-(B) | 3.5 | 3.6 | 12.6 | ▲15.6 | ▲4.3 | 39.6 | |
| シンガポール | 2013年度(A) | 16.2 | 17.1 | 52.3 | 11.7 | 2.7 | 71.2 | 111 |
| | 2012年度(B) | 10.5 | 15.2 | 45.7 | 20.0 | 8.6 | 42.8 | 105 |
| | (A)-(B) | 5.7 | 1.9 | 6.6 | ▲8.3 | ▲5.9 | 28.4 | |
| 台 湾 | 2013年度(A) | 18.6 | 17.3 | 49.6 | 8.4 | 6.2 | 70.9 | 226 |
| | 2012年度(B) | 13.3 | 11.5 | 42.9 | 16.8 | 15.5 | 35.4 | 226 |
| | (A)-(B) | 5.3 | 5.8 | 6.7 | ▲8.4 | ▲9.3 | 35.5 | |
| 韓 国 | 2013年度(A) | 14.7 | 18.2 | 48.1 | 14.3 | 4.8 | 61.9 | 231 |
| | 2012年度(B) | 10.3 | 11.2 | 41.6 | 19.3 | 17.6 | 26.2 | 233 |
| | (A)-(B) | 4.4 | 7.0 | 6.5 | ▲5.0 | ▲12.8 | 35.7 | 233 |
| 香 港 | 2013年度(A) | 14.2 | 14.2 | 47.2 | 18.1 | 6.3 | 51.2 | 127 |
| | 2012年度(B) | 14.0 | 9.3 | 41.9 | 17.8 | 17.1 | 30.3 | 129 |
| | (A)-(B) | 0.2 | 4.9 | 5.3 | 0.3 | ▲10.8 | 20.9 | |

(注) 最大の回答率があった部分を網掛。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(2) 前回調査と比較すると、中国・NIESで2012年度の売上見通しは下ぶれ

前回調査（856社が回答）における「2012年度の売上見通し」（1年後の見通し）と2012年度調査における「2012年度の売上見通し」（現在の見通し）を比較し、1年間でどの程度見通しに変化したかを確認した。

「10%以上の売上増」の「今回調査（現在の見通し）」と「前回調査（1年後の見通し）」の回答率をみると、中国では5.3%ポイント低下（11年度29.4%、12年度24.1%）となり、NIESでも軒並み低下（韓国が7.3%ポイント低下、シンガポールが2.5%ポイント低下、香港が1.4%ポイント低下、香港が0.2%ポイント低下）した（図表6）。

両地域の成長率の減速（中国 11年+9.3%→12年+7.8%、NIES 11年+4.0%→12年+1.7%）に加えて、中国については尖閣問題も売上に影響したとみられる。

図表6 2011年度調査（1年後）と2012年度調査（現在）の変化

| | | (単位: %) | | |
|--------|--------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| | | 前年比10%以上の売上増見通し | 同0~10%未満の売上増見通し | 同0%以上の売上減見通し |
| 中国 | 2012年度調査(A 2012年度の売上見通し) | 24.1 | 40.9 | 34.8 |
| | 2011年度調査(B 2012年度の売上見通し) | 29.4 | 53.4 | 17.2 |
| | (A)-(B) | ▲5.3 | ▲12.5 | ▲17.6 |
| インド | 2012年度調査(A 2012年度の売上見通し) | 24.7 | 54.0 | 21.3 |
| | 2011年度調査(B 2012年度の売上見通し) | 24.2 | 59.6 | 16.2 |
| | (A)-(B) | 0.5 | ▲5.6 | 5.1 |
| ベトナム | 2012年度調査(A 2012年度の売上見通し) | 27.3 | 56.4 | 16.4 |
| | 2011年度調査(B 2012年度の売上見通し) | 29.0 | 61.7 | 9.3 |
| | (A)-(B) | ▲1.7 | ▲5.3 | 7.1 |
| インドネシア | 2012年度調査(A 2012年度の売上見通し) | 27.2 | 58.5 | 14.3 |
| | 2011年度調査(B 2012年度の売上見通し) | 25.2 | 63.0 | 11.9 |
| | (A)-(B) | 2.0 | ▲4.5 | 2.4 |
| タイ | 2012年度調査(A 2012年度の売上見通し) | 28.5 | 53.5 | 18.1 |
| | 2011年度調査(B 2012年度の売上見通し) | 29.4 | 56.2 | 14.5 |
| | (A)-(B) | ▲0.9 | ▲2.7 | 3.6 |
| マレーシア | 2012年度調査(A 2012年度の売上見通し) | 27.2 | 58.5 | 14.3 |
| | 2011年度調査(B 2012年度の売上見通し) | 19.8 | 61.5 | 18.8 |
| | (A)-(B) | 7.4 | ▲3.0 | ▲4.5 |
| フィリピン | 2012年度調査(A 2012年度の売上見通し) | 22.5 | 49.3 | 28.1 |
| | 2011年度調査(B 2012年度の売上見通し) | 16.4 | 67.2 | 16.4 |
| | (A)-(B) | 6.1 | ▲17.9 | 11.7 |
| シンガポール | 2012年度調査(A 2012年度の売上見通し) | 10.5 | 60.9 | 28.6 |
| | 2011年度調査(B 2012年度の売上見通し) | 13.0 | 67.0 | 20.0 |
| | (A)-(B) | ▲2.5 | ▲6.1 | 8.6 |
| 台湾 | 2012年度調査(A 2012年度の売上見通し) | 13.3 | 54.4 | 32.3 |
| | 2011年度調査(B 2012年度の売上見通し) | 13.5 | 60.0 | 26.5 |
| | (A)-(B) | ▲0.2 | ▲5.6 | 5.8 |
| 韓国 | 2012年度調査(A 2012年度の売上見通し) | 10.3 | 52.8 | 36.9 |
| | 2011年度調査(B 2012年度の売上見通し) | 17.6 | 54.8 | 27.6 |
| | (A)-(B) | ▲7.3 | ▲2.0 | 9.3 |
| 香港 | 2012年度調査(A 2012年度の売上見通し) | 14.0 | 51.2 | 34.9 |
| | 2011年度調査(B 2012年度の売上見通し) | 15.4 | 59.5 | 25.2 |
| | (A)-(B) | ▲1.4 | ▲8.3 | 9.7 |

(注) 最大の回答率があった部分を網掛。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(3) アジアからの調達伸びが鈍化

「アジアからの製品・半製品・部品・原材料の輸入・調達を増やしたか」という質問に関し、2012年度の調達DI（「調達増（「前年比10%以上」、「5%以上～10%未満」、「0%以上～5%未満）」の回答から「調達減（「0%以上～5%未満」、「5%以上）」の回答を差し引いて算出）をみてみると2012年度のDIはすべてプラスとなった（図表7）。

ただし、前回調査と比較すると、10カ国・地域中、タイなどを除く7カ国・地域でDIは低下している。これは、2011年度は上期に東日本大震災、下期にタイ洪水に見舞われた日本企業が、中国・香港などのタイ以外の国・地域からの調達を増加させたが、2012年度にはその動きが平常に戻ったことが一因と考えられる。

また、日本の電機機械産業の事業再編などに伴って、アジアからの液晶パネルや半導体などの調達が減少したことや、2012年度後半に円安が進展してアジア製品が割高となったことも一因と考えられる。

図表7 製品・半製品・部品・原材料の2012年度の輸入・調達への取り組み

(単位: %、%ポイント、社)

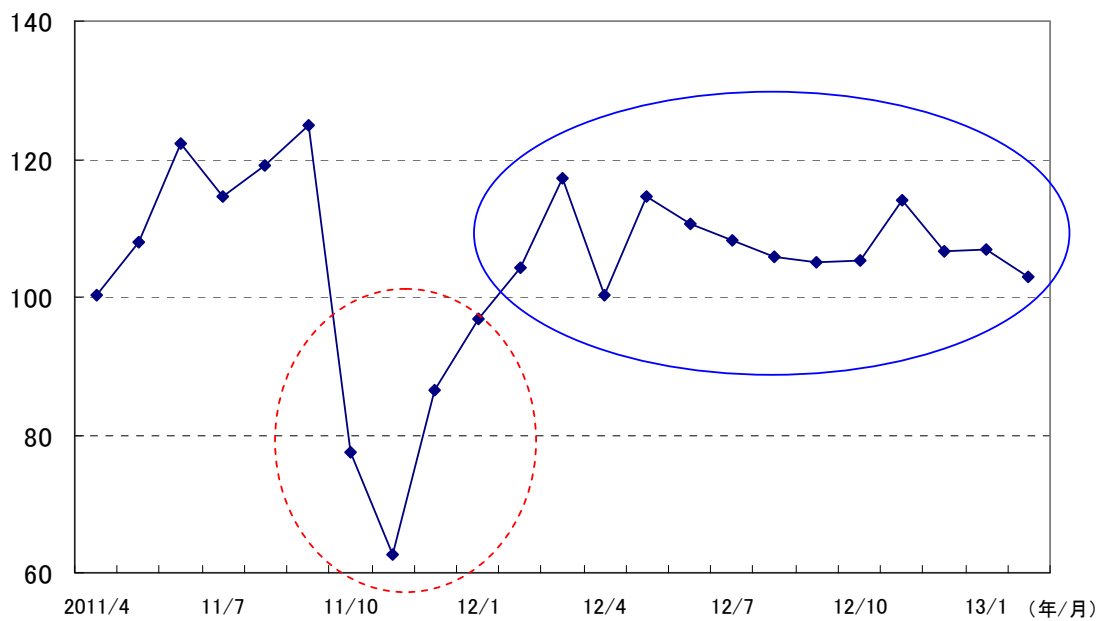
| | | 前年比10%以上の調達増 | 同5～10%未満の調達増 | 同0～5%未満の調達増 | 同0～5%未満の調達減 | 同5%以上の調達減 | DI | 回答企業数 |
|---------|-----------|--------------|--------------|-------------|-------------|-----------|--------|-------|
| 中 国 | 2012年度(A) | 25.5 | 15.0 | 32.6 | 15.8 | 11.1 | 46.2 | 341 |
| | 2011年度(B) | 28.3 | 17.2 | 37.8 | 9.0 | 7.7 | 66.6 | 378 |
| | (A)-(B) | ▲ 2.8 | ▲ 2.2 | ▲ 5.2 | 6.8 | 3.4 | ▲ 20.4 | |
| 韓 国 | 2012年度(A) | 21.4 | 20.4 | 36.7 | 15.3 | 6.1 | 57.1 | 98 |
| | 2011年度(B) | 19.0 | 19.8 | 41.3 | 13.2 | 6.6 | 60.3 | 121 |
| | (A)-(B) | 2.4 | 0.6 | ▲ 4.6 | 2.1 | ▲ 0.5 | ▲ 3.2 | |
| 台 湾 | 2012年度(A) | 25.6 | 15.1 | 41.9 | 12.8 | 4.7 | 65.1 | 96 |
| | 2011年度(B) | 19.4 | 16.1 | 45.2 | 14.0 | 5.4 | 61.3 | 93 |
| | (A)-(B) | 6.2 | ▲ 1.0 | ▲ 3.3 | ▲ 1.2 | ▲ 0.7 | 3.8 | |
| タ イ | 2012年度(A) | 18.6 | 16.3 | 46.5 | 10.5 | 8.1 | 62.8 | 86 |
| | 2011年度(B) | 21.9 | 19.2 | 38.4 | 15.1 | 5.5 | 58.9 | 73 |
| | (A)-(B) | ▲ 3.3 | ▲ 2.9 | 8.1 | ▲ 4.6 | 2.6 | 3.9 | |
| ベ ト ナ ム | 2012年度(A) | 30.4 | 16.1 | 33.9 | 7.1 | 12.5 | 60.8 | 56 |
| | 2011年度(B) | 47.6 | 16.7 | 28.6 | 4.8 | 2.4 | 85.7 | 42 |
| | (A)-(B) | ▲ 17.2 | ▲ 0.6 | 5.3 | 2.3 | 10.1 | ▲ 24.9 | |
| インドネシア | 2012年度(A) | 20.6 | 14.7 | 50.0 | 5.9 | 8.8 | 70.6 | 34 |
| | 2011年度(B) | 31.3 | 21.9 | 21.9 | 12.5 | 12.5 | 50.1 | 32 |
| | (A)-(B) | ▲ 10.7 | ▲ 7.2 | 28.1 | ▲ 6.6 | ▲ 3.7 | 20.5 | |
| マレーシア | 2012年度(A) | 18.2 | 18.2 | 31.8 | 13.6 | 18.2 | 36.4 | 22 |
| | 2011年度(B) | 35.7 | 25.0 | 32.1 | 0.0 | 7.1 | 85.7 | 28 |
| | (A)-(B) | ▲ 17.5 | ▲ 6.8 | ▲ 0.3 | 13.6 | 11.1 | ▲ 49.3 | |
| 香 港 | 2012年度(A) | 16.7 | 16.7 | 38.9 | 27.8 | 0.0 | 44.5 | 18 |
| | 2011年度(B) | 27.3 | 18.2 | 36.4 | 6.1 | 12.1 | 63.7 | 33 |
| | (A)-(B) | ▲ 10.6 | ▲ 1.5 | 2.5 | 21.7 | ▲ 12.1 | ▲ 19.2 | |
| フィリピン | 2012年度(A) | 5.6 | 22.2 | 38.9 | 16.7 | 16.7 | 33.3 | 18 |
| | 2011年度(B) | 6.3 | 12.5 | 56.3 | 12.5 | 12.5 | 50.1 | 16 |
| | (A)-(B) | ▲ 0.7 | 9.7 | ▲ 17.4 | 4.2 | 4.2 | ▲ 16.8 | |
| イ ン ド | 2012年度(A) | 31.3 | 18.8 | 37.5 | 12.5 | 0.0 | 75.1 | 16 |
| | 2011年度(B) | 37.5 | 6.3 | 43.8 | 12.5 | 0.0 | 75.1 | 16 |
| | (A)-(B) | ▲ 6.2 | 12.5 | ▲ 6.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | |
| シンガポール | 2012年度(A) | 18.2 | 0.0 | 36.4 | 27.3 | 18.2 | 9.1 | 11 |
| | 2011年度(B) | 0.0 | 47.1 | 41.2 | 5.9 | 5.9 | 76.5 | 17 |
| | (A)-(B) | 18.2 | ▲ 47.1 | ▲ 4.8 | 21.4 | 12.3 | ▲ 67.4 | |

(注) 最大の回答率があつた部分を網掛。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

なお、2011年度下期に甚大な被害を受けたタイの洪水に関しては、企業および政府の不断の努力が続けられた結果、2012年度には工業生産は回復（図表8）しており、同国に進出する日本企業のサプライチェーンは概ね復旧済である。

図表 8 タイの工業生産指数



(注) 2011年4月を100とする。
 (資料) CEIC

(4) 人民元は緩やかな上昇を見込む、その他の通貨は安定を見込む

ここで、日本およびアジア通貨の対ドル為替相場をみってみる。2011年初を基準とすると、欧州債務危機が深刻さを増した2011年下期は、人民元を除いてアジア通貨は軒並み下落、一方で、安全通貨とみなされた日本円の独歩高が進む展開となった。

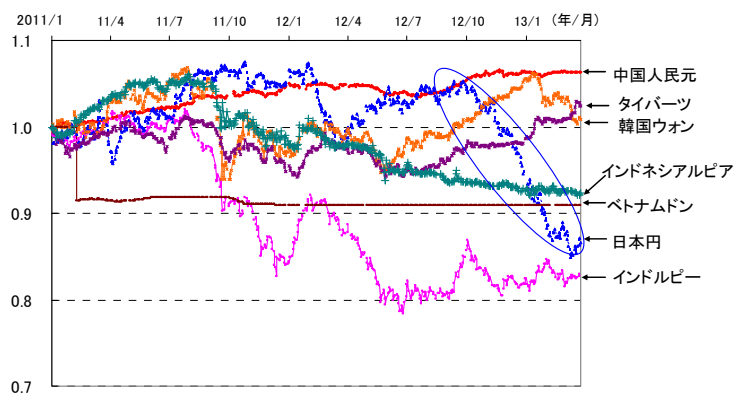
2012年は、下期に米国が金融緩和姿勢を強めると、先進国から、成長性に加えて安全性が比較的高いとみなされたアジアの経常黒字国に資金が流入して韓国のウォンやタイのバーツの対ドル相場が上昇、一方で経常赤字国のインドのルピーやインドネシアのルピアの対ドル相場は下落基調となった。さらに、年後半からは、日本が大胆な金融緩和を行ったことから円の独歩安となっている(図表9)。

本アンケートでは、調査時点(2013年2月)を基準として、2013年度末の日本およびアジア通貨(本アンケートでは、日本円、中国人民幣元、インドルピー、タイバーツ、ベトナムドンを対象とした)の対ドル為替レートの見通しについて、「10%以上上昇」、「10%未満上昇」、「現状維持」、「下落」の4段階で選択を求めた。その結果、人民元と日本円以外の通貨では、「現状維持」の回答が最多となり、アジアの為替相場は安定するとみる日本企業が多かった(図表10)。

ただし人民元に関しては、「10%未満上昇」という回答が最多となった。中国政府は、人民元の実質的なドルペッグ(固定)を2010年6月に解除したが、その後も上昇幅は小幅にとどまっております、2013年もこの傾向が続くとみる日本企業が多いようである。

なお、日本円に関しては、過半の企業が下落すると回答しており、円安は継続するとみていた。

図表9 日本とアジア主要通貨の対ドル為替レート推移



(注) 対ドルレートの逆数を2011年1月初を基準(1.0)として指数化。
(資料) CEIC

図表10 2013年度末の対ドル為替レート見通し

| | 10%以上上昇 | 10%未満上昇 | 現状維持 | 下落 | 回答企業数 |
|--------|---------|---------|------|------|-------|
| 日本円 | 4.9 | 10.6 | 19.9 | 53.7 | 815 |
| 人民元 | 6.6 | 28.6 | 27.1 | 11.9 | 815 |
| タイバーツ | 3.4 | 17.1 | 34.7 | 9.1 | 815 |
| ベトナムドン | 3.2 | 13.9 | 33.0 | 10.3 | 815 |
| インドルピー | 2.6 | 13.5 | 31.9 | 9.6 | 815 |

(注) 最も高い回答率の項目に網掛。
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

4. アジア拠点の現状と今後の取り組み（アジア進出企業（399社）の回答）

（1）拠点展開は、中国では頭打ち、矛先はASEANへ

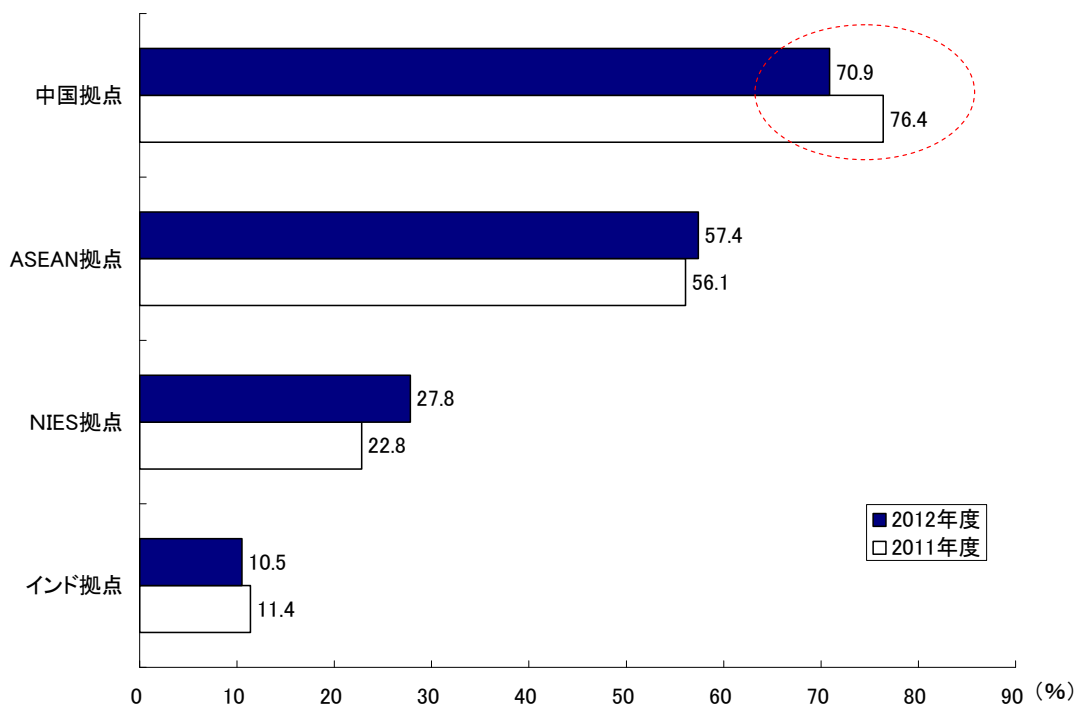
前述の「アジア各国・地域とどのようなビジネスを行っているか」の設問（前掲図表2）において、「現地にビジネス拠点を設けている」と回答した企業（399社）に対し、中国、ASEAN、NIES、インドのどこに拠点を設けているかを質問した。

「中国拠点」がトップ、「ASEAN 拠点」、「NIES 拠点」、「インド拠点」が続く順位は前回調査（360社が回答）と変わらなかったが、前回調査と比較すると「中国拠点」が5.5%ポイント低下（11年度76.4%、12年度70.9%）した（図表11）。

本調査においては、実際に中国拠点の閉鎖があったかどうかは判然としない（前回調査と今回調査では回答企業が一致しない）ものの、時系列でみると、中国の回答率は頭打ちとなっている（図表12）。

一方で、ASEAN は回答率の緩やかな上昇基調が続いており、日本企業のアジア展開の矛先が ASEAN に向いている様子が窺える。

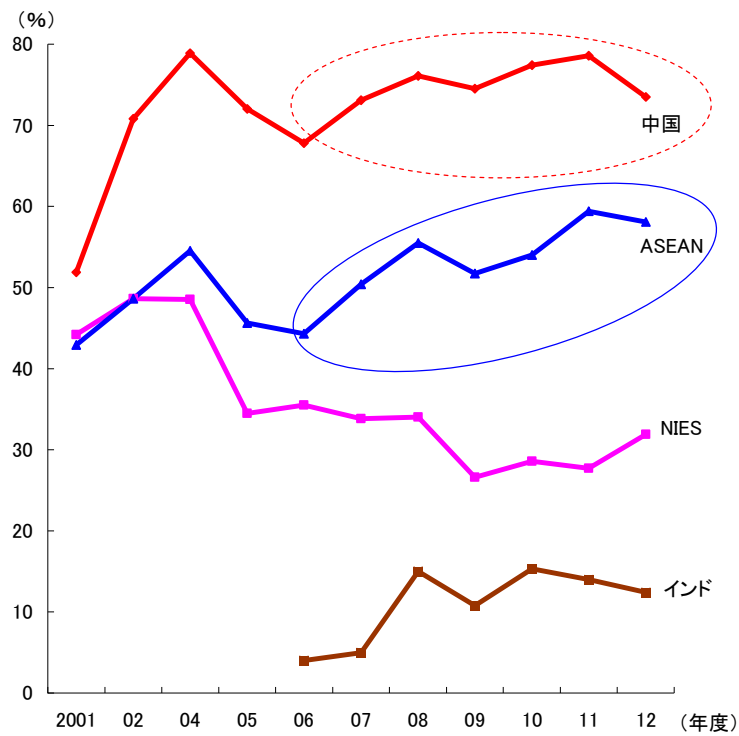
図表 11 地域別アジア拠点状況（複数回答）



（注）「現地にビジネス拠点を設けている」日本企業（11年度360社、12年度399社）の回答。

（資料）みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

図表 12 アジア拠点状況の推移（複数回答）



(注) 1. 「インド」は2006年調査よりアンケート質問対象に加えたため、それ以前のデータはない。
 2. 時系列データの扱いについてはP.3の脚注3参照。
 (資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

業種別にみると、10業種中6業種（「繊維」、「精密機械」、「化学」、「電気機械」、「一般機械」、「食料品」）で中国に拠点を有するとの回答率が最も高くなり、日本企業のアジアにおける集積は中国で最も進んでいる様子が窺えるものの、前回調査に比べると「輸送機械」・「非鉄」を除く8業種で回答率が低下している。

一方で、ASEANに拠点を有するとの回答率が最も高くなったのは4業種（「金属製品」、「鉄鋼」、「輸送機械」、「非鉄」）と中国の6業種を下回ったが、前回調査に比べると、6業種で回答率は上昇しており、日本企業の集積はASEANにおいても進みつつある様子が窺える（図表13）。

企業規模別に前回調査と比較してみると、大企業では中国の回答率は80%台（11年度88.6%、12年度84.6%）、ASEANの回答率は70%台（11年度75.9%、12年度71.4%）の水準を維持した。

一方、中堅・中小企業では中国の回答率は60%台に低下（11年度73.0%、12年度66.9%）、ASEANの回答率は50%台で上昇（11年度50.5%、12年度53.2%）しており、特に中堅・中小企業において、中国からASEANへのシフトの傾向が窺える。

図表 13 業種別・企業規模別アジア拠点

（単位：％、社）

| | | 中国拠点 | ASEAN拠点 | NIES拠点 | インド拠点 | 回答企業数 |
|---------|--------|-------|---------|--------|-------|-------|
| 繊維 | 2012年度 | 94.1 | 41.2 | 11.8 | 5.9 | 17 |
| | 2011年度 | 100.0 | 38.5 | 7.7 | 15.4 | 13 |
| 精密機械 | 2012年度 | 92.3 | 38.5 | 38.5 | 38.5 | 13 |
| | 2011年度 | 100.0 | 28.6 | 14.3 | 0.0 | 7 |
| 化学 | 2012年度 | 83.3 | 63.3 | 40.0 | 20.0 | 30 |
| | 2011年度 | 92.0 | 56.0 | 32.0 | 16.0 | 25 |
| 電気機械 | 2012年度 | 72.2 | 70.4 | 40.7 | 13.0 | 54 |
| | 2011年度 | 82.4 | 64.7 | 33.3 | 9.8 | 51 |
| 一般機械 | 2012年度 | 72.2 | 44.4 | 36.1 | 12.5 | 72 |
| | 2011年度 | 78.5 | 44.6 | 30.8 | 10.8 | 65 |
| 食料品 | 2012年度 | 63.0 | 48.1 | 22.2 | 3.7 | 27 |
| | 2011年度 | 72.7 | 45.5 | 9.1 | 4.5 | 22 |
| 金属製品 | 2012年度 | 63.3 | 65.3 | 20.4 | 16.3 | 49 |
| | 2011年度 | 65.2 | 67.4 | 21.7 | 15.2 | 46 |
| 鉄鋼 | 2012年度 | 62.5 | 75.0 | 6.3 | 6.3 | 16 |
| | 2011年度 | 75.0 | 50.0 | 12.5 | 12.5 | 16 |
| 輸送機械 | 2012年度 | 60.9 | 65.2 | 13.0 | 17.4 | 23 |
| | 2011年度 | 60.0 | 72.0 | 20.0 | 32.0 | 25 |
| 非鉄 | 2012年度 | 60.0 | 60.0 | 20.0 | 0.0 | 5 |
| | 2011年度 | 60.0 | 80.0 | 20.0 | 0.0 | 10 |
| 大企業 | 2012年度 | 84.6 | 71.4 | 36.3 | 25.3 | 91 |
| | 2011年度 | 88.6 | 75.9 | 38.0 | 29.1 | 79 |
| 中堅・中小企業 | 2012年度 | 66.9 | 53.2 | 25.3 | 6.2 | 308 |
| | 2011年度 | 73.0 | 50.5 | 18.5 | 6.4 | 281 |

（注）業種のなかで最大の回答率があつた部分を網掛けし、二番目を斜線で示した。

（資料）みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(2) 収益満足度はASEANでは改善、中国では大幅に悪化

アジア拠点における現在の収益状況について、「満足」、「やや満足」、「どちらでもない」、「やや不満」、「不満」の5段階で選択を求めた。「満足」と「やや満足」の合計から「不満」と「やや不満」の合計を差し引くことによって収益DIを求め、これを地域別にみると、ASEANはプラス、NIES、インド、中国のDIはいずれもマイナスとなった(図表14)。

前回調査と比較すると、ASEANは4.0%ポイント上昇(11年度▲0.1%ポイント、12年度3.9%ポイント)したが、NIES(11年度▲11.1%、12年度▲10.6%)とインド(11年度▲22.2%ポイント、12年度▲19.5%ポイント)は横ばい、中国は18.1%ポイントの大幅な低下(11年度▲9.1%ポイント、12年度▲27.2%ポイント)となった。

収益DIを時系列でみると、金融危機による2008~09年度の落ち込みを経て、2010年度にアジア全域が景気回復を果たすと、アジア全域で上昇した(図表15)。しかしながら、2011年度は、アジア全域で成長率が減速かつ東日本大震災とタイ洪水でサプライチェーンが断絶されたことからアジア全域で収益DIは低下した。2012年度は、サプライチェーンの回復によりASEANのDIは上昇したが、景気減速が続いたことでASEAN以外のDIは引き続きマイナスとなり、特に中国では日中関係の緊張に伴う販売不振が重なったことから、DIの悪化が顕著になったと考えられる。

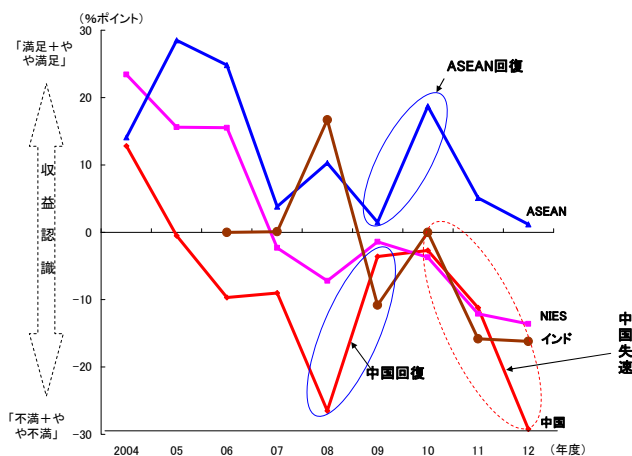
図表 14 拠点別にみた収益認識

(単位:%、%ポイント、社)

| | | 満足 | やや満足 | どちらでもない | やや不満 | 不満 | DI | 回答企業数 |
|-------|--------|------|------|---------|------|------|-------|-------|
| ASEAN | 2012年度 | 6.1 | 25.3 | 28.4 | 22.7 | 4.8 | 3.9 | 229 |
| | 2011年度 | 8.9 | 28.2 | 21.3 | 22.8 | 14.4 | ▲0.1 | 202 |
| NIES | 2012年度 | 3.6 | 21.8 | 30.6 | 22.5 | 13.5 | ▲10.6 | 111 |
| | 2011年度 | 8.5 | 18.3 | 29.3 | 22.0 | 15.9 | ▲11.1 | 82 |
| インド | 2012年度 | 2.8 | 11.1 | 52.8 | 30.6 | 2.8 | ▲19.5 | 36 |
| | 2011年度 | 11.1 | 0.0 | 55.6 | 22.2 | 11.1 | ▲22.2 | 27 |
| 中国 | 2012年度 | 6.4 | 18.7 | 21.2 | 28.3 | 24.0 | ▲27.2 | 283 |
| | 2011年度 | 9.1 | 24.7 | 22.2 | 24.7 | 18.2 | ▲9.1 | 275 |

(注) 収益DI = (「満足」 + 「やや満足」) - (「不満」 + 「やや不満」)。「満足」~「不満」のなかで最大の回答率があつた部分を網掛。
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

図表 15 拠点別にみた日本企業の収益DIの推移



(注) 1. 収益性DI = (「満足」 + 「やや満足」) - (「不満」 + 「やや不満」)。
2. 時系列データの扱いについてはP. 3の脚注3参照。
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(3) 在庫は中国で過剰感が強まる

アジア拠点の在庫状況を地域別に、「過剰」、「適正」、「不足」の3段階で選択を求めた。地域を問わず「適正」の回答率が一番高く（図表16）、「過剰」から「不足」の回答を差し引いた在庫DIは中国で最も高くなり、ASEAN、NIES、インドが続いた。

前回調査と比較すると、インドで13.8%ポイント上昇（11年度▲14.8%ポイント、12年度▲1.0%ポイント）、中国で3.5%ポイント上昇（11年度12.0%ポイント、12年度15.5%ポイント）、ASEANで3.5%ポイント上昇（11年度4.0%ポイント、12年度7.5%ポイント）、NIESで1.4%ポイント上昇（11年度4.9%ポイント、12年度6.3%ポイント）と総じて在庫が積み上がっている。

在庫DIを時系列でみると、2009年度以降、ASEAN・NIES・インドは顕著な上昇傾向はみられないが、中国では上昇傾向が目立っている（図表17）。2010年度は中国の景気回復を受けて日本企業は在庫を積み増したとみられるのに対し、2011年度以降は同国の景気減速、さらに2012年度下期からは日中関係の緊張に伴う販売不振も重なって在庫が積み上がったと考えられる。

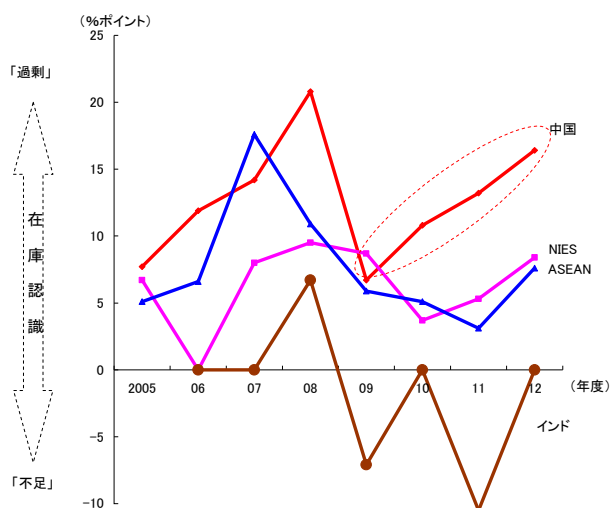
図表 16 拠点別にみた在庫認識

(単位: %、%ポイント、社)

| | | 過剰 | 適正 | 不足 | DI | 回答企業数 |
|-----------|--------|------|------|------|--------|-------|
| 中 国 | 2012年度 | 18.7 | 71.0 | 3.2 | 15.5 | 283 |
| | 2011年度 | 17.8 | 70.2 | 5.8 | 12.0 | 275 |
| A S E A N | 2012年度 | 12.7 | 72.9 | 5.2 | 7.5 | 229 |
| | 2011年度 | 11.4 | 69.3 | 7.4 | 4.0 | 202 |
| N I E S | 2012年度 | 9.9 | 70.3 | 3.6 | 6.3 | 111 |
| | 2011年度 | 7.3 | 78.0 | 2.4 | 4.9 | 82 |
| イ ン ド | 2012年度 | 2.0 | 26.0 | 3.0 | ▲ 1.0 | 31 |
| | 2011年度 | 0.0 | 66.7 | 14.8 | ▲ 14.8 | 22 |

(注) 在庫DI = 「過剰」 - 「不足」をまとめたもの。「過剰」、「適正」、「不足」の項目につき、最大の回答率があった部分を網掛。
 (資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

図表 17 拠点別にみた日本企業の在庫DIの推移



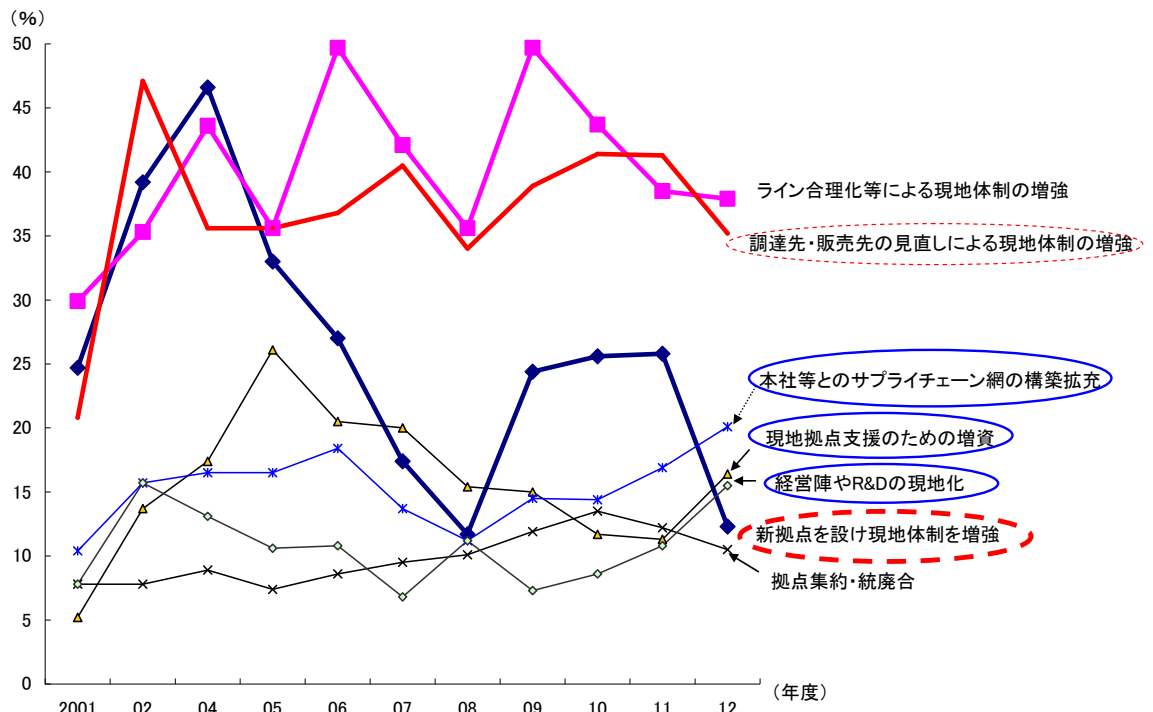
(注) 1. 在庫DI = 「過剰」 - 「不足」を示す。
 2. 時系列データの扱いについてはP. 3の脚注3参照。
 (資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(4) 拠点別取り組み、中国で既存拠点のオペレーション強化、ASEANで拠点新設の動き

中国、ASEAN、NIES、インドの各拠点で、今後2～3年で取り組みを検討している項目を「新拠点を設け現地体制の増強」・「ライン合理化による現地体制の増強」・「調達先・販売先の見直しによる現地体制の増強」などの12項目（複数回答）で質問した。図表18～21は、アジア拠点毎に、回答率が高い項目を、時系列で示したものである。

中国拠点では「新拠点を設け現地体制を増強」の回答率が急落し、「調達先・販売先の見直しによる現地体制の増強」の回答率も低下した一方で、「本社とのサプライチェーンの機能拡充」、「現地拠点支援のための増資」、「経営陣やR&Dの現地化」の回答率は高まっており、新規投資よりも、サプライチェーンの強化やマネジメント・研究開発の現地化など既存拠点の強化に重きを置いている様子が窺える（図表18）。

図表 18 中国拠点における日本企業の「今後の取り組み」トレンド



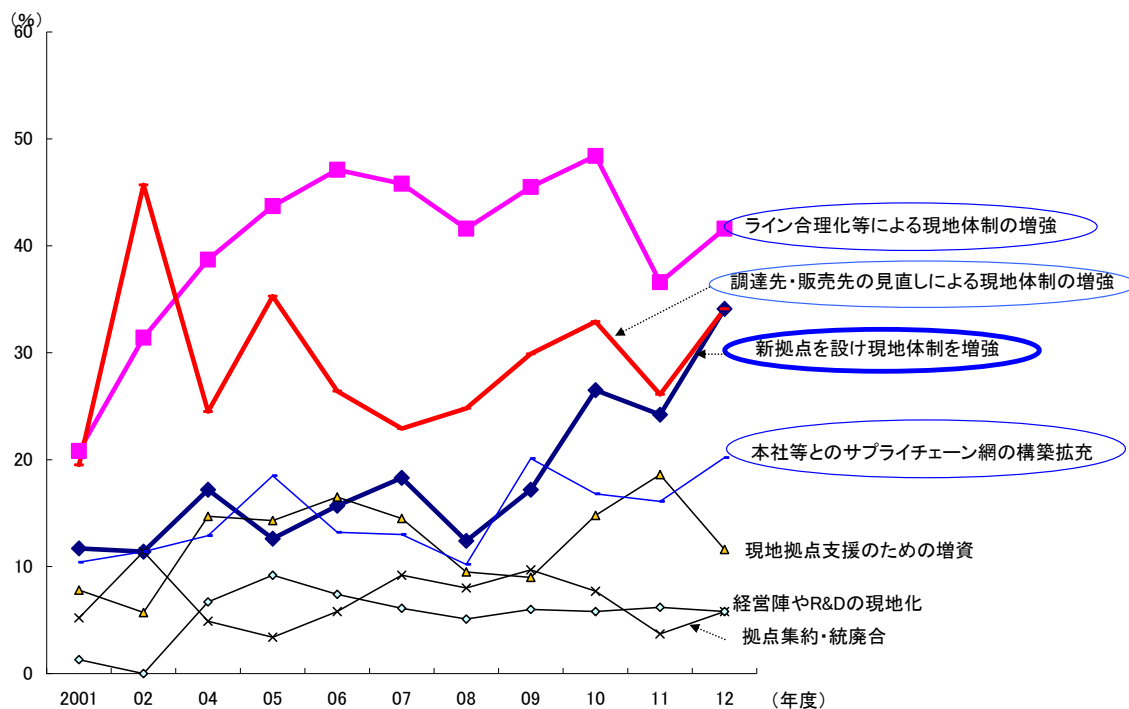
(注) 時系列データの扱いについてはP.3の脚注3参照。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

ASEAN 拠点では、中国拠点とは対照的に「新拠点を設け現地体制を増強」の回答率が急増したことに加え、「ライン合理化等による現地体制の増強」、「調達先・販売先の見直しによる現地体制の増強」の回答率がいずれも上昇している。日本企業の ASEAN 拠点拡充の姿勢が鮮明になったといえるだろう（図表 19）。

また、2011 年度の洪水時にサプライチェーンが断絶した事態の再発を避けるべく、「本社等とのサプライチェーン網の構築拡充」の回答率も上昇している。

図表 19 ASEAN 拠点における日本企業の「今後の取り組み」トレンド

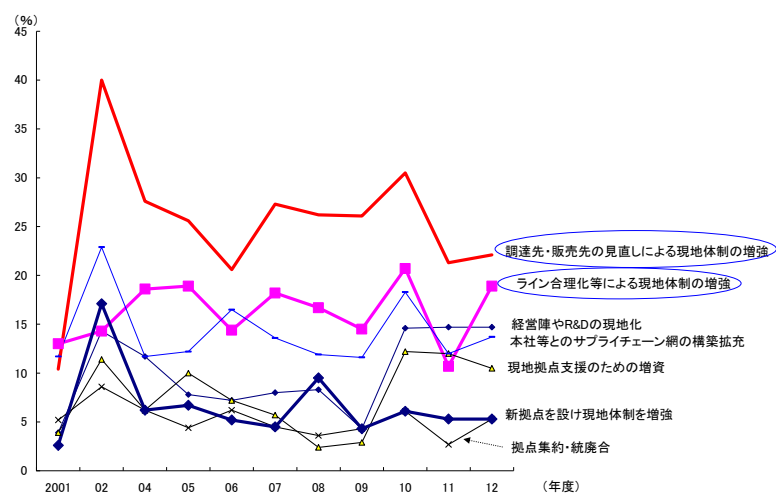


(注) 時系列データの扱いについてはP. 3の脚注3参照。
 (資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

NIES 拠点では、「調達先・販売先の見直しによる現地体制の増強」および「ライン合理化等による現地体制の増強」の回答率が共に上昇した（図表 20）。NIES 拠点は、既存拠点の強化にウェイトが置かれている様子が窺える。

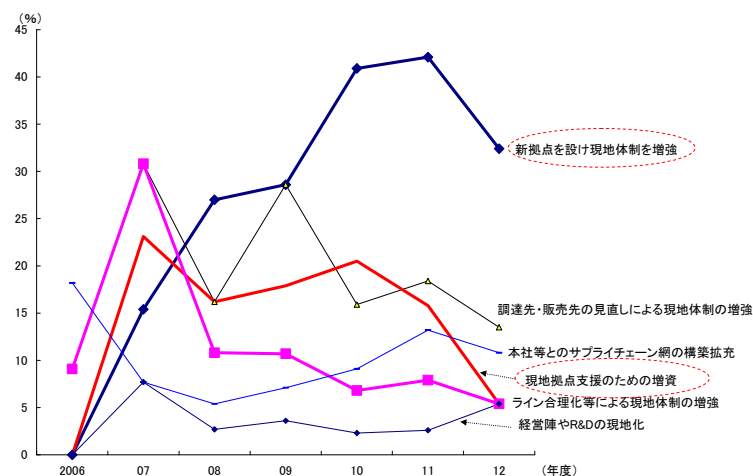
インド拠点では、「新拠点を設け現地体制を増強」の回答率がこれまで一貫して上昇してきたが、2012 年度は初めて低下し、「現地拠点支援のための増資」の回答率も低下した（図表 21）。インドは 2020 年代半ばには人口が中国を上回ると見込まれるなど中長期的な成長余地は大きいと認識されている。しかしながら、成長率の減速や経済赤字の拡大などの経済不振が続いているため、日本企業は対インド投資に慎重になっているとみられる。

図表 20 NIES 拠点における日本企業の「今後の取り組み」トレンド



(注) 時系列データの扱いについては P. 3 の脚注 3 参照。
 (資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

図表 21 インド拠点における日本企業の「今後の取り組み」トレンド



(注) 1. 「インド」は 2006 年調査よりアンケート質問対象に加えたため、2005 年以前のデータはない。
 2. 時系列データの扱いについては P. 3 の脚注 3 参照。
 (資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

5. 中国拠点の現状と今後の取り組み（中国進出企業（283社）の回答）

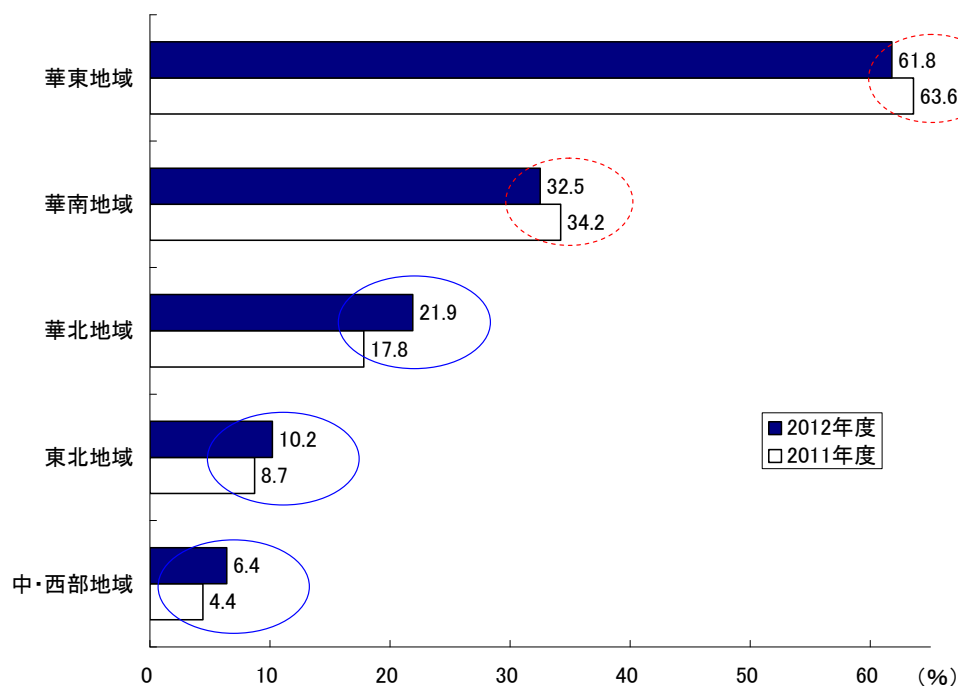
（1）中国拠点は、華東を中心とする沿海部に集中

アジアにビジネス拠点を設置しているなかで、中国に拠点を設置していると回答した企業283社に「中国内の拠点設置地域」について質問した。

設置の回答率は、華東地域（上海市、江蘇省、浙江省など）が61.8%で最も高く、華南地域（広東省、福建省、海南省、広西自治区）が32.5%、華北地域（北京市、天津市、河北省、山東省など）が21.9%、東北地域（遼寧省、吉林省、黒龍江省）が10.2%、中・西部が6.4%で続いた（図表22）。

前回調査（275社が回答）と比較してみると、60%超の企業が華東地域、30%超の企業が華南地域に拠点を設置している状況に変化はないが、両地域の回答率は低下している。一方で、華北地域、東北地域、中・西部地域の回答率は揃って上昇しており、日本企業の中国拠点が、生産・販売網の拡張に伴って徐々に中国全土に広がってきている様子が窺える。

図表 22 中国拠点の設置状況（複数回答）



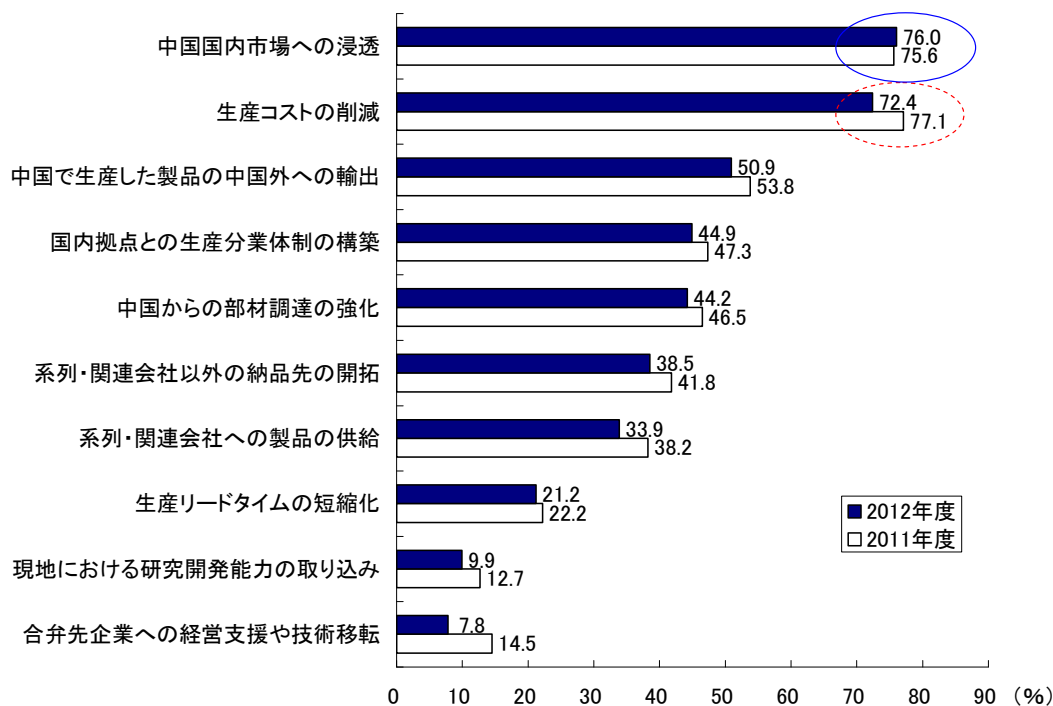
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(2) 中国進出時の狙いは、「生産コスト削減」から「中国国内販売」へ

「中国進出時の狙い」を「生産コストの削減」や「系列・関連会社以外の納入先の開拓」などの10項目から選択を求めたところ、「中国国内市場への浸透」（中国国内販売）が76.0%で1位、「生産コストの削減」が72.4%で2位となった（図表23）。「中国で生産した製品の中国外への輸出」が50.9%、「国内拠点との生産分業体制の構築」が44.9%、「中国からの部材調達強化」が44.2%で続いた。

前回調査と比較すると、「中国国内市場への浸透」の回答率が僅かながら上昇して（11年度75.6%、12年度76.0%）1位となった点が注目される。「生産コストの削減」の回答率が4.7%ポイント低下（11年度77.1%、12年度72.4%）したこととは対照的で、日本企業の中国進出の狙いが、「コスト削減」から「中国国内販売」へと移りつつある様子が窺える。

図表 23 中国進出時の狙い（複数回答）



(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(3) 進出時の狙いの達成度は「生産コスト削減」・「中国国内販売」共に低下

前述の10項目において、「進出時の狙いが達成できたかどうか」について、「達成できた」、「やや達成できた」、「どちらともいえない」、「やや達成できていない」、「達成できていない」の5段階で選択を求めた。

達成DI（（「達成できた」＋「やや達成できた」）－（「やや達成できていない」＋「達成できていない」））を、進出時の狙いの上位項目（前掲図表23）に注目してみる。

前回調査との比較では、「生産コストの削減」のDIは3.1%ポイント低下（11年度63.2%ポイント、12年度60.1%ポイント）、さらに「中国で生産した製品の中国外への輸出」は18.5%ポイントと大幅に低下（11年度57.4%ポイント、12年度38.9%ポイント）しており、賃金上昇などによって中国の低コスト輸出拠点としての魅力が逡減している可能性がある（図表24）。

また、「中国国内市場への浸透」のDIは前回調査においても前述の2項目に比べると低水準であったが、今回調査では、前回調査からさらに2.0%ポイント低下（11年度17.4%ポイント、12年度15.4%ポイント）した。中国の景気減速に尖閣問題に伴う販売不振が重なったためと考えられる。

一方で、「国内拠点との生産分業体制の構築」のDIは、7.5%ポイント上昇した（11年度54.7%ポイント、12年度62.2%ポイント）。日本と中国の分業体制に関しては、両国を跨ぐサプライチェーンが維持されている様子が窺える。

図表 24 進出時の狙いと達成状況（複数回答）

（単位：％、％ポイント、社数）

| | | 達成できた | やや達成できた | どちらともいえない | やや達成できていない | 達成できていない | DI | 回答企業数 |
|-------------------|--------|-------|---------|-----------|------------|----------|--------|-------|
| 中国国内市場への浸透 | 2012年度 | 11.8 | 35.3 | 20.9 | 17.7 | 14.0 | 15.4 | 215 |
| | 2011年度 | 13.0 | 33.2 | 24.5 | 14.9 | 13.9 | 17.4 | 208 |
| 生産コストの削減 | 2012年度 | 22.0 | 48.3 | 18.0 | 3.9 | 6.3 | 60.1 | 205 |
| | 2011年度 | 26.9 | 46.7 | 15.6 | 6.6 | 3.8 | 63.2 | 212 |
| 中国で生産した製品の中国外への輸出 | 2012年度 | 27.1 | 34.7 | 14.6 | 9.7 | 13.2 | 38.9 | 144 |
| | 2011年度 | 30.4 | 40.5 | 14.2 | 5.4 | 8.1 | 57.4 | 148 |
| 国内拠点との生産分業体制の構築 | 2012年度 | 25.2 | 48.0 | 15.7 | 7.9 | 3.1 | 62.2 | 127 |
| | 2011年度 | 18.5 | 47.7 | 20.8 | 6.9 | 4.6 | 54.7 | 130 |
| 中国からの部材調達強化 | 2012年度 | 9.6 | 46.4 | 22.4 | 9.6 | 10.4 | 36.0 | 125 |
| | 2011年度 | 13.3 | 39.1 | 24.2 | 10.9 | 10.2 | 31.3 | 128 |
| 系列・関連会社以外の納品先の開拓 | 2012年度 | 7.3 | 39.4 | 28.4 | 12.8 | 11.0 | 22.9 | 109 |
| | 2011年度 | 7.8 | 38.3 | 31.3 | 12.2 | 7.8 | 26.1 | 115 |
| 系列・関連会社への製品の供給 | 2012年度 | 32.3 | 39.6 | 17.7 | 5.2 | 5.2 | 61.5 | 96 |
| | 2011年度 | 32.4 | 37.1 | 18.1 | 3.8 | 3.8 | 61.9 | 105 |
| 生産リードタイムの短縮化 | 2012年度 | 25.0 | 45.0 | 18.3 | 6.7 | 5.0 | 58.3 | 60 |
| | 2011年度 | 26.2 | 37.7 | 19.7 | 8.2 | 4.9 | 50.8 | 61 |
| 現地における研究開発能力の取り込み | 2012年度 | 10.7 | 21.4 | 28.6 | 28.6 | 10.7 | ▲ 7.2 | 28 |
| | 2011年度 | 8.6 | 14.3 | 25.7 | 25.7 | 20.0 | ▲ 22.8 | 35 |
| 合弁先企業への経営支援や技術移転 | 2012年度 | 13.6 | 31.8 | 45.5 | 4.5 | 4.5 | 36.4 | 22 |
| | 2011年度 | 12.5 | 37.5 | 32.5 | 7.5 | 5.0 | 37.5 | 40 |

(注) 1. 最多回答を網掛。

2. 進出時の狙いとして回答率が高い順。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(4) ほとんどの業種で収益満足度が悪化

中国拠点における収益 DI を業種別にみると、DI がマイナスになった業種は、中国の高成長回復と共に、2010 年度は 2 業種まで減少していた。しかしながら、2011 年度は中国の成長率の鈍化によって DI がマイナスの業種は 4 業種に増加、2012 年度は尖閣問題が加わったこともあって全 10 業種がマイナスとなった（図表 25）。中国経済の力強い回復が見込みにくいなか、今後、どの程度収益満足度が持ち直すかが注目される。

次に、中国拠点における在庫 DI を業種別にみると、「過剰」との回答が多かった業種は、2012 年度は 7 業種で、2011 年度と同数であった。ただし 7 業種中 5 業種（「金属製品」、「化学」、「輸送機械」、「鉄鋼」、「一般機械」）で在庫 DI は悪化しており、収益満足度同様に、今後の動向が注目される（図表 26）。

図表 25 中国拠点における業種別収益 DI の推移

(単位:%ポイント)

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 化学 | 0.0 | 10.5 | ▲ 14.3 | 9.1 | 7.2 | ▲ 17.4 | ▲ 4.4 |
| 精密機械 | ▲ 30.0 | ▲ 100.0 | ▲ 80.0 | 0.0 | 0.0 | 57.2 | ▲ 11.1 |
| 一般機械 | 0.1 | 6.7 | ▲ 14.7 | 2.3 | 2.0 | 1.9 | ▲ 19.1 |
| 輸送機械 | ▲ 66.7 | 30.0 | 25.0 | 77.8 | 30.7 | 13.4 | ▲ 23.1 |
| 繊維 | ▲ 28.5 | ▲ 80.0 | 16.6 | 50.0 | 60.0 | 23.1 | ▲ 28.6 |
| 金属製品 | ▲ 38.5 | 14.3 | ▲ 13.3 | ▲ 5.3 | 5.0 | 10.0 | ▲ 30.8 |
| 電気機械 | 16.6 | ▲ 21.3 | ▲ 35.1 | ▲ 22.6 | ▲ 12.9 | ▲ 42.9 | ▲ 40.7 |
| 食料品 | ▲ 53.9 | ▲ 18.8 | ▲ 10.0 | ▲ 44.4 | ▲ 41.7 | ▲ 43.8 | ▲ 47.0 |
| 鉄鋼 | 33.3 | ▲ 20.0 | ▲ 49.9 | 0.0 | 14.3 | 33.3 | ▲ 50.0 |
| 非鉄 | ▲ 80.0 | ▲ 80.0 | 0.0 | ▲ 20.0 | 50.0 | ▲ 83.3 | ▲ 66.7 |

(注) 1. 業種別の収益性認識DI = (「満足」+「やや満足」) - (「不満」+「やや不満」) をまとめたもの。

「満足」+「やや満足」の回答が「不満」+「やや不満」よりも多かった部分を網掛。

2. 時系列データの扱いについてはP. 3の脚注3参照。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

図表 26 中国拠点における業種別在庫 DI の推移

(単位:%ポイント)

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|------|--------|--------|------|--------|------|------|------|
| 食料品 | ▲ 7.7 | 6.3 | 50.0 | 11.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 精密機械 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 7.7 | 0.0 | 0.0 |
| 非鉄 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | ▲ 40.0 | 25.0 | 0.0 | 0.0 |
| 金属製品 | ▲ 7.7 | ▲ 7.2 | 33.3 | 10.5 | 10.0 | 3.3 | 11.6 |
| 化学 | 4.6 | 10.6 | 7.2 | ▲ 4.6 | 0.0 | 8.7 | 13.1 |
| 繊維 | 14.3 | 20.0 | 33.3 | 0.0 | 0.0 | 23.1 | 14.3 |
| 輸送機械 | 50.0 | 20.0 | 25.0 | 0.0 | 25.0 | 13.3 | 15.4 |
| 鉄鋼 | ▲ 33.3 | ▲ 20.0 | 16.7 | 0.0 | 25.0 | 8.4 | 16.7 |
| 電気機械 | 25.0 | 33.3 | 32.4 | 12.9 | 19.4 | 26.2 | 25.9 |
| 一般機械 | 8.7 | 13.4 | 11.8 | 4.6 | 6.6 | 11.7 | 28.5 |

(注) 1. 各調査年の在庫認識DI = 「過剰」 - 「不足」 をまとめたもの。「過剰」の回答の方が多かった部分を網掛。

2. 時系列データの扱いについてはP. 3の脚注3参照。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(5) 経営上の課題は、「シェア拡大」・「人材育成」・「コスト削減」・「現調率向上」・「知財権対策」

中国拠点における「経営上の課題」について、「生産性の向上によるコスト削減の推進」、「中国市場での販売シェア拡大」など15項目から選択を求めた。

優先DI（（「優先度が高い」＋「比較的優先度が高い」）－（「比較的優先度が低い」＋「優先度が低い」））でみると、「中国拠点における人材の育成」、「中国市場での販売シェア拡大」、「生産性の向上によるコスト削減の推進」、「現地調達率向上によるコスト削減」が上位4項目となった（図表27）。「優先度の高い」課題に注目すると、「中国市場での販売シェア拡大」の回答率が前回調査同様に4割超と最も高く、現地市場開拓をいかに図るかが重視されている様子が窺える。

また、前回調査に比べると、「知財権侵害状況の把握と対策」の優先DIが39.4%ポイントと大幅に上昇（2011年度13.9%ポイント、2012年度53.3%ポイント）しており、日本企業が中国市場への浸透を図るなかで、改めて「知財権対策」の重要性が高まっている様子が窺える。

図表 27 中国拠点の経営上の課題（複数回答）

（単位：％、％ポイント）

| | 優先度の高い課題 | 比較的優先度の高い課題 | どちらともいえない | 比較的優先度の低い課題 | 優先度の低い課題 | DI | |
|--------|------------------------|-------------|-----------|-------------|----------|------|------|
| 2012年度 | 1.中国拠点における人材の育成 | 29.0 | 46.3 | 14.1 | 2.1 | 2.8 | 70.4 |
| | 2.中国市場での販売シェア拡大 | 44.5 | 32.2 | 11.0 | 3.5 | 5.7 | 67.5 |
| | 3.生産性の向上によるコスト削減の推進 | 32.2 | 41.0 | 14.5 | 1.1 | 7.1 | 65.0 |
| | 4.現地調達率向上によるコスト削減の推進 | 27.2 | 41.0 | 17.0 | 3.2 | 8.5 | 56.5 |
| | 5.知財権侵害状況の把握と対策 | 25.4 | 43.8 | 10.6 | 5.3 | 10.6 | 53.3 |
| | 6.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充 | 8.5 | 36.0 | 38.9 | 4.9 | 3.5 | 36.1 |
| | 7.中国市場での自社ブランドの浸透 | 23.0 | 25.8 | 29.0 | 5.7 | 7.4 | 35.7 |
| | 8.コンプライアンスに対応した組織作り | 6.7 | 30.0 | 42.0 | 8.5 | 3.5 | 24.7 |
| | 9.為替リスクへの対処 | 10.6 | 26.5 | 43.1 | 7.4 | 4.2 | 25.5 |
| | 10.中国市場での販売品の製品ラインの拡充 | 9.9 | 29.0 | 35.7 | 8.1 | 8.5 | 22.3 |
| | 11.中国で生産した製品の輸出増 | 11.3 | 27.6 | 32.2 | 8.1 | 10.2 | 20.6 |
| | 12.中国市場での販売品の単価増 | 11.0 | 19.8 | 48.8 | 7.4 | 3.9 | 19.5 |
| | 13.サプライヤーに対する指導・育成 | 6.0 | 26.1 | 41.3 | 8.1 | 7.1 | 16.9 |
| | 14.環境対策・省エネへの対応 | 2.5 | 18.0 | 48.8 | 14.1 | 6.0 | 0.4 |
| | 15.ステークホルダーとのコミュニケーション | 3.9 | 17.0 | 48.1 | 12.4 | 7.4 | 1.1 |
| 2011年度 | 1.中国拠点における人材の育成 | 34.2 | 46.2 | 12.4 | 1.5 | 1.1 | 77.8 |
| | 2.中国市場での販売シェア拡大 | 47.6 | 29.8 | 12.4 | 3.3 | 2.5 | 71.6 |
| | 3.生産性の向上によるコスト削減の推進 | 30.9 | 42.9 | 13.5 | 1.5 | 4.4 | 67.9 |
| | 4.現地調達率向上によるコスト削減の推進 | 24.0 | 44.7 | 18.2 | 2.9 | 4.4 | 61.4 |
| | 5.中国市場での自社ブランドの浸透 | 21.5 | 34.2 | 26.2 | 4.0 | 6.5 | 45.2 |
| | 6.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充 | 8.4 | 39.6 | 37.5 | 6.2 | 1.5 | 40.3 |
| | 7.中国市場での販売品の製品ラインの拡充 | 12.4 | 34.9 | 31.3 | 5.8 | 5.4 | 36.1 |
| | 8.コンプライアンスに対応した組織作り | 5.8 | 37.5 | 40.4 | 5.1 | 3.3 | 34.9 |
| | 9.為替リスクへの対処 | 11.3 | 28.4 | 39.6 | 9.8 | 3.6 | 26.3 |
| | 10.サプライヤーに対する指導・育成 | 5.5 | 28.7 | 42.5 | 9.5 | 3.6 | 21.1 |
| | 11.中国市場での販売品の単価増 | 8.0 | 24.0 | 46.9 | 6.9 | 4.4 | 20.7 |
| | 12.知財権侵害状況の把握と対策 | 4.4 | 26.9 | 42.2 | 9.8 | 7.6 | 13.9 |
| | 13.中国で生産した製品の輸出増 | 9.5 | 26.5 | 34.5 | 11.6 | 10.9 | 13.5 |
| | 14.環境対策・省エネへの対応 | 1.5 | 23.3 | 49.8 | 11.3 | 6.5 | 7.0 |
| | 15.ステークホルダーとのコミュニケーション | 2.2 | 19.6 | 48.4 | 10.2 | 10.5 | 1.1 |

（注）最多回答を網掛。

（資料）みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(6) 投資環境は、「インフラ整備」で大幅な改善、「環境汚染」で悪化を見込む

「中国の投資環境が、今後2～3年でどのような方向に変化するか」について「道路、港湾などのインフラ整備」や「規制や許認可の透明性」などの14項目で、「改善・進展」、「どちらともいえない」、「悪化・後退」の3段階から選択を求めた。

改善DI（改善・進展）－（悪化・後退）をみると、「道路、港湾などのインフラ整備」、「電力、水、ガスなどの安定供給」、「人民元建て資金の調達手段」、「中西部・東北地方の振興政策」が、前回調査に引き続き上位となった（図表28）。日本企業は、インフラ整備や人民元調達、地方開発はより一層進捗すると見込んでいる。

一方で、「大気や水質などの環境汚染」、「ワーカー人材の供給量の拡大」、「電力、水、ガスなどのコスト負担増」、「外資への投資インセンティブ」、「管理職人材の供給量の拡大」、「為替レートの安定」、「外資への市場参入規制の緩和」の7項目はマイナスとなった。

特に、「大気や水質などの環境汚染」は12.2%ポイント低下（11年度▲30.5%ポイント、12年度▲42.7%ポイント）している。2012年末から2013年春にかけて、石炭の煤煙などによって中国各地で大気汚染が深刻化したことが反映されたものと考えられ、環境汚染がビジネス活動や経済成長の足枷となることを、日本企業が懸念している様子が窺える。

図表 28 今後、2～3年の中国の投資環境の方向性（複数回答）

(単位: %、%ポイント)

| | 改善・進展 | どちらとも いえない | 悪化・後退 | DI | |
|--------|---------------------|---------------|-------|------|-------|
| 2012年度 | 1.道路、港湾などのインフラ整備 | 64.3 | 26.9 | 1.4 | 62.9 |
| | 2.電力、水、ガスなどの安定供給 | 48.4 | 40.3 | 3.9 | 44.5 |
| | 3.人民元建て資金の調達手段 | 38.5 | 53.0 | 2.1 | 36.4 |
| | 4.中西部・東北地方の振興政策 | 26.9 | 61.1 | 2.8 | 24.1 |
| | 5.法制度の整備・執行力強化 | 22.3 | 57.2 | 13.8 | 8.5 |
| | 6.知財権保護のための体制整備 | 11.7 | 69.3 | 11.3 | 0.4 |
| | 7.外資への市場参入規制の緩和 | 16.3 | 59.7 | 17.0 | ▲0.7 |
| | 8.為替レートの安定 | 9.2 | 73.5 | 9.9 | ▲0.7 |
| | 9.規制や許認可の透明性 | 12.0 | 63.3 | 17.7 | ▲5.7 |
| | 10.管理職人材の供給量の拡大 | 10.2 | 64.7 | 17.7 | ▲7.5 |
| | 11.外資への投資インセンティブ | 9.5 | 55.1 | 27.6 | ▲18.1 |
| | 12.電力、水、ガスなどのコスト負担増 | 13.8 | 44.9 | 33.9 | ▲20.1 |
| | 13.ワーカー人材の供給量の拡大 | 6.4 | 49.8 | 37.1 | ▲30.7 |
| | 14.大気や水質などの環境汚染 | 12.4 | 25.8 | 55.1 | ▲42.7 |
| 2011年度 | 1.道路、港湾などのインフラ整備 | 55.3 | 34.9 | 2.9 | 52.4 |
| | 2.電力、水、ガスなどの安定供給 | 55.3 | 34.9 | 2.9 | 52.4 |
| | 3.中西部・東北地方の振興政策 | 34.2 | 55.6 | 1.8 | 32.4 |
| | 4.人民元建て資金の調達手段 | 37.1 | 52.0 | 4.7 | 32.4 |
| | 5.法制度の整備・執行力強化 | 24.7 | 56.7 | 11.3 | 13.4 |
| | 6.知財権保護のための体制整備 | 14.9 | 69.5 | 8.7 | 6.2 |
| | 7.規制や許認可の透明性 | 13.1 | 70.5 | 11.3 | 1.8 |
| | 8.外資への市場参入規制の緩和 | 17.8 | 57.8 | 17.1 | 0.7 |
| | 9.為替レートの安定 | 10.9 | 72.4 | 10.5 | 0.4 |
| | 10.管理職人材の供給量の拡大 | 12.7 | 82.5 | 16.4 | ▲3.7 |
| | 11.外資への投資インセンティブ | 10.5 | 53.1 | 26.9 | ▲16.4 |
| | 12.電力、水、ガスなどのコスト負担増 | 11.6 | 45.8 | 34.2 | ▲22.6 |
| | 13.大気や水質などの環境汚染 | 13.5 | 35.3 | 44.0 | ▲30.5 |
| | 14.ワーカー人材の供給量の拡大 | 5.1 | 49.5 | 37.8 | ▲32.7 |

(注) 最多回答を網掛。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(7) コスト上昇には、「付加価値向上・中国国内販売」で対応、「移転」を検討する企業も増加

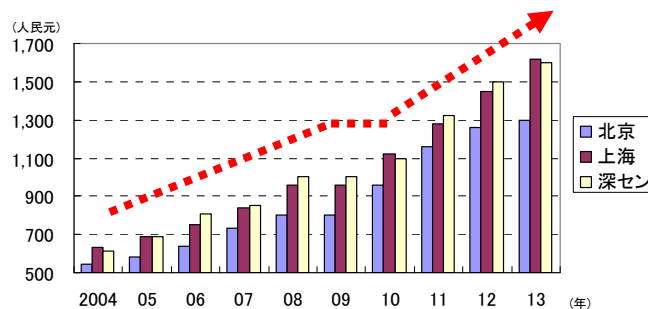
進出時の狙い（前掲図表 23）でみた通り、「生産コストの削減」は引き続き優先度の高い項目ながら、達成度のさらなる引き上げは困難になってきている（前掲図表 24）。一因として、人件費の上昇が挙げられる。法定最低賃金（例年、春～夏頃に改定されるケースが一般的）を例に最近の動向をみてみると、中国政府は、世界金融危機による景気減速懸念が残る時期であった 2009 年を除いて、毎年賃上げを実施している（図表 29）。

そこで、「生産コスト上昇の対応策」について「製品の高付加価値化」や「輸出先の多角化」などの 6 項目から選択を求めたところ、「製品の高付加価値化」が 29.0%、「中国国内販売を実施・検討」が 26.1%で上位となり、「機械設備の導入」が 21.2%、「中国国内の他の地域・第三国への移転を実施・検討」が 16.3%で続いた（図表 30）。

前回調査と比較すると、前述の項目の内、「中国国内販売を実施・検討」の回答率が 2.3%ポイント低下（11 年度 28.4%、12 年度 26.1%）した一方で、「中国国内の他地域・第三国への移転を実施・検討」は 3.6%ポイント上昇（11 年度 12.7%、12 年度 16.3%）した点が注目される。

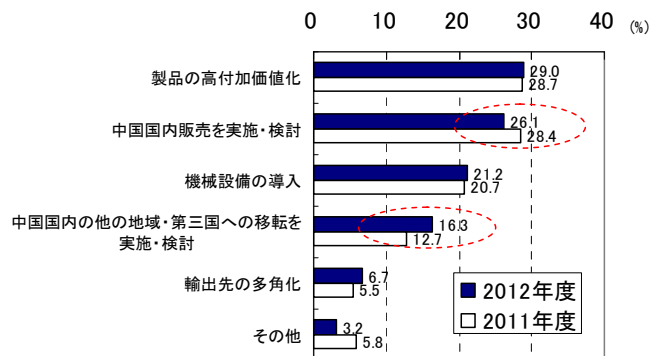
中国の生産コスト上昇圧力の高さや、日中関係の緊張などにより、中国国内販売の強化よりも、中国国内の他の地域・第三国への移転を検討する企業が、徐々に増加している様子が窺える。

図表 29 北京・上海・深センの法定最低賃金（月給）推移



(資料) 北京・上海・深セン市政府

図表 30 中国における生産コスト上昇の対応策（複数回答）



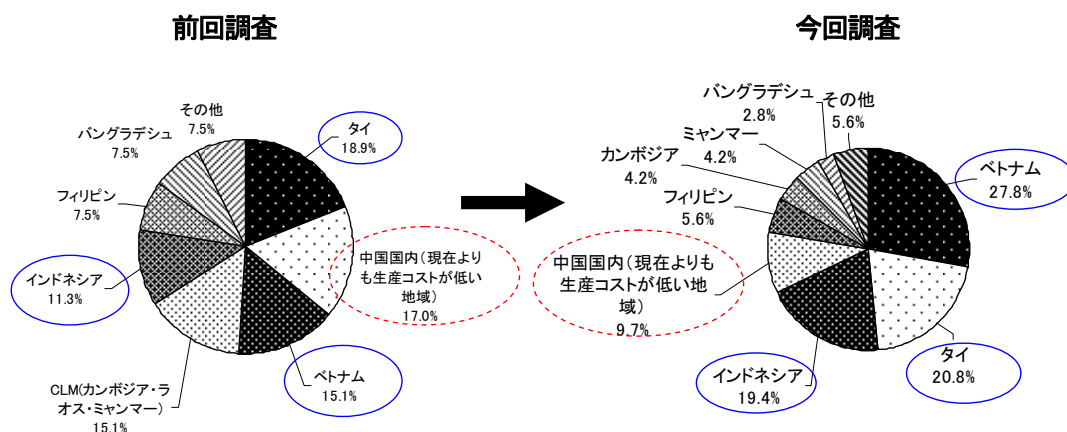
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

前掲図表 30 の「中国国内の他地域・第三国への移転を実施・検討」している企業に対して、移転先を 10 カ国・地域（中国国内（現在よりも生産コストが低い地域）、タイ、ベトナム、インドネシア、フィリピン、カンボジア、ラオス、ミャンマー、バングラデシュ、その他）から選択を求めた。

その結果は、ベトナムの回答率が 27.8%で最も高くなり、タイが 20.8%、インドネシアが 19.4%で続き、中国国内（現在よりも生産コストが低い地域）の 9.7%を上回った（図表 31）。

前回調査では、タイが 18.9%で 1 位、中国国内は 17.0%で 2 位につけていたが、今回調査では中国国内の回答率・順位が下がり、ベトナムやインドネシアなどASEAN全域の注目度が高まっている様子が窺える。特にベトナムは、中国の半分程度にとどまる人件費の安さや大型港湾などのインフラ整備が急ピッチで進んでいることが、移転先としての評価を高めていると考えられる⁶。

図表 31 移転の実施・検討先（複数回答）



(注) 前回調査では、カンボジア、ラオス、ミャンマーはCLMとしていた。
 (資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

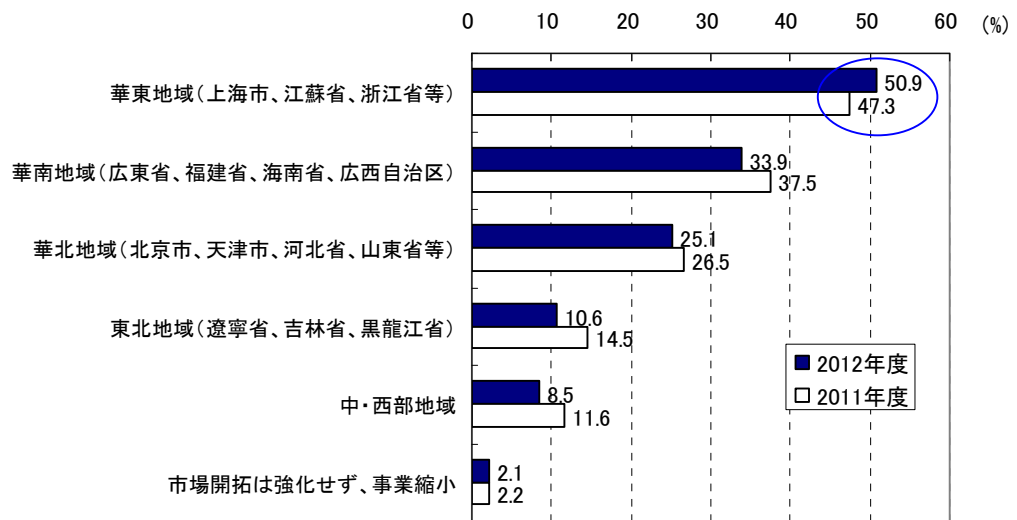
⁶ 詳細に関しては、酒向浩二（2013年2月5日）「堅調続く日本の対ベトナム投資～インフラが整い現実的な投資先として魅力高まる～」 <http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/insight/as130205.pdf> 参照。

(8) 市場開拓の注力先は今後も沿海部が中心

「今後2～3年、市場開拓を強化する地域」を、「華北」、「華東」、「華南」、「東北」、「中・西部」の5地域から選択を求めたところ、「華東」が50.9%で最も高く、「華南」が33.9%、「華北」が25.1%で続いた(図表32)。「東北」を重視するとの回答率は10.6%、「中・西部」は8.5%にとどまった。

前回調査と比べると、「華東」の回答率が3.6%ポイント上昇(11年度47.3%、12年度50.9%)した一方で、その他の地域の回答率は軒並み低下している。日本企業は、拠点展開は中国全土に広げつつあるが(前掲図表22参照)、市場としては中国最大の商業都市である上海を中心とする華東地域を最重視している様子が窺える。

図表 32 今後2～3年、市場開拓を強化する地域(複数回答)



(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(9) 中国政府に「環境汚染対策」・「透明性」・「法執行力」を求む

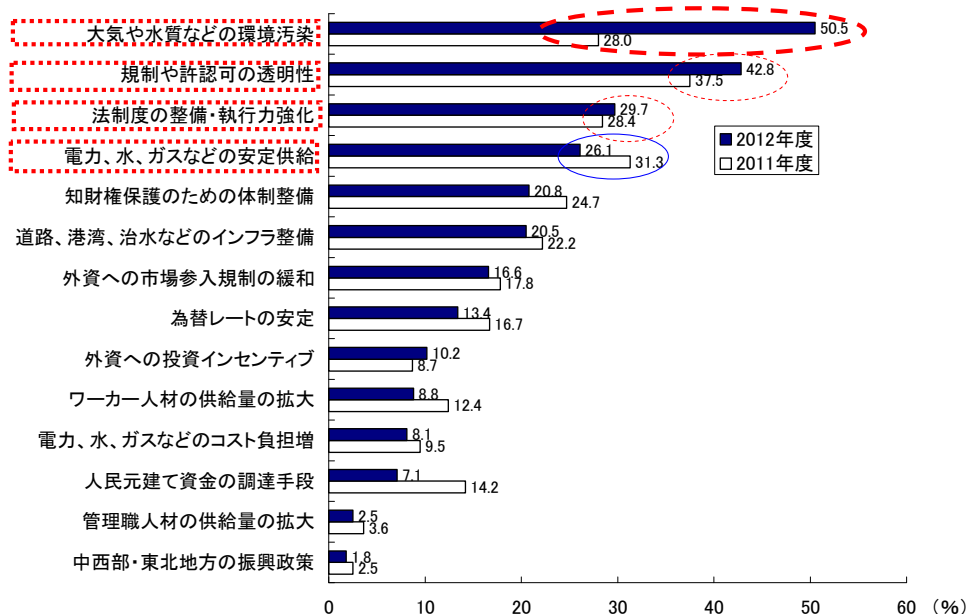
「中国の投資環境について、中国政府が優先すべき政策」を「規制や許認可の透明性」や「為替レートの安定」など14項目から選択を求めたところ、「大気や水質などの環境汚染」、「規制や許認可の透明性」、「法制度の整備・執行力強化」、「電力、水、ガスなどの安定供給」の4項目の回答率が高くなった（図表33）。

前回調査と比較すると、前述の4項目では、「大気や水質などの環境汚染」が22.5%ポイントと大幅に上昇（11年度28.0%ポイント、12年度50.5%ポイント）していることから、日本企業が環境汚染問題を深刻に受け止めている様子が窺える。

さらに、「規制や許認可の透明性」が5.3%ポイント（11年度37.5%ポイント、12年度42.8%ポイント）、「法制度の整備・執行力強化」が1.3%ポイント（11年度28.4%ポイント、12年度29.7%ポイント）上昇しており、透明性・法整備を求める声もより高まっている。

一方で、「電力、水、ガスなどの安定供給」の回答率は、5.2%ポイント低下（11年度31.3%ポイント、12年度26.1%ポイント）した。図表28でみた通り、インフラ整備に関して今後2～3年の改善を見込んでいることを反映したものと考えられる。

図表 33 中国政府が優先すべき政策（複数回答）



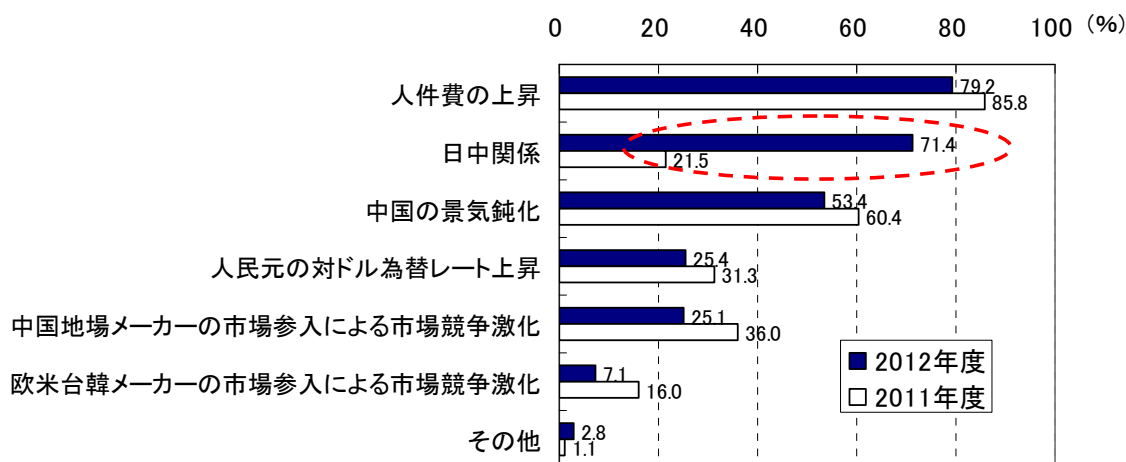
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(10) 中国ビジネス上の懸念は、「人件費の上昇」、「日中関係」、「中国の景気鈍化」

今後、2～3年の間に中国ビジネス上の懸念材料となる事象を、「人件費の上昇」、「人民元為替レート変動幅の拡大（人民元切り上げ）」、「中国地場メーカーの市場参入による市場競争激化」、「日中関係」、「中国の景気鈍化」「欧米台韓メーカーの市場参入による市場競争激化」、「その他」の7択で求めた。その結果は、「人件費の上昇」の回答率が79.2%で最も高くなり、続いて「日中関係」が71.4%、「中国の景気鈍化」が53.4%となった（図表34）。

前回調査と比較すると、「日中関係」が49.9%ポイントもの急上昇（2011年度21.5%、2012年度71.4%）となった点は特筆される。前回調査時点から日本企業が、人件費上昇による生産コスト増大と中国の景気を懸念していたところに、今回調査ではさらに尖閣問題などによる日中関係の緊張が重なった形であり、今後の日中関係の改善が切に望まれる。

図表 34 今後、2～3年の間に中国ビジネス上の懸念材料となる事象（複数回答）



(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

6. ASEAN 拠点の現状と今後の取り組み（ASEAN 進出企業（229 社）の回答）

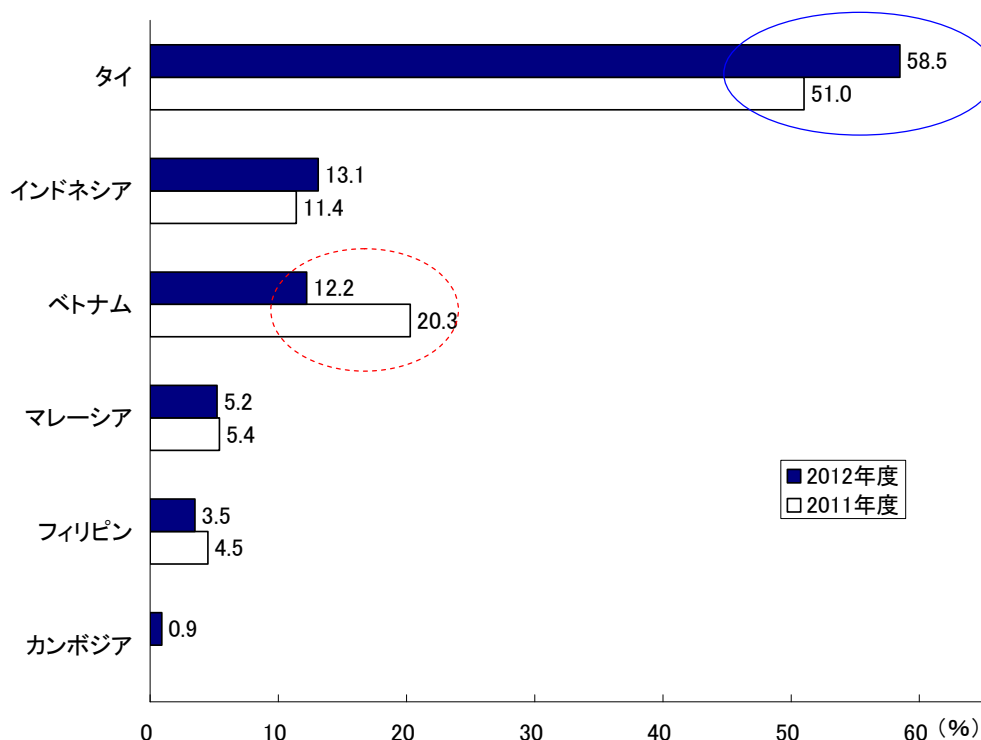
（1）ASEAN で最重視する拠点は、タイが過半、インドネシア、ベトナムが続く

2011 年度調査より、中国に続く成長市場として日本企業の関心が高まっている ASEAN にも着目し、拠点の現状と今後の取り組みについて、中国と同様の調査を行っている。

アジアにビジネス拠点を設置しているなかで、ASEAN に拠点を設置していると回答した企業 229 社に「ASEAN 内の拠点設置地域（ASEAN5（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）と CLM（カンボジア、ラオス、ミャンマー）の 8 カ国から最重視している拠点を一つだけ選択）」について質問した。

回答率は、タイが 58.5%で最も高く、インドネシアが 13.1%、ベトナムが 12.2%で続いた（図表 35）。前回調査と比較すると、タイの回答率が 7.5%ポイント上昇（11 年度 51.0%、12 年度 58.5%）した一方で、ベトナムの回答率は 8.1%ポイント低下した（11 年度 20.3%、12 年度 12.2%）。この理由として、タイ洪水直後の実施となった前回調査では、代替生産先としてベトナムの重要度が一時的に高まっていたが、洪水終息後の今回調査では、インフラ整備と産業集積が比較的進んだタイが ASEAN の生産拠点の中核として再評価された可能性がありそうだ。

図表 35 ASEAN で最重視する拠点



（注）2011 年度は CLM の回答はなく、2012 年度はラオス、ミャンマーの回答はなかった。
（資料）みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(2) コスト上昇には、「付加価値向上」・「機械設備導入」・「ASEAN 域内販売」で対応

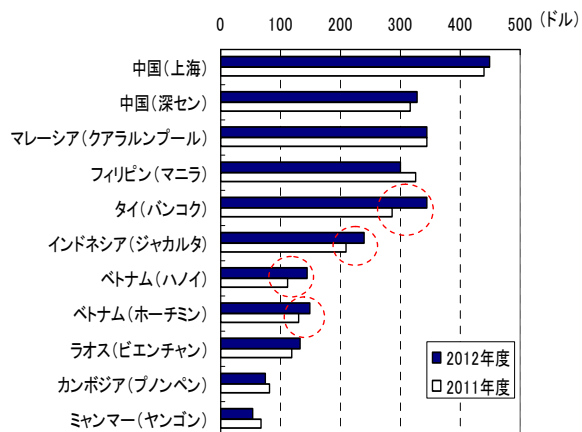
中国と同様に、ASEAN 各国においても主要な生産要素である労働コストは上昇しており、特に本アンケートで重視するという回答率が高かったタイ、インドネシア、ベトナムのワーカー賃金の上昇幅が高い様子が窺える(図表 36)。法定最低賃金がタイ、インドネシアでは2012年春～13年初にかけて前年比約4割、ベトナムでは2割弱引き上げられたことに加え、日本企業などの外資系企業の進出が続いて労働需給が引き締まっていることが影響していると考えられる。

そこで進出企業に対して「生産コスト上昇の対応策」について「製品の高付加価値化」や「輸出先の多角化」などの6項目から選択を求めたところ、「製品の高付加価値化」が34.1%、「機械設備の導入」が28.8%で上位となった(図表 37)。

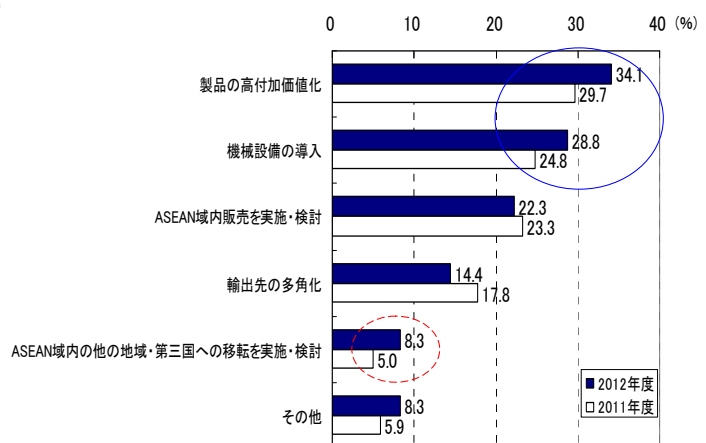
前回調査と比較すると、「製品の高付加価値化」が4.4%ポイント上昇(11年度29.7%、12年度34.1%)、「機械設備の導入」が4.0%ポイント上昇(11年度24.8%、12年度28.8%)しており、生産性向上により、生産コスト増の吸収を図ろうとしている日本企業が多いようである。

さらに、回答率は低いものの「ASEAN 域内の他の地域・第三国への移転を実施・検討」が3.3%ポイント上昇(11年度5.0%、12年度8.3%)しており、ASEAN のなかでも相対的に賃金の低いCLM(カンボジア、ラオス、ミャンマー)などへの移転を検討する企業も、一部に出てきていると考えられる。

図表 36 ワーカー賃金の動向



図表 37 ASEAN における生産コスト上昇の対応策(複数回答)



(資料) JETRO 「アジア主要都市・地域投資関連コスト比較」

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

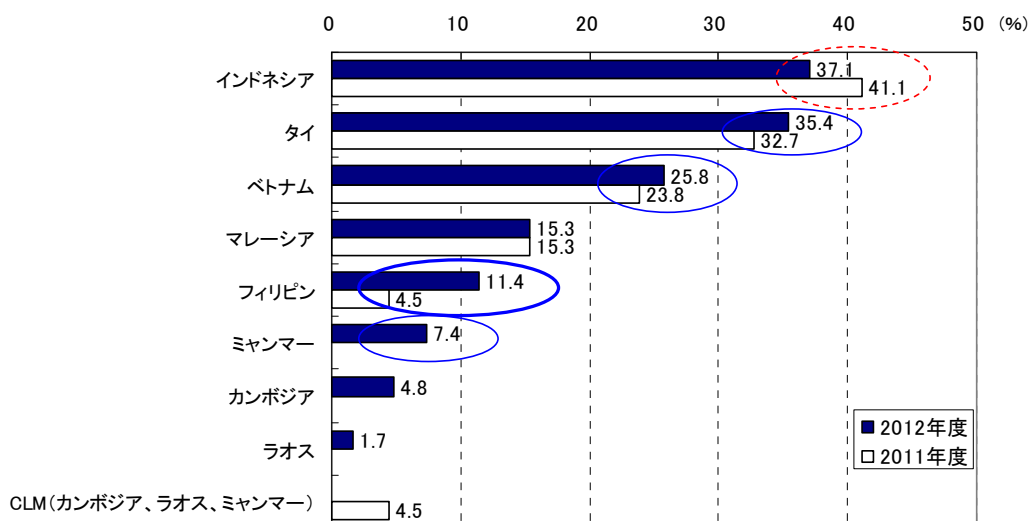
(3) ASEANにおける市場開拓のターゲットは広範な国に分散

ASEAN 進出企業に対して「今後 2～3 年、市場開拓を強化する地域」を ASEAN5+CLM の 8 カ国から選択を求めたところ、インドネシアが 37.1%で最も高く、タイが 35.4%、ベトナムが 25.8%、マレーシアが 15.3%で続いた（図表 38）。

前回調査と比較すると、インドネシアの回答率が 4.0%ポイント低下（11 年度 41.1%、12 年度 37.1%）した一方で、タイが 2.7%ポイント上昇（11 年度 32.7%、12 年度 35.4%）、ベトナムが 2.0%ポイント上昇（11 年度 23.8%、12 年度 25.8%）、フィリピンが 6.9%ポイント上昇（11 年度 4.5%、12 年度 11.4%）となり、市場開拓のターゲットが広範な国に広がってきている様子が窺える。特にフィリピンは、2012 年の成長率が +6.6%とインドネシアの +6.2%を上回って ASEAN 域内最高となったことで日本企業の注目度が高まったといえるだろう。

さらに、2011 年 4 月の民政移管以降、経済開放が急ピッチで進みつつあるミャンマーの回答率が 7.4%となり、低コスト生産拠点に加え、新たな成長市場としても注目され始めている様子が窺える。

図表 38 今後 2～3 年、市場開拓を強化する地域（複数回答）



(注) 2011 年度調査では CLM として選択肢に入れていたが、2012 年度調査では国別に分けた。
 (資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(4) 進出時の狙いは、タイで「コスト削減」、インドネシア・ベトナムで「域内販売」が伸長

前述の通り日本企業はタイ、インドネシア、ベトナムの3拠点を重視しており、加えて中国からの低コスト生産拠点の移管先（チャイナ・プラスワン）としてもタイ、インドネシア、ベトナムの3カ国は期待が高い（前掲図表 31）。そこで、タイ、インドネシア、ベトナムの3カ国に焦点を当てて、進出企業の動向をみてる。3カ国への「進出時の狙い」を「生産コストの削減」や「系列・関連会社以外の納入先の開拓」などの10項目から選択を求めたところ、それぞれ以下の通りであった。

①タイ

タイでは「生産コストの削減」が68.7%で1位、「ASEAN域内市場への浸透」が64.9%で2位、「国内拠点との生産分業体制の構築」が50.7%で3位となった（図表 39-①）。

前回調査と比較すると、「ASEAN域内市場への浸透」が6.9%ポイント低下（11年度71.8%、12年度64.9%）した一方で、「生産コストの削減」が3.7%ポイント上昇（11年度65.0%、12年度68.7%）した。このことは、タイの人件費も上昇傾向にあるが、比較的整ったインフラやサポーティングインダストリーの充実度などの総合的な観点から、タイが日本国内の代替生産先として選好されていることを示唆していると考えられる。

さらに、「ASEAN域内で生産したASEAN域外への輸出」が4.8%ポイント上昇（11年度43.7%、12年度48.5%）、「合弁先企業への経営支援や技術移転」が4.2%ポイント上昇（11年度10.7%、12年度14.4%）していることから、タイをASEANの中核輸出基地に据え、技術移転の強化による高度化も図ろうとしている日本企業の姿勢が窺える。

②インドネシア

インドネシアでは「生産コストの削減」と「ASEAN域内市場への浸透」が共に56.7%で1位、「国内拠点との生産分業体制の構築」が53.3%で3位となった（図表 39-②）。

前回調査と比較すると、「生産コストの削減」が8.5%ポイント低下（11年度65.2%、12年度56.7%）した一方で、「ASEAN域内市場への浸透」が21.9%ポイントと大幅に上昇（11年度34.8%、12年度56.7%）し、「系列・関連会社以外の納入先の開拓」も15.2%ポイント上昇（11年度34.8%、12年度50.0%）した。インドネシアは人口（約2億4千万人）・GDPで共にASEANの4割超を占める地域大国であることから、国内販売を重視していこうという日本企業の姿勢が窺える。

③ベトナム

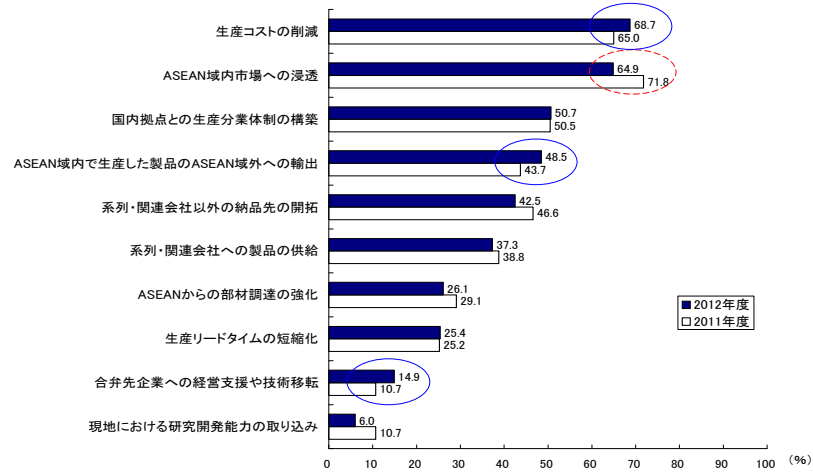
ベトナムでは「生産コストの削減」が82.1%で1位、「ASEAN域内市場への浸透」が64.3%で2位、「系列・関連会社以外の納入先の開拓」が57.1%で3位となった（図表 39-③）。

前回調査と比較すると、「生産コストの削減」は若干低下するも依然として8割超（11年度87.8%、12年度82.1%）を維持しており、ベトナムは、低コスト生産拠点としての期待が高いといえよう。

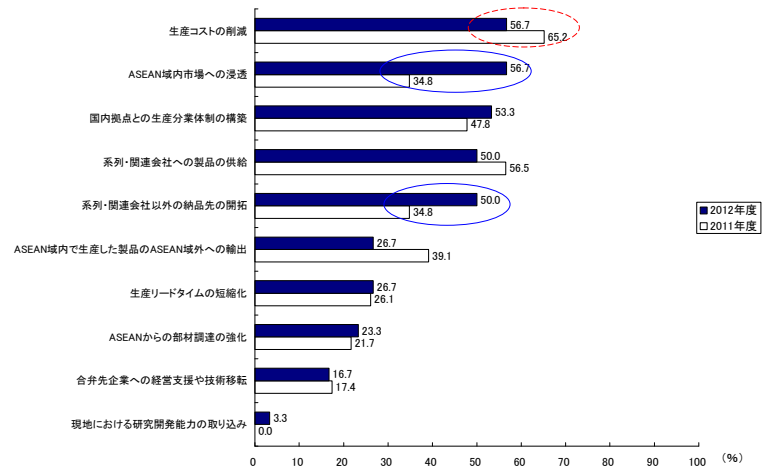
一方で、「ASEAN域内市場への浸透」は13.1%ポイント上昇（11年度51.2%、12年度64.3%）、「系列・関連会社以外の納入先の開拓」は35.1%ポイント上昇（11年度22.0%、12年度57.1%）しており、ベトナム（約9千万人）を有望市場とみなして、国内販売にも注力していこうという日本企業の姿が窺える。

図表 39 進出時の狙い（複数回答）

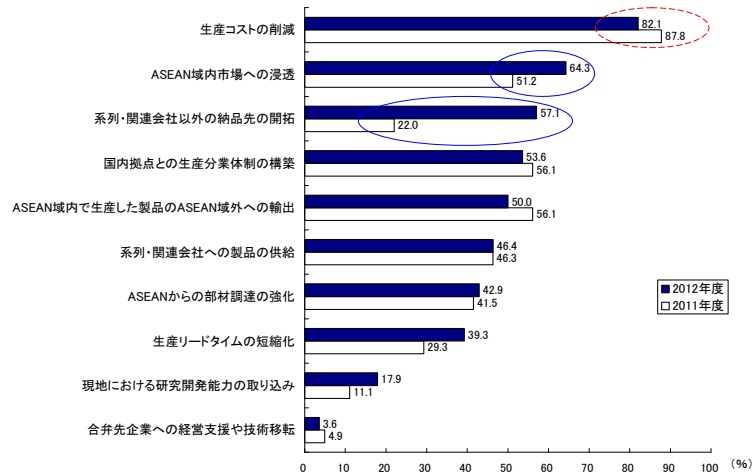
①タイ



②インドネシア



③ベトナム



(注) 回答率の高い順

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(5) 進出時の狙いの達成度は、インドネシアで「域内販売」、ベトナムで「コスト削減」が上昇
前掲図表 39 の 10 項目において、「進出時の狙いが達成できたかどうか」について、「達成できた」、「やや達成できた」、「どちらともいえない」、「やや達成できていない」、「達成できていない」の 5 段階で選択を求めた。

達成 DI ((「達成できた」 + 「やや達成できた」) - (「やや達成できていない」 + 「達成できていない」)) について、進出時の狙いの上位項目に注目してみる。

①タイ

タイでは、達成 DI は「生産コストの削減」(進出時の狙い 1 位) が 59.8%ポイント、「ASEAN 域内市場への浸透」(同 2 位) が 32.2%ポイント、「国内拠点との生産分業体制の構築」(同 3 位) が 72.1%ポイントとなった(図表 40-①)。

前回調査と比較すると、「生産コストの削減」の DI は 13.4%ポイント低下(11 年度 73.2%、12 年度 59.8%)、「ASEAN 域内市場への浸透」の DI は 13.7%ポイント低下(11 年度 45.9%、12 年度 32.2%)といずれも低下しており、DI は高水準ながら人件費上昇などが生産コストの削減に影響し、市場競争も激化している様子が窺える。一方で、「国内拠点との生産分業体制の構築」の DI は 6.7%ポイント上昇(11 年度 65.4%、12 年度 72.1%)しており、2011 年の洪水被害からの復旧が進むと共に、日本との分業体制は着実に強化されているようである。

②インドネシア

インドネシアでは、「生産コストの削減」(進出時の狙い 1 位) の DI は 70.6%ポイント、「ASEAN 域内市場への浸透」(同 1 位) は 64.7%ポイント、「国内拠点との生産分業体制の構築」(同 3 位) は 56.2%ポイントとなった(図表 40-②)。

前回調査と比較すると、「ASEAN 域内市場への浸透」の DI が 48.0%ポイントも上昇(11 年度 16.7%ポイント、12 年度 64.7%ポイント)した。堅調な国内景気を背景に、2012 年の新車販売台数は前年比 25%増の 110 万台(シェアの 90%超は日本車)になるなど、消費が好調だったことが主因であろう。

一方で「ASEAN からの部材調達の強化」の DI はマイナスに転じており(11 年度 60.0%ポイント、12 年度▲14.3%ポイント)、現地生産においては現地調達率の引き上げが課題となっているようだ。

③ベトナム

ベトナムでは、「生産コストの削減」(進出時の狙い 1 位) は 60.9%ポイント、「ASEAN 域内市場への浸透」(同 2 位) は 5.6%ポイント、「系列・関連会社以外の納入先の開拓」(同 3 位) は 25.0%ポイントとなった(図表 40-③)。

前回調査と比較すると、「生産コストの削減」の DI は 8.1%ポイント上昇(11 年度 52.8%、12 年度 60.9%)したが、「ASEAN 域内市場への浸透」は 3.9%ポイント低下(11 年度 9.5%、12 年度 5.6%)している。現地市場開拓をいかに図るかが課題といえるだろう。

また、「ASEAN からの部材調達の強化」の DI はさらに低下しており(11 年度▲11.8%ポイント、12 年度▲33.4%ポイント)、現地生産においては、現地調達率の引き上げが引き続き重要課題となっている様子が窺える。

図表 40 進出時の狙いと達成状況（複数回答）

①タイ

(%、%ポイント、社数)

| | | 達成できた | やや達成できた | どちらともいえない | やや達成できていない | 達成できていない | DI | 回答企業数 |
|-------------------------|--------|-------|---------|-----------|------------|----------|--------|-------|
| 生産コストの削減 | 2012年度 | 23.9 | 43.5 | 23.9 | 2.2 | 5.4 | 59.8 | 92 |
| | 2011年度 | 29.9 | 49.3 | 11.9 | 6.0 | 0.0 | 73.2 | 67 |
| ASEAN域内市場への浸透 | 2012年度 | 13.8 | 37.9 | 27.6 | 10.3 | 9.2 | 32.2 | 87 |
| | 2011年度 | 17.6 | 44.6 | 20.3 | 9.5 | 6.8 | 45.9 | 74 |
| 国内拠点との生産分業体制の構築 | 2012年度 | 29.4 | 47.1 | 16.2 | 1.5 | 2.9 | 72.7 | 68 |
| | 2011年度 | 26.9 | 48.1 | 13.5 | 7.7 | 1.9 | 65.4 | 52 |
| ASEANで生産した製品のASEAN外への輸出 | 2012年度 | 21.5 | 32.3 | 27.7 | 7.7 | 7.7 | 38.4 | 65 |
| | 2011年度 | 22.2 | 44.4 | 11.1 | 11.1 | 8.9 | 46.6 | 45 |
| 系列・関連会社以外の納品先の開拓 | 2012年度 | 15.8 | 43.9 | 19.3 | 12.3 | 7.0 | 40.4 | 57 |
| | 2011年度 | 14.6 | 43.8 | 20.8 | 10.4 | 6.3 | 41.7 | 48 |
| 系列・関連会社への製品の供給 | 2012年度 | 34.0 | 48.0 | 12.0 | 0.0 | 4.0 | 78.0 | 50 |
| | 2011年度 | 32.5 | 32.5 | 25.0 | 5.0 | 0.0 | 60.0 | 40 |
| ASEANからの部材調達強化 | 2012年度 | 15.4 | 41.0 | 25.6 | 10.3 | 7.7 | 38.4 | 39 |
| | 2011年度 | 23.3 | 26.7 | 20.0 | 13.3 | 3.3 | 33.4 | 33 |
| 生産リードタイムの短縮化 | 2012年度 | 23.5 | 50.0 | 11.8 | 5.9 | 8.8 | 58.8 | 34 |
| | 2011年度 | 26.9 | 53.8 | 7.7 | 7.7 | 0.0 | 73.0 | 26 |
| 合弁先企業への経営支援や技術移転 | 2012年度 | 33.0 | 40.0 | 25.0 | 0.0 | 5.0 | 68.0 | 20 |
| | 2011年度 | 16.7 | 33.3 | 33.3 | 16.7 | 0.0 | 33.3 | 11 |
| 現地における研究開発能力の取り込み | 2012年度 | 0.0 | 37.5 | 12.5 | 12.5 | 37.5 | ▲ 12.5 | 8 |
| | 2011年度 | 18.2 | 36.4 | 9.1 | 9.1 | 9.1 | 36.4 | 11 |

②インドネシア

(%、%ポイント、社数)

| | | 達成できた | やや達成できた | どちらともいえない | やや達成できていない | 達成できていない | DI | 回答企業数 |
|-------------------------|--------|-------|---------|-----------|------------|----------|--------|-------|
| 生産コストの削減 | 2012年度 | 29.4 | 41.2 | 29.4 | 0.0 | 0.0 | 70.6 | 17 |
| | 2011年度 | 40.0 | 40.0 | 13.3 | 6.7 | 0.0 | 73.3 | 15 |
| ASEAN域内市場への浸透 | 2012年度 | 17.6 | 47.1 | 35.3 | 0.0 | 0.0 | 64.7 | 17 |
| | 2011年度 | 33.3 | 16.7 | 16.7 | 33.3 | 0.0 | 16.7 | 8 |
| 国内拠点との生産分業体制の構築 | 2012年度 | 12.5 | 50.0 | 31.3 | 6.3 | 0.0 | 56.2 | 16 |
| | 2011年度 | 45.5 | 36.4 | 0.0 | 9.1 | 9.1 | 63.7 | 11 |
| 系列・関連会社への製品の供給 | 2012年度 | 40.0 | 40.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 80.0 | 15 |
| | 2011年度 | 69.2 | 15.4 | 7.7 | 7.7 | 0.0 | 76.9 | 13 |
| 系列・関連会社以外の納品先の開拓 | 2012年度 | 6.7 | 53.3 | 20.0 | 13.3 | 6.7 | 40.0 | 15 |
| | 2011年度 | 12.5 | 50.0 | 25.0 | 12.5 | 0.0 | 50.0 | 8 |
| ASEANで生産した製品のASEAN外への輸出 | 2012年度 | 0.0 | 37.5 | 50.0 | 0.0 | 12.5 | 25.0 | 8 |
| | 2011年度 | 22.2 | 44.4 | 11.1 | 11.1 | 0.0 | 55.5 | 9 |
| 生産リードタイムの短縮化 | 2012年度 | 25.0 | 25.0 | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 50.0 | 8 |
| | 2011年度 | 50.0 | 16.7 | 33.3 | 0.0 | 0.0 | 66.7 | 6 |
| ASEANからの部材調達強化 | 2012年度 | 0.0 | 42.9 | 0.0 | 28.6 | 28.6 | ▲ 14.3 | 7 |
| | 2011年度 | 20.0 | 60.0 | 0.0 | 20.0 | 0.0 | 60.0 | 5 |
| 合弁先企業への経営支援や技術移転 | 2012年度 | 0.0 | 60.0 | 20.0 | 0.0 | 20.0 | 40.0 | 5 |
| | 2011年度 | 50.0 | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 | 4 |
| 現地における研究開発能力の取り込み | 2012年度 | 0.0 | 0.0 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1 |
| | 2011年度 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0 |

③ベトナム

(%、%ポイント、社数)

| | | 達成できた | やや達成できた | どちらともいえない | やや達成できていない | 達成できていない | DI | 回答企業数 |
|-------------------------|--------|-------|---------|-----------|------------|----------|--------|-------|
| 生産コストの削減 | 2012年度 | 17.4 | 56.5 | 8.7 | 0.0 | 13.0 | 60.9 | 23 |
| | 2011年度 | 25.0 | 44.4 | 13.9 | 8.3 | 8.3 | 52.9 | 36 |
| ASEAN域内市場への浸透 | 2012年度 | 5.6 | 38.9 | 16.7 | 27.8 | 11.1 | 5.6 | 18 |
| | 2011年度 | 9.5 | 23.8 | 38.1 | 9.5 | 14.3 | 9.5 | 21 |
| 系列・関連会社以外の納品先の開拓 | 2012年度 | 0.0 | 50.0 | 18.8 | 25.0 | 0.0 | 25.0 | 16 |
| | 2011年度 | 0.0 | 55.6 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 22.3 | 9 |
| 国内拠点との生産分業体制の構築 | 2012年度 | 20.0 | 33.3 | 33.3 | 13.3 | 0.0 | 40.0 | 15 |
| | 2011年度 | 13.0 | 34.8 | 43.5 | 0.0 | 4.3 | 43.5 | 23 |
| ASEANで生産した製品のASEAN外への輸出 | 2012年度 | 7.1 | 50.0 | 28.6 | 14.3 | 0.0 | 42.8 | 14 |
| | 2011年度 | 21.7 | 30.4 | 13.0 | 8.7 | 26.1 | 17.3 | 23 |
| 系列・関連会社への製品の供給 | 2012年度 | 38.5 | 30.8 | 7.7 | 15.4 | 7.7 | 46.2 | 13 |
| | 2011年度 | 26.3 | 36.8 | 15.8 | 10.5 | 10.5 | 42.1 | 19 |
| ASEANからの部材調達強化 | 2012年度 | 0.0 | 25.0 | 16.7 | 16.7 | 41.7 | ▲ 33.4 | 12 |
| | 2011年度 | 0.0 | 23.5 | 41.2 | 23.5 | 11.8 | ▲ 11.8 | 17 |
| 生産リードタイムの短縮化 | 2012年度 | 18.2 | 27.3 | 45.5 | 0.0 | 9.1 | 36.4 | 11 |
| | 2011年度 | 8.3 | 33.3 | 41.7 | 8.3 | 8.3 | 25.0 | 12 |
| 現地における研究開発能力の取り込み | 2012年度 | 20.0 | 40.0 | 0.0 | 20.0 | 0.0 | 40.0 | 5 |
| | 2011年度 | 0.0 | 50.0 | 25.0 | 25.0 | 0.0 | 25.0 | 4 |
| 合弁先企業への経営支援や技術移転 | 2012年度 | 0.0 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 | 1 |
| | 2011年度 | 0.0 | 0.0 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2 |

(注) 1. 進出の目的順。

2. 最多回答および二番目に多い回答を網掛。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(6) 経営上の最優先課題は、タイで「コスト削減」、ベトナムとインドネシアで「シェア拡大」

拠点における「経営上の課題」について、「生産性の向上によるコスト削減の推進」、「中国市場での販売シェア拡大」など15項目から選択を求めた。優先DI（（「優先度が高い」＋「比較的優先度が高い」）－（「比較的優先度が低い」＋「優先度が低い」））でみる。

①タイ

タイでは、「ASEAN市場での販売シェア拡大」、「ASEAN拠点における人材の育成」、「生産性の向上によるコスト削減の推進」、「現地調達向上によるコスト削減の推進」、「ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充」が上位となった（図表41-①）。

前回調査と比較すると、「生産性の向上によるコスト削減の推進」においては、前回は「比較的優先度の高い課題」の回答が最多であったが、今回は「優先度の高い課題」の回答が最多となり、日本企業が人件費などのコスト上昇に苦慮している様子が窺える。

また、「ASEAN拠点における人材の育成」のDIは10.1%ポイント上昇（11年度64.1%ポイント、12年度76.2%ポイント）しており、タイの人件費上昇に対応して日本企業が生産性の向上を図るために人材育成に注力しようとしている様子も窺える。

②インドネシア

インドネシアでは、「生産性の向上によるコスト削減の推進」、「ASEAN市場での販売シェア拡大」、「ASEAN拠点における人材の育成」、「従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充」が上位となった（図表41-②）。

前回調査と比較すると、「ASEAN市場での販売シェア拡大」においては、前回は「比較的優先度の高い課題」の回答が最多であったが、今回は「優先度の高い課題」の回答が最多となり、インドネシアの市場としての重要性が高まっている様子が窺える。

一方で、「従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充」のDIは25.2%ポイントと大幅に上昇（11年度34.8%ポイント、12年度60.0%ポイント）している。インドネシア政府は、2012年12月に一部業種を除いて人材派遣を禁止する法律を制定するなど労働関連の規制を強めており、日本企業が従業員の処遇見直し（派遣社員の正社員化など）に迫られている様子が窺える。

③ベトナム

ベトナムでは、「ASEAN拠点における人材の育成」、「生産性の向上によるコスト削減の推進」、「現地調達向上によるコスト削減の推進」、「ASEANで生産した製品の輸出増」、「ASEAN市場での販売シェア拡大」が上位となった（図表41-③）。

前回調査と比較すると、「ASEAN市場での販売シェア拡大」においては、前回は「比較的優先度の高い課題」の回答が最多であったが今回は「優先度の高い課題」の回答が最多となった。日本企業はベトナムを低コスト生産拠点として重視すると同時に、市場開拓の必要性を強く認識し始めたようである。

図表 41 拠点の経営上の課題（複数回答）

①タイ

(単位:%, %ポイント)

| (%, %ポイント) | | 優先度の高い課題 | 比較的優先度の高い課題 | どちらともいえない | 比較的優先度の低い課題 | 優先度の低い課題 | DI |
|------------|-------------------------|----------|-------------|-----------|-------------|----------|-------|
| 2012年度 | 1.ASEAN市場での販売シェア拡大 | 47.8 | 32.8 | 10.4 | 1.5 | 1.5 | 77.6 |
| | 2.ASEAN拠点における人材の育成 | 33.6 | 45.5 | 11.2 | 2.2 | 0.7 | 76.2 |
| | 3.生産性の向上によるコスト削減の推進 | 41.0 | 34.3 | 11.2 | 2.2 | 3.7 | 69.4 |
| | 4.現地調達向上によるコスト削減の推進 | 30.6 | 38.8 | 17.2 | 2.2 | 4.5 | 62.7 |
| | 5.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充 | 21.8 | 30.6 | 27.6 | 6.0 | 2.2 | 44.2 |
| | 6.ASEANで生産した製品の輸出増 | 19.4 | 32.8 | 26.1 | 4.5 | 6.7 | 41.0 |
| | 7.ASEAN市場での自社ブランドの浸透 | 21.6 | 29.1 | 26.1 | 6.0 | 6.0 | 38.7 |
| | 8.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充 | 10.4 | 35.1 | 38.1 | 4.5 | 3.0 | 38.0 |
| | 9.コンプライアンスに対応した組織作り | 7.5 | 34.3 | 38.1 | 5.2 | 5.2 | 31.4 |
| | 10.為替リスクへの対処 | 8.2 | 31.3 | 40.3 | 4.5 | 4.5 | 30.5 |
| | 11.ASEAN市場での販売品の単価増 | 12.7 | 18.7 | 49.3 | 3.0 | 3.0 | 25.4 |
| | 12.サプライヤーに対する指導・育成 | 6.7 | 26.9 | 41.0 | 11.2 | 3.7 | 18.7 |
| | 13.環境対策・省エネへの対応 | 6.0 | 17.2 | 48.5 | 9.7 | 6.7 | 6.8 |
| | 14.知財権侵害状況の把握と対策 | 2.2 | 15.7 | 54.5 | 9.0 | 6.0 | 2.9 |
| | 15.ステークホルダーとのコミュニケーション | 6.0 | 14.2 | 48.5 | 9.7 | 10.4 | 0.1 |
| 2011年度 | 1.ASEAN市場での販売シェア拡大 | 48.5 | 37.9 | 9.7 | 0.0 | 1.9 | 84.5 |
| | 2.ASEAN拠点における人材の育成 | 26.2 | 40.8 | 24.3 | 2.9 | 0.0 | 64.1 |
| | 3.生産性の向上によるコスト削減の推進 | 28.2 | 36.9 | 21.4 | 2.9 | 4.9 | 57.3 |
| | 4.現地調達向上によるコスト削減の推進 | 23.3 | 37.9 | 24.3 | 3.9 | 5.8 | 51.5 |
| | 5.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充 | 17.5 | 38.8 | 30.1 | 2.9 | 2.9 | 50.5 |
| | 6.ASEAN市場での自社ブランドの浸透 | 31.1 | 29.1 | 21.4 | 6.8 | 3.9 | 49.5 |
| | 7.為替リスクへの対処 | 9.7 | 37.9 | 37.9 | 5.8 | 1.9 | 39.9 |
| | 8.ASEAN市場での販売品の単価増 | 13.6 | 29.1 | 45.6 | 2.9 | 1.9 | 37.9 |
| | 9.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充 | 4.9 | 35.9 | 40.8 | 3.9 | 3.9 | 33.0 |
| | 10.ASEANで生産した製品の輸出増 | 9.7 | 35.9 | 34.0 | 6.8 | 8.7 | 30.1 |
| | 11.コンプライアンスに対応した組織作り | 2.9 | 33.0 | 42.7 | 6.8 | 3.9 | 25.2 |
| | 12.サプライヤーに対する指導・育成 | 6.8 | 21.4 | 50.5 | 8.7 | 2.9 | 16.6 |
| | 13.環境対策・省エネへの対応 | 3.9 | 24.3 | 48.5 | 9.7 | 2.9 | 15.6 |
| | 14.ステークホルダーとのコミュニケーション | 6.8 | 19.4 | 46.6 | 8.7 | 7.8 | 9.7 |
| | 15.知財権侵害状況の把握と対策 | 2.9 | 8.7 | 62.1 | 9.7 | 5.8 | ▲ 3.9 |

②インドネシア

(単位:%, %ポイント)

| | | 優先度の高い課題 | 比較的優先度の高い課題 | どちらともいえない | 比較的優先度の低い課題 | 優先度の低い課題 | DI |
|--------|-------------------------|----------|-------------|-----------|-------------|----------|--------|
| 2012年度 | 1.生産性の向上によるコスト削減の推進 | 23.3 | 56.7 | 13.3 | 0.0 | 6.7 | 73.3 |
| | 2.ASEAN市場での販売シェア拡大 | 43.3 | 30.0 | 20.0 | 0.0 | 3.3 | 70.0 |
| | 3.ASEAN拠点における人材の育成 | 20.0 | 53.3 | 20.0 | 3.3 | 0.0 | 70.0 |
| | 4.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充 | 6.7 | 63.3 | 16.7 | 6.7 | 3.3 | 60.0 |
| | 5.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充 | 23.3 | 33.3 | 26.7 | 3.3 | 6.7 | 46.6 |
| | 6.現地調達向上によるコスト削減の推進 | 23.3 | 33.3 | 26.7 | 3.3 | 10.0 | 43.3 |
| | 7.為替リスクへの対処 | 10.0 | 36.7 | 36.7 | 6.7 | 6.7 | 33.3 |
| | 8.コンプライアンスに対応した組織作り | 10.0 | 30.0 | 43.3 | 6.7 | 3.3 | 30.0 |
| | 9.サプライヤーに対する指導・育成 | 0.0 | 36.7 | 46.7 | 6.7 | 3.3 | 26.7 |
| | 10.ASEAN市場での自社ブランドの浸透 | 13.3 | 30.0 | 30.0 | 6.7 | 16.7 | 19.9 |
| | 11.ASEAN市場での販売品の単価増 | 6.7 | 23.3 | 53.3 | 6.7 | 6.7 | 16.6 |
| | 12.知財権侵害状況の把握と対策 | 0.0 | 26.7 | 50.0 | 8.3 | 8.3 | 10.1 |
| | 13.環境対策・省エネへの対応 | 3.3 | 20.0 | 60.0 | 10.0 | 3.3 | 10.0 |
| | 14.ASEANで生産した製品の輸出増 | 13.3 | 20.0 | 30.0 | 6.7 | 20.0 | 6.6 |
| | 15.ステークホルダーとのコミュニケーション | 3.3 | 16.7 | 50.0 | 23.3 | 3.3 | ▲ 6.6 |
| 2011年度 | 1.生産性の向上によるコスト削減の推進 | 43.5 | 39.1 | 13.0 | 0.0 | 0.0 | 82.6 |
| | 2.現地調達向上によるコスト削減の推進 | 30.4 | 47.8 | 13.0 | 4.3 | 0.0 | 73.9 |
| | 3.ASEAN拠点における人材の育成 | 26.1 | 39.1 | 21.7 | 8.7 | 0.0 | 56.5 |
| | 4.ASEAN市場での販売シェア拡大 | 17.4 | 43.5 | 26.1 | 4.3 | 4.3 | 52.3 |
| | 4.為替リスクへの対処 | 8.7 | 52.2 | 26.1 | 4.3 | 4.3 | 52.3 |
| | 6.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充 | 8.7 | 43.5 | 34.8 | 4.3 | 4.3 | 43.6 |
| | 7.ASEAN市場での販売品の単価増 | 8.7 | 43.5 | 34.8 | 4.3 | 4.3 | 43.6 |
| | 8.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充 | 8.7 | 43.5 | 26.1 | 17.4 | 0.0 | 34.8 |
| | 9.コンプライアンスに対応した組織作り | 0.0 | 34.8 | 43.5 | 17.4 | 0.0 | 17.4 |
| | 10.ASEANで生産した製品の輸出増 | 17.4 | 21.7 | 34.8 | 13.0 | 8.7 | 17.4 |
| | 11.ステークホルダーとのコミュニケーション | 4.3 | 26.1 | 47.8 | 17.4 | 0.0 | 13.0 |
| | 12.ASEAN市場での自社ブランドの浸透 | 4.3 | 13.0 | 52.2 | 13.0 | 13.0 | ▲ 8.7 |
| | 13.サプライヤーに対する指導・育成 | 0.0 | 17.4 | 47.8 | 30.4 | 0.0 | ▲ 13.0 |
| | 14.環境対策・省エネへの対応 | 0.0 | 13.0 | 52.2 | 26.1 | 4.3 | ▲ 17.4 |
| | 15.知財権侵害状況の把握と対策 | 0.0 | 8.7 | 47.8 | 30.4 | 8.7 | ▲ 30.4 |

③ベトナム

(単位: %、%ポイント)

| | 優先度の高い課題 | 比較的優先度の高い課題 | どちらともいえない | 比較的優先度の低い課題 | 優先度の低い課題 | DI | |
|--------|-------------------------|-------------|-----------|-------------|----------|------|--------|
| 2012年度 | 1.ASEAN拠点における人材の育成 | 32.1 | 46.4 | 14.3 | 3.6 | 0.0 | 74.9 |
| | 2.生産性の向上によるコスト削減の推進 | 32.1 | 39.3 | 14.3 | 3.6 | 0.0 | 67.8 |
| | 3.現地調達向上によるコスト削減の推進 | 10.7 | 60.7 | 14.3 | 3.6 | 0.0 | 67.8 |
| | 4.ASEANで生産した製品の輸出増 | 25.0 | 28.6 | 25.0 | 7.1 | 3.6 | 42.9 |
| | 5.ASEAN市場での販売シェア拡大 | 42.9 | 17.9 | 10.7 | 7.1 | 14.3 | 39.4 |
| | 6.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充 | 3.6 | 42.9 | 35.7 | 7.1 | 0.0 | 39.4 |
| | 7.為替リスクへの対処 | 25.0 | 21.4 | 39.3 | 3.6 | 3.6 | 39.2 |
| | 8.ASEAN市場での自社ブランドの浸透 | 14.3 | 35.7 | 28.6 | 3.6 | 10.7 | 35.7 |
| | 9.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充 | 14.3 | 32.1 | 32.1 | 0.0 | 14.3 | 32.1 |
| | 10.ASEAN市場での販売品の単価増 | 7.1 | 25.0 | 42.9 | 3.6 | 14.3 | 14.2 |
| | 11.サプライヤーに対する指導・育成 | 7.1 | 17.9 | 35.7 | 21.4 | 7.1 | ▲ 3.5 |
| | 12.知財権侵害状況の把握と対策 | 0.0 | 17.9 | 50.0 | 17.9 | 3.6 | ▲ 3.6 |
| | 13.ステークホルダーとのコミュニケーション | 0.0 | 10.7 | 60.7 | 14.3 | 3.6 | ▲ 7.2 |
| | 14.コンプライアンスに対応した組織作り | 7.1 | 10.7 | 46.4 | 25.0 | 0.0 | ▲ 7.2 |
| | 15.環境対策・省エネへの対応 | 7.1 | 3.6 | 60.7 | 17.9 | 0.0 | ▲ 7.2 |
| 2011年度 | 1.生産性の向上によるコスト削減の推進 | 36.6 | 46.3 | 2.4 | 0.0 | 2.4 | 80.5 |
| | 2.ASEAN拠点における人材の育成 | 24.4 | 43.9 | 17.1 | 0.0 | 2.4 | 65.9 |
| | 3.現地調達向上によるコスト削減の推進 | 26.8 | 41.5 | 9.8 | 0.0 | 4.9 | 63.4 |
| | 4.ASEAN市場での販売シェア拡大 | 22.0 | 43.9 | 14.6 | 2.4 | 9.8 | 53.7 |
| | 5.ステークホルダーとのコミュニケーション | 14.6 | 43.9 | 12.2 | 12.2 | 0.0 | 46.3 |
| | 6.ASEANで生産した製品の輸出増 | 17.1 | 31.7 | 24.4 | 0.0 | 12.2 | 36.6 |
| | 7.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充 | 7.3 | 36.6 | 36.6 | 4.9 | 4.9 | 34.1 |
| | 8.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充 | 2.4 | 43.9 | 29.3 | 2.4 | 9.8 | 34.1 |
| | 9.ASEAN市場での販売品の単価増 | 2.4 | 43.9 | 29.3 | 2.4 | 9.8 | 34.1 |
| | 10.為替リスクへの対処 | 7.3 | 36.6 | 31.7 | 12.2 | 0.0 | 31.7 |
| | 11.コンプライアンスに対応した組織作り | 2.4 | 31.7 | 34.1 | 12.2 | 2.4 | 19.5 |
| | 12.環境対策・省エネへの対応 | 3.8 | 20.0 | 44.8 | 10.7 | 4.5 | 8.6 |
| | 13.ASEAN市場での自社ブランドの浸透 | 7.3 | 24.4 | 31.7 | 9.8 | 14.6 | 7.3 |
| | 14.サプライヤーに対する指導・育成 | 4.9 | 22.0 | 34.1 | 12.2 | 9.8 | 4.9 |
| | 15.知財権侵害状況の把握と対策 | 0.0 | 4.9 | 51.2 | 22.0 | 4.9 | ▲ 22.0 |

(注) 最多回答を網掛。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(7) 3カ国ともに共通する投資環境の懸念事項は、「労働者の供給量」

「投資環境が、今後2～3年どのような方向に変化するか」について「道路、港湾などのインフラ整備」や「規制や許認可の透明性」などの14項目で、「改善・進展」、「どちらともいえない」、「悪化・後退」の3段階から選択を求めた。

改善DI（（改善・進展）－（悪化・後退））をみると、「道路、港湾などのインフラ整備」、「電力、水、ガスなどの安定供給」がタイ、インドネシア、ベトナムの3カ国揃ってDI順では1位、2位となってインフラ整備が進むとみている一方で、「ワーカー人材の供給量の拡大」が3カ国揃ってマイナスとなった点は留意する必要があるだろう。参考までに、国連統計に基づいて生産年齢人口（15～64歳）の伸び率推移をみると、ベトナム・インドネシアの伸び率は緩やかながらも低下していく見通しである（図表43）。労働需要の高い伸びが続けば、ベトナム・インドネシアにおいても労働需給は徐々に逼迫していくことになる。

また、「大気や水質などの環境汚染」も3カ国揃ってマイナスとなっており、日本企業は、環境汚染問題が露呈している中国だけでなく、ASEANにおいても環境汚染問題を懸念しているようである。

①タイ

タイでは、前回調査では改善DIがマイナスとなった項目は皆無だったが、今回調査では3項目でマイナスとなった（図表42-①）。「ワーカー人材の供給量の拡大」と並んで「管理職人材の供給量の拡大」もマイナスとなっており、ブルーカラーに加えてホワイトカラーをいかに確保・育成するかが、タイ拠点の重要課題といえそうだ。

②インドネシア

インドネシアでは、「ワーカー人材の供給量の拡大」に加えて、「電力、水、ガスなどのコスト負担増」のDIもマイナスが続いている（図表42-②）。インドネシア政府は、財政支援（補助金交付）によってユーティリティ価格を抑制してきたが、財政負担が重いために段階的な補助金削減の方針を打ち出しており、電力およびガス料金は2013年に年間で15～20%程度引き上げられる予定である。こうしたなか、今後、コスト負担増が続くと見込む日本企業が増えているようである。

③ベトナム

ベトナムでは、「ワーカー人材供給量の拡大」は前回調査ではDIはプラスだったが、今回調査ではマイナスとなった（図表42-③）。ベトナムでは、成長率の減速（11年+6.0%→12年+5.0%）が続いているが、今後、景気が回復すれば労働需給が逼迫するとみる日本企業が増えているようである。

図表 42 今後、2～3年の投資環境の方向性（複数回答）

①タイ

(単位: %、%ポイント)

| | 改善・進展 | どちらともいえない | 悪化・後退 | DI | |
|--------|---------------------|-----------|-------|------|--------|
| 2012年度 | 1.道路、港湾などのインフラ整備 | 74.6 | 19.4 | 0.7 | 73.9 |
| | 2.電力、水、ガスなどの安定供給 | 63.4 | 29.9 | 1.5 | 61.9 |
| | 3.外資への市場参入規制の緩和 | 27.6 | 61.9 | 0.7 | 26.9 |
| | 4.法制度の整備・執行力強化 | 28.4 | 61.2 | 1.5 | 26.9 |
| | 5.規制や許認可の透明性 | 23.9 | 65.7 | 0.7 | 23.2 |
| | 6.資金の調達手段 | 23.1 | 64.2 | 2.2 | 20.9 |
| | 7.外資への投資インセンティブ | 28.4 | 53.0 | 8.2 | 20.2 |
| | 8.知財権保護のための体制整備 | 18.7 | 70.9 | 0.7 | 18.0 |
| | 9.地方の振興政策 | 17.2 | 68.7 | 3.7 | 13.5 |
| | 10.電力、水、ガスなどのコスト負担増 | 17.2 | 62.7 | 12.7 | 4.5 |
| | 11.為替レートの安定 | 6.7 | 79.9 | 5.2 | 1.5 |
| | 12.管理職人材の供給量の拡大 | 14.2 | 54.5 | 20.1 | ▲ 5.9 |
| | 13.大気や水質などの環境汚染 | 9.7 | 62.7 | 17.9 | ▲ 8.2 |
| | 14.ワーカー人材の供給量の拡大 | 15.7 | 44.8 | 33.6 | ▲ 17.9 |
| 2011年度 | 1.道路、港湾などのインフラ整備 | 70.9 | 21.4 | 3.9 | 67.0 |
| | 2.電力、水、ガスなどの安定供給 | 46.6 | 45.6 | 1.0 | 45.6 |
| | 3.外資への市場参入規制の緩和 | 28.2 | 60.2 | 1.9 | 26.3 |
| | 4.法制度の整備・執行力強化 | 27.2 | 63.1 | 1.9 | 25.3 |
| | 5.外資への投資インセンティブ | 25.2 | 65.0 | 2.9 | 22.3 |
| | 6.地方の振興政策 | 19.4 | 68.0 | 1.9 | 17.5 |
| | 7.資金の調達手段 | 15.5 | 71.8 | 1.9 | 13.6 |
| | 8.知財権保護のための体制整備 | 14.6 | 72.8 | 2.9 | 11.7 |
| | 9.規制や許認可の透明性 | 16.5 | 71.8 | 4.9 | 11.6 |
| | 10.管理職人材の供給量の拡大 | 19.4 | 65.0 | 7.8 | 11.6 |
| | 11.大気や水質などの環境汚染 | 22.3 | 55.3 | 14.6 | 7.7 |
| | 12.電力、水、ガスなどのコスト負担増 | 15.5 | 64.1 | 12.6 | 2.9 |
| | 13.ワーカー人材の供給量の拡大 | 18.4 | 58.3 | 16.5 | 1.9 |
| | 14.為替レートの安定 | 8.7 | 76.6 | 7.8 | 0.9 |

②インドネシア

(単位: %、%ポイント)

| | 改善・進展 | どちらともいえない | 悪化・後退 | DI | |
|--------|---------------------|-----------|-------|------|--------|
| 2012年度 | 1.道路、港湾などのインフラ整備 | 53.3 | 36.7 | 6.7 | 46.6 |
| | 2.電力、水、ガスなどの安定供給 | 33.3 | 60.0 | 3.3 | 30.0 |
| | 3.知財権保護のための体制整備 | 16.7 | 80.0 | 0.0 | 16.7 |
| | 4.資金の調達手段 | 13.3 | 83.3 | 0.0 | 13.3 |
| | 5.法制度の整備・執行力強化 | 16.7 | 70.0 | 10.0 | 6.7 |
| | 6.為替レートの安定 | 13.3 | 76.7 | 6.7 | 6.6 |
| | 7.外資への市場参入規制の緩和 | 13.3 | 73.3 | 6.7 | 6.6 |
| | 8.規制や許認可の透明性 | 13.3 | 73.3 | 10.0 | 3.3 |
| | 9.管理職人材の供給量の拡大 | 13.3 | 73.3 | 10.0 | 3.3 |
| | 10.外資への投資インセンティブ | 10.0 | 76.7 | 6.7 | 3.3 |
| | 11.地方の振興政策 | 10.0 | 80.0 | 6.7 | 3.3 |
| | 12.ワーカー人材の供給量の拡大 | 13.3 | 66.7 | 16.7 | ▲ 3.4 |
| | 13.電力、水、ガスなどのコスト負担増 | 6.7 | 60.0 | 30.0 | ▲ 23.3 |
| | 14.大気や水質などの環境汚染 | 3.3 | 63.3 | 30.0 | ▲ 26.7 |
| 2011年度 | 1.道路、港湾などのインフラ整備 | 43.5 | 43.5 | 8.7 | 34.8 |
| | 2.電力、水、ガスなどの安定供給 | 39.1 | 52.2 | 4.3 | 34.8 |
| | 3.法制度の整備・執行力強化 | 26.1 | 65.2 | 4.3 | 21.8 |
| | 4.地方の振興政策 | 17.4 | 78.3 | 0.0 | 17.4 |
| | 5.資金の調達手段 | 17.4 | 78.3 | 0.0 | 17.4 |
| | 6.知財権保護のための体制整備 | 17.4 | 78.3 | 0.0 | 17.4 |
| | 7.規制や許認可の透明性 | 17.4 | 78.3 | 0.0 | 17.4 |
| | 8.外資への投資インセンティブ | 8.7 | 78.3 | 0.0 | 8.7 |
| | 9.外資への市場参入規制の緩和 | 8.7 | 78.3 | 4.3 | 4.4 |
| | 10.管理職人材の供給量の拡大 | 17.4 | 56.5 | 21.7 | ▲ 4.3 |
| | 11.ワーカー人材の供給量の拡大 | 8.7 | 73.9 | 13.0 | ▲ 4.3 |
| | 12.大気や水質などの環境汚染 | 8.7 | 65.2 | 21.7 | ▲ 13.0 |
| | 13.為替レートの安定 | 0.0 | 78.3 | 17.4 | ▲ 17.4 |
| | 14.電力、水、ガスなどのコスト負担増 | 0.0 | 69.6 | 26.1 | ▲ 26.1 |

③ベトナム

(単位:%, %ポイント)

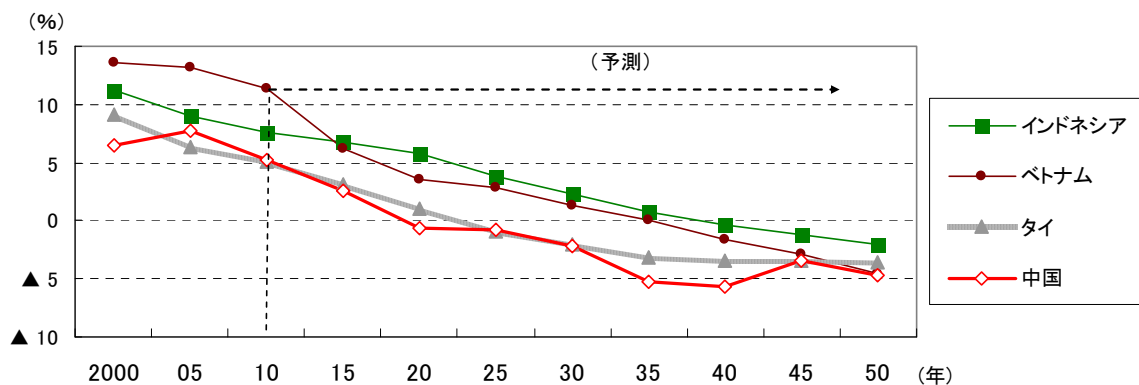
| | 改善・進展 | どちらともいえない | 悪化・後退 | DI | |
|--------|---------------------|-----------|-------|------|-------|
| 2012年度 | 1.道路、港湾などのインフラ整備 | 78.6 | 10.7 | 0.0 | 78.6 |
| | 2.電力、水、ガスなどの安定供給 | 60.7 | 21.4 | 3.6 | 57.1 |
| | 3.外資への市場参入規制の緩和 | 25.0 | 57.1 | 3.6 | 21.4 |
| | 4.法制度の整備・執行力強化 | 25.0 | 57.1 | 3.6 | 21.4 |
| | 5.資金の調達手段 | 21.4 | 60.7 | 0.0 | 21.4 |
| | 6.地方の振興政策 | 14.3 | 64.3 | 3.6 | 10.7 |
| | 7.知財権保護のための体制整備 | 10.7 | 71.4 | 0.0 | 10.7 |
| | 8.電力、水、ガスなどのコスト負担増 | 28.6 | 35.7 | 21.4 | 7.2 |
| | 9.外資への投資インセンティブ | 17.9 | 57.1 | 10.7 | 7.2 |
| | 10.規制や許認可の透明性 | 14.3 | 64.3 | 7.1 | 7.2 |
| | 11.ワーカー人材の供給量の拡大 | 21.4 | 35.7 | 28.6 | ▲7.2 |
| | 12.管理職人材の供給量の拡大 | 14.3 | 42.9 | 25.0 | ▲10.7 |
| | 13.為替レートの安定 | 3.6 | 64.3 | 17.9 | ▲14.3 |
| | 14.大気や水質などの環境汚染 | 3.6 | 46.4 | 32.1 | ▲28.5 |
| 2011年度 | 1.道路、港湾などのインフラ整備 | 70.7 | 24.4 | 0.0 | 70.7 |
| | 2.電力、水、ガスなどの安定供給 | 63.4 | 31.7 | 2.4 | 61.0 |
| | 3.法制度の整備・執行力強化 | 31.7 | 61.0 | 2.4 | 29.3 |
| | 4.規制や許認可の透明性 | 26.8 | 65.9 | 4.9 | 21.9 |
| | 5.外資への市場参入規制の緩和 | 19.5 | 68.3 | 2.4 | 17.1 |
| | 6.ワーカー人材の供給量の拡大 | 31.7 | 41.5 | 19.5 | ▲12.2 |
| | 7.地方の振興政策 | 12.2 | 75.6 | 2.4 | 9.8 |
| | 8.外資への投資インセンティブ | 12.2 | 68.3 | 9.8 | 2.4 |
| | 9.資金の調達手段 | 9.8 | 75.6 | 7.3 | 2.5 |
| | 10.知財権保護のための体制整備 | 4.9 | 82.9 | 2.4 | 2.5 |
| | 11.管理職人材の供給量の拡大 | 14.6 | 56.1 | 19.5 | ▲4.9 |
| | 12.為替レートの安定 | 9.8 | 65.9 | 19.5 | ▲9.7 |
| | 13.電力、水、ガスなどのコスト負担増 | 17.1 | 46.3 | 31.7 | ▲14.6 |
| | 14.大気や水質などの環境汚染 | 2.4 | 46.3 | 41.5 | ▲39.1 |

(注) 1. DI の高い順。

2. 最多回答を網掛。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

図表 43 生産年齢人口の伸び率



(資料) UN「World Population Prospects」the 2010 revision

(8) 3カ国とも「インフラ整備」が求められ、タイ政府には「治水」、「人材供給」も期待

「投資環境について、各国政府が優先すべき政策」を「規制や許認可の透明性」や「為替レートの安定」など14項目から選択を求めた。それによると、3カ国とも「道路、港湾、治水などのインフラ整備」の回答率が最も高くなった。

①タイ

タイでは、2012年は大きな洪水被害がなかったことから、「道路、港湾、治水などのインフラ整備」の回答率は、前回調査からは9.3%ポイント低下したものの（11年度66.0%、12年度56.7%）、依然として高水準となった（図表44-①）。再発防止に向けて、治水計画の着実な実行が期待される。

一方で、「ワーカー人材の供給量の拡大」の回答率が20.3%ポイントと大幅に上昇（11年度14.6%、12年度35.1%）しており、労働供給力を高める声が強まっている点は留意しておく必要がある。さらに、「管理職人材の供給量の拡大」の回答率も9.1%ポイント上昇（11年度5.8%、12年度14.9%）しており、高級人材の供給力拡大も求められている。

タイ政府としては、労働集約的な産業は、周辺のCLMへの移転も厭わない考えを示しているが、総じて日本企業がインフラ整備と産業集積が進んでいるタイを選好する姿勢を続けるなかで、とりわけ労働力需給に関しては、厳しい状況が続くことが予想されそうである。

②インドネシア

インドネシアでは、「道路、港湾、治水などのインフラ整備」の回答率が1位、「電力、水、ガスなどの安定供給」の回答率が2位となった（図表44-②）。

前回調査と比べると、「電力、水、ガスなどの安定供給」の回答率が15.2%ポイント上昇している（11年度34.8%、12年度50.0%）。現地生産を拡大するにあたって、ボトルネックとなるユーティリティの安定供給を望む声が高まっているといえそうだ。

③ベトナム

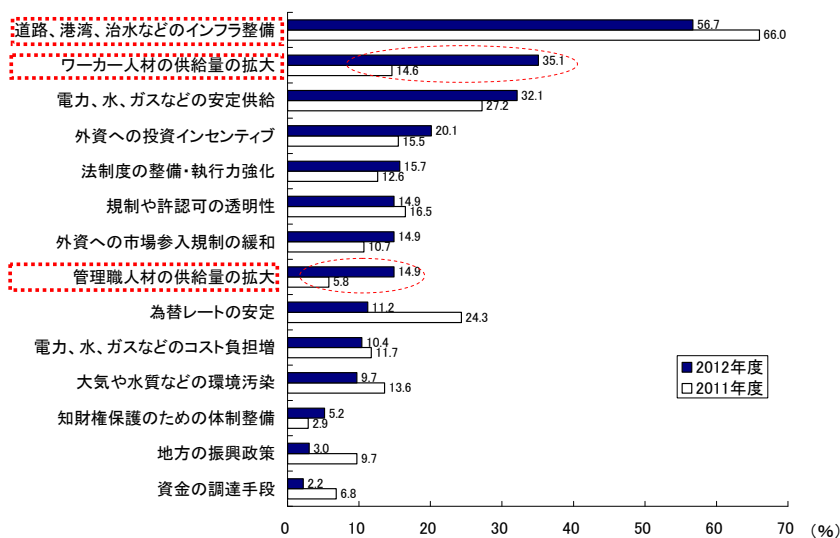
ベトナムでは、「道路、港湾、治水などのインフラ整備」と「電力、水、ガスなどの安定供給」の回答率が共に1位となった（図表44-③）。

前回調査と比べると、「規制や許認可の透明性」の回答率が5.3%ポイント上昇（11年度26.8%、12年度32.1%）しており、政府の透明性向上がより一層求められている。

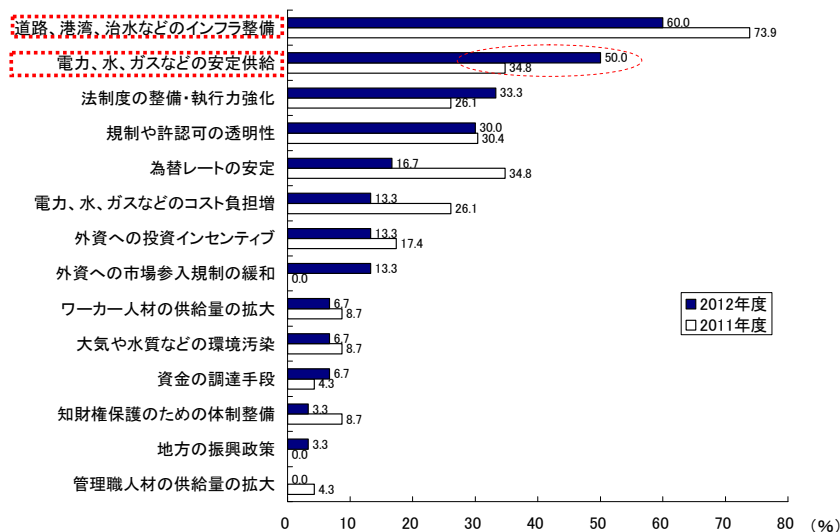
さらに、「電力、水、ガスなどのコスト負担増」の回答率が5.5%ポイント上昇（11年度19.5%、12年度25.0%）している。このことは、ベトナム政府が、2012年に電力料金を年間10%程度引き上げたことを反映したものとみられ、今後もコスト負担増が続くことを懸念しているといえそうだ。

図表 44 各国政府が優先すべき政策（複数回答）

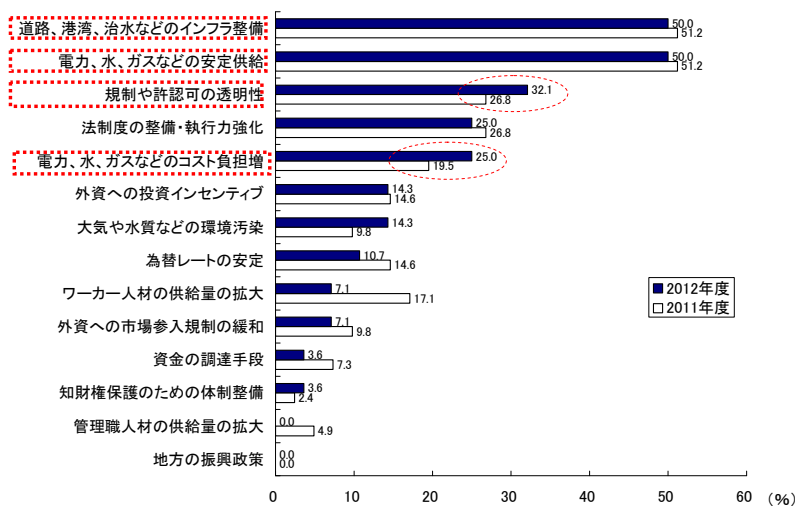
①タイ



②インドネシア



③ベトナム



(注) 回答率の高い順

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(9) ASEAN ビジネス上の懸念は、「人件費の上昇」が約7割

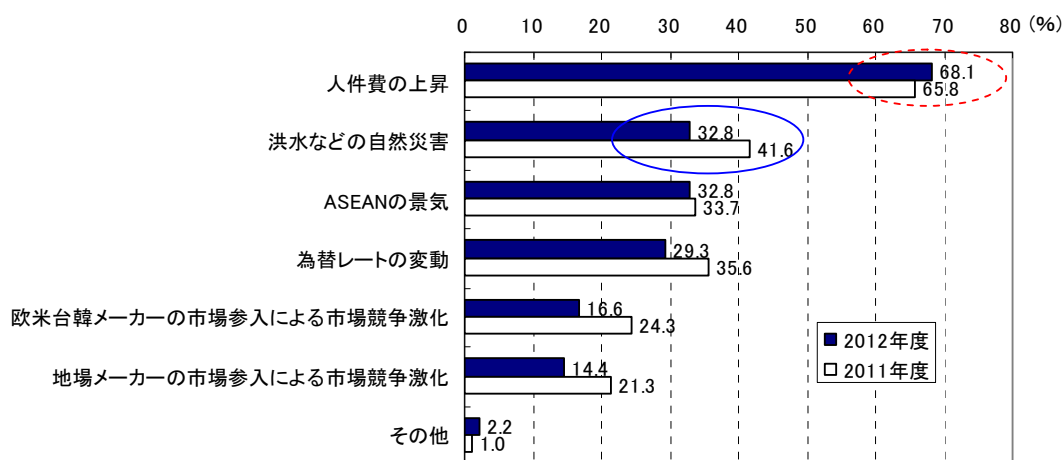
ASEAN 進出全企業（229 社）に対して、今後、2～3 年の間に ASEAN ビジネス上の懸念材料となる事象を、「人件費の上昇」、「為替レートの変動」、「地場メーカーの市場参入による市場競争激化」、「洪水などの自然災害」、「ASEAN の景気鈍化」、「欧米台韓メーカーの市場参入による市場競争激化」、「その他」の7 択で求めた。

その結果は、「人件費の上昇」の回答率が 68.1%で 1 位、「洪水などの自然災害」・「ASEAN の景気」の回答率は共に 32.8%で 2 位となった（図表 45）。

前回調査と比較すると、タイ洪水の終息もあって「洪水などの自然災害」は 8.8%ポイント低下（11 年度 41.6%、12 年度 32.8%）したが、「人件費の上昇」が 2.3%ポイント上昇（11 年度 65.8%、12 年度 68.1%）しており、労働コスト増への懸念を強めている。

現時点では、生産性の向上を図ることで労働コスト増の吸収を図ろうとしている日本企業が多い（前掲図表 37）が、今後、コスト増を吸収しきれない労働集約的な業種・工程においては、相対的に労賃の低い CLM などへの移転を検討するケースが徐々に増えると予想される。

図表 45 今後、2～3年の間に ASEAN ビジネス上の懸念材料となる事象（複数回答）



(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

7. 国際ビジネスを展開する上での注力地域（全企業（1,303社）の回答）

（1）中国を抑えてASEANが首位に

日本企業の国際ビジネスにおけるアジアの位置づけを概観するために、アンケートに回答した全企業を対象に「今後、最も力を入れていく予定の地域」を質問したところ、ASEAN(44.7%)、中国(36.7%)、NIES(21.5%)、米国(10.6%)、インド(8.1%)、欧州(7.9%)、中南米(3.7%)の順となった(図表46)。

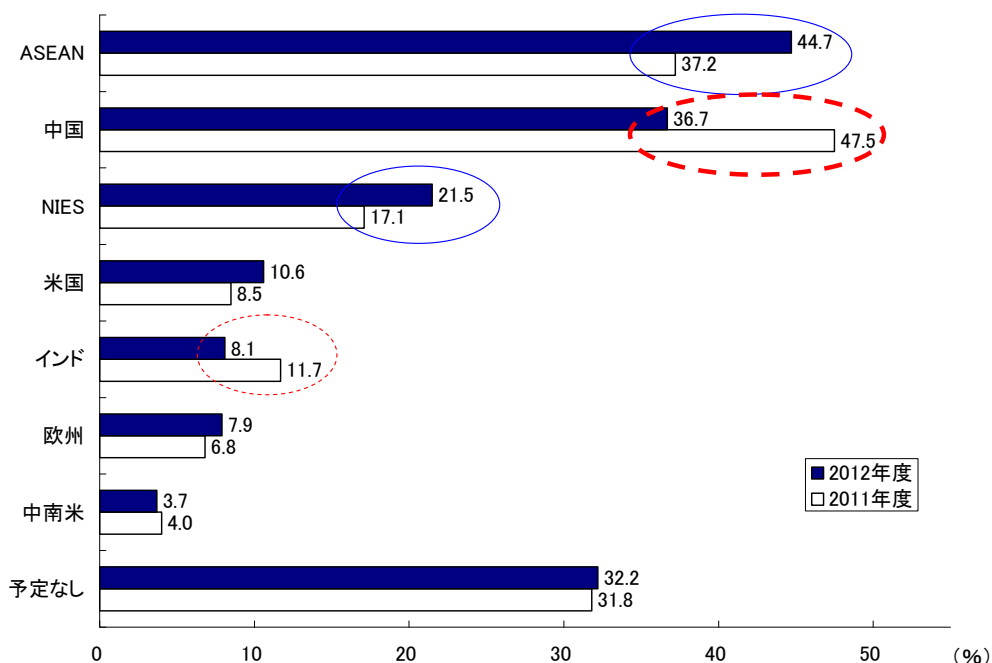
前回調査(1,243社が回答)と比較すると、中国の回答率が10.8%ポイント低下(11年度47.5%、12年度36.7%)した一方で、ASEANの回答率が7.5%ポイント上昇(11年度37.2%、12年度44.7%)して順位が逆転した。またNIESの回答率は4.4%ポイント上昇(11年度17.1%、12年度21.5%)したが、インドの回答率は3.6%ポイント低下(11年度11.7%、12年度8.1%)して、米国⁷(11年度8.5%、12年度10.6%)と順位が逆転した。

日本企業が中国からASEANに海外事業展開の矛先をシフトし、所得水準の高いNIESへの関心も高める一方で、景気減速が続くインドへの期待はやや低下している様子が窺える。

（2）アジア重視の理由は「市場拡大」、ASEANでは「投資分散先」、中国では「調達先」も評価

各国・地域の注力理由を、「現地市場の拡大動向」、「部品や原材料の調達の容易さ」、「日本や第三国への輸出拠点の確保」など12項目から選択を求めた。図表46で上位となった中国・ASEAN・NIESおよびインドの重視理由をみてみると、いずれも「現地市場の拡大動向」が1位となった。

図表 46 今後最も力を入れていく予定の国・地域（複数回答）



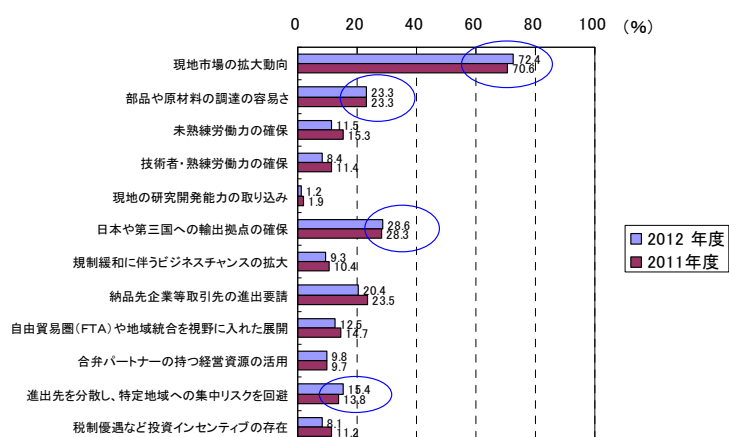
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

⁷ 住宅市場の底打ちやシェール革命に伴うエネルギーコストの低下などによって、景気回復が見込まれる。

まず、ASEAN では、「現地市場の拡大動向」の回答率が72.4%で1位となり、「日本や第三国への輸出拠点の確保」が28.6%、「部品や原材料の調達の容易さ」が23.3%で続いた（図表47）。前回調査と比較すると、「現地市場の拡大動向」の回答率が1.8%ポイント上昇（11年度70.6%、12年度72.4%）さらに「進出先を分散し、特定地域への集中リスクを回避」の回答率も1.6%ポイント上昇（11年度13.8%ポイント、12年度15.4%ポイント）といずれも若干ながらも上昇しており、消費市場としてのASEANへの期待が高まり、加えて中国への集中投資の分散先としても選好されている様子が窺える。

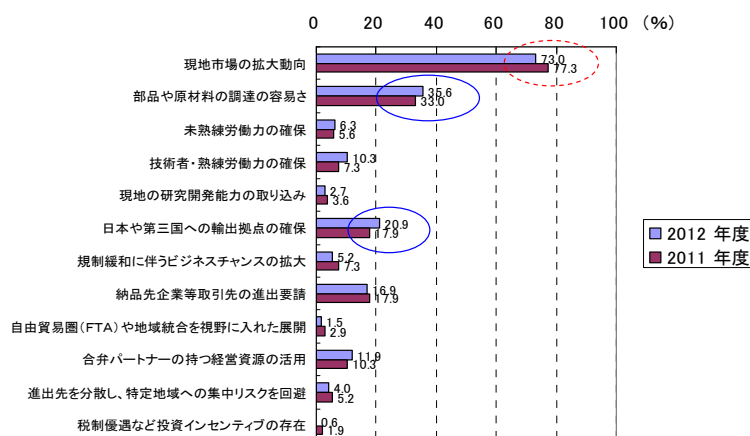
中国では、「現地市場の拡大動向」の回答率は73.0%で、「部品や原材料の調達の容易さ」が35.6%、「日本や第三国への輸出拠点の確保」が20.9%で続いた（図表48）。前回調査と比較すると、「現地市場の拡大動向」は4.3%ポイント低下（11年度77.3%、12年度73.0%）した一方で、「部品や原材料の調達の容易さ」は2.6%ポイント上昇（11年度33.0%、12年度35.6%）、「日本や第三国への輸出拠点の確保」では3.0%ポイント上昇（11年度17.9%、12年度20.9%）しており、市場としての期待は頭打ちとなってきたものの、サポーターインダストリーの充実度や輸出拠点としての重要性は高く評価されている様子が窺えた。

図表 47 今後最も力を入れていく判断材料（ASEAN・複数回答）



(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」(回答企業数: 11年度591社、12年度583社)

図表 48 今後最も力を入れていく判断材料（中国・複数回答）

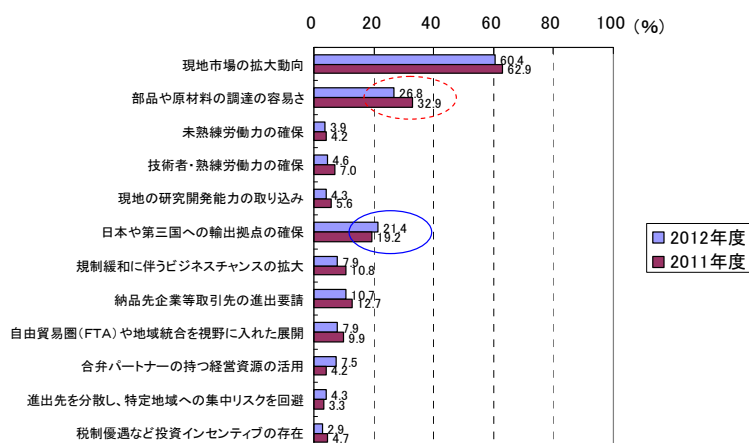


(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」(回答企業数: 11年度591社、12年度478社)

NIES では、「現地市場の拡大動向」の回答率が 60.4%となり、「部品や原材料の調達容易さ」が 26.8%で続いた（図表 49）。前回調査と比べると、「部材や原材料の調達容易さ」が 6.1%ポイント低下（11 年度 32.9%、12 年度 26.8%）しており、2012 年度下期以降のウォン高・円安の進展（前掲図表 9）によって、円ベースでみた調達コストが上昇していることが反映された可能性がある。一方で、「日本や第三国への輸出拠点の確保」は 2.2%ポイント上昇（11 年度 19.2%、12 年度 21.4%）しており、FTA 発効（EU 韓 11 年 7 月、米韓 12 年 3 月）もあって輸出拠点としての期待は高まったようだ。

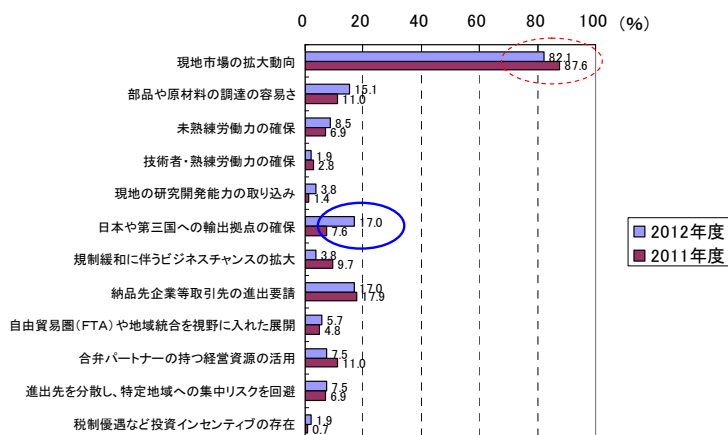
インドでは、「現地市場の拡大動向」の回答率が 82.1%となった（図表 50）。前回調査と比較すると、「現地市場の拡大動向」が 5.5%ポイント低下（11 年度 87.6%、12 年度 82.1%）しており、中長期的な成長市場としての期待は高いが、ここ数年経済不振が続いていることが嫌気されたと考えられる。また、「日本や第三国への輸出拠点の確保」が 9.4%ポイント上昇（11 年度 7.6%、12 年度 17.0%）した点は注目される。インドでは、産業集積が進んだ小型乗用車などの分野で欧州やアジア向け輸出が徐々に増えており、新たに輸出拠点としての期待が高まっている様子が窺える。

図表 49 今後最も力を入れていく判断材料（NIES・複数回答）



（資料）みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」（回答企業数：11 年度 213 社、12 年度 280 社）

図表 50 今後最も力を入れていく判断材料（インド・複数回答）



（資料）みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」（回答企業数：11 年度 145 社、11 年度 106 社）

(3) ASEANを最重視する業種数が、中国を最重視する業種数を上回る

「今後最も注力する予定の地域」を業種別にみると、中国を最注力するのは10業種中3業種（「精密機械」、「繊維」、「電気機械」）にとどまり、加えて回答率は全業種で低下している。一方でASEANは、7業種（「化学」、「一般機械」、「非鉄」、「鉄鋼」、「輸送機械」、「食料品」、「金属製品」）が最注力するという結果となり、加えて回答率は9業種で上昇した（図表51）。

前回調査では、10業種中8業種において中国が1位で、ASEANを1位としたのは2業種（「輸送機械」、「金属製品」）にとどまっていたことを勘案すると、日本企業がASEANシフトへと舵を切り始めている様子が窺える。

また、NIESの回答率も7業種で上昇し、日本企業は、所得水準が高いうえにインフラが整っており、サムスン電子、LG電子、現代自動車、鴻海精密工業などに代表されるグローバル企業が育っているNIESも重視しているようである。

一方でインドの回答率は9業種で低下しており、インド市場開拓には慎重になっているようだ。

図表 51 業種別・企業規模別にみた「今後最も力を入れていく予定の地域」（複数回答）

(単位:%, 社)

| | | 中国 | ASEAN | NIES | インド | 米国 | 欧州 | 中南米 | 回答企業数 |
|----------------|-----------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|
| 化 学 | 2012年度(A) | 49.0 | 51.0 | 33.3 | 17.7 | 8.3 | 11.5 | 5.2 | 96 |
| | 2011年度(B) | 70.4 | 43.2 | 23.5 | 18.5 | 7.4 | 9.9 | 7.4 | 81 |
| | (A)-(B) | ▲ 21.4 | ▲ 7.8 | ▲ 9.8 | ▲ 0.8 | ▲ 0.9 | ▲ 1.6 | ▲ 2.2 | |
| 精密機械 | 2012年度(A) | 58.3 | 58.3 | 36.1 | 16.7 | 22.2 | 11.1 | 0.0 | 36 |
| | 2011年度(B) | 74.3 | 37.1 | 20.0 | 28.6 | 14.3 | 11.4 | 8.6 | 35 |
| | (A)-(B) | ▲ 16.0 | ▲ 21.2 | ▲ 16.1 | ▲ 11.9 | ▲ 7.9 | ▲ 0.3 | ▲ 8.6 | |
| 織 維 | 2012年度(A) | 46.0 | 40.0 | 12.0 | 2.0 | 6.0 | 4.0 | 2.0 | 50 |
| | 2011年度(B) | 58.7 | 34.8 | 15.2 | 2.2 | 4.3 | 4.3 | 2.2 | 46 |
| | (A)-(B) | ▲ 12.7 | ▲ 5.2 | ▲ 3.2 | ▲ 0.2 | ▲ 1.7 | ▲ 0.3 | ▲ 0.2 | |
| 一般機械 | 2012年度(A) | 47.2 | 59.1 | 30.6 | 13.5 | 13.0 | 11.4 | 6.7 | 193 |
| | 2011年度(B) | 55.7 | 48.5 | 30.5 | 19.8 | 10.2 | 9.0 | 6.6 | 167 |
| | (A)-(B) | ▲ 8.5 | ▲ 10.6 | ▲ 0.1 | ▲ 6.3 | ▲ 2.8 | ▲ 2.4 | ▲ 0.1 | |
| 電気機械 | 2012年度(A) | 41.0 | 47.8 | 28.4 | 10.4 | 12.7 | 11.9 | 5.2 | 134 |
| | 2011年度(B) | 57.0 | 39.7 | 20.5 | 10.6 | 13.9 | 9.9 | 4.0 | 151 |
| | (A)-(B) | ▲ 16.0 | ▲ 8.1 | ▲ 7.9 | ▲ 0.2 | ▲ 1.2 | ▲ 2.0 | ▲ 1.2 | |
| 非 鉄 | 2012年度(A) | 25.9 | 40.7 | 14.8 | 3.7 | 14.8 | 7.4 | 3.7 | 27 |
| | 2011年度(B) | 35.9 | 38.5 | 15.4 | 15.4 | 10.3 | 10.3 | 5.1 | 39 |
| | (A)-(B) | ▲ 10.0 | ▲ 2.2 | ▲ 0.6 | ▲ 11.7 | ▲ 4.5 | ▲ 2.9 | ▲ 1.4 | |
| 鉄 鋼 | 2012年度(A) | 25.6 | 46.5 | 16.3 | 14.0 | 14.0 | 4.7 | 7.0 | 43 |
| | 2011年度(B) | 35.7 | 38.1 | 7.1 | 21.4 | 14.3 | 2.4 | 11.9 | 42 |
| | (A)-(B) | ▲ 10.1 | ▲ 8.4 | ▲ 9.2 | ▲ 7.4 | ▲ 0.3 | ▲ 2.3 | ▲ 4.9 | |
| 輸送機械 | 2012年度(A) | 37.8 | 51.1 | 15.6 | 11.1 | 8.9 | 2.2 | 6.7 | 45 |
| | 2011年度(B) | 45.7 | 63.0 | 8.7 | 28.3 | 10.9 | 8.7 | 6.5 | 46 |
| | (A)-(B) | ▲ 7.9 | ▲ 11.9 | ▲ 6.9 | ▲ 17.2 | ▲ 2.0 | ▲ 6.5 | ▲ 0.2 | |
| 食 料 品 | 2012年度(A) | 31.7 | 35.4 | 18.9 | 3.7 | 14.0 | 7.9 | 1.8 | 164 |
| | 2011年度(B) | 43.4 | 21.4 | 10.3 | 2.8 | 9.0 | 3.4 | 0.0 | 145 |
| | (A)-(B) | ▲ 11.7 | ▲ 14.0 | ▲ 8.6 | ▲ 0.9 | ▲ 5.0 | ▲ 4.5 | ▲ 1.8 | |
| 金属製品 | 2012年度(A) | 30.9 | 42.6 | 13.0 | 7.4 | 8.0 | 5.6 | 3.1 | 162 |
| | 2011年度(B) | 39.5 | 41.5 | 15.6 | 14.3 | 7.5 | 6.1 | 3.4 | 147 |
| | (A)-(B) | ▲ 8.6 | ▲ 1.1 | ▲ 2.6 | ▲ 6.9 | ▲ 0.5 | ▲ 0.5 | ▲ 0.3 | |
| 大 企 業 | 2012年度(A) | 56.8 | 71.2 | 21.6 | 21.6 | 18.4 | 11.2 | 10.4 | 125 |
| | 2011年度(B) | 75.2 | 59.8 | 23.9 | 29.1 | 17.1 | 17.9 | 17.9 | 117 |
| | (A)-(B) | ▲ 18.4 | ▲ 11.4 | ▲ 2.3 | ▲ 7.5 | ▲ 1.3 | ▲ 6.7 | ▲ 7.5 | |
| 中 堅・中 小 企 業 | 2012年度(A) | 34.6 | 41.9 | 21.5 | 6.7 | 9.8 | 7.6 | 3.0 | 1,178 |
| | 2011年度(B) | 44.7 | 34.9 | 16.4 | 9.9 | 7.6 | 5.6 | 2.6 | 1,126 |
| | (A)-(B) | ▲ 10.1 | ▲ 7.0 | ▲ 5.1 | ▲ 3.2 | ▲ 2.2 | ▲ 2.0 | ▲ 0.4 | |

(注) 業種のなかで最大の回答率があった部分を網掛けし、二番目を斜線で示した。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(4) 時系列でみると、長らく続いた中国から相対的に優位な ASEAN に事業展開の矛先がシフト

「今後最も力を入れていく予定の地域」を時系列でみると、第1回調査（1999年度）から一貫してトップであった「中国」が、「ASEAN」にその座を初めて明け渡したことは特筆される（図表52）。

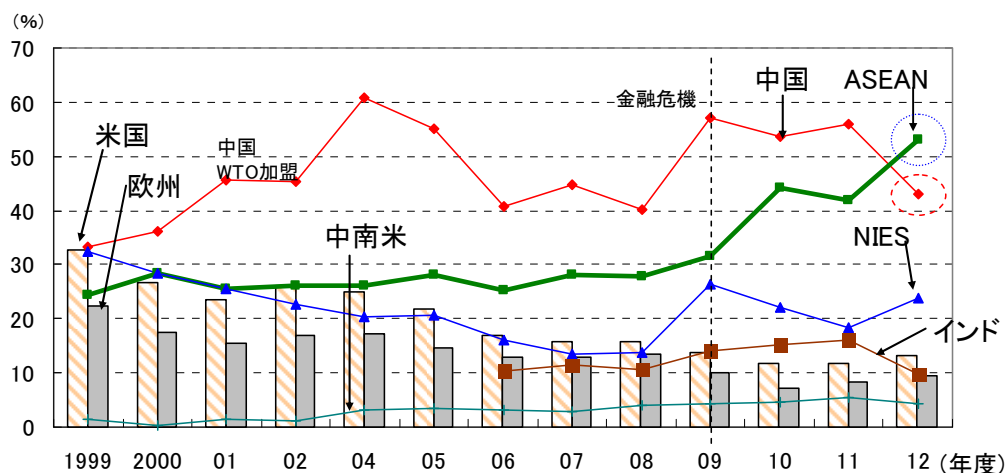
中国は、2001年12月WTOに加盟し、国内市場を対外開放したことで2004年度には回答率が60%台まで急伸した。その後、他の新興国へ関心が高まったこともあって最重要視するという回答率は徐々に低下していたが、金融危機後の世界に先駆けた景気回復力を背景に2009年度に急上昇した。その後回答率は高止まりしてきたが、2012年度に尖閣問題などによる日中関係の緊張を受けて急落した。

ASEANは、アジア通貨危機後の景気低迷から概ね脱却した2002年度調査において、NIESを抜いて以降2位を堅持してきたが、その後の回答率は横ばいが続いてきた。中国に続いて景気回復を果たした2010年度に回答率は大幅に上昇、2011年度はタイ洪水で日本企業が被害を受けたにも拘わらず高止まりし、2012年度には中国を上回った。今後10数年程度で人口がピークを迎える中国とは対照的に、ASEANでは人口増が続く国が多いことから市場拡大が期待でき、ASEAN経済共同体が設立される2015年には原則としてASEAN域内の関税が撤廃されるなど市場統合が進むことも、投資先としての魅力を高めると考えられる。

NIESは、中国・ASEANと比べて市場規模は小さいが、先進国レベルに達した所得水準の高さとインフラの利便性、グローバルプレイヤーに育った地場企業を対象とするBtoB市場での商機拡大といった点が再評価され、重要性は持ち直している。一方で、インドについては、現段階においては重要性が低下しているようである。

日本企業のアジア戦略は、これまでは経済規模および成長率で図抜けた存在の中国を中心とするものだったといえよう。2012年度は、中国の生産コスト上昇、景気減速、日中関係の緊張といった悪条件が重なり、日本企業は相対的に優位なASEANシフトへと舵を切り出したとみられ、当面の事業展開の方向性は、ASEANに向かうことになりそうだ。

図表 52 日本企業の「今後最も力を入れていく予定の地域」のトレンド（複数回答）



(注) 1. 「インド」は2006年調査よりアンケート質問対象に加えたため、2005年以前のデータはない。

2. 時系列データの扱いについてはP.3の脚注3参照。

(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

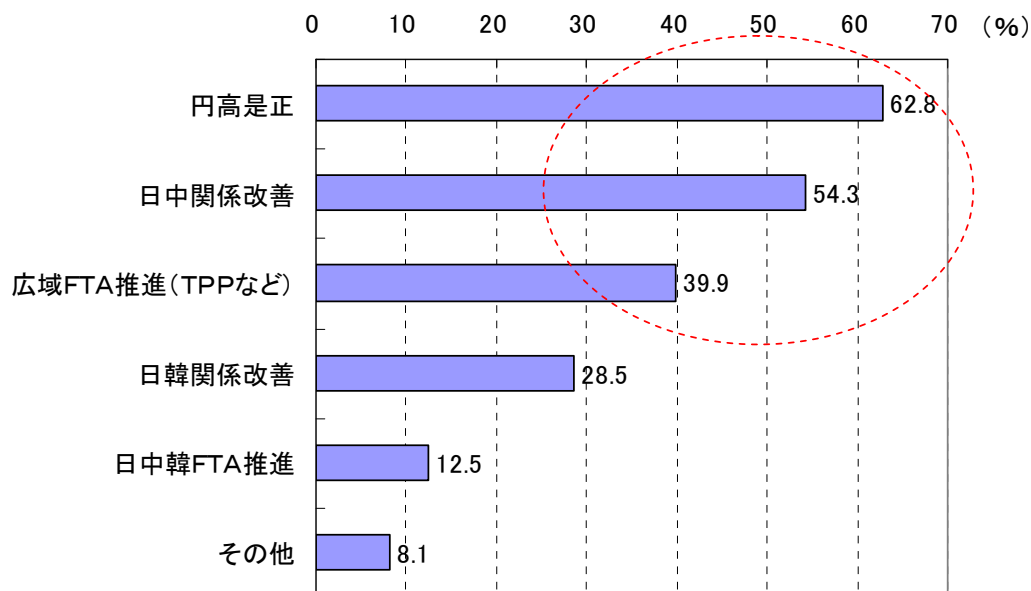
8. アジアビジネスに関する日本の新政権への期待（全企業（1,303社）の回答）

最後に、3年3カ月ぶりに交代した日本の新政権にアジアビジネス支援の観点からどのような政策を期待するかを、「日中関係改善」、「円高是正」、「広域FTA推進(TPPなど)」、「日中韓FTA推進」など7項目から選択を求めたところ、「円高是正」が62.8%で1位、「日中関係改善」が54.3%で2位、「広域FTA推進(TPPなど)」が39.9%で3位となった(図表53)。

「円高是正」に関しては、アンケート実施の2013年2月時点から5月現在さらに円安が進んでおり、新政権が企業の期待に応えた形といえるだろう⁸。また、「広域FTA推進(TPPなど)」に関しても、アンケート実施中の本年2月の日米首脳会談を経て、7月にはTPP交渉に参加することが確定している。回答企業からは、「アジアビジネス拡大と国内雇用拡大の双方を総合的に考慮した未来の見える政策を期待する」、「東アジア以外の国との関係強化を図るべき」という声もあり、日本とアジア（および太平洋）諸国のWin-Win関係の構築に資する広域FTA交渉の進捗が期待される。

一方で、「日中関係改善」については、関係改善を模索する動きが続いているものの、トップ会談が実現しないなど、関係改善は難航している様子が窺える。中国拠点の収益満足度は大きく低下しており（前掲図表25）、「今後最も力を入れていく地域」としての首位の座がASEANに奪われたものの（前掲図表52）、既に多数の企業が中国に進出し、広範な地域に亘って事業を展開している現状を踏まえれば、今後の事態打開に向けた新政権の手腕に期待がかかる。

図表 53 日本企業の「新政権に期待する政策」



(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

⁸ 回答企業の一部からは、「急激な円安により、アジアから輸入している原材料の輸入コスト増を危惧している」という声もあり、今後は日本国内における輸入品への価格転嫁が行われるケースも増えると考えられる。

9. 最後に～日本企業のアジアビジネスの矛先は中国から ASEAN にシフト～

2012年度は、2011年度に東日本大震災とタイ洪水で断絶されたサプライチェーンは回復するも、世界経済の減速を受けて中国・NIES・インド経済は減速し、加えて尖閣問題などによって日中関係が緊張する事態となった。一方で、ASEAN 経済は、インドネシアなどが内需主導の成長を持続したこともあって総じて堅調だった。このような環境下で実施された今回調査のポイントは以下の通りである。

第1に、日本企業のアジアビジネスの取り組み方法においては、現地にビジネス拠点を設ける企業が多業種に広がってきていた点である。この要因として、日本企業のアジア進出の目的が、「生産コスト削減」から「現地市場獲得」へと変化してきていることが挙げられる。そのため、アジアにビジネス拠点を設置する動きが、「現地市場獲得」で先行する「輸送機械」に続いて、「電気機械」、「精密機械」、「化学」などをけん引役に、多業種に広がってきたと考えられる。

第2に、2012年度のアジアにおける売上は予想を下回るも、2013年度は回復するとみる企業が多かった点である。2012年度の売上の見通しを前回調査時点と今回調査時点で比べると、特に中国とNIESで前回から下振れした。中国の成長率は2011年から2012年にかけて+9.3%から+7.8%、NIESは+4.0%から+1.7%へと減速、さらに中国については尖閣問題も売上見通し悪化に影響したとみられる。ただし、2013年度は、中国・NIESの緩やかな景気回復を受けて、アジア全域で売上は持ち直すと思込む日本企業が多かった。

第3に、2012年度のアジア拠点の収益満足度も前回調査に比べて低下し、とりわけ中国拠点の低下ぶりが顕著であった点である。アジアの景気減速に伴って全地域のDIは低下しており、ASEAN 拠点のDIはプラスを維持したが、その他の地域のDIはマイナスとなった。特に低下幅が大きかったのは中国拠点である。業種別にみると、前回調査ではDIがマイナスとなったのは10業種中4業種であったが、今回調査では全10業種がマイナスとなっており、中国の生産コスト上昇と成長率低下に尖閣問題が重なったことで、現地拠点が収益面で厳しい環境に置かれている様子が窺えた。

第4に、厳しさを増す中国の投資環境の変化を受けて、日本企業は中国から ASEAN へのシフトに舵を切り始めている様子が窺えた点である。中国における生産コスト上昇、成長率低下、尖閣問題などをを受けて、これまで一貫して日本企業の海外展開における最有望先であった中国は、ASEAN と順位が入れ替わった。さらに、前回調査では、ASEAN で市場開拓を強化する先としてインドネシア一極重視の感が強かったが、今回調査では、インドネシアを最重視しつつも、タイ、ベトナム、マレーシア、フィリピンなどに市場開拓先を広げようという姿勢がみられた。なお、ASEAN においても人件費などの生産コスト上昇が課題となって日本企業がコスト増への対応に苦慮している様子が窺え、より人件費の低いCLM（カンボジア、ラオス、ミャンマー）への関心もにわかを高まっていた。

最後に、アジアビジネスに関する日本の新政権への期待としては、円高是正、日中関係改善、広域 FTA 推進（TPP など）が上位回答となった点である。2012年末に新政権が発足後、日本企業の最大の懸念であった円高は大幅に是正され、広域 FTA 推進の道筋も整うなど、日本企業の要望に応じているといえるが、日中関係に関しては、大幅な改善には至っていない。日本企業はASEAN 事業を強化してリスク分散を図る一方で、中国事業の回復のために日中関係改善を切に望んでいるといえよう。

以上

「第13回 アジアビジネスに関するアンケート調査」の概要について

みずほ総合研究所実施調査

実施時期：2013年2月1日～2月28日

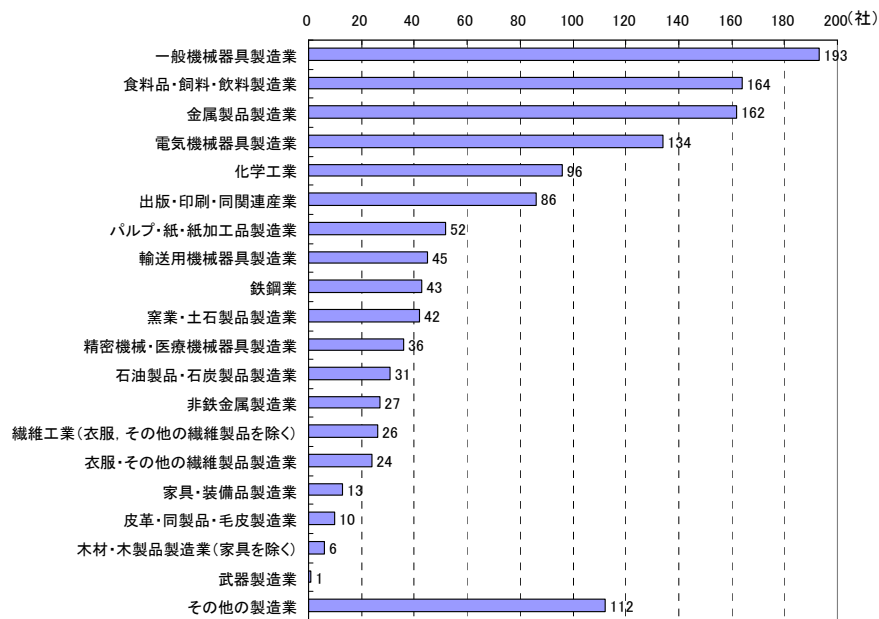
調査対象：みずほ総合研究所会員企業のうち、資本金1千万円以上の製造業

発送数：4,699社

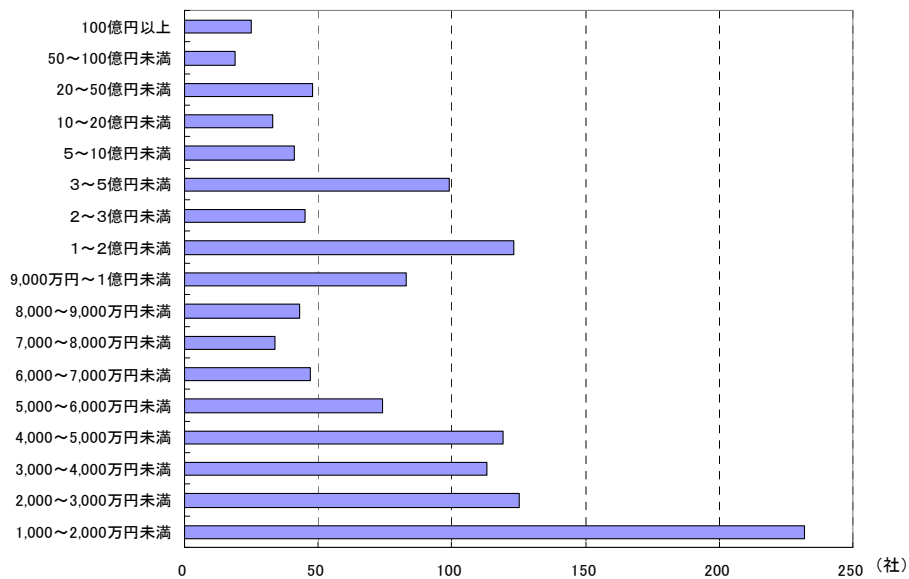
有効回答：1,303社 (27.7%)

調査方法：郵送配布・郵送回収

業種別構成



資本金別構成



※ 本稿の地域分類における「アジア」とは原則として NIES4 カ国・地域（韓国、台湾、香港、シンガポール）、ASEAN5 カ国（インドネシア、タイ、マレーシア、フィリピン、ベトナム）、中国、インドの 11 カ国・地域を対象としている。なお、インドとベトナムは 2006 年調査より追加した。

※ 本稿の企業規模分類は、日本企業については資本金 10 億円以上の企業を「大企業」、10 億円未満の企業を「中堅・中小企業」としている。

※ 過去に実施した「アジアビジネスに関するアンケート調査」の概要は以下の通り。調査対象数や業種が異なるため、時系列データの利用に当たっては、類似する母集団を比較するよう調整した。なお、2003 年度は調査を実施していない。

| 第 1 回調査 | 第 2 回調査 | 第 3 回調査 | 第 4 回調査 | 第 5 回調査 | 第 6 回調査 | 第 7 回調査 | 第 8 回調査 |
|---|--|--|--|--|--|--|--|
| 1999 年 11 月実施 金融業を除く 無作為抽出企 業 1,200 社へ 発送、有効回答 859 社 | 2000 年 8 月実施 金融業を除く 無作為抽出企 業 1,200 社へ発 送、有効回答 872 社 | 2001 年 8 月実施 金融業を除く 無作為抽出企 業 1,200 社へ発 送、有効回答 822 社 | 2002 年 6 月実施 金融業を除く 無作為抽出企 業 1,200 社へ発 送、有効回答 782 社 | 2004 年 3 月実施 資本金 5 千万円 以上の製造業 2,339 社へ発 送、有効回答 776 社 | 2005 年 5 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 5,157 社へ発 送、有効回答 1,351 社 | 2006 年 4 月実施 資本金 5 千万円 以上の製造業 2,483 社へ発 送、有効回答 683 社 | 2007 年 7 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 5,078 社へ発 送、有効回答 1,180 社 |
| 第 9 回調査 | 第 10 回調査 | 第 11 回調査 | 第 12 回調査 | 第 13 回調査 | | | |
| 2008 年 10～11 月実施 資本金 1 千万 円以上の製造 業 4,949 社へ 発送、有効回答 1,383 社 | 2010 年 2 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 5,341 社へ発 送、有効回答 1,486 社 | 2011 年 2 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 5,137 社へ発 送、有効回答 1,416 社 | 2012 年 2 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 4,767 社へ発 送、有効回答 1,243 社 | 2013 年 2 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 4,699 社へ発 送、有効回答 1,303 社 | | | |