

みずほレポート

2014年5月15日

ASEANに対する期待と懸念 を交錯させる日本企業

—2014年2月アジアビジネスアンケート調査結果

- ◆ 前回調査に続いてASEANが国際ビジネス展開上の最注力地域の首位を堅持。中国への関心は低下し、日本企業の中国からASEANへのシフトが続く様子が明らかに（P58参照）。
- ◆ アジアにおける売上見通しは、2013年度は政治混乱が続くタイなどで前回調査に比べ下ぶれ。2014年度はアジア全域で伸長を見込む企業が多いが、インドネシア・中国では鈍化懸念も（P5）。
- ◆ 2013年度のアジア拠点の収益満足度DI（満足—不満）は全域でマイナスに。景気減速によりASEAN拠点では悪化した一方、日本製品買い控えの動きがやや収まった中国拠点では改善（P13）。
- ◆ 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るも、政治リスク、アジアの景気減速や為替レート変動を懸念する回答も増加（P30、P50）。
- ◆ アジアビジネス支援に関する安倍政権への期待としては、（日本国内の）法人税減税、日中関係改善、TPP推進、日韓関係改善が上位に。成長戦略推進と政治リスク払拭に期待（P59）。

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～ASEAN が最注力先の地位を維持するも、収益満足度は低下～	1
2. アジアビジネスへの取り組み（全企業（1,081社）の回答）	2
(1) 約7割がアジアビジネスを実施	2
(2) 輸出およびビジネス拠点を設ける動きが広がるも、輸入を行う企業が減少	4
3. 製品売上・調達と為替見通し（アジアビジネス実施企業（756社）の回答）	5
(1) アジア全域において2014年度の売上は回復へ	5
(2) 前回調査と比較すると、タイ、フィリピンで2013年度の売上見通しが下ぶれ	6
(3) アジアからの調達は韓台の伸びが鈍化、ASEANは伸長	7
(4) 人民元は緩やかな上昇、その他のアジア通貨は現状維持を見込む	8
(5) FTAを既に活用している国の筆頭はタイ、今後活用したい国の筆頭は中国	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（356社）の回答）	10
(1) 拠点展開は、中国は頭打ちとなり矛先はASEANへ	10
(2) 収益満足度はNIES・中国では改善、ASEAN・インドでは悪化	13
(3) 中国でも在庫調整が進む	15
(4) 拠点別取り組み、中国・ASEAN共に既存拠点のオペレーション強化を優先	16

5. 中国拠点の現状と今後の取り組み（中国進出企業（254社）の回答）	20
（1）中国拠点は、華東への集中度が高まる	20
（2）中国進出時の狙いは、「市場浸透」・「輸出拠点」共に低下し「日本との生産分業」が高まる	21
（3）進出時の狙いの達成度は「生産コスト削減」は低下、「中国国内販売」は上昇	22
（4）収益満足度は底打ち	23
（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」・「ブランド浸透」	24
（6）投資環境は、「インフラ整備」で大幅な改善、「環境汚染・ワーカー不足」で悪化を見込む	25
（7）コスト上昇対策として、「第3国などへの移転」を検討する企業が増加	26
（8）市場開拓の注力先は今後も沿海部が中心だが、取り組み姿勢は慎重に	28
（9）中国政府に「環境汚染対策」・「法執行力」・「知的財産保護」を求む	29
（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」	30
6. ASEAN拠点の現状と今後の取り組み（ASEAN進出企業（212社）の回答）	31
（1）ASEANで拠点を設けている国・最重視する国はタイが過半、インドネシア・ベトナムが続く	31
（2）コスト上昇には、「ASEAN域内販売」で対応	32
（3）ASEANにおける市場開拓のターゲットとして、経済規模で上位のインドネシア、タイを重視	34
（4）進出の狙いは、タイで「販売」、インドネシアで「コスト削減」、ベトナムで「輸出」が伸長	35
（5）進出時の狙いの達成度は、3カ国共に「域内販売」、「コスト削減」の両面で苦慮	38
（6）経営上の最優先課題は、タイとインドネシアで「シェア拡大」、ベトナムで「コスト削減」	41
（7）投資環境の懸念は、タイで「人材不足」、インドネシア・ベトナムで「為替変動と電力コスト」	44
（8）3カ国政府に「インフラ整備」、「為替レート安定」、「透明性向上」などを要望	47
（9）ASEANビジネス上の懸念は、「人件費の上昇」、「政治・社会の混乱」、「自然災害」	50
7. 国際ビジネスを展開する上での注力地域（全企業（1,081社）の回答）	52
（1）ASEANがトップで横ばい、中国は2位で低下	52
（2）アジア重視理由は「現地市場の拡大動向」	54
（3）ASEANを最重視する業種が多いが、中国再評価の業種も	57
（4）時系列で見ると、中国からASEANへのシフトは続くが、頭打ち感も	58
8. アジアビジネスに関する安倍政権への期待（全企業（1,081社）の回答）	59
9. 最後に～2014年度のアジアビジネスをみるうえでの注目点～	60

1. はじめに～ASEANが最注力先の地位を維持するも、収益満足度は低下～

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。2013年度調査では、2014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4,581社（日本国内）に調査票を発送し、1,081社からの有効回答を得た。本稿は、2013年度調査結果を前回の2012年度調査²と比較したうえでまとめたものである。

2013年のアジアの経済状況を振り返ると（図表1）、中国では輸出の鈍化を公共投資などが下支えして前年同等の実質GDP成長率となった。NIESでは、米国経済の回復に伴って輸出主導で成長率は上向いた。また、大幅な経常収支赤字を抱えるインドとインドネシアでは、年央以降の米国のQE3縮小観測に伴って資金が流出して自国通貨が急落したことを受けて、緊縮政策がとられたことなどから、景気は減速した。さらに、タイでは、2013年11月以降、反政府デモ隊によるバンコク封鎖など政治混乱が続いており、実体経済にも悪影響を及ぼしている。これらの結果、インド・ASEANの成長率は共に減速した。

このような経済環境を受けて、2013年の日本企業のアジア拠点の収益満足度は、中国・NIESでは改善したが、インド・ASEANでは悪化した。日本企業の海外展開における最注力先は、2012年秋の尖閣諸島問題顕在化の直後となった前回調査以降、中国からASEANにシフトしている。日中関係の緊張が続いていることに加え、中国で人件費上昇が続き、成長率の下ぶれ懸念も残ることなどから、今回調査でもASEAN最重視の姿勢は続いた（1位ASEAN、2位中国、3位NIES、4位米国、5位欧州、6位インドの順）。ただし、ASEANにおいても、景気減速、人件費上昇、さらに政治混乱などの課題が顕在化しており、収益満足度が低下している様子が明らかになった。

図表1 アジア各国・地域の実質GDP成長率（前年比）

地域・国/年	金融危機深刻化		景気回復		景気減速		前回調査	今回調査	(単位：%)
	2009	2010	2011	2012	2013	2014(予)			
アジア	6.0	9.4	7.6	6.0	6.0	6.0			
中国	9.2	10.4	9.3	7.7	7.7	7.5			
インド	6.5	9.3	7.7	4.8	4.6	4.5			
ASEAN 5	1.6	7.0	4.5	6.2	5.1	5.1			
フィリピン	1.1	7.6	3.6	6.8	7.2	6.4			
インドネシア	4.6	6.2	6.5	6.3	5.8	5.4			
ベトナム	5.3	6.4	6.2	5.3	5.4	6.0			
マレーシア	▲ 1.5	7.4	5.1	5.6	4.7	5.4			
タイ	▲ 2.3	7.8	0.1	6.5	2.9	2.7			
NIES	▲ 0.7	8.4	4.2	1.8	2.7	3.3			
韓国	0.3	6.3	3.7	2.0	2.8	3.4			
香港	▲ 2.5	6.8	4.8	1.5	2.9	3.1			
台湾	▲ 1.8	10.8	4.2	1.5	2.1	3.0			
シンガポール	▲ 0.8	15.1	6.0	1.9	4.1	4.3			

(注) 1. 前年よりも成長率が低下している国・地域に網掛。2014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2012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、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 前回調査の詳細に関しては、巻末資料を参照。

2. アジアビジネスへの取り組み（全企業（1,081社）の回答）

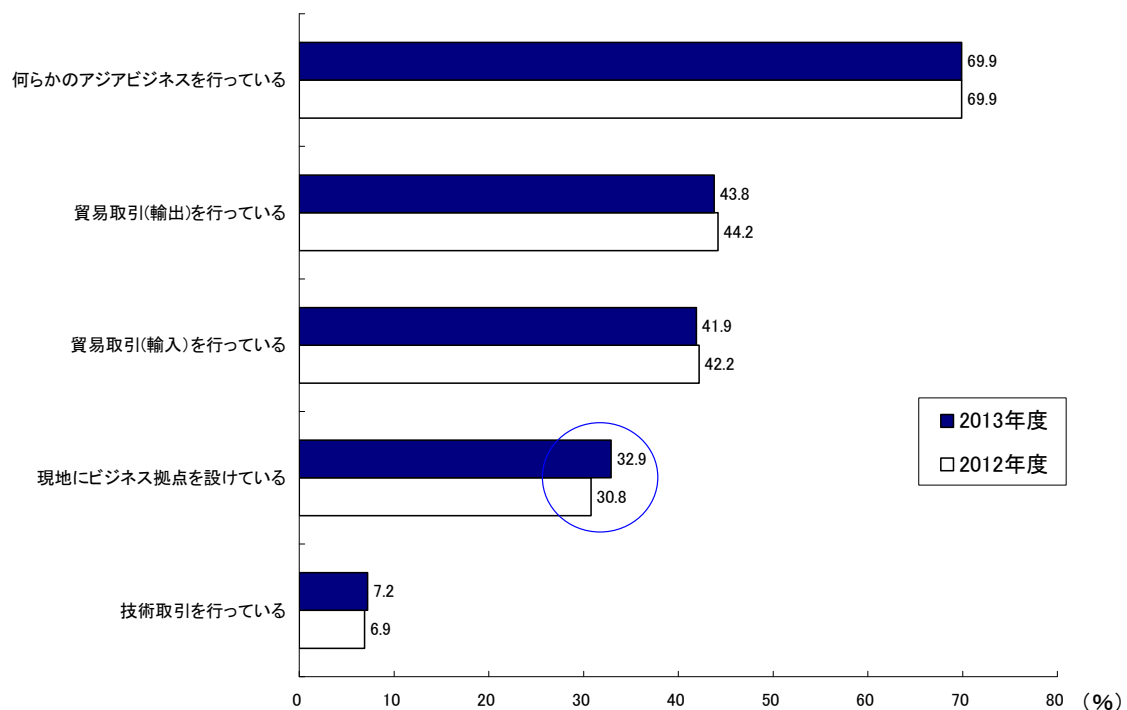
（1）約7割がアジアビジネスを実施

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1,081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」³と回答、ビジネスの内訳をみると、「輸出を行っている」が43.8%、「輸入を行っている」が41.9%、「現地にビジネス拠点を設けている」が32.9%、「技術取引を行っている」が7.2%となった（図表2）。

ビジネスの内訳を前回調査と比較すると、「輸出を行っている」（12年度44.2%、13年度43.8%）と「輸入を行っている」（12年度42.2%、13年度41.9%）の回答率はほぼ横ばい、「現地にビジネス拠点を設けている」の回答率は2.1%ポイント上昇（12年度30.8%、13年度32.9%）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」

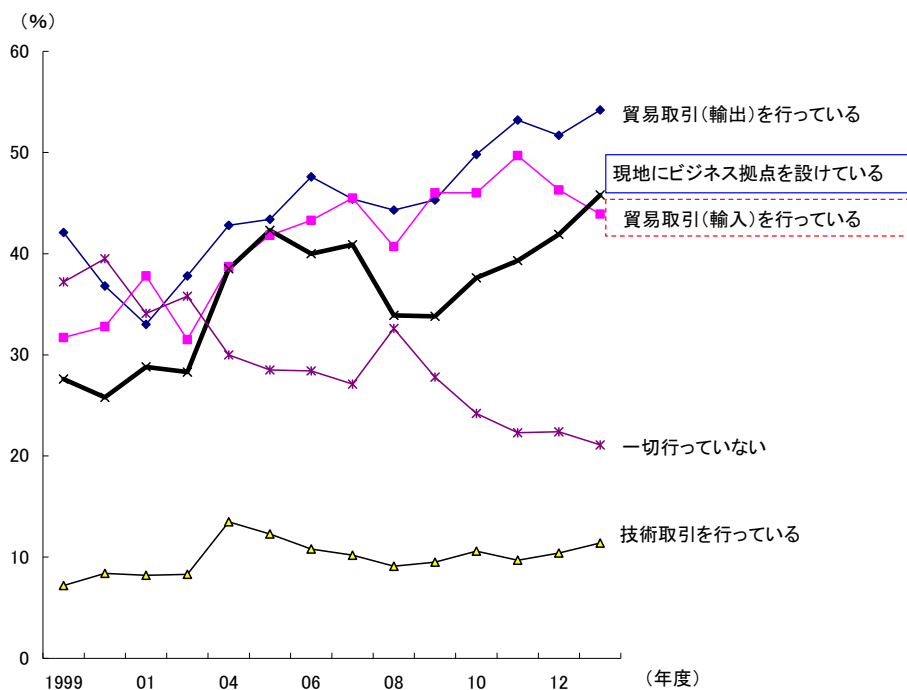
³ アンケートでは、「アジアビジネスを一切行っていない」という回答項目を設け、100－「アジアビジネスを一切行っていない」＝「何らかのアジアビジネスを行っている」とした。

調査結果を時系列⁴で見ると、世界金融危機の影響を受けた 2008～09 年度を除いて、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）。

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、コスト削減のための生産拠点のアジアシフトを後押ししたと考えられる。2012 年下期以降は、円高水準は大幅に是正されて 1 ドル 100 円台が定着しており、成長市場を取り込むためのアジア展開が続いていると考えられる。

一方で、円安環境に転じてからは、「輸出を行っている」の回答率が高止まりしているのに対して、「輸入を行っている」の回答率は低下傾向となっている。円安に伴い、日本企業の主要調達先であるアジアからの輸入品の価格が上昇したことから、調達先の見直し（国産品への転換など）が図られたものと推察される。

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 4 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 本稿における時系列比較は、「資本金 5,000 万円以上の製造業」を対象データを統一したうえで行っている。そのため、2007～2013 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。

(2) 輸出およびビジネス拠点を設ける動きが広がるも、輸入を行う企業が減少

アジアビジネスの取り組み状況を業種別（10 分類）⁵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」・「一般機械」・「精密機械」・「繊維」では80%台、「輸送機械」・「電気機械」は70%台、「食料品」・「鉄鋼」は60%台、「金属製品」・「非鉄」は50%台となった（図表4）。

前回調査と比較すると、「輸出を行っている」の回答率は5業種（「化学」、「一般機械」、「精密機械」、「繊維」、「食料品」）で高まった。次いで「輸入を行っている」の回答率は4業種（「化学」、「一般機械」、「精密機械」、「繊維」）で高まった。

「輸出を行っている」と「輸入を行っている」が高まった業種が5業種中4業種（「化学」、「一般機械」、「精密機械」、「繊維」）で重複し、さらに4業種中3業種（「化学」、「一般機械」、「繊維」）で「現地のビジネス拠点を設けている」の回答率も高まっていることから、生産拠点のアジアシフトを進めながら、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、アジアにおける完成品生産および現地販売、アジアからの日本の完成品輸入など）がさらに深化している様子が窺えた。

一方で、「輸入を行っている」の回答率は、「食料品」で4.7%ポイント、「鉄鋼」で10.1%ポイント低下しており、円安の進行などによって部材の調達先がアジアから国内に切り替えられた可能性がありそうだ。

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：％）				
		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
化 学	2013年度	86.8	73.7	52.6	15.8	34.2
	2012年度	89.6	70.8	50.0	15.6	31.3
一 般 機 械	2013年度	84.7	70.1	52.8	7.6	41.7
	2012年度	81.3	67.9	48.2	6.7	37.3
精 密 機 械	2013年度	84.6	69.2	50.0	3.8	26.9
	2012年度	86.1	63.9	47.2	0.0	36.1
繊 維	2013年度	83.7	41.9	74.4	4.7	44.2
	2012年度	70.0	32.0	50.0	4.0	34.0
輸 送 機 械	2013年度	78.3	30.4	32.6	23.9	54.3
	2012年度	75.6	42.2	37.8	20.0	51.1
電 気 機 械	2013年度	76.2	48.4	49.2	7.4	41.0
	2012年度	75.4	56.0	50.0	10.4	40.3
食 料 品	2013年度	62.7	33.6	34.3	1.5	13.4
	2012年度	61.6	29.9	39.0	2.4	17.1
鉄 鋼	2013年度	61.8	41.2	29.4	2.9	35.3
	2012年度	67.4	48.8	39.5	2.3	37.2
金 属 製 品	2013年度	59.2	31.2	25.6	3.2	32.8
	2012年度	61.7	33.3	31.5	6.2	30.2
非 鉄	2013年度	52.0	24.0	28.0	0.0	8.0
	2012年度	70.4	40.7	37.0	7.4	18.5
大 企 業	2013年度	90.2	71.5	69.1	23.6	72.4
	2012年度	92.0	68.8	68.8	23.2	72.8
中堅・中小企業	2013年度	67.2	40.3	38.5	5.1	28.0
	2012年度	67.6	41.6	39.4	5.2	26.3

(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 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。

また、「現地にビジネス拠点を設けている」の回答率は、「輸送機械」で3.2%ポイント、「金属製品」で2.6%ポイント上昇しており、自動車および関連産業においては、現地生産を加速しながらアジア市場開拓を強化している様子が窺える。

3. 製品売上・調達と為替見通し（アジアビジネス実施企業（756社）の回答）

（1）アジア全域において2014年度の売上は回復へ

輸出入や拠点の設置、技術取引など、何らかのアジアビジネスを行っている756社に対する自社製品の2013年度と2014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。

2013年度と2014年度の売上DI（「売上増（10%以上、5%以上～10%未満、0%以上～5%未満）」の回答率から「売上減（0%以上～5%未満、5%以上）」の回答率を差し引いて算出）をみると、全ての国・地域でプラスとなり、加えて2014年度のDIは2013年度のDIを全ての国・地域で上回った（図表5）。

ただし、「10%以上の売上増が見込まれる」に着目すると、中国、ベトナム、インドネシア、マレーシア、フィリピン、韓国、香港の7カ国・地域で、2014年度の回答率が2013年度の回答率よりも低下しており、昨年来のアジアを含む新興国経済の減速を受けて過度な期待が修正されるなか、売上見通しが慎重化している様子も窺える。

図表5 アジアにおける自社製品の2013年度・2014年度の売上見通し

(単位: %, %ポイント)

		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
中 国	2014年度(A)	26.6	26.9	32.9	6.6	6.9	72.9
	2013年度(B)	28.7	19.8	28.7	9.2	13.8	54.2
	(A)-(B)	▲2.1	7.1	4.2	▲2.6	▲6.9	18.7
イ ン ド	2014年度(A)	25.3	32.0	36.0	4.0	2.7	86.6
	2013年度(B)	24.7	23.3	37.0	6.8	8.2	70.0
	(A)-(B)	0.6	8.7	▲1.0	▲2.8	▲5.5	16.6
ベ ト ナ ム	2014年度(A)	24.3	25.2	43.0	4.7	2.8	85.0
	2013年度(B)	25.0	21.2	38.5	9.6	5.8	69.3
	(A)-(B)	▲0.7	4.0	4.5	▲4.9	▲3.0	15.7
イ ン ド ネ シ ア	2014年度(A)	24.8	29.2	40.9	3.6	1.5	89.8
	2013年度(B)	29.3	21.1	37.6	6.0	6.0	76.0
	(A)-(B)	▲4.5	8.1	3.3	▲2.4	▲4.5	13.8
タ イ	2014年度(A)	22.7	26.9	42.1	4.6	3.7	83.4
	2013年度(B)	22.0	25.4	32.5	8.1	12.0	59.8
	(A)-(B)	0.7	1.5	9.6	▲3.5	▲8.3	23.6
マ レ ー シ ア	2014年度(A)	14.9	26.7	50.5	6.9	1.0	84.2
	2013年度(B)	15.8	22.1	42.1	11.6	8.4	60.0
	(A)-(B)	▲0.9	4.6	8.4	▲4.7	▲7.4	24.2
フ ィ リ ピ ン	2014年度(A)	12.0	29.3	48.0	9.3	1.3	78.7
	2013年度(B)	12.7	28.2	39.4	11.3	8.5	60.5
	(A)-(B)	▲0.7	1.1	8.6	▲2.0	▲7.2	18.2
シ ン ガ ポ ー ル	2014年度(A)	18.4	18.4	52.0	7.1	4.1	77.6
	2013年度(B)	17.0	12.8	52.1	10.6	7.4	63.9
	(A)-(B)	1.4	5.6	▲0.1	▲3.5	▲3.3	13.7
台 湾	2014年度(A)	15.2	23.2	47.5	10.1	4.0	71.8
	2013年度(B)	9.8	18.7	47.7	14.0	9.8	52.4
	(A)-(B)	5.4	4.5	▲0.2	▲3.9	▲5.8	19.4
韓 国	2014年度(A)	15.3	20.5	43.7	15.3	5.3	58.9
	2013年度(B)	20.0	10.0	39.5	17.4	13.2	38.9
	(A)-(B)	▲4.7	10.5	4.2	▲2.1	▲7.9	20.0
香 港	2014年度(A)	13.6	17.3	52.7	12.7	3.6	67.3
	2013年度(B)	17.9	11.6	48.2	13.4	8.9	55.4
	(A)-(B)	▲4.3	5.7	4.5	▲0.7	▲5.3	11.9

(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、タイ、フィリピンで2013年度の売上見通しが下ぶれ

前回調査における「2013年度の売上見通し」（1年後の見通し）と今回調査における「2013年度の売上見通し」（見込み値）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）」の回答率に着目すると、フィリピンでは13.3%ポイント低下し、タイでも10.3%ポイント低下する結果となった(図表6)。

フィリピンは日系電機産業の進出が多く、主力輸出品である半導体や電子部品の国際市況が2013年度上期まで弱含んだ（下期からは徐々に回復）ことが要因と考えられ、タイは日系自動車産業の進出が多く、自動車の販売奨励策（2011年9月～2012年12月）の終了に伴う販売減少や2013年度下期以降の政治混乱などによる景気減速の影響を受けたことが要因と考えられる。

図表6 2012年度調査（1年後）と2013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	2013年度調査(A 2013年度の売上見通し)	28.7	48.5	23.0
	2012年度調査(B 2013年度の売上見通し)	28.1	51.7	20.5
	(A)-(B)	0.6	▲ 3.2	2.5
イ ン ド	2013年度調査(A 2013年度の売上見通し)	24.7	60.3	15.0
	2012年度調査(B 2013年度の売上見通し)	27.4	64.3	8.5
	(A)-(B)	▲ 2.7	▲ 4.0	6.5
ベ ト ナ ム	2013年度調査(A 2013年度の売上見通し)	25.0	59.7	15.4
	2012年度調査(B 2013年度の売上見通し)	27.0	63.5	9.6
	(A)-(B)	▲ 2.0	▲ 3.8	5.8
インドネシア	2013年度調査(A 2013年度の売上見通し)	29.3	58.7	12.0
	2012年度調査(B 2013年度の売上見通し)	28.8	66.0	5.1
	(A)-(B)	0.5	▲ 7.3	6.9
タ イ	2013年度調査(A 2013年度の売上見通し)	22.0	57.9	20.1
	2012年度調査(B 2013年度の売上見通し)	32.3	60.1	7.6
	(A)-(B)	▲ 10.3	▲ 2.2	12.5
マレーシア	2013年度調査(A 2013年度の売上見通し)	15.8	64.2	20.0
	2012年度調査(B 2013年度の売上見通し)	16.7	70.0	13.3
	(A)-(B)	▲ 0.9	▲ 5.8	6.7
フィリピン	2013年度調査(A 2013年度の売上見通し)	12.7	67.6	19.8
	2012年度調査(B 2013年度の売上見通し)	26.0	65.7	8.2
	(A)-(B)	▲ 13.3	1.9	11.6
シンガポール	2013年度調査(A 2013年度の売上見通し)	17.0	64.9	18.0
	2012年度調査(B 2013年度の売上見通し)	16.2	69.4	14.4
	(A)-(B)	0.8	▲ 4.5	3.6
台 湾	2013年度調査(A 2013年度の売上見通し)	9.8	66.4	23.8
	2012年度調査(B 2013年度の売上見通し)	18.6	66.9	14.6
	(A)-(B)	▲ 8.8	▲ 0.5	9.2
韓 国	2013年度調査(A 2013年度の売上見通し)	20.0	49.5	30.6
	2012年度調査(B 2013年度の売上見通し)	14.7	66.3	19.1
	(A)-(B)	5.3	▲ 16.8	11.5
香 港	2013年度調査(A 2013年度の売上見通し)	17.9	59.8	22.3
	2012年度調査(B 2013年度の売上見通し)	14.2	61.4	24.4
	(A)-(B)	3.7	▲ 1.6	▲ 2.1

(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」

(3) アジアからの調達に韓台の伸びが鈍化、ASEANは伸長

「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、2013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、韓国・台湾などではDIが低下している。これは、2012年度下期以降の円安への転換によって韓台製品・部材が日本製品・部材よりも割高となり、日本企業が調達先の見直しを図ったためと推察される。

一方で、ベトナム・マレーシア・フィリピンなどのDIは上昇しており、日本企業が、相対的に割安なASEAN製品・部材に新たに着目している様子が窺える。

図表7 製品・半製品・部品・原材料の2013年度の輸入・調達への取り組み

(単位: %, %ポイント)

		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
中 国	2013年度(A)	20.8	20.1	34.2	15.5	9.5	50.1
	2012年度(B)	25.5	15.0	32.6	15.8	11.1	46.2
	(A)-(B)	▲4.7	5.1	1.6	▲0.3	▲1.6	3.9
韓 国	2013年度(A)	14.1	20.7	40.2	17.4	7.6	50.0
	2012年度(B)	21.4	20.4	36.7	15.3	6.1	57.1
	(A)-(B)	▲7.3	0.3	3.5	2.1	1.5	▲7.1
台 湾	2013年度(A)	19.1	16.9	38.2	14.6	11.2	48.4
	2012年度(B)	25.6	15.1	41.9	12.8	4.7	65.1
	(A)-(B)	▲6.5	1.8	▲3.7	1.8	6.5	▲16.7
タ イ	2013年度(A)	21.3	21.3	39.3	9.0	9.0	63.9
	2012年度(B)	18.6	16.3	46.5	10.5	8.1	62.8
	(A)-(B)	2.7	5.0	▲7.2	▲1.5	0.9	1.1
ベトナム	2013年度(A)	31.5	14.8	44.4	3.7	5.6	81.4
	2012年度(B)	30.4	16.1	33.9	7.1	12.5	60.8
	(A)-(B)	1.1	▲1.3	10.5	▲3.4	▲6.9	20.6
インドネシア	2013年度(A)	17.9	23.1	43.6	7.7	7.7	69.2
	2012年度(B)	20.6	14.7	50.0	5.9	8.8	70.6
	(A)-(B)	▲2.7	8.4	▲6.4	1.8	▲1.1	▲1.4
マレーシア	2013年度(A)	26.1	8.7	56.5	8.7	0.0	82.6
	2012年度(B)	18.2	18.2	31.8	13.6	18.2	36.4
	(A)-(B)	7.9	▲9.5	24.7	▲4.9	▲18.2	46.2
香 港	2013年度(A)	18.2	27.3	45.5	4.5	4.5	82.0
	2012年度(B)	16.7	16.7	38.9	27.8	0.0	44.5
	(A)-(B)	1.5	10.6	6.6	▲23.3	4.5	37.5
フィリピン	2013年度(A)	20.0	15.0	50.0	10.0	5.0	70.0
	2012年度(B)	5.6	22.2	38.9	16.7	16.7	33.3
	(A)-(B)	14.4	▲7.2	11.1	▲6.7	▲11.7	36.7
イ ン ド	2013年度(A)	16.7	25.0	58.3	0.0	0.0	100.0
	2012年度(B)	31.3	18.8	37.5	12.5	0.0	75.1
	(A)-(B)	▲14.6	6.2	20.8	▲12.5	0.0	24.9
シンガポール	2013年度(A)	0.0	30.8	46.2	7.7	15.4	53.9
	2012年度(B)	18.2	0.0	36.4	27.3	18.2	9.1
	(A)-(B)	▲18.2	30.8	9.8	▲19.6	▲2.8	44.8

(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」

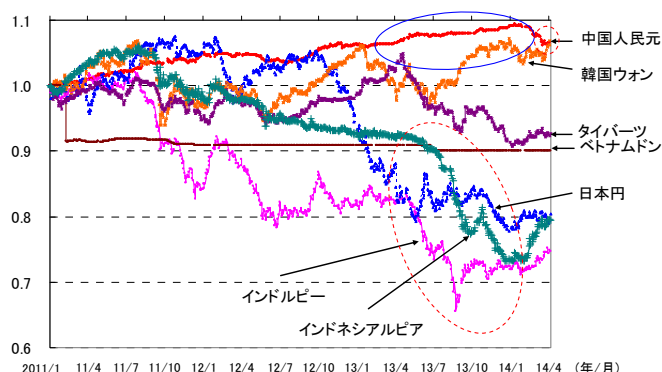
(4) 人民元は緩やかな上昇、その他のアジア通貨は現状維持を見込む

ここで、日本およびアジア通貨の対ドル為替相場をみでみる。2013年は、米国のQE3縮小観測が強まった年以降、経常収支赤字国で相対的に投資リスクが高いとみなされたインドやインドネシアなどの新興国⁶から資金が流出して、自国通貨の対ドル為替レートが大きく下落したため、両国は年後半に連続的な利上げや輸入抑制などを実施して為替レートの安定化を図った。一方で、経常黒字国である韓国や中国のウォンや人民元の対ドル為替レートは上昇基調となっている（図表8）。

本アンケートでは、調査時点（2014年2月）を基準として、2014年度末の日本およびアジア通貨（今回は、日本円、中国人民幣元、韓国ウォン、タイバーツ、インドネシアルピア、ベトナムドン、インドルピーを対象とした）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、人民幣元以外の通貨では、「現状維持」との回答が最多となった。インドネシア、インドなど各国政府の緊縮政策が評価された形である。一方で、「下落」の回答は2番目に多く、2014年初から米国がQE3縮小を開始したこともあり、ドル高が漸進的に進んでアジア通貨の対ドルレートは弱含むと見込む日本企業も少なくないようだ（図表9）。

なお、人民幣元に関しては、「10%未満上昇」という回答が最多となった。人民幣元は、2014年に入って小幅ながら下落しており、輸出振興の観点から当局が人民幣元安に誘導するのではとの見方もあるが、通年では人民幣元高が進むとみる日本企業が多いようである。

図表8 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9 2014年度末の対ドル為替レート見通し

	(単位:%、社)				回答企業数
	10%以上上昇	10%未満上昇	現状維持	下落	
日本円	2.4	12.5	32.4	31.7	738
人民幣元	6.1	27.4	22.1	16.5	738
韓国ウォン	1.6	11.2	27.5	24.4	738
タイバーツ	1.2	7.6	28.6	27.6	738
インドネシアルピア	1.1	8.7	28.2	23.8	738
ベトナムドン	2.0	9.5	29.3	20.5	738
インドルピー	0.9	10.4	27.1	21.0	738

(注) 最多回答と2番目に多い回答に網掛。
 (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」

⁶ インドルピー、インドネシアルピアにトルコリラ、南アフリカランド、ブラジルリアルを加えた新興5カ国の通貨は、フラジャイル5（脆弱な5通貨）とも呼ばれる。なお、13年下期の政府・中銀の安定化策が奏功し、2014年に入って、インドルピーとインドネシアルピアの為替レートは安定化しつつある。

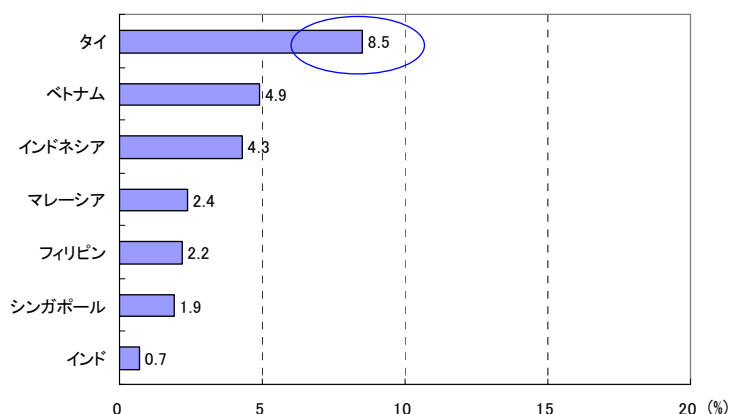
(5) FTA を既に活用している国の筆頭はタイ、今後活用したい国の筆頭は中国

近年、日本とアジア間の自由貿易協定 (FTA) への関心がにわかには高まっている。日本は、ASEAN (2008年12月発効) およびインド (2011年2月発効) とは FTA を発行済み、中国、韓国とは、日中韓3カ国の FTA 交渉を進めている。

そこで、今回調査では初めて、日本とアジア地域の FTA の活用状況を聞いた。まず、「既に FTA を活用している国」を ASEAN およびインドの7カ国から選択を求めたところ、タイの回答率は8.5%で1位、ベトナムが4.9%で2位、インドネシアが4.3%で3位となった (図表10)。FTA の活用度は高いとは言いが、日本企業が集積するタイを筆頭に、徐々に活用されている様子は窺える。

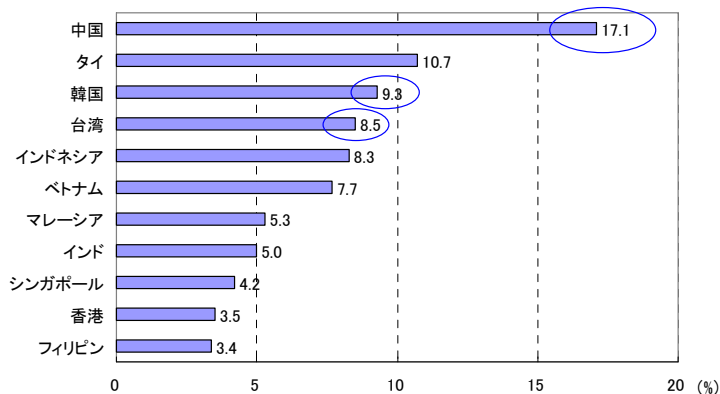
一方で、「今後 FTA を活用したい国・地域」を中国・NIES・ASEAN・インドの11カ国・地域から選択を求めたところ、中国が17.1%で1位、タイが10.7%で2位、韓国が9.3%で3位、台湾が8.5%で4位となり、タイを除くと東アジア地域が上位を占める結果となった (図表11)。日本の最大の貿易相手国である中国が1位になることは、妥当という見方はできよう。日中韓などの東アジア地域における FTA 締結が今後進んでいけば、FTA の活用には弾みがつく可能性はありそうだ。

図表 10 日本本社またはアジア拠点が既に FTA を活用している国 (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」

図表 11 日本本社またはアジア拠点が今後 FTA を活用したい国・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」

4. アジア拠点の現状と今後の取り組み（アジア進出企業（356社）の回答）

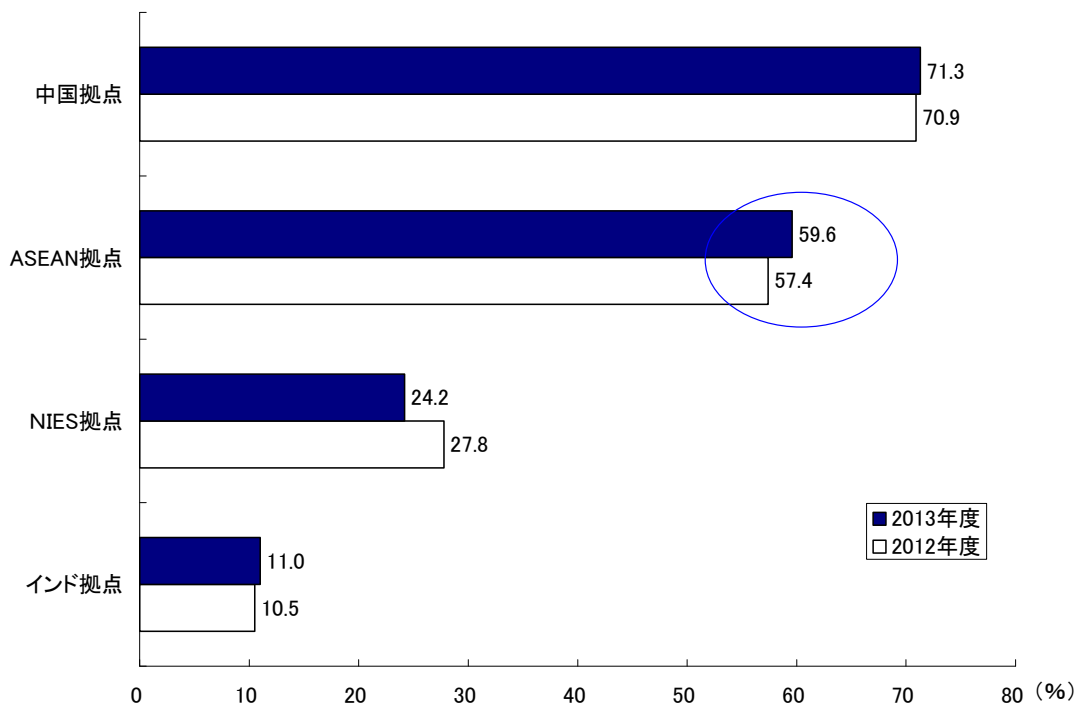
（1）拠点展開は、中国は頭打ちとなり矛先はASEANへ

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1位、「ASEAN拠点」、「NIES拠点」、「インド拠点」が続く順位は前回調査と変わらなかったが、前回調査と比較すると「中国拠点」はほぼ横ばいだったが、「ASEAN拠点」は2.2%ポイント上昇している（図表12）。

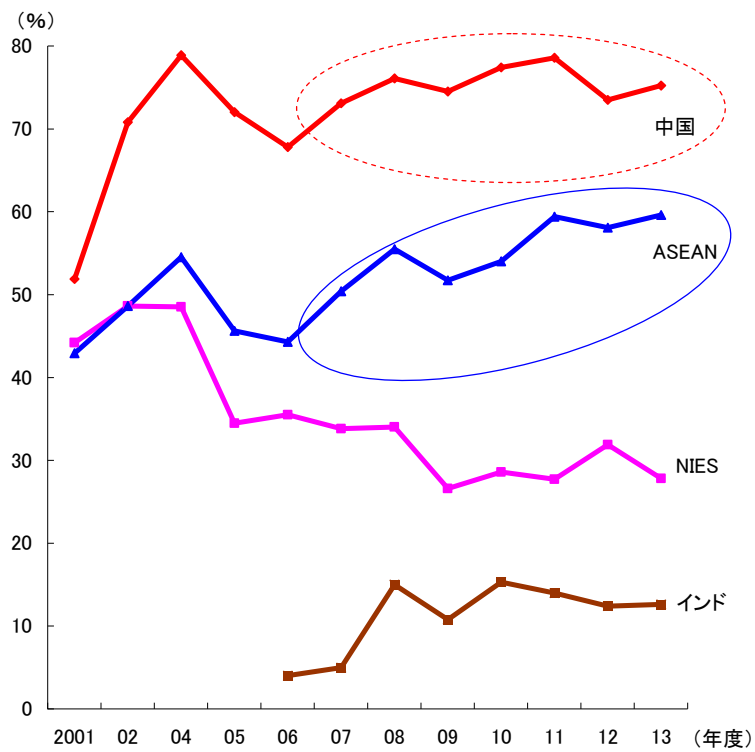
時系列でみても、中国の回答率は頭打ちとなっている（次頁図表13）一方で、ASEANは回答率の緩やかな上昇傾向が続いており、日本企業のアジア展開の矛先がASEANに向いている様子が窺える。

図表12 地域別アジア拠点状況（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」

図表 13 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4参照。
 (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 7 業種（「精密機械」、「化学」、「繊維」、「鉄鋼」、「食料品」、「電気機械」、「一般機械」）で中国に拠点の有するとの回答率が最も高くなり、ASEAN に拠点を有するとの回答率が最も高くなったのは 3 業種（「金属製品」、「輸送機械」、「非鉄」）にとどまった（図表 14）。

しかしながら、前回調査に比べると、5 業種（「繊維」、「一般機械」、「金属製品」、「輸送機械」、「非鉄」）で中国の回答率が低下すると同時に ASEAN の回答率が上昇している。中国における人件費上昇や景気の減速を背景に、生産コストに占める人件費のウェイトが比較的高い繊維や自動車市場の拡大を見込んで現地生産を積極化する自動車および関連産業などで、直接投資の矛先が中国から ASEAN にシフトしている様子が窺える。

図表 14 業種別・企業規模別アジア拠点

(単位:%)

		中国拠点	ASEAN拠点	NIES拠点	インド拠点
精密機械	2013年度	100.0	28.6	14.3	0.0
	2012年度	92.3	38.5	38.5	38.5
化学	2013年度	88.5	42.3	30.8	7.7
	2012年度	83.3	63.3	40.0	20.0
繊維	2013年度	84.2	52.6	0.0	5.3
	2012年度	94.1	41.2	11.8	5.9
鉄鋼	2013年度	83.3	66.7	16.7	16.7
	2012年度	62.5	75.0	6.3	6.3
食料品	2013年度	77.8	44.4	11.1	0.0
	2012年度	63.0	48.1	22.2	3.7
電気機械	2013年度	72.0	68.0	38.0	18.0
	2012年度	72.2	70.4	40.7	13.0
一般機械	2013年度	71.7	53.3	33.3	15.0
	2012年度	72.2	44.4	36.1	12.5
金属製品	2013年度	61.0	73.2	19.5	14.6
	2012年度	63.3	65.2	20.4	16.3
輸送機械	2013年度	52.0	68.0	8.0	12.0
	2012年度	60.9	65.2	13.0	17.4
非鉄	2013年度	50.0	100.0	50.0	0.0
	2012年度	60.0	60.0	20.0	0.0
大企業	2013年度	83.1	80.9	37.1	24.7
	2012年度	84.6	71.4	36.3	25.3
中堅・中小企業	2013年度	67.4	52.4	19.9	6.4
	2012年度	66.9	53.2	25.3	6.2

(注) 業種のなかで最多回答と 2 番目に多い回答に網掛。

(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」

(2) 収益満足度はNIES・中国では改善、ASEAN・インドでは悪化

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満足度DIを求め、これを地域別にみると、4地域のいずれもマイナスとなった(図表15)。

前回調査と比較すると、中国において、11.1%ポイントと大幅に上昇した点は注目される。2012年秋以降に顕著となった日本製品買い控えの動きは緩和され、「やや不満」と「不満」の回答が減少したと考えられる。また、NIESも、景気回復などを反映して5.9%ポイント上昇となった

一方でASEANは、12.9%ポイントと大幅に低下した。ASEAN域内の景気減速や、日本企業が集積するタイにおける政治混乱の影響などを反映し「不満」の回答が増加したと考えられる。インドも17.5%ポイントと大幅に低下しており、同国の経済不振の影響を大きく受けたとみられる。

収益満足度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アジア全域が景気回復を果たした2011年度を転機に、アジア全域でDIの緩やかな低下傾向が続いている(次頁図表16)。中国では、日中関係の緊張に伴う日本製品買い控えが重なったことから、2012年度は低下傾向が顕著であったが、今回調査では買い控えの動きは一定程度解消され、DIに底打ちの傾向がみられる。今後、成長率の下ぶれ懸念が残るなかで⁷、日本企業の収益満足度がどこまで回復するか注目される。

一方、成長市場として期待が高まっているASEANで、2013年度にDIがマイナスに転じた点は気掛かりである。ASEANの経済大国であるインドネシアとASEANの産業集積地であるタイの景気動向および政治動向⁸の行方が、今後の日本企業の収益満足度を左右することになりそうだ。

図表 15 拠点別にみた収益満足度

(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
N I E S	2013年度	8.1	18.6	37.2	24.4	7.0	▲ 4.7	96
	2012年度	3.6	21.8	30.6	22.5	13.5	▲ 10.6	111
A S E A N	2013年度	4.2	23.1	29.7	19.3	17.0	▲ 9.0	212
	2012年度	6.1	25.3	28.4	22.7	4.8	▲ 3.9	229
中 国	2013年度	9.4	20.9	19.7	23.6	22.8	▲ 16.1	254
	2012年度	6.4	18.7	21.2	28.3	24.0	▲ 27.2	283
イ ン ド	2013年度	3.7	7.4	40.7	40.7	7.4	▲ 37.0	39
	2012年度	2.8	11.1	52.8	30.6	2.8	▲ 19.5	36

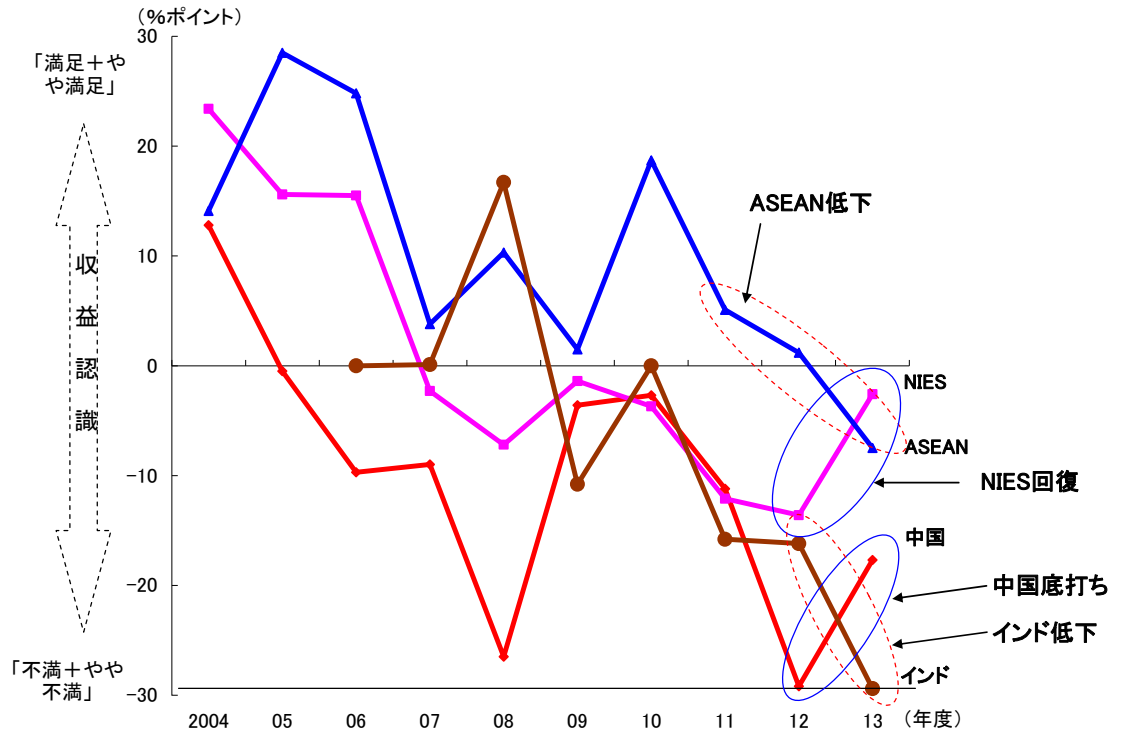
(注) 収益満足度DI = (「満足」 + 「やや満足」) - (「不満」 + 「やや不満」)。「満足」～「不満」のなかで最大の回答率があった部分を網掛

(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」

⁷ 中国の実質GDP成長率は2013年7～9月期+7.8%、同10～12月期+7.7%、2014年1～3月期+7.4%と低下が続いている、政府は大型景気刺激策の発動には慎重であるため、2014年通年の政府目標である+7.5%成長の達成を危惧する見方も出ている。

⁸ インドネシアでは2014年10月に新大統領が就任。ジョコ・ウィドト現ジャカルタ州知事が就任する可能性が高い。タイでは、反政府デモ活動などにより2014年5月7日にインラック首相が失職しており、今後の政情は不透明。

図表 16 拠点別にみた日本企業の収益満足度DIの推移



(注) 1. 収益満足度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4参照。

(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) 中国でも在庫調整が進む

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17）、「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、中国で4.4%ポイント、ASEANで3.7%ポイント、NIESで2.8%ポイント低下と総じて在庫の過剰感は緩和し、インドでは在庫の不足感が強まった。

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た（図表18）。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日本製品買い控えも重なって在庫が積み上がったが、2013年度に在庫調整が一定程度進んだ様子が窺える。

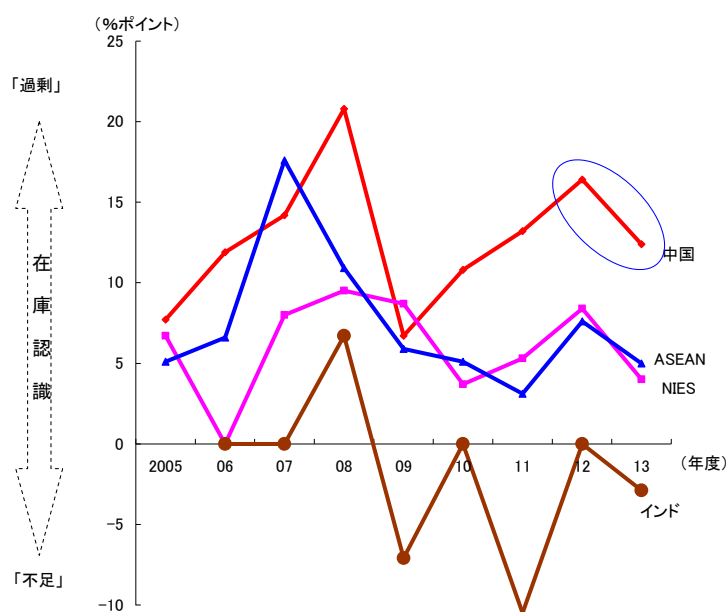
図表 17 拠点別に見た在庫認識

(単位: %、%ポイント、社)

		過剰	適正	不足	DI	回答企業数
中 国	2013年度	15.0	72.8	3.9	11.1	254
	2012年度	18.7	71.0	3.2	15.5	283
A S E A N	2013年度	9.0	71.7	5.2	3.8	212
	2012年度	12.7	72.9	5.2	7.5	229
N I E S	2013年度	5.8	73.3	2.3	3.5	86
	2012年度	9.9	70.3	3.6	6.3	111
イ ン ド	2013年度	0.0	56.4	2.6	▲ 2.6	39
	2012年度	2.0	26.0	3.0	▲ 1.0	31

(注) 在庫DI = 「過剰」 - 「不足」。「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 18 拠点別に見た日本企業の在庫DIの推移



(注) 1. 在庫DI = 「過剰」 - 「不足」。
 2. 時系列データの扱いについてはP. 3の脚注4参照。
 (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」

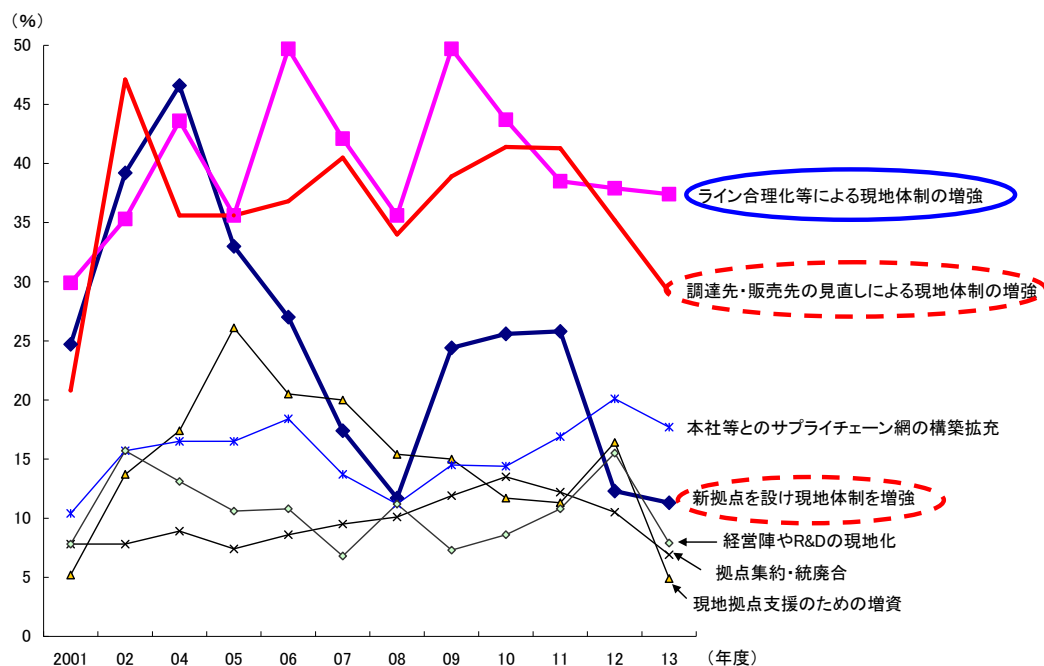
(4) 拠点別取り組み、中国・ASEAN 共に既存拠点のオペレーション強化を優先

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19～23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、「ライン合理化等による現地体制の増強」の回答率が最も高くなった。一方で、「調達先・販売先の見直しによる現地体制の増強」や「新拠点を設け現地体制を増強」の回答率は低下傾向が続いている。

これらのことから中国では、新規投資を抑制し、既存拠点の合理化を進めることで収益性の高い体制を構築することが、重要な経営課題となっている様子が窺える（図表19）。

図表 19 中国拠点における日本企業の「今後の取り組み」トレンド



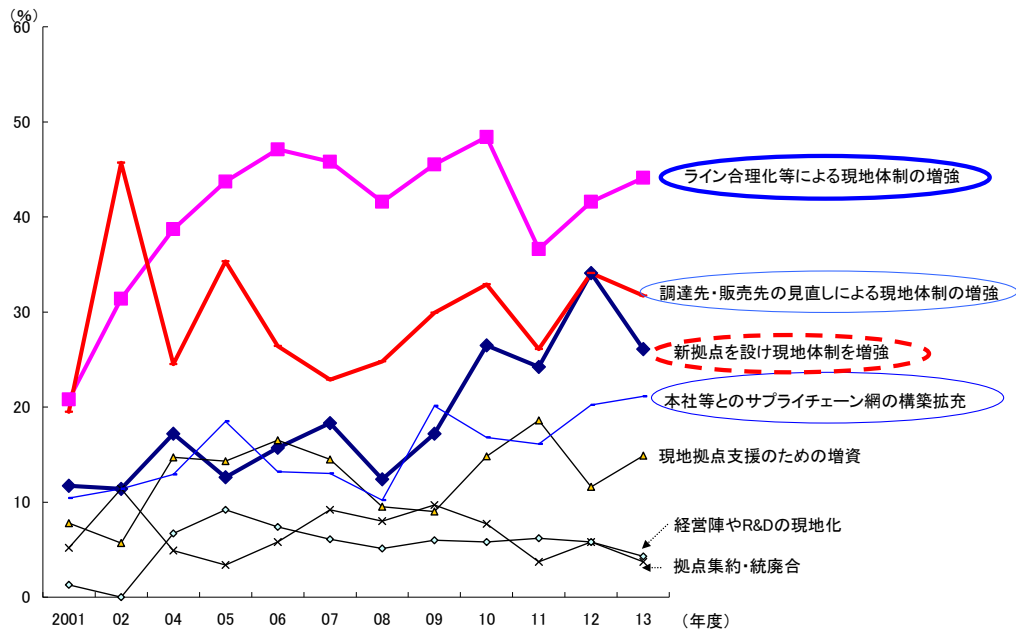
(注) 時系列データの扱いについてはP.3の脚注4参照。

(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 拠点でも、「ライン合理化等による現地体制の増強」が1位となり、「新拠点を設け現地体制を増強」の回答率は低下した(図表20)。日本企業が集積するタイで、自動車販売奨励策(2011年9月~2012年12月)の終了に伴う販売減少や政治混乱などの影響から工業生産が伸び悩んでいることが一因と考えられる(図表21)。

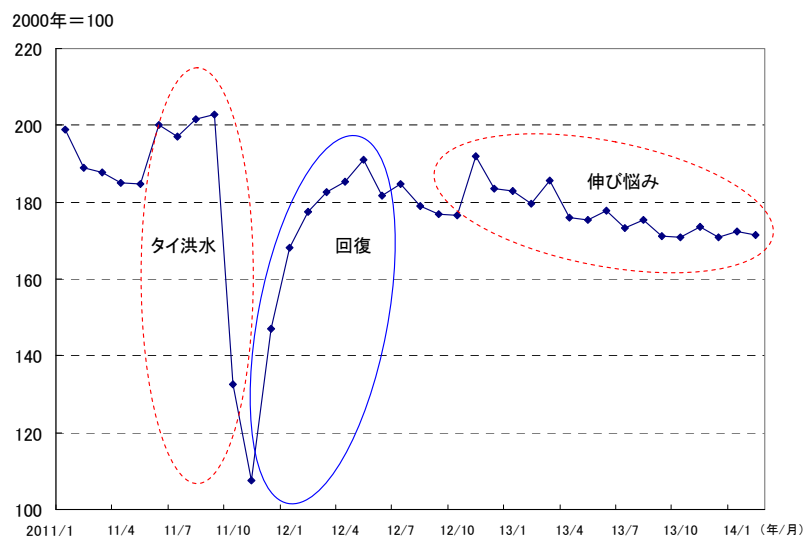
「調達先・販売先の見直しによる現地体制の増強」や「本社等とのサプライチェーン網の構築拡充」の回答率も比較的高いことから、ASEAN 拠点の経営基盤を固めることに注力している様子が窺える。

図表 20 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4参照。
 (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 タイ工業生産指数

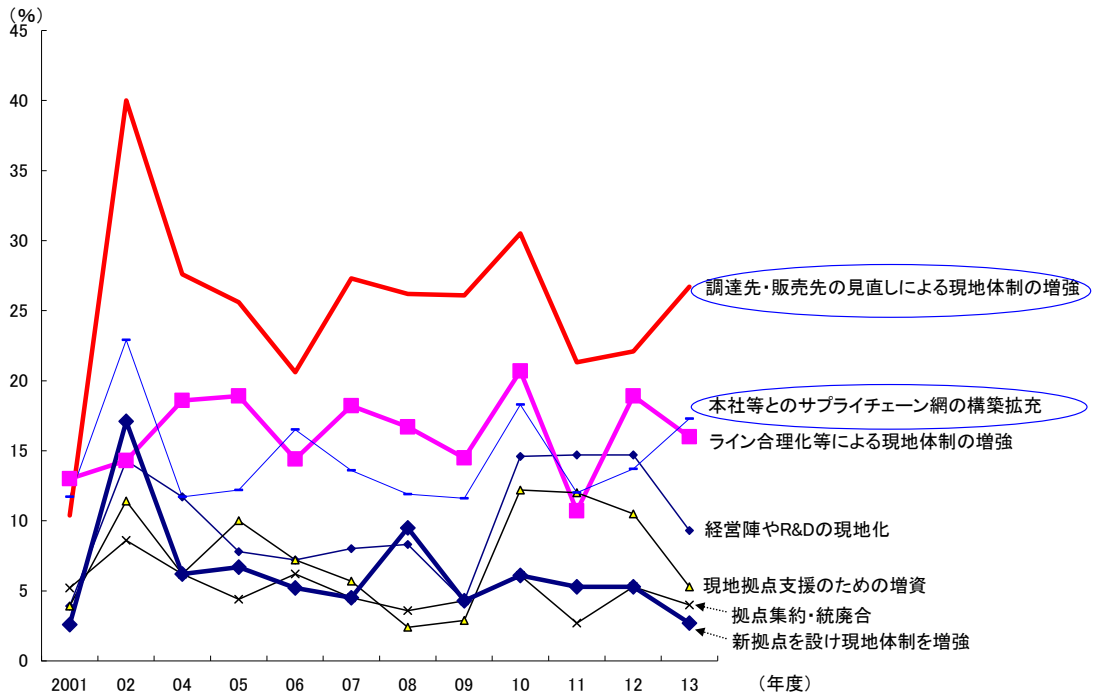


(注) 季節調整済値。
 (資料) CEIC

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「本社等とのサプライチェーン網の構築拡充」の回答率が共に上昇した（図表 22）。

日本と NIES 間のサプライチェーンを強化すると共に、2012 年度下期以降に転じた円安環境下で、韓国や台湾などの NIES 企業の調達先・販売先を見直すことが重視されている様子が窺える。

図表 22 NIES 拠点における日本企業の「今後の取り組み」トレンド

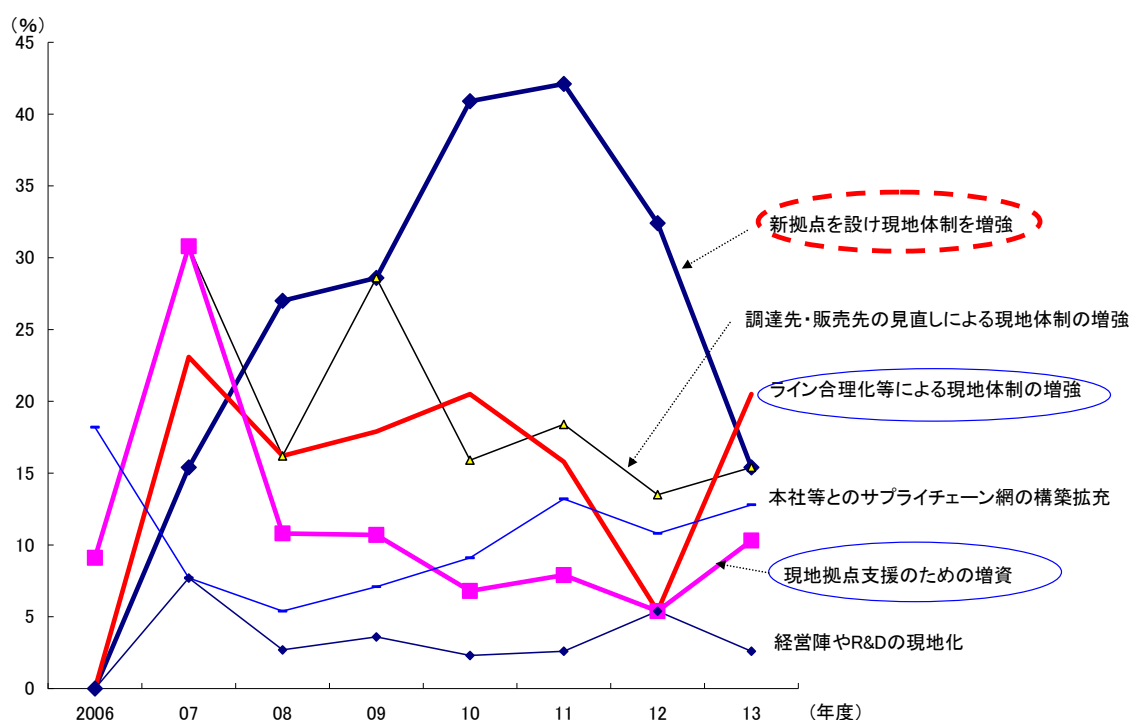


(注) 時系列データの扱いについてはP. 3の脚注4参照。
 (資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

インド拠点では、「新拠点を設け現地体制を増強」の回答率が一貫して上昇してきたが、2012年度以降は大きく低下し、2013年度は低下傾向がさらに顕著になっている（図表23）。一方で、「ライン合理化による現地体制の増強」、「現地拠点支援のための増資」の回答率は上昇しており、新規投資よりも既存拠点の体制強化の重要性が増しているといえそうだ。

インドは、2020年代後半には人口規模で中国を凌駕すると見込まれるなど、長期的な成長ポテンシャルは高い国と認識されているが、最近の成長率は2010年の+9.3%から2013年には+4.6%まで減速しており（前掲図表1）、日本企業は、インド投資に対して足元では慎重⁹になっているとみられる。

図表 23 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4参照。
 (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」

⁹ 2014年5月に発足する新政権が、成長率を引き上げるための諸施策（インフラ整備、製造業振興、規制緩和など）を実現できるかどうか当面の焦点となりそうである。

5. 中国拠点の現状と今後の取り組み（中国進出企業（254社）の回答）

（1）中国拠点は、華東への集中度が高まる

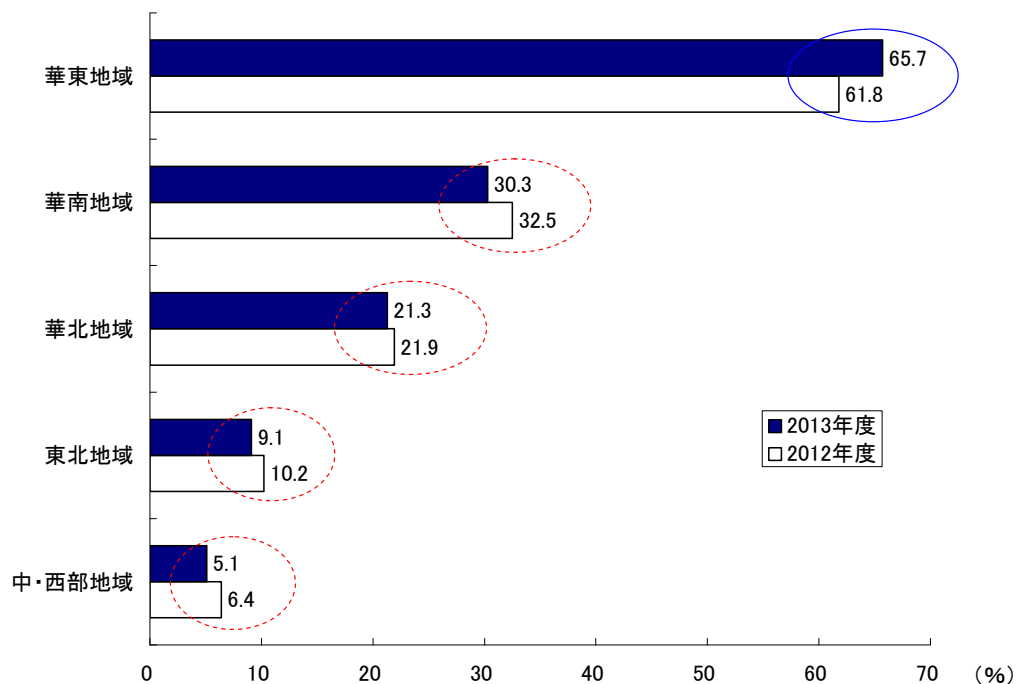
アジアにビジネス拠点を設置しているなかで、中国に拠点を設置していると回答した企業254社に「中国内の拠点設置地域」について質問した。

設置先の回答率は、華東地域（上海市、江蘇省、浙江省など）が65.7%で最も高く、華南地域（広東省、福建省、海南省、広西自治区）が30.3%、華北地域（北京市、天津市、河北省、山東省など）が21.3%、東北地域（遼寧省、吉林省、黒龍江省）が9.1%、中・西部地域が5.1%で続いた（図表24）。

前回調査と比較してみると、60%超の企業が華東地域、30%超の企業が華南地域、20%超の企業が華北地域、10%前後の企業が東北地域、5%前後の企業が中・西部地域に拠点を設置している状況に目立った変化はなかった。

ただし、多くの地域の回答率が低下するなか、華東地域の回答率だけは上昇している。日本企業が、中国の人件費上昇や成長率低下などを受けて拠点展開の見直しも視野に入れるなか、上海という巨大市場を擁しかつ産業集積も進んだ華東地域への一極集中が進んでいる可能性もありそうだ。

図表 24 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」

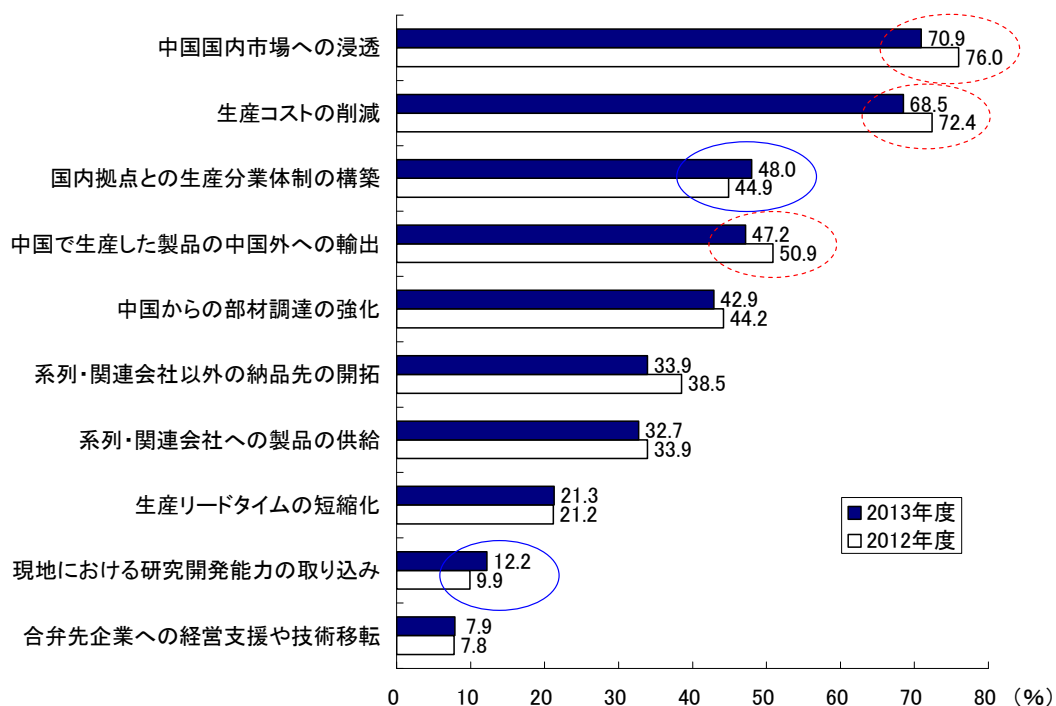
(2) 中国進出時の狙いは、「市場浸透」・「輸出拠点」共に低下し「日本との生産分業」が高まる

「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70.9%で1位、「生産コストの削減」が68.5%で2位となった（図表25）。「国内拠点との生産分業体制の構築」が48.0%、「中国で生産した製品の中国外への輸出」が47.2%、「中国からの部材調達の強化」が42.9%で続いた。

前回調査と比較すると、「中国国内市場への浸透」は5.1%ポイント低下、「生産コストの削減」が3.9%ポイント低下、「中国で生産した製品の中国外への輸出」が3.7%ポイント低下しており、巨大市場および輸出拠点としての中国の魅力がいずれも頭打ちになってき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」は3.1%ポイント上昇、「現地における研究開発能力の取り込み」は2.3%ポイント上昇しており、日本との地理的な距離や相対的に整ったインフラを勘案すると中国は日本とのサプライチェーンの構築には有利で、技術系人材が比較的豊富である点も改めて注目されているといえそうだ。

図表 25 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」は低下、「中国国内販売」は上昇

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25）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6.0%ポイント低下しており、賃金上昇などの影響を受けて、生産コストの削減が厳しさを増しつつある様子が窺える（図表26）。

一方で、「中国国内市場への浸透」は5.1%ポイント上昇しており、2012年秋以降の日中関係の緊張に伴う日本製品買い控えの動きが、2013年にある程度収まった様子が窺える。

また、「国内拠点との生産分業体制の構築」のDIは、12.4%ポイント上昇しており、日中間の生産分業の最適化に加えて、両国間の物流のスピードアップなども進み、両国を跨ぐサプライチェーンが深化している様子がみとれる。

さらに、「現地における研究開発能力の取り込み」のDIはプラスに転じ、「合弁先企業への経営支援や技術移転」のDIも大幅に上昇したことから、現地への技術移転や技術系人材の活用も徐々に進捗しつつあるようだ。

図表 26 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	2013年度	12.2	37.2	18.3	15.6	13.3	20.5	180
	2012年度	11.8	35.3	20.9	17.7	14.0	15.4	215
生産コストの削減	2013年度	23.6	42.5	20.7	8.0	4.0	54.1	174
	2012年度	22.0	48.3	18.0	3.9	6.3	60.1	205
国内拠点との生産分業体制の構築	2013年度	27.0	52.5	14.8	3.3	1.6	74.6	122
	2012年度	25.2	48.0	15.7	7.9	3.1	62.2	127
中国で生産した製品の中国外への輸出	2013年度	30.8	38.3	12.5	10.8	6.7	51.6	120
	2012年度	27.1	34.7	14.6	9.7	13.2	38.9	144
中国からの部材調達強化	2013年度	15.6	37.6	22.9	12.8	10.1	30.3	109
	2012年度	9.6	46.4	22.4	9.6	10.4	36.0	125
系列・関連会社以外の納品先の開拓	2013年度	11.6	40.7	14.0	23.3	9.3	19.7	86
	2012年度	7.3	39.4	28.4	12.8	11.0	22.9	109
系列・関連会社への製品の供給	2013年度	38.6	44.6	8.4	6.0	2.4	74.8	83
	2012年度	32.3	39.6	17.7	5.2	5.2	61.5	96
生産リードタイムの短縮化	2013年度	25.9	40.7	24.1	5.6	1.9	59.1	54
	2012年度	25.0	45.0	18.3	6.7	5.0	58.3	60
現地における研究開発能力の取り込み	2013年度	16.1	25.8	25.8	12.9	16.1	12.9	31
	2012年度	10.7	21.4	28.6	28.6	10.7	▲7.2	28
合弁先企業への経営支援や技術移転	2013年度	20.0	50.0	15.0	5.0	5.0	60.0	20
	2012年度	13.6	31.8	45.5	4.5	4.5	36.4	22

(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) 収益満足度は底打ち

中国拠点における収益満足度DIを業種別にみると、DIがマイナスになった業種は、2012年度は中国の景気減速に日中関係の緊張に伴う日本製品買い控えが加わったこともあって全10業種となったが、2013年度は、そのうち4業種（「非鉄」、「鉄鋼」、「化学」、「輸送機械」）がマイナスを脱した（図表27）。今後は、中国政府が進める都市化（農村から都市への人口移動）の推進などは日本企業にとっての商機として期待されるが、中国経済の下ぶれリスクが残るなかで、どの程度まで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、2013年度は7業種で、2012年度と同数であった。ただし10業種中6業種（「一般機械」、「電気機械」、「化学」、「金属製品」、「輸送機械」、「鉄鋼」）で在庫DIは改善しており、収益満足度同様に、今後、どこまで改善するかが注目される（図表28）。

図表 27 中国拠点における業種別収益満足度DIの推移

(単位:%ポイント)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
非鉄	▲80.0	▲80.0	0.0	▲20.0	50.0	▲83.3	▲66.7	100.0
鉄鋼	33.3	▲20.0	▲49.9	0.0	14.3	33.3	▲50.0	40.0
化学	0.0	10.5	▲14.3	9.1	7.2	▲17.4	▲4.4	8.7
輸送機械	▲66.7	30.0	25.0	77.8	30.7	13.4	▲23.1	0.0
一般機械	0.1	6.7	▲14.7	2.3	2.0	1.9	▲19.1	▲6.9
金属製品	▲38.5	14.3	▲13.3	▲5.3	5.0	10.0	▲30.8	▲12.0
精密機械	▲30.0	▲100.0	▲80.0	0.0	0.0	57.2	▲11.1	▲14.3
繊維	▲28.5	▲80.0	16.6	50.0	60.0	23.1	▲28.6	▲25.0
電気機械	16.6	▲21.3	▲35.1	▲22.6	▲12.9	▲42.9	▲40.7	▲36.1
食料品	▲53.9	▲18.8	▲10.0	▲44.4	▲41.7	▲43.8	▲47.0	▲43.0

- (注) 1. 業種別の収益性認識DI = (「満足」+「やや満足」) - (「不満」+「やや不満」)。
「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4参照。
(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 28 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	2013
繊維	14.3	20.0	33.3	0.0	0.0	23.1	14.3	25.0
精密機械	20.0	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	14.3
一般機械	8.7	13.4	11.8	4.6	6.6	11.7	28.5	11.7
電気機械	25.0	33.3	32.4	12.9	19.4	26.2	25.9	11.1
化学	4.6	10.6	7.2	▲4.6	0.0	8.7	13.1	8.7
金属製品	▲7.7	▲7.2	33.3	10.5	10.0	3.3	11.6	8.0
食料品	▲7.7	6.3	50.0	11.0	0.0	0.0	0.0	7.1
非鉄	0.0	0.0	0.0	▲40.0	25.0	0.0	0.0	0.0
輸送機械	50.0	20.0	25.0	0.0	25.0	13.3	15.4	0.0
鉄鋼	▲33.3	▲20.0	16.7	0.0	25.0	8.4	16.7	0.0

- (注) 1. 各調査年の在庫認識DI = 「過剰」 - 「不足」。「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4参照。
(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」・「ブランド浸透」

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。

優先度DI（（「優先度が高い」＋「比較的高い優先度が高い」）－（「比較的低い優先度が高い」＋「優先度が低い」））でみると、「中国市場での販売シェア拡大」、「中国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」、「現地調達率向上によるコスト削減」が上位4項目となった（図表29）。とりわけ「中国市場での販売シェア拡大」を優先度の高い課題と答えた回答率が前回調査同様に4割超と最も高く、シェア拡大が最重視されている様子が窺える。

また、前回調査に比べると「中国市場での自社ブランドの浸透」の優先度DIが4.5%ポイント上昇しており、中国市場におけるシェア拡大を図るうえで、「特色のある自社ブランド」の普及に注力している様子も窺える。

図表 29 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	比較的高い優先度の高い課題	どちらともいえない	比較的低い優先度の低い課題	優先度の低い課題	DI	
2013年度	1.中国市場での販売シェア拡大	44.5	32.7	10.6	2.8	3.9	70.5
	2.中国拠点における人材の育成	22.4	46.5	16.5	3.9	1.2	63.8
	3.生産性の向上によるコスト削減の推進	29.1	37.4	14.6	2.4	5.1	59.0
	4.現地調達率向上によるコスト削減の推進	20.9	43.7	16.1	4.7	3.5	56.4
	5.中国市場での自社ブランドの浸透	24.4	26.8	27.6	5.9	5.1	40.2
	6.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	6.7	36.2	35.4	7.1	2.8	33.0
	7.コンプライアンスに対応した組織作り	9.1	29.9	38.2	8.3	3.1	27.6
	8.中国市場での販売品の単価増	11.0	24.8	41.7	5.1	4.7	26.0
	9.為替リスクへの対処	11.0	26.0	39.8	7.1	4.7	25.2
	10.中国市場での販売品の製品ラインの拡充	6.3	31.5	35.4	5.5	8.3	24.0
	11.サプライヤーに対する指導・育成	6.3	27.6	39.0	9.8	5.1	19.0
	12.知財権侵害状況の把握と対策	4.3	22.4	43.7	11.4	5.1	10.2
	13.中国で生産した製品の輸出増	5.1	26.0	34.3	10.6	12.6	7.9
	14.環境対策・省エネへの対応	4.7	19.3	46.5	11.0	5.5	7.5
	15.ステークホルダーとのコミュニケーション	3.1	15.4	49.6	9.4	8.7	0.4
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

（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・ワーカー不足」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30）。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ようである。

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」、「規制や許認可の透明性」、「知財権保護のための体制整備」、「外資への市場参入規制の緩和」の9項目はマイナスとなった。環境問題と労働力不足が、引き続き中国における高い懸念事項といえよう。

なお、それらの9項目のうち、「知財権保護のための体制整備」は今回調査でマイナスに転じており、日本企業が市場シェア獲得を重視するにあたり、中国における模倣品の存在およびそれを規制する法律の不備¹⁰が障害になっている可能性がありそうだ。

図表 30 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
1.道路、港湾などのインフラ整備	62.2	28.3	0.8	61.4
2.電力、水、ガスなどの安定供給	48.0	41.3	3.9	44.1
3.人民元建て資金の調達手段	34.3	50.8	6.3	28.0
4.中西部・東北地方の振興政策	20.5	65.0	5.1	15.4
2.5.法制度の整備・執行力強化	22.0	61.4	9.8	12.2
0.6.外資への市場参入規制の緩和	16.5	58.3	17.7	▲1.2
1.7.知財権保護のための体制整備	11.4	66.1	14.2	▲2.8
3.8.規制や許認可の透明性	12.2	65.4	15.7	▲3.5
9.為替レートの安定	9.1	67.7	15.4	▲6.3
10.管理職人材の供給量の拡大	7.1	66.1	18.1	▲11.0
11.外資への投資インセンティブ	10.2	53.1	29.5	▲19.3
12.電力、水、ガスなどのコスト負担増	9.1	52.8	29.9	▲20.8
13.ワーカー人材の供給量の拡大	7.9	50.0	35.4	▲27.5
14.大気や水質などの環境汚染	15.7	20.1	57.5	▲41.8
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
2.5.法制度の整備・執行力強化	22.3	57.2	13.8	8.5
0.6.知財権保護のための体制整備	11.7	69.3	11.3	0.4
1.7.外資への市場参入規制の緩和	16.3	59.7	17.0	▲0.7
7.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

(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」

¹⁰ 中国政府は、2014年5月1日に、改正商標法を施行して権利侵害の罰則を強化しているが、運用面は不透明。

(7) コスト上昇対策として、「第3国などへの移転」を検討する企業が増加

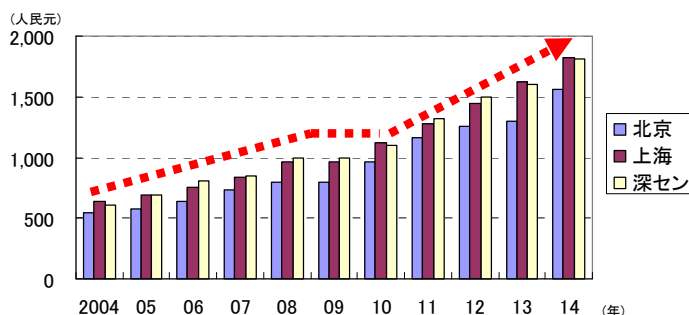
進出時の狙い（前掲図表 25）でみた通り、「生産コストの削減」は引き続き優先度の高い項目ながら、達成度のさらなる引き上げは困難になってきている（前掲図表 26）。その最大の要因の一つに人件費上昇が挙げられる。法定最低賃金（例年、春～夏頃に改定されるケースが一般的）を例に最近の動向をみてみると、中国政府は、世界金融危機による景気減速懸念が残る時期であった 2009 年を除いて毎年賃上げを実施しており、2009 年から 2014 年の 5 年間で約 2 倍の水準となっている（図表 31）。

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」と「中国国内販売を実施・検討」が共に 25.6%で同率首位となり、「機械設備の導入」が 19.7%、「中国国内の他の地域・第三国への移転を実施・検討」が 18.5%で続いた（図表 32）。

前回調査と比較すると、前述の項目の内、「製品の高付加価値化」の回答率が 3.4%ポイント低下した一方で、「中国国内の他の地域・第三国への移転を実施・検討」は 2.2%ポイント上昇している点は注目される。

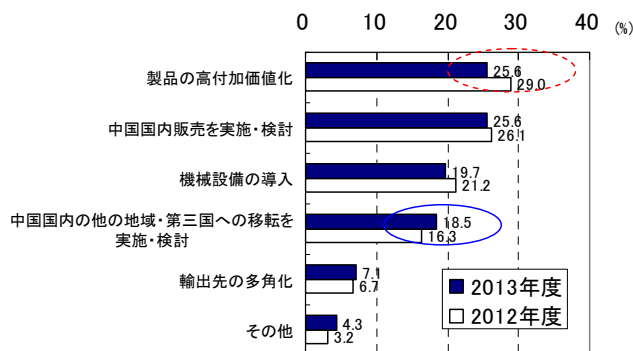
価格上昇を伴う製品の付加価値向上には限界感もみられ、生産コストが相対的に低い地域への生産拠点の移転を検討する企業が増加している様子が窺える。

図表 31 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 32 中国における生産コスト上昇の対応策（複数回答）



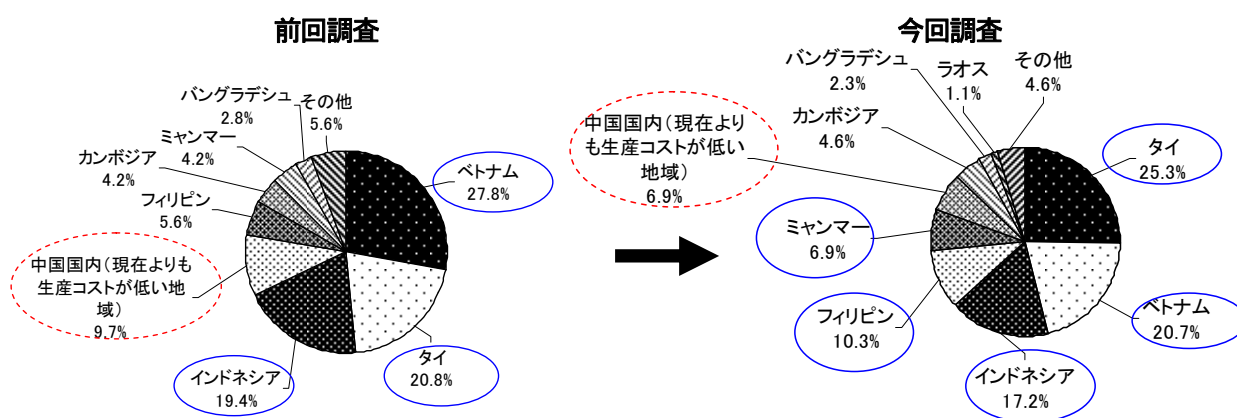
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

前掲図表 32 で「中国国内の他地域・第三国への移転を実施・検討」していると回答した企業に対して、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）、ASEAN5（タイ、マレーシア、ベトナム、インドネシア、フィリピン）、CLM（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、タイの回答率が 25.3% で最も高くなり、ベトナムが 20.7%、インドネシアが 17.2%、フィリピンが 10.3% で続き、ミャンマーと中国国内（現在よりも生産コストが低い地域）が共に 6.9% となった（図表 33）。

前回調査では、中国国内は 9.7% で 4 位につけていたが、今回調査ではミャンマーと同率の 6.9% で 5 位に下がり、移転先として総じて ASEAN の注目度が高まっている様子が窺える。1 位となったタイに関しては、1960 年代頃からの長年に亘る日本企業の投資継続の結果、厚い裾野産業が形成されている点が評価されたと考えられるが、2013 年度後半以降の政治混乱の影響は危惧される。アンケート実施中に行われていた反政府デモ隊によるバンコク封鎖¹¹は解除されたものの、2014 年 5 月 7 日にはインラック首相が失職するなど事態収束の目処は立っておらず、今後、移転先としての信頼が揺らぐ懸念は残る。

図表 33 移転の実施・検討先（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」

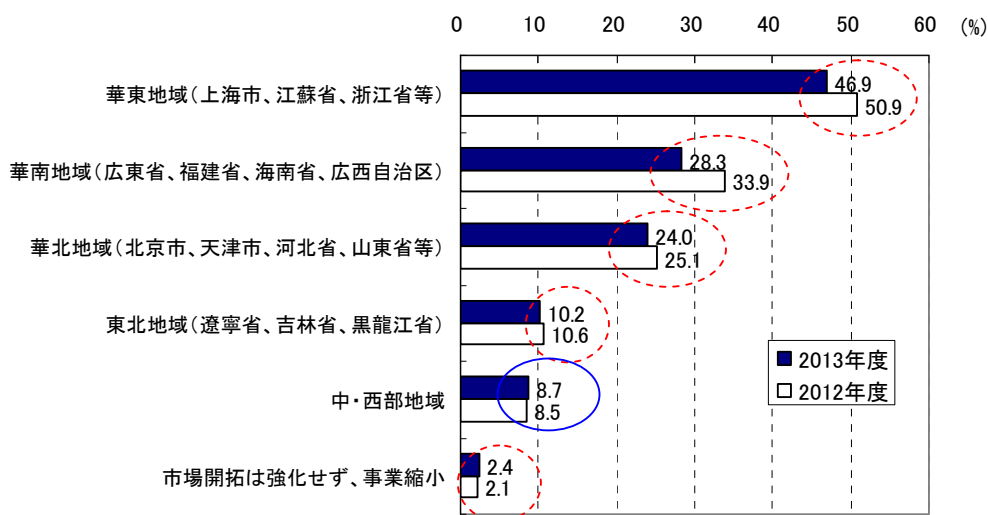
¹¹ 2014 年 1 月 13 日～2014 年 3 月 1 日までバンコク市内の主要な交差点がデモ隊によって封鎖されたが、日系製造業が集積するバンコク郊外は市内封鎖の直接的な影響は免れ、サプライチェーンへの影響は限定的だった。

(8) 市場開拓の注力先は今後も沿海部が中心だが、取り組み姿勢は慎重に

「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46.9%で最も高く、「華南」が28.3%、「華北」が24.0%、「東北」が10.2%、「中・西部」が8.7%で続いた(図表34)。

前回調査と比べると、「中・西部」を除いて全面的に回答率は低下しており、さらに「市場開拓は強化せず、事業縮小」の回答率が微増となった。このことから、成長余地の大きい内陸開拓を一部で進めつつも、全般的に中国市場開拓には慎重になっている日本企業の様子が窺える。

図表 34 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」

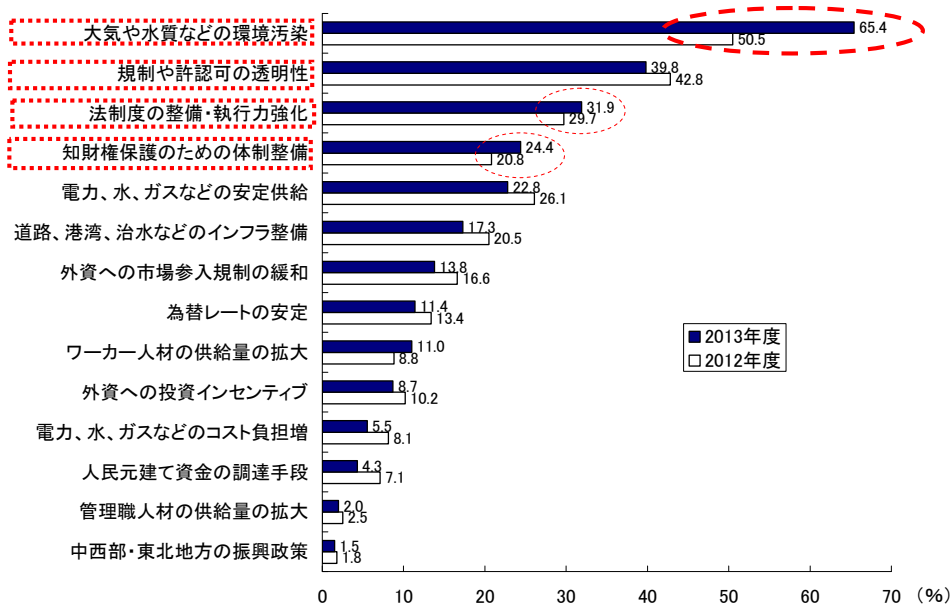
(9) 中国政府に「環境汚染対策」・「法執行力」・「知的財産保護」を求む

「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」、「知財権保護のための体制整備」の4項目の回答率が高くなった（図表35）。

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14.9%ポイントと大幅に上昇していることから、日本企業が中国の環境汚染問題を深刻に受け止めており、環境問題が現地のオペレーションに影響を及ぼすことを憂慮している様子が窺える。

さらに、「法制度の整備・執行力強化」が2.2%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。また、「知的財産保護のための体制整備」も3.6%ポイント上昇しており、模倣品被害が改善していない様子が窺える。

図表 35 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」

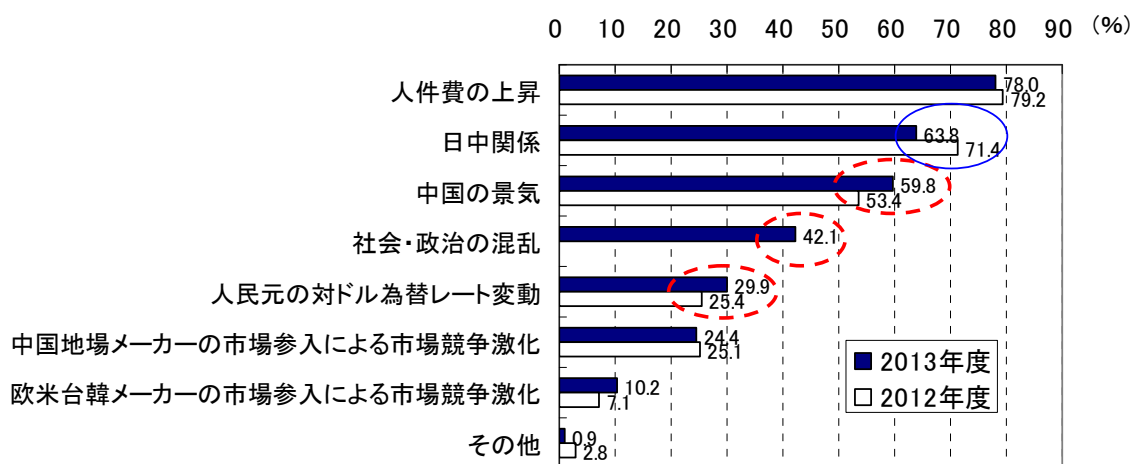
(10) 中国ビジネス上の懸念は、「人件費の上昇」、「日中関係」、「中国の景気」

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」、「人民元為替レートの変動」、「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」、「欧米台韓メーカーの市場参入による市場競争激化」、「社会・政治の混乱」、「その他」の8択で求めた。その結果は、「人件費の上昇」の回答率が78.0%で最も高くなり、続いて「日中関係」が63.8%、「中国の景気」が59.8%となった(図表36)。

前回調査と比較すると、「日中関係」が7.6%ポイント低下した一方で、「中国の景気」が6.4%ポイント上昇しており、やや改善がみられるも楽観できない2国間の政治リスクに加えて、景気リスクへの警戒がにわかに高まっている様子が窺える。また、今回から新たに質問項目に入れた「社会・政治の混乱」の回答率は42.1%であった。経済成長に伴う所得格差の拡大や環境負荷の高まりなどが、中国社会・政治の安定を揺るがすことを日本企業が懸念している様子も窺える。

さらに、「人民元の対ドルレート変動」の回答率は4.5%ポイント上昇した。2013年に入って人民元の対ドルレートが従前以上に変動するようになっており(前掲図表8)、日本企業は為替レートの動きにより敏感になっているようだ。

図表 36 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（212 社）の回答）

（1） ASEAN で拠点を設けている国・最重視する国はタイが過半、インドネシア・ベトナムが続く

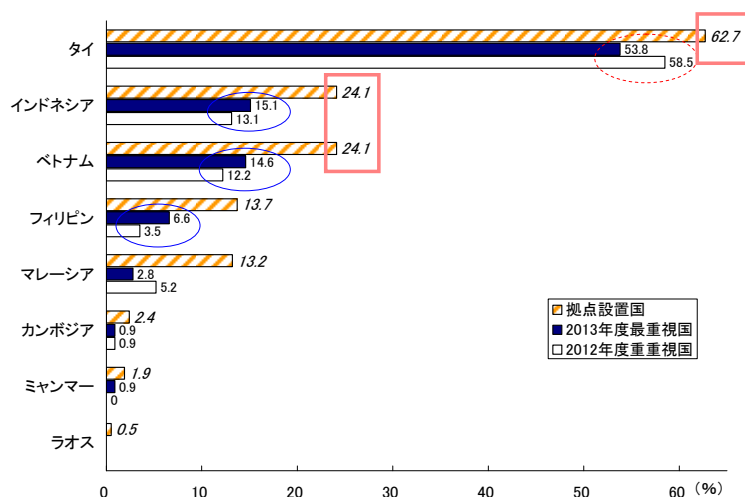
2011 年度調査より、中国に続く成長市場として日本企業の関心が高まっている ASEAN にも着目し、拠点の現状と今後の取り組みについて、中国と同様の調査を行っている。

今回調査では初めて、ASEAN に拠点を設置していると回答した企業 212 社に対して、「ASEAN における拠点の設置国」について、ASEAN の 8 カ国（ASEAN5（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）および CLM（カンボジア、ラオス、ミャンマー）を対象）から選択（複数回答）を求めた。その結果、タイの回答率が 62.7% で突出して高くなり、インドネシアとベトナムが 24.1% で並ぶ結果となった（図表 37）。

さらに前回調査に続いて「ASEAN 拠点のなかで最重視する拠点（単一回答）」について選択を求めると、タイが 53.8% で最も高く、インドネシアが 15.1%、ベトナムが 14.6% で続く結果となった。前回調査と比較すると、タイの回答率が 4.7% ポイント低下した一方で、インドネシアが 2.0% ポイント上昇、ベトナムも 2.4% ポイント上昇した。また、回答率は高くはないが、フィリピンの回答率も 3.1% ポイント上昇している。

タイの存在感は不変であったものの、タイ以外の国の重要性が徐々に高まっている点は注目される。タイでは人件費の上昇が続いていることに加え、2013 年下期以降に政治混乱が続いて実体経済にも悪影響を及ぼしていることから（前掲図表 1）、約 2.4 億人の人口を擁する成長市場のインドネシアや相対的に労働コストの低いベトナム、さらには比較的豊富な労働力を擁するフィリピンを選好する傾向が強まったとみることはできよう。

図表 37 ASEAN で拠点を設けている国（複数回答）および最重視する拠点（単一回答）



（注）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、「ASEAN 域内販売」で対応

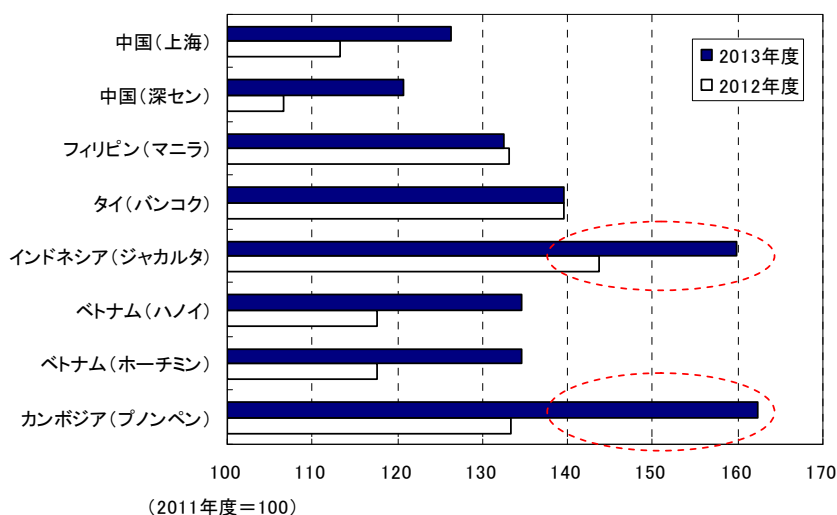
中国と同様に、ASEAN 各国においても主要な生産要素である労働のコストは上昇している。本アンケートで重視するという回答率が高かったタイにおいては、2012 年度に約 40%法定最低賃金が引き上げられているが、インドネシアやカンボジアの最低賃金（いずれも現地通貨ベース）はタイを上回るペースで上昇している（図表 38）。

こうした賃金上昇に対して、進出企業がどのように対応しているのかを捉えるため、「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。その結果、「製品の高付加価値化」が 32.1%、「ASEAN 域内販売を実施・検討」が 25.5%、「機械設備の導入」が 23.6%で上位となった（次頁図表 39）。

前回調査と比較すると、「機械設備の導入」が 5.2%ポイント低下している。これは、2011 年度に発生したタイ洪水の翌年の 2012 年度に復興のための機械設備更新が一挙に進んだことが、今回調査の回答率の低下に繋がった可能性がある。一方で、「ASEAN 域内販売を実施・検討」が 3.2%ポイント上昇しており、当面は、ASEAN 域内販売で労働コストの上昇を吸収しようという傾向が強いようである。

さらに、回答率は高くはないものの図表 39 で「ASEAN 域内の他の地域・第三国への移転を実施・検討」と回答した企業に、10 カ国（ASEAN8 カ国、バングラデシュ、その他）の中から移転先の選択を求めたところ、前回調査に比べると、自動車など内需の伸長が期待できるインドネシアおよびタイに比べると相対的に賃金水準が低いベトナム、カンボジアの回答率が高まる結果となった（次頁図表 40）。一部とはいえ、主に日本企業が集積するタイから周辺国への分散投資を模索する動きが出てきている点は注目されよう。

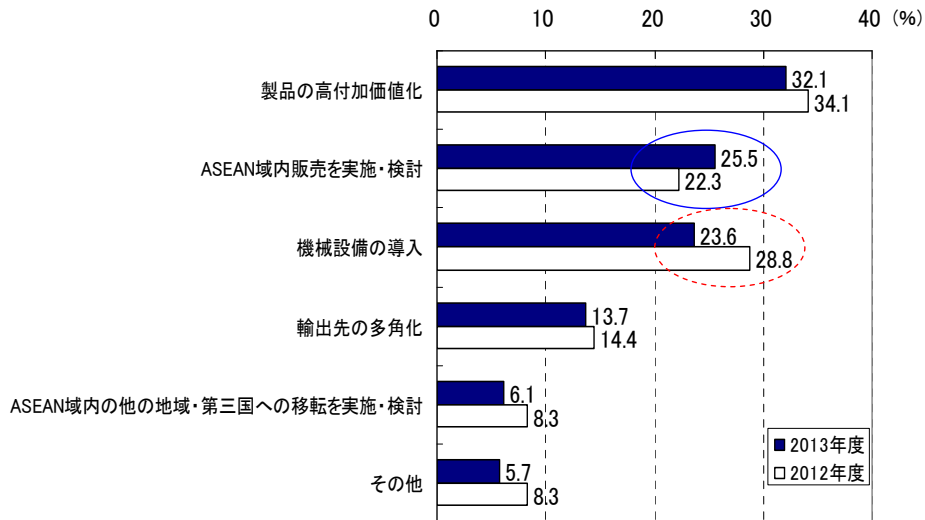
図表 38 最低賃金推移（各国の 2011 年度を 100 とした場合）



(注) 現地通貨建。

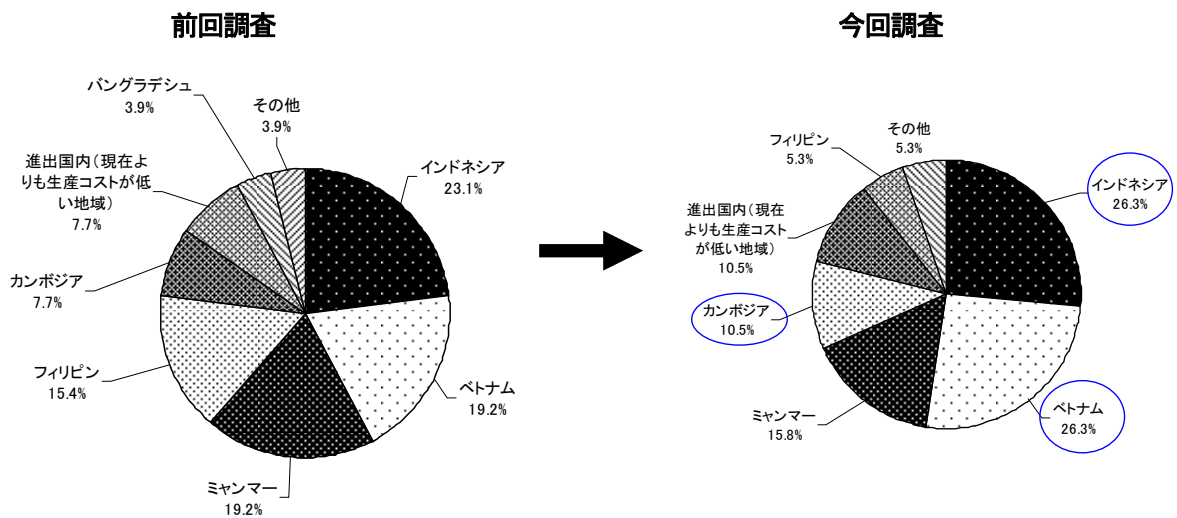
(資料) JETRO 「アジア主要都市・地域投資関連コスト比較」

図表 39 ASEAN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」

図表 40 移転の実施・検討先（複数回答）



(注) 2013年度調査ではバングラデシュの回答はなし。

(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」

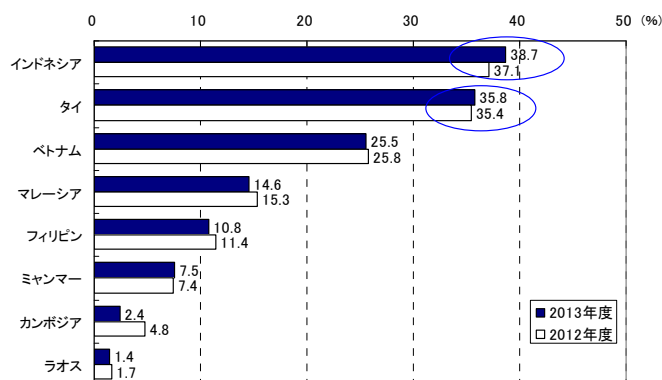
(3) ASEANにおける市場開拓のターゲットとして、経済規模で上位のインドネシア、タイを重視

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 ASEAN8 カ国から選択を求めたところ、インドネシアが 38.7%で最も高く、タイが 35.8%、ベトナムが 25.5%、マレーシアが 14.6%で続く結果となった（図表 41）。

前回調査と比較すると、1 位のインドネシアの回答率が 1.6%ポイントと若干ながら上昇、2 位のタイも 0.4%ポイントとわずかながら上昇した。両国は ASEAN の経済規模で上位 2 カ国であることが、評価されたといえるだろう。

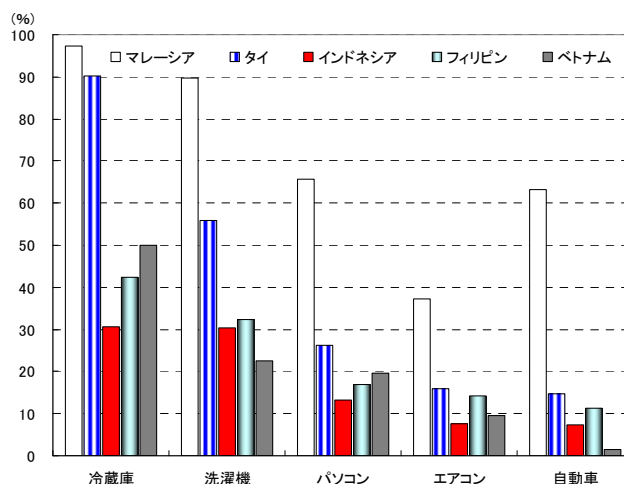
ここで、ASEAN5 および中国における耐久消費財（冷蔵庫、洗濯機、パソコン、エアコン、自動車の 5 品目）の普及率をみると（図表 42）、インドネシアの普及率は総じて低く、今後、経済成長に伴って所得水準がマレーシア・タイ並みに向上すれば、普及余地が大きい様子が窺える。既に中間層が育って冷蔵庫や洗濯機の普及率が高いタイにおいても、マレーシアに比べるとエアコンや自動車などの高付加価値品の普及余地は大きい。このような観点から、インドネシアおよびタイなどの ASEAN 諸国が市場としても有望視されているといえそうだ。

図表 41 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」

図表 42 耐久消費財の普及率（2012 年）



(資料) Euromonitor よりみずほ総合研究所作成

(4) 進出の狙いは、タイで「販売」、インドネシアで「コスト削減」、ベトナムで「輸出」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、加えて中国からの生産拠点の移管先、いわゆるチャイナ・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 33）。

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、進出日本企業の動向をみている。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。

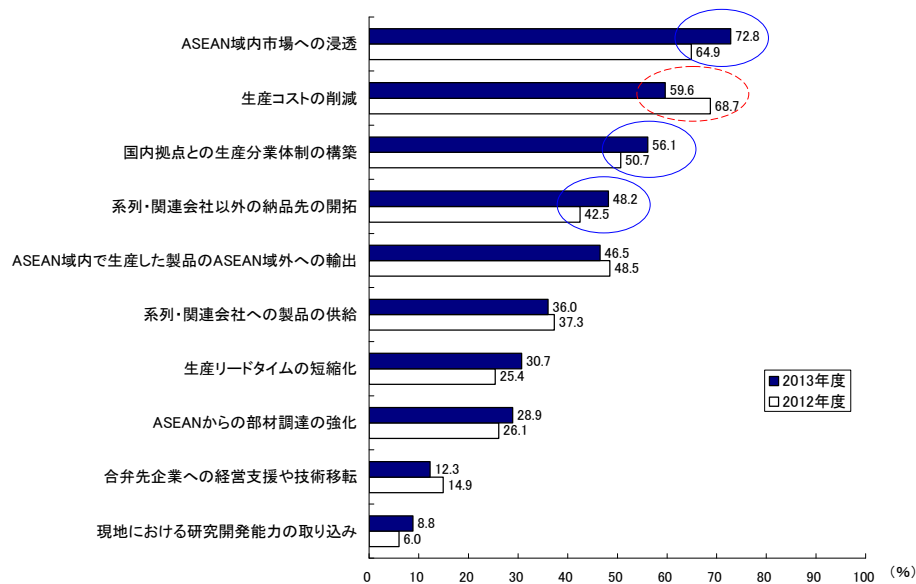
①タイ

タイでは「ASEAN 域内市場への浸透」が72.8%で1位、「生産コストの削減」が59.6%で2位、「国内拠点との生産分業体制の構築」が56.1%で3位、「系列・関連会社以外の納入先の開拓」が48.2%で4位となった（図表 43）。

前回調査と比較すると、「ASEAN 域内市場への浸透」が7.9%ポイント上昇、「国内拠点との生産分業体制の構築」が5.4%ポイント上昇、「系列・関連会社以外の納入先の開拓」が5.7%ポイント上昇した一方で、「生産コストの削減」は9.1%ポイント低下している。

日本企業が生産コストの削減には苦慮しつつも、タイをASEAN 市場開拓上の中核生産拠点に据え、本社との分業体制の構築や系列外取引の新規開拓など、役割期待を高めている様子が窺える。

図表 43 タイ 進出時の狙い（複数回答）



(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」

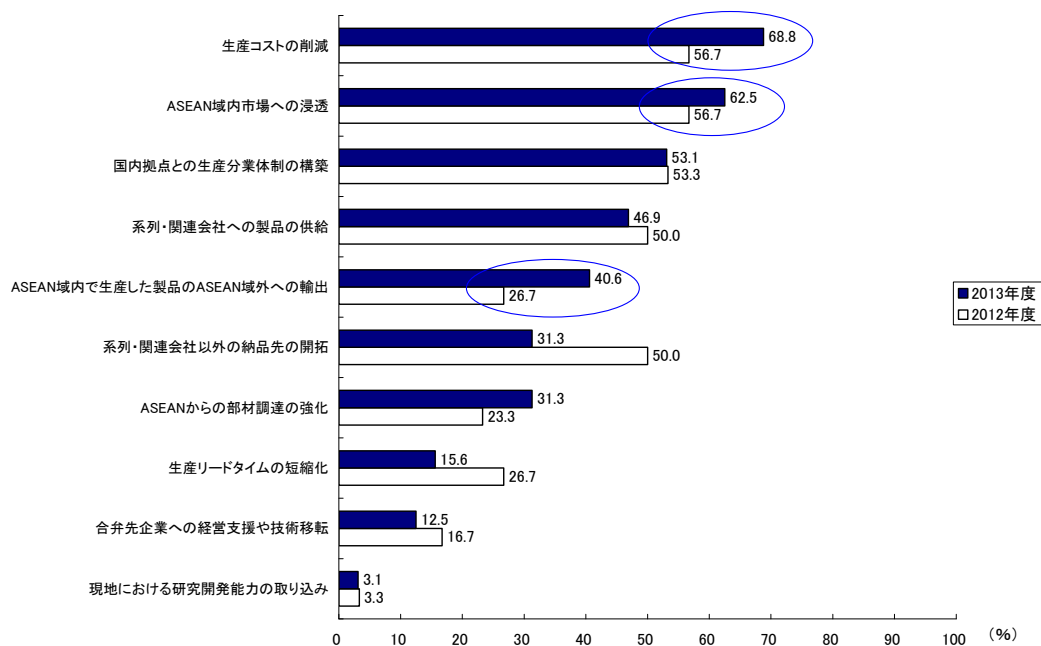
②インドネシア

インドネシアでは「生産コストの削減」が68.8%で1位、「ASEAN 域内市場への浸透」が62.5%で2位、「国内拠点との生産分業体制の構築」が53.1%で3位となった（図表44）。

前回調査と比較すると、「生産コストの削減」が12.1%ポイント上昇した。近年、インドネシアでも賃金上昇が続いているが、中国やタイに比べると相対的に賃金が低い点が注目されている可能性はある（前掲図表33・前掲図表40）。「ASEAN 域内市場への浸透」も5.8%ポイント上昇しており、成長市場としての期待も高まっている。

また、「ASEAN 域内で生産した製品のASEAN 域外への輸出」が13.9%ポイント上昇した点は注目される。日系自動車メーカーはインドネシアで同国政府が主導する低価格・低燃費車（LCGC：Low Cost Green Car）の生産を2013年に開始しており、その一部は中東向けに輸出している。このような新たな動きがアンケートに反映された可能性がありそうだ。

図表 44 インドネシア 進出時の狙い（複数回答）



（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」

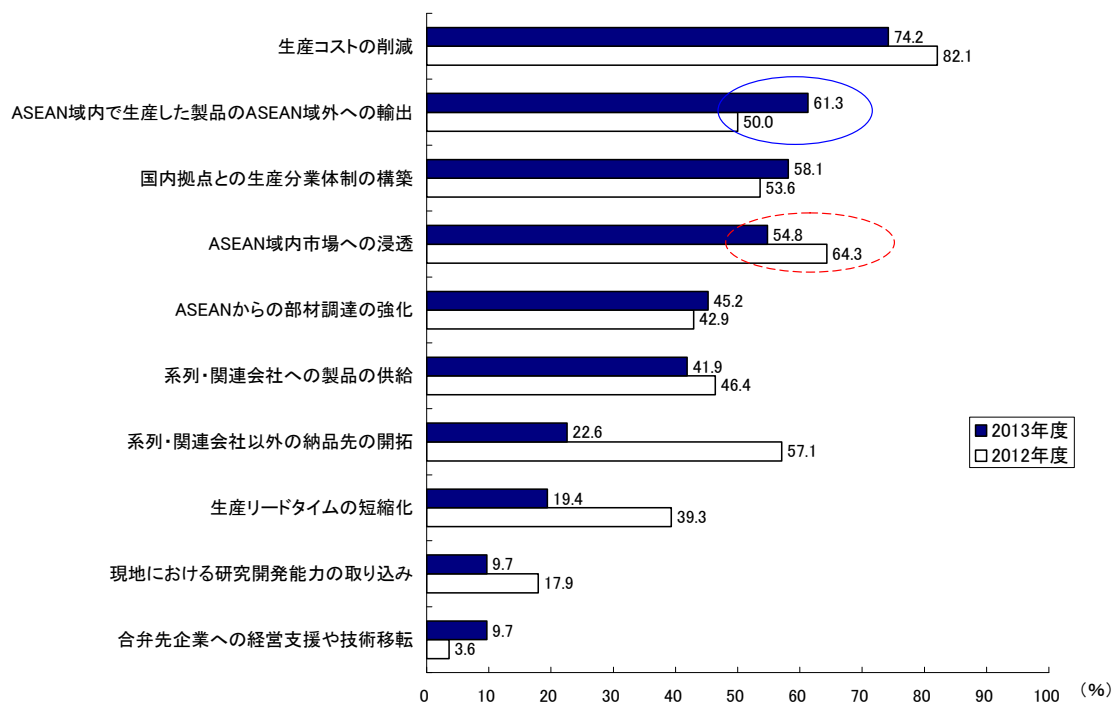
③ベトナム

ベトナムでは「生産コストの削減」が74.2%で1位、「ASEAN域内で生産した製品のASEAN域外への輸出」が61.3%で2位、「国内拠点との生産分業体制の構築」が58.1%で3位となった(図表45)。

前回調査と比較すると、「生産コストの削減」は低下するも依然高水準であり、「ASEAN域内で生産した製品のASEAN域外への輸出」が11.3%ポイント上昇したことを勘案すると、日本企業にとってベトナムは、低コスト輸出拠点としての役割期待が高まっているといえよう。

一方で、「ASEAN域内市場への浸透」が9.5%ポイント低下しており、タイ(2012年の1人当たりGDPは5,678ドル)やインドネシア(同3,552ドル)に比べてベトナムの所得水準が依然として低く(同1,759ドル)、加えて近年の実質GDP成長率が+5%台でやや伸び悩んでいることから、市場としての期待は頭打ち気味になっている可能性がある。

図表 45 ベトナム 進出時の狙い(複数回答)



(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、3カ国共に「域内販売」、「コスト削減」の両面で苦慮

前掲図表 43～45 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「ASEAN 域内市場への浸透」(進出時の狙い 1 位) が 16.9%ポイント、「生産コストの削減」(同 2 位) が 41.2%ポイント、「国内拠点との生産分業体制の構築」(同 3 位) が 48.4%ポイントとなった(図表 46)。

前回調査と比較すると、進出目的上位の「ASEAN 域内市場への浸透」の DI は 15.3%ポイント低下し、「生産コストの削減」の DI も 18.6%ポイント低下した。タイにおける賃金上昇、政治混乱に伴う景気低迷の影響を受けた形である。

さらに、「生産リードタイムの短縮化」の DI は 27.4%ポイント低下、「合弁先企業への経営支援や技術移転」の DI は 60.9%ポイント低下しており、サプライチェーンの強化や、ASEAN 中核拠点化に向けたタイ拠点への技術供与に関して、進捗のペースが当初の目算よりも遅れている可能性もありそうだ。

図表 46 タイ 進出時の狙いと達成状況(複数回答)

(%、%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
ASEAN域内市場への浸透	2013年度	6.0	38.6	26.5	9.6	18.1	16.9	83
	2012年度	13.8	37.9	27.6	10.3	9.2	32.2	87
生産コストの削減	2013年度	14.7	44.1	22.1	8.8	8.8	41.2	68
	2012年度	23.9	43.5	23.9	2.2	5.4	59.8	92
国内拠点との生産分業体制の構築	2013年度	20.3	40.6	23.4	7.8	4.7	48.4	64
	2012年度	29.4	47.1	16.2	1.5	2.9	72.1	68
系列・関連会社への製品の供給	2013年度	34.1	41.5	19.5	2.4	2.4	70.8	41
	2012年度	34.0	48.0	12.0	0.0	4.0	78.0	50
ASEANで生産した製品のASEAN外への輸出	2013年度	15.1	41.5	24.5	11.3	5.7	39.6	55
	2012年度	21.5	32.3	27.7	7.7	7.7	38.4	65
系列・関連会社以外の納品先の開拓	2013年度	7.3	40.0	27.3	14.5	9.1	23.7	55
	2012年度	15.8	43.9	19.3	12.3	7.0	40.4	57
生産リードタイムの短縮化	2013年度	5.7	34.3	45.7	2.9	5.7	31.4	35
	2012年度	23.5	50.0	11.8	5.9	8.8	58.9	34
ASEANからの部材調達強化	2013年度	9.1	33.3	42.4	9.1	3.0	30.3	33
	2012年度	15.4	41.0	25.6	10.3	7.7	38.4	39
合弁先企業への経営支援や技術移転	2013年度	7.1	28.6	35.7	0.0	28.6	7.1	14
	2012年度	33.0	40.0	25.0	0.0	5.0	68.0	20
現地における研究開発能力の取り込み	2013年度	0.0	0.0	60.0	10.0	20.0	▲ 30.0	10
	2012年度	0.0	37.5	12.5	12.5	37.5	▲ 12.5	8

(注) 1. 進出の目的順。
 2. 最多回答と 2 番目に多い回答に網掛。
 (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」

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59.1%ポイント、「ASEAN域内市場への浸透」（同2位）は25.0%ポイント、「国内拠点との生産分業体制の構築」（同3位）は52.9%ポイントとなった（図表47）。

前回調査と比較すると、「生産コストの削減」のDIは11.5%ポイント低下し、「ASEAN域内市場への浸透」のDIは39.7%ポイントと大幅に低下している。前者については、賃金上昇が続いていることや、2013年6月に燃料補助金が削減されて物流コストなどが上昇していることが反映され、後者については、インドネシアの景気が減速（前掲図表1）し、市場獲得競争が激化したことが影響したとみられる。

一方で、「ASEANからの部材調達の強化」のDIは、34.3%ポイント上昇してプラスに転じており、インドネシアへの日本企業の集積が徐々に進んでおり、現地調達率がある程度高まっている様子は窺える。

図表 47 インドネシア 進出時の狙いと達成状況（複数回答）

(%、%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	2013年度	22.7	45.5	22.7	9.1	0.0	59.1	22
	2012年度	29.4	41.2	29.4	0.0	0.0	70.6	17
ASEAN域内市場への浸透	2013年度	10.0	40.0	20.0	20.0	5.0	25.0	20
	2012年度	17.6	47.1	35.3	0.0	0.0	64.7	17
国内拠点との生産分業体制の構築	2013年度	11.8	52.9	23.5	11.8	0.0	52.9	17
	2012年度	12.5	50.0	31.3	6.3	0.0	56.2	16
系列・関連会社への製品の供給	2013年度	33.3	46.7	20.0	0.0	0.0	80.0	15
	2012年度	40.0	40.0	20.0	0.0	0.0	80.0	15
ASEANで生産した製品のASEAN外への輸出	2013年度	23.1	23.1	30.8	15.4	7.7	23.1	13
	2012年度	0.0	37.5	50.0	0.0	12.5	25.0	8
系列・関連会社以外の納品先の開拓	2013年度	20.0	50.0	10.0	10.0	10.0	50.0	10
	2012年度	6.7	53.3	20.0	13.3	6.7	40.0	15
ASEANからの部材調達の強化	2013年度	0.0	30.0	50.0	0.0	10.0	20.0	10
	2012年度	0.0	42.9	0.0	28.6	28.6	▲14.3	7
生産リードタイムの短縮化	2013年度	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0	60.0	5
	2012年度	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0	50.0	8
合併先企業への経営支援や技術移転	2013年度	0.0	75.0	25.0	0.0	0.0	75.0	4
	2012年度	0.0	60.0	20.0	0.0	20.0	40.0	5
現地における研究開発能力の取り込み	2013年度	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	1
	2012年度	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	1

(注) 1. 進出の目的順。

2. 最多回答と2番目に多い回答に網掛。

(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」

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56.5%ポイント、「ASEANで生産した製品のASEAN外への輸出」（同2位）は47.3%ポイント、「国内拠点との生産分業体制の構築」（同3位）は66.6%ポイントとなった（図表48）。

前回調査と比較すると、「ASEANで生産した製品のASEAN外への輸出」は4.5%ポイント上昇し、「国内拠点との生産分業体制の構築」は26.6%ポイントと大幅に上昇した。日本とベトナム間の生産分業体制の構築が急ピッチで進捗しつつある様子が伺える。

一方で、「生産コストの削減」のDIは4.4%ポイント低下し、「ASEAN域内市場への浸透」のDIも5.6%ポイント低下した。賃金上昇が続いていることや、ベトナムの成長率が+5%台で伸び悩んでいることが反映された結果と見込まれよう。

図表 48 ベトナム 進出時の狙いと達成状況（複数回答）

(%、%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	2013年度	26.1	39.1	21.7	0.0	8.7	56.5	23
	2012年度	17.4	56.5	8.7	0.0	13.0	60.9	23
ASEANで生産した製品のASEAN外への輸出	2013年度	26.3	31.6	26.3	5.3	5.3	47.3	19
	2012年度	7.1	50.0	28.6	14.3	0.0	42.8	14
国内拠点との生産分業体制の構築	2013年度	27.8	44.4	16.7	5.6	0.0	66.6	18
	2012年度	20.0	33.3	33.3	13.3	0.0	40.0	15
ASEAN域内市場への浸透	2013年度	5.9	11.8	64.7	5.9	11.8	0.0	17
	2012年度	5.6	38.9	16.7	27.8	11.1	5.6	18
ASEANからの部材調達強化	2013年度	0.0	28.6	28.6	14.3	14.3	0.0	14
	2012年度	0.0	25.0	16.7	16.7	41.7	▲ 33.4	12
系列・関連会社への製品の供給	2013年度	53.8	23.1	23.1	0.0	0.0	76.9	13
	2012年度	38.5	30.8	7.7	15.4	7.7	46.2	13
系列・関連会社以外の納品先の開拓	2013年度	0.0	28.6	42.9	14.3	14.3	0.0	7
	2012年度	0.0	50.0	18.8	25.0	0.0	25.0	16
生産リードタイムの短縮化	2013年度	16.7	33.3	16.7	16.7	0.0	33.3	6
	2012年度	18.2	27.3	45.5	0.0	9.1	36.4	11
現地における研究開発能力の取り込み	2013年度	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	▲ 33.3	3
	2012年度	20.0	40.0	0.0	20.0	0.0	40.0	5
合併先企業への経営支援や技術移転	2013年度	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	66.7	3
	2012年度	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	1

(注) 1. 進出の目的順

2. 最多回答と2番目に多い回答に網掛。

(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」

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

3カ国の拠点における「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」、「ASEAN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」））をみる。

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」、「ASEAN市場での自社ブランドの浸透」、「現地調達向上によるコスト削減の推進」が上位となった（図表49）。

前回調査と比較すると、「ASEAN市場での販売シェア拡大」のDIが3.1%ポイント上昇した。加えて、「ASEAN市場での自社ブランドの浸透」においては、DIが22.2%ポイントと大幅に上昇した。

ASEAN域内の成長率が減速して、市場獲得競争が激化する中、自社ブランドの浸透によりシェア拡大を狙う日本企業が増えている様子が窺える。

図表 49 タイ 拠点の経営上の課題（複数回答）

（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
2013年度	1.ASEAN市場での販売シェア拡大	55.3	26.3	13.2	0.0	0.9	80.7
	2.ASEAN拠点における人材の育成	24.6	42.1	20.2	2.6	0.9	63.2
	3.生産性の向上によるコスト削減の推進	22.8	44.7	18.4	0.9	5.3	61.3
	4.ASEAN市場での自社ブランドの浸透	27.2	32.5	26.3	3.5	3.5	52.7
	5.現地調達向上によるコスト削減の推進	18.4	36.0	28.1	1.8	6.1	46.5
	6.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充	15.8	32.5	33.3	4.4	3.5	40.4
	7.ASEAN市場での販売品の単価増	11.4	27.2	48.2	1.8	2.6	34.2
	8.ASEANで生産した製品の輸出増	12.3	34.2	29.8	4.4	8.8	33.3
	9.コンプライアンスに対応した組織作り	4.4	36.8	39.5	4.4	6.1	30.7
	10.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	7.0	28.1	49.1	3.5	3.5	28.1
	11.為替リスクへの対処	5.3	25.4	50.0	7.9	3.5	19.3
	12.サプライヤーに対する指導・育成	4.4	23.7	45.6	7.9	7.9	12.3
	13.環境対策・省エネへの対応	0.0	21.9	51.8	7.9	8.8	5.2
	14.ステークホルダーとのコミュニケーション	7.0	12.3	51.8	11.4	7.9	0.0
	15.知財権侵害状況の把握と対策	0.0	13.2	57.0	8.8	10.5	▲ 6.1
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	21.6	29.1	26.1	6.0	6.0	38.7
	7.ASEAN市場での自社ブランドの浸透	8.2	31.3	40.3	4.5	4.5	30.5
	8.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	12.7	18.7	49.3	3.0	3.0	25.4
	9.コンプライアンスに対応した組織作り	10.4	35.1	38.1	4.5	3.0	38.0
	10.為替リスクへの対処	19.4	32.8	26.1	4.5	6.7	41.0
	11.ASEAN市場での販売品の単価増	7.5	34.3	38.1	5.2	5.2	31.4
	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	6.0	14.2	48.5	9.7	10.4	0.1
	15.ステークホルダーとのコミュニケーション	2.2	15.7	54.5	9.0	6.0	2.9

(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」

②インドネシア

インドネシアでは、「ASEAN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」、「現地調達向上によるコスト削減の推進」、「ASEAN拠点における人材の育成」、「為替リスクへの対処」が上位となった（図表50）。

前回調査と比較すると、「ASEAN市場での販売シェア拡大」のDIが32.5%ポイントと大幅に上昇しており、景気減速が売上の伸びに影響するなかで、シェア拡大が経営課題としての重みを増している様子が窺えた。また、2013年央以降のルピア急落を受けて「為替リスクへの対処」のDIが13.9%ポイント上昇している。ルピア安は輸入コストの増加をもたらすことから、現地調達率の低い企業にとっては収益圧迫要因となるため、企業が為替管理に苦慮している様子が窺える。

なお、前回調査では、5項目のDIがマイナスだったが、今回調査では、5項目中4項目（「サプライヤーに対する指導・育成」、「ステークホルダーとのコミュニケーション」、「コンプライアンスに対応した組織作り」、「環境対策・省エネへの対応」）のDIがプラスに転じており、拠点の立ち上げを経て、拠点オペレーション上の課題が顕在化している様子も窺えた。

図表50 インドネシア 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	比較的高い課題	どちらともいえない	比較的低い課題	優先度の低い課題	DI	
2013年度	1.ASEAN市場での販売シェア拡大	46.9	28.1	15.6	3.1	0.0	71.9
	2.生産性の向上によるコスト削減の推進	21.9	50.0	12.5	9.4	0.0	62.5
	3.現地調達向上によるコスト削減の推進	18.8	46.9	21.9	6.3	0.0	59.4
	4.ASEAN拠点における人材の育成	18.8	40.6	28.1	6.3	0.0	53.1
	4.為替リスクへの対処	15.6	43.8	28.1	6.3	0.0	53.1
	6.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	6.3	46.9	34.4	6.3	0.0	46.9
	7.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充	15.6	34.4	37.5	3.1	3.1	43.8
	8.ASEAN市場での自社ブランドの浸透	21.9	18.8	46.9	0.0	3.1	37.6
	9.ASEAN市場での販売品の単価増	15.6	28.1	40.6	6.3	0.0	37.4
	10.ASEANで生産した製品の輸出増	9.4	31.3	34.4	12.5	3.1	25.1
	11.ステークホルダーとのコミュニケーション	9.4	25.0	40.6	9.4	3.1	21.9
	12.コンプライアンスに対応した組織作り	0.0	34.4	50.0	16.7	0.0	17.7
	13.サプライヤーに対する指導・育成	6.3	15.6	65.6	6.3	0.0	15.6
	14.環境対策・省エネへの対応	6.3	25.0	43.8	15.6	3.1	12.6
	15.知財権侵害状況の把握と対策	3.1	12.5	50.0	21.9	6.3	▲12.6
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

(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」

③ベトナム

ベトナムでは、「現地調達向上によるコスト削減の推進」、「生産性の向上によるコスト削減の推進」、「ASEAN 拠点における人材の育成」、「ASEAN 市場での販売シェア拡大」、「ASEAN で生産した製品の輸出増」が上位となった（図表 51）。

前回調査と比較すると、「現地調達向上によるコスト削減」の DI は 40.6%ポイントと大幅に上昇した。ベトナムにおいても賃金上昇が続く中、現地調達率引き上げと生産性の向上によってコスト増を吸収し、収益を確保しようという日本企業の姿勢が窺える。

また、「ASEAN で生産した製品の輸出増」の DI も 38.1%ポイントと大幅に上昇しており、経営戦略上、ベトナムの輸出拠点としての重みが増している様子が窺える。

図表 51 ベトナム 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
2013年度	1.現地調達向上によるコスト削減の推進	51.6	32.3	9.7	0.0	83.9
	2.生産性の向上によるコスト削減の推進	54.8	25.8	12.9	0.0	80.6
	3.ASEAN拠点における人材の育成	29.0	41.9	19.4	0.0	70.9
	4.ASEAN市場での販売シェア拡大	41.9	19.4	12.9	9.7	45.1
	5.ASEANで生産した製品の輸出増	25.8	32.3	45.2	6.5	45.1
	6.為替リスクへの対処	16.1	25.8	41.9	0.0	35.4
	7.ASEAN市場での自社ブランドの浸透	22.6	29.0	19.4	9.7	32.2
	8.コンプライアンスに対応した組織作り	6.5	35.5	35.5	9.7	29.1
	9.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	6.5	29.0	45.2	6.5	25.8
	10.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充	9.7	25.8	38.7	6.5	19.3
	11.環境対策・省エネへの対応	0.0	32.3	60.0	10.0	3.3
	12.ASEAN市場での販売品の単価増	12.9	12.9	45.2	9.7	6.4
	13.ステークホルダーとのコミュニケーション	3.2	19.4	51.6	9.7	6.4
	14.知財権侵害状況の把握と対策	3.2	9.7	58.1	16.1	▲ 6.4
	15.サプライヤーに対する指導・育成	3.2	6.5	58.1	16.1	▲ 12.9
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	73.3
	2.ASEAN市場での販売シェア拡大	43.3	30.0	20.0	0.0	70.0
	3.ASEAN拠点における人材の育成	20.0	53.3	20.0	3.3	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	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	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	43.3
	7.為替リスクへの対処	10.0	36.7	36.7	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	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	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	19.9
	11.ASEAN市場での販売品の単価増	6.7	23.3	53.3	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	10.1
	13.環境対策・省エネへの対応	3.3	20.0	60.0	10.0	3.3
	14.ASEANで生産した製品の輸出増	13.3	20.0	30.0	6.7	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	▲ 6.6

(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) 投資環境の懸念は、タイで「人材不足」、インドネシア・ベトナムで「為替変動・電力コスト」

「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の上位2項目を占めた。インフラ面では改善が進むとみている一方で、タイでは「ブルーカラーおよびホワイトカラーの人材不足」、インドネシア・ベトナムでは「為替レートの安定」や「電力、水、ガスなどのコスト負担増」が懸念されている。

①タイ

タイでは、前回調査に引き続き、「ワーカー人材の供給量の拡大」と「管理職人材の供給量の拡大」がマイナスとなった（図表52）。タイでは、近年失業率が1%を下回る状況が続くなど労働需給がひっ迫している。さらに、タイ拠点の機能高度化を進めるうえでホワイトカラー人材の需要も高まっているが、こちらも有能な人材の供給が不足気味となっている様子が窺える。

図表 52 タイ 今後、2～3年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	
2013年度	1.道路、港湾などのインフラ整備	64.9	29.8	0.9	64.0
	2.電力、水、ガスなどの安定供給	44.7	48.2	0.0	44.7
	3.資金の調達手段	24.6	67.5	0.9	23.7
	4.外資への市場参入規制の緩和	25.4	64.0	2.6	22.8
	5.外資への投資インセンティブ	25.4	57.9	8.8	16.6
	6.法制度の整備・執行力強化	19.3	69.3	4.4	14.9
	7.地方の振興政策	18.4	70.2	3.5	14.9
	8.規制や許認可の透明性	16.7	72.8	4.4	12.3
	9.知財権保護のための体制整備	13.2	78.1	1.8	11.4
	10.電力、水、ガスなどのコスト負担増	14.0	68.4	10.5	3.5
	11.大気や水質などの環境汚染	13.2	66.7	13.2	0.0
	12.為替レートの安定	7.0	75.4	10.5	▲ 3.5
	13.管理職人材の供給量の拡大	12.3	63.2	17.5	▲ 5.2
	14.ワーカー人材の供給量の拡大	14.0	53.5	26.3	▲ 12.3
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

(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」

②インドネシア

インドネシアでは、「大気や水質などの環境汚染」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53）。

インドネシア政府は、財政負担を緩和するために、2013年6月に燃料補助金を削減したが、2014年は同様の理由から電力補助金を削減する方針を打ち出している。そのため、日本企業は、ユーティリティコストの負担増への懸念を強めているようである。

さらに、「為替レートの安定」のDIも、今回調査でマイナスとなった。米国のQE3縮小開始に加え、インドネシアが2014年10月に10年ぶりの政権交代を控えるなどの国内政治事情もあり、経済・政治両面から今後、為替レートの先行きに不安を抱く日本企業が増えているようだ。

図表53 インドネシア 今後、2～3年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	
2013年度	1.電力、水、ガスなどの安定供給	40.6	40.6	6.3	34.3
	2.道路、港湾などのインフラ整備	46.9	25.0	15.6	31.3
	3.法制度の整備・執行力強化	15.6	68.8	3.1	12.5
	3.資金の調達手段	12.5	75.0	0.0	12.5
	5.規制や許認可の透明性	9.4	75.0	3.1	6.3
	6.外資への市場参入規制の緩和	12.5	68.8	6.3	6.2
	6.外資への投資インセンティブ	12.5	68.8	6.3	6.2
	8.地方の振興政策	6.3	78.1	3.1	3.2
	9.管理職人材の供給量の拡大	15.6	59.4	12.5	3.1
	9.知財権保護のための体制整備	3.1	84.4	0.0	3.1
	11.ワーカー人材の供給量の拡大	12.5	62.5	12.5	0.0
	12.電力、水、ガスなどのコスト負担増	12.5	46.9	28.1	▲15.6
	13.為替レートの安定	6.3	56.3	25.0	▲18.7
	14.大気や水質などの環境汚染	6.3	46.9	34.4	▲28.1
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

(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」

③ベトナム

ベトナムでは、「管理職人材の供給量」、「大気や水質などの環境汚染」、「為替レート of 安定」が前回から引き続きマイナスとなった（図表 54）。

さらに、「電力、水、ガスなどのコスト負担増」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に転じている。ベトナムは、財政負担緩和のために近年、電力料金を引き上げ続けていることから、コスト負担増への懸念が高まっているようだ。

図表 54 ベトナム 今後、2～3年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	
2013年度	1.道路、港湾などのインフラ整備	83.9	12.9	0.0	83.9
	2.電力、水、ガスなどの安定供給	74.2	19.4	6.5	67.7
	3.法制度の整備・執行力強化	32.3	58.1	3.2	29.1
	4.外資への市場参入規制の緩和	29.0	64.5	0.0	29.0
	5.規制や許認可の透明性	19.4	71.0	3.2	16.2
	6.知財権保護のための体制整備	12.9	77.4	3.2	9.7
	7.地方の振興政策	6.5	87.1	0.0	6.5
	8.外資への投資インセンティブ	12.9	74.2	6.5	6.4
	9.資金の調達手段	6.5	83.9	3.2	3.3
	10.ワーカー人材の供給量の拡大	25.8	41.9	25.8	0.0
	11.管理職人材の供給量の拡大	9.7	71.0	12.9	▲ 3.2
	12.電力、水、ガスなどのコスト負担増	22.6	41.9	29.0	▲ 6.4
	13.為替レートの安定	6.5	67.7	19.4	▲ 12.9
	14.大気や水質などの環境汚染	6.5	64.5	22.6	▲ 16.4
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

(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」

(8) 3カ国政府に「インフラ整備」、「為替レート安定」、「透明性向上」などを要望

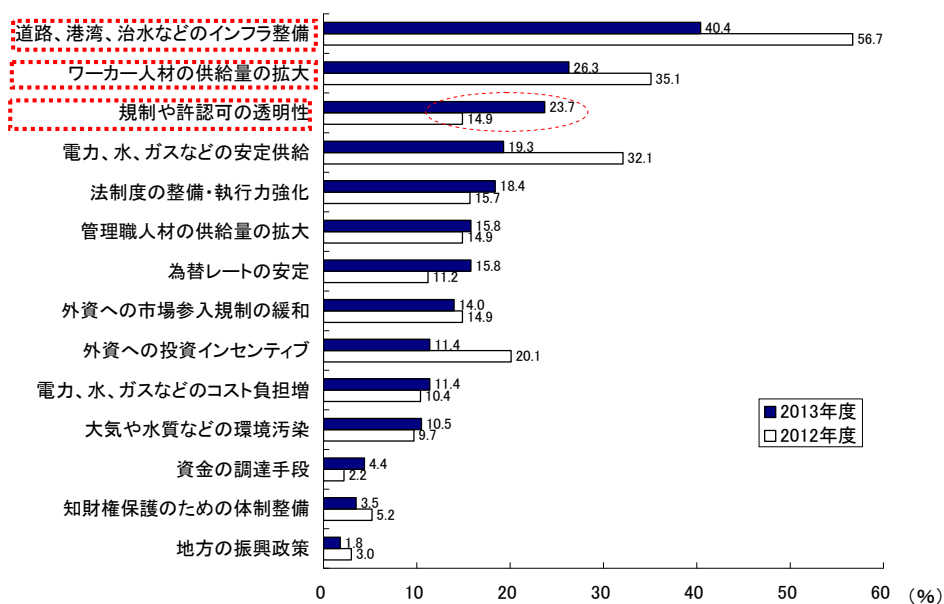
「投資環境について、各国政府が優先すべき政策」を「規制や許認可の透明性」や「為替レートの安定」など14項目から選択を求めた。それによると、タイとインドネシアにおいては、「道路、港湾、治水などのインフラ整備」の回答率が、ベトナムにおいては、「電力、水、ガスなどの安定供給」の回答率が最も高くなった。

①タイ

タイでは、2011年度に発生したような大規模な洪水被害が2012、2013年度には発生しなかったこともあり、「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16.3%ポイント低下したが、優先すべき政策では引き続き1位となった(図表55)。政治混乱の最中、治水インフラ計画の一部が入札段階でストップするなどの事態もみられ、洪水被害の再発防止に向けた計画の着実な実行が切望される。

また、「規制や許認可の透明性」の回答率が8.8%ポイント上昇している。政治混乱によってタイ投資委員会(BOI)などの政府機関による投資認可手続きに遅れ¹²が生じていることを反映しているとみられる。

図表 55 タイ 各国政府が優先すべき政策（複数回答）



(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」

¹² 2013年12月～2014年4月までBOIの委員が不在となり、大型の投資案件に認可が下りない状況となっていたことや、2013年半ばに開始される予定であった新投資優遇政策の発表の遅れなどに対して、懸念が高まったとみられる。

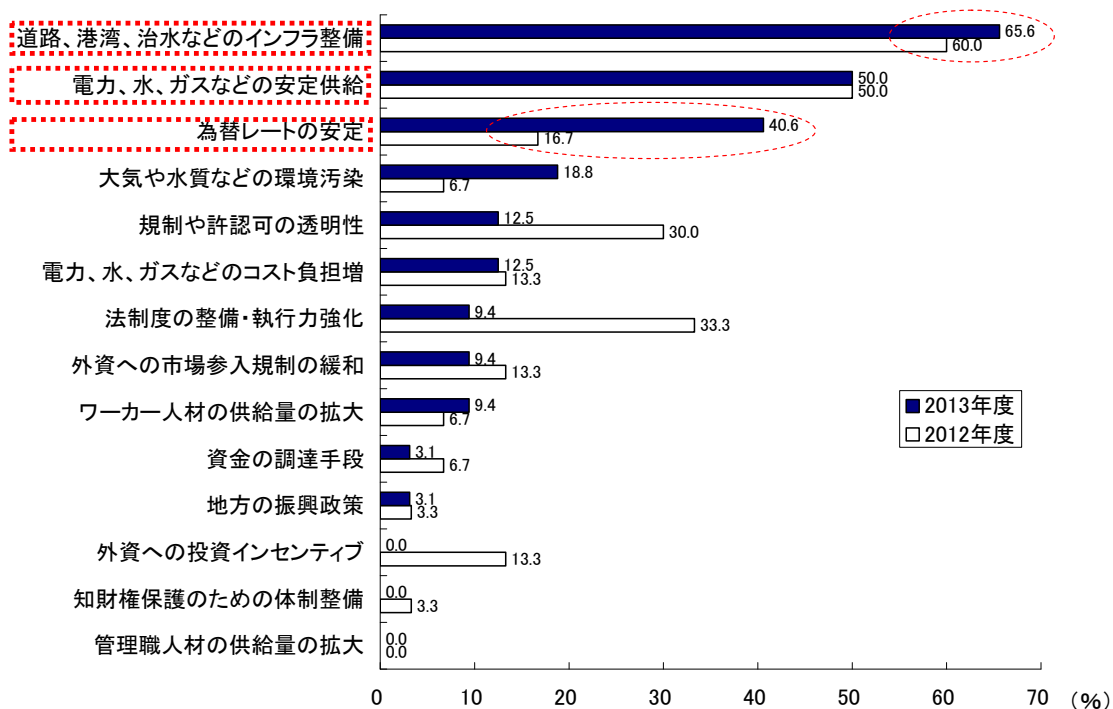
②インドネシア

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56）。

前回調査と比べると、「道路、港湾、治水などのインフラ整備」が5.6%ポイント上昇した。インドネシアでは、首都ジャカルタおよび周辺では、道路渋滞の慢性化や港湾・空港のキャパシティ不足に起因する物流の遅れが恒常化しているうえ、洪水に伴う冠水も度々起こっており、インフラ整備を切望する日本企業が増えているようだ。

さらに、「為替レートの安定」の回答率が23.9%ポイントと大幅に上昇している。2013年央以降のインドネシアルピアの急落を受けて、為替の安定化を求める声が増したと考えられる。

図表 56 インドネシア 各国政府が優先すべき政策（複数回答）



(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」

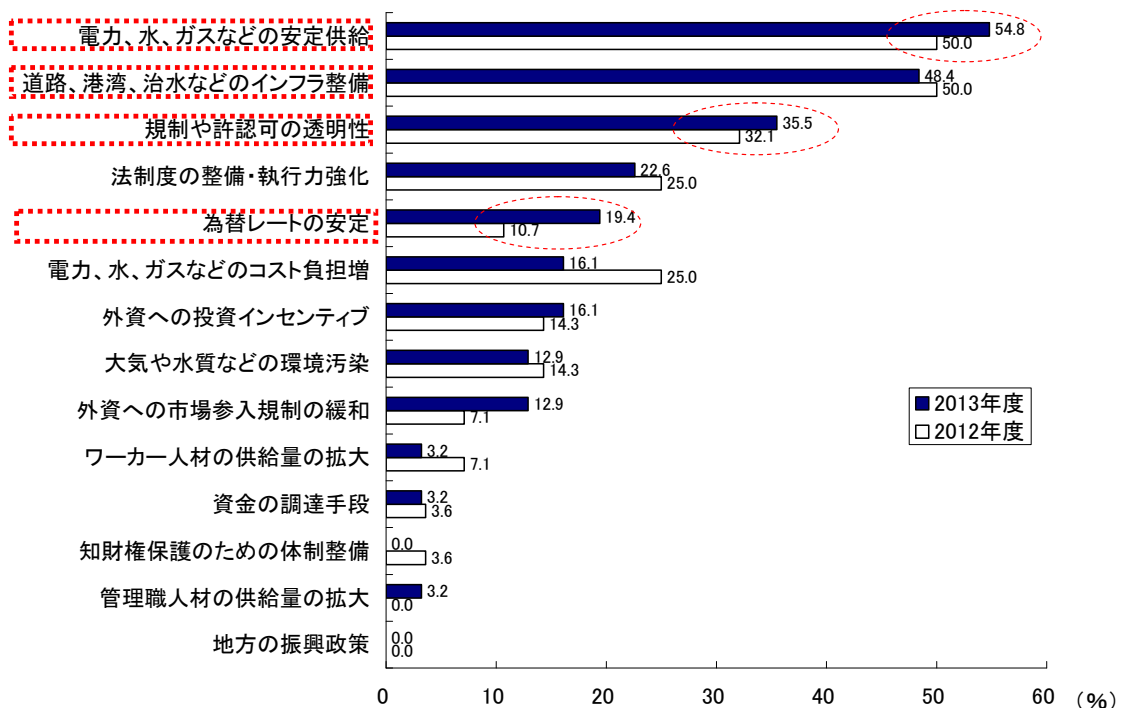
③ベトナム

ベトナムでは、「電力、水、ガスなどの安定供給」の回答率が1位、「道路、港湾、治水などのインフラ整備」の回答率が2位となった（図表57）。

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4.8%ポイント上昇しており、「規制や許認可の透明性」の回答率も3.4%ポイント上昇している。インフラの質的な向上と政府に対する法・規制運用の明確化を求める声が強まっている様子が窺える。

また、「為替レート安定」の回答率が8.7%ポイント上昇しており、インドネシアだけでなく、ベトナム政府に対しても為替レートの安定を求める声が高まっている。

図表 57 ベトナム 各国政府が優先すべき政策（複数回答）



(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」、「政治・社会の混乱」、「自然災害」

ASEAN 進出全企業（212 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」、「政治・社会の混乱」、「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・台風などの自然災害」、「ASEAN の景気減速」、「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 8 択で求めた。

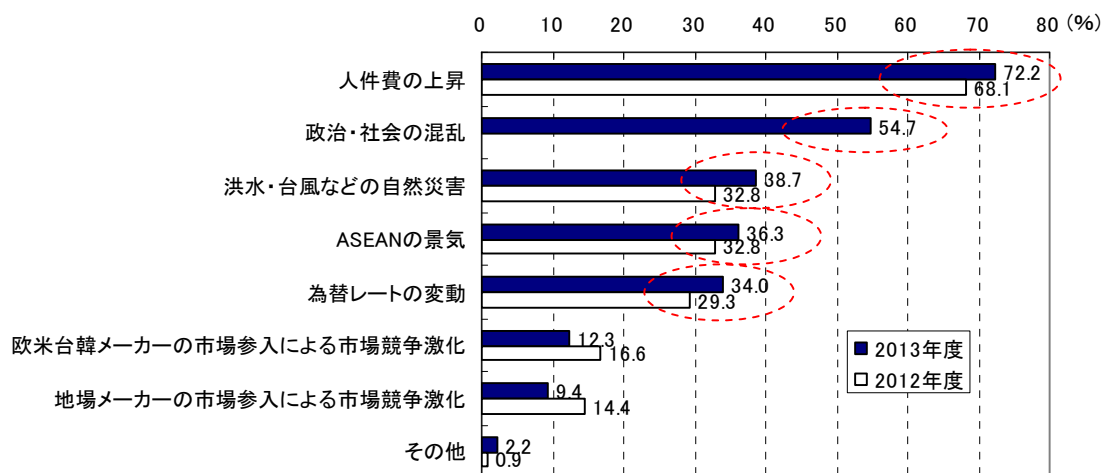
その結果は、「人件費の上昇」の回答率が 72.2%で最も高くなり、続いて「政治・社会の混乱」が 54.7%、「洪水・台風などの自然災害」が 38.7%となった（図表 58）。

前回調査と比較すると、「人件費の上昇」が 4.1%ポイント上昇すると共に、「ASEAN の景気」も 3.5%ポイント上昇しており、コスト増と売上減によって収益面で厳しい局面に立たされる日本企業が増えている様子が窺える。また、「自然災害」の回答率も 5.9%ポイント上昇した。2013 年 11 月にフィリピン南部を襲った台風や、2014 年 1 月にインドネシアのジャカルタで発生した洪水などから、ASEAN が亜熱帯地域特有の自然災害リスクを抱える点も再認識されたといえるだろう。

なお、今回初めて項目に加えた「政治・社会の混乱」は 54.7%の高い回答率となったが、これはタイの政治混乱が意識された結果であることは明らかであろう。盤谷（バンコク）日本人商工会議所が実施したアンケート調査によると、タイ国内の景気を左右する最大の要因は「タイの政情」となっている（次頁図表 59）。多数の日本企業が進出するタイにおいて、政治・社会情勢が重大な関心事となっていることがみてとれるうえ、2014 年 10 月にはインドネシアが 10 年ぶりとなる政権交代を控え、2015 年秋にはミャンマーで総選挙が予定されていることなどから、今後、日本企業は ASEAN 全域の政治・社会情勢への関心を高めていくとみられる。

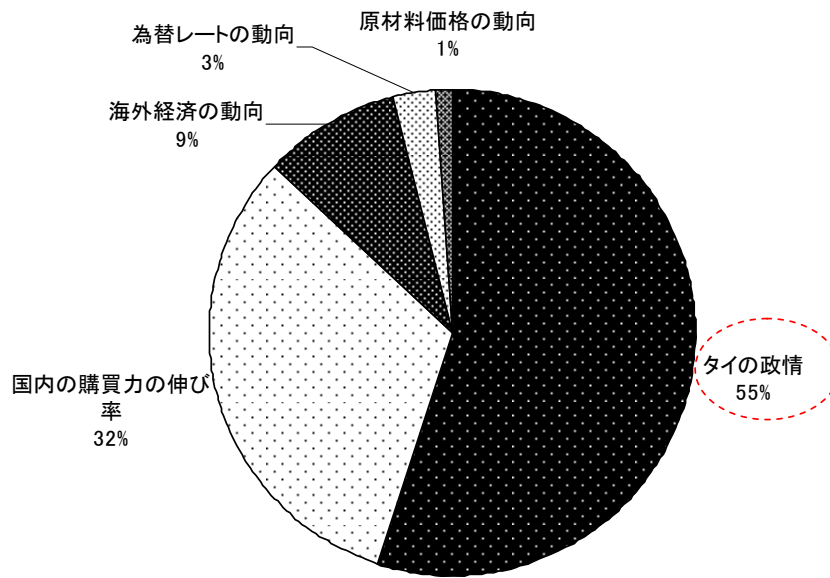
日本企業は尖閣諸島問題が顕在化した 2012 年度に一斉に ASEAN に対する関心を高めた経緯があるが、2013 年度には、ASEAN においても人件費の上昇に加えて、景気減速・為替急落、一部の国では政治混乱や自然災害にも直面したことで、ビジネスリスクに対する認識が深まったといえるだろう。

図表 58 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」

図表 59 タイ国内の景気を左右する最大の要因



(注) 回答数 474 社、調査期間 2014 年 4 月 9～22 日。
(資料) 盤谷日本人商工会議所「緊急アンケート結果」

7. 国際ビジネスを展開する上での注力地域（全企業（1,081社）の回答）

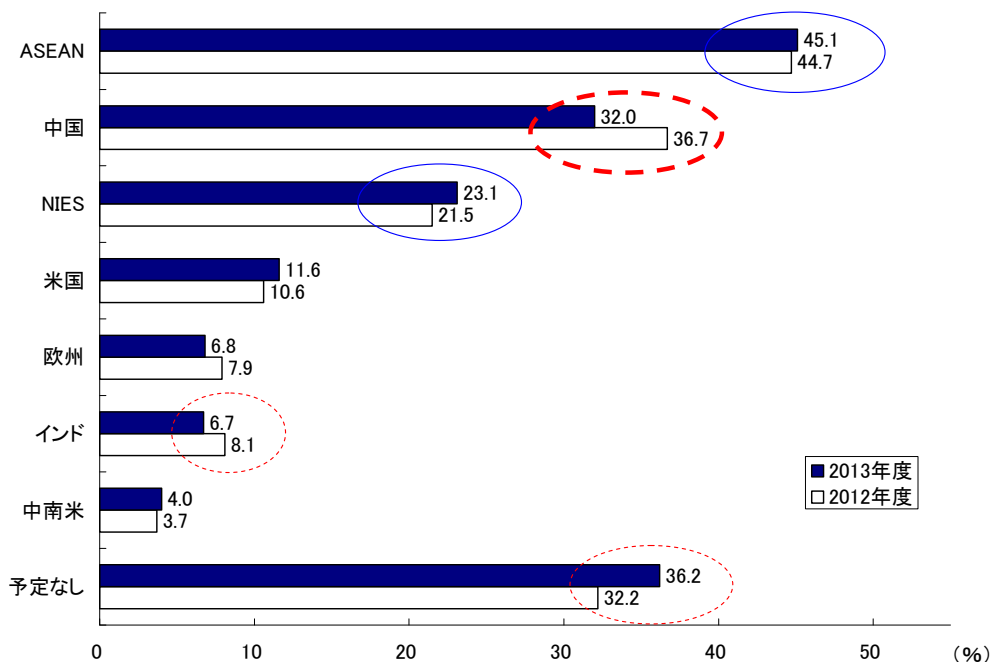
（1）ASEANがトップで横ばい、中国は2位で低下

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(45.1%)、中国(32.0%)、NIES(23.1%)、米国(11.6%)、欧州(6.8%)、インド(6.7%)、中南米(4.0%)の順となった(図表60)。

前回調査と比較すると、ASEANの回答率はほぼ横ばいとなった一方で中国の回答率は4.7%ポイント低下した。また、2013年に成長率が高まったNIESの回答率は1.6%ポイント上昇したが、景気低迷が続くインドの回答率は1.4%ポイント低下して米国・欧州よりも低い順位となった。日本企業が海外事業展開の矛先を中国からASEANにシフトし、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低下している様子が窺える。

一方で、「予定なし」の回答率が4.0%ポイント高まっている。これは、2013年度にアジアの景気リスク・政治リスクがにわかには高まったことに加え、安倍政権発足以降の日本国内の景気回復に伴い、海外よりも国内市場への関心を高める企業が増えたことを示唆しているといえよう。

図表 60 今後最も力を入れていく予定の国・地域（複数回答）

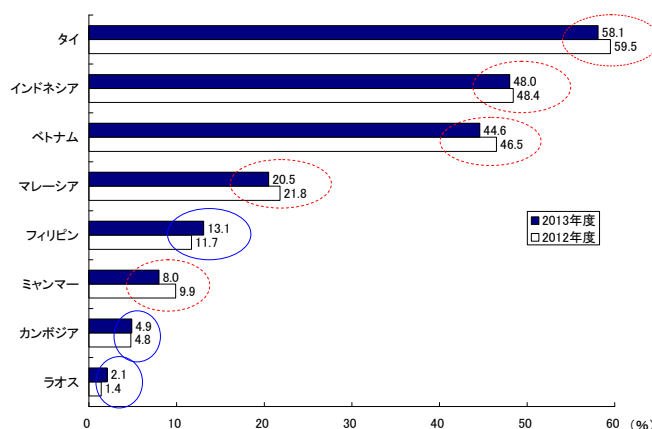


(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

さらに図表 60 で ASEAN に最も注力すると回答した企業に国別の選択（ASEAN5 と CLM の 8 カ国）を求めたところ、タイの回答率が最も高くなり、インドネシア、ベトナム、マレーシアが続いた（図表 61）。前回調査と比較すると、これら 4 カ国および前年度に民主化の加速によって注目度が高まったミャンマーの回答率は頭打ちとなり、現実的な投資先として、労働力が比較的豊富なフィリピンや相対的に労賃が低いカンボジア、ラオスの 3 カ国の回答率が高まる結果となった。

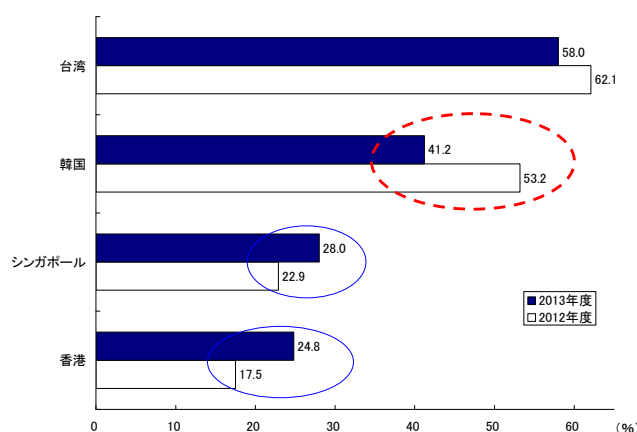
同様に図表 60 において NIES に最も注力すると回答した企業に、国・地域別の内訳を聞いたところ、台湾の回答率が最も高くなり、韓国、シンガポール、香港が続いた（図表 62）。前回調査と比較すると韓国の回答率が 12.0%ポイントと大幅に低下した一方で、シンガポールの回答率は 5.1%ポイント、香港の回答率は 7.3%ポイント上昇した点が注目される。日韓の緊張関係が続くなかで韓国への関心が低下すると同時に、日本企業が新たに、所得水準が高く、ビジネス環境が発達したシンガポールや香港への期待を高めている様子が窺える。

図表 61 今後最も力を入れていく予定の国・地域の ASEAN の内訳（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」

図表 62 今後最も力を入れていく予定の国・地域の NIES の内訳（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) アジア重視の理由は「現地市場の拡大動向」

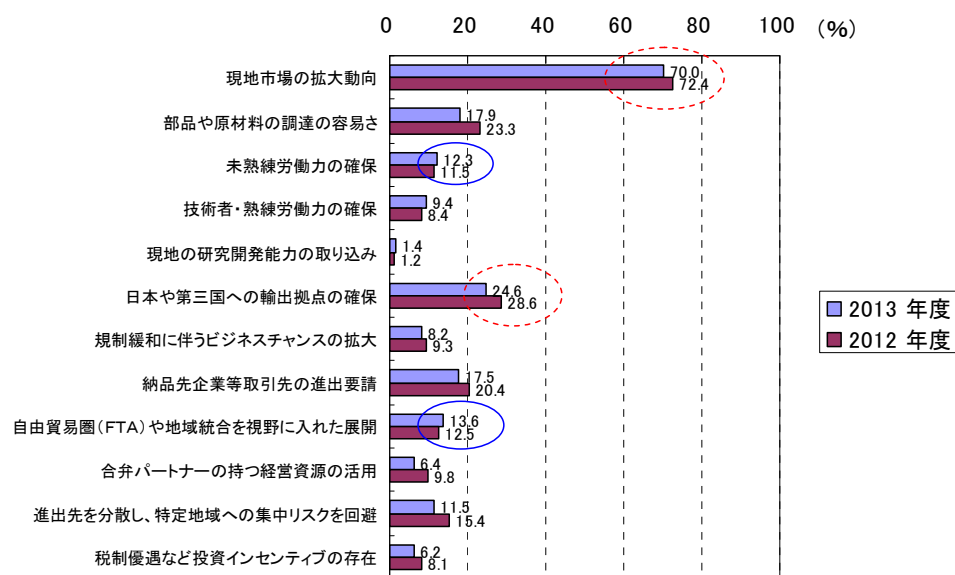
各国・地域への注力理由を、「現地市場の拡大動向」、「部品や原材料の調達の容易さ」、「日本や第三国への輸出拠点の確保」など12項目から選択を求めた。図表60で上位となったASEAN・中国・NIESおよびインドの重視理由をみると、いずれも「現地市場の拡大動向」が1位となった。

まず、ASEANでは、「現地市場の拡大動向」の回答率が70.0%で1位となり、「日本や第三国への輸出拠点の確保」が24.6%「部材や原材料の調達の容易さ」が17.9%で続いた(図表63)。

前回調査と比較すると、「現地市場の拡大動向」の回答率が2.4%ポイント低下、「日本や第三国への輸出拠点の確保」の回答率も4.0%ポイント低下しており、ASEANの成長鈍化や人件費上昇などの投資環境の変化がアンケートにも反映された形となった。

一方で、「自由貿易圏(FTA)や地域統合を視野に入れた展開」の回答率は1.1%ポイントと若干ながら上昇、「未熟練労働力の確保」の回答率も0.8%ポイントと若干ながら上昇しており、2015年にASEAN経済共同体(AEC)が発足して市場統合が加速すると見込まれることや、上昇傾向ながらも中国に比べると相対的に労働コストの低い国が多いことに着目している様子も窺える。

図表 63 今後最も力を入れていく判断材料 (ASEAN・複数回答)



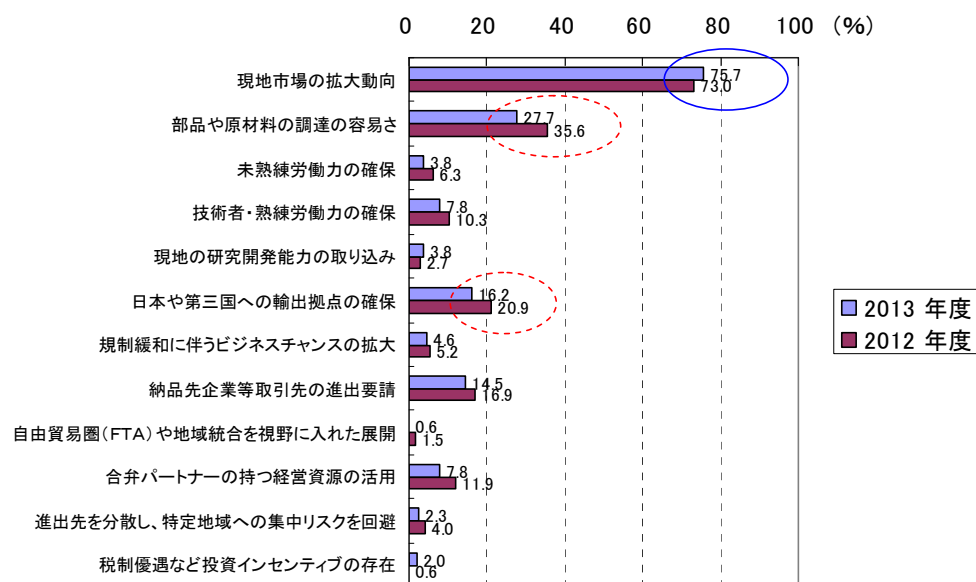
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

中国では、「現地市場の拡大動向」の回答率は75.7%で、「部品や原材料の調達の容易さ」が27.7%、「日本や第三国への輸出拠点の確保」が16.2%で続いた（図表64）。前回調査と比較すると、「現地市場の拡大動向」は2.7%ポイント上昇した点は注目される。中国における日本製品買い控えの動きなどがある程度は払拭されて販売が回復し、巨大市場としての魅力が見直されている可能性はありそうだ。一方で、「部品や原材料の調達の容易さ」は7.9%ポイント低下、「日本や第三国への輸出拠点の確保」は4.7%ポイント低下しており、中国における賃金上昇などの生産コストの上昇で調達先、輸出拠点としての魅力が低減している感は否めない。

NIES では、「現地市場の拡大動向」の回答率が58.8%となり、「部品や原材料の調達の容易さ」が21.2%で続いた（次頁図表65）。前回調査と比べると、「部材や原材料の調達の容易さ」が5.6%ポイント低下、「日本や第三国への輸出拠点の確保」は4.6%ポイント低下している。円安の進展（前掲図表8）によって調達コストが上昇し、輸出拠点としての魅力が低下したことが反映された可能性がある。

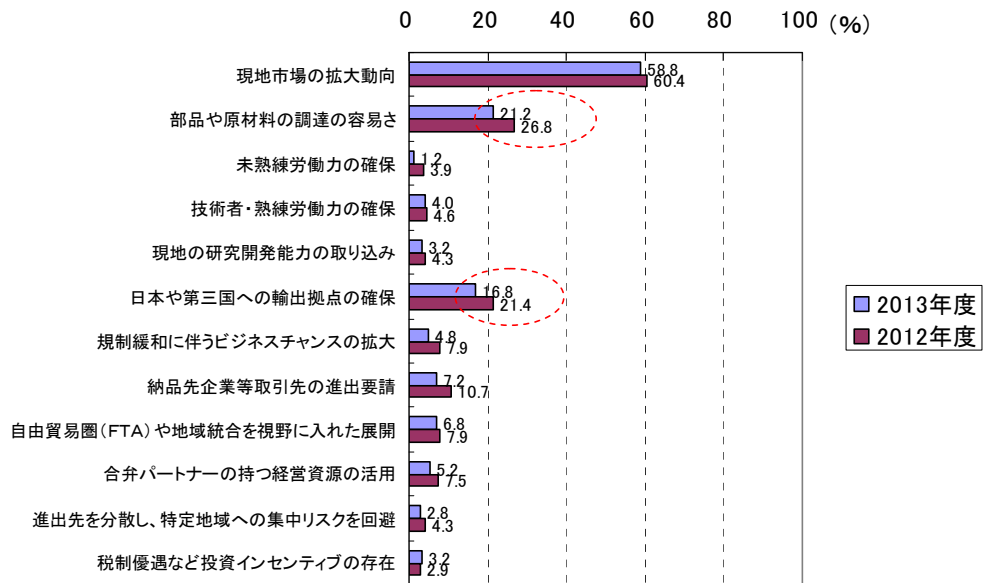
インドでは、「現地市場の拡大動向」の回答率が88.9%となった（次頁図表66）。前回調査と比較すると、「現地市場の拡大動向」が6.8%ポイント上昇しており、足元では景気減速が続き、注力先としての順位も低下しているが（前掲図表60）、潜在巨大市場という認識には変化がない様子が窺える。また、「進出先を分散し、特定地域への集中リスクの回避」の回答率が3.6%ポイント上昇（12年度7.5%、13年度11.1%）しており、ASEANに続く分散投資先としても着目は続きそうだ。

図表 64 今後最も力を入れていく判断材料（中国・複数回答）



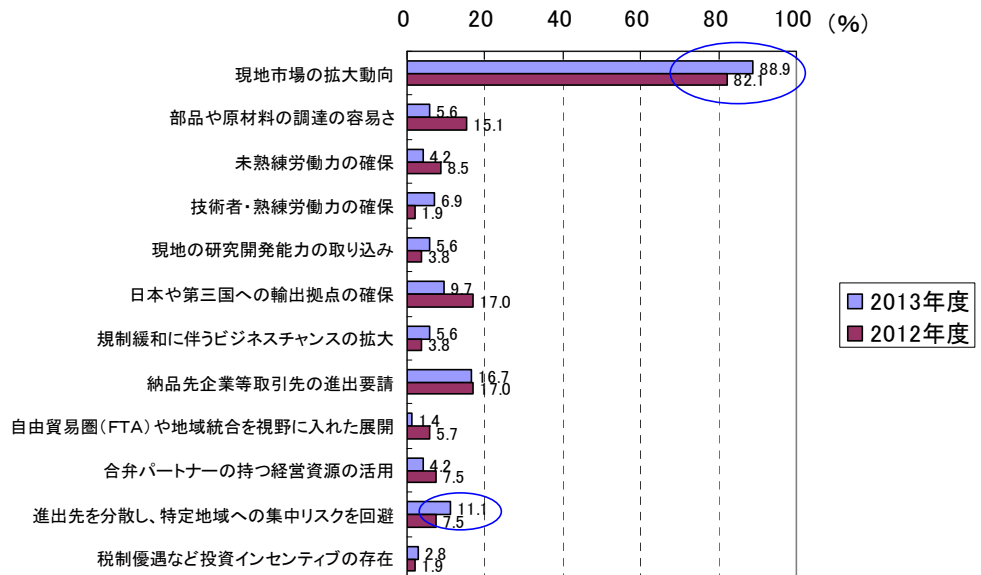
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

図表 65 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」

図表 66 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」

(3) ASEAN を最重視する業種が多いが、中国再評価の業種も

「今後最も注力する予定の地域」を業種別にみると、ほとんどの業種で ASEAN 重視の傾向が顕著となった。ただし前回調査と比較すると、「繊維」・「金属製品」では中国よりも ASEAN を重視する傾向が強まったものの、「精密機械」・「鉄鋼」では中国重視の傾向が強まっており、一部で中国再評価の様子も窺える（図表 67）。

また、NIES の回答率も 5 業種（「化学」、「繊維」、「一般機械」、「金属製品」、「食料品」）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いる NIES も重視しているようである。なお、インドの回答率の上昇は 3 業種（「輸送機械」、「非鉄」、「繊維」）にとどまり、現時点ではインド市場開拓に積極的なのは、自動車などの一部業種に限定されるといえる。

図表 67 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：％）

		中国	ASEAN	NIES	インド	米国	欧州	中南米
精密機械	2013年度(A)	61.5	50.0	30.8	3.8	11.5	7.7	0.0
	2012年度(B)	58.3	58.3	36.1	16.7	22.2	11.1	0.0
	(A)-(B)	▲ 3.2	▲ 8.3	▲ 5.3	▲ 12.9	▲ 10.7	▲ 3.4	0.0
化学	2013年度(A)	51.3	55.3	38.2	10.5	19.7	17.1	3.9
	2012年度(B)	49.0	51.0	33.3	17.7	8.3	11.5	5.2
	(A)-(B)	▲ 2.3	▲ 4.3	▲ 4.9	▲ 7.2	▲ 11.4	▲ 5.6	▲ 1.3
繊維	2013年度(A)	41.9	65.1	16.3	7.0	4.7	4.7	7.0
	2012年度(B)	46.0	40.0	12.0	2.0	6.0	4.0	2.0
	(A)-(B)	▲ 4.1	▲ 25.1	▲ 4.3	▲ 5.0	▲ 1.3	▲ 0.7	▲ 5.0
一般機械	2013年度(A)	41.7	58.3	36.8	11.8	14.6	9.7	6.3
	2012年度(B)	47.2	59.1	30.6	13.5	13.0	11.4	6.7
	(A)-(B)	▲ 5.5	▲ 0.8	▲ 6.2	▲ 1.7	▲ 1.6	▲ 1.7	▲ 0.4
電気機械	2013年度(A)	34.4	43.4	23.0	8.2	12.3	9.0	4.9
	2012年度(B)	41.0	47.8	28.4	10.4	12.7	11.9	5.2
	(A)-(B)	▲ 6.6	▲ 4.4	▲ 5.4	▲ 2.2	▲ 0.4	▲ 2.9	▲ 0.3
鉄鋼	2013年度(A)	32.4	38.2	14.7	8.8	23.5	2.9	11.8
	2012年度(B)	25.6	46.5	16.3	14.0	14.0	4.7	7.0
	(A)-(B)	▲ 6.8	▲ 8.3	▲ 1.6	▲ 5.2	▲ 9.5	▲ 1.8	▲ 4.8
輸送機械	2013年度(A)	30.4	50.0	4.3	13.0	13.0	0.0	10.9
	2012年度(B)	37.8	51.1	15.6	11.1	8.9	2.2	6.7
	(A)-(B)	▲ 7.4	▲ 1.1	▲ 11.3	▲ 1.9	▲ 4.1	▲ 2.2	▲ 4.2
金属製品	2013年度(A)	24.8	46.4	15.2	4.0	7.2	4.0	3.2
	2012年度(B)	30.9	42.6	13.0	7.4	8.0	5.6	3.1
	(A)-(B)	▲ 6.1	▲ 3.8	▲ 2.2	▲ 3.4	▲ 0.8	▲ 1.6	▲ 0.1
非鉄	2013年度(A)	24.0	28.0	12.0	4.0	0.0	0.0	4.0
	2012年度(B)	25.9	40.7	14.8	3.7	14.8	7.4	3.7
	(A)-(B)	▲ 1.9	▲ 12.7	▲ 2.8	▲ 0.3	▲ 14.8	▲ 7.4	▲ 0.3
食料品	2013年度(A)	23.9	34.3	29.1	1.5	15.7	9.0	2.2
	2012年度(B)	31.7	35.4	18.9	3.7	14.0	7.9	1.8
	(A)-(B)	▲ 7.8	▲ 1.1	▲ 10.2	▲ 2.2	▲ 1.7	▲ 1.1	▲ 0.4
大企業	2013年度(A)	52.8	77.2	30.9	16.3	22.8	7.3	13.0
	2012年度(B)	56.8	71.2	21.6	21.6	18.4	11.2	10.4
	(A)-(B)	▲ 4.0	▲ 6.0	▲ 9.3	▲ 5.3	▲ 4.4	▲ 3.9	▲ 2.6
中堅・中小企業	2013年度(A)	29.3	40.9	22.1	5.4	10.1	6.7	2.8
	2012年度(B)	34.6	41.9	21.5	6.7	9.8	7.6	3.0
	(A)-(B)	▲ 5.3	▲ 1.0	▲ 0.6	▲ 1.3	▲ 0.3	▲ 0.9	▲ 0.2

(注) 業種のなかで最多回答と2番目に多い回答に網掛。

(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」

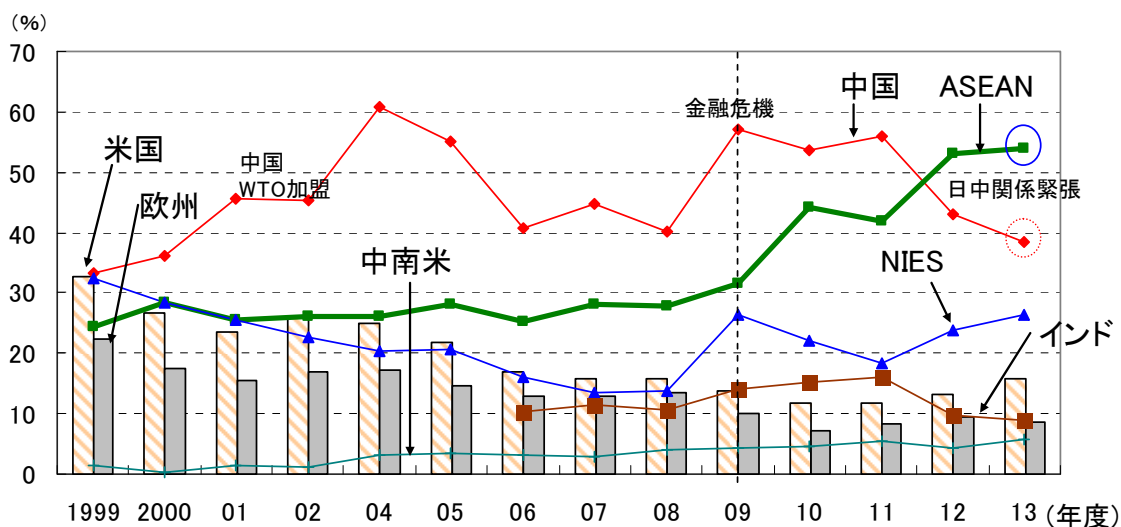
(4) 時系列でみると、中国からASEANへのシフトは続くが、頭打ち感も

「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、前回調査で2位に陥落し、今回調査では「ASEAN」との差がさらに開く結果となった（図表68）。中国は、2013年度に拠点の収益満足度は底打ちするも、人件費の上昇と日中関係の緊張が続いたことに、成長率の下ぶれが懸念されていることが影響したと考えられる。

前回調査で初めて首位となったASEAN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ていると考えられる。ただし、2013年度は、米国のQE3縮小観測に伴う短期資金の流出で年央以降にインドネシアなどで通貨が急落、それを阻止するための緊縮政策がとられたことで景気は減速、さらに、日本企業が集積するタイでは、政治混乱によって首都バンコクが反政府デモ隊に封鎖されるという事態も生じた。ASEANにおいては、日本との二国間関係に係るリスクは低いといえるが、景気減速、人件費上昇、内政混乱、さらには亜熱帯気候に起因する洪水や台風といった自然災害リスクも顕在化した形である。これらの要因から、首位の座は堅持するも回答率は横ばいという結果に繋がったとみられる。

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などが評価され、重要性は高まっている。一方で、インドについては中長期的な潜在市場としての期待は高いが、成長率が金融危機前の+9%台から+4%台まで低下した現在においては、自動車などの一部業種を除くと投資先として魅力がやや低下しているようである。

図表 68 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年度調査よりアンケート対象に加えたため、2005年度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4参照。

(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」

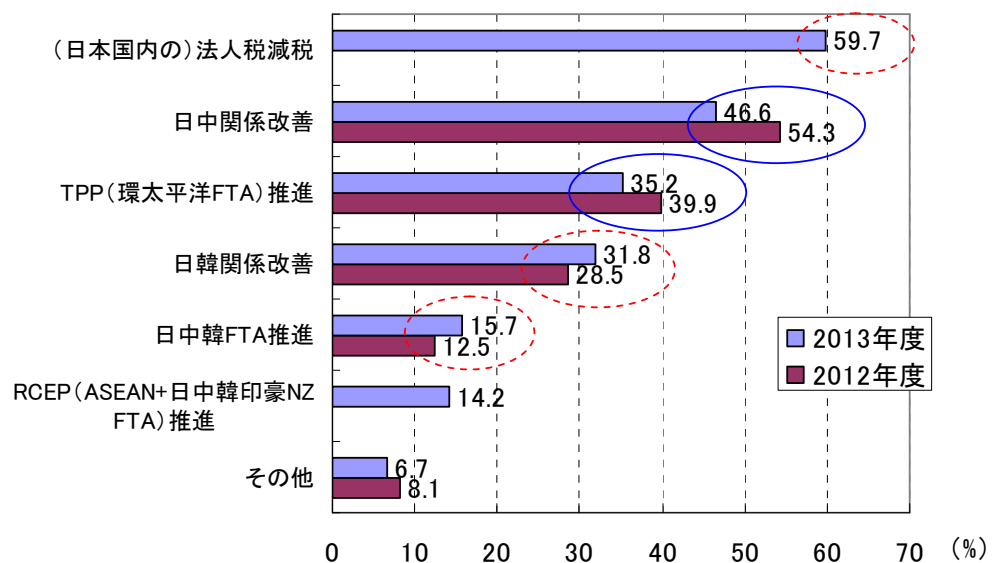
8. アジアビジネスに関する安倍政権への期待（全企業（1,081社）の回答）

日本政府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」、「（日本国内の）法人税減税」、「TPP（環太平洋FTA）推進」「日中韓FTA推進」など7項目から選択を求めたところ、今回調査で新たに項目に加えた「法人税減税」が59.7%で1位となった。日本の法人税（実効税率約35%）は、アジア諸国の実効税率（中国約25%、韓国約24%、タイ約20%¹³など）に比べると相対的に高く、引き下げを望む日本企業が多いようである（図表69）。

次いで、「日中関係改善」が46.6%、「TPP推進」が35.2%、「日韓関係改善」が31.8%、「日中韓FTA推進」が15.7%で続いた。前回調査と比べると、「日中関係改善」が7.7%ポイント低下、「TPP推進」が4.7%ポイント低下した一方で、日韓関係改善が3.3%ポイント上昇、日中韓FTA推進が3.2%ポイント上昇する結果となった。

日本企業は、安倍政権に対して、法人税減税、TPP推進など、アベノミクスの第3の矢である成長戦略の推進を期待すると共に、日中関係および日韓関係を改善し、両国とのFTAを進めることを望んでいるといえそうだ。

図表 69 日本企業の「安倍政権に期待する政策」



(注) 「(日本国内の)法人税減税」、「RCEP(ASEAN+日中韓印豪NZ FTA)推進」は2013年度から新たに項目に加えた。
 (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」

¹³ タイの現行税率は時限立法に拠るもので、2015年度以降の税率は未定。

9. 最後に～2014年度のアジアビジネスをみるうえでの注目点～

最後に、2014年2月に実施した今回のアジアビジネスアンケート結果を踏まえて、2014年度の日本企業のアジアビジネスをみるうえでの注目点に言及して結びとしたい。

第1に、ASEAN・インドの政治・社会の混乱リスクに対する警戒が続くとみられる点である。

2012年度に日中関係が緊張して以降、日本企業が中国の代替先として期待を高めているのがASEANである。ところが、ASEANで最も日本企業が集積するタイにおいて、政治混乱が長期化しつつある。政治混乱は、サプライチェーンへの影響こそ限定的ではあるが、实体经济の悪化に加え、投資認可の遅延、洪水再発防止工事の遅延など、弊害は徐々に大きくなってきており、事態の収束が切望される。

さらに2014年は、インドが5月、インドネシアが10月に政権交代を控えており、ミャンマーでも、2015年秋の総選挙を控えた動きが活発化しよう。選挙前に、与野党間の対立が先鋭化して日々の拠点オペレーションを阻害することがないか、政権交代により外国企業に不利な政策がとられることはないか、日本企業は、警戒を続けることになりそうだ。

第2に、ASEAN・インドにおいて、為替急落に対する警戒も続くとみられる点である。

2013年は、年央以降に米国のQE3縮小観測に伴って多大な経常収支赤字を抱えるインド、インドネシアなどから資金が流出し、通貨が急落した。そのために下期に緊縮政策がとられ、景気減速を伴いながら、2014年に入って通貨の安定を一旦は取り戻している。

通貨急落は、現地における輸入価格の上昇をもたらすが、産業集積を伴う現地調達率の引き上げには長い時間を要するうえに、米国のQE3縮小は当面継続され、利上げに転じることも予想されるため、為替が安定的に推移するかどうか、日本企業の警戒は続くことになるだろう。

第3に、中国離れが全体としては続くが、一部では見直しの動きも出てくるとみられる点である。

やや改善がみられるも楽観できない日中関係に加えて、人件費の上昇や、成長率の下振れも懸念される中国に対して、日本企業の関心が全体的には低くなる状況は続きそうである。

ただし、2013年度の日本企業の中国拠点の収益満足度は、前年度みられた日本製品買い控えの動きが緩和したことから、輸送機械、鉄鋼、化学など多くの業種で底打ちしているのも事実である。中国は、地理的優位性から日本との生産分業体制を構築しやすく、比較的豊富な技術系人材も擁している。そのため、全体的には新規投資の抑制は続くが、チャイナリスクを踏まえつつも、中国市場の重要性を再評価したり、中国拠点を戦略的に活用しようという動きも、一部の業種では進捗すると見込まれよう。

最後に、アジアの景気下振れリスクが残るなか、日本企業のシェア争いは激化が見込まれる点である。

2013年度下期以降、新興国全般の景気は減速しており、アジア諸国もまた全般的にはその例外ではない。一方で景気が減速すれば、日本企業は、より一層自社製品のシェア拡大を迫られることになるだろう。今般調査でも、シェア拡大を最重要経営課題とする回答が急増しており、自社ブランドを浸透させる必要性が高まっている様子も窺えた。

シェア拡大にあたっては、現地の購買力・嗜好に合った戦略製品の投入、販売網の構築に加え、人材育成、コスト削減、現地調達率の向上など、日本企業の底力が問われることになりそうだ。

「第14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：2014年2月1日～2月28日

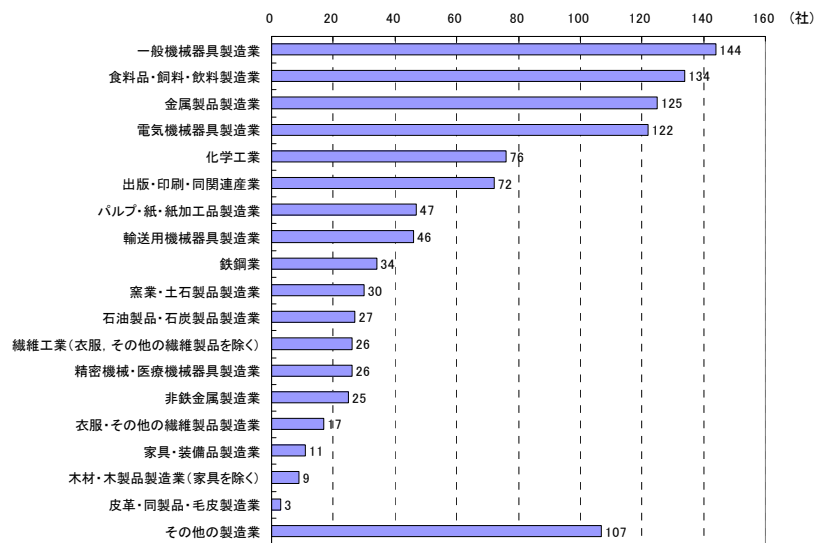
調査対象：みずほ総合研究所会員企業のうち、資本金1千万円以上の製造業

発送数：4,581社

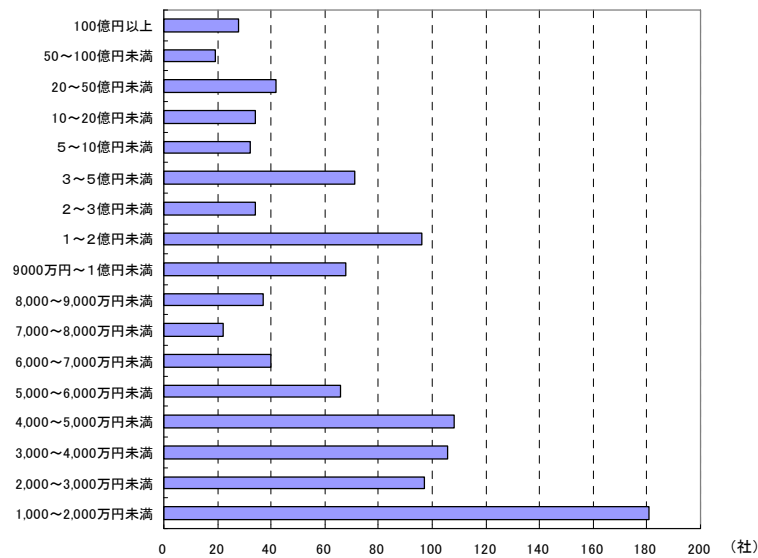
有効回答：1,081社（23.6%）

調査方法：郵送配布・郵送回収

業種別構成



資本別構成



※ 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
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
第 8 回調査	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	第 14 回調査
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	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	2014 年 2 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 4,581 社へ 発送、有効回答 1,081 社