

みずほレポート

2019年5月17日

中国の景気減速・米中貿易摩擦を懸念する日本企業

—2019年2月アジアビジネスアンケート調査結果

- ◆ 2018年度の拠点収益満足度DI（（「満足」＋「やや満足」）から（「やや不満」＋「不満」）を控除）は、中国、NIEs、ASEANのいずれも低化。世界・中国経済の減速が背景
- ◆ アジアビジネスを行う日本企業への米中貿易摩擦の影響は、自社製品が関税引き上げ対象となる直接的影響は限定的も、取引先中国企業の業績悪化による間接的影響は一定程度あり
- ◆ 国際展開上の注力先としてASEAN、中国の順位は不変。市場拡大期待は横ばいも、ASEANではベトナム、中国では華南への関心が高止まっており、地域内の選別が進む兆し
- ◆ 今後のアジアビジネスへの懸念としては、多くの日本企業が中国経済と米中貿易摩擦の行方を懸念。既に中国・ASEANの2生産体制を構築済の日本企業が増え、新規生産移管の動きは限定的
- ◆ 世界・中国経済の先行き不透明感が残るなか直接投資マインドは弱含み、日本企業はアジア拠点における経営陣やR&Dの現地化や拠点集約・統廃合などの基盤強化の姿勢を強めつつある

アジア調査部 上席主任研究員 酒向浩二
03-3591-1375 koji.sako@mizuho-ri.co.jp
アジア調査部 中国室エコノミスト 高瀬美帆
03-3591-1413 miho.takase@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、取引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。本資料のご利用に際しては、ご自身の判断にてなされますようお願い申し上げます。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。なお、当社は本情報を無償でのみ提供しております。当社からの無償の情報提供をお望みにならない場合には、配信停止を希望する旨をお知らせ願います。

目 次

1. はじめに	1
2. 拠点収益満足度はインドを除いてアジア全域で低下、中国では多業種で低下	2
3. 米中貿易摩擦の直接的影響は限定的だが、間接的影響は一定程度あり	7
4. 今後の注力先は ASEAN、中国の順。市場拡大期待は横ばいも、ベトナム、華南に期待	10
5. ASEAN・インド拠点数は増加が続くも、新規投資マインドはやや弱含み基盤強化傾向	14
6. アンケート結果を踏まえたアジアビジネスの方向性	18
（資料編）	19
1. 国際ビジネスを展開する上での注力地域（全企業（1,072社）の回答）	19
2. アジアビジネスに関する安倍政権への期待（全企業（1,072社）の回答）	23
3. 製品売上・調達（アジアビジネス実施企業（719社）の回答）	23
4. 中国拠点の現状と今後の取り組み（中国進出企業（184社）の回答）	26
5. ASEAN 拠点の現状と今後の取り組み（ASEAN 進出企業（197社）の回答）	33

1. はじめに

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。2018年度調査では、2019年2月に、みずほ総合研究所の会員企業のうち資本金1,000万円以上の製造業4,297社（日本国内）に調査票を発送し、1,072社から有効回答を得た。本稿は、2018年度調査を前回調査²と比較してまとめたものである。

今回の調査結果のポイントを挙げると、第1にアジア拠点の収益満足度がインドを除いて低下した点である。2018年度の収益満足度D I（（「満足」＋「やや満足」）から（「やや不満」＋「不満」）を差し引いて算出）をみると、中国はプラスを維持するも低下した。2018年の中国経済が+6.6%成長（前年：+6.8%成長）と28年ぶりの低水準となったことの影響を受けた形であり、中国拠点の生産を抑制する動きも一部にみられた。世界および中国経済の減速により、輸出依存度の高いNIEs、ASEANのD Iは輸出依存度の高さからマイナスに転じた。一方で、概ね+7～8%成長が続いたインドでは、D Iはマイナス圏にとどまったものの数値は大きく改善する結果となった。

第2のポイントは、2018年に顕在化した米中貿易摩擦の日本企業に対する影響について、自社製品が関税引き上げ対象になる直接的な影響は限定的だが、取引先の中国企業の業績が悪化していることにより間接的に影響を受けている様子がかがえた点である。当面の間は米中貿易摩擦が続くと見込むという回答が比較的多く、米中貿易摩擦の持続が、中国の景気減速を進めたり、摩擦が周辺国に拡大したりする展開が懸念されている。他方で、中国に替わる対米輸出拠点を検討しているとの回答は少数にとどまったことは注目される。既に、中国とASEANの2拠点体制の構築に注力している日本企業が増えており、中国における増産抑制とASEANにおける増産で米中貿易摩擦を乗り切ろうという算段がある様子がかがえた。

第3のポイントは、今後最も力を入れていく予定の地域は、ASEAN、中国の順で変わらず、市場拡大期待は両地域共に横ばいとなった点である。中国においては、景気減速や米中貿易摩擦の顕在化する外部環境下でも、関心は維持されたと評価できよう。その一方で地域の内訳をみると、ASEANにおいては高成長が続くベトナムや圧倒的な内需の厚みのあるインドネシア、中国においては中国のイノベーションハブとなっている深センなどを擁する華南に対する期待が引き続き高く、日本企業が選別を強めている様子もかがえた。

第4のポイントは、アジアビジネスの取り組み状況として、輸出マインドが引き続き強いが、投資マインドには頭打ち感がみられた点である。アジア拠点の設置状況をみると、ASEAN・インドの着実な伸長は続いているが、経営陣やR&Dの現地化と拠点集約・統廃合などの合理化の重要性がやや高まっている様子がかがえた。世界・アジアの景気先行き感が払拭されないなか、日本企業は基盤強化の姿勢を強めているといえよう。

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 前回を含む過去の調査の概要に関しては、最終頁を参照。

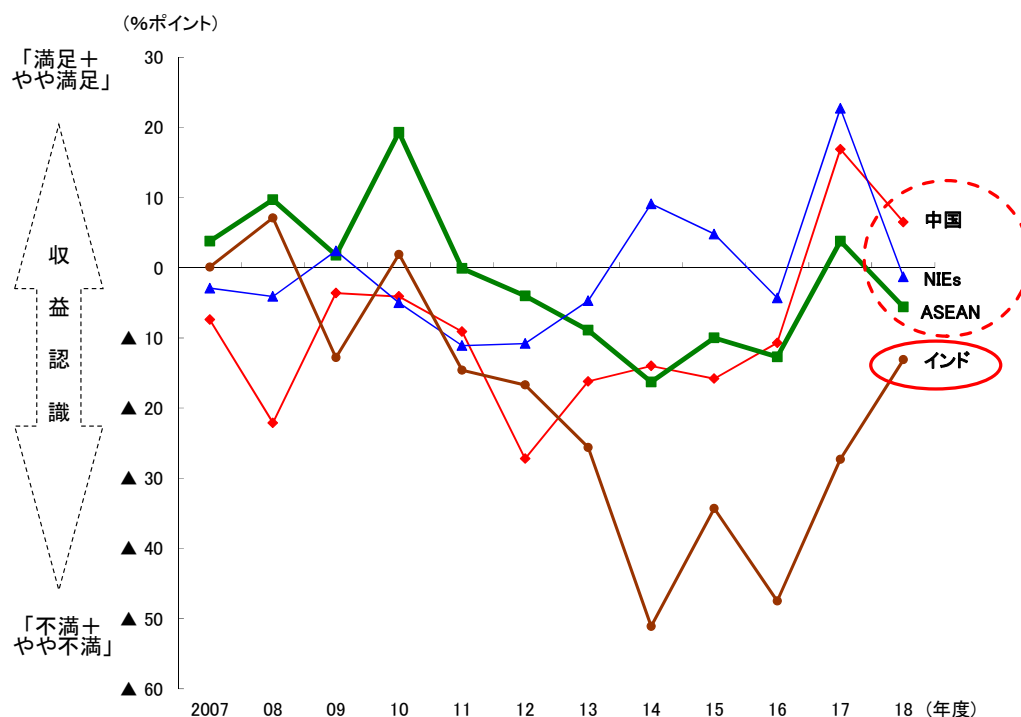
2. 拠点収益満足度はインドを除いてアジア全域で低下、中国では多業種で低下

アジアにビジネス拠点を設けている企業（290社）の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算出したDIを地域別にみると、インドを除くアジア全域で低下した（図表1）。

前回調査と比較すると、中国は6.9%ポイント（前回比10.4%ポイント低下）とプラス圏は維持するも低下、NIEsは▲1.3%ポイント（同24.0%ポイント低下）、ASEANは▲5.6%ポイント（同9.4%ポイント低下）とマイナスに転じた。2018年の実質GDP成長率が+6.6%（2017年：+6.8%）と28年ぶりの低水準になったうえに、ASEAN5（タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン）は+5.2%（2017年：+5.4%）、NIEs（韓国、台湾、香港、シンガポール）は+2.8%（2017年：+3.3%）と、いずれも世界・中国経済の減速に伴い景気が減速したことが収益満足度を下振れさせたと考えられる。

一方で、インドのDIは▲13.1%ポイントとマイナスとなるも、前回調査と比較すると14.2%ポイント上昇となった。2018年の実質GDP成長率が+7.4%（2017年：+6.9%）に加速しており、このことがDIの改善につながったと考えられる。

図表1 拠点別に見た日本企業の収益満足度DI（時系列）



(注) 資本金1,000万円以上の製造業を対象とした2007年度以降のアンケート調査結果。以下時系列データに関しては同様。
 (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」

拠点数が多い中国（184社）においては、業種別の収益満足度D Iを算出している。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業種のD Iがマイナスとなった。2013年度以降はD Iがプラスになる業種数が増加し、2017年度には8業種がプラスとなったが、2018年度は10業種中6業種のプラスに止まった。かつ8業種ではD Iが低下しており、中国の景気減速の影響を受けている様子がうかがえる（図表2）。

図表2 中国拠点における業種別収益満足度D Iの推移

（単位：%ポイント）

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
精密機械	57.2	▲ 11.1	▲ 14.3	42.8	0.0	20.0	16.7	33.3
一般機械	1.9	▲ 19.1	▲ 6.9	5.6	16.4	6.4	31.6	30.5
織 維	23.1	▲ 28.6	▲ 25.0	▲ 57.1	▲ 53.3	0.0	63.6	18.2
電気機械	▲ 42.9	▲ 40.7	▲ 36.1	▲ 26.4	▲ 41.6	▲ 31.8	9.1	16.6
輸送機械	13.4	▲ 23.1	0.0	30.7	▲ 44.4	21.4	40.0	13.3
化 学	▲ 17.4	▲ 4.4	8.7	5.5	20.1	19.1	23.0	11.1
非 鉄	▲ 83.3	▲ 66.7	100.0	▲ 66.7	▲ 100.0	▲ 100.0	33.4	0.0
食 料 品	▲ 43.8	▲ 47.0	▲ 43.0	▲ 70.6	▲ 14.3	▲ 30.7	18.2	▲ 11.2
金属製品	10.0	▲ 30.8	▲ 12.0	▲ 23.5	▲ 7.4	▲ 17.4	▲ 16.7	▲ 17.7
鉄 鋼	33.3	▲ 50.0	40.0	0.0	▲ 42.8	0.0	0.0	▲ 33.3

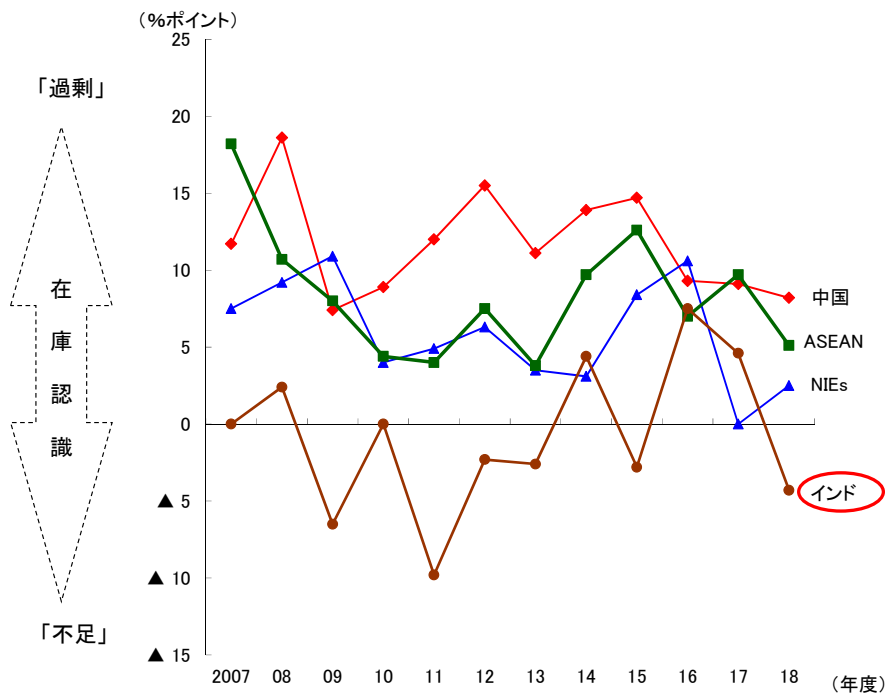
（注）D Iがプラスの業種に網掛け。

（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」

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ところ、地域を問わず「適正」の回答率が一番高くなった。「過剰」から「不足」の回答を差し引いたD Iではインドが▲4.3%ポイント（前回比8.9%ポイント低下）で最も低くなり、NIEsが2.5%ポイント（同2.5%ポイント上昇）、ASEANが5.1ポイント（同4.6%ポイント低下）、中国が8.2%ポイント（同0.9%ポイント低下）と続いた（図表3）。

インドにおいては、景気回復に伴い、在庫調整も進んだ様子が見える。

図表3 拠点別にみた日本企業の在庫認識（時系列）

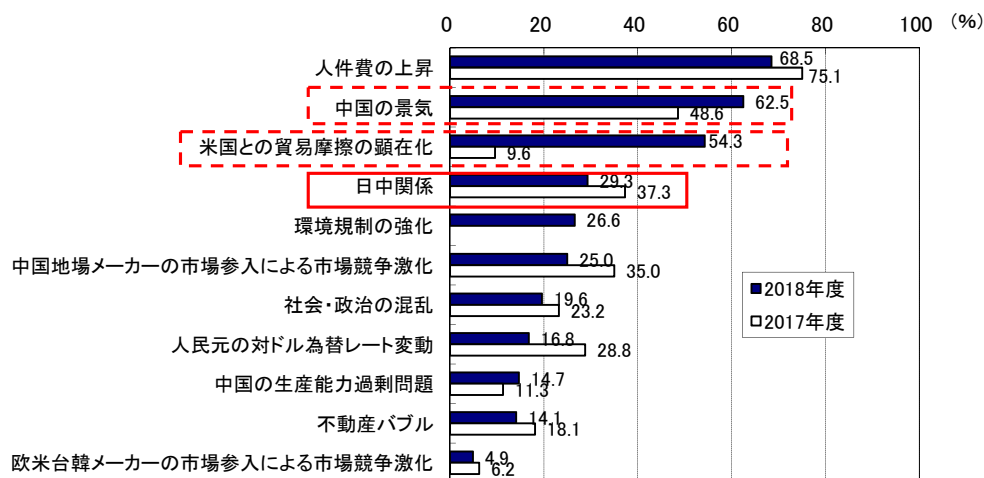


(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

続いて、中国進出企業（184社）に「今後、2～3年の間の中国ビジネス上の懸念材料となる事象」を問うたところ、「中国の景気」が前回調査の48.6%から今回調査では62.5%と13.9%ポイント上昇、「米国との貿易摩擦の顕在化」は前回調査の9.6%から今回調査では54.3%と44.7%ポイント上昇した。他方で、「日中関係」への懸念は低下する結果となった（図表4）。

同様にASEAN進出企業（197社）に「今後、2～3年の間のASEANビジネス上の懸念材料となる事象」を問うたところ、「ASEANの景気」の回答率が2.3%ポイントと若干ながら上昇し、「為替レートの変動」は8.2%ポイント低下した。中国に比べると回答率は低いだが、ASEANにおいても景気動向への懸念が高まっている（図表5）。

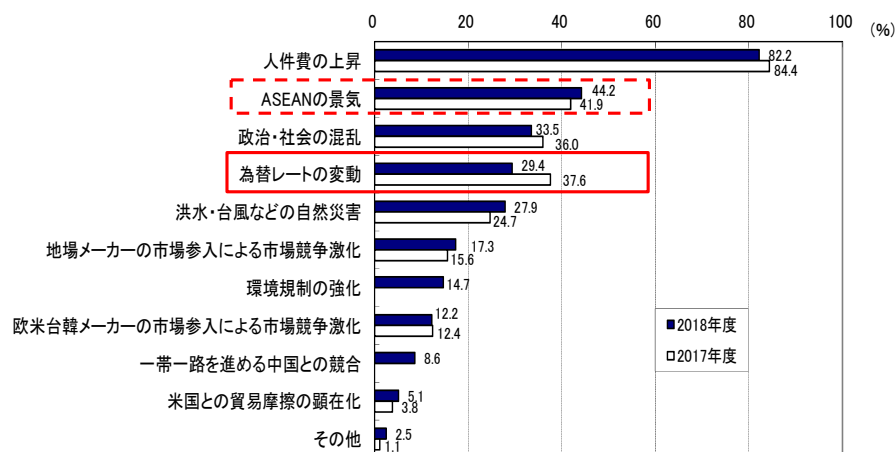
図表4 今後、2～3年の間に中国ビジネス上の懸念材料となる事象（複数回答）



(注) 2016年度から、米国との貿易摩擦の顕在化と中国の生産能力過剰問題を加えた。

(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」

図表5 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）

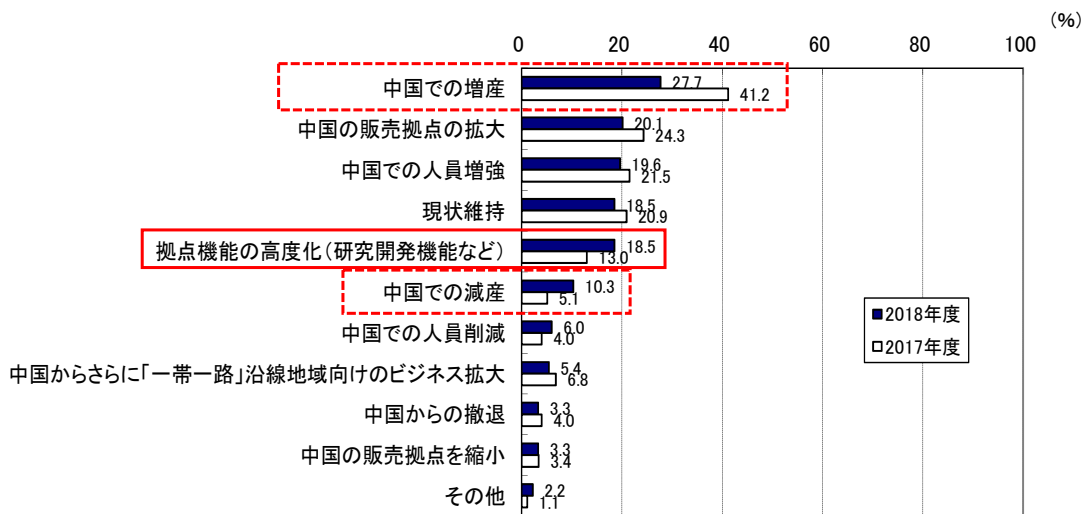


(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

中国進出企業の「今後、2～3年の間の中国ビジネス」に関しては、「増産」の回答率が前回調査から13.5%低下、「減産」が5.2%上昇しており、景気動向への懸念を強めている様子がうかがえたが、「拠点機能の高度化(研究開発機能など)」が5.5%上昇し、高付加価値化も目指されている(図表6)。

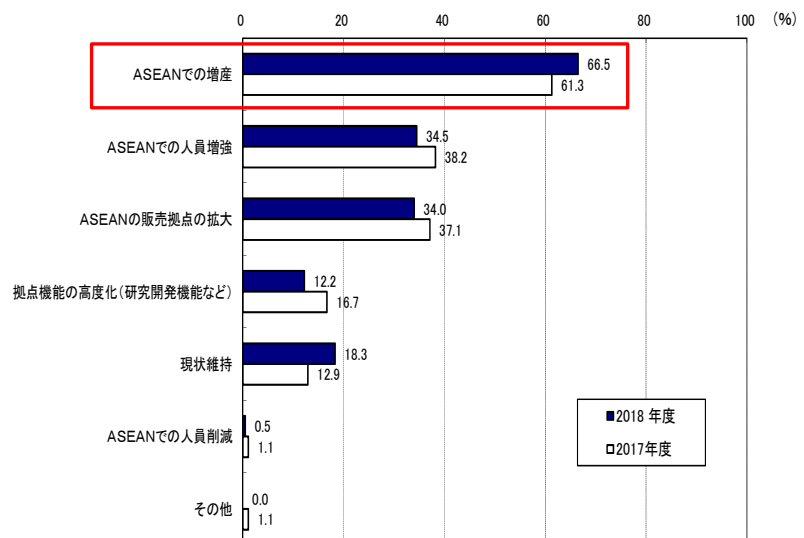
一方、ASEAN進出企業の「今後、2～3年の間のASEANビジネス」については、「増産」の回答率が5.2%高まっており、中国とは対照的にASEANでは生産規模拡大に前向きな様子がうかがえた(図表7)。

図表6 今後、2～3年の間の中国ビジネス(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7 今後、2～3年の間のASEANビジネス(複数回答)



(注) 「ASEANでの減産」、「ASEANでの販売拠点を縮小」、「ASEANからの撤退」の回答はなかった。

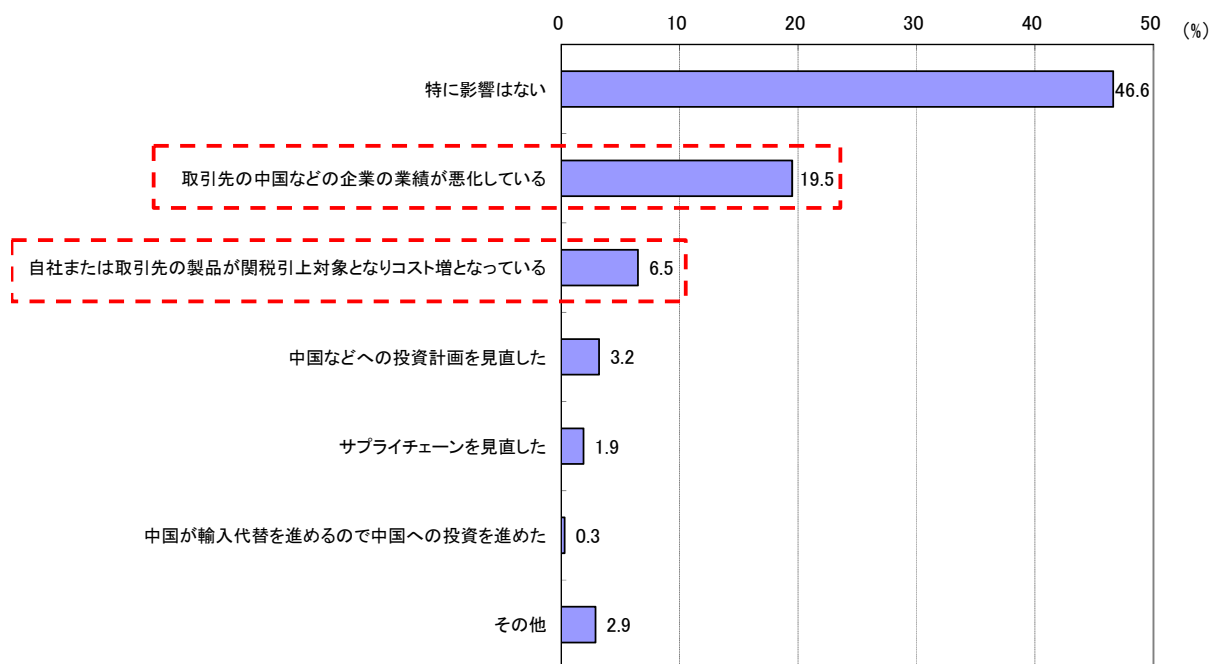
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

3. 米中貿易摩擦の直接的影響は限定的だが、間接的影響は一定程度あり

今回調査では、米中貿易摩擦が2018年3月より顕在化していることに関する質問を設けた。「何らかのアジアビジネス」を行っている企業³（719社）に対して、「アジアビジネスへの影響」、「今後の懸念事項」について問うたところ、「自社または取引先の製品が関税引き上げ対象となりコスト増となっている」の回答率は6.5%にとどまった。

しかし、「取引先の中国などの企業の業績が悪化している」の回答率は19.5%となり、直接的な影響は限定的であるものの、間接的な影響を一定程度受けていることが明らかになった（図表8）。

図表8 米中貿易摩擦によるアジアビジネスへの影響（複数回答）

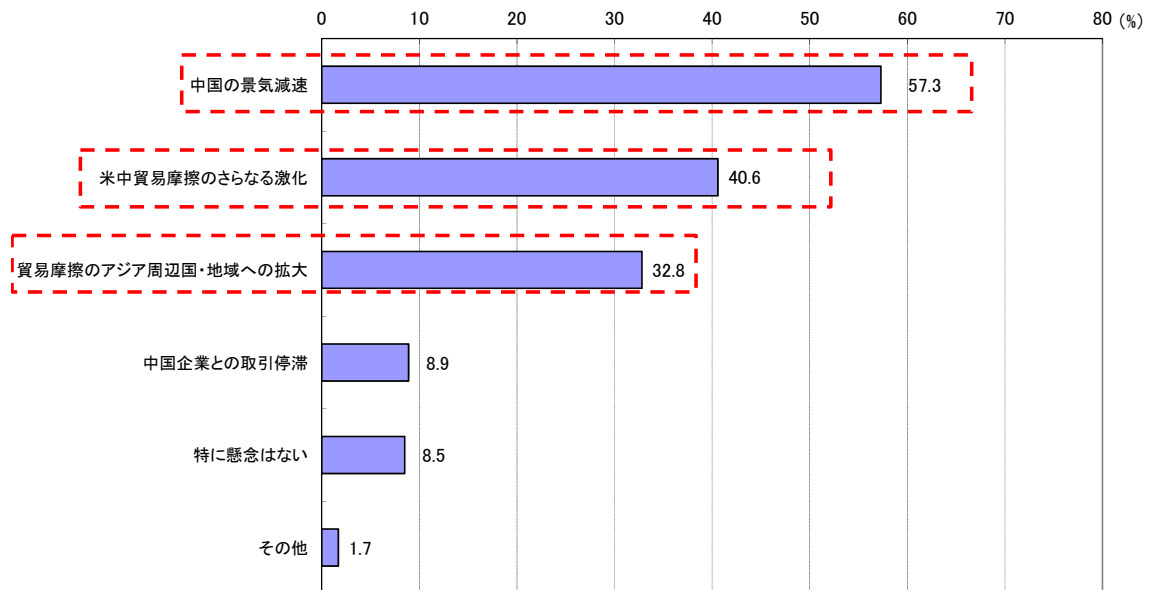


（資料）みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

米中貿易摩擦の今後の懸念についてみると、「中国の景気減速」が57.3%、「米中貿易摩擦のさらなる激化」が40.6%、「貿易摩擦のアジア周辺国・地域への拡大」が32.8%の順となり、貿易摩擦持続がさらなる中国の景気減速を進めたり、摩擦が周辺国に拡大したりする展開が懸念されている（図表9）。

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。

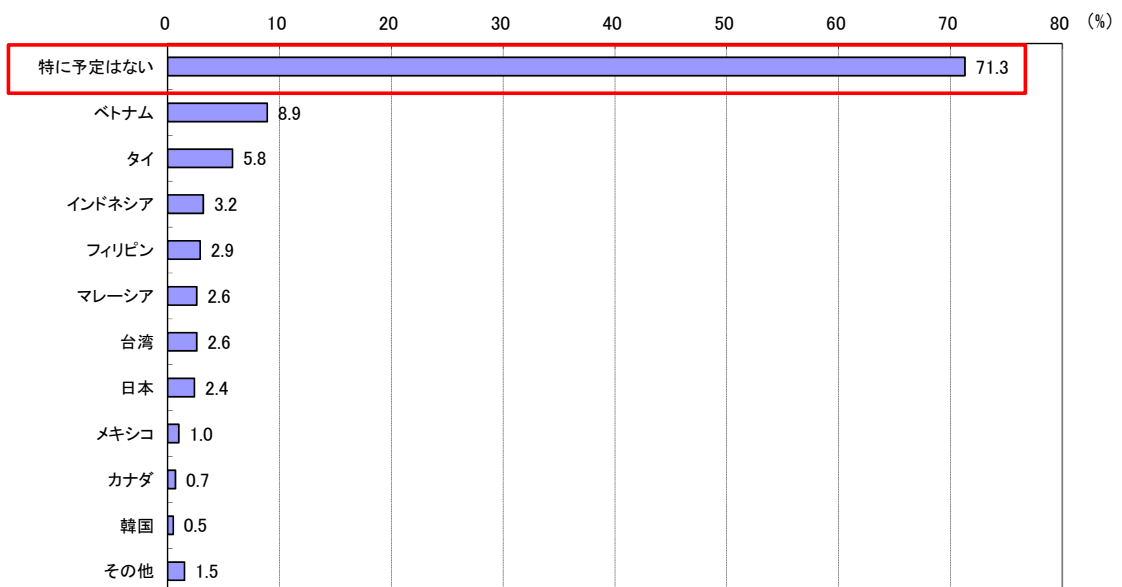
図表 9 米中貿易摩擦の今後の懸念（複数回答）



(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」

一方で、「中国に替わる対米輸出拠点として検討している国・地域」という問いに対しては、71.3%が「特に予定はない」と回答している。ベトナムが8.9%、タイが5.8%で続くも、代替輸出先を検討している企業は少数であることがうかがえた（図表 10）。

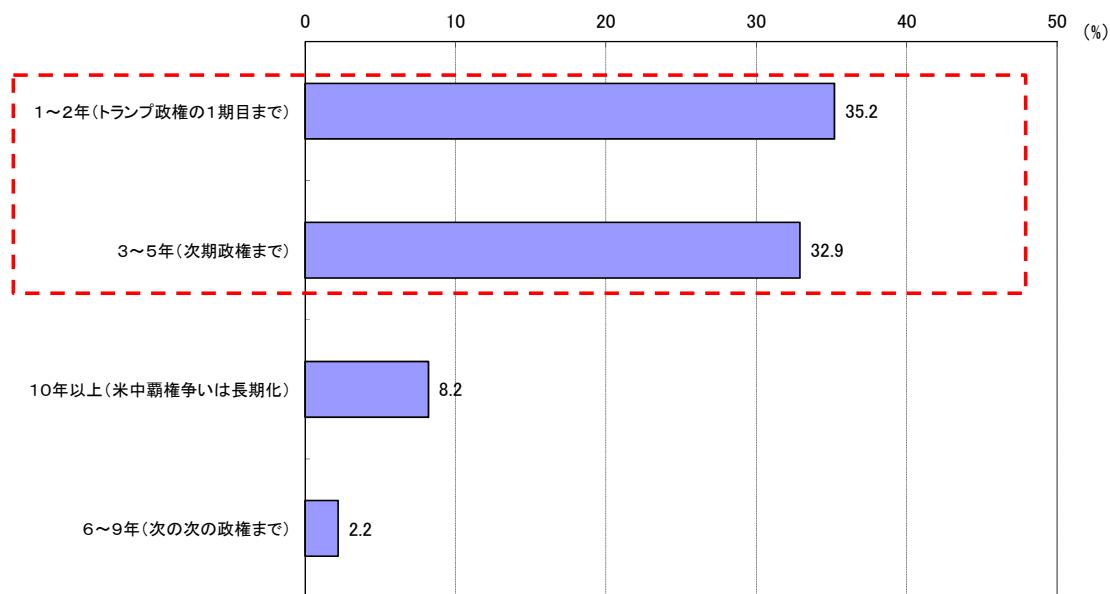
図表 10 中国に替わる対米輸出拠点として検討している国・地域（複数回答）



(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」

「米中貿易摩擦はどれくらいの間続くと考えるか」という質問に対しては、「1～2年（トランプ政権の1期目まで）」と答えたのは35.2%、「3～5年（次期政権まで）」と答えたのは32.9%だった（図表 11）。このことから、米中貿易摩擦が短期的に収束するか、トランプ大統領の再選もしくは、政権交代後まで中長期化するのか、思いあぐねている様子うかがえた。

図表 11 米中貿易摩擦はどれくらいの間続くと考えるか



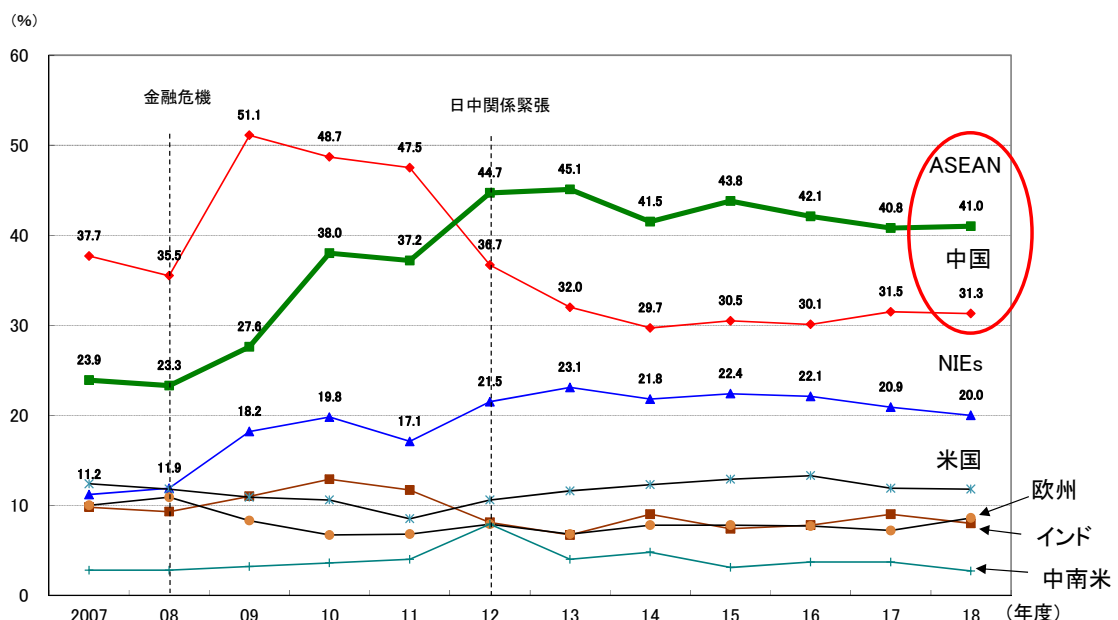
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

4. 今後の注力先はASEAN、中国の順。市場拡大期待は横ばいも、ベトナム、華南に期待

全企業（1,072社）に対して、日本企業の海外展開における「今後最も力を入れていく予定の地域」を質問している。日中関係が緊張した2012年度調査以降は主たる注力先が中国からASEANにシフトしているが、2018年度も日本企業のASEAN重視の姿勢は変わらず、回答率はほぼ横ばいであった（41.0%（前回比0.2%ポイント上昇））。2位中国（31.3%（同0.2%ポイント低下））の回答率もほぼ横ばいであり、中国の景気減速や米中貿易摩擦の顕在化する外部環境下でも、中国への関心は維持されたと評価できよう（図表12）。3位NIEs（20.0%、同0.9%ポイント低下）、4位米国（11.8%（同0.1%ポイント低下）、5位欧州（8.6%（同1.4%ポイント上昇））、6位インド（8.0%（同1.0%ポイント低下））の回答率もほぼ横ばいだった。

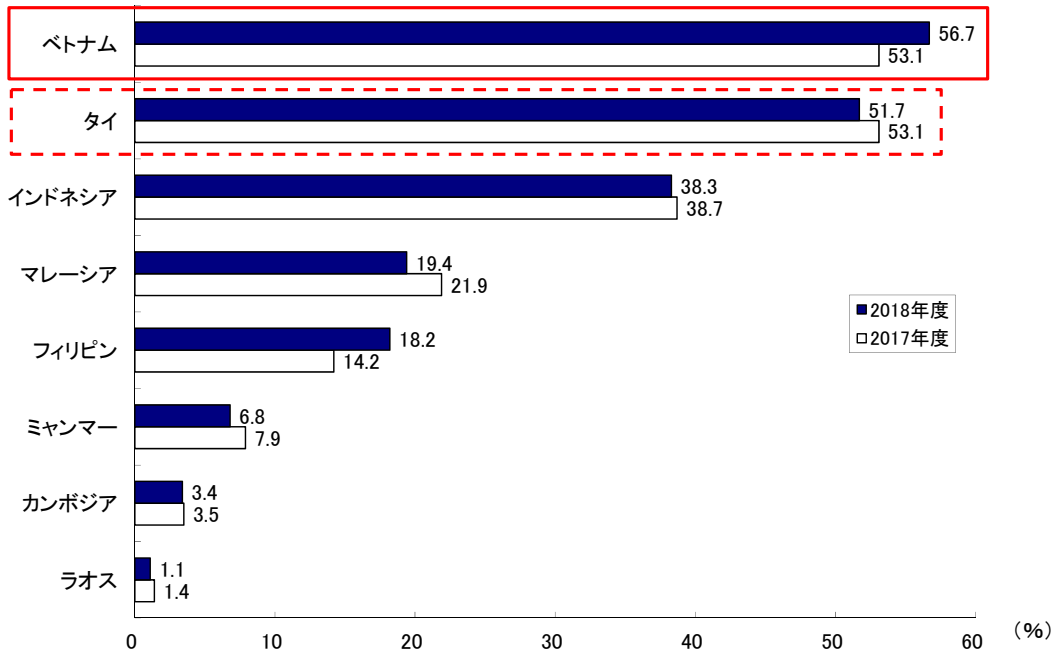
図表12でASEANに最も力を入れていくと回答した企業にASEAN5（タイ、インドネシア、ベトナム、マレーシア、フィリピン）とCLM（カンボジア、ラオス、ミャンマー）の8カ国の中から国別の選択を求めたところ、ベトナムの回答率が3.6%ポイント上昇し、タイを上回った点が注目される（図表13）。産業集積が進む中国に比較的に近いという地理的優位性、投資インセンティブ、労働コスト、政治の安定性などの面から、ベトナムの投資環境が相対的に高く評価されていることが理由に挙げられる。また、環太平洋パートナーシップに関する包括的および先進的な協定（CPTPP、通称TPP11）が2018年12月30日に発効し、その加盟国であるベトナムは、輸出拠点と成長市場の両面で投資環境のさらなる改善が期待できることも、回答率上昇の一因に挙げられる。

図表 12 日本企業の「今後最も力を入れていく予定の地域」（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」

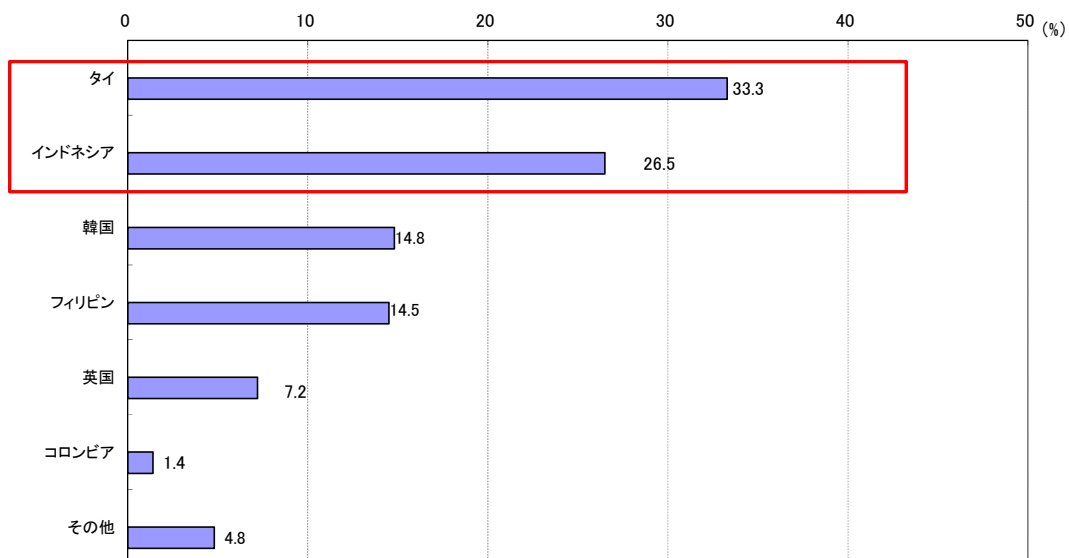
図表 13 今後最も力を入れていく予定の地域の ASEAN の内訳（複数回答）



(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」

なお、今回調査で TPP11 への新規加盟を望む国について問うたところ、タイが 33.3%、インドネシアが 26.5% で続き、ベトナムに続いて ASEAN 主要国の新規加盟への期待が高いという結果となった(図表 14)。

図表 14 TPP11 への新規加盟を望む国（複数回答）

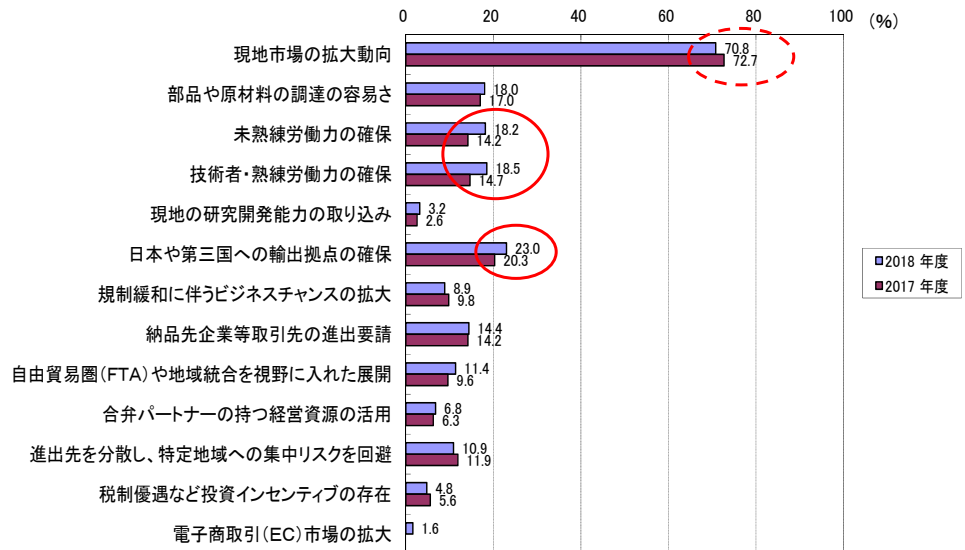


(注) タイ、インドネシア、フィリピン、韓国、英国、コロンビア、その他から回答を求めた。

(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」

今後最も力を入れていく判断材料をみると、ASEAN では「現地市場の拡大動向」が最多となるも、回答率は横ばいであった（図表 15）。

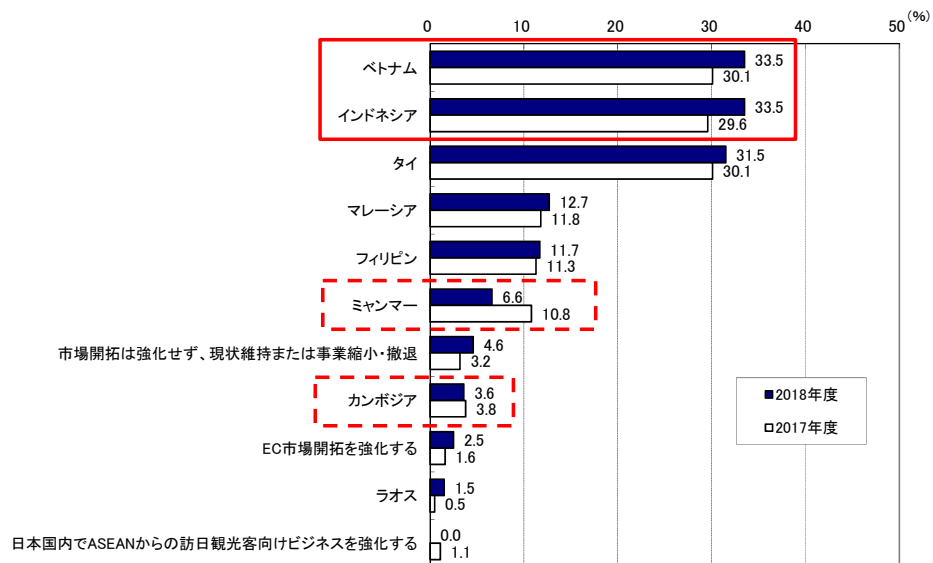
図表 15 今後最も力を入れていく判断材料（ASEAN、複数回答）



(注) 2018年度から、電子商取引 (EC) の拡大を加えた。
 (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」

ASEAN 進出企業（184 社）に今後 2～3 年の間に市場開拓を強化する地域を問うと、高成長が続くベトナムと ASEAN 地域で圧倒的な内需の厚みを擁するインドネシアの回答率が上昇した。他方で、人権問題などから国際批判を受けるミャンマー・カンボジアの回答率は低下し、ASEAN 域内の選別が進んでる様子がうかがえる（図表 16）。

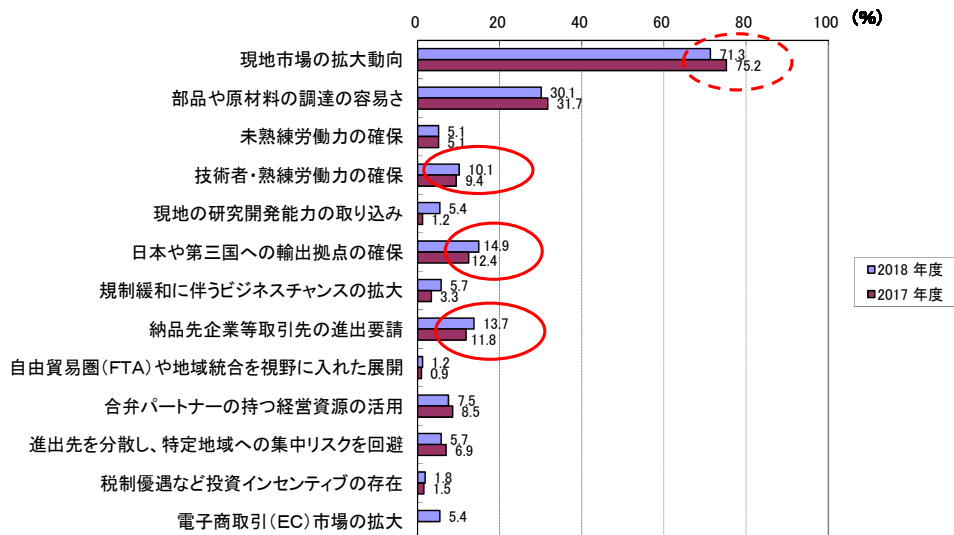
図表 16 今後 2～3 年の間に市場開拓する地域（ASEAN、複数回答）



(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」

今後最も力を入れていく判断材料は、中国でも「現地市場の拡大動向」となり、回答率もまた横ばいであった（図表 17）。

図表 17 今後最も力を入れていく判断材料（中国、複数回答）

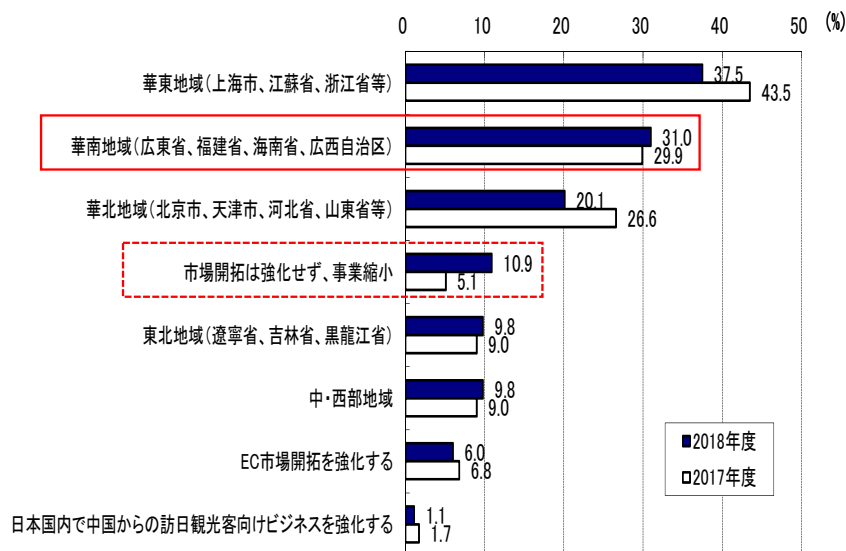


(注) 2018年度から、電子商取引 (EC) の拡大を加えた。

(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」

中国進出企業（184社）に今後2～3年の間に市場開拓を強化する地域を問うと、ハイテク製造業が集積する深センなどを擁する華南地域の市場開拓の回答率が上昇した。他方で、市場開拓は強化せず、事業縮小の回答率がにわかには高まっていることには留意が必要である（図表 18）。

図表 18 今後2～3年の間に市場開拓する地域（中国、複数回答）



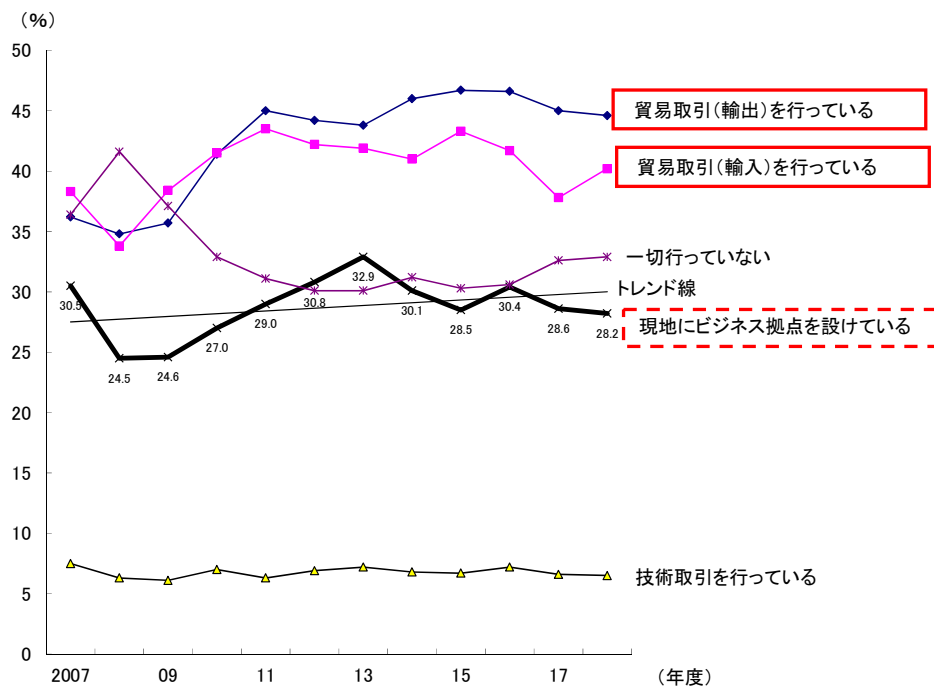
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

5. ASEAN・インド拠点数は増加が続くも、新規投資マインドはやや弱含み基盤強化傾向

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、全企業（1,072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」と回答、ビジネスの内訳をみると、「輸出を行っている」が44.6%（前回比0.4%ポイント低下）、「輸入を行っている」が40.2%（同2.4%ポイント上昇）、「現地にビジネス拠点を設けている」が28.2%（同0.4%ポイント低下）、「技術取引を行っている」が6.5%（同0.1%ポイント低下）となった。

調査結果を時系列でみると、「輸出を行っている」と「輸入を行っている」の回答率は横ばいとなっている一方で、「現地にビジネス拠点を設けている」の回答率は若干の下振れ傾向となっており（図表19）、直接投資のマインドは、やや弱含んでいる様子がうかがえる。

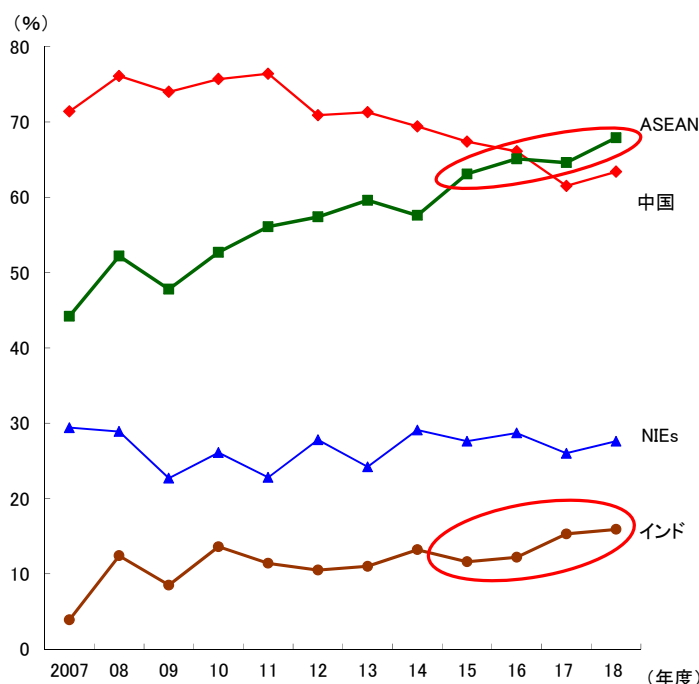
図表 19 アジアビジネスの取り組み状況の推移（複数回答）



(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 19 で「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ている。時系列でみると、中国の回答率は2012年度より低下傾向が続いている一方、ASEANの回答率は上昇基調にあり、2017年度以降は中国を上回っている（図表 20）。また、インドの回答率も上昇傾向が続いている。中国一極集中から中国・ASEANの二極体制が構築され、さらにインドへの集積が進み始めている様子がうかがえる。

図表 20 アジアの国・地域別拠点設置状況の推移（複数回答）



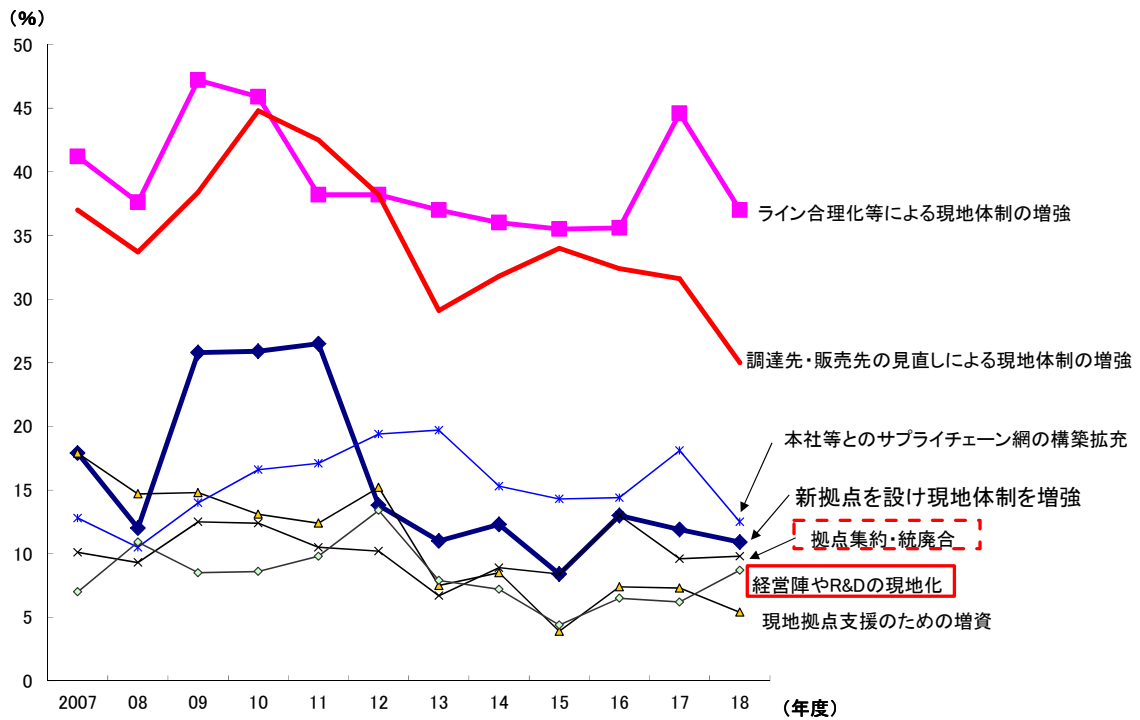
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

中国、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 21~24 は、各拠点毎に、回答率が高い項目を時系列で示したものである。

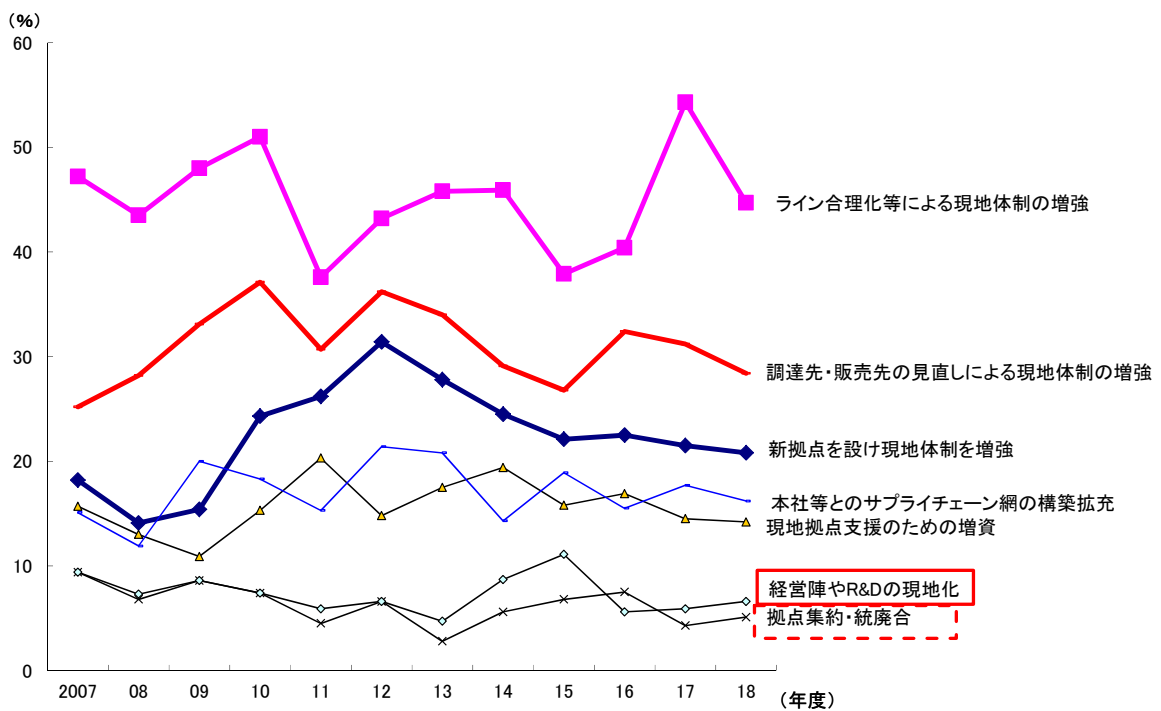
その結果は、中国、ASEAN、インドでは「ライン合理化等による現地体制の増強」が1位、NIEsでは「調達先・販売先の見直しによる現地体制の増強」が1位となり、既存拠点の採算性確保が引き続き優先的な課題になっている様子がうかがえる。

また、中国、ASEANでは、回答率は低いも「経営人やR&Dの現地化」や「拠点集約・統廃合」が揃って上昇しており、現地における経営基盤の強化や合理化に注力している様子がうかがえる。インドでは、「現地拠点支援のための増資」、「本社とのサプライチェーン網の構築拡充」、「経営陣やR&Dの現地化」が上昇しており、インド拠点の経営基盤と本社との連携強化の動きがみてとれる。

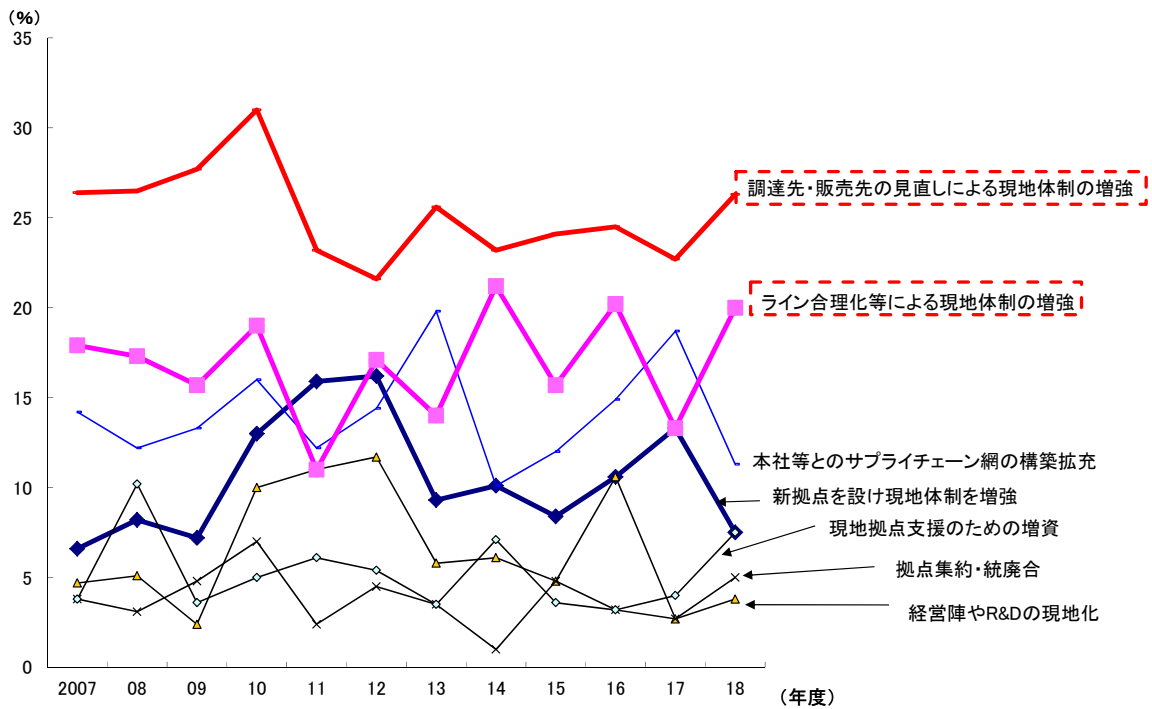
図表 21 中国拠点における日本企業の「今後の取り組み」トレンド



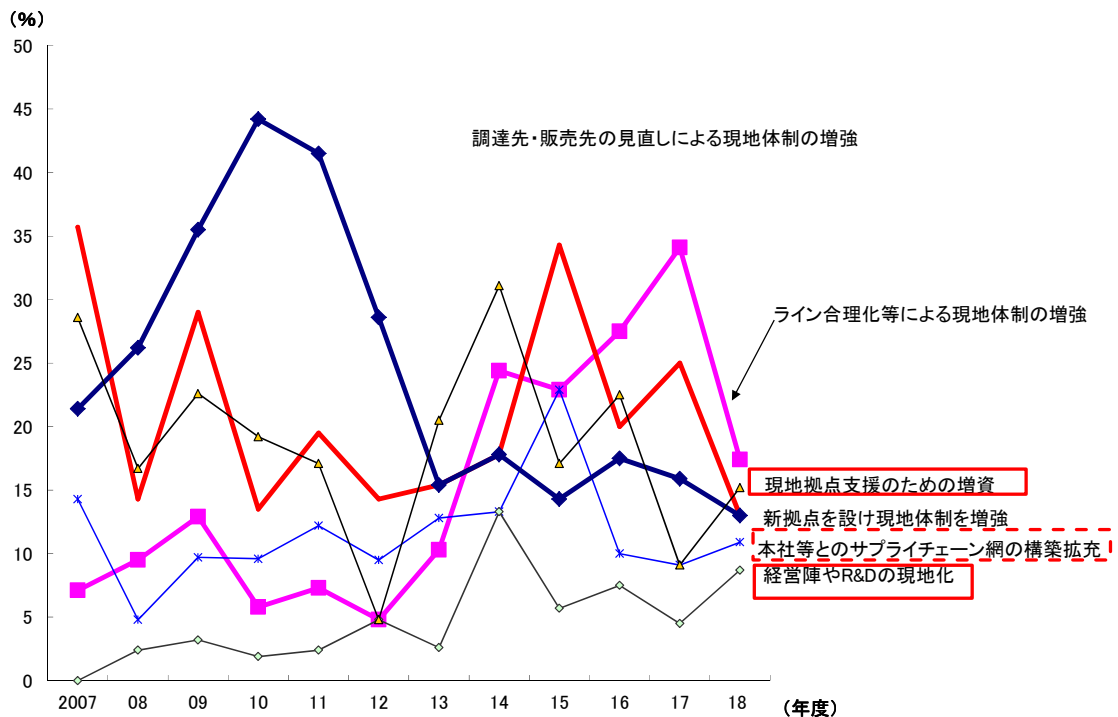
図表 22 ASEAN 拠点における日本企業の「今後の取り組み」トレンド



図表 23 NIEs 拠点における日本企業の「今後の取り組み」トレンド



図表 24 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



6. アンケート結果を踏まえたアジアビジネスの方向性

今回のアジアビジネスアンケート結果を踏まえて、2019年度の日本企業のアジアビジネスの方向性について考えてみたい。

第1に、中国への期待は景気減速下でも引き続き高いが、基盤強化の姿勢が強まると見込まれる。

今回の調査では、米中貿易摩擦の直接的な影響は限定的だが、取引先中国企業の業績悪化という間接的な影響を受けており、貿易摩擦が、中国の景気減速を進めたり、摩擦が周辺国に拡大したりする展開を懸念している様子が見えかけた。そのような経済環境下においても、今後の注力先として中国の回答率が横ばいとなったことは、中国への期待が引き続き高く、市場としての重要性が高いことの証左といえよう。他方で、中国拠点の収益下ぶれ懸念が続く中で、事業縮小・撤退を検討する企業も一部にみられ、輸出依存度の高いASEANを含め、経営陣やR&Dの現地化、拠点集約・統合など、基盤強化の姿勢が強まると見込まれる。

第2に、米中貿易摩擦に対しては、新たなASEANへの生産拠点移転の動きは限定的で、中国拠点の生産を調整しつつも、ASEAN拠点の増産で乗り越える算段と見込まれる。

アンケートからは、米中貿易摩擦が当面続くと思われ一方で、対米輸出先をASEANに新たに切り替える動きは、ベトナム・タイなどで一部みられるものの限定的であった。背景には、日本企業の多くが2012年に日中関係が悪化して以降、アジアにおける中国一極生産体制から、既に中国とASEANの2極生産体制の移行に注力してきたことがあると考えられる。景気が減速しているとはいえ市場としての中国の重要性は高く、日中政府間関係も正常化に向かっていることなどから、米中貿易摩擦が収束するまでの間は中国拠点の増産抑制、ASEAN拠点の増産で、米中貿易摩擦を乗り越えようという算段と考えられる。

第3に、日本企業の対アジア直接投資マインドは弱含み、ASEANではベトナムやインドネシア、中国では華南などの選抜が進むと見込まれる。

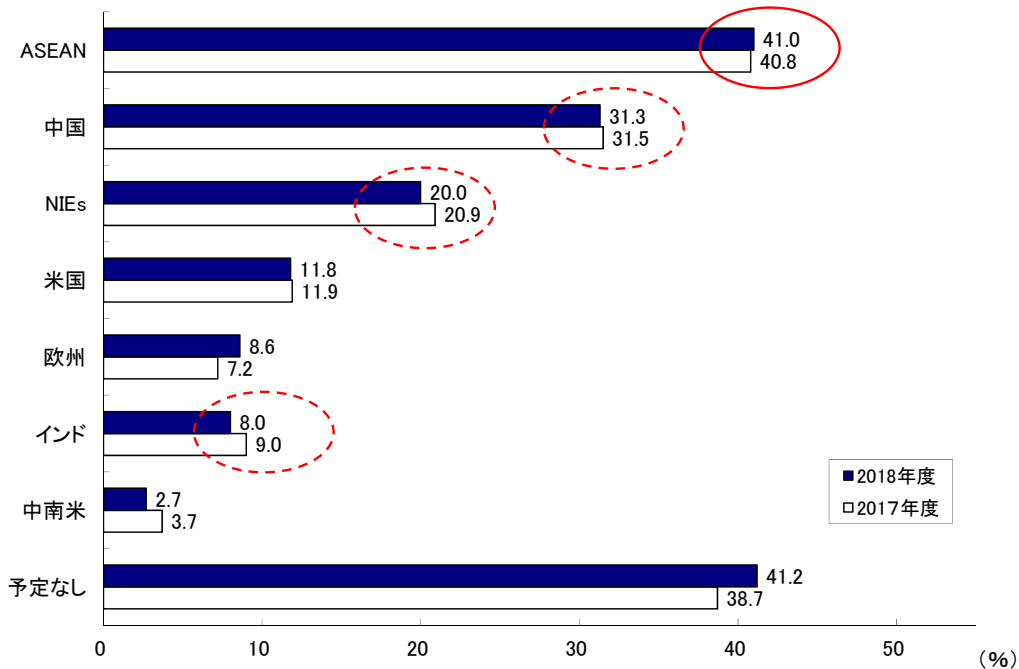
世界・アジアの景気先行き不透明感が残るなか、直接投資マインドはやや弱含んでいる様子が見えかけた。他方で、ASEANの内訳をみるとベトナムへの関心が高まっている。ベトナムは、高成長が続いているうえに対米関係も比較的良好であり、米中貿易摩擦が一定の追い風になっている面がある。市場開拓先としては、内需の圧倒的な厚みのあるインドネシアへの関心は高まったが、人権問題などで国際批判を受けるミャンマー、カンボジアへの関心は伸び悩むなどASEAN域内で対応が分かれた。中国では、イノベーションハブとなった華南や内陸部への関心は上昇するも華東・華北への関心は低下するなどこちらも中国内で対応が分かれ、直接投資・市場開拓先の選別が進む状況が続くと見込まれる。

(資料編)

1. 国際ビジネスを展開する上での注力地域（全企業（1,072社）の回答）

(1) ASEANが最注力先の地位を維持、中国・NIEs・インドは回答率は低下

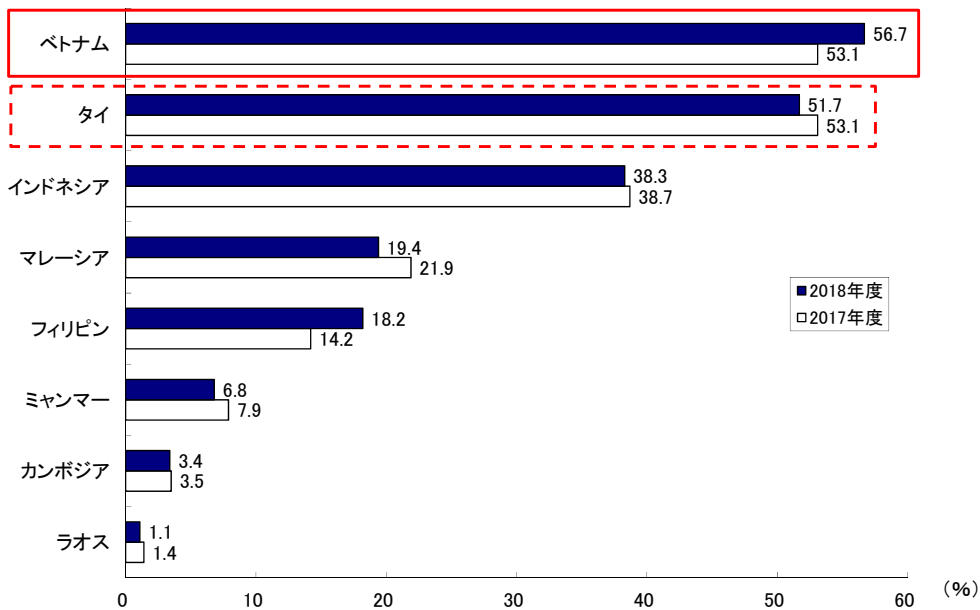
図表 25 日本企業の「今後最も力を入れていく予定の地域」（複数回答）



(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」

(2) ASEANの国別ではベトナムの回答率が上昇、タイの回答率が低下

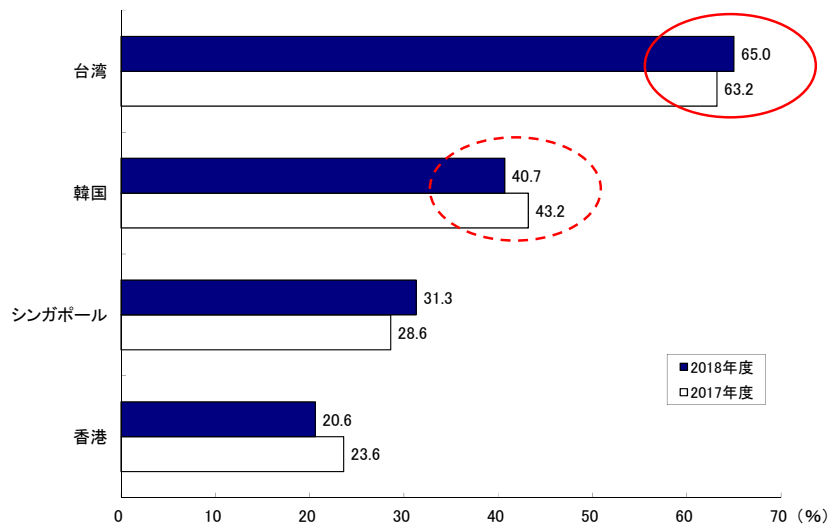
図表 26 今後最も力を入れていく予定の地域のASEANの内訳（複数回答）



(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」

(3) NIEs では台湾の回答率が上昇、韓国の回答率が低下

図表 27 今後最も力を入れていく予定の地域の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」

(4) ASEAN を最重視、中国を2番目に重視する業種が多いが、繊維や電機の回答率は共に低下

図表 28 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: %)

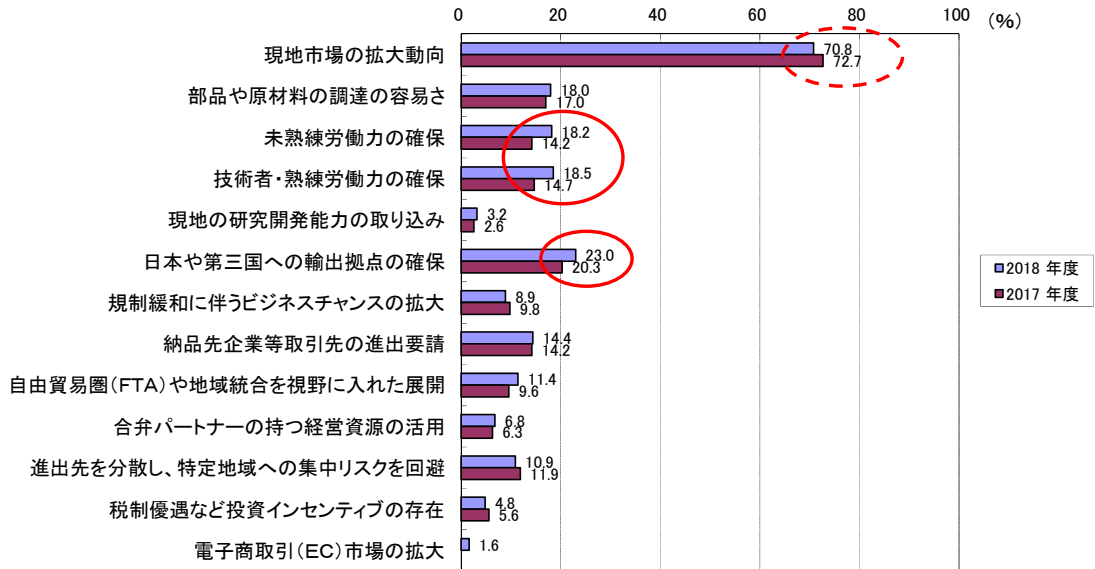
		ASEAN	中国	NIEs	インド	米国	欧州	中南米
織 維	2018年度(A)	50.0	33.3	19.4	2.8	8.3	8.3	2.8
	2017年度(B)	69.7	42.4	12.1	12.1	9.1	15.2	0.0
	(A)-(B)	▲ 19.7	▲ 9.1	▲ 7.3	▲ 9.3	▲ 0.8	▲ 6.9	2.8
一 般 機 械	2018年度(A)	51.6	36.9	26.8	12.1	11.5	10.8	3.8
	2016年度(B)	47.7	40.9	28.2	15.4	13.4	8.1	2.7
	(A)-(B)	▲ 3.9	▲ 4.0	▲ 1.4	▲ 3.3	▲ 1.9	2.7	1.1
化 学	2018年度(A)	51.9	57.0	35.4	13.9	19.0	13.9	3.8
	2017年度(B)	51.5	54.5	33.3	18.2	10.6	15.2	6.1
	(A)-(B)	0.4	2.5	2.1	▲ 4.3	8.4	▲ 1.3	▲ 2.3
食 料 品	2018年度(A)	35.0	32.5	29.3	1.6	13.0	4.9	0.0
	2017年度(B)	39.1	30.5	33.6	0.0	16.4	3.1	3.1
	(A)-(B)	▲ 4.1	2.0	▲ 4.3	1.6	▲ 3.4	1.8	▲ 3.1
精 密 機 械	2018年度(A)	54.8	58.1	48.4	19.4	19.4	9.7	3.2
	2017年度(B)	56.7	46.7	40.0	23.3	23.3	13.3	6.7
	(A)-(B)	▲ 1.9	▲ 11.4	8.4	▲ 3.9	▲ 3.9	▲ 3.6	▲ 3.5
輸 送 機 械	2018年度(A)	46.9	30.6	4.1	16.3	26.5	10.2	8.2
	2017年度(B)	43.2	31.8	4.5	22.7	18.2	11.4	4.5
	(A)-(B)	▲ 3.7	▲ 1.2	▲ 0.4	▲ 6.4	8.3	▲ 1.2	3.7
鉄 鋼	2018年度(A)	38.5	23.1	10.3	10.3	20.5	7.7	7.7
	2017年度(B)	35.5	16.1	3.2	12.9	12.9	6.5	12.9
	(A)-(B)	3.0	▲ 7.0	7.1	▲ 2.6	7.6	1.2	▲ 5.2
金 属 製 品	2018年度(A)	37.9	24.2	9.8	6.1	9.8	5.3	0.8
	2017年度(B)	34.7	22.4	15.6	7.5	12.2	6.8	6.8
	(A)-(B)	3.2	1.8	▲ 5.8	▲ 1.4	▲ 2.4	▲ 1.5	▲ 6.0
電 気 機 械	2018年度(A)	43.4	29.3	22.2	7.1	11.1	10.1	2.0
	2017年度(B)	49.4	41.4	21.8	10.3	11.5	6.9	2.3
	(A)-(B)	▲ 6.0	▲ 12.1	0.4	▲ 3.2	▲ 0.4	3.2	▲ 0.3
非 鉄	2018年度(A)	55.0	30.0	30.0	15.0	5.0	5.0	5.0
	2017年度(B)	34.8	30.4	4.3	13.0	4.3	0.0	8.7
	(A)-(B)	20.2	▲ 0.4	25.7	2.0	0.7	5.0	▲ 3.7
大 企 業	2018年度(A)	70.5	48.6	29.5	25.7	29.5	25.7	5.7
	2017年度(B)	72.3	44.7	25.5	25.5	24.5	19.1	6.4
	(A)-(B)	▲ 1.8	3.9	4.0	0.2	5.0	6.6	▲ 0.7
中 堅・中 小 企 業	2018年度(A)	37.7	29.4	18.9	6.1	9.8	6.7	2.4
	2017年度(B)	37.7	30.2	20.5	7.4	10.6	6.1	3.4
	(A)-(B)	0.1	▲ 0.8	▲ 1.5	▲ 1.3	▲ 0.8	0.7	▲ 1.1

(注) 業種のなかで最多回答と2番目に多い回答に網掛け

(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」

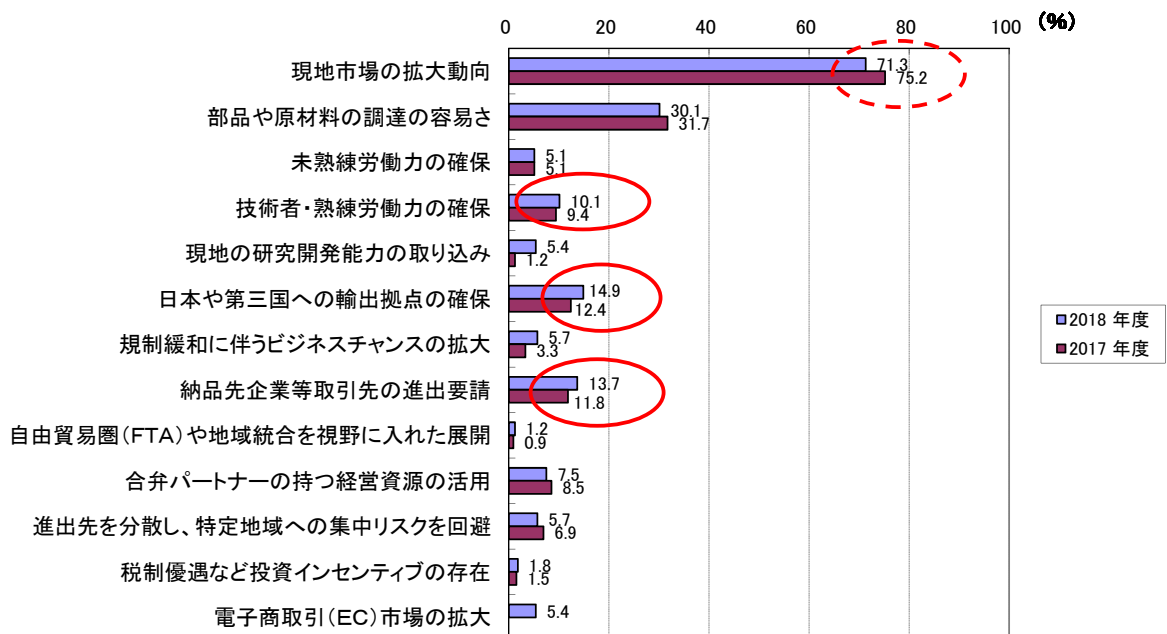
(5) アジア重視の理由はいずれの地域でも「現地市場の拡大動向」だがインド以外は回答率が低下

図表 29 今後最も力を入れていく判断材料 (ASEAN・複数回答)



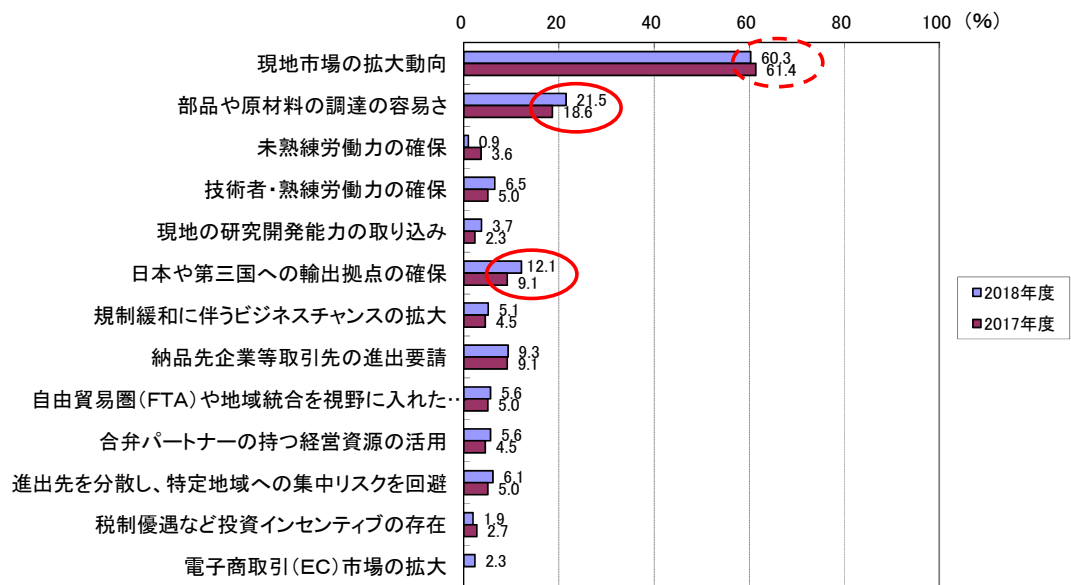
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

図表 30 今後最も力を入れていく判断材料 (中国・複数回答)



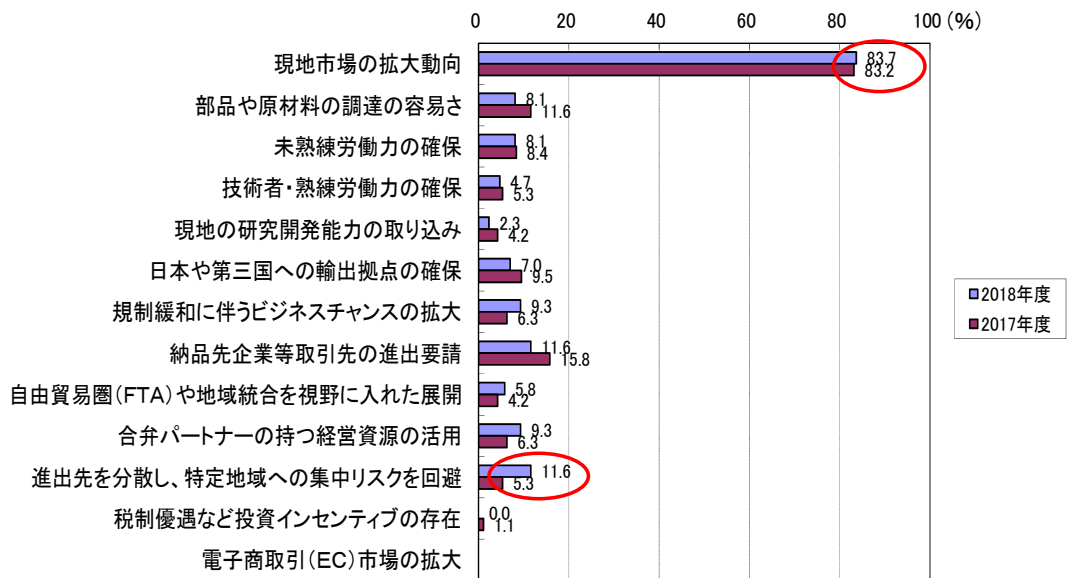
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

図表 31 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」

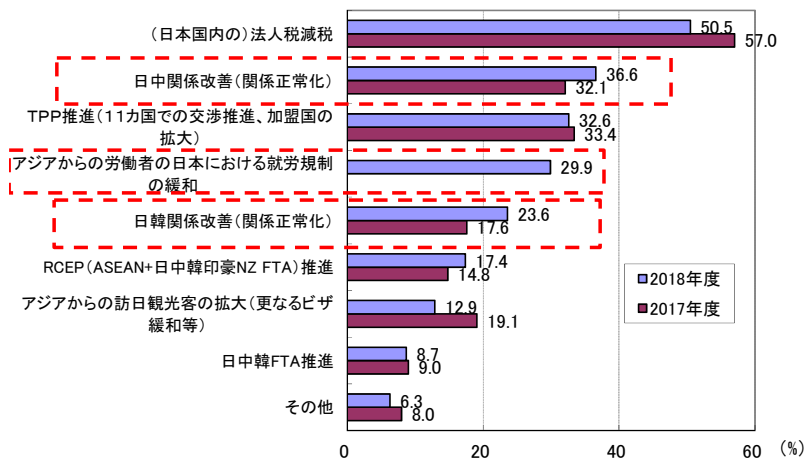
図表 32 今後最も力を入れていく判断材料 (インド・複数回答)



(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」

2. アジアビジネスに関する安倍政権への期待（全企業（1,072社）の回答）

図表 33 日本企業の「安倍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」

3. 製品売上・調達（アジアビジネス実施企業（719社）の回答）

(1) 中国においては2019年度の売上は、2018年度より下振れを見込む

図表 34 アジアにおける自社製品の2018年度・2019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	2019年度(A)	17.5	20.1	34.2	17.5	10.6	43.7
	2018年度(B)	22.5	19.1	32.7	13.9	11.8	48.6
	(A)-(B)	▲ 5.0	1.0	1.5	3.6	▲ 1.2	▲ 4.9
イ ン ド	2019年度(A)	23.3	24.4	42.2	8.9	1.1	79.9
	2018年度(B)	23.9	20.7	39.1	10.9	5.4	67.4
	(A)-(B)	▲ 0.6	3.7	3.1	▲ 2.0	▲ 4.3	12.5
ベ ト ナ ム	2019年度(A)	20.1	24.3	43.8	6.9	4.9	76.4
	2018年度(B)	17.7	22.0	48.2	5.7	6.4	87.4
	(A)-(B)	2.4	2.3	▲ 4.4	1.2	▲ 1.5	0.6
イ ン ド ネ シ ア	2019年度(A)	21.8	21.8	40.6	12.0	3.8	68.4
	2018年度(B)	19.7	21.2	37.2	9.5	12.4	56.2
	(A)-(B)	2.1	0.6	3.4	2.5	▲ 8.6	12.2
タ イ	2019年度(A)	15.9	21.8	47.3	11.8	3.2	70.0
	2018年度(B)	17.3	20.5	45.5	8.2	8.6	66.5
	(A)-(B)	▲ 1.4	1.3	1.8	3.6	▲ 5.4	3.5
マ レ ー シ ア	2019年度(A)	7.9	19.8	52.5	17.8	2.0	60.4
	2018年度(B)	10.1	18.2	53.5	12.1	6.1	63.6
	(A)-(B)	▲ 2.2	1.6	▲ 1.0	5.7	▲ 4.1	▲ 3.2
フ ィ リ ピ ン	2019年度(A)	15.5	16.7	44.0	16.7	7.1	52.4
	2018年度(B)	13.8	11.5	47.1	14.9	12.6	44.9
	(A)-(B)	1.7	5.2	▲ 3.1	1.8	▲ 5.5	7.5
シ ン ガ ポ ール	2019年度(A)	6.9	20.8	51.5	13.9	6.9	58.4
	2018年度(B)	10.0	15.0	46.0	19.0	10.0	42.0
	(A)-(B)	▲ 3.1	5.8	5.5	▲ 5.1	▲ 3.1	16.4
台 湾	2019年度(A)	8.5	23.9	50.7	8.5	8.5	66.1
	2018年度(B)	12.9	19.1	45.4	9.3	13.4	54.7
	(A)-(B)	▲ 4.4	4.8	5.3	▲ 0.8	▲ 4.9	11.4
韓 国	2019年度(A)	9.3	17.0	42.3	21.4	9.9	37.3
	2018年度(B)	11.1	17.2	38.3	17.8	15.6	33.2
	(A)-(B)	▲ 1.8	▲ 0.2	4.0	3.6	▲ 5.7	4.1
香 港	2019年度(A)	3.9	15.7	46.1	24.5	9.8	31.4
	2018年度(B)	7.0	13.0	46.0	20.0	14.0	32.0
	(A)-(B)	▲ 3.1	2.7	0.1	4.5	▲ 4.2	▲ 0.6

(注) 最大の回答率があった部分を網掛け。

(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、ベトナム、マレーシアなどで2018年度の売上見通しが下ぶれ

図表 35 2017年度調査(1年後)と2018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	2018年度調査(A 2018年度の売上見通し)	17.5	54.3	28.1
	2017年度調査(B 2018年度の売上見通し)	28.2	61.2	10.5
	(A)-(B)	▲ 10.7	▲ 6.9	17.6
イ ン ド	2018年度調査(A 2018年度の売上見通し)	23.3	66.6	10.0
	2017年度調査(B 2018年度の売上見通し)	20.5	75.0	4.5
	(A)-(B)	2.8	▲ 8.4	5.5
ベ ト ナ ム	2018年度調査(A 2018年度の売上見通し)	20.1	68.1	11.8
	2017年度調査(B 2018年度の売上見通し)	28.9	64.8	6.3
	(A)-(B)	▲ 8.8	3.3	5.5
イ ン ド ネ シ ア	2018年度調査(A 2018年度の売上見通し)	21.8	62.4	15.8
	2017年度調査(B 2018年度の売上見通し)	20.8	67.4	11.8
	(A)-(B)	1.0	▲ 5.0	4.0
タ イ	2018年度調査(A 2018年度の売上見通し)	15.9	69.1	15.0
	2017年度調査(B 2018年度の売上見通し)	13.4	71.5	15.2
	(A)-(B)	2.5	▲ 2.4	▲ 0.2
マ レ ー シ ア	2018年度調査(A 2018年度の売上見通し)	7.9	72.3	19.8
	2017年度調査(B 2018年度の売上見通し)	13.1	66.7	20.2
	(A)-(B)	▲ 5.2	5.6	▲ 0.4
フ ィ リ ピ ン	2018年度調査(A 2018年度の売上見通し)	15.5	60.7	23.8
	2017年度調査(B 2018年度の売上見通し)	10.8	75.7	13.5
	(A)-(B)	4.7	▲ 15.0	10.3
シ ン ガ ポ ール	2018年度調査(A 2018年度の売上見通し)	6.9	72.3	20.8
	2017年度調査(B 2018年度の売上見通し)	13.4	71.5	15.2
	(A)-(B)	▲ 6.5	0.8	5.6
台 湾	2018年度調査(A 2018年度の売上見通し)	8.5	74.6	17.0
	2017年度調査(B 2018年度の売上見通し)	14.4	73.2	12.3
	(A)-(B)	▲ 5.9	1.4	4.7
韓 国	2018年度調査(A 2018年度の売上見通し)	9.3	59.3	31.3
	2017年度調査(B 2018年度の売上見通し)	15.4	61.0	23.7
	(A)-(B)	▲ 6.1	▲ 1.7	7.6
香 港	2018年度調査(A 2018年度の売上見通し)	3.9	61.8	34.3
	2017年度調査(B 2018年度の売上見通し)	12.6	68.9	18.5
	(A)-(B)	▲ 8.7	▲ 7.1	15.8

(注) 最大の回答率があった部分を網掛け。

(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はベトナム・台湾で伸長、その他は鈍化傾向、

図表 36 製品・半製品・部品・原材料の2018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	2018年度(A)	13.3	18.8	35.8	22.5	9.6	35.8
	2017年度(B)	19.2	20.9	36.8	16.7	6.4	53.8
	(A)-(B)	▲ 5.9	▲ 2.1	▲ 1.0	5.8	3.2	▲ 18.0
韓 国	2018年度(A)	16.9	12.3	44.6	12.3	13.8	47.7
	2017年度(B)	16.1	21.0	43.5	12.9	6.5	61.2
	(A)-(B)	0.8	▲ 8.7	1.1	▲ 0.6	7.3	▲ 13.5
台 湾	2018年度(A)	8.5	23.9	50.7	8.5	8.5	66.1
	2017年度(B)	15.7	22.9	40.0	15.7	5.7	57.2
	(A)-(B)	▲ 7.2	1.0	10.7	▲ 7.2	2.8	8.9
タ イ	2018年度(A)	16.9	13.6	47.5	11.9	10.2	55.9
	2017年度(B)	15.5	13.8	51.7	13.8	5.2	62.0
	(A)-(B)	1.4	▲ 0.2	▲ 4.2	▲ 1.9	5.0	▲ 6.1
ベ ト ナ ム	2018年度(A)	23.9	17.9	40.3	11.9	6.0	64.2
	2017年度(B)	27.7	16.9	30.8	16.9	7.7	50.8
	(A)-(B)	▲ 3.8	1.0	9.5	▲ 5.0	▲ 1.7	13.4
イ ン ド ネ シ ア	2018年度(A)	17.9	21.4	32.1	17.9	10.7	42.8
	2017年度(B)	16.1	16.1	51.6	12.9	3.2	67.7
	(A)-(B)	1.8	5.3	▲ 19.5	5.0	7.5	▲ 24.9
マ レ ー シ ア	2018年度(A)	19.4	9.7	38.7	12.9	19.4	35.5
	2017年度(B)	15.0	20.0	40.0	15.0	10.0	50.0
	(A)-(B)	4.4	▲ 10.3	▲ 1.3	▲ 2.1	9.4	▲ 14.5
香 港	2018年度(A)	0.0	12.5	43.8	18.8	25.0	12.5
	2017年度(B)	7.7	15.4	38.5	23.1	15.4	23.1
	(A)-(B)	▲ 7.7	▲ 2.9	5.3	▲ 4.3	9.6	▲ 10.6
フ ィ リ ピ ン	2018年度(A)	26.7	6.7	46.7	0.0	20.0	60.1
	2017年度(B)	18.8	31.3	50.0	0.0	0.0	100.1
	(A)-(B)	7.9	▲ 24.6	▲ 3.3	0.0	20.0	▲ 40.0
イ ン ド	2018年度(A)	43.8	18.8	25.0	6.3	6.3	75.0
	2017年度(B)	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0	100.0
	(A)-(B)	18.8	▲ 6.2	▲ 25.0	6.3	6.3	▲ 25.0
シ ン ガ ポ ール	2018年度(A)	15.4	23.1	30.8	7.7	23.1	38.5
	2017年度(B)	10.0	10.0	60.0	20.0	0.0	60.0
	(A)-(B)	5.4	13.1	▲ 29.2	▲ 12.3	23.1	▲ 21.5

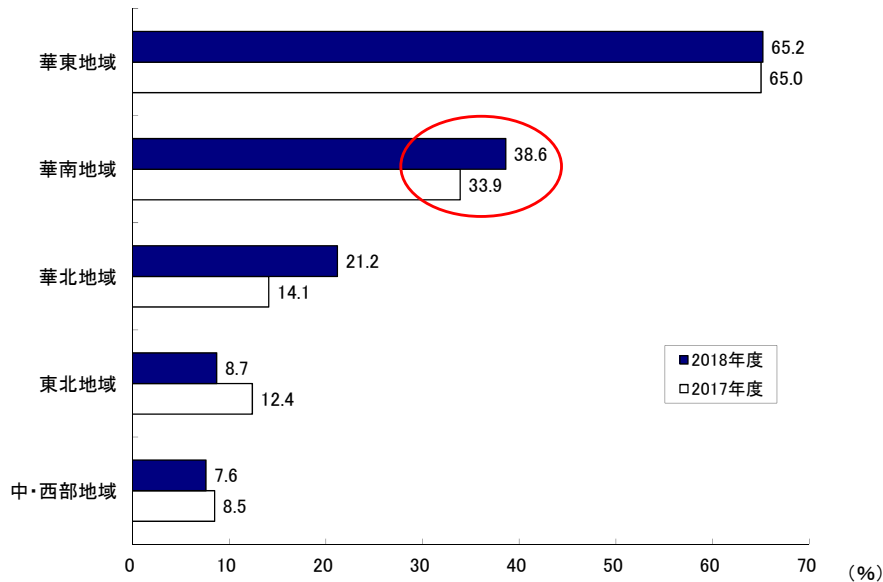
(注) 最大の回答率があった部分を網掛け。

(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. 中国拠点の現状と今後の取り組み（中国進出企業（184社）の回答）

(1) 中国拠点は、華東への集中が続くが、華南地域強化の動きも

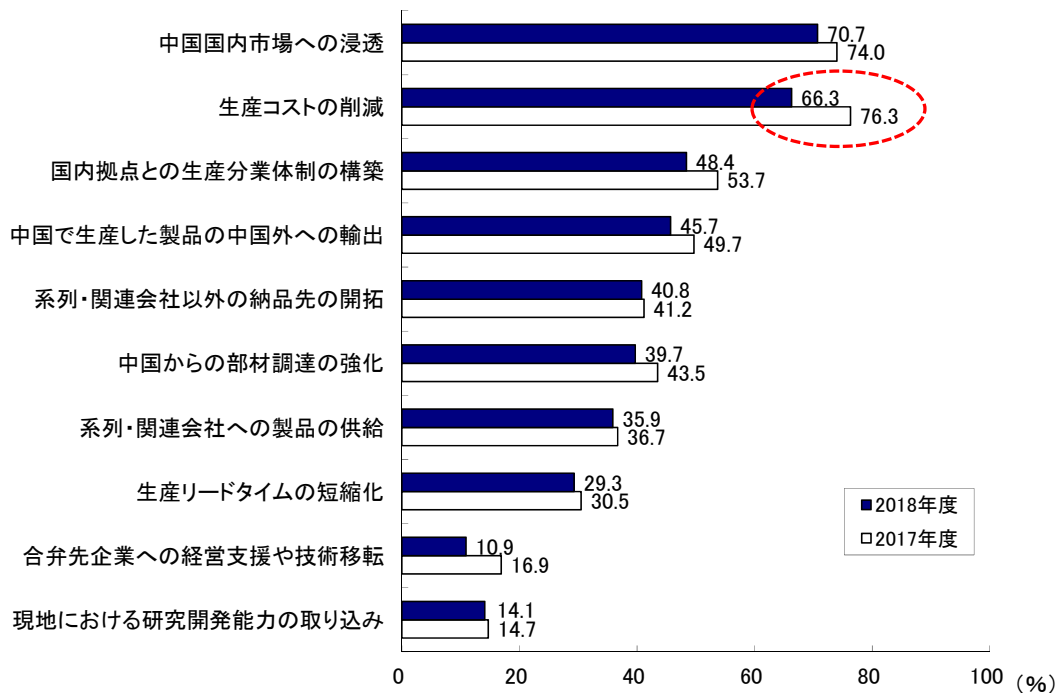
図表 37 中国拠点の設置状況（複数回答）



(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」が首位へ、「生産コスト削減」は低下

図表 38 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「市場浸透」・「生産分業」・「リードタイム短縮化」
で共に上昇、「生産コスト削減」が低下

図表 39 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	2018年度	21.5	38.5	17.7	7.7	12.3	40.0	130
	2017年度	18.3	38.9	19.1	14.5	9.2	33.5	131
生産コストの削減	2018年度	26.7	32.0	41.0	16.4	4.9	37.4	122
	2017年度	26.7	43.7	15.6	8.9	4.4	57.1	135
国内拠点との生産分業体制の構築	2018年度	42.7	39.3	10.1	3.4	3.4	75.2	89
	2017年度	34.7	44.2	12.6	4.2	2.1	72.6	95
中国で生産した製品の中国外への輸出	2018年度	34.5	34.5	11.9	6.0	9.5	53.5	84
	2017年度	34.1	34.1	15.9	5.7	9.1	53.4	88
中国からの部材調達強化	2018年度	23.3	45.2	15.1	6.8	4.1	57.6	73
	2017年度	19.5	46.8	20.8	6.5	5.2	54.6	77
系列・関連会社以外の納品先の開拓	2018年度	13.3	48.0	13.3	9.3	12.0	40.0	75
	2017年度	20.5	45.2	13.7	15.1	4.1	46.5	73
系列・関連会社への製品の供給	2018年度	39.4	34.8	12.1	6.1	3.0	65.1	66
	2017年度	36.9	38.5	16.9	4.6	1.5	69.3	65
生産リードタイムの短縮化	2018年度	33.3	37.0	16.7	7.4	0.0	62.9	54
	2017年度	35.2	35.2	18.5	3.7	5.6	61.1	54
合弁先企業への経営支援や技術移転	2018年度	10.0	30.0	25.0	10.0	10.0	20.0	20
	2017年度	30.0	43.3	16.7	3.3	3.3	66.7	30
現地における研究開発能力の取り込み	2018年度	7.7	26.9	30.8	15.4	11.5	7.7	26
	2017年度	15.4	26.9	38.5	7.7	7.7	26.9	26

(注) 1. 最多回答を網掛け。

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) 経営上の課題は、「自社ブランドの浸透」の重要性が高まる

図表 40 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	
2018年度	1.中国拠点における人材の育成	23.9	48.4	15.2	2.7	3.3	66.3
	2.生産性の向上によるコスト削減の推進	29.3	39.1	15.2	2.7	3.8	61.9
	3.中国市場での販売シェア拡大	32.6	33.7	20.7	5.4	4.3	56.6
	4.中国市場での自社ブランドの浸透	25.5	34.2	21.2	6.5	7.1	46.1
	5.現地調達向上によるコスト削減の推進	21.2	30.4	29.9	5.4	4.3	41.9
	6.コンプライアンスに対応した組織作り	11.4	36.4	37.0	3.8	3.3	40.7
	7.中国市場での販売品の単価増	9.8	28.3	45.7	7.6	3.8	26.7
	8.環境対策・省エネへの対応	12.5	28.8	35.9	12.0	3.3	26.0
	9.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	2.7	32.6	42.4	9.2	4.9	21.2
	10.為替リスクへの対処	10.3	25.5	38.0	9.2	8.7	17.9
	11.知財権侵害状況の把握と対策	7.6	23.4	44.6	9.8	6.0	15.2
	12.サプライヤーに対する指導・育成	3.3	27.2	44.0	9.2	7.1	14.2
	13.中国市場での販売品の製品ラインの拡充	10.3	21.7	41.3	12.0	8.7	11.3
	14.中国で生産した製品の輸出増	9.2	20.7	35.9	12.5	12.5	4.9
	15.ステークホルダーとのコミュニケーション	3.8	14.7	55.4	6.5	10.3	1.7
2017年度	1.中国市場での販売シェア拡大	40.7	38.4	12.4	2.8	4.0	72.3
	2.中国拠点における人材の育成	27.1	49.7	14.7	2.3	2.8	71.7
	3.生産性の向上によるコスト削減の推進	31.1	44.1	12.4	2.8	5.1	67.3
	4.現地調達向上によるコスト削減の推進	20.9	42.4	20.9	4.5	6.2	52.6
	5.中国市場での自社ブランドの浸透	9.6	39.0	39.5	3.4	5.6	39.6
	6.コンプライアンスに対応した組織作り	9.0	41.2	33.3	7.9	2.8	39.5
	7.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	21.5	33.9	24.3	9.6	7.3	38.5
	8.中国市場での販売品の単価増	10.2	37.3	32.8	8.5	8.5	30.5
	9.為替リスクへの対処	6.2	36.7	37.9	7.3	7.9	27.7
	10.中国市場での販売品の製品ラインの拡充	7.3	35.6	34.5	12.4	6.2	24.3
	11.サプライヤーに対する指導・育成	11.3	28.8	37.9	11.3	5.6	23.2
	12.知財権侵害状況の把握と対策	10.2	26.6	34.5	7.3	15.8	13.7
	13.環境対策・省エネへの対応	5.6	27.7	38.4	11.9	10.2	11.2
	14.中国で生産した製品の輸出増	7.9	23.2	41.8	12.4	9.6	9.1
	15.ステークホルダーとのコミュニケーション	3.4	18.6	49.2	15.8	7.3	▲ 1.1

（注）最多回答を網掛け。

（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) 投資環境は、「環境汚染」などで改善、「規制や許認可の透明性」などで悪化を見込む

図表 41 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）

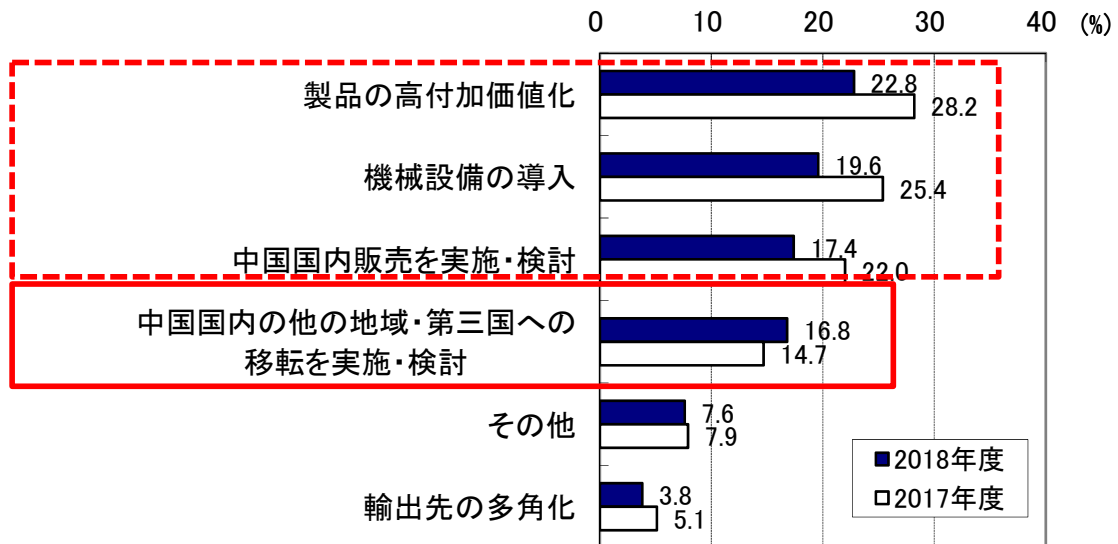
		改善・進展	どちらとも いえない	悪化・後退	DI
2018年度	1.道路、港湾などのインフラ整備	64.7	27.7	0.5	64.2
	2.電力、水、ガスなどの安定供給	51.1	41.8	1.1	50.0
	3.大気や水質などの環境汚染	41.3	31.5	19.0	22.3
	4.法制度の整備・執行力強化	29.3	53.3	10.3	19.0
	5.人民元建て資金の調達手段	19.0	69.6	3.3	15.7
	6.中西部・東北地方の振興政策	16.8	72.3	2.7	14.1
	7.知財権保護のための体制整備	22.3	59.8	12.0	10.3
	8.外資への市場参入規制の緩和	24.5	54.9	14.7	9.8
	9.規制や許認可の透明性	14.7	65.2	13.6	1.1
	10.為替レートの安定	8.7	73.4	11.4	▲2.7
	11.外資への投資インセンティブ	13.0	64.1	16.3	▲3.3
	12.管理職人材の供給量の拡大	8.7	69.6	14.7	▲6.0
	13.電力、水、ガスなどのコスト負担増	14.7	50.5	27.2	▲12.5
	14.ワーカー人材の供給量の拡大	4.3	56.5	31.5	▲27.2
2017年度	1.道路、港湾などのインフラ整備	66.7	28.2	0.6	66.1
	2.電力、水、ガスなどの安定供給	57.6	36.2	0.6	57.0
	3.人民元建て資金の調達手段	28.8	61.0	4.0	24.8
	4.中西部・東北地方の振興政策	29.4	54.8	8.5	20.9
	5.法制度の整備・執行力強化	40.1	31.1	22.0	18.1
	6.知財権保護のための体制整備	20.9	67.8	3.4	17.5
	7.規制や許認可の透明性	19.8	66.7	7.3	12.5
	8.管理職人材の供給量の拡大	15.8	68.4	9.6	6.2
	9.為替レートの安定	16.9	63.3	13.0	3.9
	10.外資への市場参入規制の緩和	14.1	65.0	15.8	▲1.7
	11.電力、水、ガスなどのコスト負担増	19.8	46.9	27.1	▲7.3
	12.大気や水質などの環境汚染	11.9	60.5	20.3	▲8.4
	13.外資への投資インセンティブ	11.3	58.8	22.6	▲11.3
	14.ワーカー人材の供給量の拡大	5.6	48.0	40.1	▲34.5

(注) 最多回答を網掛け。

(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」

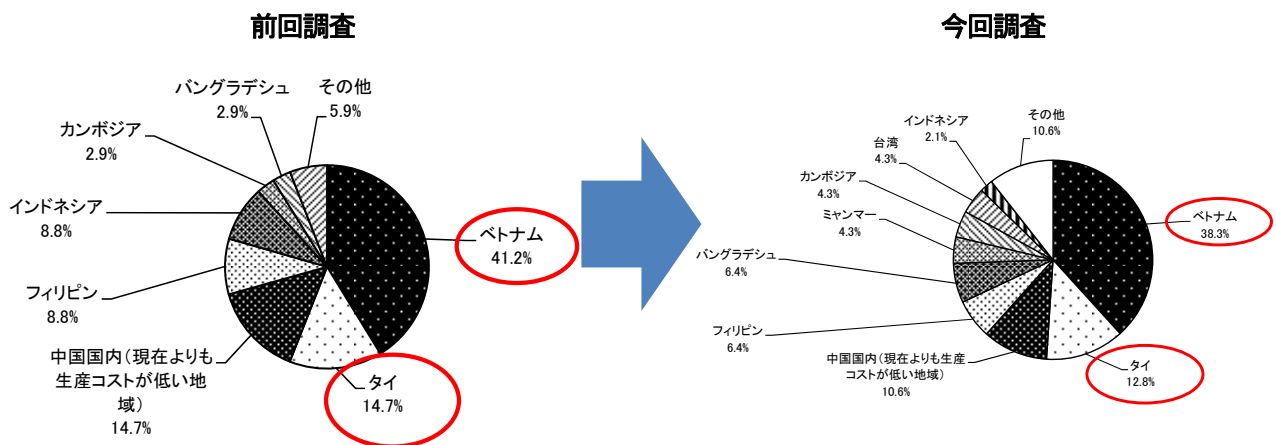
(6) コスト上昇対策として、「第三国などへの移転」が増加、「機械設備導入」などが低下

図表 42 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」

図表 43 移転の実施・検討先（複数回答）

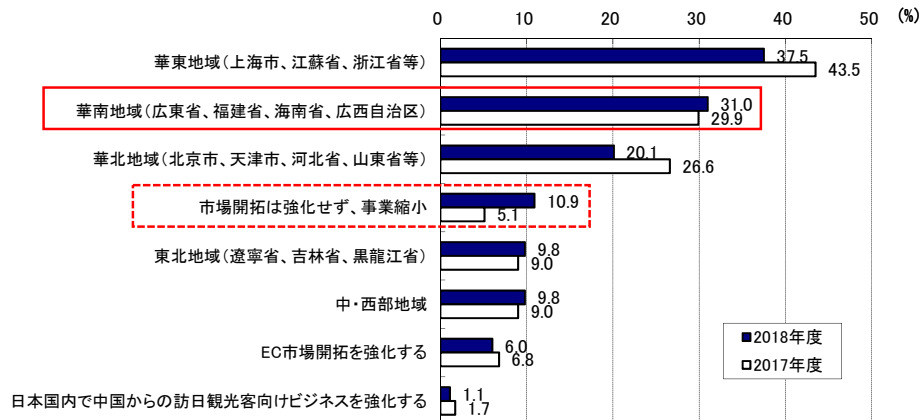


(注) 中国国内（現在よりも生産コストが低い地域）、ASEAN5 カ国（タイ、マレーシア（2018 年度に追加）、インドネシア、フィリピン、ベトナム）、CLM（カンボジア、ラオス、ミャンマー）、バングラデシュ、その他から選択。

(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) 市場開拓は華南地域を強化

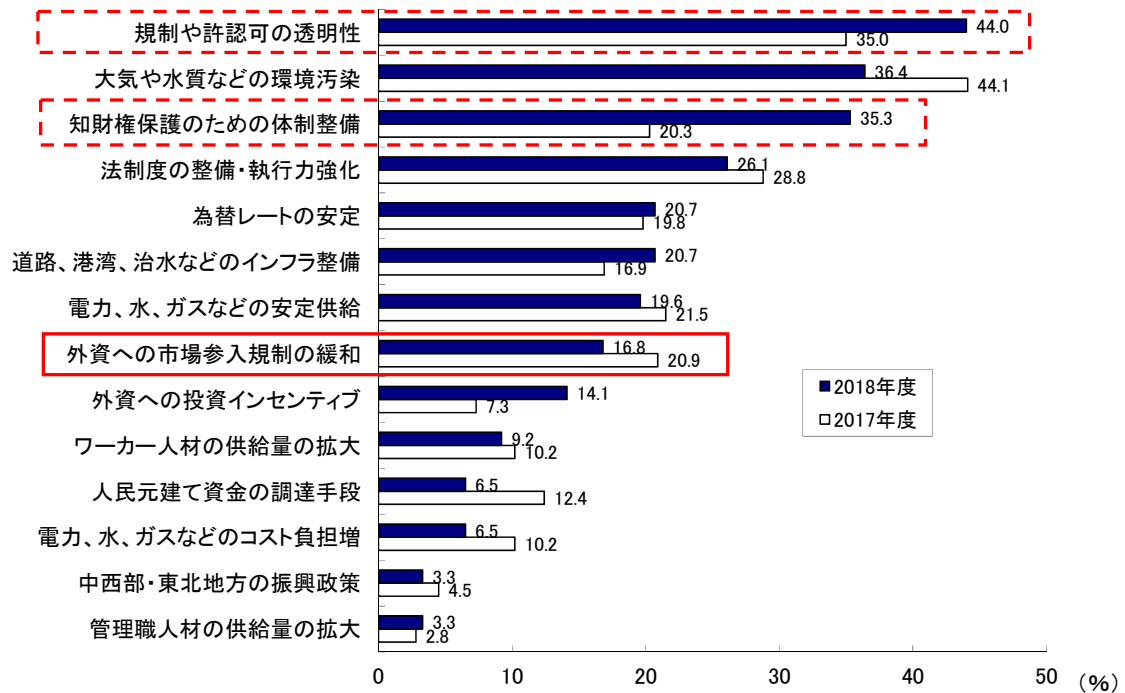
図表 44 今後2~3年、市場開拓を強化する地域・分野（複数回答）



(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」

(8) 中国政府に「法執行」・「外資規制緩和」・「人民元調達手段緩和」を求める声が強まる

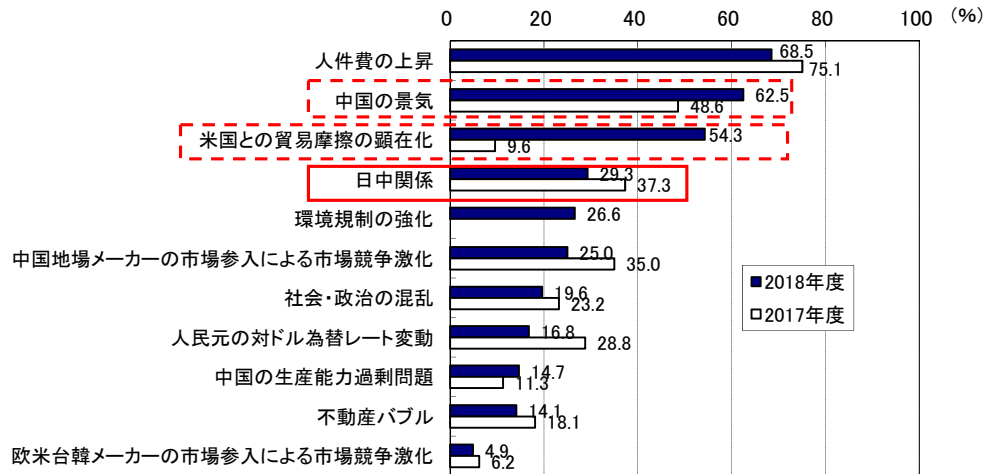
図表 45 中国政府が優先すべき政策（複数回答）



(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」

(9) 中国ビジネス上の懸念は、「中国の景気」と「米国との貿易摩擦の顕在化」

図表 46 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）

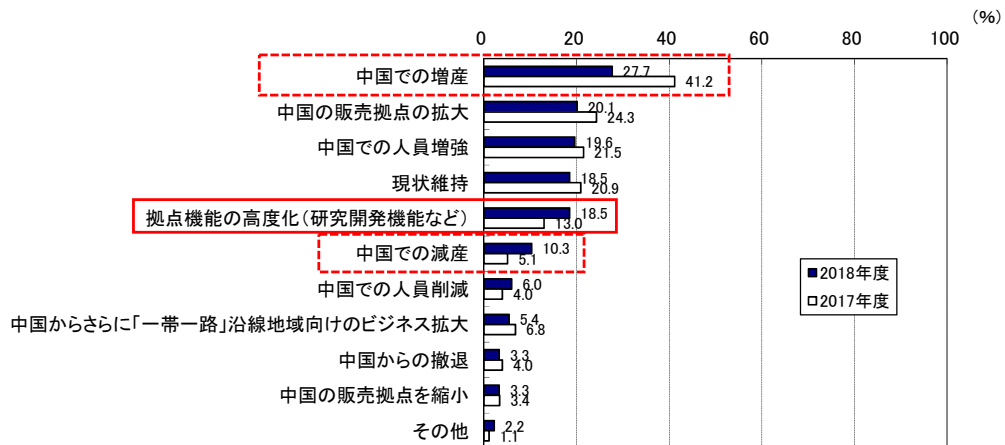


(注) 2018年度から、「環境保護の強化」を加えた。

(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」

(10) 今後の中国ビジネスにおいて、「増産」には消極的

図表 47 今後、2～3年の間の中国ビジネス（複数回答）

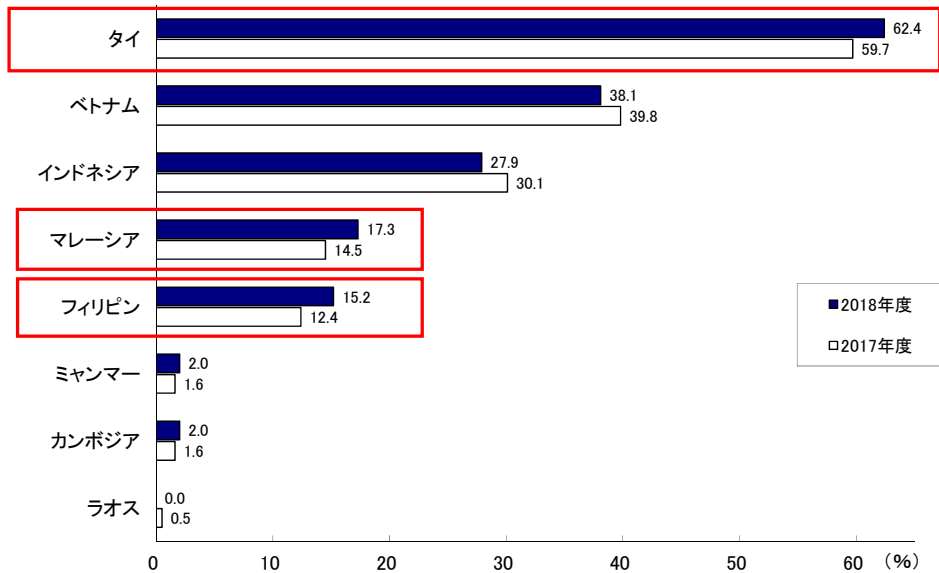


(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

5. ASEAN 拠点の現状と今後の取り組み（ASEAN 進出企業（197 社）の回答）

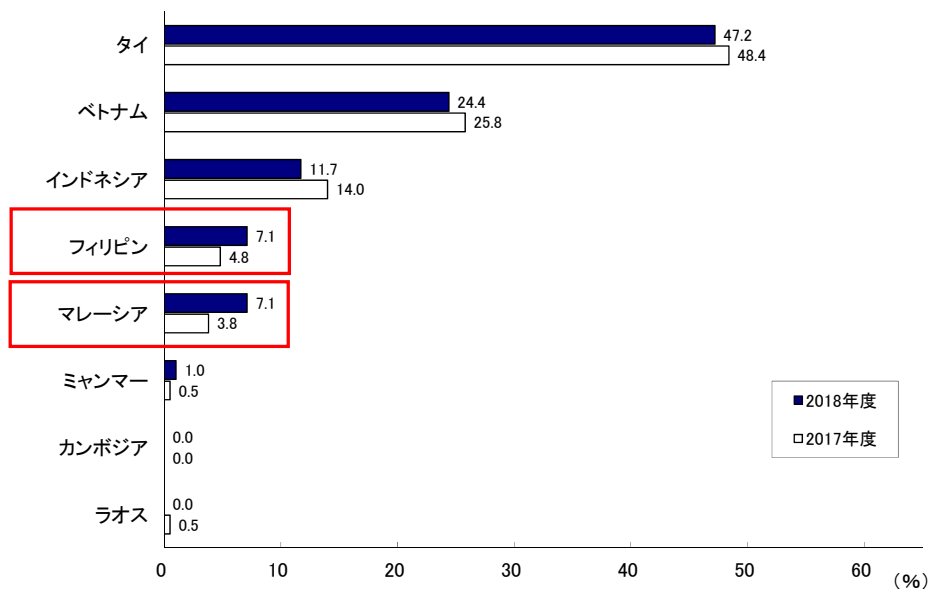
（1） ASEAN で拠点を設けている国はタイ一極集中が続くが、マレーシアやフィリピンが伸長

図表 48 ASEAN で拠点を設けている国（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」

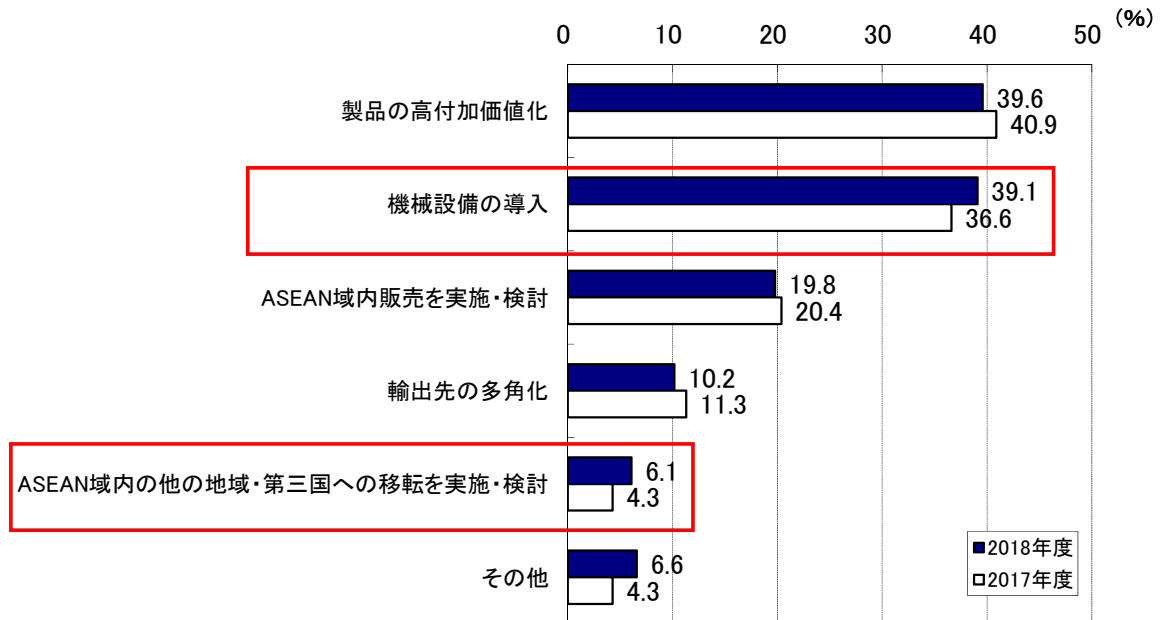
図表 49 ASEAN で最重視する拠点（単一回答）



（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」

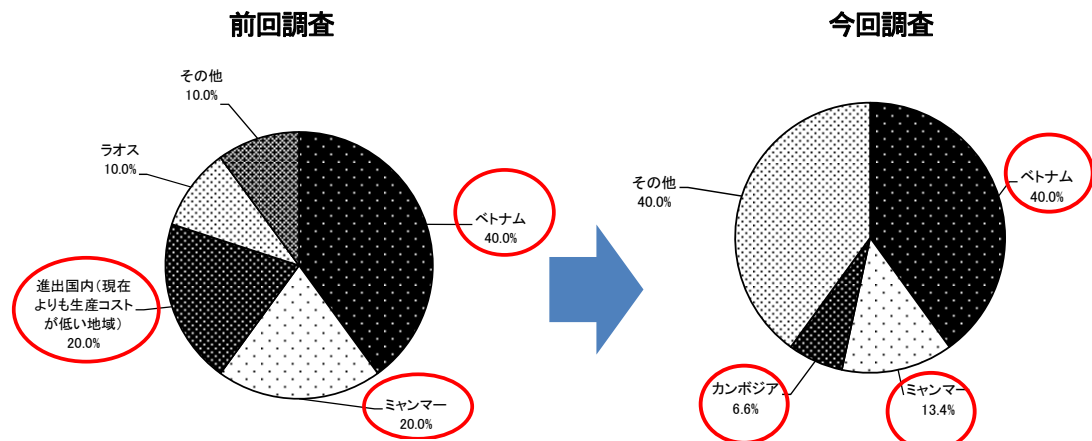
(2) コスト上昇対応策は、「機械設備の導入」と「第三国への移転」が上昇

図表 50 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」

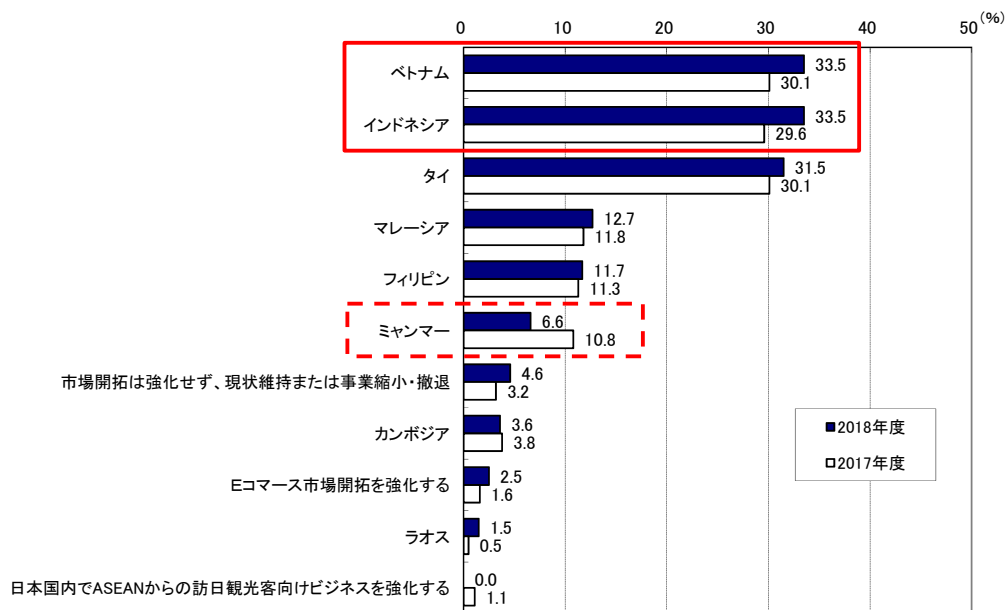
図表 51 移転の実施・検討先（複数回答）



(注) 進出国内（現在よりも生産コストが低い地域）、ASEAN5 カ国（マレーシア（2018 年度に追加）、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナム）、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。

(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における市場開拓は、ベトナム・インドネシアが上昇、ミャンマーは低下
 図表 52 今後2～3年、市場開拓を強化する地域・分野（複数回答）

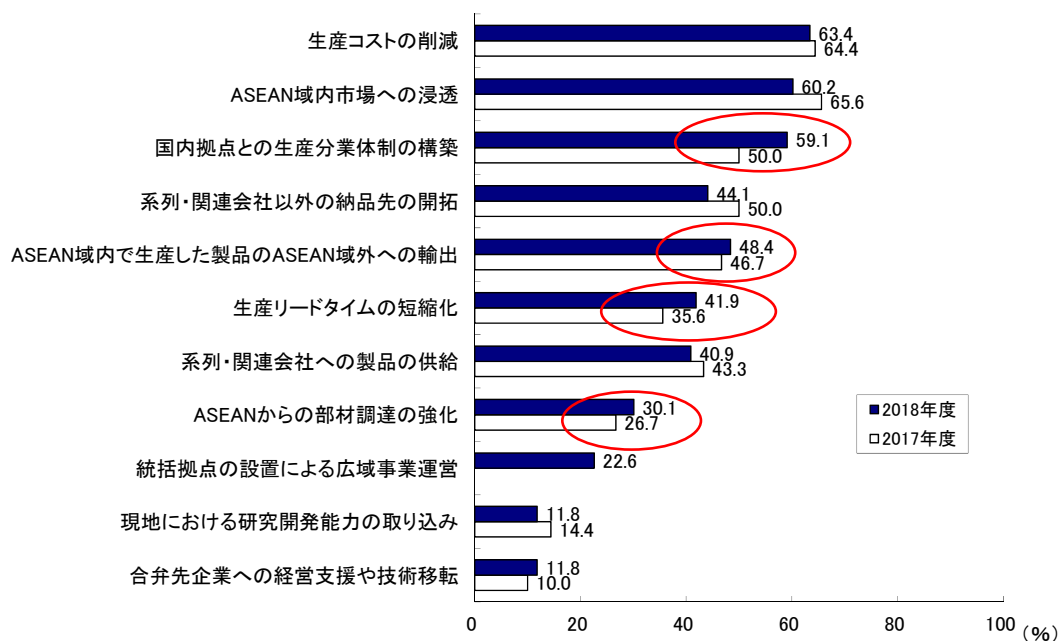


(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(4) 進出時の狙いは、タイで「国内拠点との生産分業体制の構築」、ベトナムで「ASEAN 域内市場への浸透」、インドネシア「系列・関連会社以外の納入先の開拓」が今回調査で上昇

a. タイ

図表 53 タイ 進出時の狙い（複数回答）

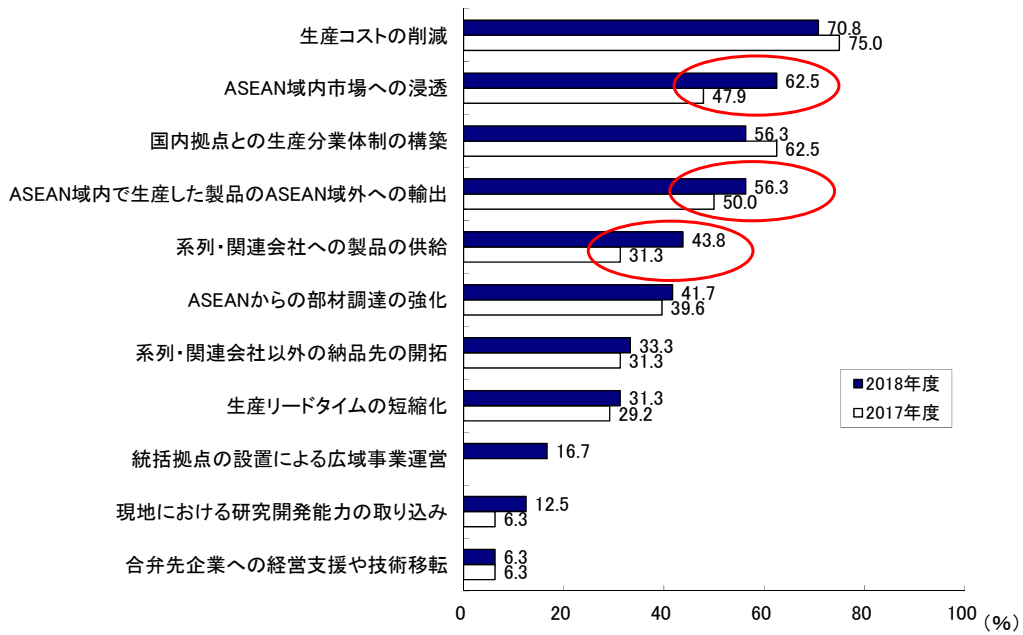


(注) 回答率の高い順

(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」

b. ベトナム

図表 54 ベトナム 進出時の狙い（複数回答）

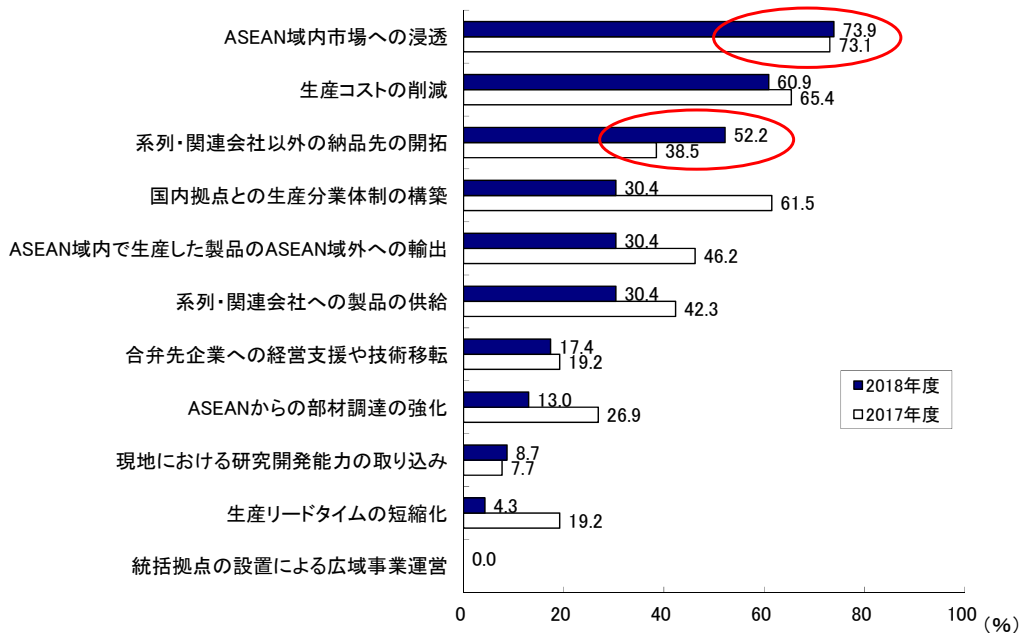


(注) 回答率の高い順

(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」

c. インドネシア

図表 55 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」

(5) 進出時の狙いの達成度は、タイは「ASEAN 域内市場浸透」、ベトナムは「コスト削減」で改善、インドネシアは「ASEAN 域内市場浸透」悪化

a. タイ

図表 56 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
生産コストの削減	2018年度	13.6	57.6	15.3	1.7	10.2	59.3	59
	2017年度	31.0	36.2	19.0	3.4	10.3	53.5	58
ASEAN域内市場への浸透	2018年度	8.9	35.7	33.9	10.7	8.9	25.0	56
	2017年度	15.3	22.0	28.8	16.9	16.9	3.5	59
国内拠点との生産分業体制の構築	2018年度	23.6	43.6	21.8	3.6	5.5	58.1	55
	2017年度	44.4	40.0	8.9	2.2	4.4	77.8	45
系列・関連会社以外の納品先の開拓	2018年度	22.0	22.0	36.6	14.6	4.9	24.5	41
	2017年度	15.6	33.3	24.4	13.3	13.3	22.3	45
ASEANで生産した製品のASEAN外への輸出	2018年度	20.0	31.1	28.9	13.3	4.4	33.4	45
	2017年度	33.3	31.0	19.0	2.4	14.3	47.6	42
生産リードタイムの短縮化	2018年度	10.3	61.5	12.8	5.1	7.7	59.0	39
	2017年度	34.4	37.5	21.9	0.0	6.3	65.6	32
系列・関連会社への製品の供給	2018年度	42.1	26.3	21.1	7.9	2.6	57.9	38
	2017年度	41.0	35.9	15.4	2.6	0.0	74.3	39
ASEANからの部材調達強化	2018年度	7.1	28.6	46.4	17.9	0.0	17.8	28
	2017年度	20.8	29.2	37.5	8.3	4.2	37.5	24
統括拠点の設置による広域事業運営	2018年度	4.8	23.8	38.1	19.0	9.5	0.1	21
	2017年度							
現地における研究開発能力の取り込み	2018年度	0.0	36.4	27.3	9.1	27.3	0.0	11
	2017年度	0.0	46.2	30.8	15.4	7.7	23.1	13
合併先企業への経営支援や技術移転	2018年度	0.0	27.3	36.4	27.3	9.1	▲ 9.1	11
	2017年度	33.3	33.3	11.1	22.2	0.0	44.4	9

(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け。

(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」

b. ベトナム

図表 57 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	2018年度	26.5	38.2	20.6	5.9	5.9	52.9	34
	2017年度	36.1	36.1	11.1	8.3	5.6	58.3	36
ASEAN域内市場への浸透	2018年度	10.0	30.0	23.3	13.3	20.0	6.7	30
	2017年度	0.0	30.4	43.5	13.0	13.0	4.4	23
国内拠点との生産分業体制の構築	2018年度	29.6	29.6	14.8	7.4	11.1	40.7	27
	2017年度	26.7	43.3	26.7	0.0	3.3	66.7	30
ASEANで生産した製品のASEAN外への輸出	2018年度	25.9	29.6	11.1	7.4	22.2	25.9	27
	2017年度	16.7	37.5	16.7	8.3	20.8	25.1	24
系列・関連会社への製品の供給	2018年度	38.1	28.6	9.5	14.3	0.0	52.4	21
	2017年度	53.3	26.7	20.0	0.0	0.0	80.0	15
ASEANからの部材調達強化	2018年度	10.0	20.0	20.0	30.0	15.0	▲ 15.0	20
	2017年度	10.5	42.1	31.6	10.5	5.3	36.8	19
系列・関連会社以外の納品先の開拓	2018年度	12.5	56.3	18.8	6.3	0.0	62.5	16
	2017年度	13.3	26.7	26.7	20.0	13.3	6.7	15
生産リードタイムの短縮化	2018年度	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	15
	2017年度	42.9	14.3	14.3	14.3	14.3	28.6	14
統括拠点の設置による広域事業運営	2018年度	0.0	25.0	37.5	37.5	0.0	▲ 12.5	8
	2017年度						0.0	
現地における研究開発能力の取り込み	2018年度	0.0	66.7	16.7	0.0	16.7	50.0	6
	2017年度	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	▲ 33.3	3
合併先企業への経営支援や技術移転	2018年度	0.0	0.0	75.0	0.0	25.0	▲ 25.0	3
	2017年度	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	66.6	3

(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け。

(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」

c. インドネシア

図表 58 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
ASEAN域内市場への浸透	2018年度	5.9	41.2	17.6	11.8	17.6	17.7	17
	2017年度	10.5	47.4	26.3	5.3	10.5	42.1	19
生産コストの削減	2018年度	0.0	57.1	21.4	21.4	0.0	35.7	14
	2017年度	11.8	47.1	17.6	17.6	5.9	35.4	17
系列・関連会社以外の納品先の開拓	2018年度	16.7	41.7	16.7	25.0	0.0	33.4	12
	2017年度	10.0	30.0	30.0	30.0	0.0	10.0	10
国内拠点との生産分業体制の構築	2018年度	28.6	14.3	28.6	0.0	28.6	14.3	7
	2017年度	25.0	43.8	18.8	0.0	12.5	56.3	16
ASEANで生産した製品のASEAN外への輸出	2018年度	0.0	28.6	42.9	14.3	14.3	0.0	7
	2017年度	16.7	41.7	8.3	0.0	33.3	25.1	12
系列・関連会社への製品の供給	2018年度	28.6	14.3	57.1	0.0	0.0	42.9	7
	2017年度	45.5	18.2	27.3	0.0	9.1	54.6	11
合弁先企業への経営支援や技術移転	2018年度	0.0	0.0	75.0	0.0	25.0	▲ 25.0	4
	2017年度	0.0	60.0	40.0	0.0	0.0	60.0	5
ASEANからの部材調達強化	2018年度	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0	▲ 33.4	3
	2017年度	14.3	28.6	14.3	28.6	14.3	0.0	7
現地における研究開発能力の取り込み	2018年度	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	▲ 100.0	2
	2017年度	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	▲ 50.0	2
生産リードタイムの短縮化	2018年度	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	2
	2017年度	0.0	60.0	0.0	20.0	20.0	20.0	5
統括拠点の設置による広域事業運営	2018年度	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
	2017年度							

(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け。

(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、タイは「自社ブランド浸透」、ベトナムは「生産性」、インドネシアは「シェア拡大」が上昇

a. タイ

図表 59 タイ 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
2018年度	1.ASEAN市場での販売シェア拡大	50.5	32.3	9.7	2.2	2.2	78.4
	2.ASEAN拠点における人材の育成	21.5	50.5	18.3	3.2	1.1	67.7
	3.生産性の向上によるコスト削減の推進	30.1	39.8	17.2	3.2	4.3	62.4
	4.ASEAN市場での自社ブランドの浸透	19.4	40.9	29.0	2.2	6.5	51.6
	5.現地調達向上によるコスト削減の推進	16.1	39.8	28.0	4.3	3.2	48.4
	6..コンプライアンスに対応した組織作り	6.5	35.5	39.8	5.4	5.4	31.2
	7. ASEAN市場での販売品の単価増	5.4	33.3	47.3	5.4	2.2	31.1
	8.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	6.5	37.6	36.6	9.7	4.3	30.1
	9.ASEANで生産した製品の輸出増	16.1	30.1	30.1	8.6	8.6	29.0
	10.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充	6.5	34.4	38.7	9.7	4.3	26.9
	11.サプライヤーに対する指導・育成	5.4	24.7	46.2	7.5	9.7	12.9
	12.環境対策・省エネへの対応	2.2	26.9	48.4	8.6	8.6	11.9
	13.為替リスクへの対処	4.3	24.7	48.4	10.8	7.5	10.7
	14.ステークホルダーとのコミュニケーション	5.4	15.1	50.5	12.9	9.7	▲ 2.1
	15.知財権侵害状況の把握と対策	1.1	16.1	55.9	12.9	6.5	▲ 2.2
2017年度	1.ASEAN市場での販売シェア拡大	44.4	38.9	8.9	3.3	2.2	77.8
	2.ASEAN拠点における人材の育成	21.1	55.6	15.6	3.3	0.0	73.4
	3.生産性の向上によるコスト削減の推進	34.4	32.2	17.8	4.4	5.6	56.6
	4.現地調達向上によるコスト削減の推進	20.0	37.8	25.6	4.4	5.6	47.8
	5. ASEAN市場での販売品の単価増	11.1	38.9	37.8	4.4	3.3	42.3
	6.ASEAN市場での自社ブランドの浸透	16.7	34.4	34.4	5.6	5.6	39.9
	7.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	5.6	35.6	45.6	5.6	2.2	33.4
	8..コンプライアンスに対応した組織作り	8.9	31.1	42.2	8.9	3.3	27.8
	9.為替リスクへの対処	4.4	34.4	45.6	8.9	3.3	26.6
	10.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充	10.0	31.1	34.4	10.0	6.7	24.4
	11.ASEANで生産した製品の輸出増	10.0	31.1	26.7	11.1	13.3	16.7
	12.サプライヤーに対する指導・育成	4.4	28.9	43.3	10.0	7.8	15.5
	13.環境対策・省エネへの対応	1.1	21.1	54.4	11.1	6.7	4.4
	14.ステークホルダーとのコミュニケーション	8.9	15.6	50.0	12.2	8.9	3.4
	15.知財権侵害状況の把握と対策	1.1	14.4	53.3	14.4	7.8	▲ 6.7

(注) 最多回答を網掛け。

(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」

b. ベトナム

図表 60 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
2018年度	1.ASEAN拠点における人材の育成	22.9	54.2	14.6	2.1	2.1	72.9
	2.生産性の向上によるコスト削減の推進	37.5	35.4	8.3	6.3	2.1	64.5
	3.ASEAN市場での販売シェア拡大	35.4	27.1	18.8	4.2	4.2	54.1
	4.現地調達向上によるコスト削減の推進	29.2	27.1	25.0	4.2	4.2	47.9
	5.ASEANで生産した製品の輸出増	27.1	29.2	22.9	6.3	6.3	43.7
	6.ASEAN市場での自社ブランドの浸透	18.8	33.3	29.2	4.2	8.3	39.6
	7.コンプライアンスに対応した組織作り	7.1	28.6	50.0	0.0	0.0	35.7
	8.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	14.6	31.3	39.6	8.3	2.1	35.5
	9.環境対策・省エネへの対応	4.2	25.0	47.9	8.3	2.1	18.8
	10.為替リスクへの対処	10.4	25.0	41.7	6.3	10.4	18.7
	11.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充	4.2	29.2	41.7	8.3	8.3	16.8
	12.ASEAN市場での販売品の単価増	6.3	25.0	41.7	8.3	8.3	14.7
	13.ステークホルダーとのコミュニケーション	4.2	22.9	47.9	6.3	8.3	12.5
	14.サプライヤーに対する指導・育成	2.1	25.0	45.8	10.4	6.3	10.4
	15.知財権侵害状況の把握と対策	2.1	12.5	56.3	8.3	10.4	▲ 4.1
2017年度	1.ASEAN拠点における人材の育成	12.5	54.2	20.8	2.1	6.3	81.1
	2.生産性の向上によるコスト削減の推進	25.0	37.5	25.0	2.1	6.3	62.1
	3.ASEAN市場での販売シェア拡大	33.3	29.2	20.8	2.1	6.3	59.4
	4.現地調達向上によるコスト削減の推進	16.7	41.7	29.2	4.2	6.3	48.6
	5.ASEANで生産した製品の輸出増	14.6	33.3	35.4	6.3	4.2	43.2
	6.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充	20.8	29.2	20.8	6.3	10.4	43.2
	7.ASEAN市場での販売品の単価増	12.5	25.0	39.6	4.2	6.3	43.2
	8.ASEAN市場での自社ブランドの浸透	20.8	14.6	39.6	4.2	6.3	37.8
	9.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	2.1	33.3	45.8	4.2	8.3	32.4
	10.コンプライアンスに対応した組織作り	2.1	33.3	43.8	6.3	6.3	24.3
	11.為替リスクへの対処	10.4	22.9	45.8	6.3	8.3	24.3
	12.サプライヤーに対する指導・育成	2.1	27.1	45.8	8.3	6.3	18.9
	13.環境対策・省エネへの対応	0.0	16.7	58.3	10.4	6.3	10.8
	14.ステークホルダーとのコミュニケーション	2.1	10.4	50.0	16.7	10.4	0.0
	15.知財権侵害状況の把握と対策	0.0	8.3	62.5	12.5	6.3	▲ 2.7

（注）最多回答を網掛け。

（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」

c. インドネシア

図表 61 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
2018年度	1.生産性の向上によるコスト削減の推進	34.8	43.5	13.0	4.3	0.0	74.0
	2.ASEAN市場での販売シェア拡大	52.2	39.1	4.3	0.0	4.3	87.0
	3.ASEAN拠点における人材の育成	30.4	47.8	4.3	8.7	0.0	69.5
	4.ASEAN市場での自社ブランドの浸透	21.7	47.8	21.7	0.0	4.3	65.2
	5.現地調達向上によるコスト削減の推進	26.1	34.8	26.1	8.7	0.0	52.2
	6.ASEAN市場での販売品の単価増	17.4	39.1	30.4	4.3	4.3	47.9
	7.ASEANで生産した製品の輸出増	17.4	34.8	30.4	4.3	4.3	43.6
	8.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充	8.7	34.8	52.2	0.0	0.0	43.5
	9.コンプライアンスに対応した組織作り	13.0	21.7	47.8	0.0	8.7	26.0
	10.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	0.0	39.1	34.8	17.4	0.0	21.7
	11.ステークホルダーとのコミュニケーション	4.3	30.4	39.1	4.3	8.7	21.7
	12.為替リスクへの対処	17.4	17.4	39.1	8.7	8.7	17.4
	13.環境対策・省エネへの対応	8.7	13.0	52.2	17.4	0.0	4.3
	14.サプライヤーに対する指導・育成	0.0	21.7	47.8	13.0	8.7	0.0
	15.知財権侵害状況の把握と対策	0.0	17.4	43.5	13.0	17.4	▲ 13.0
2017年度	1.生産性の向上によるコスト削減の推進	30.8	61.5	3.8	0.0	0.0	92.3
	2.ASEAN拠点における人材の育成	19.2	69.2	7.7	0.0	0.0	88.4
	3.ASEAN市場での販売シェア拡大	26.9	57.7	11.5	0.0	3.8	80.8
	4.ASEAN市場での販売品の単価増	3.8	61.5	26.9	0.0	0.0	65.3
	5.コンプライアンスに対応した組織作り	11.5	53.8	26.9	0.0	3.8	61.5
	6.従業員処遇見直し等労務管理体制の拡充	0.0	61.5	34.6	0.0	0.0	61.5
	7.現地調達向上によるコスト削減の推進	11.5	57.7	15.4	11.5	0.0	57.7
	8.ASEANで生産した製品の輸出増	15.4	38.5	42.3	0.0	0.0	53.9
	9.ASEAN市場での販売品の製品ラインの拡充	11.5	42.3	42.3	0.0	0.0	53.8
	10.ASEAN市場での自社ブランドの浸透	11.5	34.6	46.2	3.8	0.0	42.3
	11.為替リスクへの対処	23.1	15.4	50.0	3.8	3.8	30.9
	12.サプライヤーに対する指導・育成	11.5	34.6	34.6	7.7	7.7	30.7
	13.環境対策・省エネへの対応	3.8	38.5	34.6	7.7	7.7	26.9
	14.ステークホルダーとのコミュニケーション	7.7	30.8	42.3	7.7	7.7	23.1
	15.知財権侵害状況の把握と対策	0.0	30.8	42.3	11.5	11.5	7.8

（注）最多回答を網掛け。

（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、タイは「環境汚染」、インドネシアは「為替レートの安定」など

a. タイ

図表 62 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
2018年度	1.道路、港湾、治水などのインフラ整備	57.0	34.4	3.2	53.8
	2.電力、水、ガスなどの安定供給	48.4	46.2	2.2	46.2
	3.法制度の整備・執行力強化	20.4	72.0	3.2	17.2
	4.規制や許認可の透明性	17.2	73.1	4.3	12.9
	5.外資への市場参入規制の緩和	15.1	76.3	3.2	11.9
	6.電力、水、ガスなどのコスト負担増	20.4	64.5	9.7	10.7
	7.知財権保護のための体制整備	14.0	75.3	4.3	9.7
	8.資金の調達手段	14.0	75.3	5.4	8.6
	9.地方の振興政策	14.0	74.2	6.5	7.5
	9.為替レートの安定	14.0	74.2	6.5	7.5
	11.外資への投資インセンティブ	9.7	78.5	5.4	4.3
	12.管理職人材の供給量の拡大	17.2	64.5	12.9	4.3
	13.大気や水質などの環境汚染	17.2	55.9	20.4	▲ 3.2
	14.ワーカー人材の供給量の拡大	11.8	64.5	19.4	▲ 7.6
2017年度	1.道路、港湾、治水などのインフラ整備	63.3	31.1	0.0	63.3
	2.電力、水、ガスなどの安定供給	61.1	34.4	0.0	61.1
	3.法制度の整備・執行力強化	22.2	71.1	1.1	21.1
	4.外資への市場参入規制の緩和	21.1	66.7	5.6	15.5
	4.外資への投資インセンティブ	22.2	66.7	6.7	15.5
	6.知財権保護のための体制整備	14.4	75.6	2.2	12.2
	7.地方の振興政策	13.3	77.8	2.2	11.1
	8.規制や許認可の透明性	14.4	74.4	6.7	7.7
	9.資金の調達手段	12.2	75.6	5.6	6.6
	10.電力、水、ガスなどのコスト負担増	14.4	68.9	11.1	3.3
	11.為替レートの安定	5.6	82.2	5.6	0.0
	12.大気や水質などの環境汚染	14.4	65.6	15.6	▲ 1.2
	13.管理職人材の供給量の拡大	12.2	55.6	25.6	▲ 13.4
13.ワーカー人材の供給量の拡大	13.3	54.4	26.7	▲ 13.4	

(注) 1. DIの高い順。

2. 最多回答を網掛け。

(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」

b. ベトナム

図表 63 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
2018年度	1.道路、港湾、治水などのインフラ整備	87.5	8.3	0.0	87.5
	2.電力、水、ガスなどの安定供給	72.9	20.8	0.0	72.9
	3.法制度の整備・執行力強化	35.4	58.3	0.0	35.4
	4.管理職人材の供給量の拡大	33.3	52.1	10.4	22.9
	5.規制や許認可の透明性	25.0	62.5	6.3	18.7
	5.外資への市場参入規制の緩和	25.0	62.5	6.3	18.7
	5.地方の振興政策	25.0	62.5	6.3	18.7
	8.資金の調達手段	20.8	70.8	4.2	16.6
	8.外資への投資インセンティブ	20.8	70.8	4.2	16.6
	10.為替レートの安定	22.9	62.5	8.3	14.6
	11.ワーカー人材の供給量の拡大	25.0	60.4	12.5	12.5
	11.大気や水質などの環境汚染	29.2	45.8	16.7	12.5
	13.知財権保護のための体制整備	16.7	72.9	6.3	10.4
	14.電力、水、ガスなどのコスト負担増	25.0	47.9	20.8	4.2
2017年度	1.道路、港湾、治水などのインフラ整備	72.9	18.8	0.0	72.9
	2.電力、水、ガスなどの安定供給	64.6	27.1	0.0	64.6
	3.法制度の整備・執行力強化	39.6	54.2	0.0	39.6
	4.規制や許認可の透明性	25.0	68.8	2.1	22.9
	5.外資への市場参入規制の緩和	20.8	70.8	0.0	20.8
	5.資金の調達手段	22.9	64.6	2.1	20.8
	7.外資への投資インセンティブ	16.7	70.8	2.1	14.6
	7.地方の振興政策	14.6	75.0	0.0	14.6
	9.知財権保護のための体制整備	14.6	72.9	4.2	10.4
	10.管理職人材の供給量の拡大	25.0	52.1	16.7	8.3
	10.ワーカー人材の供給量の拡大	25.0	52.1	16.7	8.3
	12.電力、水、ガスなどのコスト負担増	22.9	50.0	16.7	6.2
	13.為替レートの安定	6.3	79.2	6.3	0.0
	14.大気や水質などの環境汚染	16.7	56.3	18.8	▲ 2.1

(注) 1. DIの高い順。

2. 最多回答を網掛け。

(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」

c. インドネシア

図表 64 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	
2018年度	1.道路、港湾、治水などのインフラ整備	52.2	34.8	0.0	52.2
	2.電力、水、ガスなどの安定供給	34.8	52.2	0.0	34.8
	3.法制度の整備・執行力強化	17.4	69.6	0.0	17.4
	3.外資への市場参入規制の緩和	17.4	69.6	0.0	17.4
	3.地方の振興政策	17.4	65.2	0.0	17.4
	6.外資への投資インセンティブ	13.0	69.6	4.3	8.7
	6.規制や許認可の透明性	13.0	69.6	4.3	8.7
	8.資金の調達手段	8.7	65.2	4.3	4.4
	9.ワーカー人材の供給量の拡大	4.3	73.9	4.3	0.0
	9.知財権保護のための体制整備	0.0	82.6	0.0	0.0
	11.管理職人材の供給量の拡大	0.0	78.3	4.3	▲ 4.3
	12.大気や水質などの環境汚染	13.0	52.2	17.4	▲ 4.4
	13.為替レートの安定	13.0	43.5	26.1	▲ 13.1
	14.電力、水、ガスなどのコスト負担増	8.7	47.8	30.4	▲ 21.7
2017年度	1.電力、水、ガスなどの安定供給	57.7	30.8	3.8	57.2
	2.道路、港湾、治水などのインフラ整備	73.1	15.4	7.7	54.2
	3.法制度の整備・執行力強化	26.9	65.4	0.0	26.9
	4.外資への投資インセンティブ	23.1	65.4	3.8	19.3
	4.外資への市場参入規制の緩和	23.1	65.4	3.8	19.3
	6.資金の調達手段	19.2	69.2	0.0	19.2
	7.規制や許認可の透明性	23.1	61.5	7.7	15.4
	8.ワーカー人材の供給量の拡大	23.1	57.7	11.5	11.6
	8.地方の振興政策	15.4	73.1	3.8	11.6
	10.知財権保護のための体制整備	7.7	80.8	3.8	3.9
	11.管理職人材の供給量の拡大	7.7	69.2	15.4	▲ 7.7
	11.為替レートの安定	11.5	61.5	19.2	▲ 7.7
	13.大気や水質などの環境汚染	15.4	50.0	26.9	▲ 11.5
	14.電力、水、ガスなどのコスト負担増	11.5	50.0	30.8	▲ 19.3

(注) 1. DIの高い順。

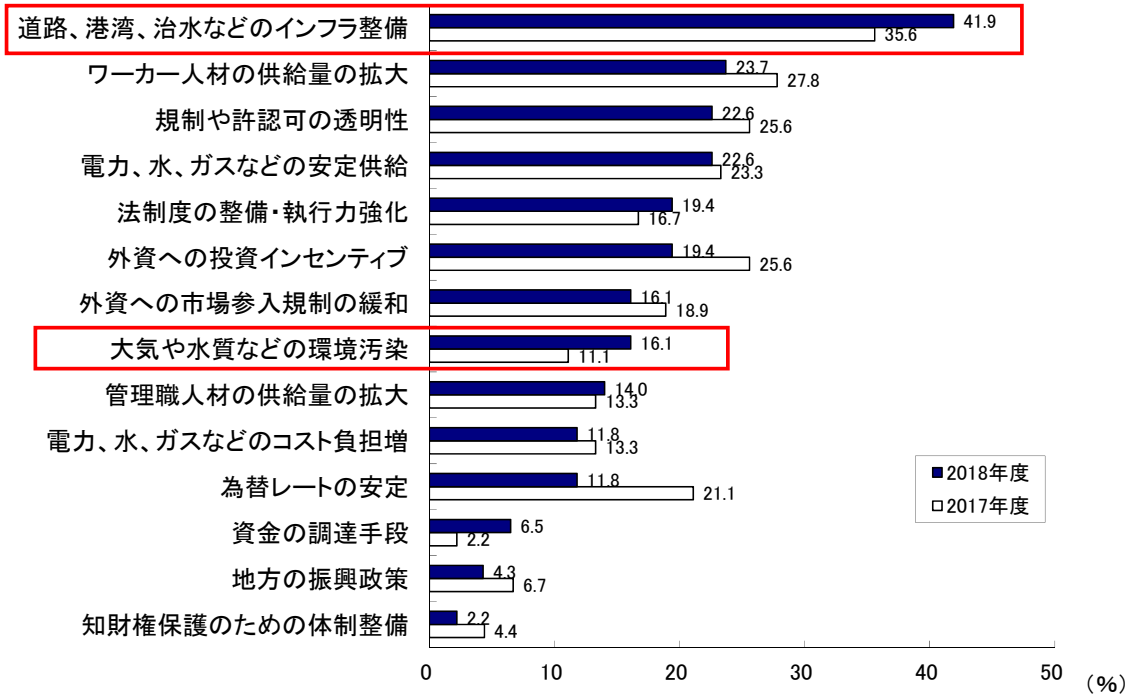
2. 最多回答を網掛け。

(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) タイで「インフラ整備」、ベトナムで「法整備・執行力強化」、インドネシアで「規制や許認可の透明性」要望高まる

a. タイ

図表 65 タイ 各国政府が優先すべき政策（複数回答）

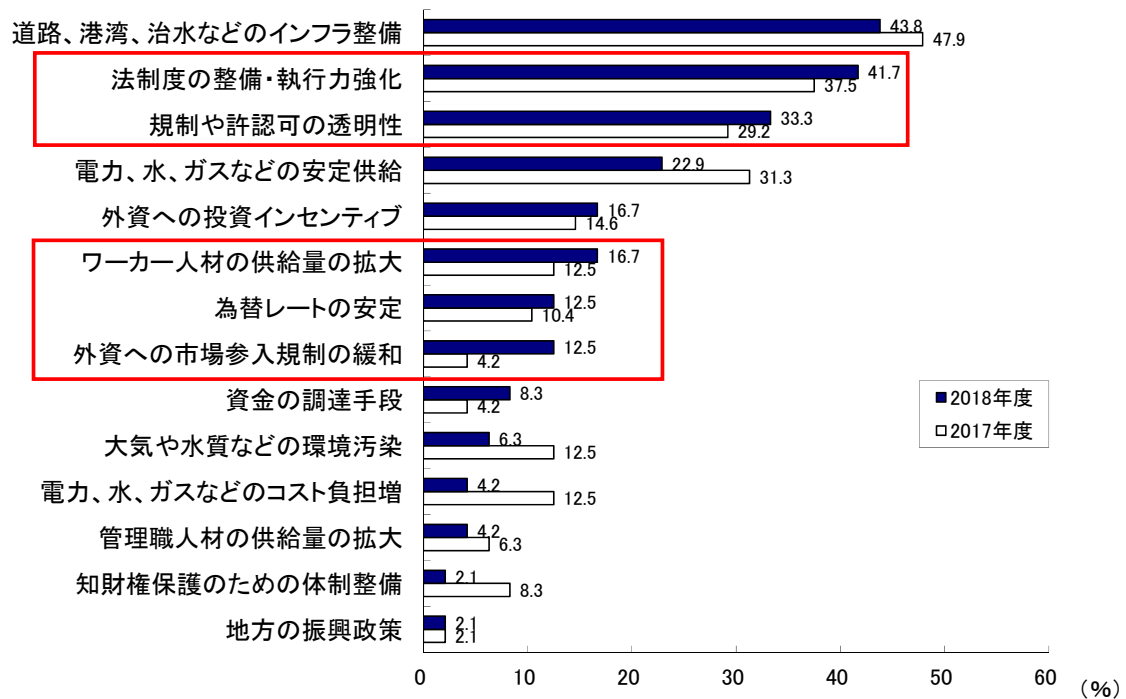


(注) 回答率の高い順。

(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」

b. ベトナム

図表 66 ベトナム 各国政府が優先すべき政策（複数回答）

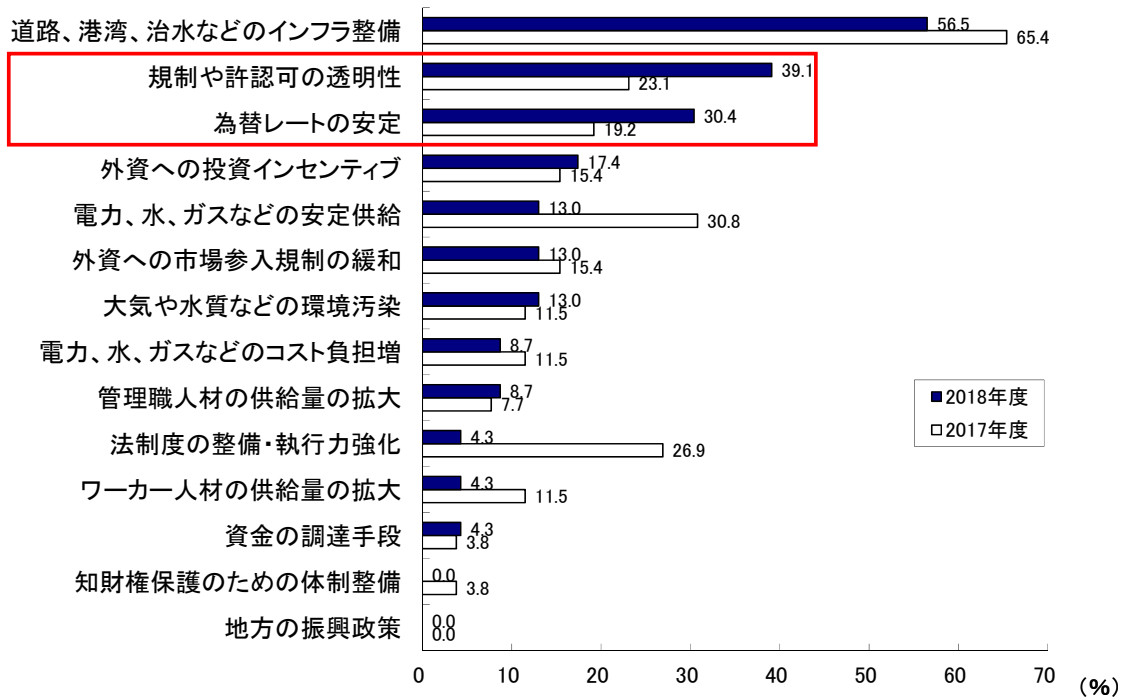


(注) 回答率の高い順。

(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」

c. インドネシア

図表 67 インドネシア 各国政府が優先すべき政策（複数回答）

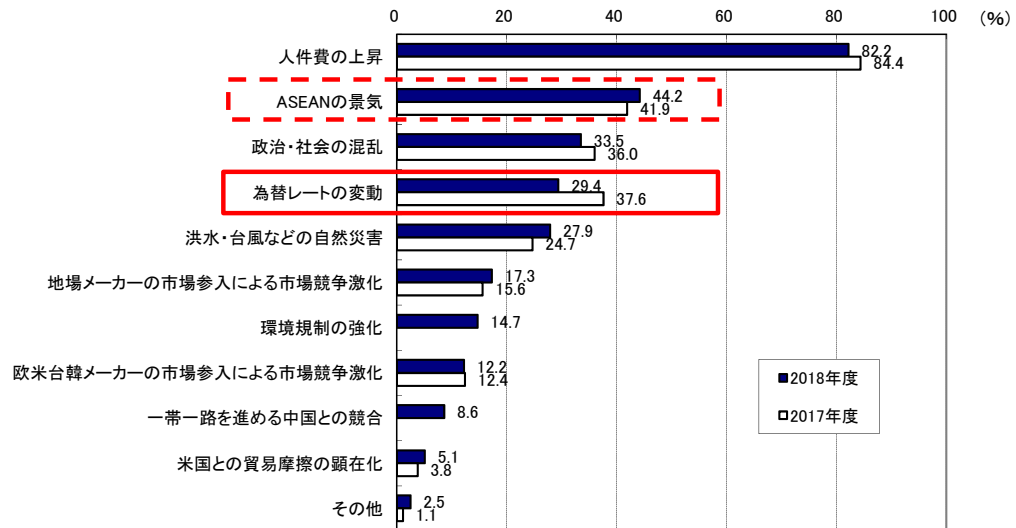


(注) 回答率の高い順。

(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」

(9) ASEAN ビジネス上の懸念は「人件費の上昇」が首位も、「ASEANの景気」が上昇し、「為替レートの変動」は緩和

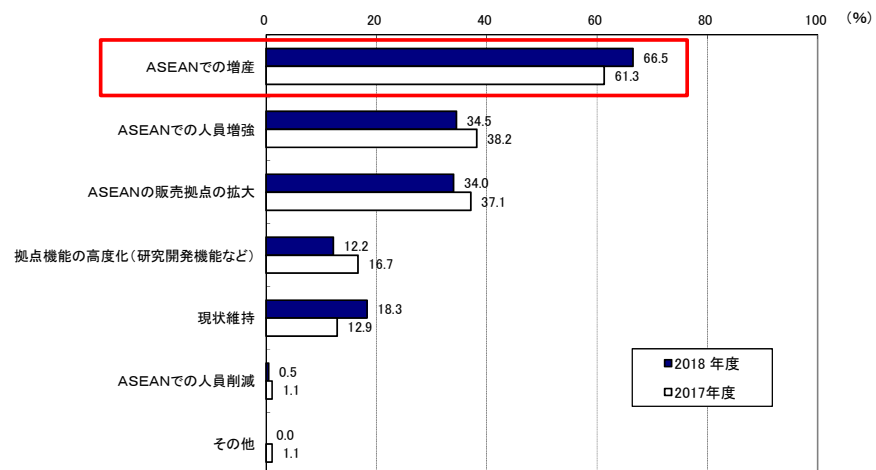
図表 68 今後、2～3年の間にASEAN ビジネス上の懸念材料となる事象（複数回答）



(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」

(10) 今後のASEAN ビジネスは、現状維持よりも「増産」が多い

図表 69 今後、2～3年の間のASEAN ビジネス（複数回答）

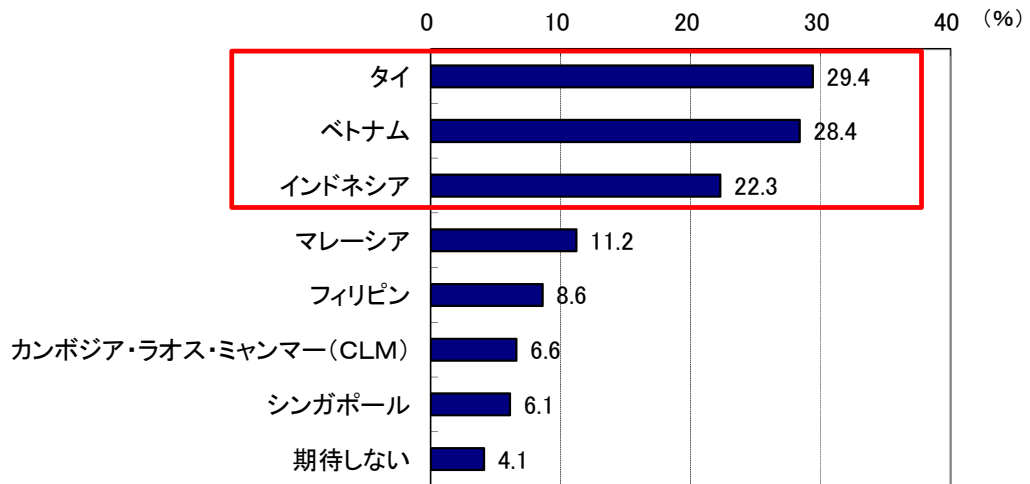


(注) 「ASEANでの減産」、「ASEANでの販売拠点を縮小」、「ASEANからの撤退」の回答はなかった。

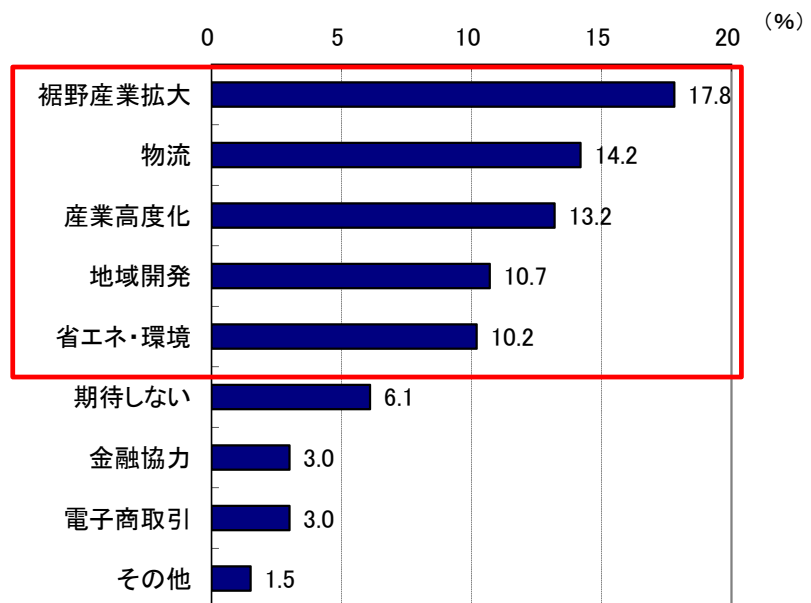
(資料) みずほ総合研究所「アジアビジネスに関するアンケート調査」

(11) ASEANにおける日中第三国市場連携の舞台として期待するのはタイ、ベトナム、インドネシア、分野では「裾野産業拡大」、「物流」、「産業高度化」など

図表 70 ASEANにおける日中第三国市場連携の舞台として期待する国（複数回答）



図表 71 ASEANにおける日中第三国市場連携として期待する分野（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」

「第19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：2019年2月1日～2月28日

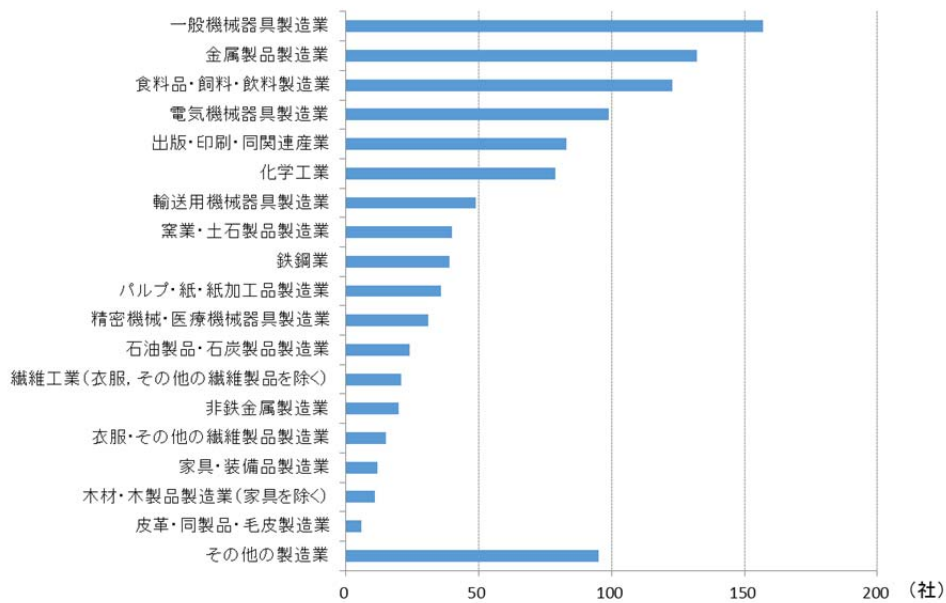
調査対象：みずほ総合研究所会員企業のうち、資本金1千万円以上の製造業

発送数：4,297社

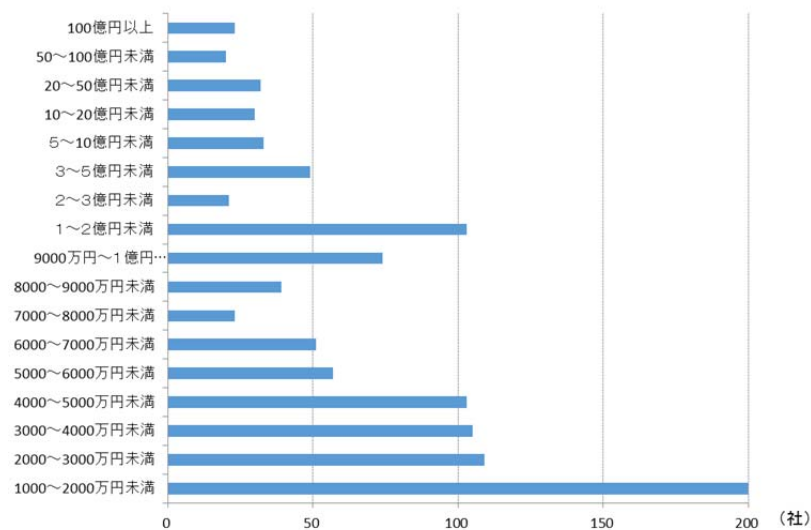
有効回答：1,072社（24.9%）

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。

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
第 15 回調査	第 16 回調査	第 17 回調査	第 18 回調査	第 18 回調査	第 19 回調査	
2015 年 2 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 4,481 社へ発 送、有効回答 1,158 社	2016 年 2 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 4,454 社へ発 送、有効回答 1,100 社	2017 年 2 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 4,403 社へ発 送、有効回答 1,121 社	2018 年 2 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 4,411 社へ発 送、有効回答 1,052 社	2018 年 2 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 4,411 社へ発 送、有効回答 1,052 社	2019 年 2 月実施 資本金 1 千万円 以上の製造業 4,297 社へ発 送、有効回答 1,072 社	