

# 海外強化の流れは一服するも、国内回帰は限定的

## 非製造業を中心に人手不足感は強い

### ① 国内・海外の事業展開

国内外の生産能力の中期的な方針をみると、相対的に海外を強化する企業は多いものの、2012年をピークに低下傾向にある。一方、内外ともに強化する企業が増勢にあり、**海外強化の流れは一服**。但し、足元で海外生産の一部を国内に移管する**生産体制変更を行った製造業は1割未満**と国内回帰の動きは限定的である。

### ② 自社の主要設備・営業拠点の現況

**7割の製造業**が必要な維持更新投資を実施することで**生産設備・営業拠点の競争力や生産性は維持**されていると回答し、更新投資の増額が必要との回答は2割となった。

### ③ 人手不足への対応

建設や卸売・小売などの**非製造業を中心に、人手不足感**が示された。対応策としては、残業やシフト変更といった現行人員での対応にとどまる企業が最も多かったものの、女性・高齢者の雇用拡大を挙げる企業も多かった。また、製造業では、**今後、省力化投資の増額を検討**するとの回答もみられた。

### ④ 成長・競争力強化の取り組み

製造業では**研究開発**、非製造業では**人的資本への投資**がそれぞれ最も重要との認識が示され、製造業、非製造業ともに、差別化・高級化や設備投資も重要との認識が示された。

### ⑤ 製造業の地方立地

多くの製造業企業が**マザー工場や研究開発施設**は海外ではなく、**日本国内の地方に立地**していると回答した。

### ⑥ 訪日外国人対応

訪日外国人への対応では、**サービスや運輸、卸売・小売**などで、PRの強化や外国語対応の強化などのほか、設備増強や人員増強への取り組みもみられた。

### ⑦ ビッグデータ・IoTへの取り組み

活用しているとの回答は1割に満たず、活用を検討しているとの回答を合わせても、製造業、非製造業ともに2割にとどまった。

以上