

### 第3編 企業行動に関する意識調査



## I. 調査要領

### 特別アンケート 企業行動に関する意識調査結果 2012年6月

調査時期：2012年6月20日（水）を期日として実施。

調査対象：2011・2012・2013年度 設備投資計画調査の対象企業

調査名	対 象	回答状況※ (回答率)	回答状況	
			製造業	非製造業
企業行動に関する意識調査	大企業（資本金10億円以上） 3,277社	1,532社 (46.8%)	661社	871社

※1問でも有効回答があった企業を全て含むため、各設問の回答社数は上記よりも少ない。

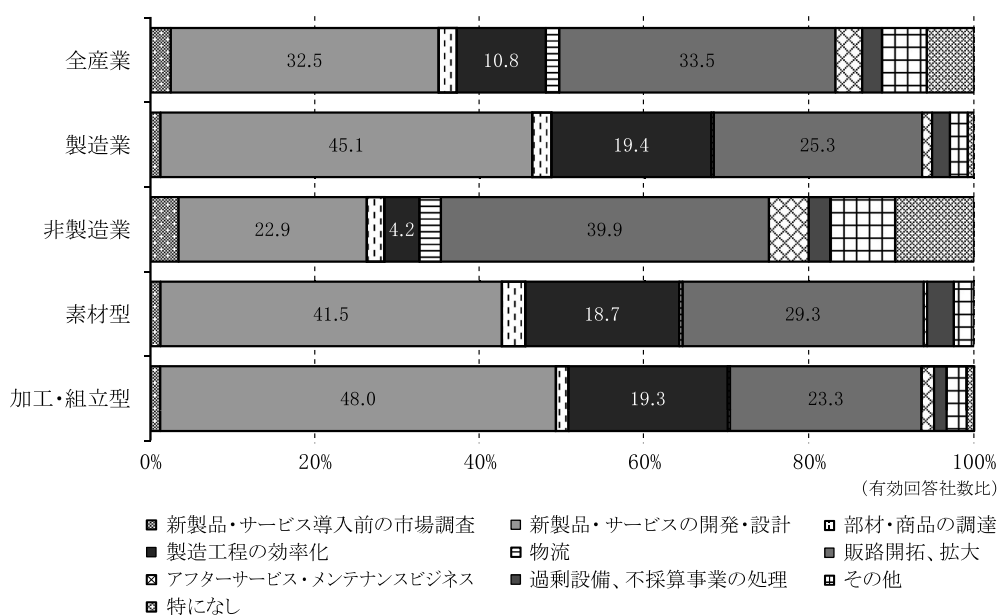
- 調査項目：1. 成長に向けた取組みと課題
2. 国内および海外の事業活動、競争環境
3. 東日本大震災後の対応

## Ⅱ. 調査結果

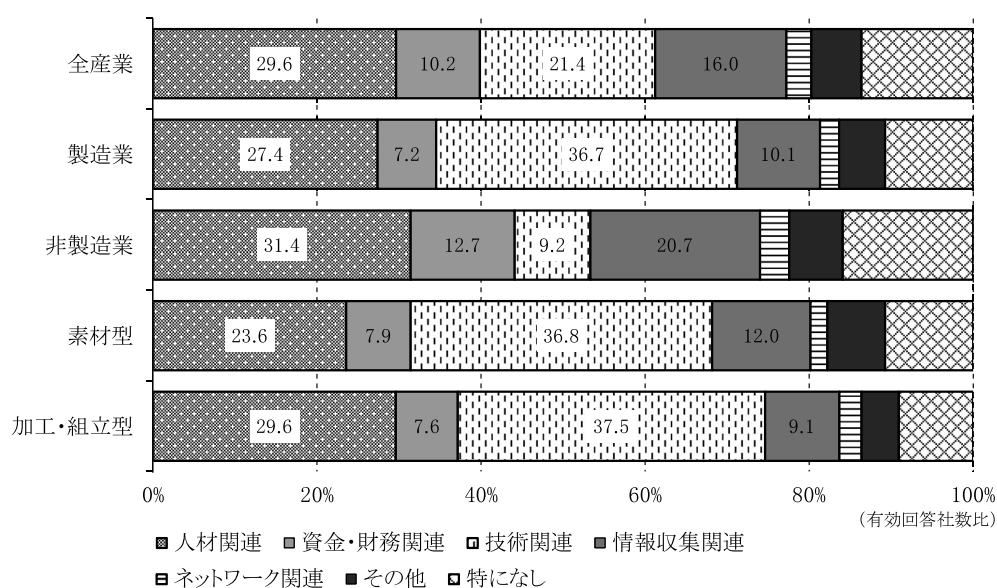
### 1. 成長に向けた取組みと課題

- ◆成長・競争力強化に向けて最も注力しているものについて、製造業では「新製品・サービスの開発・設計」の割合が最大で、「販路開拓・拡大」が次ぐ。非製造業では「販路開拓・拡大」が最大。
- ◆素材型と加工・組立型では、加工・組立型で「新製品・サービスの開発・設計」の割合が高くなっている。
- ◆成長・競争力強化に取り組むにあたっての最大の課題は、「人材関連」とする企業の割合が製造業、非製造業ともに高いが、製造業では、「技術関連」の割合が最も高くなっており、非製造業では、「情報収集関連」の割合も相対的に高くなっている。

図表 1 - 1 成長・競争力強化に向けて最も注力しているもの

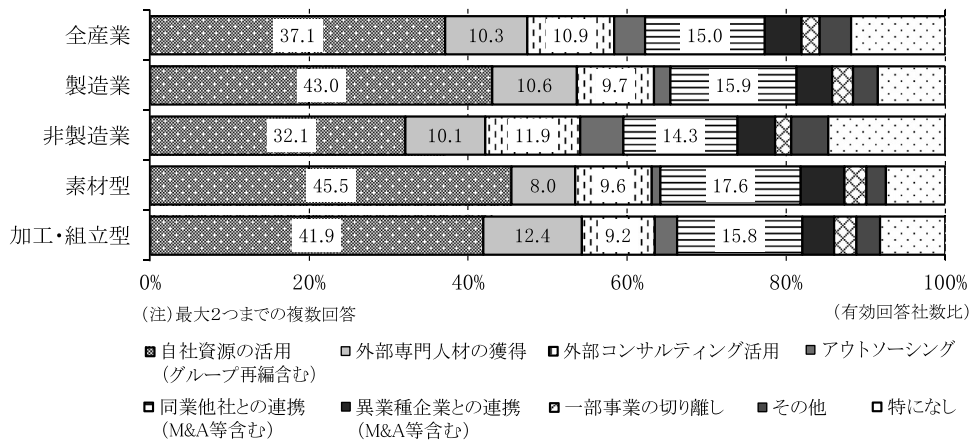


図表 1 - 2 成長・競争力強化に取り組むにあたっての最大の課題

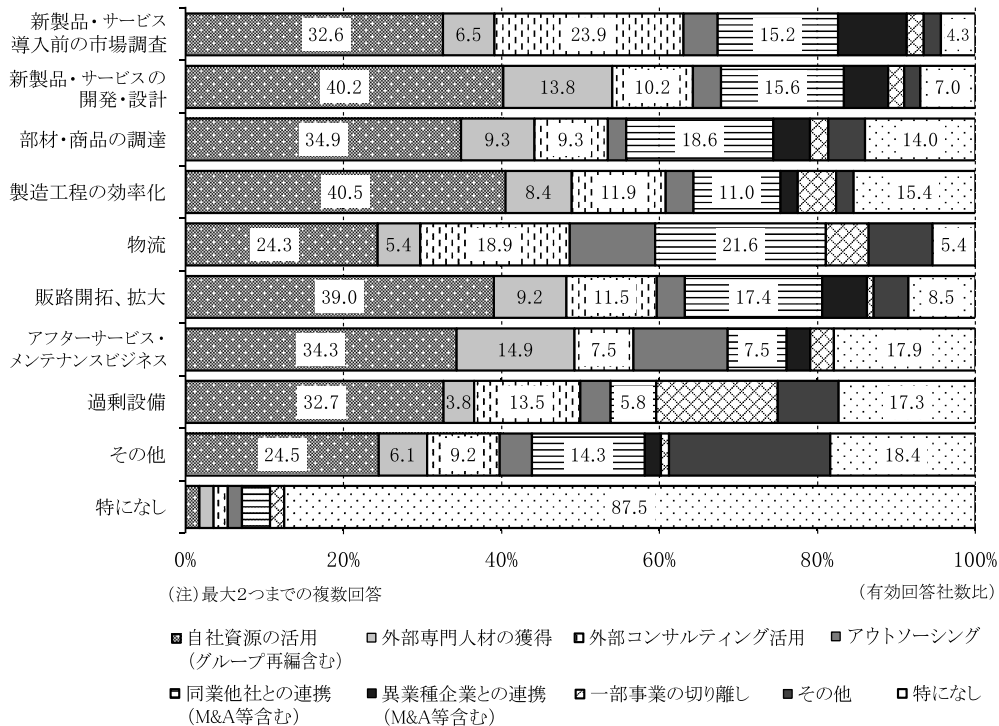


- ◆成長・競争力強化に取り組むにあたっての課題への対応としては、「自社資源の活用」が最も多いが、外部リソースの活用（「外部専門人材の獲得」「外部コンサルティング活用」「アウトソーシング」「同業他社・異業種企業との連携（M&A等を含む）」）に活路を求める企業が5割を超えている。なかでも製造業で「同業他社・異業種企業との連携（M&A等を含む）」が2割超となっており、特に素材型で割合が高くなっている。
- ◆成長・競争力強化に向けて最も注力しているもの（図表1-1）と課題への対応（図表1-3）をクロス集計すると、「新製品・サービス導入前の市場調査」に注力する企業は「外部コンサルティング活用」、「物流」に注力する企業は「同業他社との連携（M&A等を含む）」が多いなどの特徴が浮かび上がる。

図表1-3 課題への対応として実施済または実施予定の方策



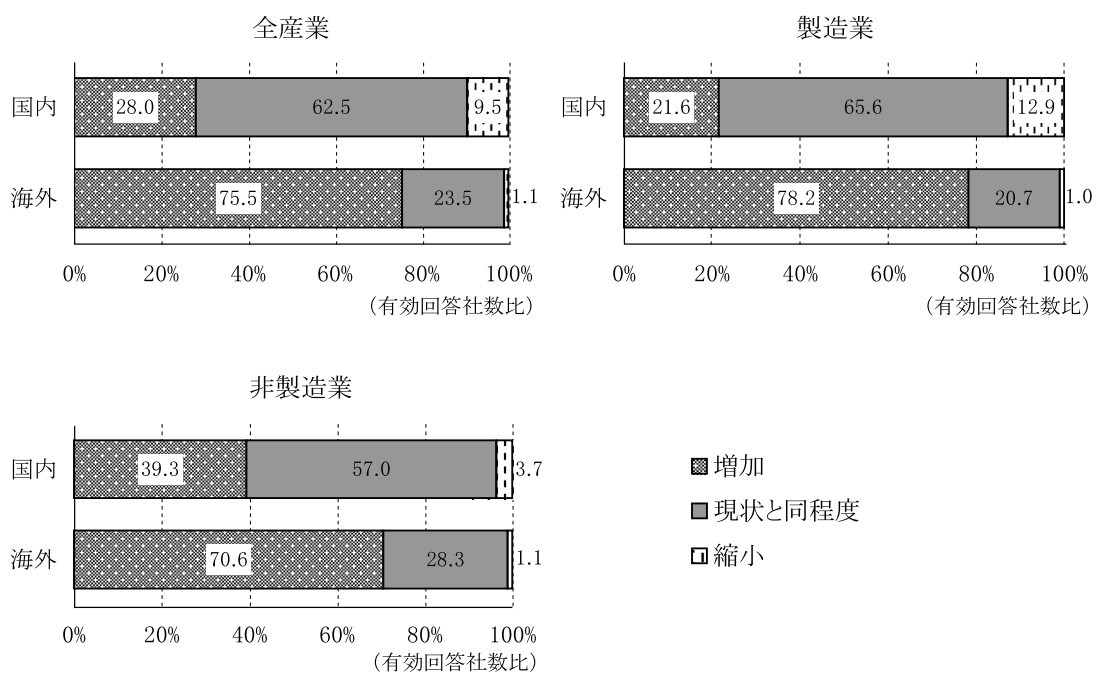
図表1-4 課題への対応として実施済または実施予定の方策（注力している取組み別）



## 2. 国内および海外の事業活動、競争環境

- ◆国内および海外の生産・サービス供給能力の中期的な見通し（国内海外共通回答会社ベース）は、海外の生産・サービス供給能力を「増加」する企業が、国内を「増加」する企業を大きく上回っており、この傾向は特に製造業で顕著である。また、海外を「縮小」という回答は、製造業、非製造業ともほとんどない。
- ◆海外で供給能力を「増加」する企業は、国内は「現状と同程度」が多く、「縮小」も相当数あり。
- ◆前年度の当行調査と比較すると、国内・海外とも「増加」の回答が減少し、海外「増加」・国内「縮小」の割合が上がっている。

図表 2-1 国内および海外の生産・サービス供給能力の中期的な見通し  
(国内海外共通回答会社ベース)



### 製造業

		国内供給能力			
		増加	現状と同程度	縮小	合計
海外供給能力	増加	18.7	47.7	11.8	78.2
	現状と同程度	2.9	17.0	0.8	20.7
	縮小	0.0	0.8	0.2	1.0
	合計	21.6	65.6	12.9	100.0

(有効回答社数比、%)

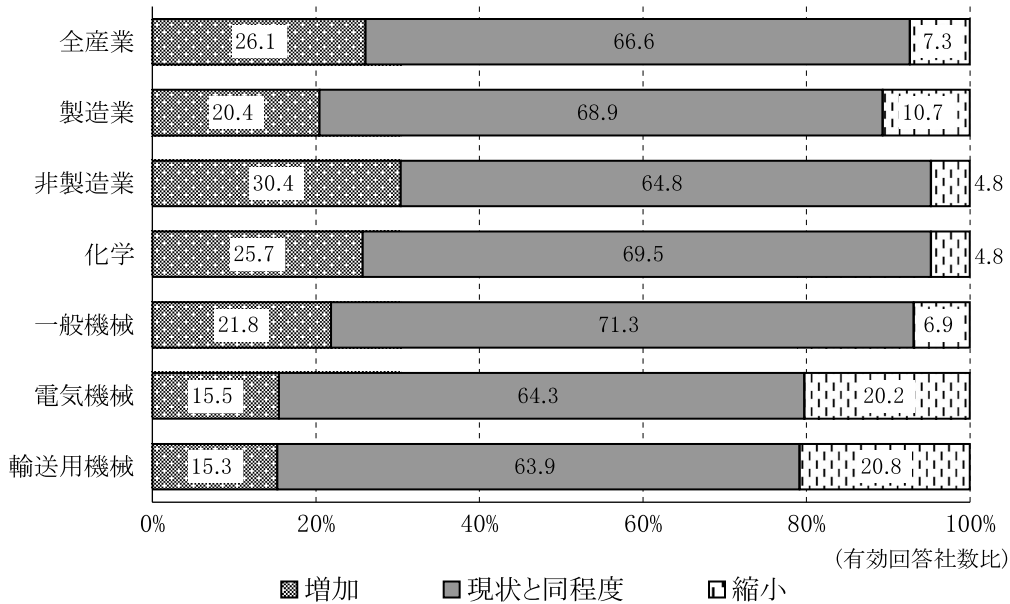
<参考> 製造業(2011年度調査時点)

		国内供給能力			
		増加	現状と同程度	縮小	合計
海外供給能力	増加	32.8	26.9	4.5	64.2
	現状と同程度	5.8	27.3	1.5	34.6
	縮小	0.6	0.2	0.4	1.2
	合計	39.2	54.4	6.4	100.0

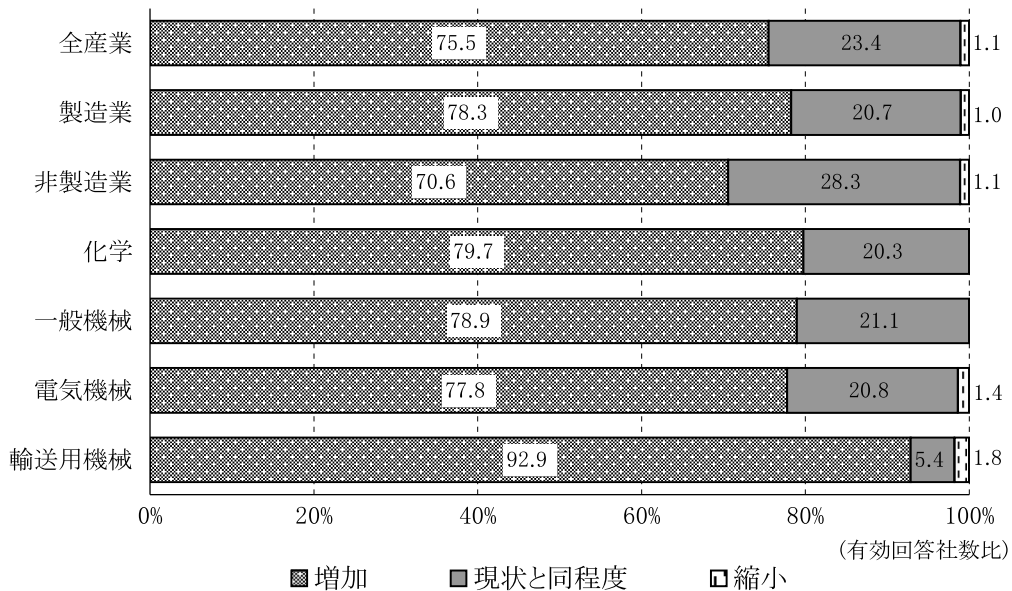
(有効回答社数比、%)

- ◆国内の生産・サービス供給能力の見通しを業種別にみると、「増加」の割合が高いのは化学や一般機械。逆に「輸送用機械」や「電気機械」は、「減少」の割合が高くなっている。
- ◆海外については、業種にかかわらず「増加」する割合が高く、なかでも輸送用機械では「増加」が9割を超えている。

図表 2-2 中期的な国内の生産・サービス供給能力

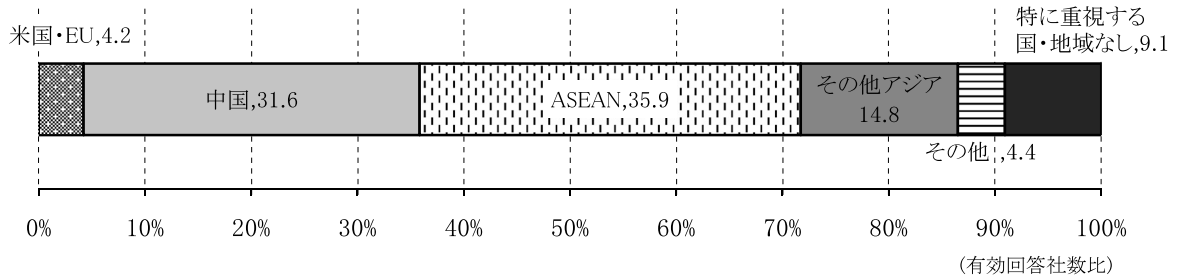


図表 2-3 中期的な海外の生産・サービス供給能力

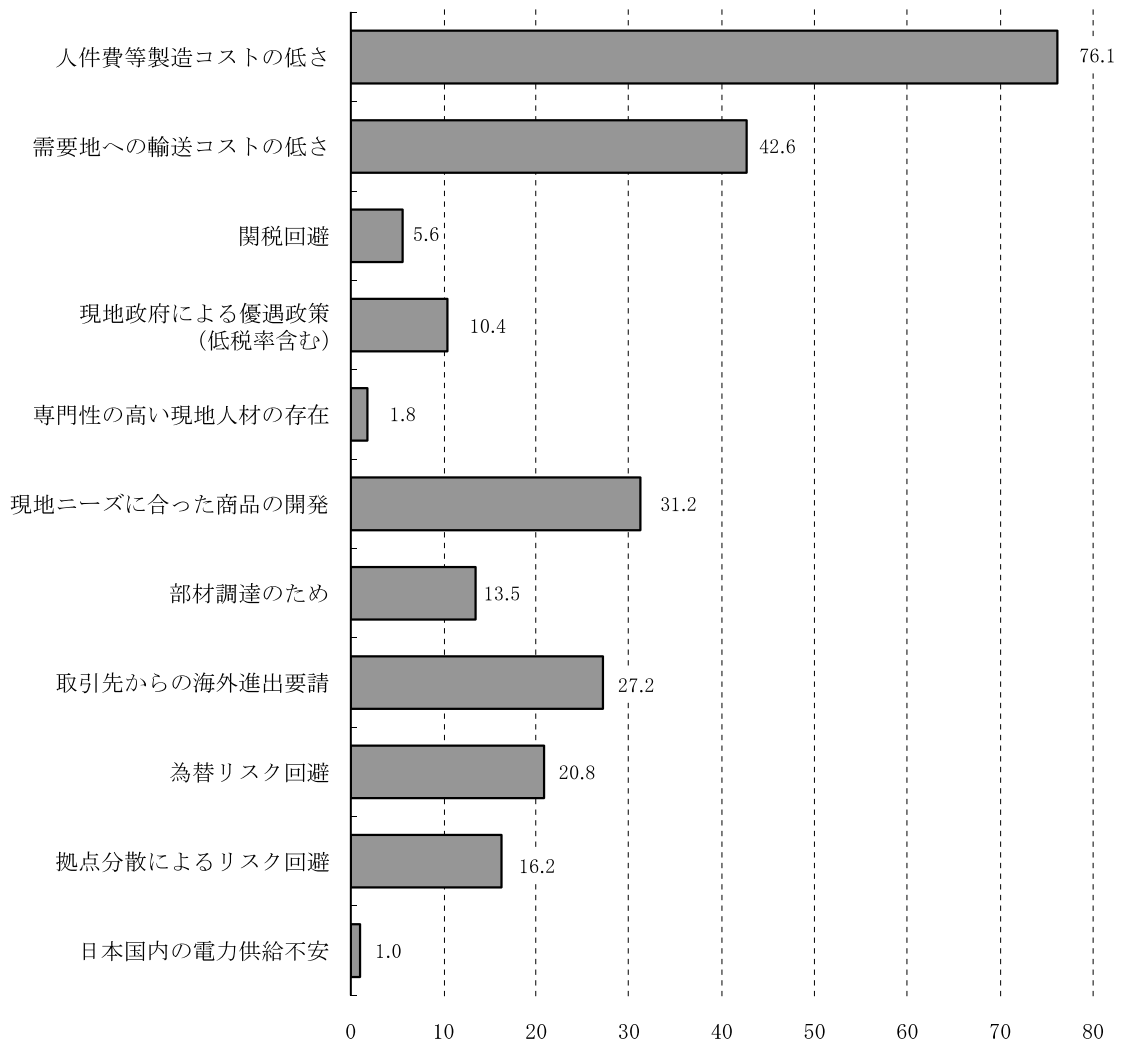


- ◆今後の海外設備投資について最も重視する国・地域は、「中国」「ASEAN」がそれぞれ3割以上で、その他を含め、アジアが8割を超える。「米国・EU」は合わせても4%強にとどまる。
- ◆外需に対して、輸出でなく海外生産を行う理由は「人件費等製造コストの低さ」が最大。「需要地への輸送コストの低さ」「現地ニーズに合った商品の開発」がそれに次ぐ。「取引先からの海外進出要請」も相当数あり。

図表 2-4 今後の海外設備投資について最も重視する国・地域（製造業）



図表 2-5 国内からの輸出でなく海外生産を行う理由（製造業）

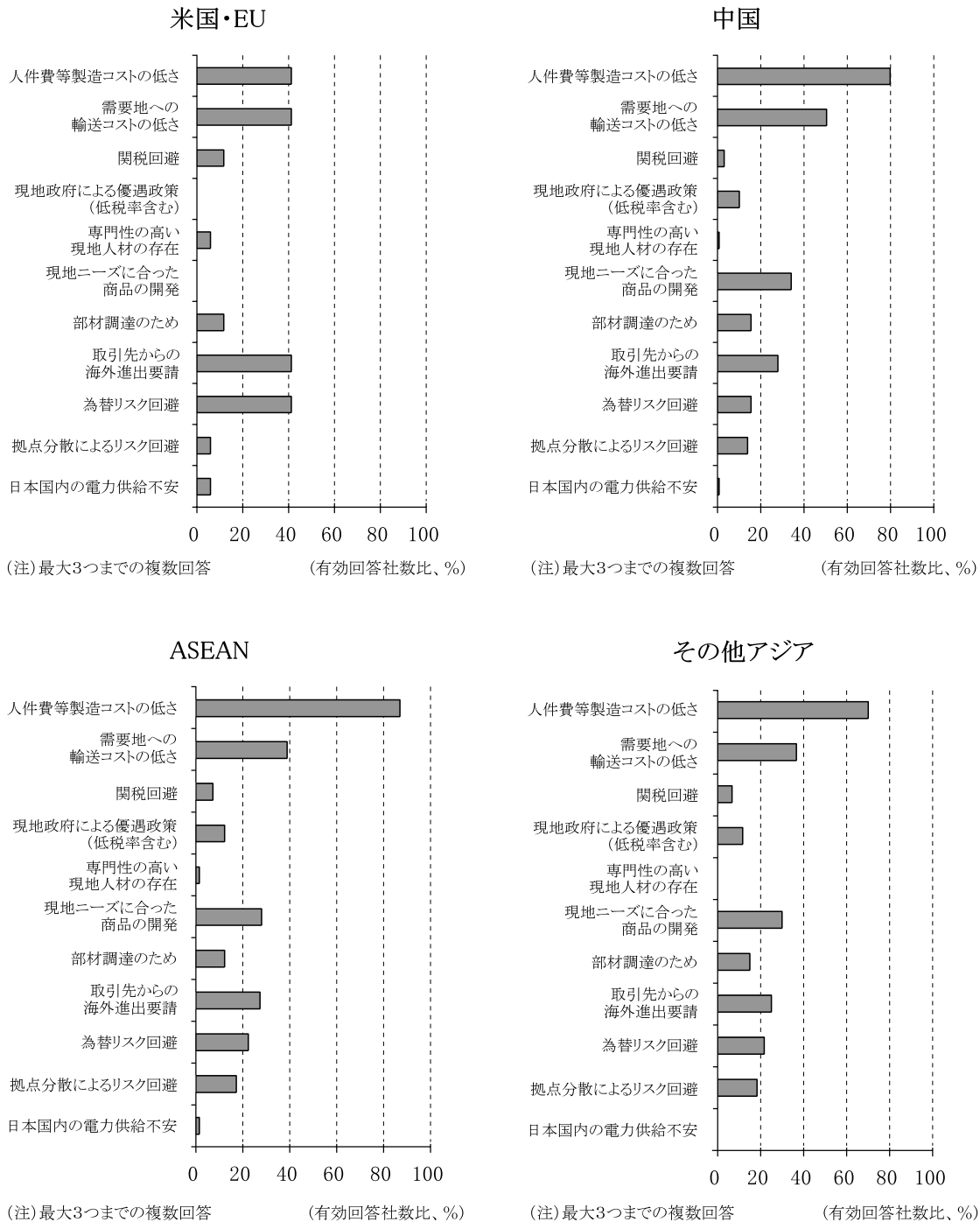




◆海外生産を行う理由を図表2-4の「最も重視する国・地域」別にみると、以下のような特徴が挙げられる。

- ・何れの地域においても、「人件費等製造コストの低さ」と「需要地への輸送コストの低さ」が多いが、アジアでは「人件費等製造コスト」、米国・EUでは「需要地への輸送コストの低さ」の割合が相対的に高い。
- ・コスト要因に次いで多いのは、「現地ニーズに合った商品の開発」。米国・EUでは「為替リスク回避」の割合も高い。

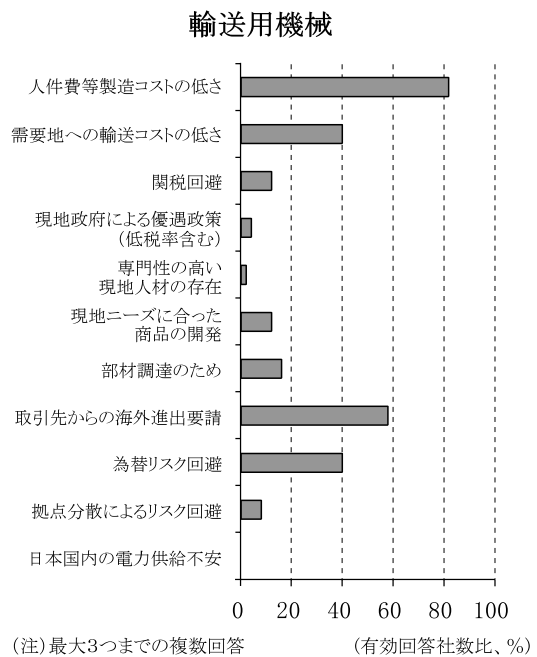
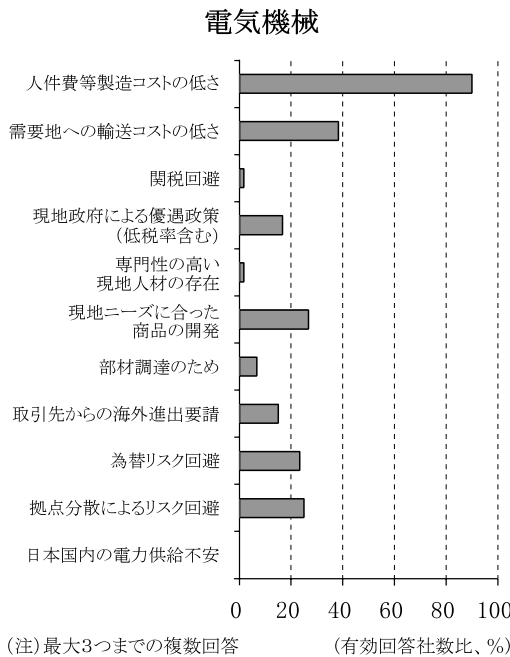
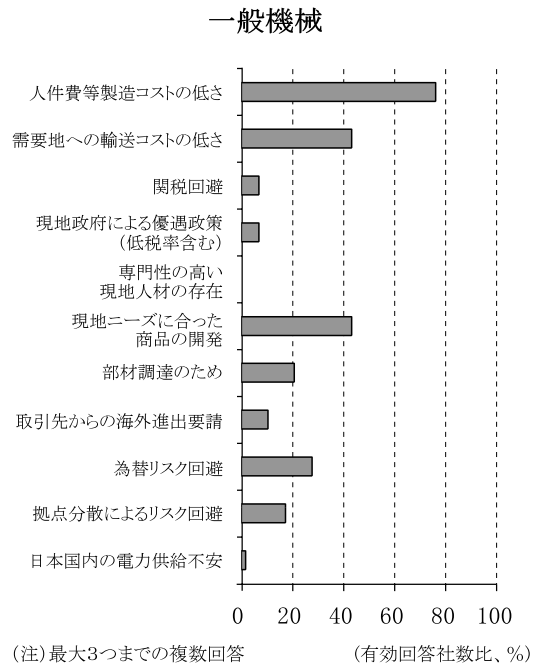
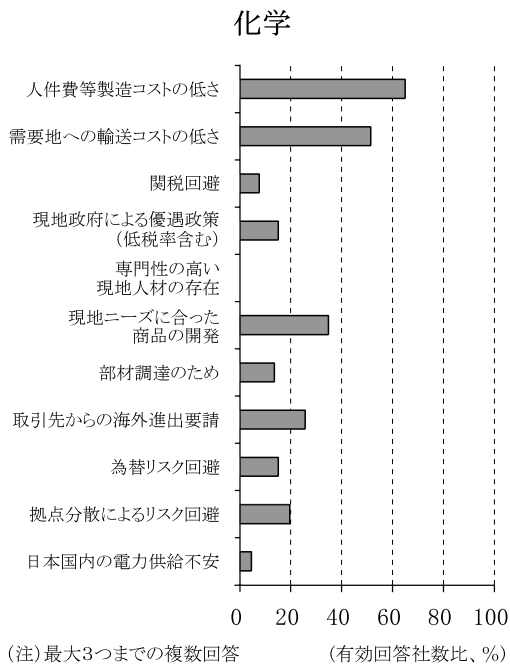
図表2-6 今後の海外設備投資について最も重視する国・地域と海外生産を行う理由（製造業）  
（海外生産を行う理由「無回答」を除く）



◆海外生産を行う理由を業種別にみると、以下のような特徴が挙げられる。

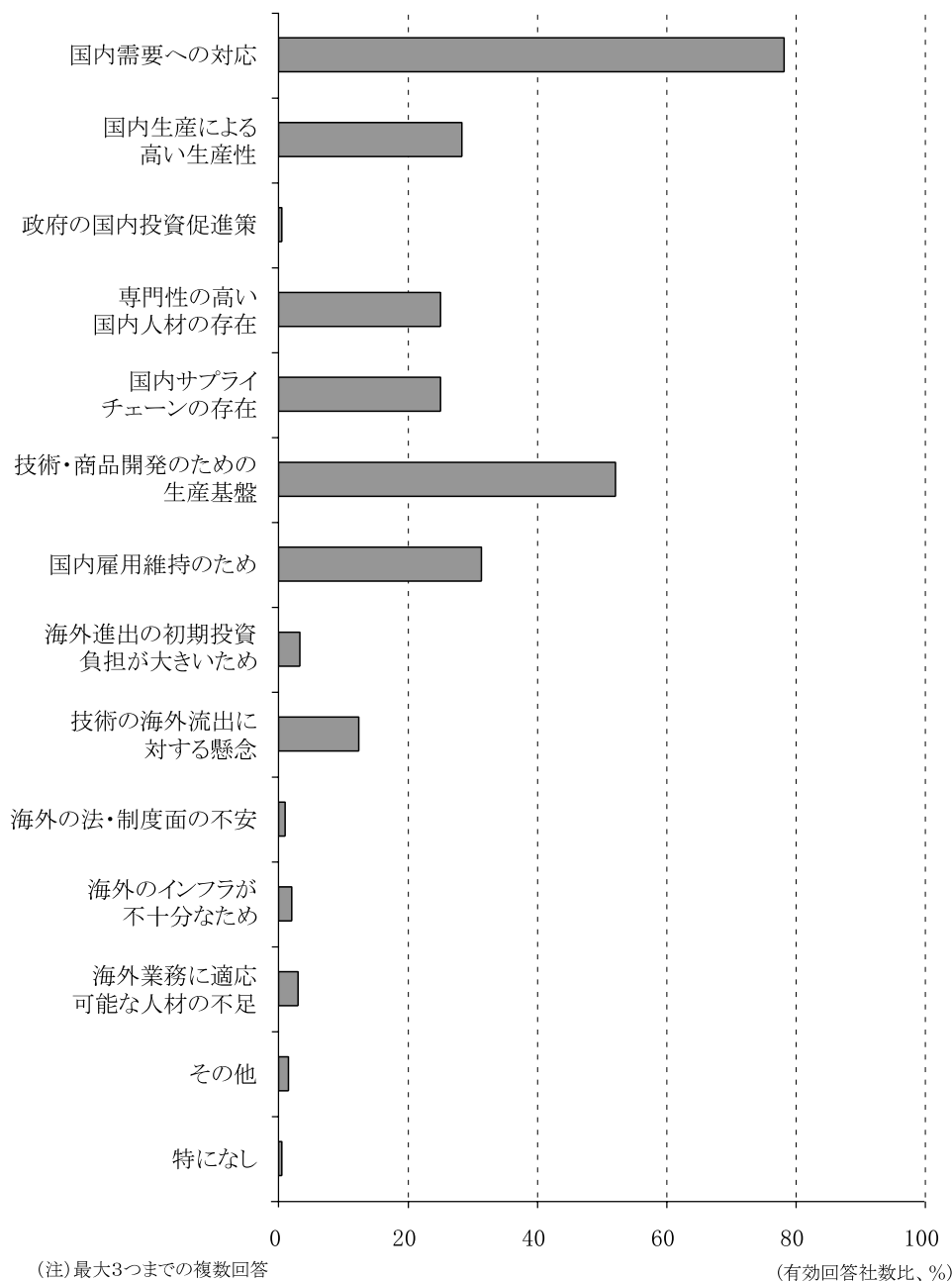
- ・化学：製造業平均に対し、「人件費等製造コストの低さ」はやや低いが、「需要地への輸送コストの低さ」が高め。
- ・一般機械：「取引先からの海外進出要請」の割合が低い。
- ・電気機械：「人件費等製造コストの低さ」の割合が8割以上となっている。
- ・輸送用機械：「取引先からの海外進出要請」「為替リスク回避」が高い。

図表2-7 外需に対して国内からの輸出でなく海外生産を行う理由（業種別）



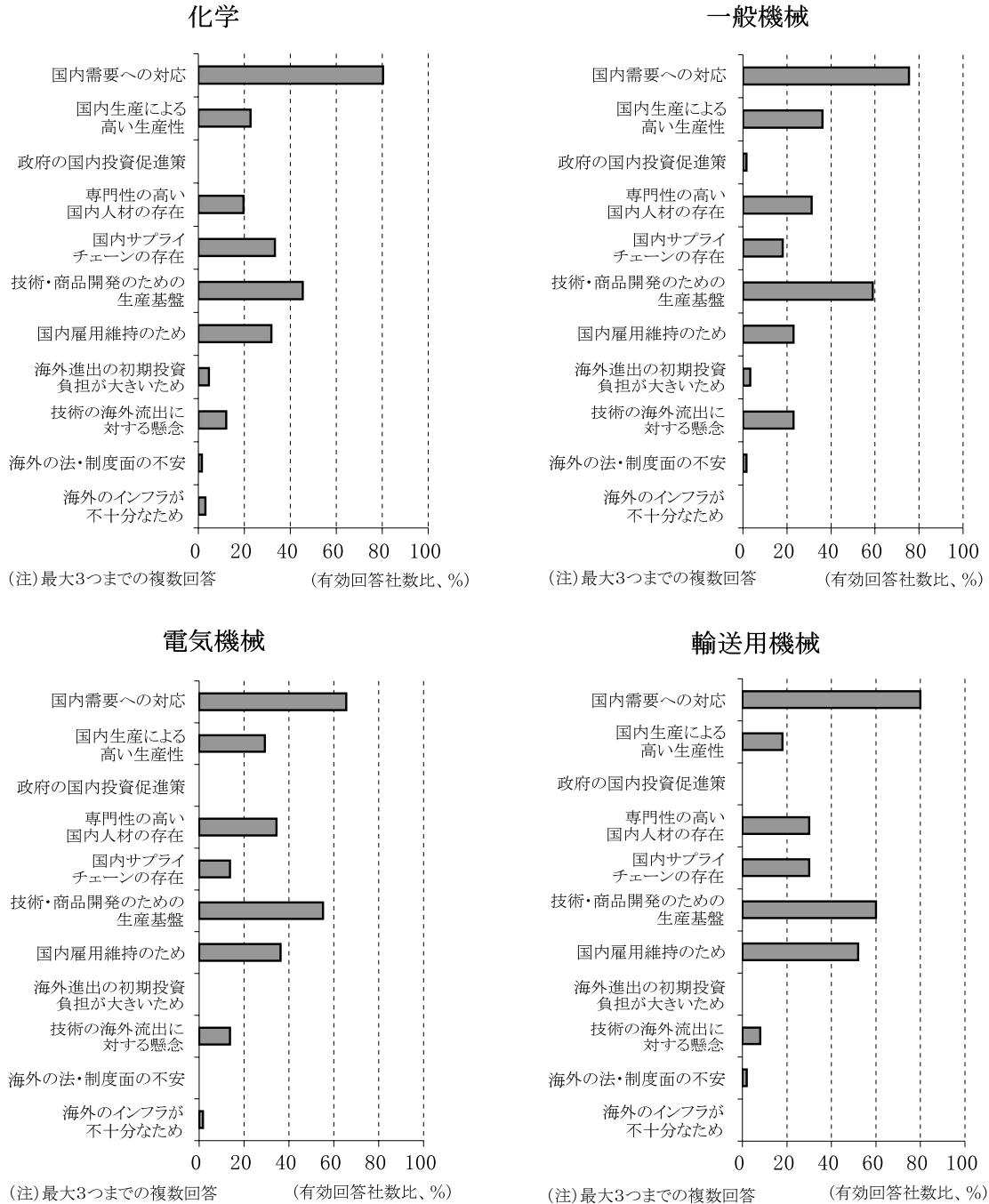
- ◆国内生産を維持（一定程度継続）する理由として最大のものは「国内需要への対応」で、「技術・商品開発のための生産基盤」がそれに次ぐ。「専門性の高い国内人材の存在」「国内サプライチェーンの存在」も一定程度あり。
- ◆「海外の法・制度面の不安」「海外のインフラが不十分なため」という事業環境面のインフラ関連の差異を挙げる声は少なかった。

図表 2 - 8 国内生産を維持する理由（製造業）



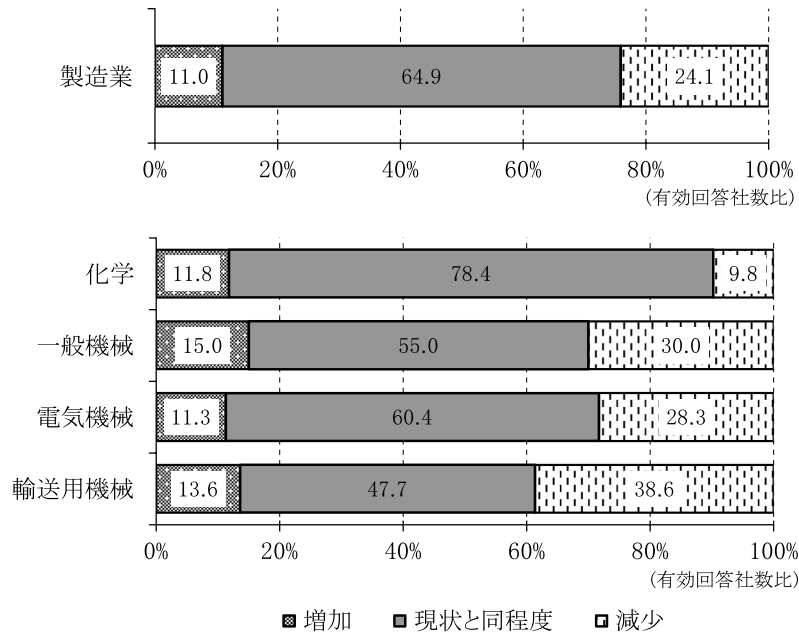
- ◆国内生産を維持（一定程度継続）する理由を業種別にみると、以下のような特徴が挙げられる。
- ・化学：「専門性の高い国内人材の存在」の割合がやや低い。
  - ・一般機械：「技術の海外流出に対する懸念」の割合がやや高い。
  - ・電気機械：「国内需要への対応」の割合がやや低い。
  - ・輸送用機械：「国内雇用維持のため」の割合が高い。

図表 2 - 9 国内生産を一定程度継続する理由（業種別）

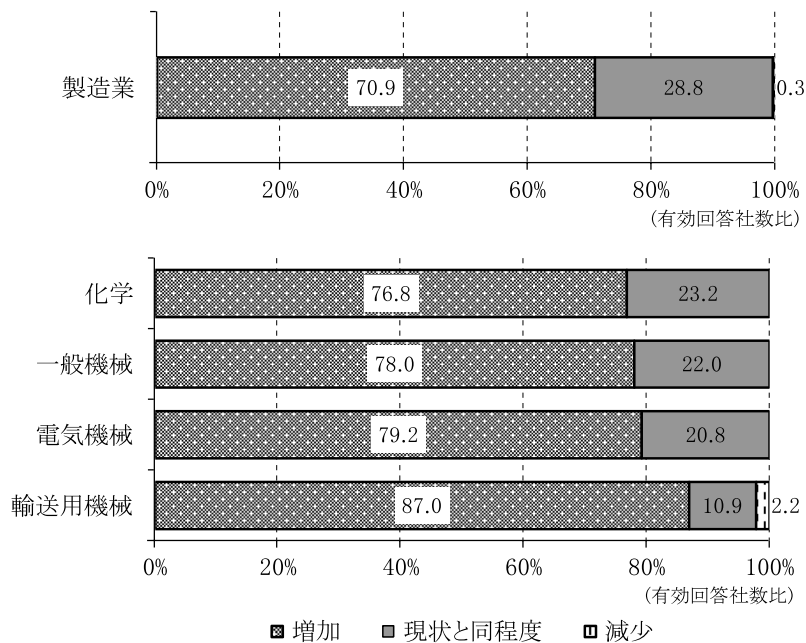


- ◆海外拠点における今後の国内・海外メーカーからの原材料・部材調達について、国内メーカーからの調達は「増加」させる企業より、「減少」させる企業が多い。業種別にみると、国内メーカーからの調達「減少」の割合が高いのは輸送用機械で、低いのは化学。
- ◆海外メーカーからの調達は、「増加」の割合が「現状と同程度」より高くなっている。業種別にみると化学、一般機械、電気機械、輸送用機械何れも製造業平均より「増加」が多くなっており、なかでも輸送用機械の「増加」は9割近い。

図表 2-10 海外拠点での国内メーカーからの原材料・部材調達の増減見通し

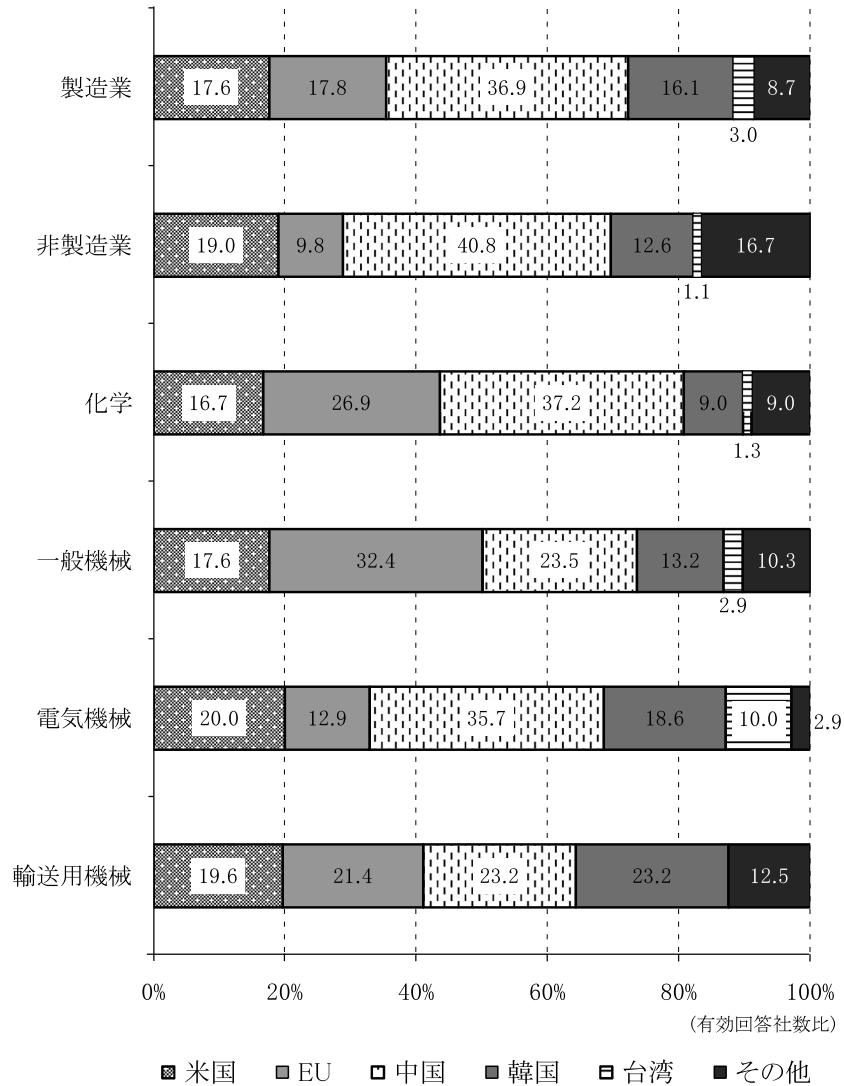


図表 2-11 海外拠点での海外メーカーからの原材料・部材調達の増減見通し



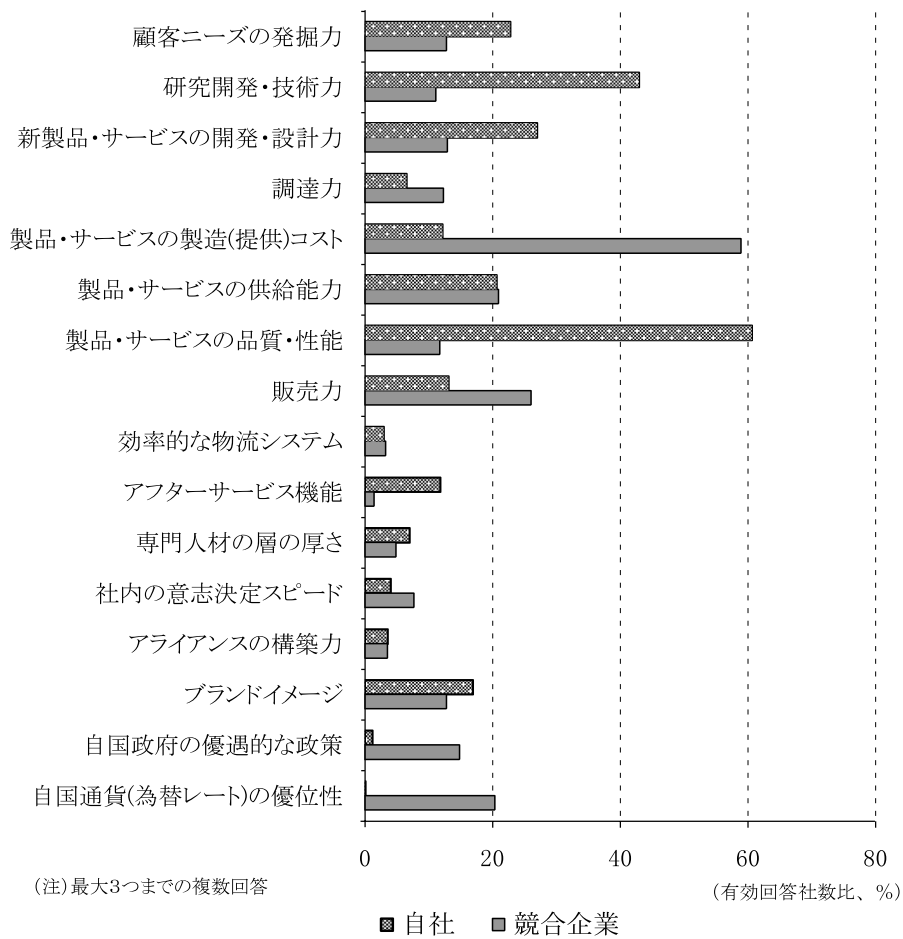
- ◆海外事業において最も競合する外国企業の国籍は、製造業、非製造業とも「中国」。製造業では「米国」「EU」「韓国」企業はほぼ同程度となっている。
- ◆製造業の業種別では、一般機械で「EU」との競合が多いほか、輸送用機械で「韓国」、電気機械で「台湾」の割合が相対的に高くなっている。

図表 2-12 海外事業において最も競合する外国企業の国籍

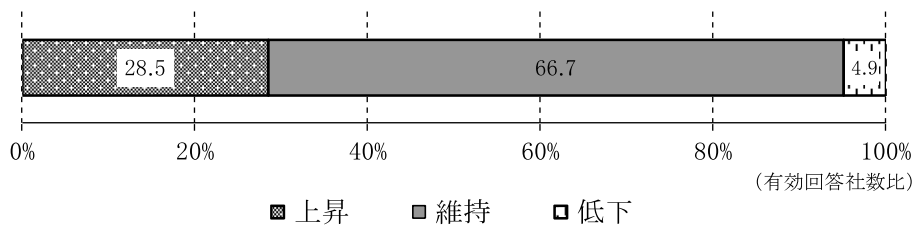


- ◆ 自社および競合企業の競争力の源泉について、自社の競争力の源泉として回答が多く、競合企業については回答が少なかった（両者の開きが大きかった）のは、「製品・サービスの品質・性能」や「研究開発・技術力」。逆に、競合企業の競争力の源泉として回答が多かったものは、「製品・サービスの製造（提供）コスト」や「販売力」。「自国政府の優遇的な政策」「自国通貨（為替レート）の優位性」を競合企業の競争力の源泉として挙げる声も多かった。
- ◆ 競合企業に対する自社の競争力の今後の見通しについては、2/3の企業が「維持」と回答。「上昇」は「低下」を大きく上回っている。

図表 2-13 自社および競合企業の競争力の源泉

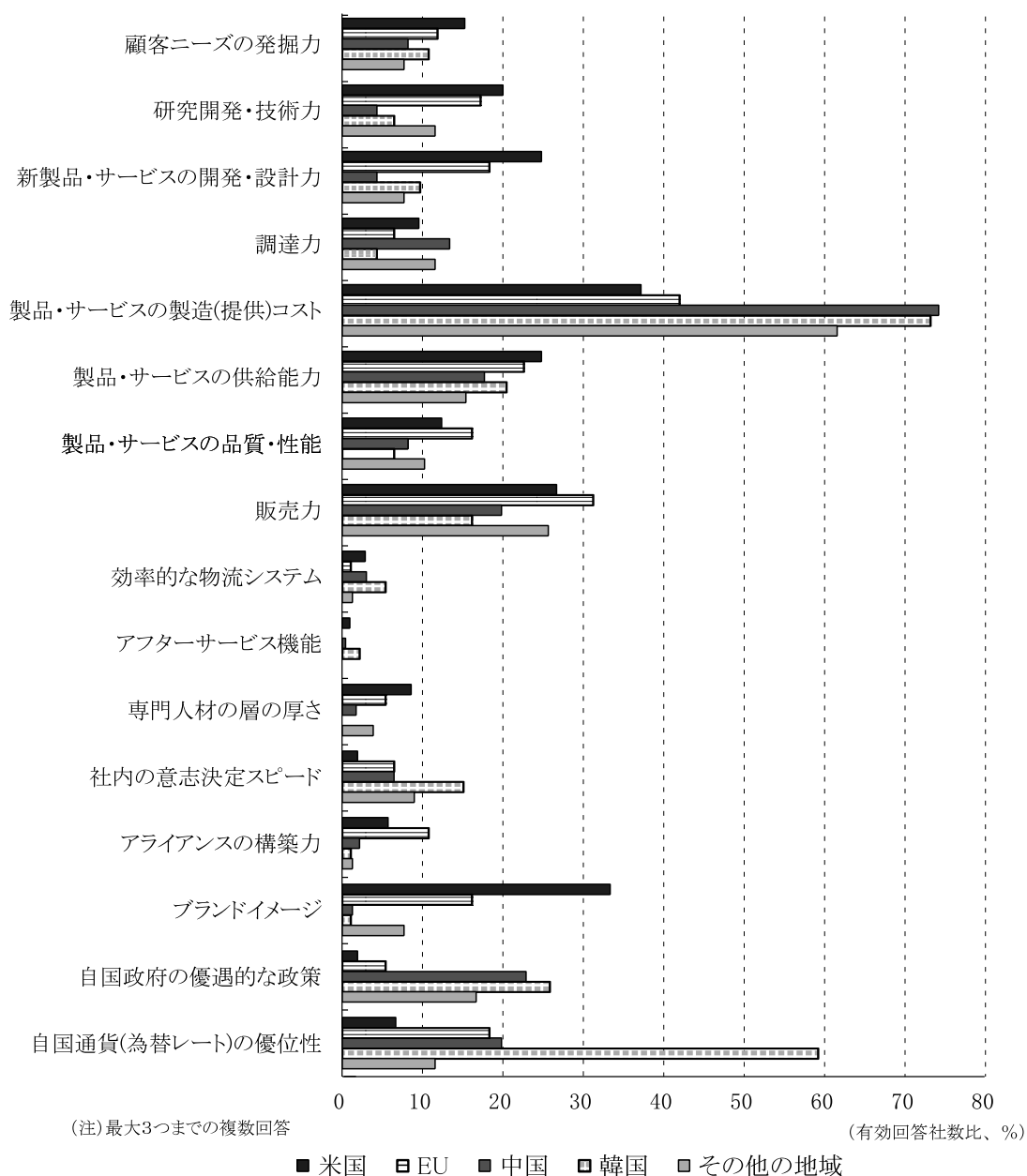


図表 2-14 競合企業に対する自社の競争力の今後の見通し



◆競争力の源泉を競合国別にみると、以下のような特徴が挙げられる。  
 米国：「ブランドイメージ」の割合が高い。  
 EU：「販売力」の割合が高い。  
 中国：「製品・サービスの製造（提供）コスト」の割合が高い。  
 韓国：「自国通貨（為替レート）の優位性」の割合が高い。

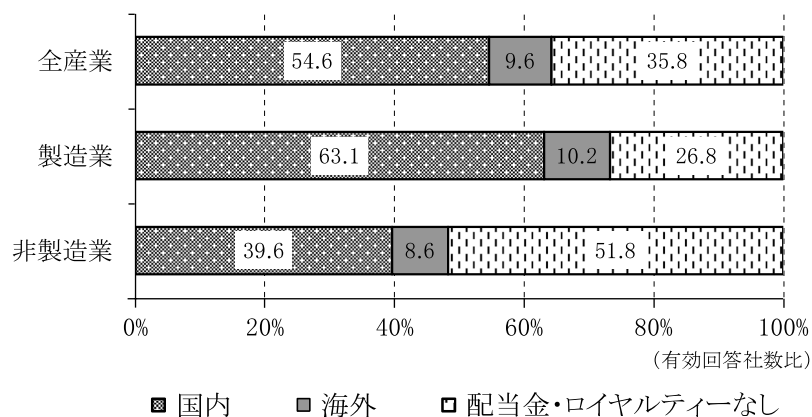
図表 2-15 競合企業の国籍と競争力の源泉（競合国別）



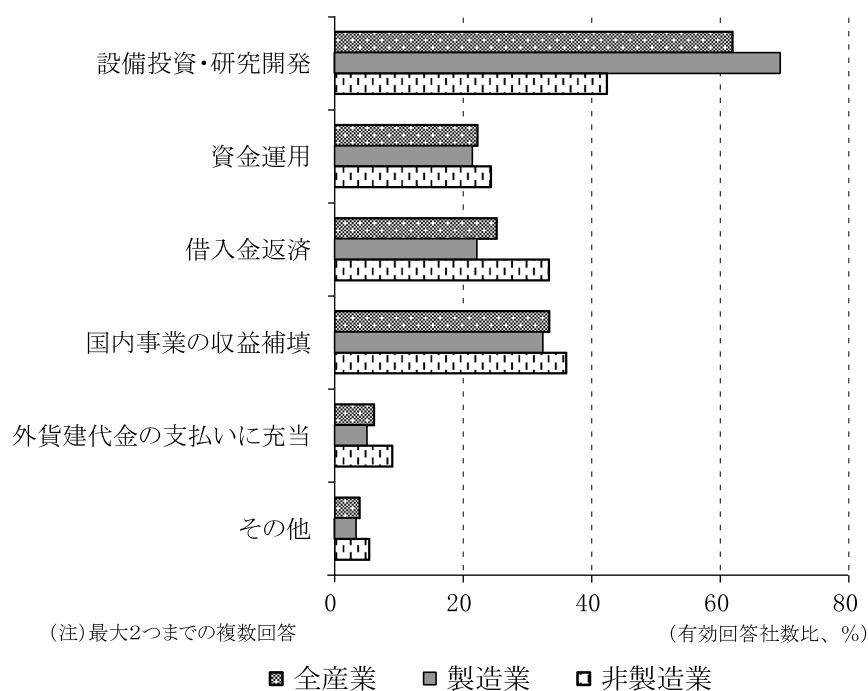


- ◆海外現地法人からの配当・ロイヤルティの活用は、「国内」で活用が多いが、「配当・ロイヤルティなし」も36%存在。特に非製造業で「配当・ロイヤルティなし」が多い。
- ◆活用目的は、製造業、非製造業とも「設備投資・研究開発」が最も多いが、「国内事業の収益補填」も相当数あり。

図表 2-16 海外現地法人からの配当金・ロイヤルティの活用

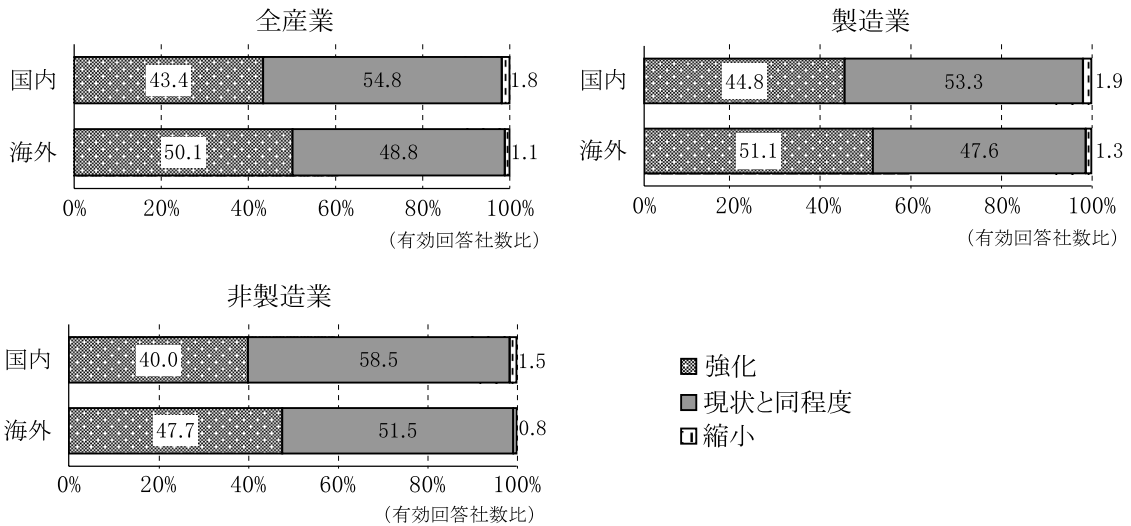


図表 2-17 海外現地法人からの配当金・ロイヤルティの活用目的



◆国内および海外の研究開発の中期的な見通し（国内海外共通回答会社ベース）は、製造業、非製造業とも海外「強化」の方が国内「強化」の割合より高い。国内、海外いずれも「縮小」はごくわずか。全体では、国内・海外ともに「強化」または「現状と同程度」とする回答が多い。  
 ◆前年度との比較では、国内は「強化」「現状と同程度」「縮小」の割合がほぼ同程度であるのに対し、海外は「強化」の割合が増えている。

図表 2-18 国内および海外の研究開発の中期的な見通し  
 (国内海外共通回答会社ベース)



製造業

		国内研究開発			
		強化	現状と同程度	縮小	合計
海外研究開発	強化	30.6	18.9	1.6	51.1
	現状と同程度	13.6	33.8	0.3	47.6
	縮小	0.6	0.6	0.0	1.3
	合計	44.8	53.3	1.9	100.0

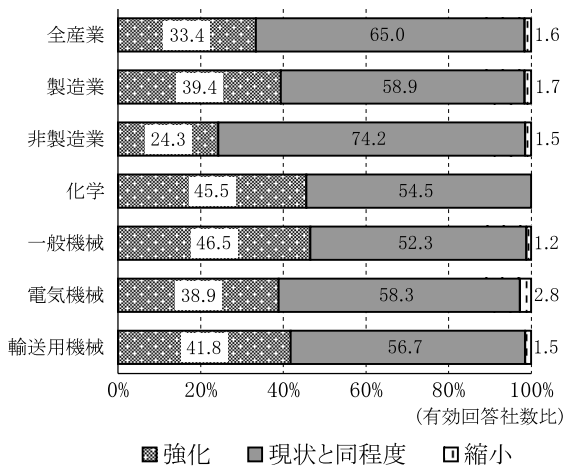
(有効回答社数比、%)

<参考> 製造業(2011年度調査時点)

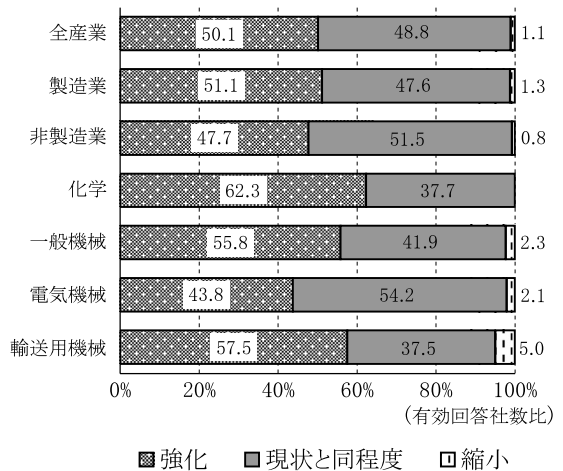
		国内研究開発			
		強化	現状と同程度	縮小	合計
海外研究開発	強化	22.3	7.4	0.8	30.5
	現状と同程度	23.1	44.6	0.5	68.2
	縮小	0.3	0.3	0.8	1.3
	合計	45.6	52.3	2.1	100.0

(有効回答社数比、%)

図表 2-19 国内研究開発の中期的な見通し



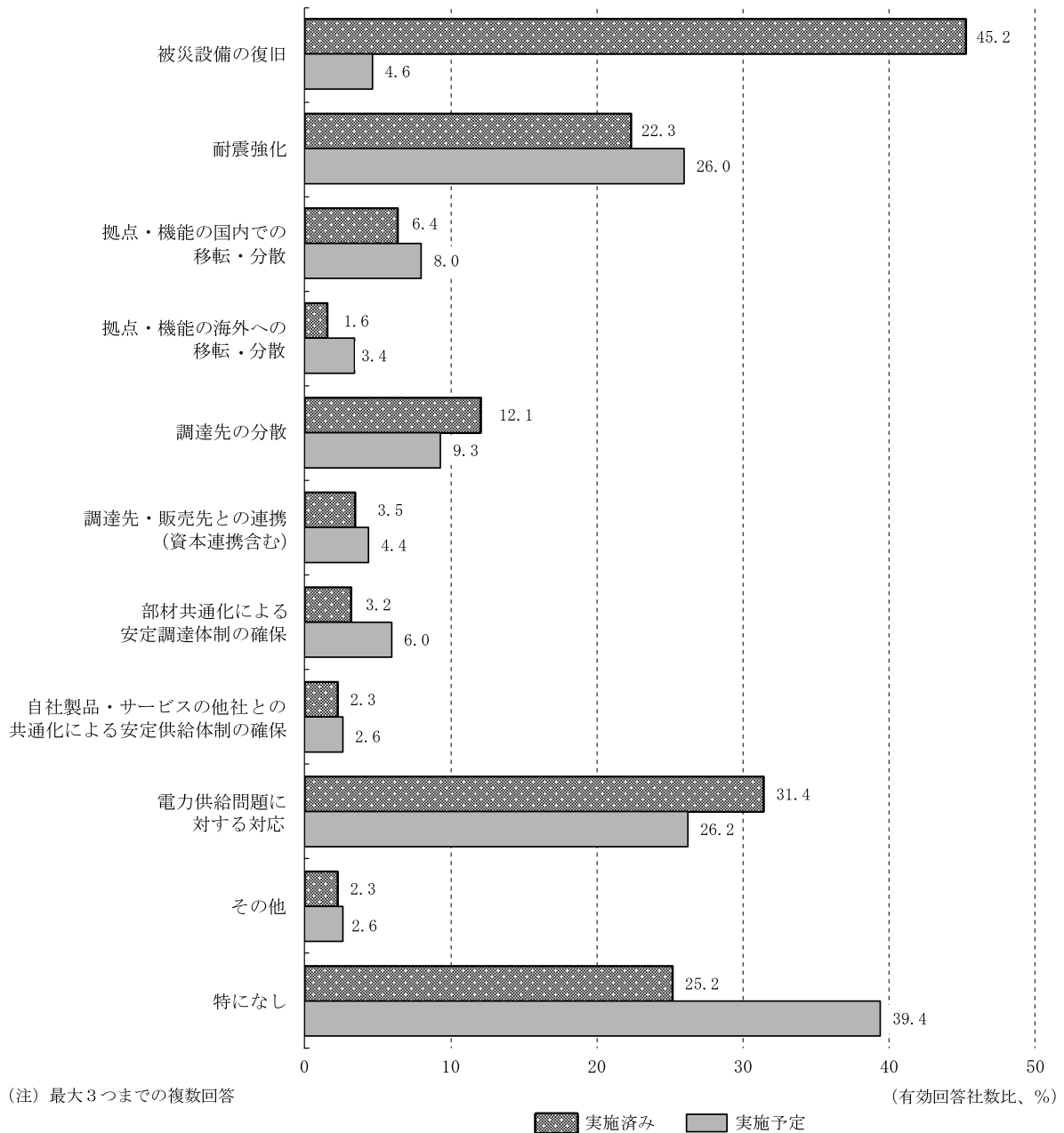
図表 2-20 海外研究開発の中期的な見通し



### 3. 東日本大震災後の対応

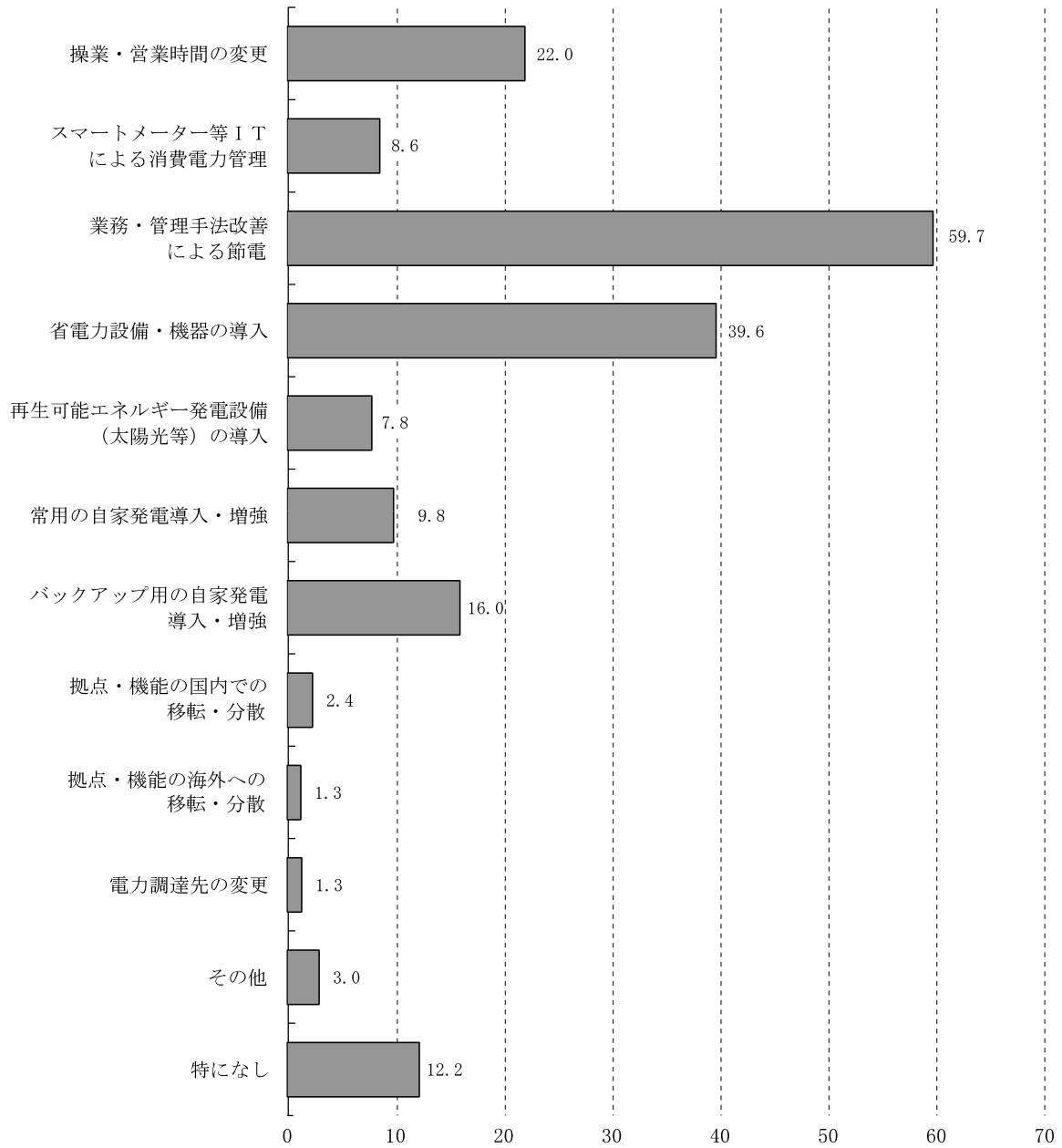
◆東日本大震災に伴う対応としては、「被災設備の復旧」は「実施済み」が45%となっており、「実施予定」との回答は5%にとどまる。一方、「耐震強化」「電力供給問題に対する対応」は一定数の企業が「実施済み」としているが、「実施予定」とする企業もそれぞれ26%存在する。

図表 3 - 1 東日本大震災発生に伴う対応



◆電力供給問題に対する対応として、最も多いのは「業務・管理手法改善による節電」で、「省電力設備・機器の導入」がそれに次ぐ。「自家発電（再エネ、常用、バックアップ用）導入・増強」も相当数あり。

図表 3-2 電力供給問題に対する対応



(注) 最大 3 つまでの複数回答

(有効回答社数比、%)