

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

調査時期：2014年6月26日（木）を期日として実施。

調査対象：2013・2014・2015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) 3,224社	1,340社 (41.6%)	559社	781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。

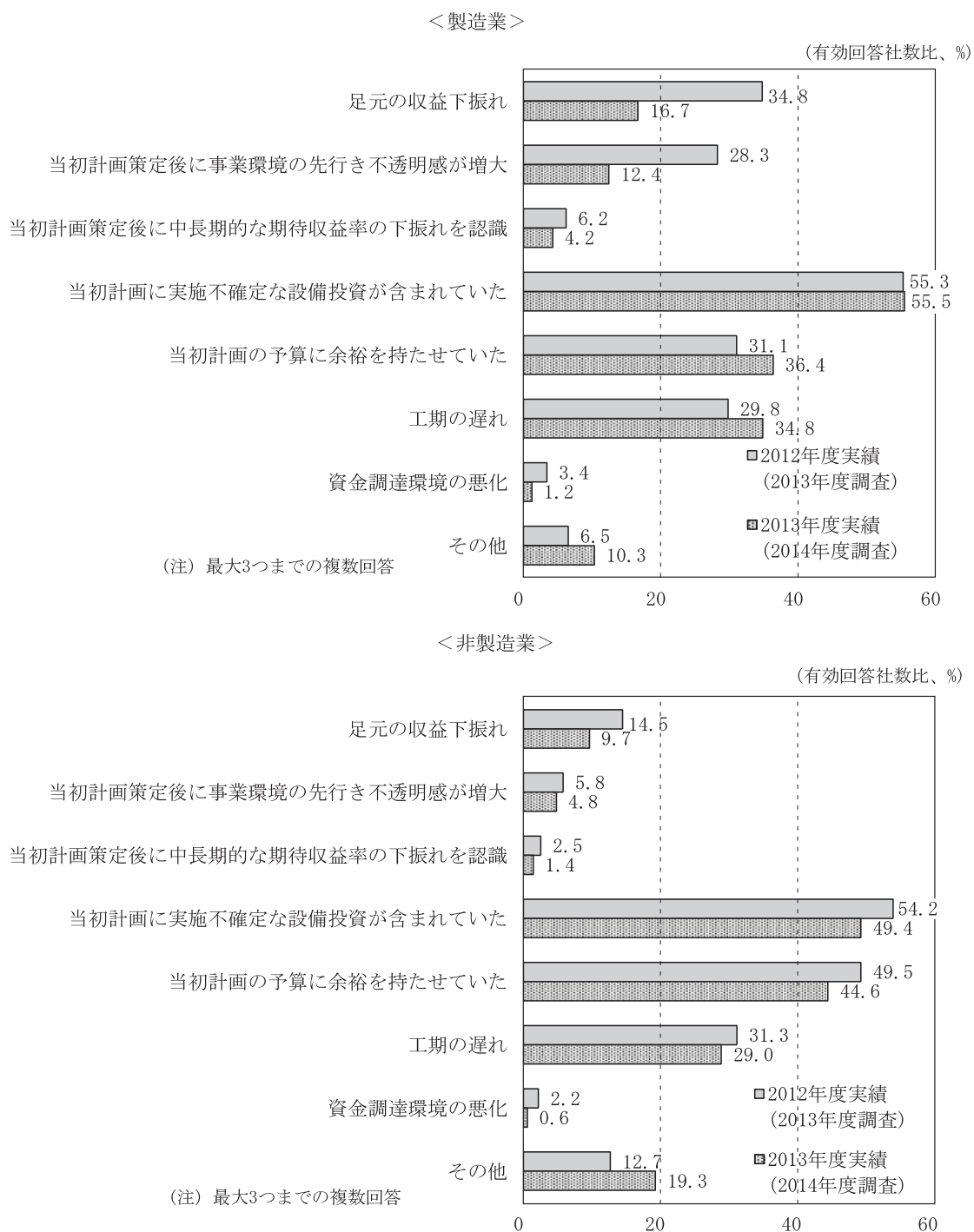
- 調査項目：
1. 2013年度の設備投資実績について
 2. 国内事業環境に係る認識及び事業スタンスについて
 3. 国内及び海外の事業活動について
 4. 成長市場開拓に向けた取り組みについて
 5. 研究開発活動・無形資産に係る戦略について

Ⅱ. 調査結果

1. 2013年度の設備投資実績について

- ◆2013年度の国内設備投資実績が当初計画を下回った企業について、その理由をみると、製造業、非製造業とも「当初計画に実施不確定な設備投資が含まれていた」「当初計画の予算に余裕を持たせていた」などの統計上のくせが上位を占めている。
- ◆一方、2013年度調査と比較すると、「足元の収益下振れ」「当初計画策定後に事業環境の先行き不透明感が増大」「当初計画策定後に中長期的な期待収益率の下振れを認識」の比率が低下している。

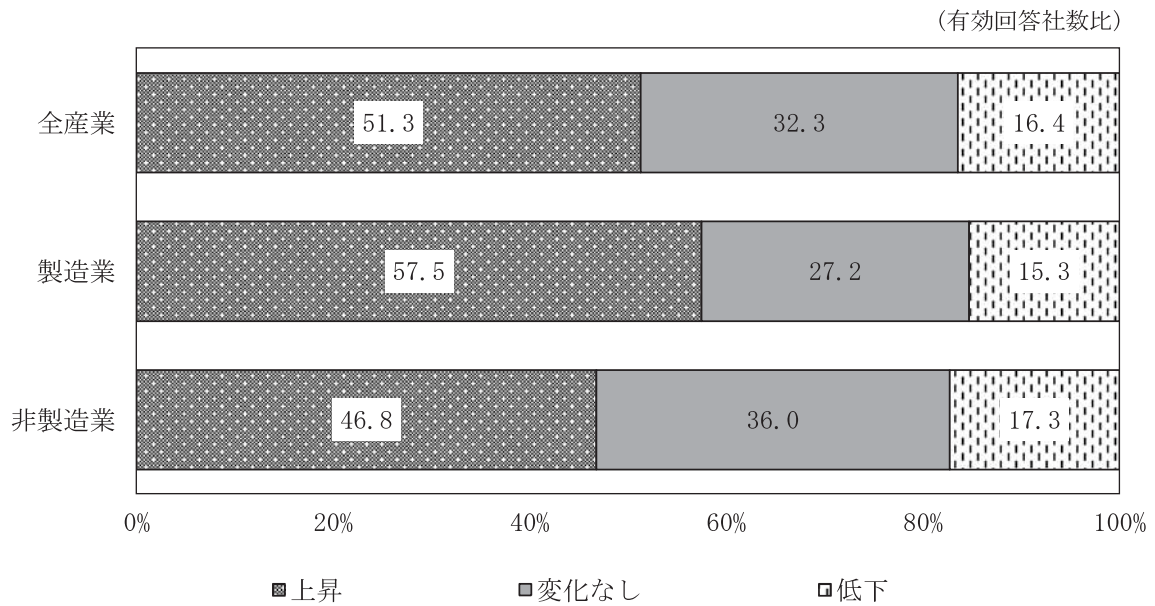
図表1-1 2012年度の国内設備投資の実績と当初計画



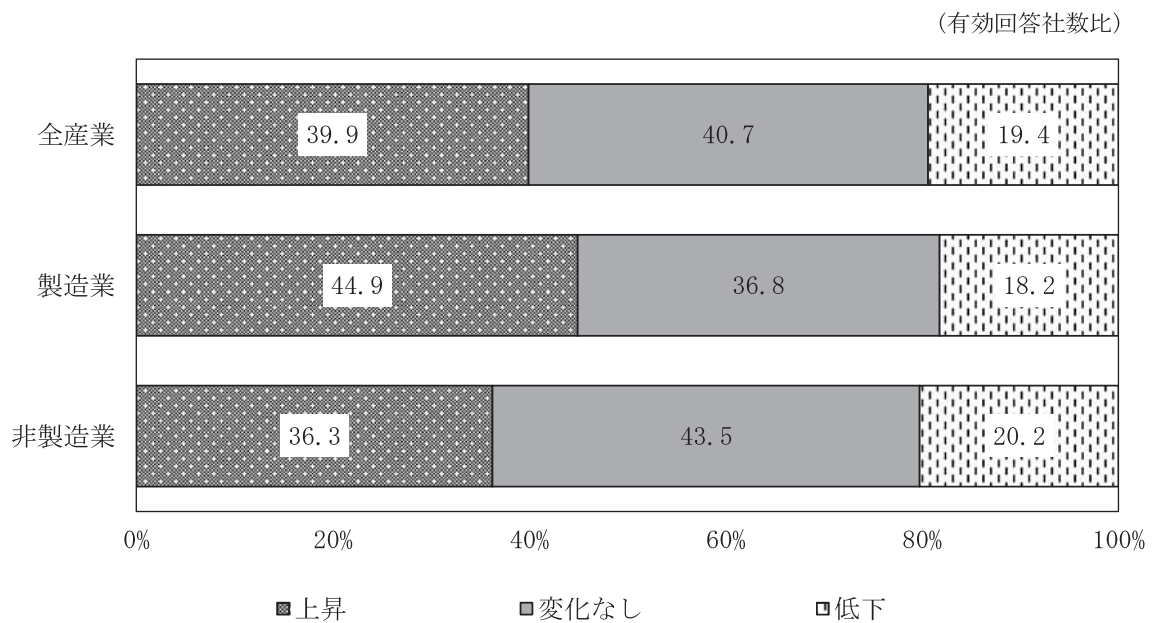
2. 国内事業環境に係る認識及び事業スタンスについて

- ◆2014年における中期的（今後3年程度）な期待収益率が、2012年との比較で上昇する比率は、製造業で約6割、非製造業で約5割に上る。
- ◆同様に、2013年との比較で上昇する比率も、製造業、非製造業とも約4割に上る。

図表 2-1 2014年における中期的な期待収益率の変化
 <2012年との比較>



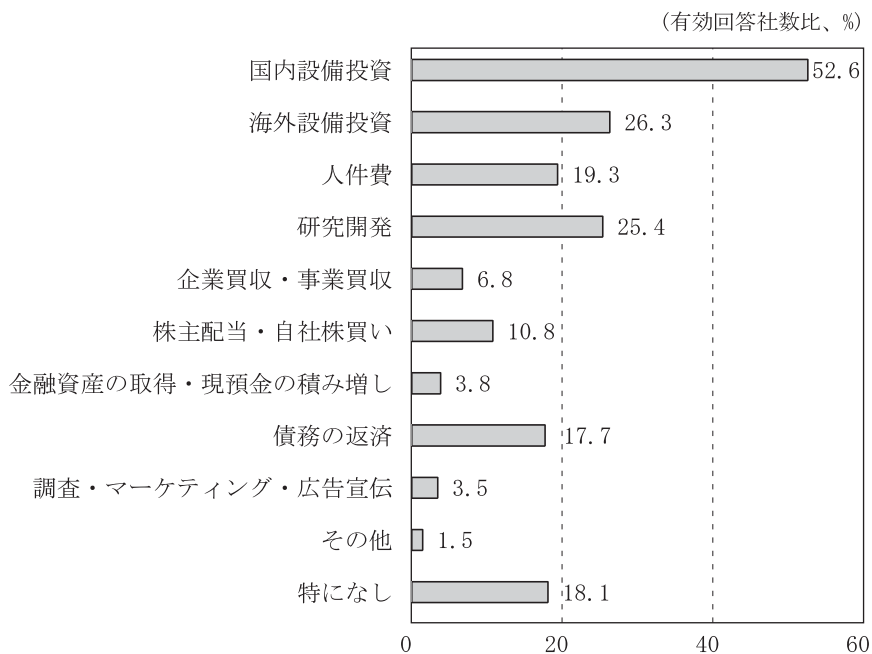
<2013年との比較>



◆2014年度の資金計画において、2013年度との比較で資金配分を高める項目は、製造業では「国内設備投資」が最も多く、「海外設備投資」「研究開発」「人件費」も挙げられている。非製造業では、「国内設備投資」が最も多く、「人件費」も挙げられている。

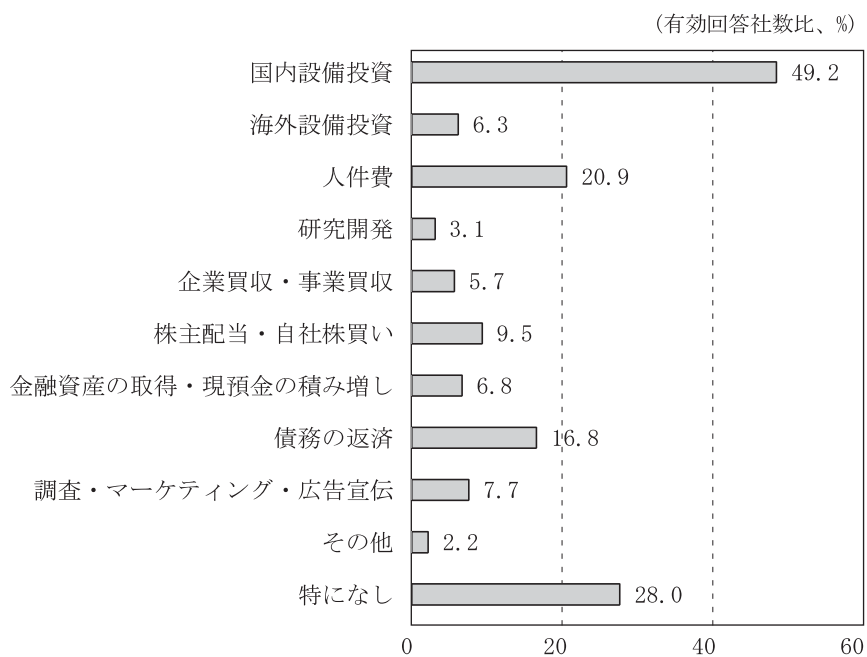
図表 2-2 2014年度資金計画において2013年度との比較で資金配分を高める項目

<製造業>



(注) 最大3つまでの複数回答

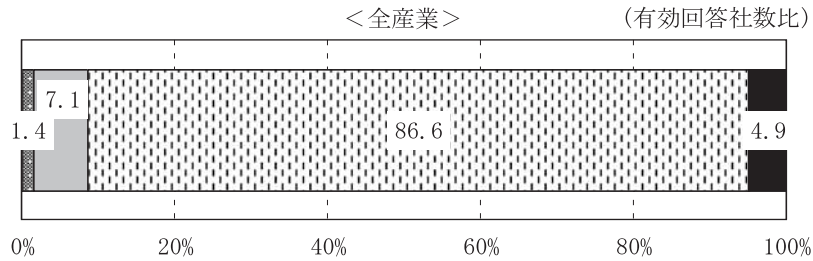
<非製造業>



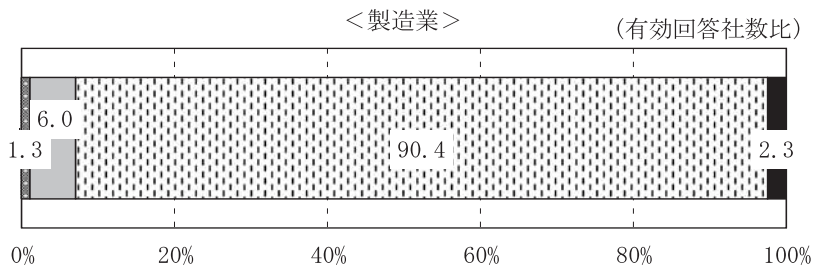
(注) 最大3つまでの複数回答

◆2014年度の国内設備投資計画を策定するうえで、約9割の企業は、2014年4月の消費税率引き上げ（5%→8%）を考慮しないと回答。

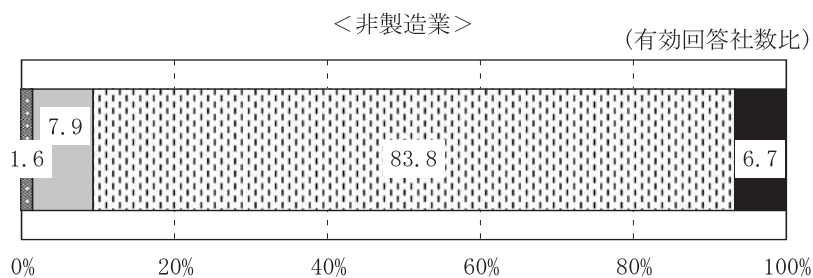
図表 2-3 2014年度国内設備投資計画策定における消費税率引き上げの影響



- 景気への影響を想定し、国内設備投資計画を大きく絞り込んだ
- 景気への影響を幾分想定し、若干の減額とした
- 景気への影響は限定的と考え、特段考慮しなかった
- その他



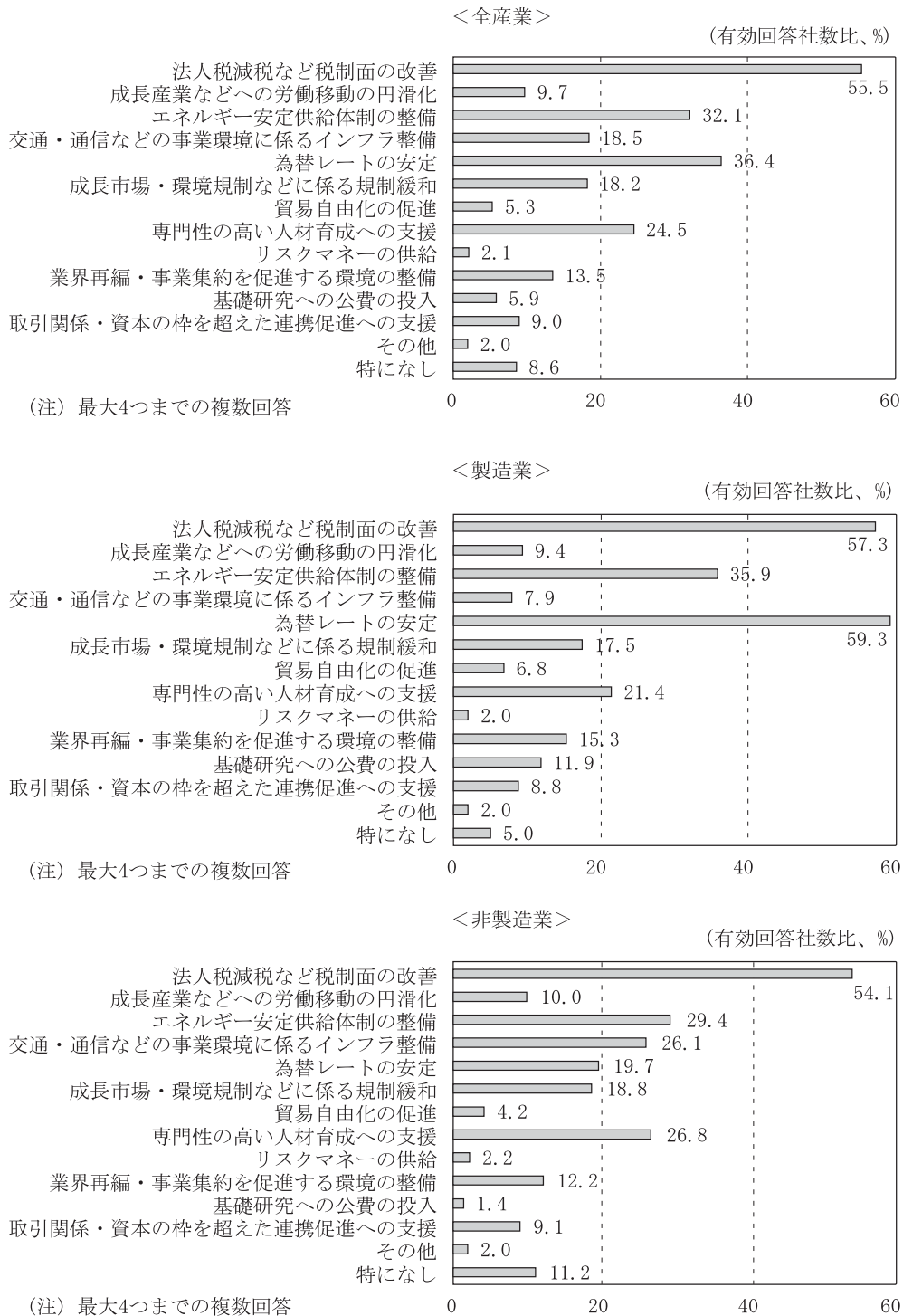
- 景気への影響を想定し、国内設備投資計画を大きく絞り込んだ
- 景気への影響を幾分想定し、若干の減額とした
- 景気への影響は限定的と考え、特段考慮しなかった
- その他



- 景気への影響を想定し、国内設備投資計画を大きく絞り込んだ
- 景気への影響を幾分想定し、若干の減額とした
- 景気への影響は限定的と考え、特段考慮しなかった
- その他

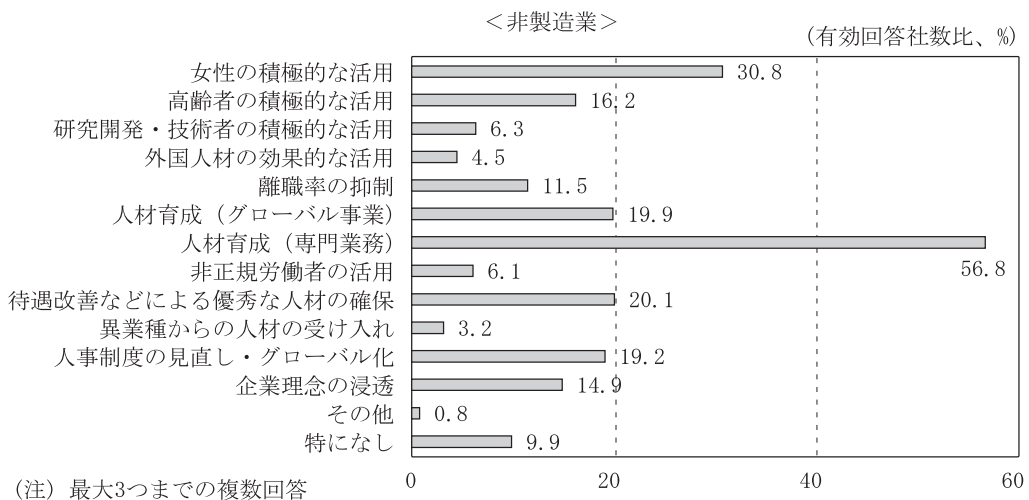
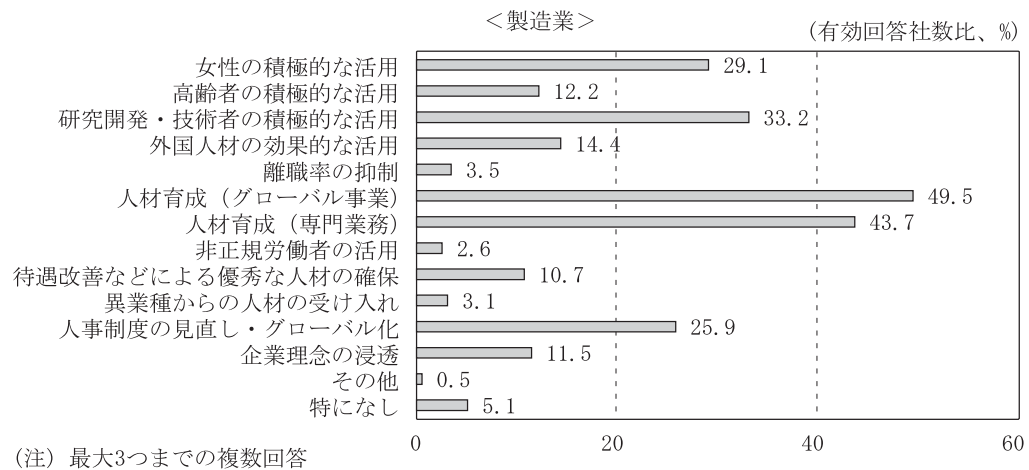
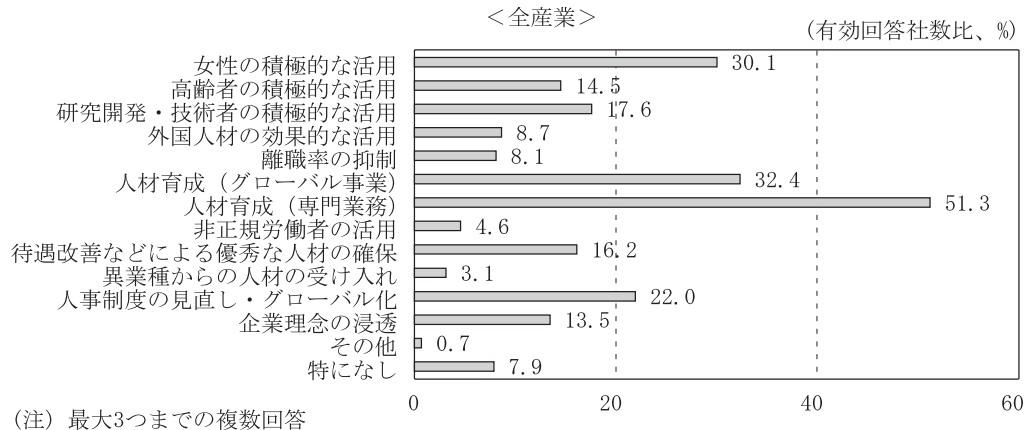
- ◆競争力強化などを図るうえで、事業環境の改善などの観点から必要と思われる項目をみると、「法人税減税など税制面の改善」が最も多く挙げられ、「為替レートの安定」「エネルギー安定供給体制の整備」が次いでいる。「専門性の高い人材育成への支援」「成長市場・環境規制などに係る規制緩和」に対するニーズもみられる。
- ◆製造業では、「為替レートの安定」が最も多く挙げられている。

図表 2-4 競争力強化などを図るうえで、事業環境の改善などの観点で必要な項目



- ◆競争力強化などを図るうえで、人事・雇用面の運用などで今後注力していく取り組みをみると、「人材育成（専門業務）」が最も多く挙げられ、「人材育成（グローバル事業）」「女性の積極的な活用」が次いでいる。
- ◆製造業では、事業のグローバル展開が進むなか、「人材育成（グローバル事業）」が最も多く挙げられている。

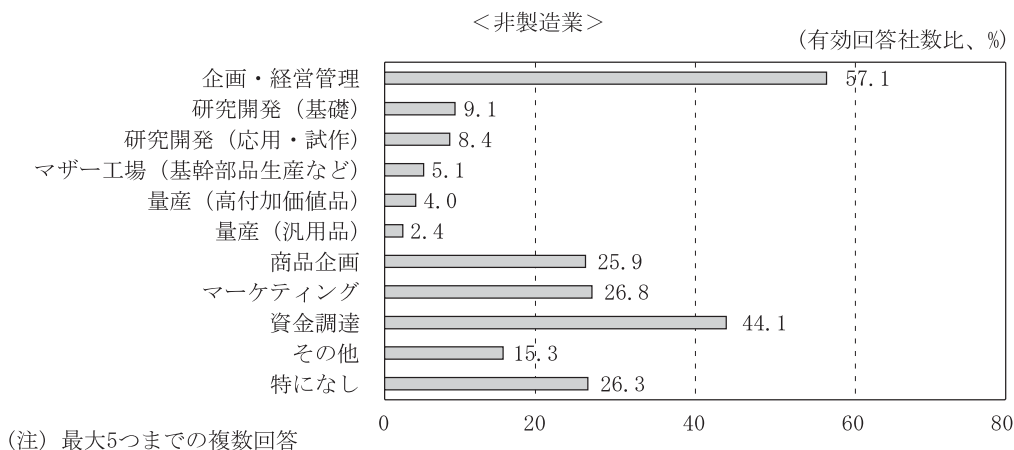
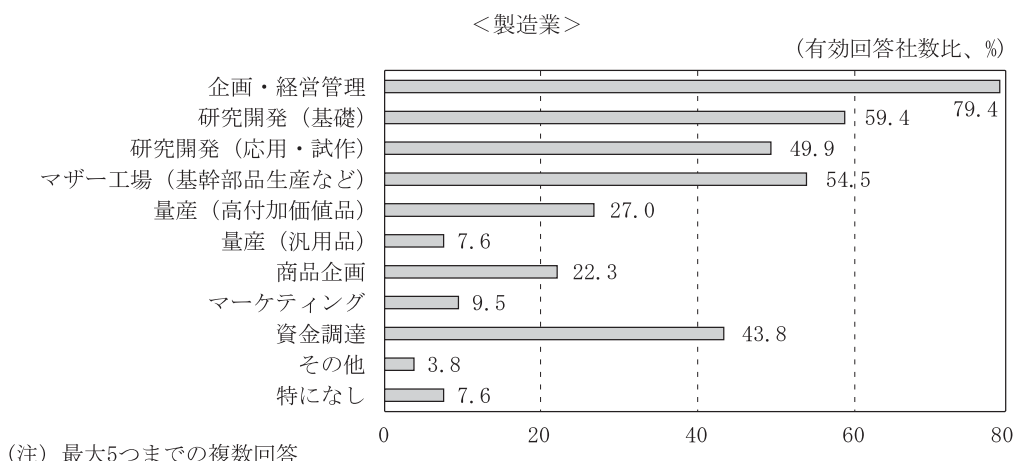
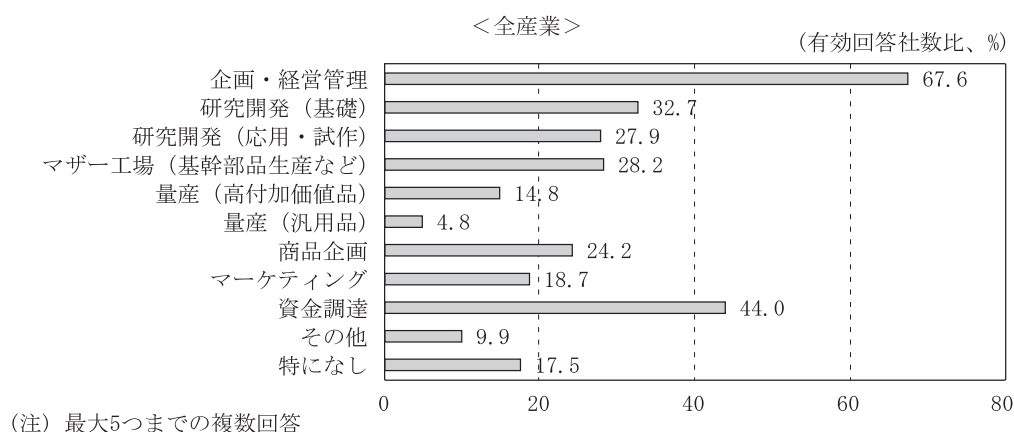
図表 2-5 競争力強化などを図るうえで人事・雇用面の運用などで注力する取り組み



3. 国内及び海外の事業活動について

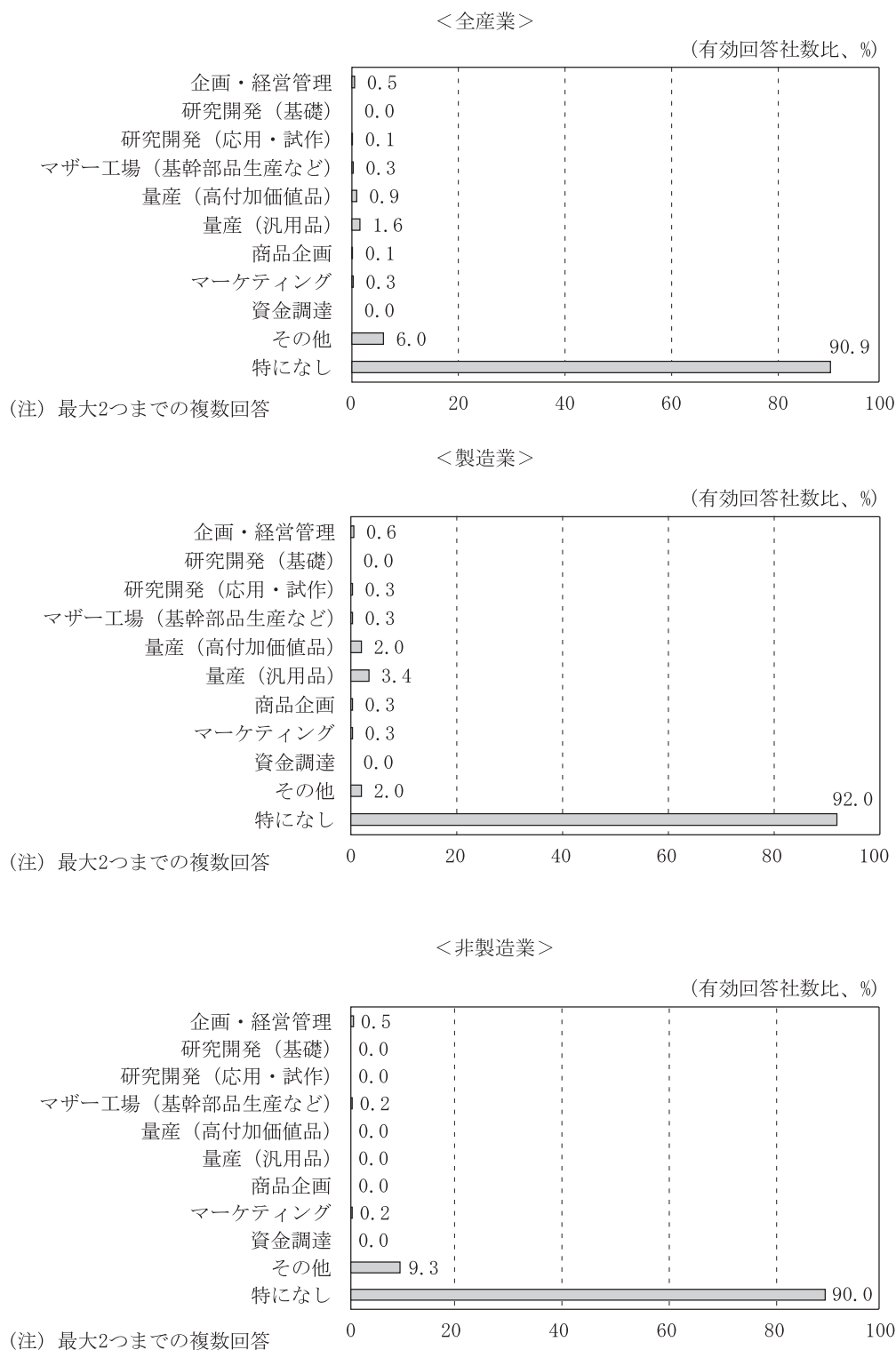
- ◆ 製造業で今後も大部分を国内に残す方針とする機能（部門）で最大のものは、「企画・経営管理」。「資金調達」「研究開発（基礎）」「研究開発（応用・試作）」「マザー工場（基幹部品生産など）」も多く挙げられている。
- ◆ 同様に非製造業で最大のものは、「企画・経営管理」。「資金調達」も挙げられており、「マーケティング」「商品企画」が次ぐ。

図表 3-1 大部分を国内に残す方針とする部門（機能）



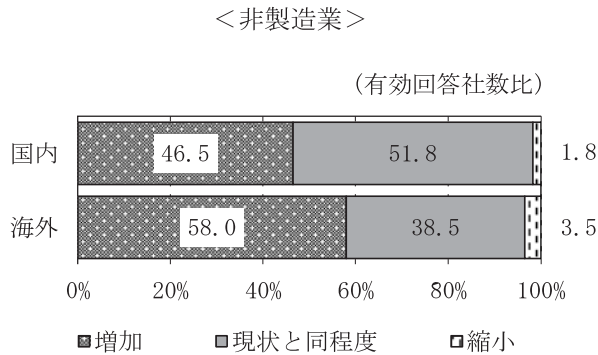
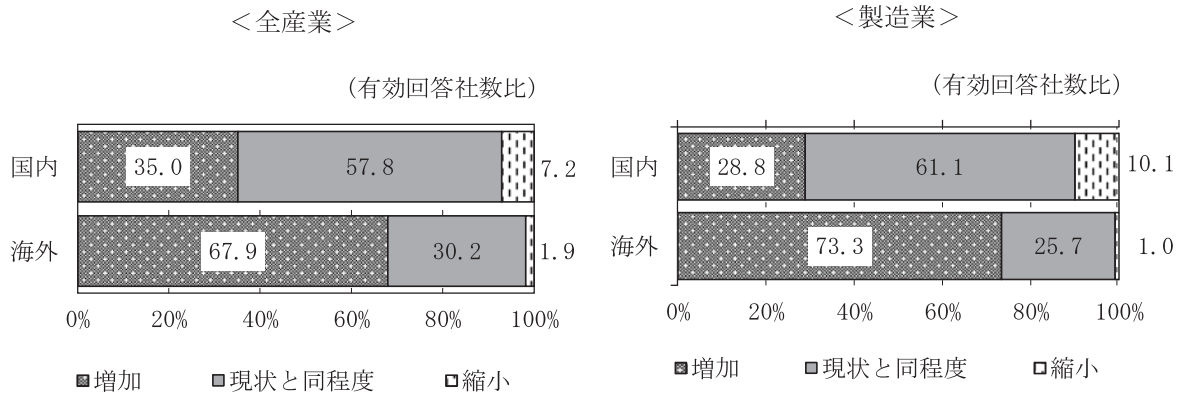
- ◆ 足元の景気や経済環境などを踏まえ、一旦海外に出した部門（機能）の一部あるいは全部を国内に戻すことを検討していない企業は9割超。
- ◆ 製造業では、一部の企業が「量産（汎用品）」「量産（高付加価値品）」の一部を国内に戻すことを検討している。

図表3-2 海外に出した一部あるいは全部を国内に戻すことを検討または実施している部門（機能）



- ◆国内及び海外の生産・サービス供給能力の中期的な見通しをみると、海外で増加させる比率が国内で増加させる比率より高く、この傾向は製造業においてより顕著である。
- ◆2013年度調査と比較すると、国内の供給能力を増加させる比率が若干上昇している。マクロ環境の好転を背景とした内需の回復期待などを背景に、国内の供給能力についての姿勢に少し変化が生じている可能性がある。

図表 3-3 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



<製造業> (有効回答社数比、%)

		国内			合計
		増加	現状維持	縮小	
海外	増加	22.4	41.8	9.1	73.3
	現状維持	6.0	18.8	1.0	25.7
	縮小	0.5	0.5	0.0	1.0
合計		28.8	61.1	10.1	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答で集計

<参考:製造業(2013年度調査)> (有効回答社数比、%)

		国内			合計
		増加	現状維持	縮小	
海外	増加	18.0	48.2	7.0	73.2
	現状維持	3.8	20.3	1.4	25.5
	縮小	0.2	1.1	0.0	1.4
合計		22.1	69.6	8.3	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答で集計

◆製造業の業種別の国内及び海外の生産・サービス供給能力の中期的な見通しをみると、電気機械、一般機械で国内の供給能力を増加させる比率が上昇している。

図表 3-4 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（業種別）

<自動車>

(有効回答社数比、%)

		国内			合計
		増加	現状維持	縮小	
海外	増加	5.3	57.9	26.3	89.5
	現状維持	0.0	7.9	2.6	10.5
	縮小	0.0	0.0	0.0	0.0
合計		5.3	65.8	28.9	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答で集計

<電気機械>

(有効回答社数比、%)

		国内			合計
		増加	現状維持	縮小	
海外	増加	25.0	37.5	5.4	67.9
	現状維持	7.1	21.4	3.6	32.1
	縮小	0.0	0.0	0.0	0.0
合計		32.1	58.9	8.9	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答で集計

<化学>

(有効回答社数比、%)

		国内			合計
		増加	現状維持	縮小	
海外	増加	26.8	39.4	9.9	76.1
	現状維持	7.0	16.9	0.0	23.9
	縮小	0.0	0.0	0.0	0.0
合計		33.8	56.3	9.9	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答で集計

<一般機械>

(有効回答社数比、%)

		国内			計
		増加	現状維持	縮小	
海外	増加	28.2	43.7	2.8	74.6
	現状維持	5.6	18.3	0.0	23.9
	縮小	0.0	1.4	0.0	1.4
合計		33.8	63.4	2.8	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答で集計

<参考:自動車(2013年度調査)>

(有効回答社数比、%)

		国内			合計
		増加	現状維持	縮小	
海外	増加	4.5	68.2	25.0	97.7
	現状維持	0.0	2.3	0.0	2.3
	縮小	0.0	0.0	0.0	0.0
合計		4.5	70.5	25.0	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答で集計

<参考:電気機械(2013年度調査)>

(有効回答社数比、%)

		国内			合計
		増加	現状維持	縮小	
海外	増加	14.0	50.9	3.5	68.4
	現状維持	5.3	21.1	3.5	29.8
	縮小	0.0	1.8	0.0	1.8
合計		19.3	73.7	7.0	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答で集計

<参考:化学(2013年度調査)>

(有効回答社数比、%)

		国内			合計
		増加	現状維持	縮小	
海外	増加	33.3	41.3	6.7	81.3
	現状維持	2.7	14.7	0.0	17.3
	縮小	1.3	0.0	0.0	1.3
合計		37.3	56.0	6.7	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答で集計

<参考:一般機械(2013年度調査)>

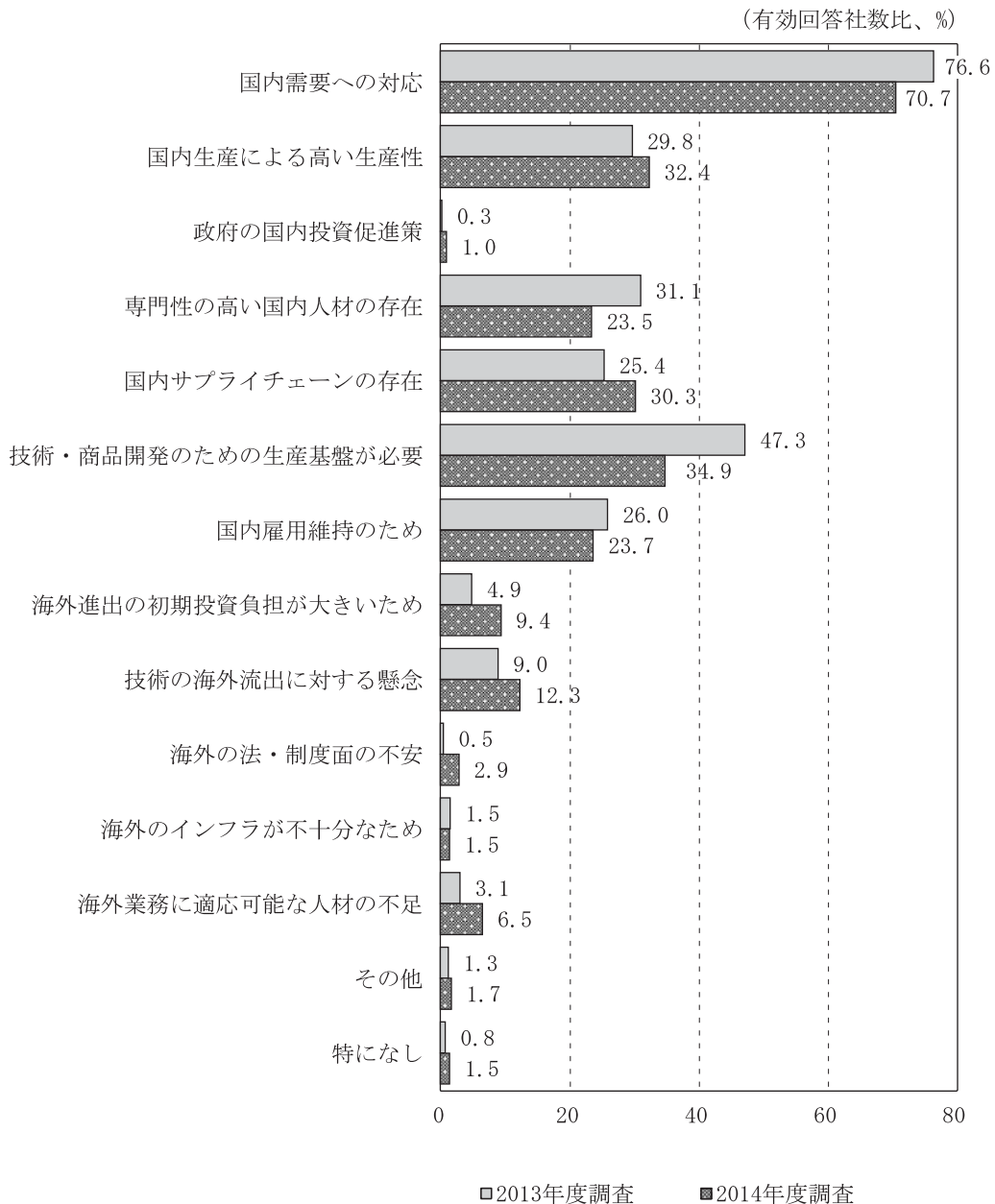
(有効回答社数比、%)

		国内			合計
		増加	現状維持	縮小	
海外	増加	14.7	52.0	4.0	70.7
	現状維持	0.0	25.3	1.3	26.7
	縮小	0.0	2.7	0.0	2.7
合計		14.7	80.0	5.3	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答で集計

- ◆国内生産を維持する理由で最大のものは、「国内需要への対応」。この他に「技術・商品開発のための生産基盤が必要」「専門性の高い国内人材の存在」「国内生産による高い生産性」「国内サプライチェーンの存在」も多く挙げられている。
- ◆2013年度調査と比較すると、「技術・商品開発のための生産基盤が必要」の比率が低下している。

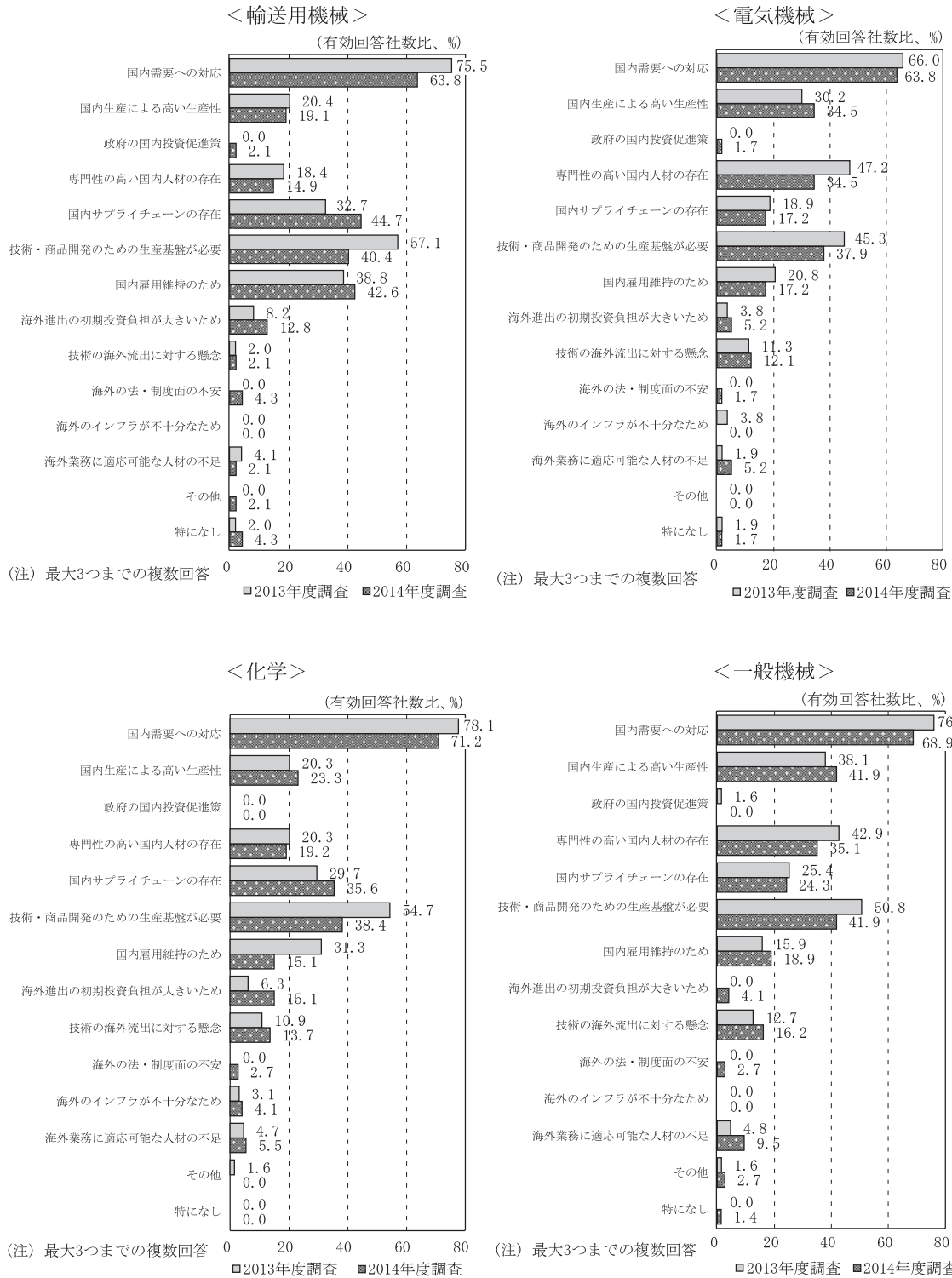
図表 3-5 国内生産を維持する理由（製造業）



(注) 最大3つまでの複数回答

- ◆業種別で国内生産を行う理由を2013年度調査と比較すると、輸送用機械、電気機械、化学、一般機械で、「技術・商品開発のための生産基盤が必要」の比率が低くなっている。
- ◆輸送用機械では、「国内サプライチェーンの存在」「国内雇用維持のため」の比率が高くなっている。

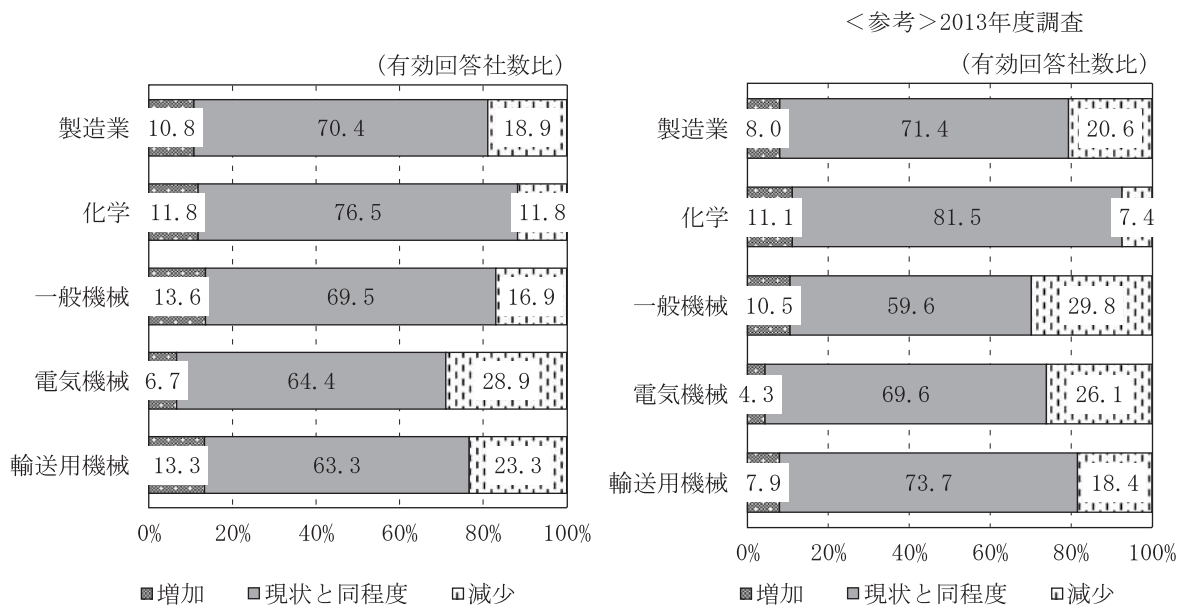
図表3-6 国内生産を維持する理由（業種別）



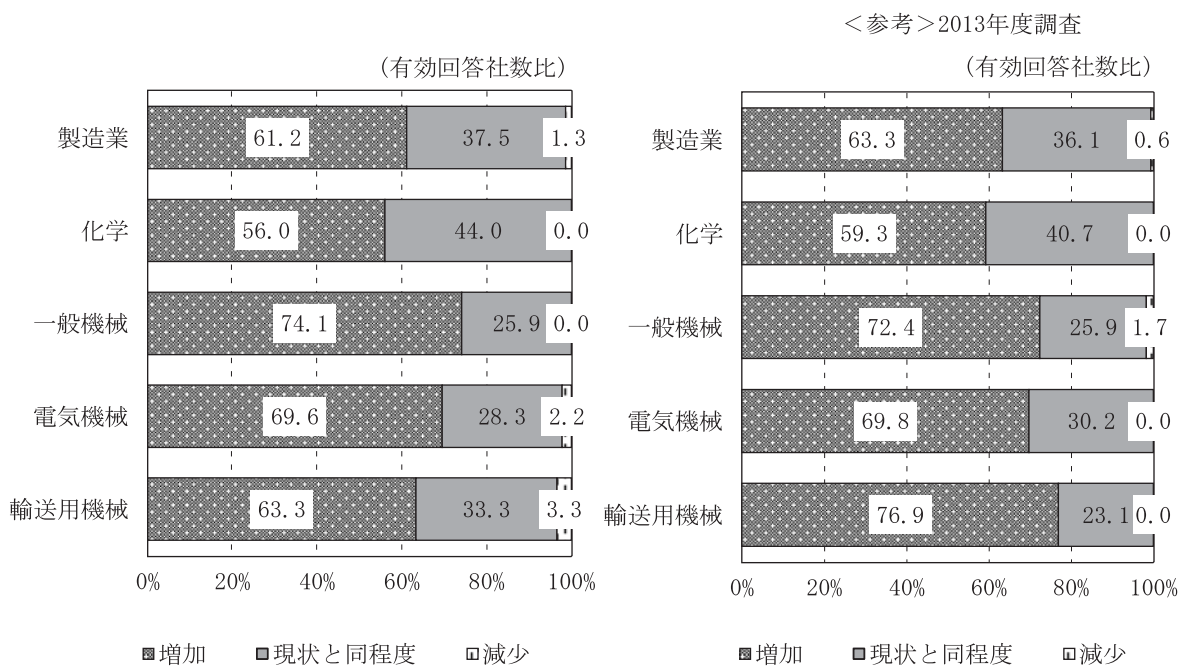
◆海外拠点における今後の国内・海外メーカーからの原材料・部材調達について、国内メーカーからの調達は大宗は現状維持だが、「減少」させる企業も2割程度。海外メーカーからの調達は、「増加」の比率が過半を占めている

◆輸送用機械では、国内メーカーからの調達を「増加」させる比率が上昇する一方、海外メーカーからの調達を「増加」させる比率は低下している。

図表 3-7 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（製造業）



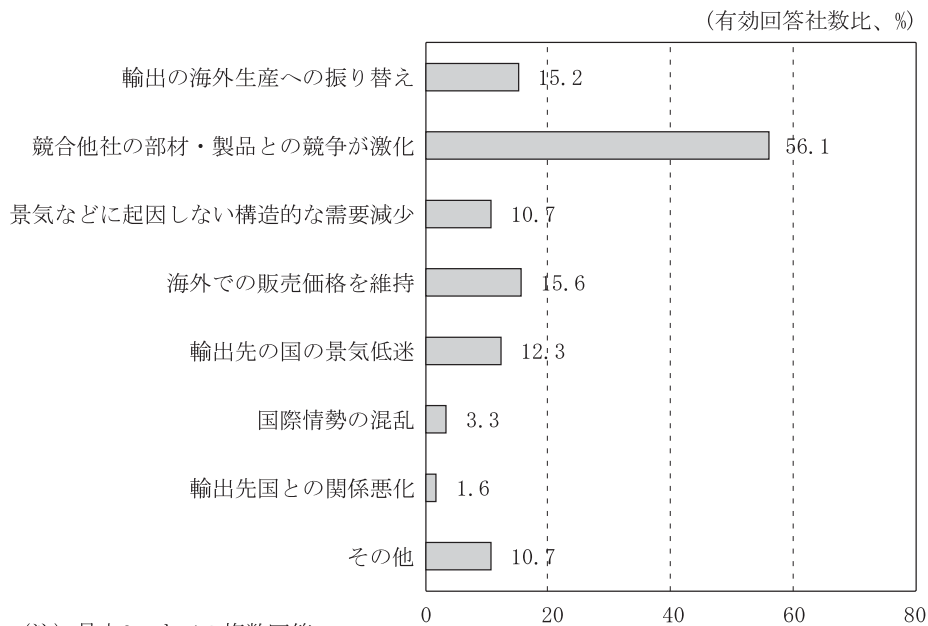
図表 3-8 海外拠点での海外メーカーからの原材料・部材調達の増減見通し（製造業）



◆2014年以降の主力製品の輸出実績（数量ベース）について、輸出が堅調に増加しない（「増加しているが、伸びは鈍い」「ほぼ横ばいで推移している」「減少している」と回答した理由は、「競争力の高い部材・製品」「競争力の低い部材・製品」とも「競合他社の部材・製品との競争が激化」が最も多く挙げられている。「輸出の海外生産への振り替え」「海外での販売価格を維持」も挙げられている。

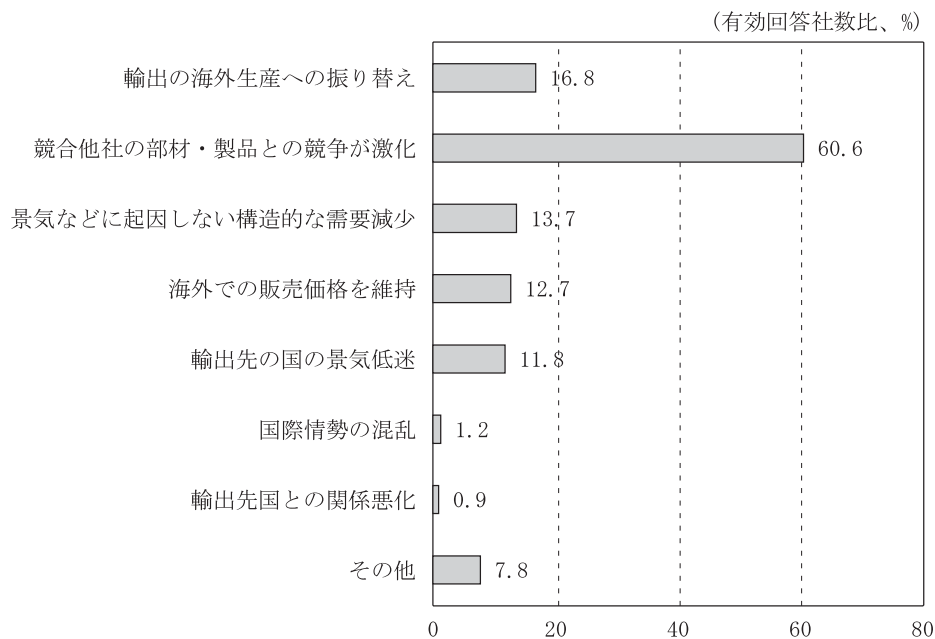
図表 3-9 輸出が堅調に増加しない理由（製造業）

< 競争力の高い部材・製品 >



(注) 最大2つまでの複数回答

< 競争力の低い部材・製品 >

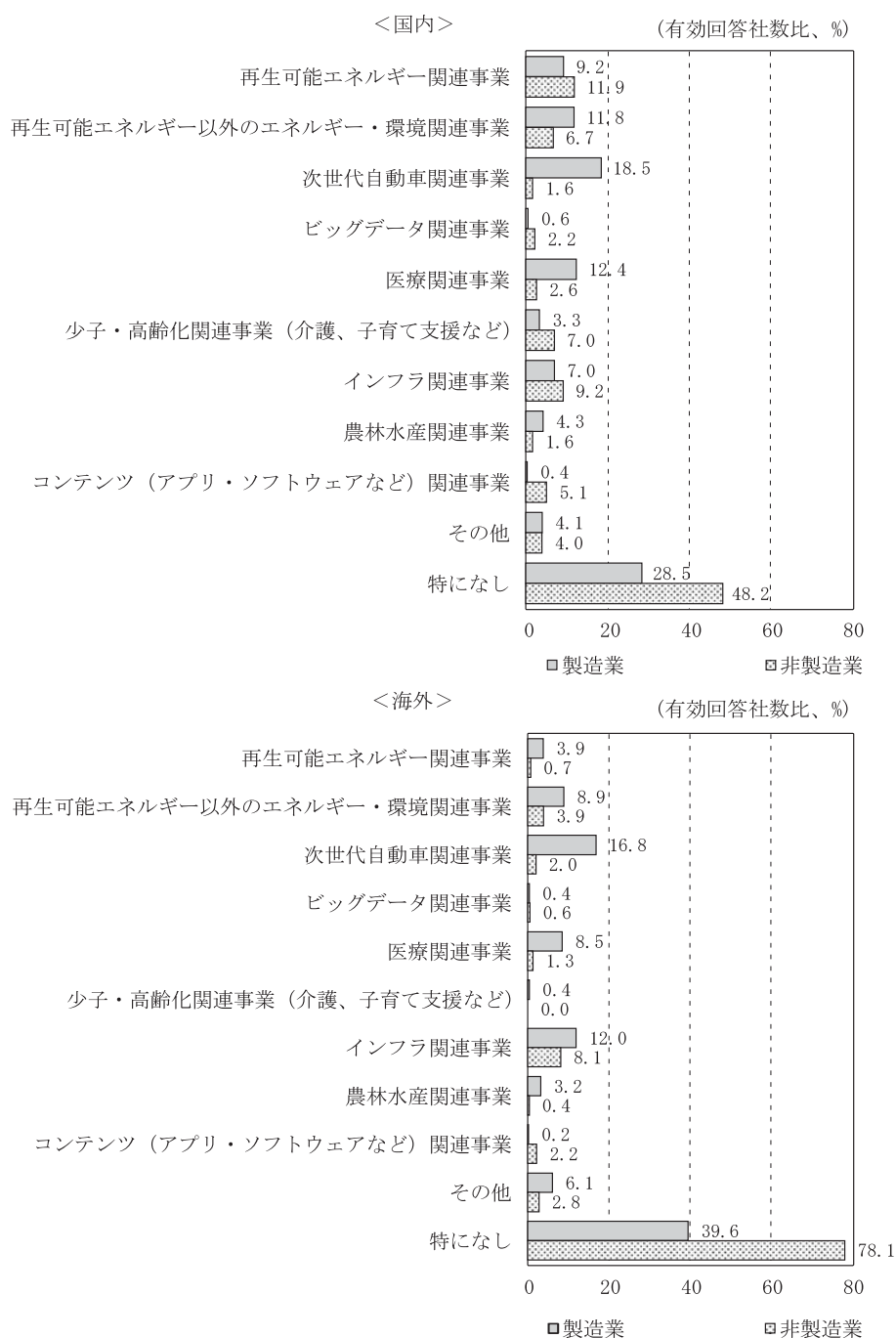


(注) 最大2つまでの複数回答

4. 成長市場開拓に向けた取り組みについて

- ◆国内で中期的に市場開拓に注力する事業分野について、製造業では、「次世代自動車関連事業」「医療関連事業」「エネルギー・環境関連事業」が挙げられている。非製造業では、「エネルギー・環境関連事業」「インフラ関連事業」「少子・高齢化関連事業」が挙げられている。
- ◆海外で中期的に市場開拓に注力する事業分野について、製造業では、「次世代自動車関連事業」「インフラ関連事業」が挙げられている。非製造業では、「インフラ関連事業」が挙げられている。

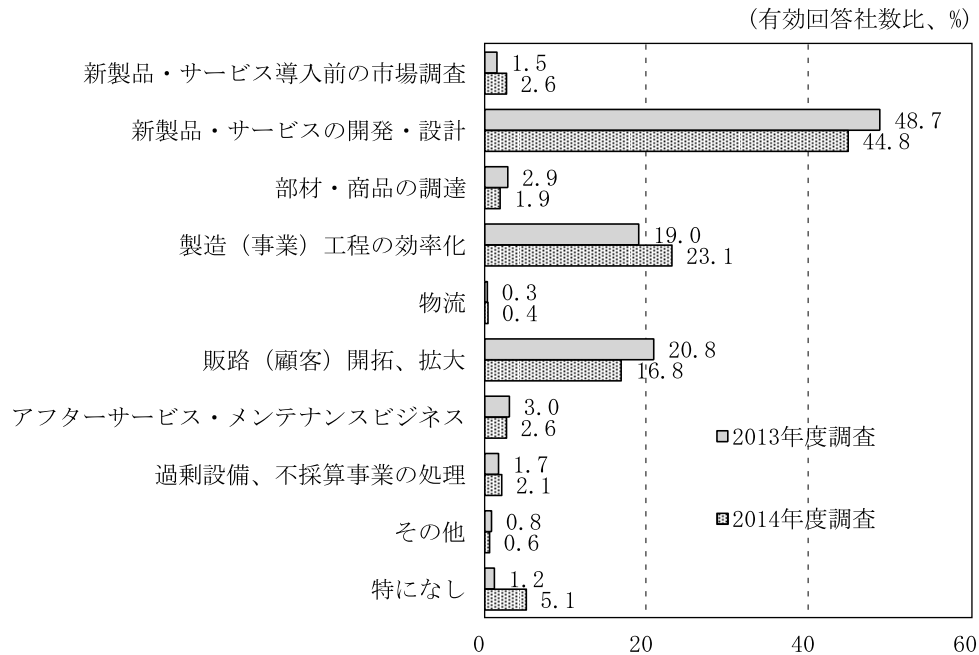
図表 4-1 中期的に市場開拓に注力する事業分野



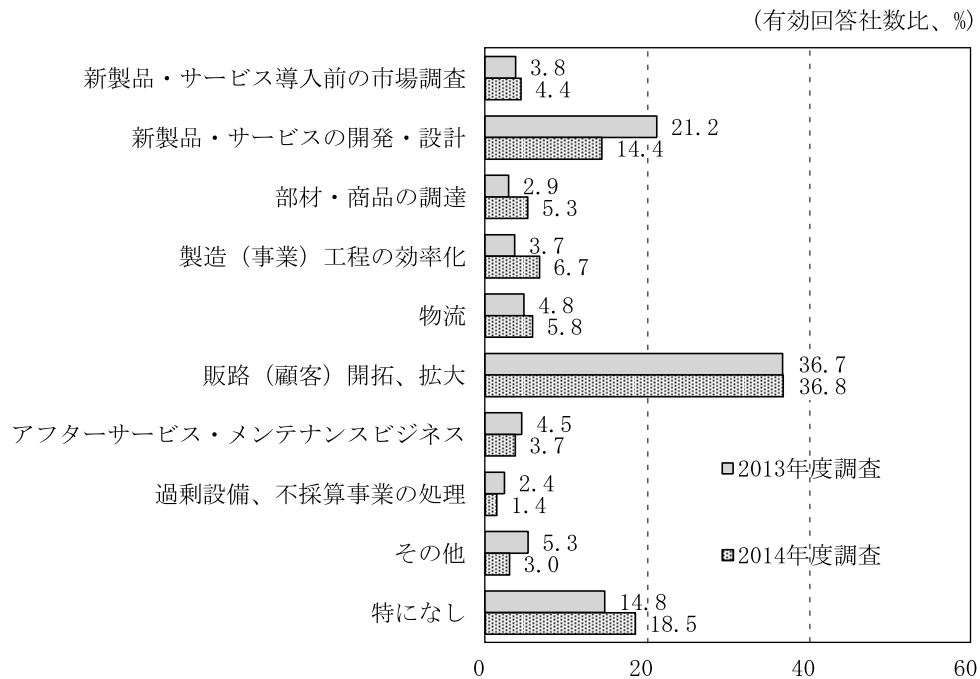
- ◆主力事業について、成長・競争力強化に向けて最も注力している業務領域は、製造業では「新製品・サービスの開発・設計」の比率が最大。非製造業では、販路（顧客）開拓、拡大が最大。
- ◆2013年度調査と比較すると、製造業で「製造（事業）工程の効率化」の比率が上昇している。

図表 4-2 主力事業分野で最も注力する事業領域

<製造業>

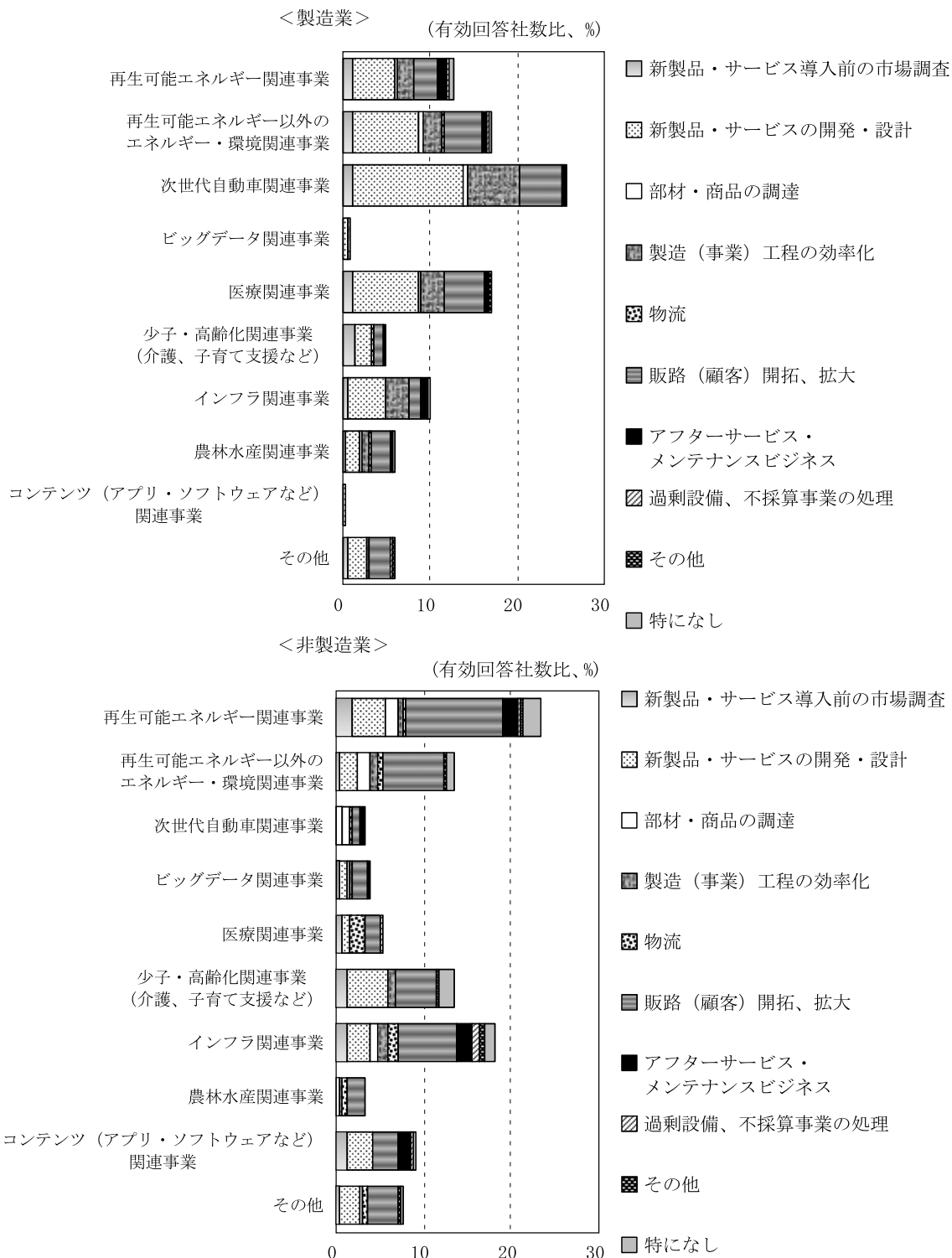


<非製造業>



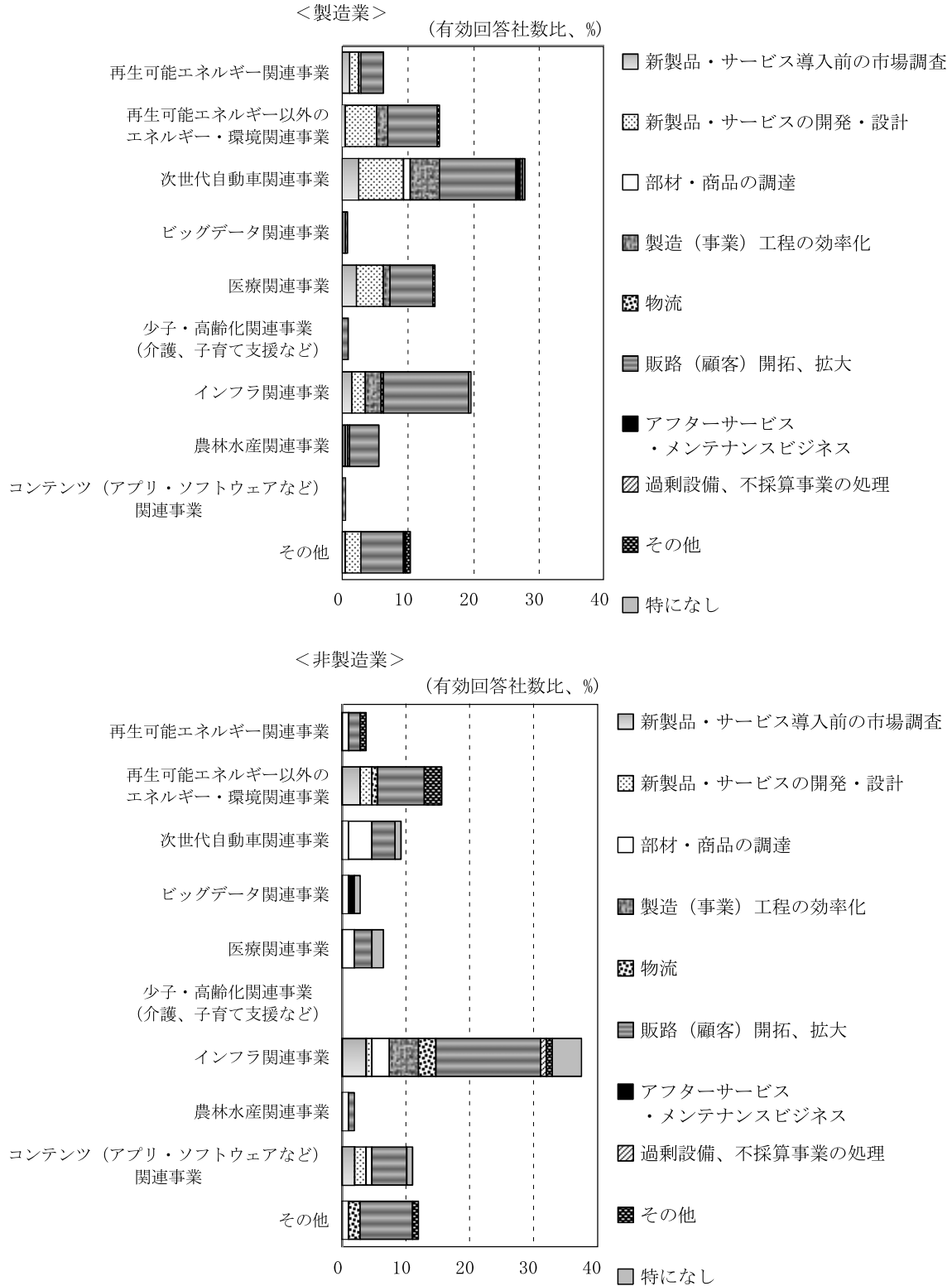
- ◆中期的に市場開拓に注力する事業分野について、成長・競争力強化に向けて最も注力している業務領域（国内）は、製造業では「新製品・サービスの開発・設計」の比率が高い。
- ◆非製造業では、「販路（顧客）開拓、拡大」の比率が高い。

図表 4-3 中期的に市場開拓に注力する事業分野について成長・競争力強化に向けて最も注力する業務領域（国内）



◆中期的に市場開拓に注力する事業分野について、成長・競争力強化に向けて最も注力している業務領域（海外）は、製造業、非製造業とも「販路（顧客）開拓、拡大」の比率が高い。

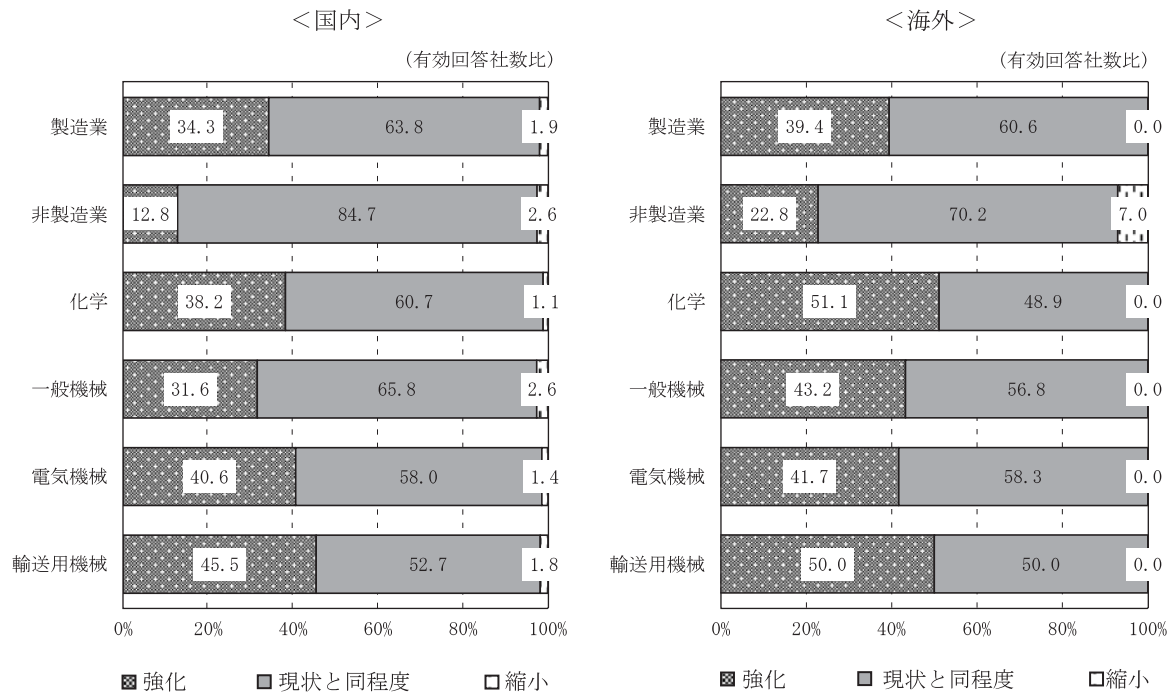
図表 4-4 中期的に市場開拓に注力する事業分野について成長・競争力強化に向けて最も注力する業務領域（海外）



5. 研究開発活動・無形資産に係る戦略について

◆国内及び海外の研究開発の中期的な見通しは、国内・海外とも「強化」または「現状と同程度」が大半を締める。引き続き国内を強化・維持しつつ、海外も強化・維持の方向。

図表 5-1 国内及び海外の研究開発の中期的な見通し



< 製造業 >

(有効回答社数比、%)

		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	27.5	11.7	0.4	39.6
	現状と同程度	13.3	46.3	0.8	60.4
	縮小	0.0	0.0	0.0	0.0
	合計	40.8	57.9	1.3	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答より集計

< 参考：製造業 (2013年度調査) >

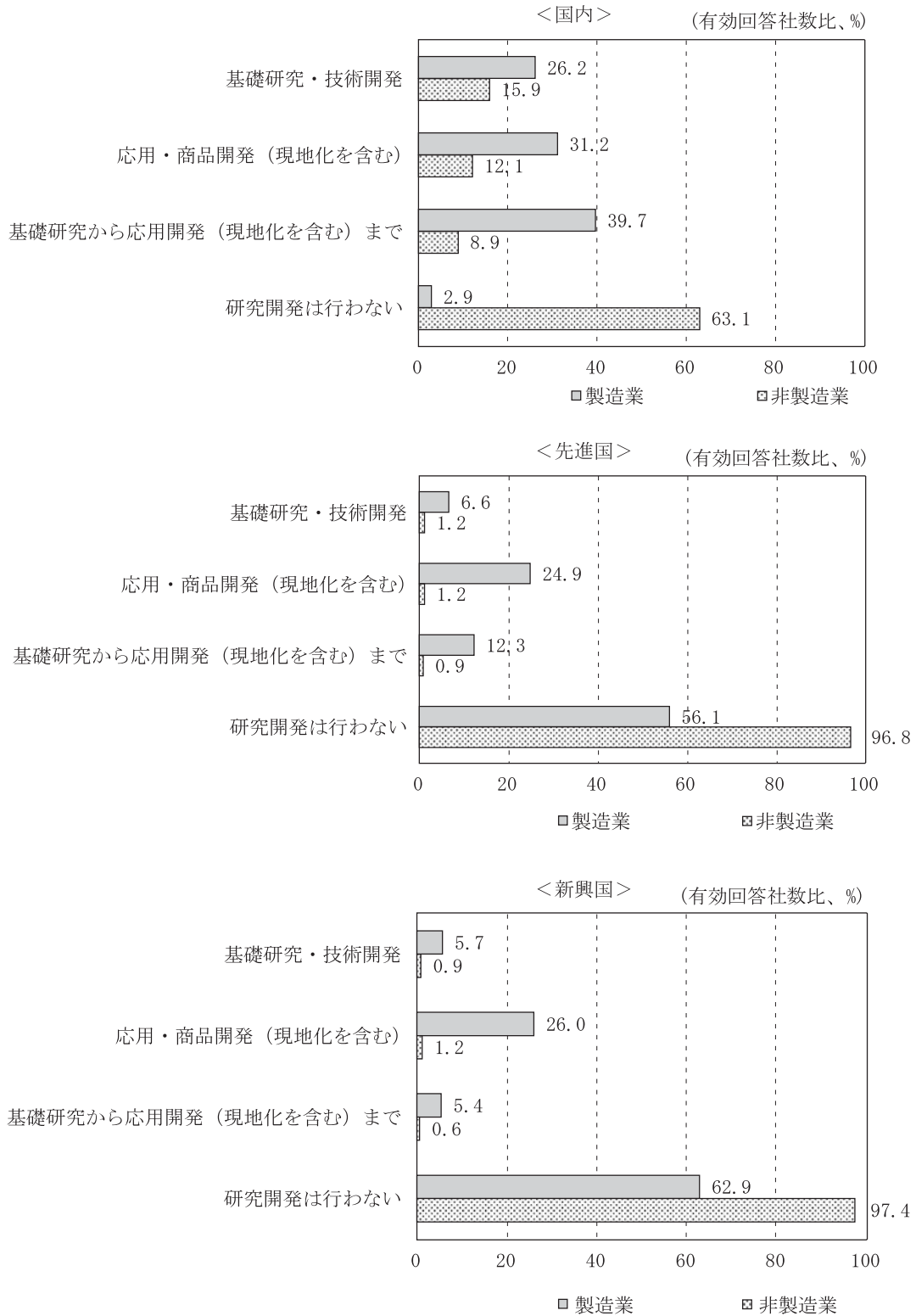
(有効回答社数比、%)

		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	27.5	16.2	0.3	44.0
	現状と同程度	15.2	40.5	0.0	55.7
	縮小	0.0	0.3	0.0	0.3
	合計	42.7	57.0	0.3	100.0

(備考) 国内及び海外の共通回答より集計

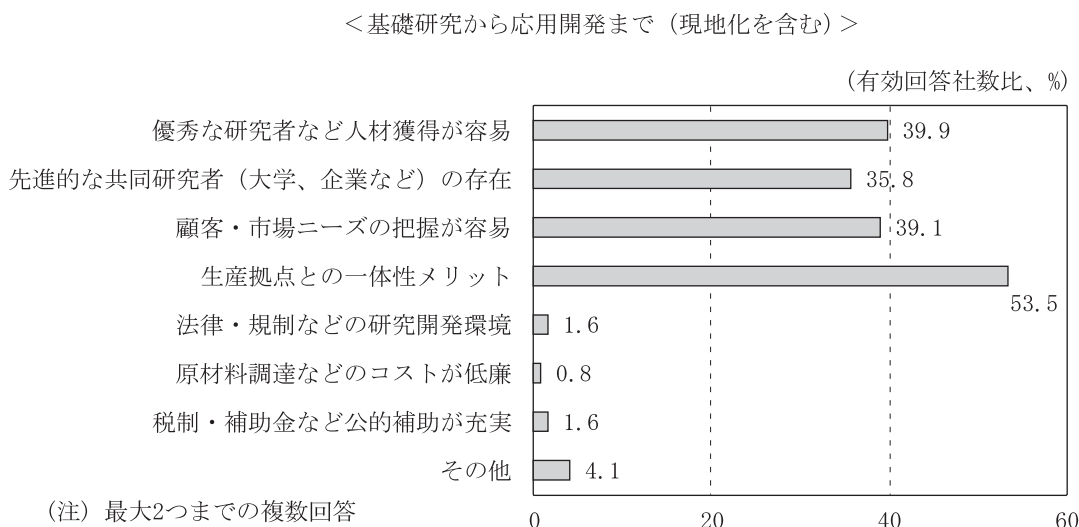
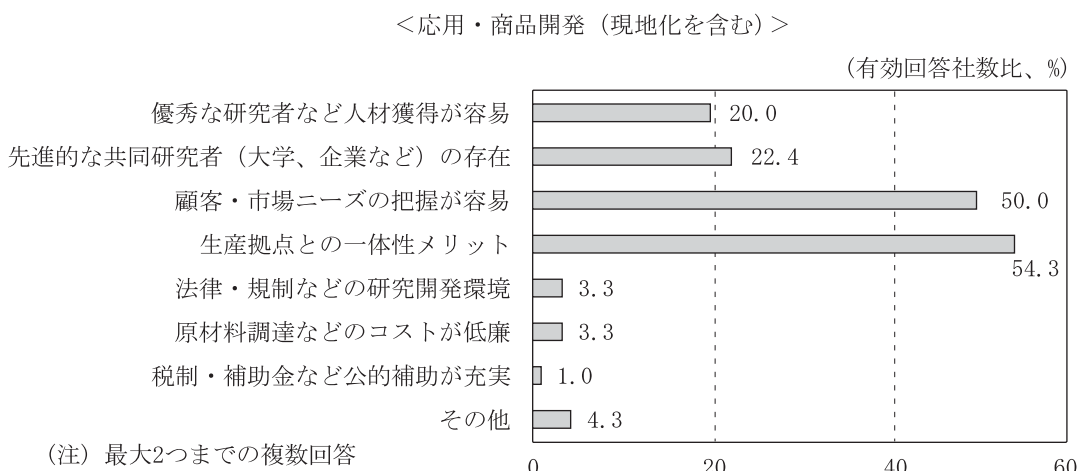
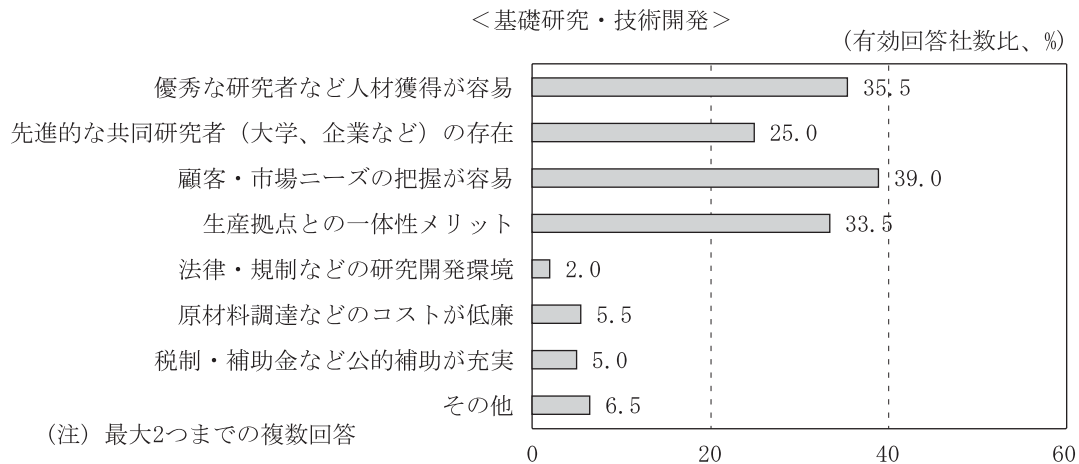
◆国内拠点では、基礎から応用まで幅広く研究開発を行うフルライン型の割合が高い。海外拠点では、研究開発拠点を持たない会社が過半を占めており、海外に拠点を持つ企業においても、現地に根ざした製品開発が中心となっている。

図表 5-2 国内外拠点において研究開発を行う目的



◆国内拠点において研究開発を行う理由は、「生産拠点との一体性メリット」「顧客・市場ニーズの把握が容易」の比率が高く、「先進的な共同研究者（大学、企業など）の存在」「優秀な研究者など人材獲得が容易」も挙げられている。

図表 5-3 研究開発を行う理由（国内）

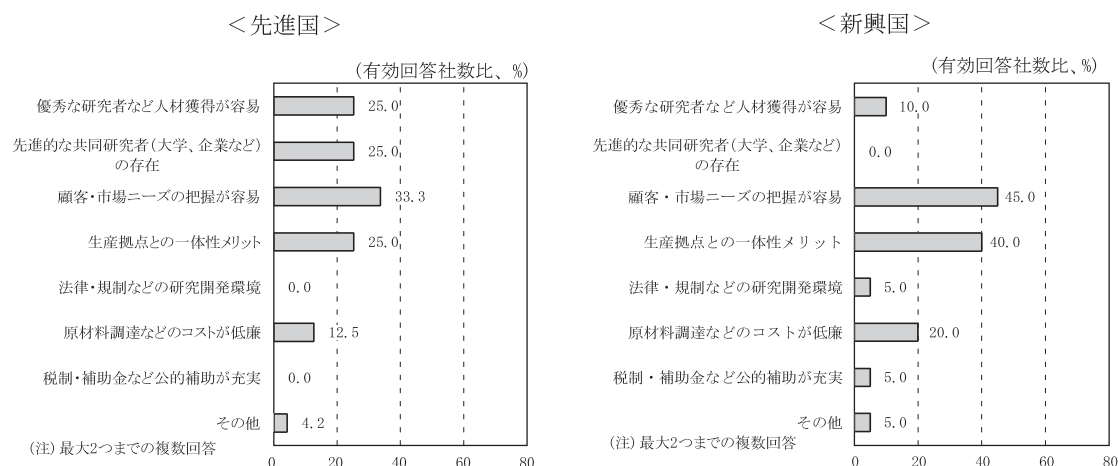


◆先進国拠点において研究開発を行う理由は、「生産拠点との一体性メリット」「顧客・市場ニーズの把握が容易」の比率が高い。「先進的な共同研究者（大学、企業など）の存在」「優秀な研究者など人材獲得が容易」も挙げられている。

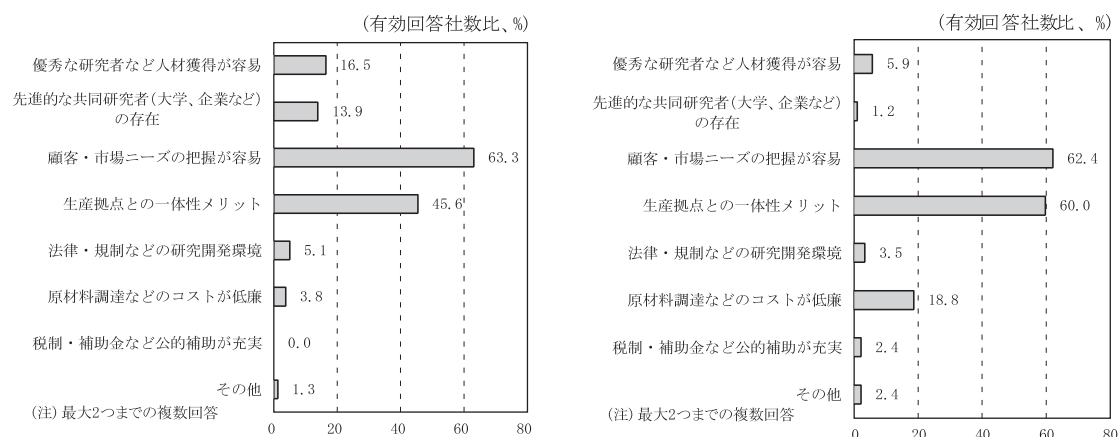
◆新興国拠点において研究開発を行う理由でも、「生産拠点との一体性メリット」「顧客・市場ニーズの把握が容易」が多く挙げられている一方、「先進的な共同研究者（大学、企業など）の存在」「優秀な研究者など人材獲得が容易」はあまり挙げられていない。

図表 5-4 研究開発を行う理由

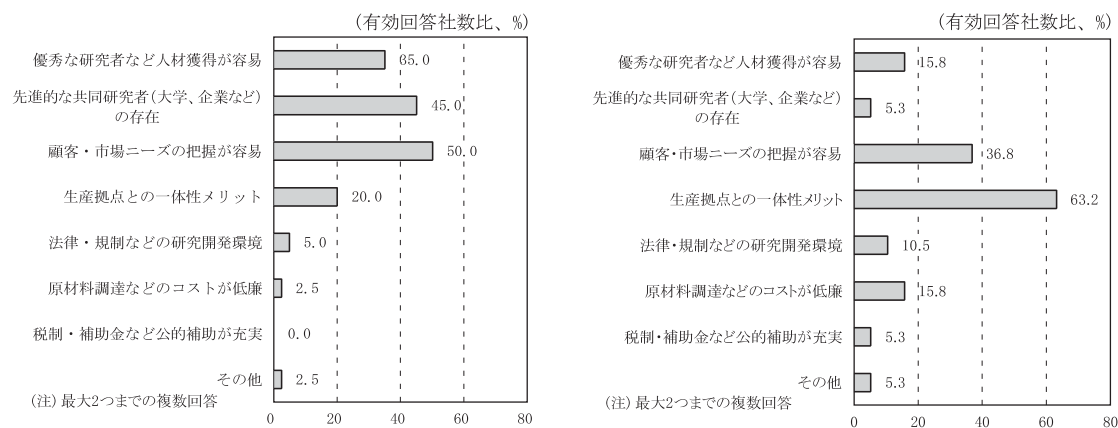
<基礎研究・技術開発>



<応用・商品開発（現地化を含む）>

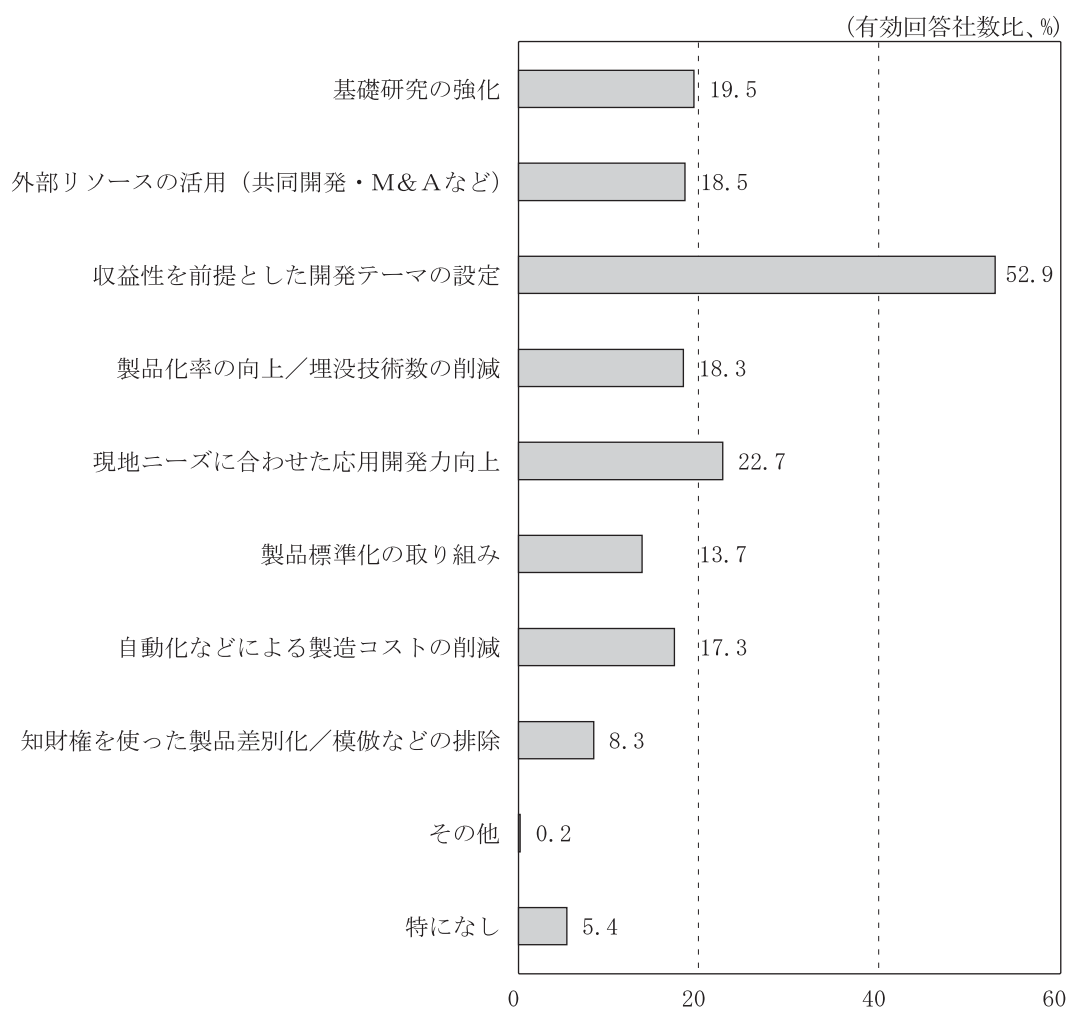


<基礎研究から応用開発まで（現地化を含む）>



◆国内外拠点において研究開発成果の収益力を強化するための課題は、「収益性を前提とした開発テーマの設定」の比率が高い。「現地ニーズに合わせた応用開発力向上」「外部リソースの活用（共同開発・M&Aなど）」なども挙げられている。

図表 5-5 国内外において研究開発成果の収益力を強化するための課題（製造業）



(注) 最大2つまでの複数回答

- ◆成長・競争力強化に向けて重要度が増す取り組みは、製造業では、「研究開発活動」「生産設備への投資」の比率が高く、「人的資本への投資」「事業・組織などの構造改革への取り組み」も挙げられている。
- ◆非製造業では、「人的資本への投資」の比率が高く、「事業・組織などの構造改革への取り組み」「マーケティング・ブランド構築」も挙げられている。

図表 5-6 成長・競争力強化に向けて重要度が増す取り組み

