

Go Global With Dream

JISA グローバルビジネス部会 アンケート調査分析

2014年2月25日

企画運営ワーキンググループ

2014年国別進出先ランキング(全体)

- 全体として中国、米国の重要度は変わらないが、相対的に東南アジアへの関心が高まっている
- 注目が増しているのは、インドネシア、シンガポール、タイ、マレーシア、ベトナム
- 特に将来の進出先として、インドネシアが中国を抜きトップになったのが注目される

現在の進出先				
順位	前回比較	国	12年調査	14年調査
1位	→	中国	71	55
2位	→	米国	25	18
3位	→	シンガポール	11	13
4位	↗	英国	10	11
5位	↘	ベトナム	11	8
6位	→	インド	6	6
7位	↘	フィリピン	6	5
〃	→	タイ	5	5
9位	↗	台湾	3	4
〃	↗	カナダ	1	4
〃	↗	マレーシア	2	4
〃	↗	香港	0	4

将来の進出先(拠点数)				
順位	順位変化	国	12年調査	14年調査
1位	↗	インドネシア	15	14
2位	↘	中国	32	13
3位	↘	シンガポール	21	11
〃	→	ベトナム	20	11
〃	↗	タイ	15	11
〃	↗	マレーシア	8	11
7位	→	ミャンマー	13	7
8位	↗	台湾	4	6
9位	↘	米国	19	5
〃	↘	フィリピン	11	5
〃	→	インド	10	5

現在→将来の変化量				
順位	前回比較	国	12年調査	14年調査
1位	→	インドネシア	12	11
2位	↗	マレーシア	6	7
3位	→	タイ	10	6
4位	↗	ミャンマー	9	5
5位	↘	ベトナム	9	3
6位	↗	メキシコ	1	2
〃	↗	ブラジル	8	2
〃	↗	台湾	1	2
9位	↗	カンボジア	1	1
〃	↗	韓国	3	1
〃	↗	アフリカ	0	1

2014年国別進出先ランキング(マーケット視点)

- 全体として中国、米国の重要度は変わらない、中国の中では、上海など華東地域がマーケット展開先の中心
- インドネシアに現在展開している企業は極めて少ないが、将来のマーケットとしての関心は非常に高い
- シンガポール、ベトナム、タイもマーケットとして引き続き重要
- 中国・米国マーケットへの期待は減少傾向にある

順位	順位変化	国	12年調査	14年調査
1位	→	中国	31	30
2位	→	米国	23	10
3位	↗	シンガポール	8	9
4位	↘	英国	9	6
5位	↗	独・仏	4	4
〃	↗	台湾	3	4
7位	↘	ベトナム	5	3
〃	↗	タイ	3	3
〃	↗	マレーシア	2	3
〃	↗	韓国	1	3
〃		インド	1	3
〃		カナダ	1	3

順位	順位変化	国	12年調査	14年調査
1位	↗	インドネシア	9	16
2位	↗	シンガポール	15	9
〃	↗	ベトナム	9	9
4位	↘	中国	16	8
〃	↗	タイ	9	8
6位	↗	マレーシア	4	7
7位	↗	インド	6	6
8位	↗	台湾	4	5
9位	↘	米国	17	4
〃	↘	ブラジル	7	4

順位	順位変化	国	12年調査	14年調査
1位	↗	インドネシア	6	15
2位	↗	ベトナム	4	6
3位	↗	タイ	6	5
4位	↗	ブラジル	6	4
〃	↗	マレーシア	2	4
6位	→	インド	5	3
7位	↘	香港	7	2
〃	↗	メキシコ	1	2
9位	→	中東	4	1
〃	↗	台湾	1	1
〃		フィリピン	1	1

2014年国別進出先ランキング(調達視点)

- 調達先として中国の重要度は変わらない
- 将来の調達先として、ミャンマーがベトナム、中国を抜き期待値No1
- 他の国は前回調査よりも軒並み期待値が下がっている。
- 米・英・カナダは、日本企業向けデータセンターの設置先国といえる。

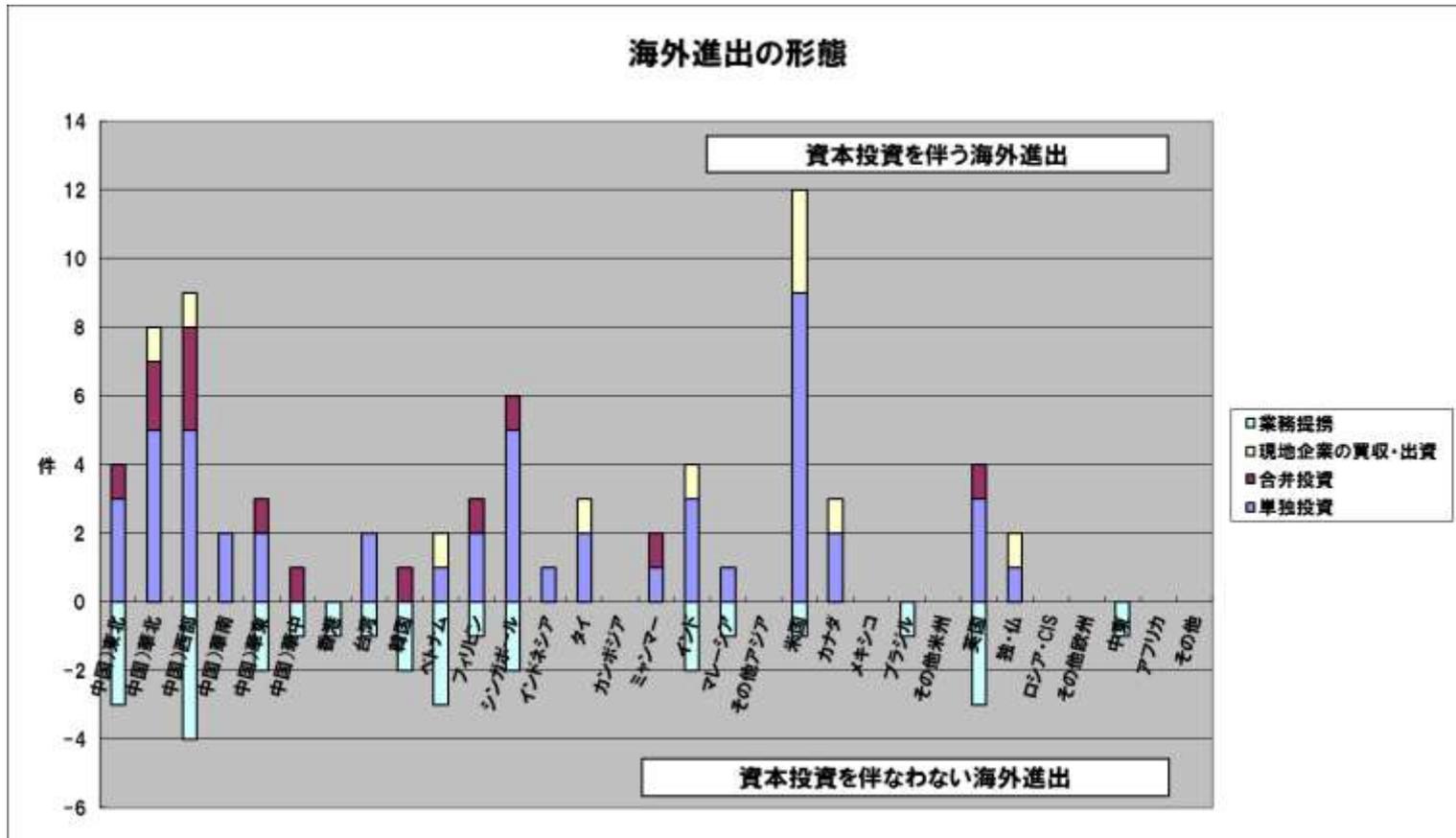
順位	順位変化	国	12年調査	14年調査
1位	→	中国	40	47
2位	→	ベトナム	6	11
3位	→	インド	5	10
4位	↗	米国	2	4
5位	→	シンガポール	3	3
6位	↘	フィリピン	3	2
〃	↘	ミャンマー	3	2
〃	↗	ブラジル	2	2
〃	↗	英国	1	2
〃	↗	カナダ	0	2

順位	順位変化	国	12年調査	14年調査
1位	↗	ミャンマー	8	11
2位	→	ベトナム	11	10
3位	↘	中国	16	9
4位	↗	マレーシア	4	6
5位	↗	インドネシア	6	5
6位	↘	フィリピン	7	3
〃	→	タイ	6	3
8位	→	インド	4	2
〃	↗	台湾	0	2
10位	↘	シンガポール	6	1
〃		ブラジル	4	1
〃		カナダ	0	1

順位	順位変化	国	12年調査	14年調査
1位	↗	ミャンマー	5	9
2位	↗	マレーシア	4	6
3位	↘	インドネシア	6	5
4位	↗	タイ	4	2
〃	↗	台湾	0	2
6位	↘	フィリピン	4	1

海外進出の形態

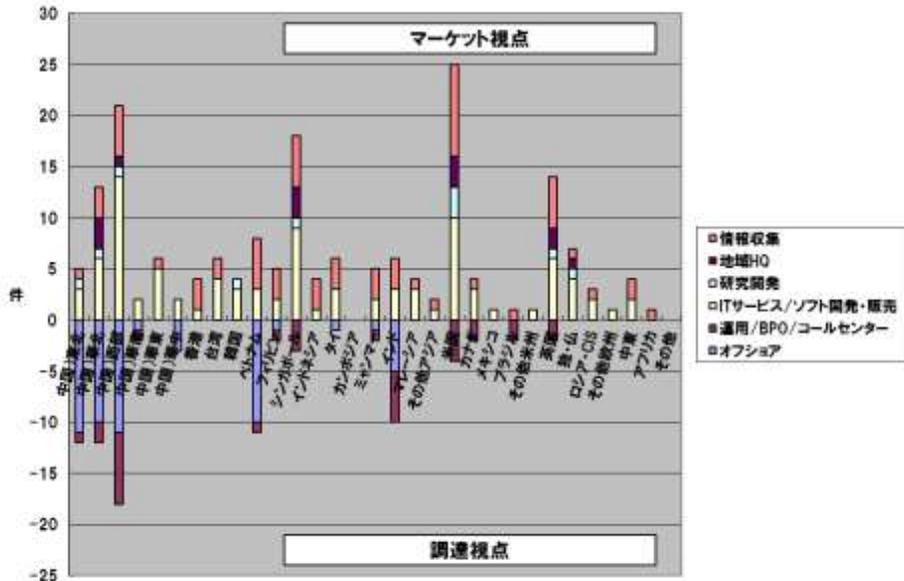
- 全体として資本投資を伴う進出形態が多く、積極的にリスクテイクしている傾向
- 中国の華北と西部への資本投資、中国以外のアジア地域全般での業務提携が増加



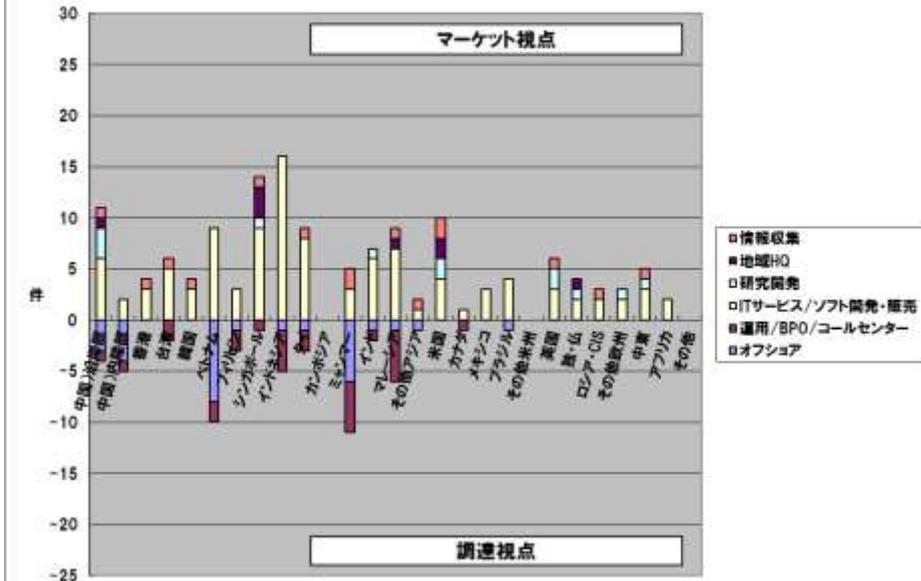
海外進出の目的

- マーケット視点では、将来展開に対して少し慎重な意識がうかがわれるものの、全体としては情報収集段階から本格的なビジネス展開への移行を目指す意向が感じられる
- 調達視点では、全体的に縮小傾向が感じられるとともに、中国やインドなどから、ミャンマー、マレーシア、インドネシアなどのアジア諸国への分散意向が強い

現在の海外進出目的

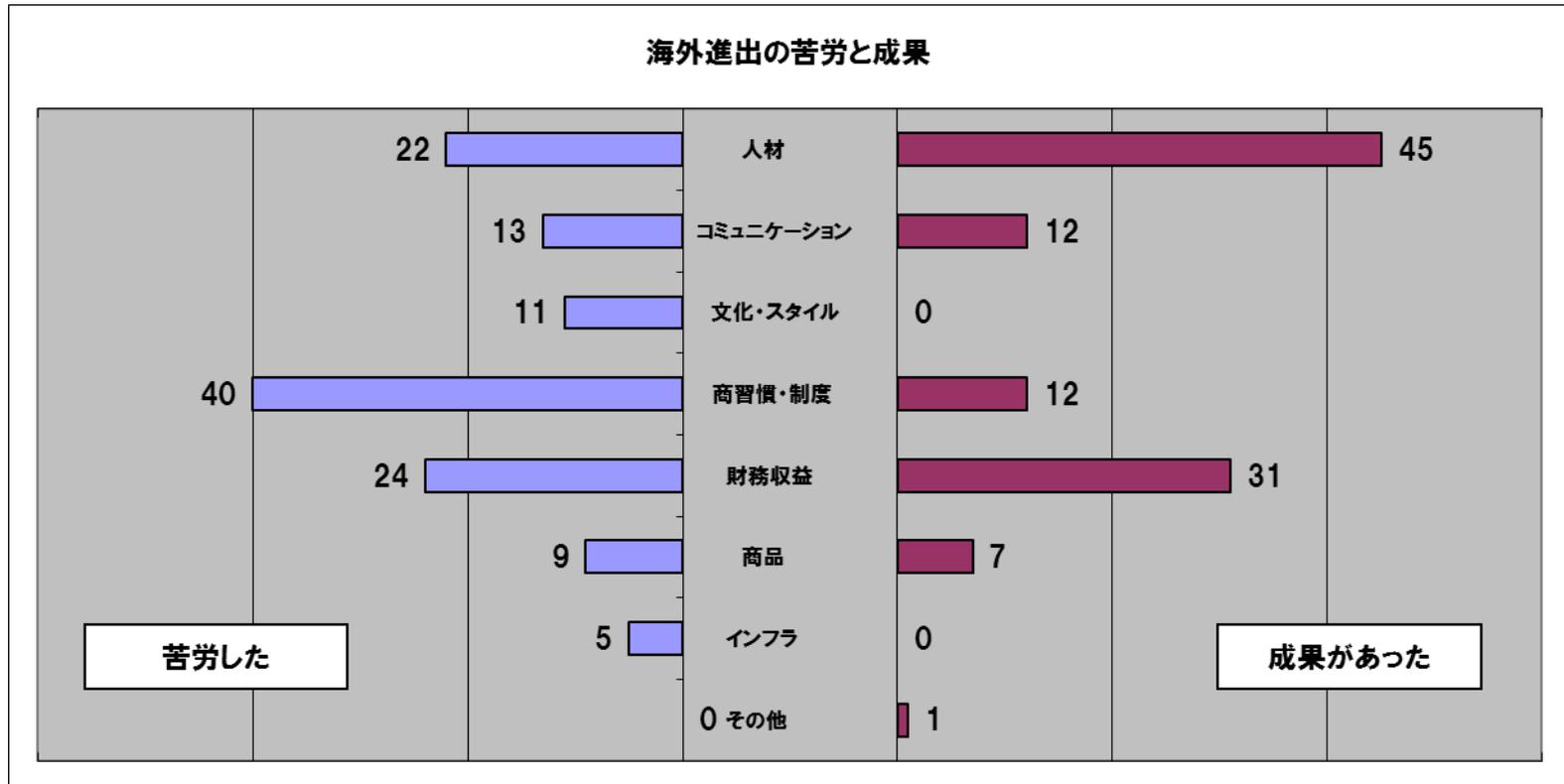


将来の海外進出目的

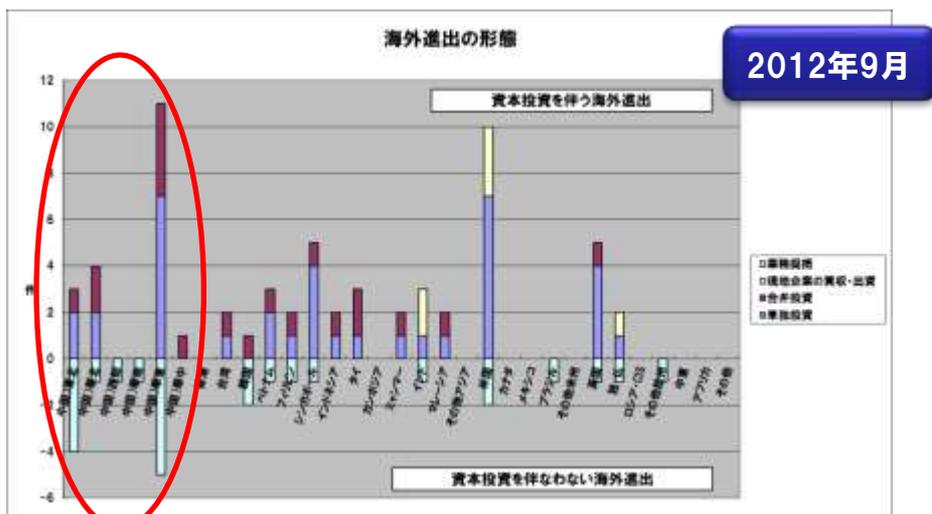


海外進出の苦労と成果

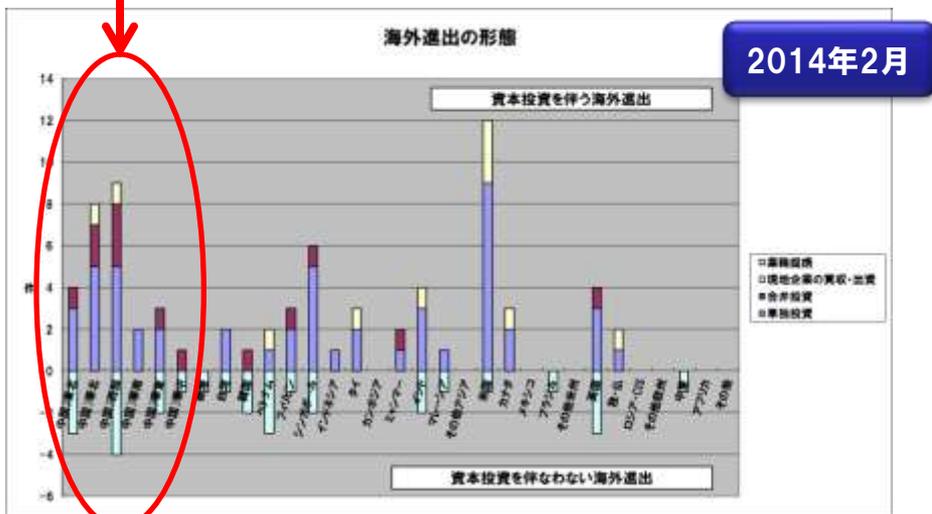
- 人材面では成果が感じられている
- 文化・スタイル、商習慣・制度といったテーマではかなり苦労している様子がうかがえる
- 財務・収益面では、苦労しながらも、それなりの成果が得られている



海外進出の形態変化 (2012/9→2014/2)



- 中国の進出先に大きな変化がみられる (沿岸部から西部へ)
- 中国以外の傾向は大きな変化は見られない

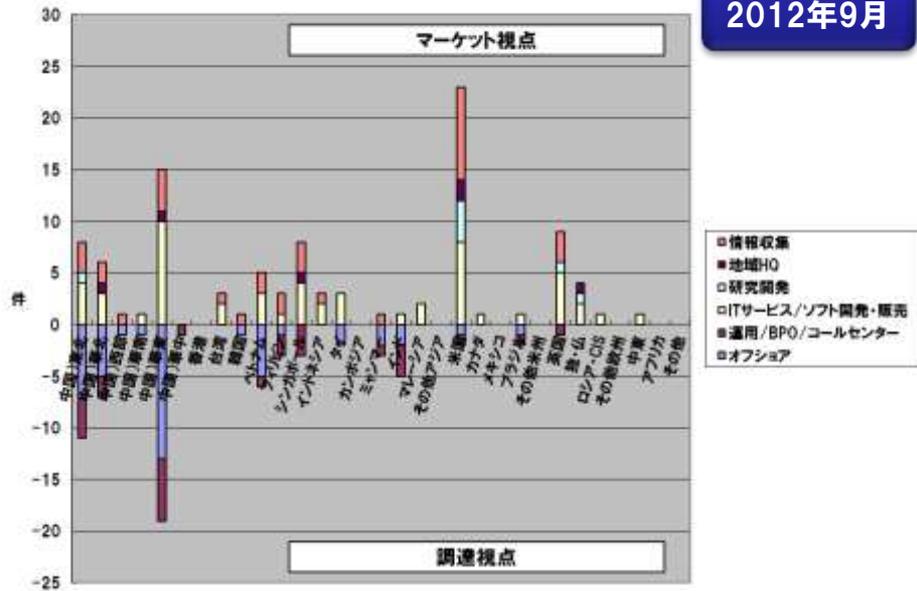


海外進出目的の変化 (2012/9→2014/2)

- マーケット視点での海外進出が、アジア諸国を中心に比較的幅広い地域で進んでいる
- 調達視点では、中国華東から西部などへの移行が顕著(特にBPO)
- ベトナムやインドへのオフショアは確実に伸長している

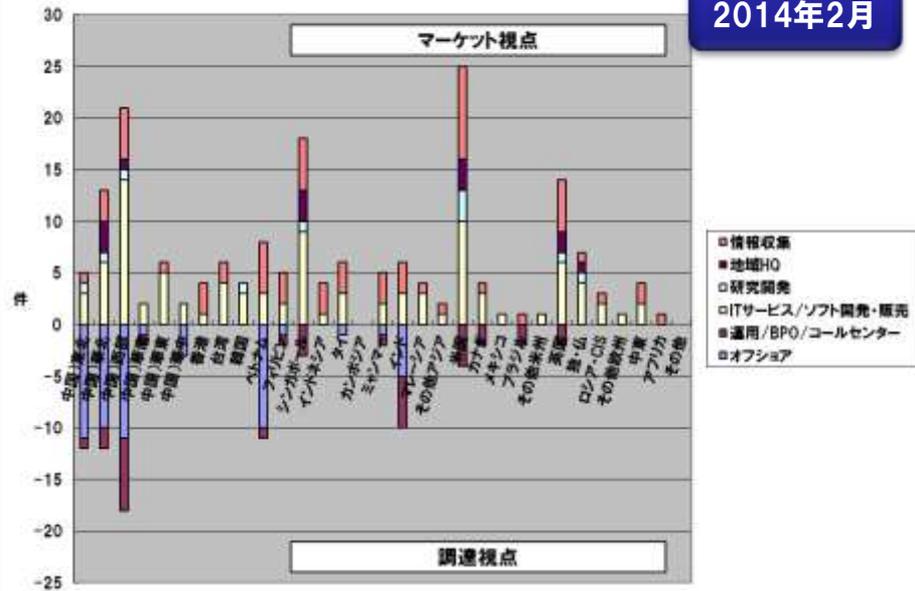
現在の海外進出目的

2012年9月



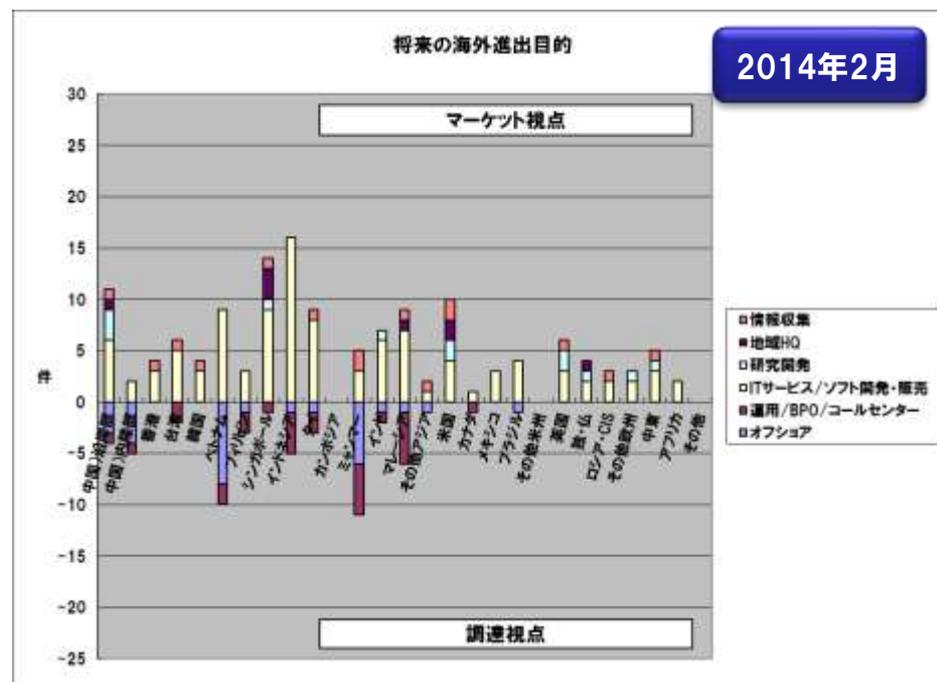
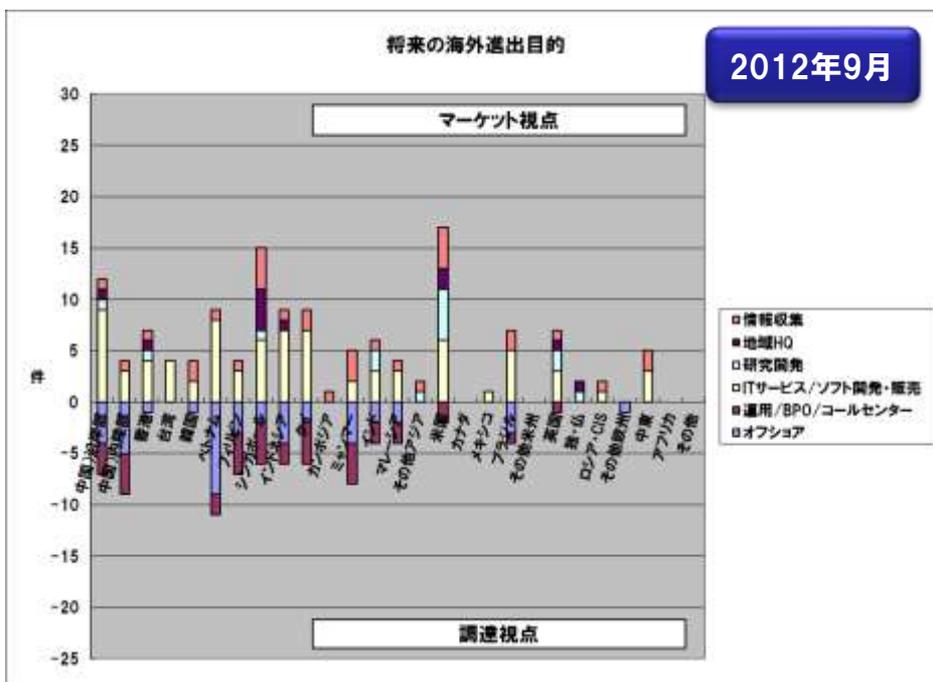
現在の海外進出目的

2014年2月

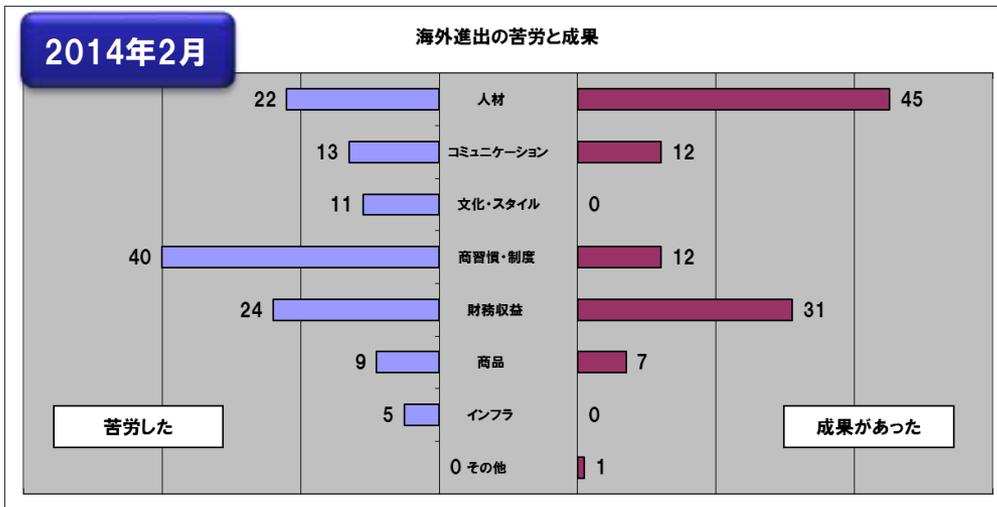
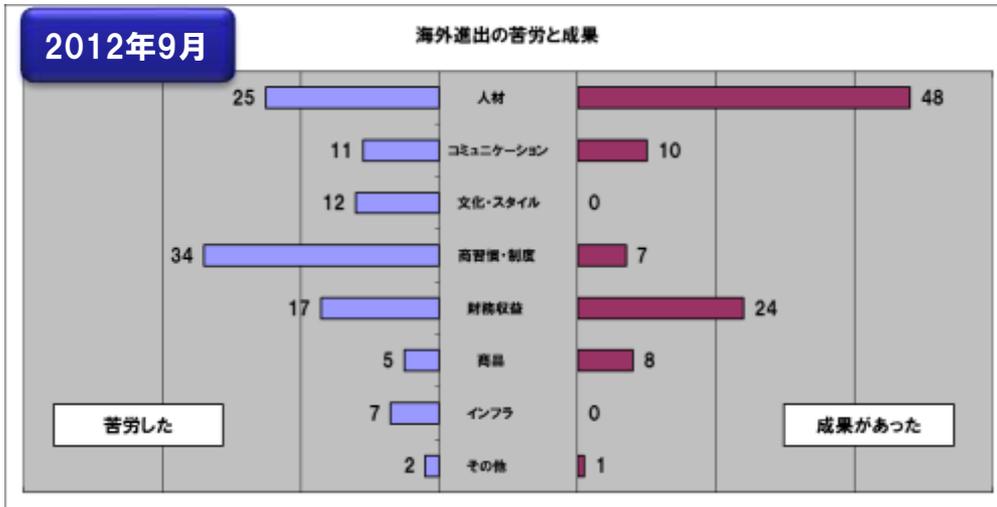


将来目的の変化 (2012/9→2014/2)

- マーケット視点では少し慎重姿勢に変化してきている様子があるものの、情報収集段階からビジネス展開段階への移行が意識されている
- 調達視点では、全体的には縮小を意識してきている様子はあるも、ミャンマーやブラジルなど、新たな調達先開拓の意識も感じられる



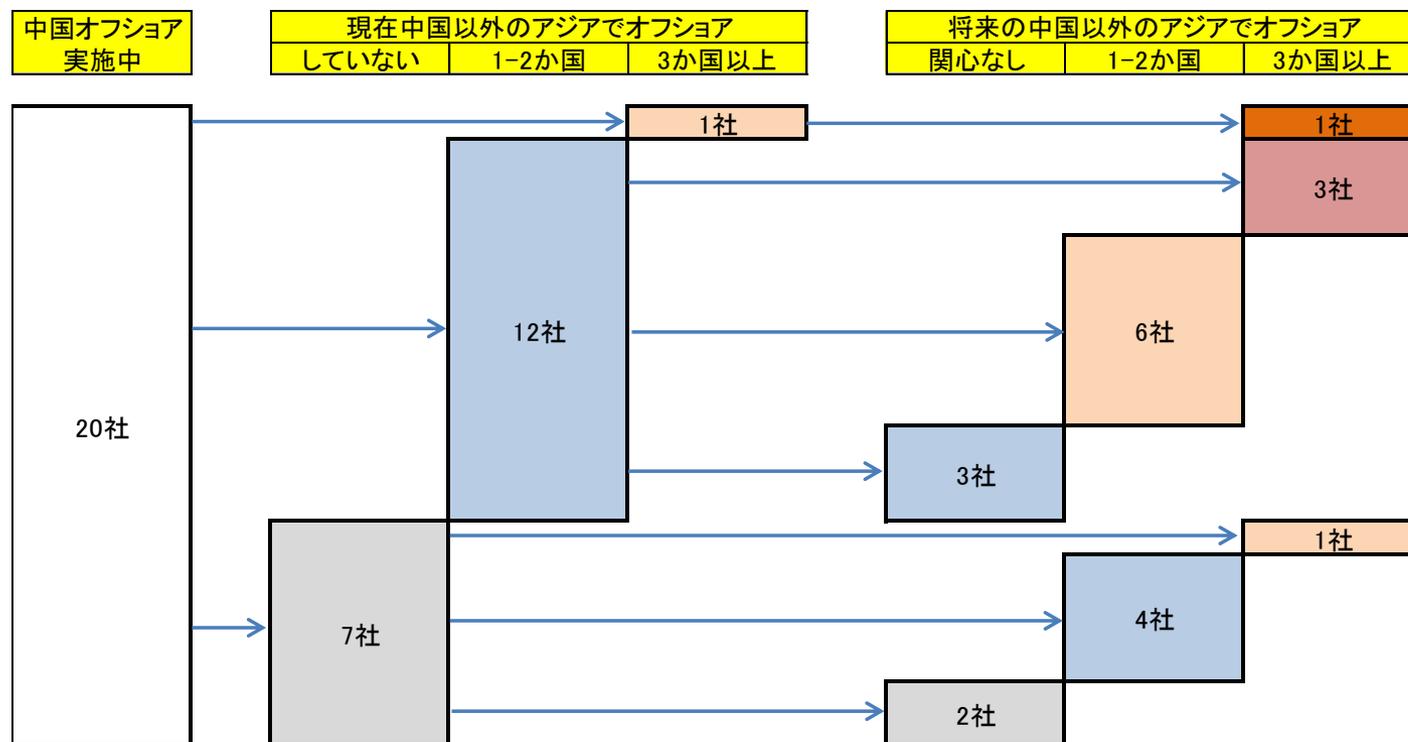
苦労・成果の変化（2012/9→2014/2）



- 全体的に大きな変化はない
- インフラでの苦労が減少し、商品での苦労が増加したのは、マーケット視点での進出拡大の影響か？

中国オフショアからのアジアオフショアへ

- 現時点においても中国オフショア企業の多くは、慎重ながらも中国以外のアジア諸国にオフショアを展開中
- 多くの企業で中国以外のアジア諸国へのオフショア展開を加速させたい意向



中国オフショアからアジアマーケットへ

- 中国オフショア実施企業の多くが、中国マーケットへの進出を行っているとともに、同時に中国以外のアジア諸国への展開も同時進行させている
- 今後もアジア諸国のマーケット拡大に、かなり積極的な姿勢がうかがえる

