



2021年度 海外進出日系企業実態調査 | 北米編

— 経済再開により、在北米日系企業の業績見込みは改善。
今後1～2年の事業拡大検討企業は2019年の水準を上回る —

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部

2021年12月17日



目次

	<米国編>	<カナダ編>
調査結果のポイント	<u>p.3-12</u>	
本年度調査の実施概要	<u>p.14</u>	<u>p.73</u>
回答企業の所在州	<u>p.15</u>	<u>p.74</u>
回答企業の設立年、拠点数、工場数	<u>p.16</u>	<u>p.74</u>
従業員数・日本からの派遣者数	<u>p.17</u>	<u>p.75</u>
1. 営業利益見通し	<u>p.18-24</u>	<u>p.76-82</u>
2. 今後の事業展開	<u>p.25-38</u>	<u>p.83-92</u>
3. 雇用状況と賃金実態	<u>p.39-47</u>	<u>p.93-101</u>
4. サプライチェーン	<u>p.48-p.52</u>	<u>p.102-103</u>
5. サプライチェーンと人権	<u>p.53-p.56</u>	<u>p.104-106</u>
6. 貿易協定の活用・影響	<u>p.57-59</u>	<u>p.107-109</u>
7. 通商環境の変化の影響	<u>p.60-61</u>	<u>p.110-111</u>
8. 経営上の課題と対応策	<u>p.62-63</u>	<u>p.112-113</u>
9. デジタル関連技術の活用と課題	<u>p.64-66</u>	<u>p.114-115</u>
10. 環境問題への対応（脱炭素化への取り組み）	<u>p.67-69</u>	<u>p.116-117</u>
11. バイデン政権の政策（米国のみ）	<u>p.70-71</u>	

調査結果のポイント

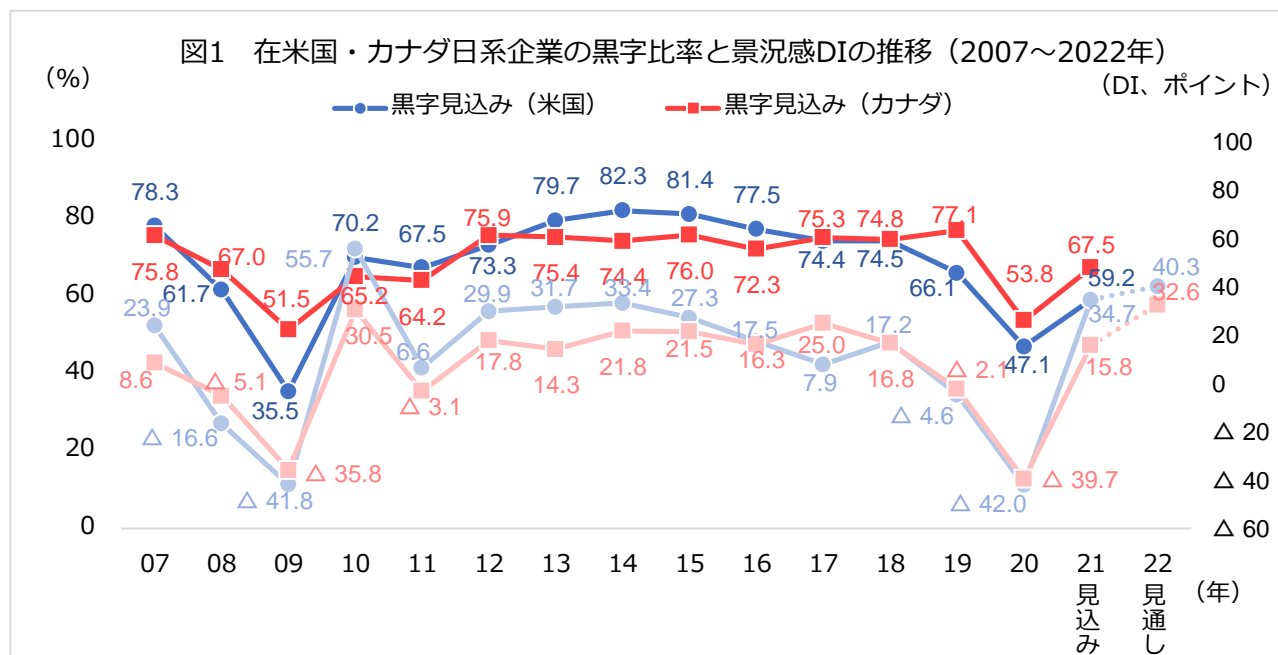
- ❖ 新型コロナ禍からの経済再開により、2021年に黒字を見込む日系企業の割合は米国で6割弱、カナダでは7割近くとなり、両国とも前年比で10ポイント以上増加したが、2019年の水準までは回復しなかった。リーマンショック直後の2010年と比べると、米国の回復ペースは鈍いが、カナダは2010年を超える回復となった。
- ❖ 今後1～2年の事業拡大を検討する企業は、米国で5割近く、カナダで4割近くとなり、2019年の水準をそれぞれ上回った。拡大の理由としては「現地市場での売上増加」が筆頭要因に挙げられた。
- ❖ サプライチェーンにおける人権の問題について、米国では6割近く、カナダでは7割近くの企業が経営問題として認識。サプライチェーンにおける人権尊重に関する方針を持つ企業は、米国で約半数、カナダで6割強で、これらのうちそれぞれ4割強が調達先へも準拠を求めている。
- ❖ 通商環境の変化が2021年の業績に与える影響について、米国では「影響はない」「わからない」「全体としてマイナスの影響がある」がそれぞれ3割前後で続いた。前年と比べ「わからない」が10ポイント以上増えた。
- ❖ 経営上の課題として、米国、カナダとも「新規顧客の開拓」が筆頭要因となった。経営上の課題への対応策として、両国とも「競合製品との差別化」が最も高かった。
- ❖ 脱炭素化に取り組む企業は米国で3割強、カナダでは4割強だった。業種別でみると、米国では自動車等、ゴム・窯業・土石、電気・電子機器で5割を超えた。
- ❖ バイデン政権の政策がビジネス活動に与える影響について、「わからない」が4割近く、「影響はない」は2割強、「全体としてマイナスの影響」「全体としてプラスの影響」はそれぞれ1割台だった。経営に影響を与えるバイデン政権の政策分野としては、「米国法人税制」「新型コロナ対応」「対中国政策」「環境・エネルギー政策（気候変動対策）」が上位に挙げられた。

1. 営業利益見通し

- 2021年に黒字を見込む日系企業の割合は米国で59.2%となり、前年（47.1%）から12.1ポイント増加した。カナダでは67.5%と前年（53.8%）から13.7ポイント増加した。両国とも前年比で10ポイント以上増加したが、2019年の水準（米国66.1%、カナダ77.1%）までは回復しなかった。リーマンショック直後の2010年（米国70.2%、カナダ65.2%）と比べると米国の回復ペースは鈍いが、カナダは2010年を超える回復となった。
- 営業利益見込みを業種別でみると、米国では需要の回復や増加により食料品（83.9%）や販売会社（80.8%）、運輸業（80.0%）で黒字見込みの割合は8割以上となったが、行動制限による需要減や半導体不足による工場の操業停止により旅行・娯楽業（赤字見込み64.3%）や自動車等（同54.5%）、自動車等部品（51.6%）で赤字見込みの割合は5割を超えた。カナダでは、食料品（100%）、一般機械（87.5%）、鉄・非鉄・金属（83.3%）などで黒字見込みが8割以上となったが、旅行・娯楽業（赤字見込み75.0%）や鉱業・エネルギー（同60.0%）で赤字見込みは6割以上となった。
- 2021年の営業利益見込みが前年比で「改善」を見込む企業は米国で半数を超え（51.6%）、前年の16.8%から34.8ポイント上昇した。経済活動の再開や住宅需要の増加などにより、小売業（90.9%）や不動産・賃貸業（87.5%）で「改善」見込みの割合が突出して高かった。カナダで「改善」を見込む企業の割合は4割弱（39.4%）で、前年（14.4%）から25ポイント上昇した。業種別では運輸業（66.7%）や販売会社（52.4%）、一般機械（50.0%）で「改善」見込みが5割以上となった。
- 営業利益見込みの前年比増減幅をみると、米国、カナダとも「横ばい」が3割を超え（米国31.5%、カナダ37.0%）、「1～5割増」が2割強（それぞれ24.0%、22.8%）を占めた。景況感を示すDI値（注）は米国は34.7、カナダ15.8となり、両国とも前年（米国△42.0、カナダ△39.7）から大幅に改善した。

- 2021年の営業利益見込みを新型コロナ感染拡大前の2019年と比較すると、米国では「改善」が39.3%となった。業種別でみると、コロナ禍でも好調だった食料品（61.3%）や電気・電子機器（55.6%）で「改善」は5割を超えた。一方、「悪化」と回答した割合は32.8%となり、3分の1弱の企業では営業利益見込みが新型コロナ感染前の水準までは戻っていない。2019年比のDI値は6.5だった。
- カナダでは、「改善」と回答した割合は2020年比と同じ39.4%であった。業種別では販売会社（57.1%）や運輸業（55.6%）、商社・卸売業（52.9%）で5割を超えた。一方、「悪化」と回答する割合は36.2%となった。旅行・娯楽業（87.5%）や自動車等部品（72.7%）で悪化の割合は7～9割と厳しい状況が続いている。2019年比のDI値は3.2だった。

在米国・カナダ日系企業の黒字比率と景況感DIの推移

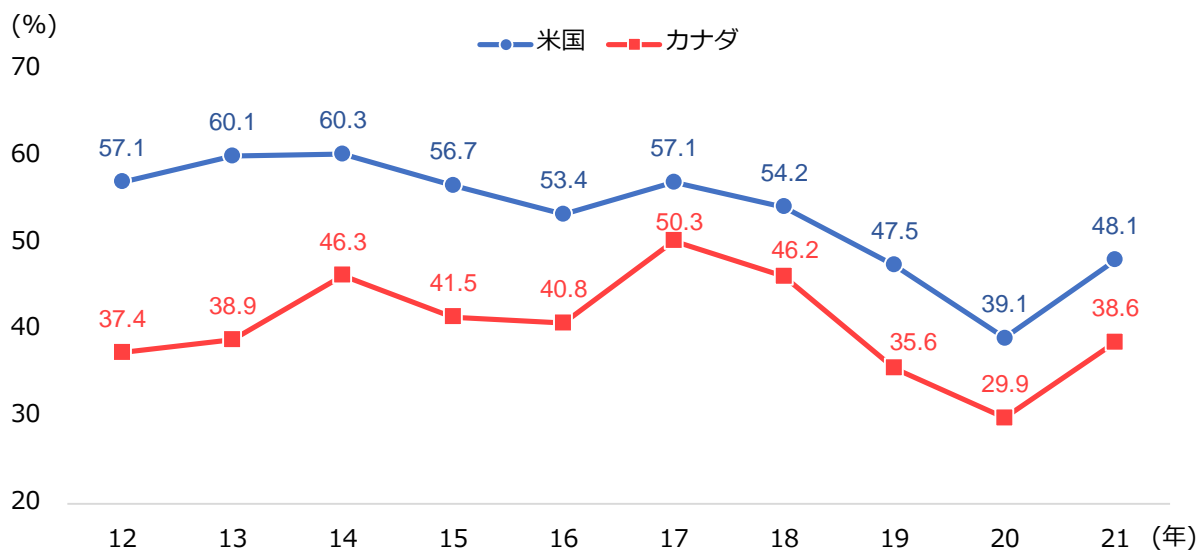


(注) Diffusion Indexの略で、営業利益が「改善」する企業の割合(%)から「悪化」する割合を差し引いた数値 Copyright © 2021 JETRO. All rights reserved.

2. 今後の事業展開

- 今後1～2年で事業の「拡大」を検討する企業の割合は米国で48.1%、カナダでは38.6%となり、両国とも新型コロナウイルス感染拡大前の2019年（それぞれ47.5%、35.6%）の水準を上回った。米国では食料品（74.2%）や精密・医療機器（70.0%）で7割以上となり、カナダでは鉄・非鉄・金属（83.3%）で8割を超えた。
- 拡大する理由としては、両国とも「現地市場での売上増加」（米国89.6%、カナダ77.6%）が筆頭要因に挙げられた。拡大する機能については、販売機能（それぞれ65.4%、54.2%）、高付加価値品生産（35.1%、25.0%）、汎用品生産（20.1%、33.3%）が上位に挙げられた。

今後1～2年で事業の「拡大」を検討する企業の割合



- 事業戦略の見直しに関しては、販売戦略の見直しを予定する割合は両国ともに3割近く（米国27.3%、カナダ27.8%）となり、管理・経営体制の見直しは2割台（それぞれ25.1%、21.4%）、調達の見直しは2割前後（23.2%、17.6%）、生産の見直しは1割台（18.9%、11.4%）だった。
- 販売戦略の見直しとしては、両国とも販売価格の引き上げが5割強（米国52.0%、カナダ51.4%）で筆頭に挙げられた。米国では販売先の見直し（41.9%）と販売製品の見直し（41.0%）が4割強で続いた。カナダでは、デジタル化の推進（45.7%）やバーチャル展示会などの活用の推進（40.0%）が4割以上で続いた。
- 調達の見直し内容としては、調達先の見直し（米国82.3%、カナダ86.4%）や複数調達化の実施（それぞれ62.0%、59.1%）が高かった。米国では変更対象の調達先としては、米国（43件）、日本（40件）、中国（33件）が上位に挙げられ、変更後の調達先としては米国（45件）、ASEAN（16件）、メキシコとその他アジア・オセアニア（それぞれ12件）が上位に挙げられた。
- 生産の見直しとしては、両国とも新規投資／設備投資の増強（米国59.0%、カナダ78.6%）、生産地の見直し（それぞれ40.4%、42.9%）、自動化・省人化（32.1%、50.0%）が上位に挙げられた。米国では変更対象の生産先としては、米国（30件）、日本（8件）、中国（4件）が上位に挙げられ、変更後の生産地としては米国と日本（それぞれ11件）、メキシコ（9件）が上位に挙げられた。
- 管理・経営体制の見直しとしては、両国とも「在宅勤務やテレワークの活用拡大」（米国59.7%、カナダ77.8%）が最も高かった。

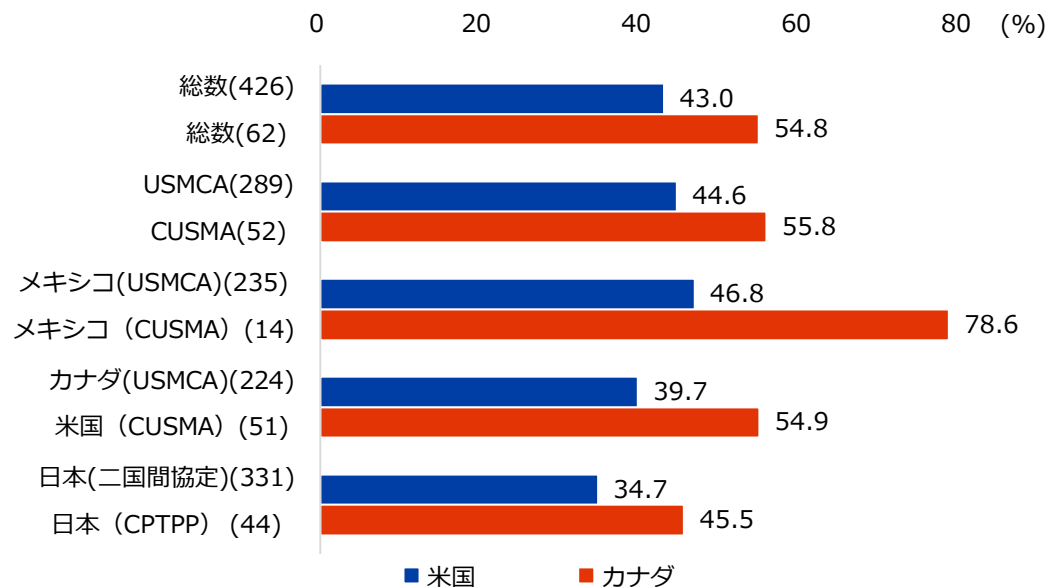
3. サプライチェーンと人権

- サプライチェーンにおける人権の問題について、米国では58.5%、カナダでは68.3%の企業が経営課題として認識。企業規模によって認識度に差があり、米国では、大企業（従業員100人以上の企業）の認識度（66.1%）は中小企業（同100人未満の企業、54.3%）より11.8ポイント高かった。カナダでも、大企業（従業員50人以上の企業、72.1%）は中小企業（同50人未満の企業、63.8%）より8.3ポイント高かった。
- 業種別では、米国では自動車等（81.8%）やゴム・窯業・土石（81.3%）、電気・電子機器部品（75.0%）、運輸業（73.3%）で7～8割強に達した。カナダでは、商社・卸売業（88.2%）、食料品（80.0%）で8割以上となった。
- サプライチェーンにおける人権尊重に関する方針を持つ企業は、米国で半数弱（49.9%）、カナダで6割強（63.7%）。このうちそれぞれ4割強（米国42.5%、カナダ42.9%）が調達先へも準拠を求めている。人権尊重に関する方針があり、かつ、調達先に準拠を求めている割合は、進出先国の調達先に対しては6割台（米国69.8%、カナダ65.6%）で、日本の調達先に対しては4割強（米国、カナダとも43.8%）だった。
- 一方、納品先企業から人権尊重に関する方針への準拠を求められたことがある企業は、両国とも3割前後（米国34.0%、カナダ28.4%）だった。進出先国の納品先企業から準拠を求められたことがある企業は2～3割強（米国31.0%、カナダ22.4%）で、日本の納品先企業からは1割未満（米国5.6%、カナダ6.9%）だった。

4. 貿易協定の活用・影響

- 回答企業の貿易協定利用率は米国で36.1%、カナダで51.5%。USMCA（カナダ：CUSMA、以下同様）の利用率はそれぞれ29.2%、46.8%で、日米貿易協定の利用率は28.0%、カナダの日本との貿易でのCPTPP利用率は37.7%だった。メキシコとの貿易でのUSMCA利用率は、両国とも3割近く（米国26.4%、カナダ27.5%）だった。米加間の貿易においては、カナダ（45.2%）の方が米国（22.6%）よりも高かった。
- 輸出または輸入を行っている企業の貿易協定利用率は米国で43.0%、カナダで54.8%。USMCAの利用率はそれぞれ44.6%、55.8%で、日米貿易協定の利用率は34.7%、カナダの日本との貿易でのCPTPP利用率は45.5%だった。メキシコとの貿易でのUSMCA利用率は、カナダ（78.6%）の方が米国（46.8%）よりも高かった。また、米加間の貿易においても、カナダ（54.9%）の方が米国（39.7%）よりも高かった。

貿易協定の利用率（輸出または輸入を行っている企業）



5. 通商環境の変化が業績に与える影響

- 通商環境の変化が2021年の業績に与える影響について、米国では「影響はない」が32.9%、「わからない」は29.0%で、「全体としてマイナスの影響がある」は26.2%だった。前年と比べ「わからない」が13.1ポイント増えた一方、「全体としてマイナスの影響がある」は10.1ポイント減少した。バイデン政権が2021年3月に発表した通商政策方針では、これまでの政策を見直すと報告したが、本調査の終了までに具体的な見直し内容が示されなかったことから、「わからない」の回答が増加したとみられる。
- カナダでは「影響はない」は40.7%、「わからない」は31.4%で、「全体としてマイナスの影響ある」は16.9%だった。前年と比べ「わからない」が8.0ポイント増えた一方、「影響はない」は8.9ポイント減少した。
- マイナスの影響を受ける具体的な政策を聞くと、「通商法301条に基づく追加関税」（米国55.2%、カナダ35.0%）や「中国の米国に対する報復関税」（それぞれ32.0%、55.0%）、「米国の鉄鋼・アルミニウムを対象とした追加関税賦課」（24.1%、35.0%）が上位に挙がった。

6. 経営上の課題

- 新型コロナ禍で企業活動に制約がある中で、経営上の課題として、米国、カナダとも「新規顧客の開拓」（それぞれ62.0%、51.6%）が筆頭要因となった。米国では「従業員の賃金上昇」（57.9%）、「物流コストの上昇」（53.3%）が、カナダでは、「物流コストの上昇」（50.0%）、「調達コストの上昇」（46.0%）が続き、雇用・労務面、原材料・部品調達面での課題を挙げる企業が多かった。
- 経営上の課題への対応策として、米国、カナダとも「競合製品との差別化」（それぞれ47.5%、49.2%）が最も高かった。米国では「賃金の引き上げ」（46.7%）や「調達先・調達内容の見直し」（43.3%）が続き、カナダでは「各種規制への対応」（44.9%）、「リモートワーク・WEB会議の導入」（44.1%）が続いた。

7. デジタル

- デジタル技術を既に活用している企業は、米国で47.6%、カナダで52.0%。デジタル技術を活用するメリットとして、米国・カナダともに「製品・サービスの品質が安定・向上」（それぞれ55.9%、47.7%）や「賃金上昇・労働力不足に対処できる」（49.4%、46.6%）が上位に挙げられた。
- 活用している技術では、米国・カナダともに、「EC」（59.1%、58.6%）や「データ蓄積・管理プラットフォーム」（37.2%、41.4%）、「ロボット」（32.2%、22.4%）が多かった。活用を検討している技術については、「人口知能（AI）」（38.3%、32.7%）や「データ蓄積・管理プラットフォーム」（36.6%、51.0%）、「IoT」（30.0%、32.7%）が上位となった。

8. 環境問題への対応

- 脱炭素化に取り組んでいる企業は米国で33.5%、カナダでは43.2%だった。企業規模別で見ると、大企業が米国で53.6%、カナダで52.2%とどちらも半数を超えた。業種別で見ると、米国では自動車等（63.6%）で6割を超え、ゴム・窯業・土石（56.3%）や電気・電子機器（51.4%）で5割を超えた。カナダでは、食料品で100%となり、鉄・非鉄・金属で66.7%だった。
- 取り組む理由としては、米国、カナダともに「本社（親会社）からの指示・推奨」（米国68.2%、カナダ66.7%）が7割近くで最も多く、「進出国・地域の中央・地方政府による規制や優遇措置」（それぞれ30.2%、42.0%）が続いた。
- 取り組み内容としては、「省エネ・省資源化」（米国66.1%、カナダ58.0%）、「環境に配慮した新製品の開発」（それぞれ37.5%、33.3%）が上位に挙げられた。取り組みへの課題としては、人材・能力不足やコスト増などが聞かれた。

9. バイデン政権の政策

- バイデン政権の政策がビジネス活動に与える影響について、「わからない」が38.4%を占め、「影響はない」は22.3%、「全体としてマイナスの影響がある」は14.1%、「全体としてプラスの影響がある」が13.6%となった。「わからない」が高いのは、バイデン大統領は選挙公約で増税を掲げたが、連邦議会で野党共和党の反対などにより進んでいないことが要因とみられる。
- 業種別にみると、マイナスの影響があると回答した企業の割合は、自動車等（36.4%）やゴム・窯業・土石（26.7%）で高く、バイデン政権が進めている自動車のEV化が背景にあるとみられる。プラスの影響があると回答した企業の割合は、精密・医療機器や事業関連サービス（それぞれ26.3%）で高かった。
- 経営に影響を与えるバイデン政権の政策分野としては、「米国法人税制」が55.1%を占め、「新型コロナ対応」（44.0%）、「対中国政策」（38.1%）「環境・エネルギー政策（気候変動対策）」（31.1%）、「移民・外国人就労ビザ政策」（30.1%）が続いた。

JETRO

米国編 (第40回調査)



本年度調査の実施概要

調査目的

米国に進出する日系企業の経営状況、現地でのビジネス環境の変化などについて把握し、日本企業の海外事業戦略立案や関係機関の施策立案に資することを目的とする。

実施時期

2021年9月8～28日

有効回答率

50.1%

(回答企業数 851社/1,697社)

調査対象

在米日系企業（製造業・非製造業）のうち、直接出資および間接出資を含めて、日本の親会社の出資比率が10%以上の企業、日本企業の支店が対象。

備考

本調査は1981年より実施しており、今回は40回目となる（2004年は実施せず）。今回より日本企業の支店を調査対象に追加。

(注1) 調査結果の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100とはならない。

(注2) アンケートに回答した企業が、各設問すべてに回答したわけではない。回答比率は、各設問の回答者数を基数として算出した。

(注3) 次ページ以降の図表中、特に記載のない場合、()内数値は回答企業数を示す。

(注4) 各選択肢の回答企業数の分母が一定数に満たない業種や選択肢は対象から外した。

回答企業数の業種別・地域別内訳

(単位：社、%)

		企業数	構成比		
全業種		851	100		
業種別					
製造業	企業数	構成比	非製造業	企業数	構成比
	488	57.3		363	42.7
自動車等部品	91	10.7	販売会社	104	12.2
化学・医薬	71	8.3	商社・卸売業	83	9.8
一般機械	59	6.9	情報通信業	34	4.0
鉄・非鉄・金属	52	6.1	運輸業	30	3.5
電気・電子機器	36	4.2	事業関連サービス	21	2.5
食料品	31	3.6	旅行・娯楽業	15	1.8
プラスチック製品	29	3.4	金融・保険業	14	1.6
精密・医療機器	20	2.4	建設業	12	1.4
ゴム・窯業・土石	16	1.9	小売業	11	1.3
電気・電子機器部品	16	1.9	鉱業・エネルギー	9	1.1
自動車等	11	1.3	不動産・賃貸業	8	0.9
紙・木製品・印刷	7	0.8	教育・医療	4	0.5
繊維・衣服	7	0.8	飲食業	3	0.4
鉄道・運搬車両等	7	0.8	農林水産業	1	0.1
鉄道・運搬車両等部品	5	0.6	その他非製造業	14	1.6
その他製造業	30	3.5			
地域別（製造業）			地域別（非製造業）		
中西部	176	36.1	中西部	66	18.2
南部	165	33.8	南部	66	18.2
西部	93	19.1	西部	143	39.4
北東部	54	11.1	北東部	88	24.2

回答企業の所在州

回答企業および主要工場の所在州内訳

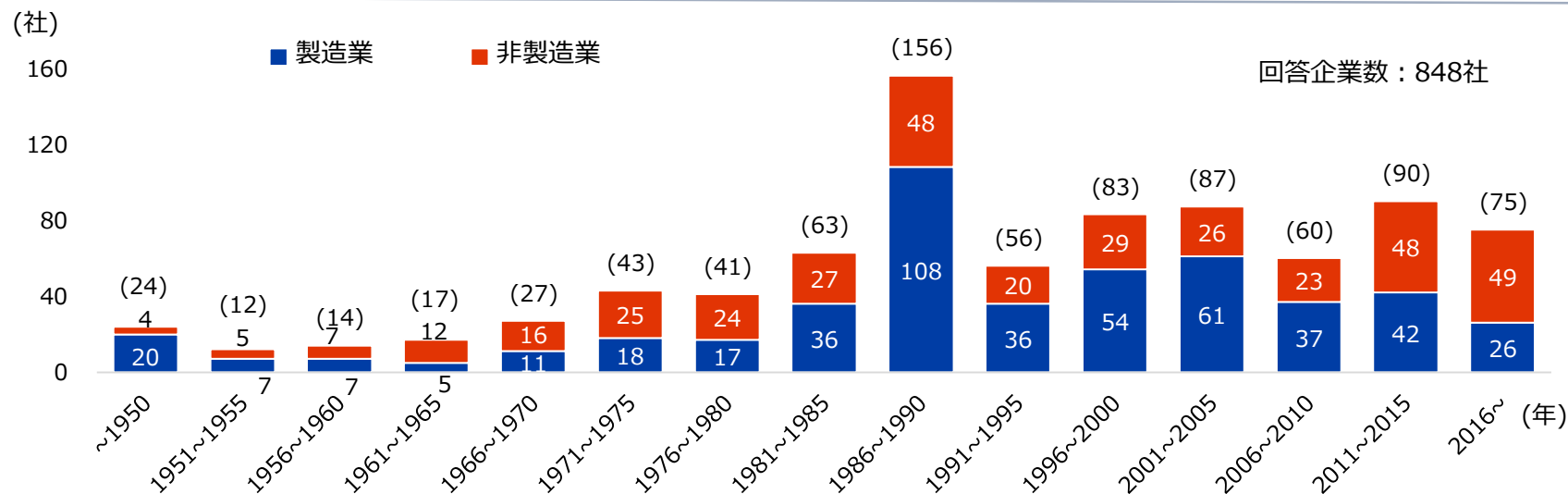
(単位：社)

回答企業数	回答企業の所在州			主要工場の所在州
	製造業	非製造業	全業種	全業種
回答企業数	851			553
北東部	54	88	142	46
CT コネチカット	1	3	4	2
ME メーン	0	1	1	1
MA マサチューセッツ	5	7	12	3
NH ニューハンプシャー	2	0	2	3
NJ ニュージャージー	15	17	32	6
NY ニューヨーク	16	58	74	9
PA ペンシルベニア	13	1	14	20
RI ロードアイランド	2	1	3	2
VT バーモント	0	0	0	0
中西部	176	66	242	179
IL イリノイ	55	47	102	27
IN インディアナ	31	0	31	47
IA アイオワ	2	0	2	3
KS カンザス	1	0	1	3
MI ミシガン	31	14	45	25
MN ミネソタ	4	0	4	8
MO ミズーリ	3	0	3	7
NE ネブラスカ	2	0	2	1
ND ノースダコタ	1	0	1	1
OH オハイオ	43	5	48	51
SD サウスダコタ	0	0	0	0
WI ウィスコンシン	3	0	3	6

	回答企業の所在州			主要工場の所在州
	製造業	非製造業	全業種	全業種
南部	165	66	231	240
AL アラバマ	7	0	7	17
AR アーカンソー	1	0	1	4
DE デラウェア	0	0	0	0
FL フロリダ	3	3	6	3
GA ジョージア	42	14	56	50
KY ケンタッキー	32	7	39	44
LA ルイジアナ	1	1	2	2
MD メリーランド	1	2	3	2
MS ミシシッピ	3	0	3	9
NC ノースカロライナ	9	2	11	15
OK オクラホマ	2	0	2	2
SC サウスカロライナ	10	1	11	17
TN テネシー	21	2	23	34
TX テキサス	26	31	57	25
VA バージニア	3	2	5	13
WV ウェストバージニア	4	0	4	3
DC ワシントンDC	0	1	1	0
西部	93	143	236	88
AK アラスカ	0	0	0	0
AZ アリゾナ	4	2	6	6
CA カリフォルニア	76	127	203	59
CO コロラド	1	1	2	4
HI ハワイ	1	6	7	3
ID アイダホ	0	0	0	1
MT モンタナ	0	0	0	0
NV ネバダ	3	0	3	3
NM ニューメキシコ	0	0	0	2
OR オレゴン	2	3	5	4
UT ユタ	1	0	1	0
WA ワシントン	5	4	9	5
WY ワイオミング	0	0	0	1
計	488	363	851	553

回答企業の設立年、拠点数、工場数

回答企業の設立年



(注) () は全業種（製造業と非製造業を合わせた）回答企業数を示す。

回答企業の拠点数の内訳

回答企業数	729			
	企業数 (社)			拠点数
拠点数	製造業	非製造業	全業種	総計
拠点なし	4	6	10	0
1~5	390	246	636	1,163
6~10	28	24	52	395
11~15	10	4	14	188
16~20	4	4	8	144
21~25	2	1	3	67
26~30	0	0	0	0
30以上	3	3	6	715
計	441	288	729	2,672

回答企業の工場数の内訳

回答企業数	588			
	企業数 (社)			工場数
工場数	製造業	非製造業	全業種	総計
工場なし	70	176	246	0
1~5	307	20	327	489
6~10	11	0	11	83
11以上	4	0	4	61
計	392	196	588	633

従業員数・日本からの派遣者数： 1社あたりの中央値はそれぞれ44人、3人

- 回答企業の総従業員数は63万3,258人で、**1社あたり従業員数平均値は744人、中央値は44人**。産業別でみると、製造業の中央値は90人、非製造業の中央値は14人。
- 回答企業の日本からの総派遣者（駐在員）数は7,834人で、**1社あたり派遣者数平均値は9人、中央値は3人**。産業別でみると、製造業の中央値は4人、非製造業の中央値は2人。

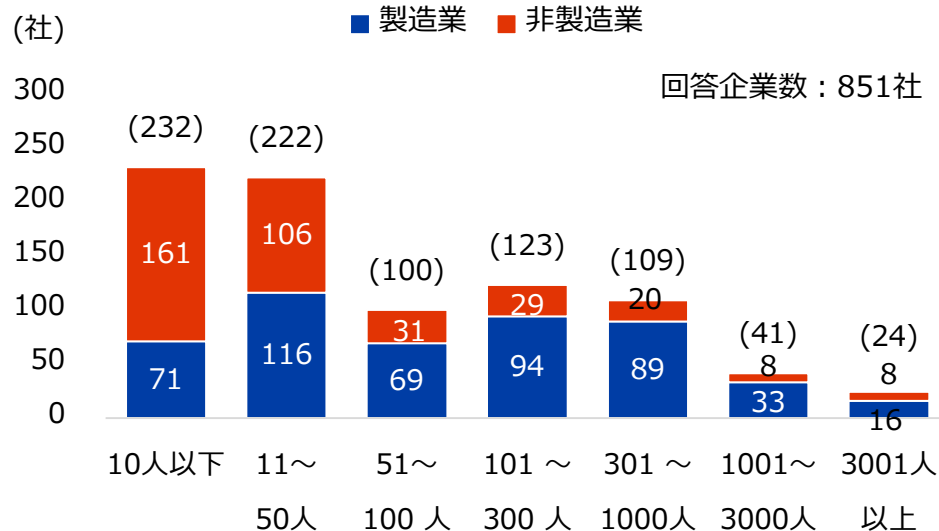
従業員数の平均値と中央値

	総従業員数	平均値	中央値
全業種(851)	633,258	744	44
製造業(488)	479,624	983	90
非製造業(363)	153,634	423	14

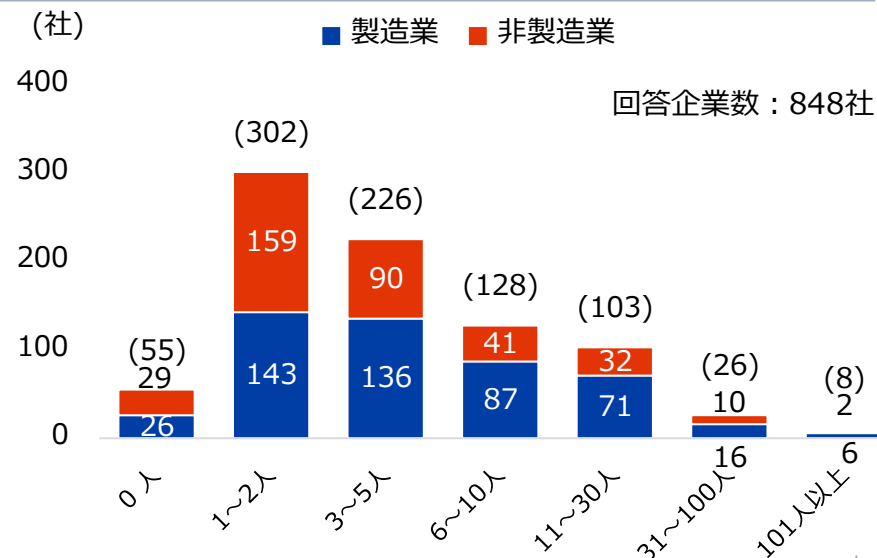
日本からの派遣者数の平均値と中央値

	総派遣者数	平均値	中央値
全業種(848)	7,834	9	3
製造業(485)	5,371	11	4
非製造業(363)	2,463	7	2

産業別の従業員数内訳



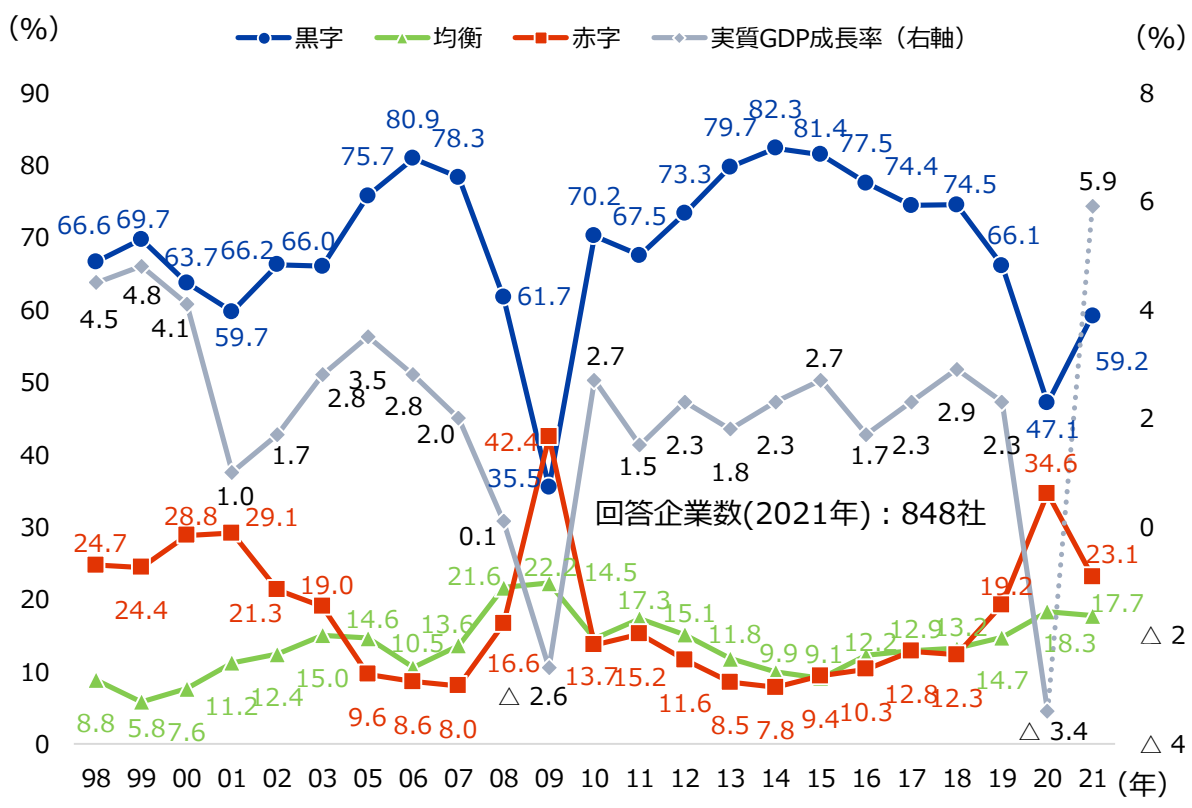
産業別の日本からの派遣者数内訳



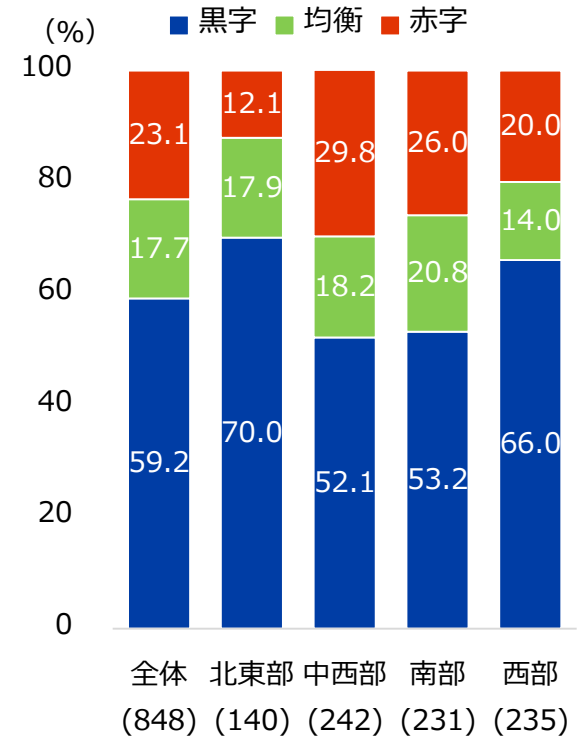
1-1 | 2021年営業利益見込み： 黒字見込みは6割弱まで回復

- **2021年に営業利益の黒字を見込む企業は59.2%**で、前年（47.1%）から12.1ポイント上昇した。赤字見込み比率は23.1%で、前年（34.6%）から11.5ポイント減少した。新型コロナ禍から回復基調がみられる。**地域別**では、**黒字見込み企業の割合は北東部（70.0%）や西部（66.0%）**で高かったが、**製造業が多く集積している中西部（52.1%）や南部（53.2%）は5割強にとどまった。**

営業利益見込みと米国の実質GDP成長率



2021年の営業利益見込み（地域別）



黒字
比率
前年比

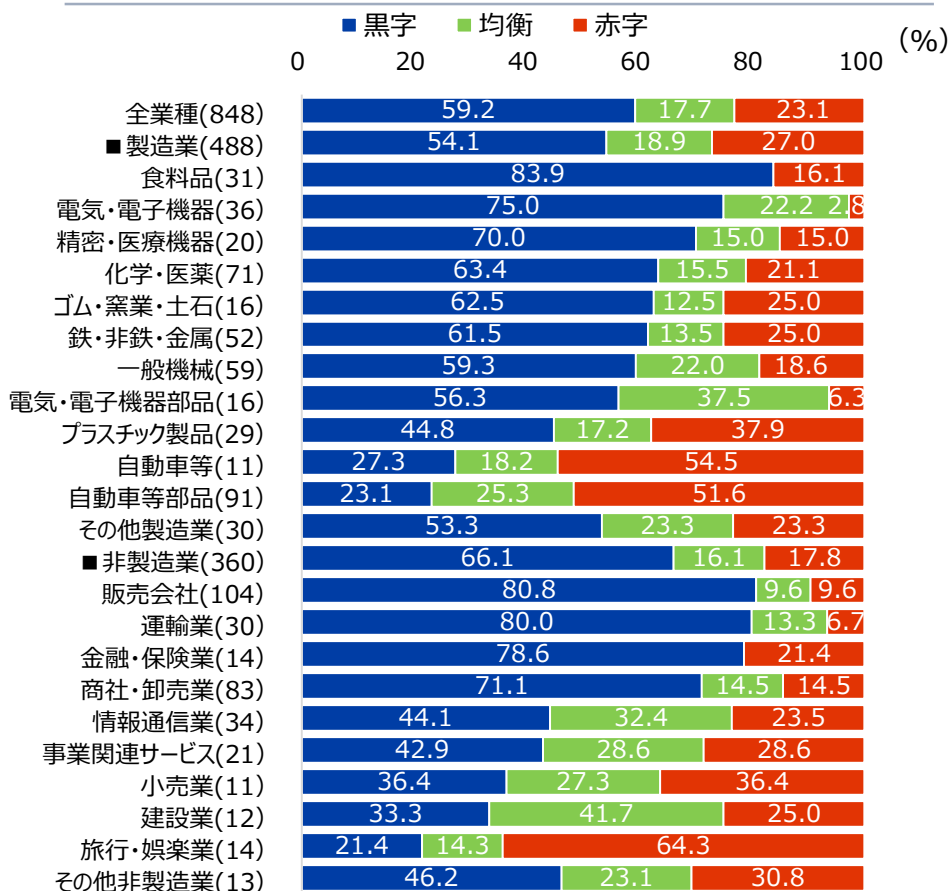
25.7 30.1 25.5 19.6 23.8

(注) 2021年の実質GDP成長率はFOMCによる予測値（2021年9月）。2004年は調査を実施せず。

1-2 | 2021年営業利益見込み（業種別）： 食料品、販売会社、運輸業は8割以上

- **2021年の業種別黒字見込み**は、**食料品**（83.9%）、**販売会社**（80.8%）、**運輸業**（80.0%）で**8割以上**となった。
- 一方、**赤字見込み**は、**旅行・娯楽業**（64.3%）、**自動車等**（54.5%）、**自動車等部品**（51.6%）で**5割を超えた**。

2021年の営業利益見込み（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

営業利益黒字見込みに影響した要因（自由記述）

- 巣ごもり需要、政府補助金効果【販売会社】
- 巣ごもり需要で前年大きく伸長した小売向け商品が高止まりした中で、レストラン向け商材が大きく伸長しているため【食料品】
- 新型コロナワクチン接種の進展による米国市場の需要回復、固定費削減【鉄・非鉄・金属】
- コロナ禍からのリベンジ消費とアウトドアブーム【販売会社】
- 一部事業の落ち込みを他商品の堅調な売れ行きでカバーしているため【精密・医療機器】

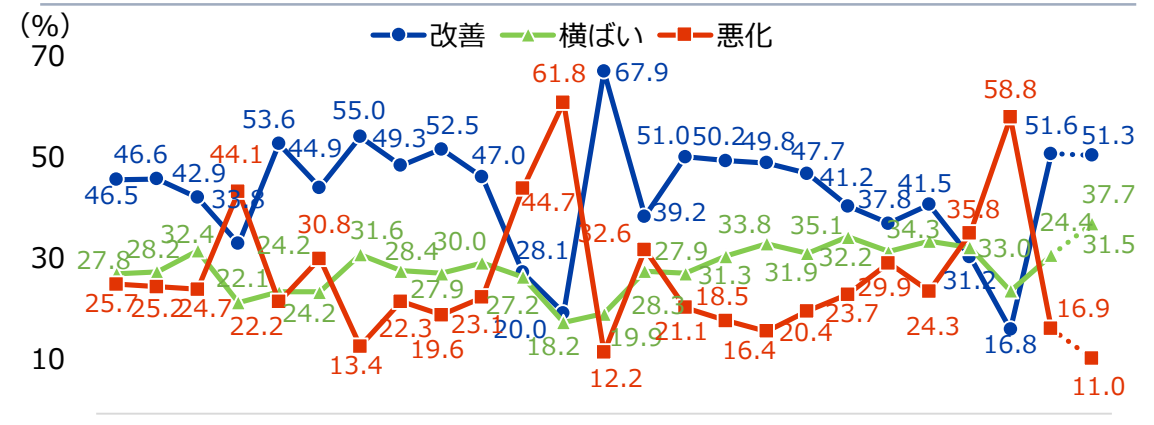
営業利益赤字見込みに影響した要因（自由記述）

- 新型コロナの影響で大型IT投資が減少【情報通信業】
- 新型コロナ禍で日本からの団体旅行がないため【旅行・娯楽業】
- 新型コロナや半導体供給不足問題に起因する自動車業界の減産【自動車等部品】
- アジアー北米間のコンテナ不足、運賃高騰【商社・卸売業】
- 中国追加関税の負担増【一般機械】

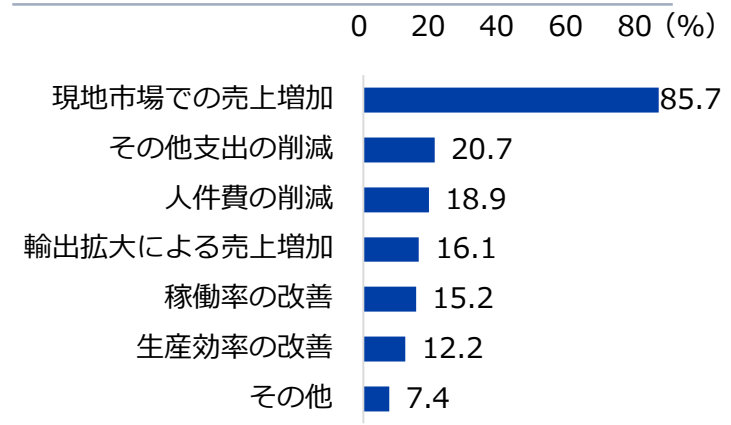
1-3 | 景況感DI : 景況感は34.7と大幅に改善、2022年も上向き

- **2021年の景況感を示すDI**（改善－悪化）は**34.7**となり、**前年**（△42.0）から**大幅に改善**、2022年はさらに上向く（40.3）見通し。
- **改善の主因**は、「**現地市場での売上増加**」が**69.8%**を占めた。

前年と比較した営業利益の変化

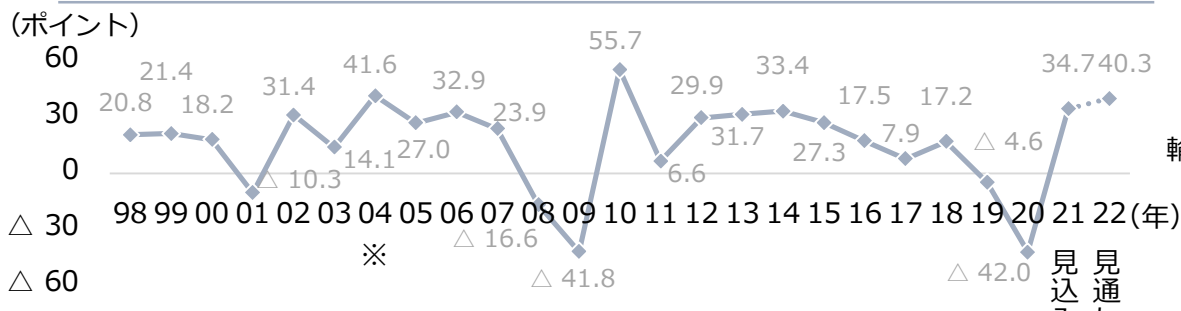


2021年の営業利益見込みが改善する理由 (複数回答)



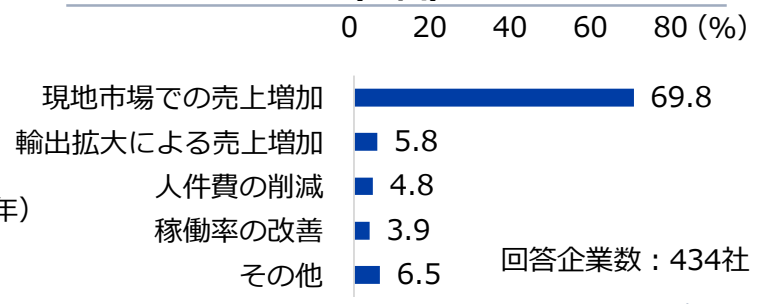
(注) 上位項目のみ掲載。 回答企業数：434社

景況感DIの推移



(注) 2004年は調査を実施しなかったため、2003年調査時点の見通しの数値。

2021年の営業利益見込みが改善する理由 (主因)

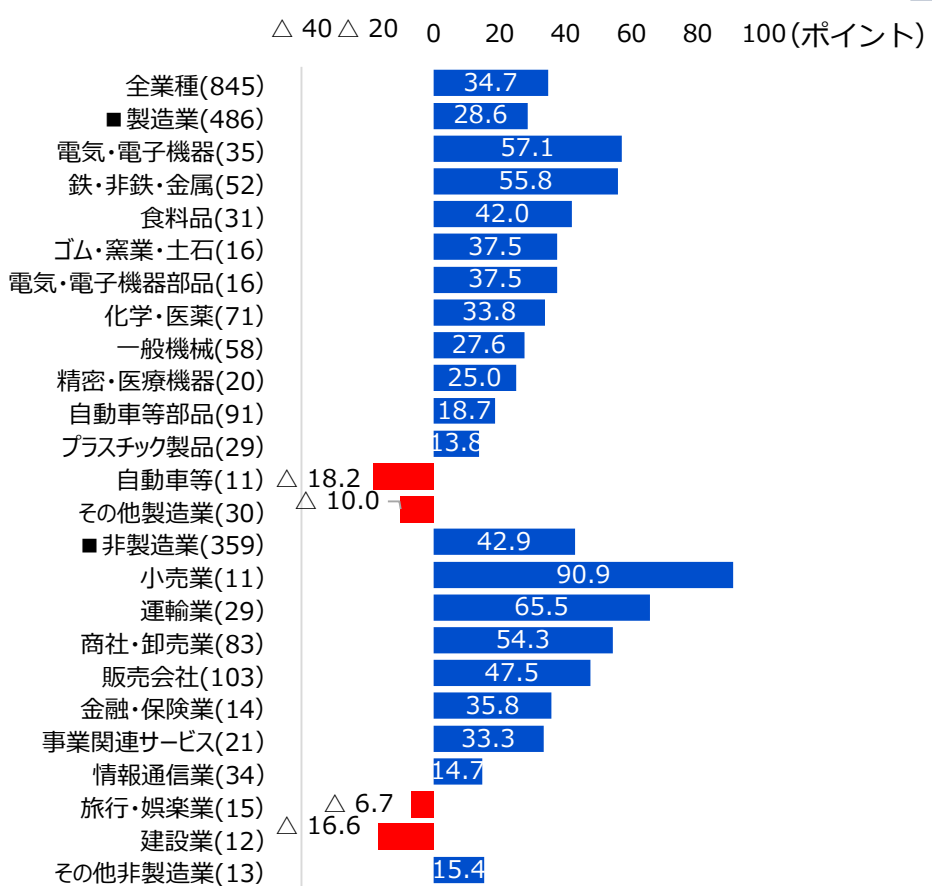


(注) 上位項目のみ掲載。 Copyright © 2021 JETRO. All rights reserved. | 20

1-4 | 景況感DI（業種別）： 21年は全ての業種で改善、22年は自動車関連で改善へ

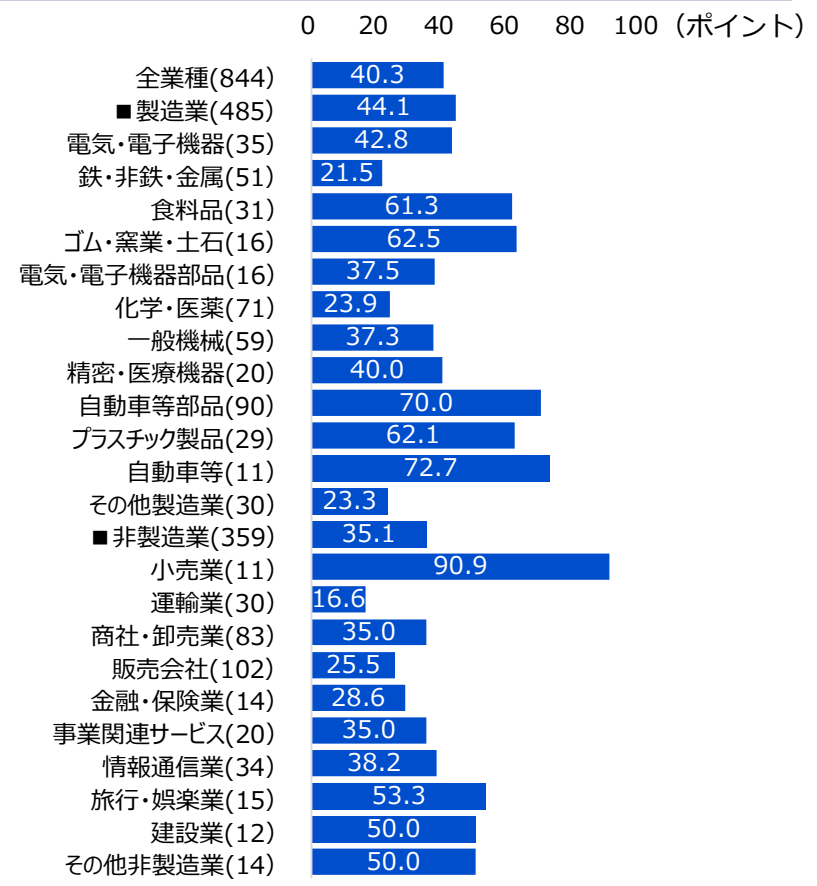
- **2021年の業種別DIは全ての業種で前年から改善**。特に**小売業**（148.0ポイント増）や**不動産・賃貸業**（142.0ポイント増）、**鉄・非鉄・金属**（117.2ポイント増）などで**100ポイント以上改善**。
- **2022年のDIは、自動車等**（90.9ポイント増）や**自動車等部品**（51.3ポイント増）で**大幅改善**を見込むが、**運輸業**（48.9ポイント減）や**不動産・賃貸業**（37.5ポイント減）などで**悪化**を見込む。

2021年の主な業種別の景況感DI（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2022年の主な業種別の景況感DI（業種別）

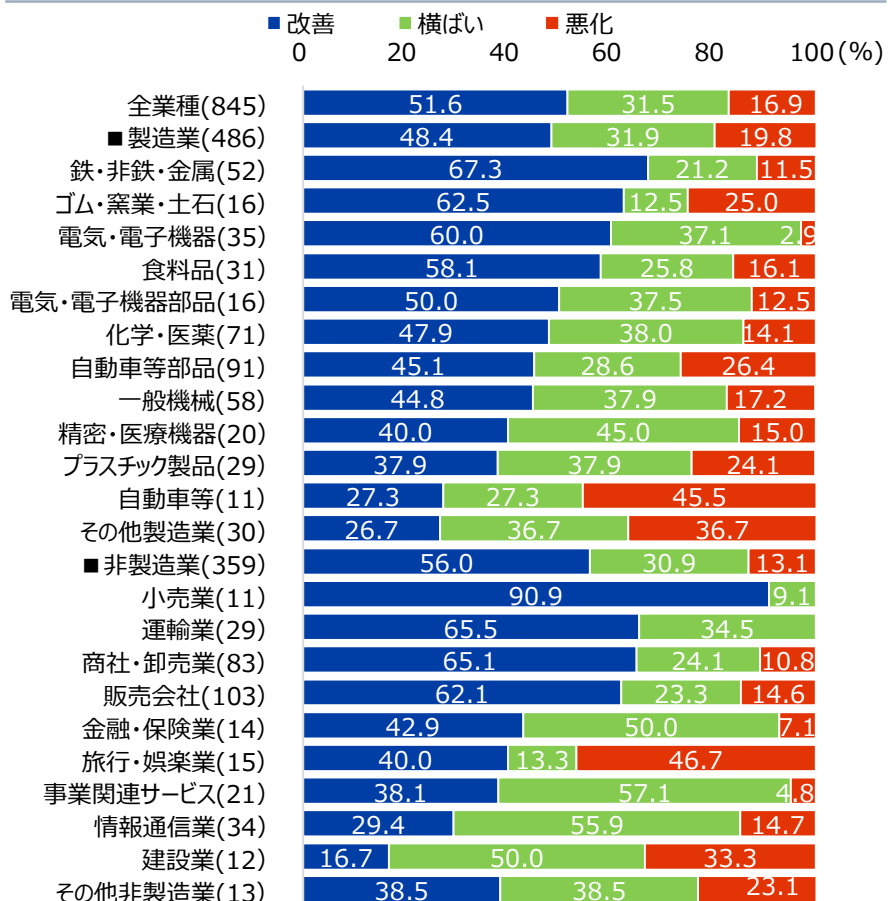


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

1-5 | 対2019年（新型コロナ禍前）比： 営業見込み「改善」が減少し、「悪化」が増加

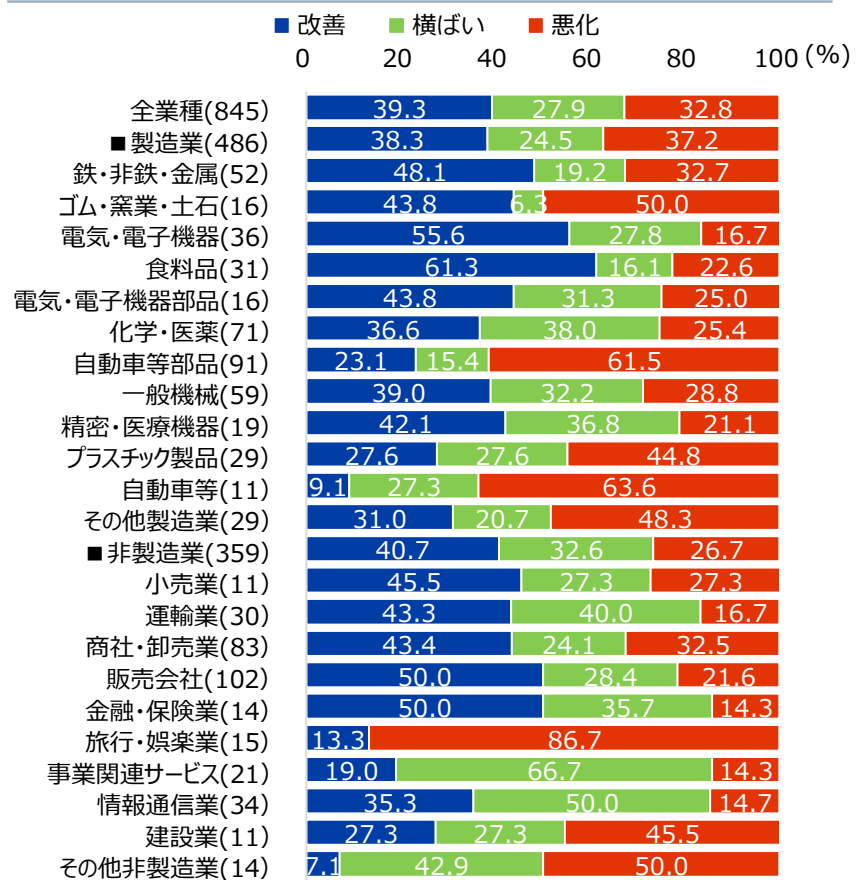
- **営業利益見込みを新型コロナ禍前と比べると、全体の「改善」は39.3%と前年比（51.6%）から12.3ポイント減少し、「悪化」は32.8%と前年比（16.9%）から大幅に増加した。**
- **業種別**でみると、「悪化」は**旅行・娯楽業**（86.7%）で**9割近く**、自動車等（63.6%）、自動車等部品（61.5%）は6割強で新型コロナ禍の影響の大きさが伺える。

2020年と比較した営業利益見込みの変化（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2019年と比較した営業利益見込みの変化（業種別）

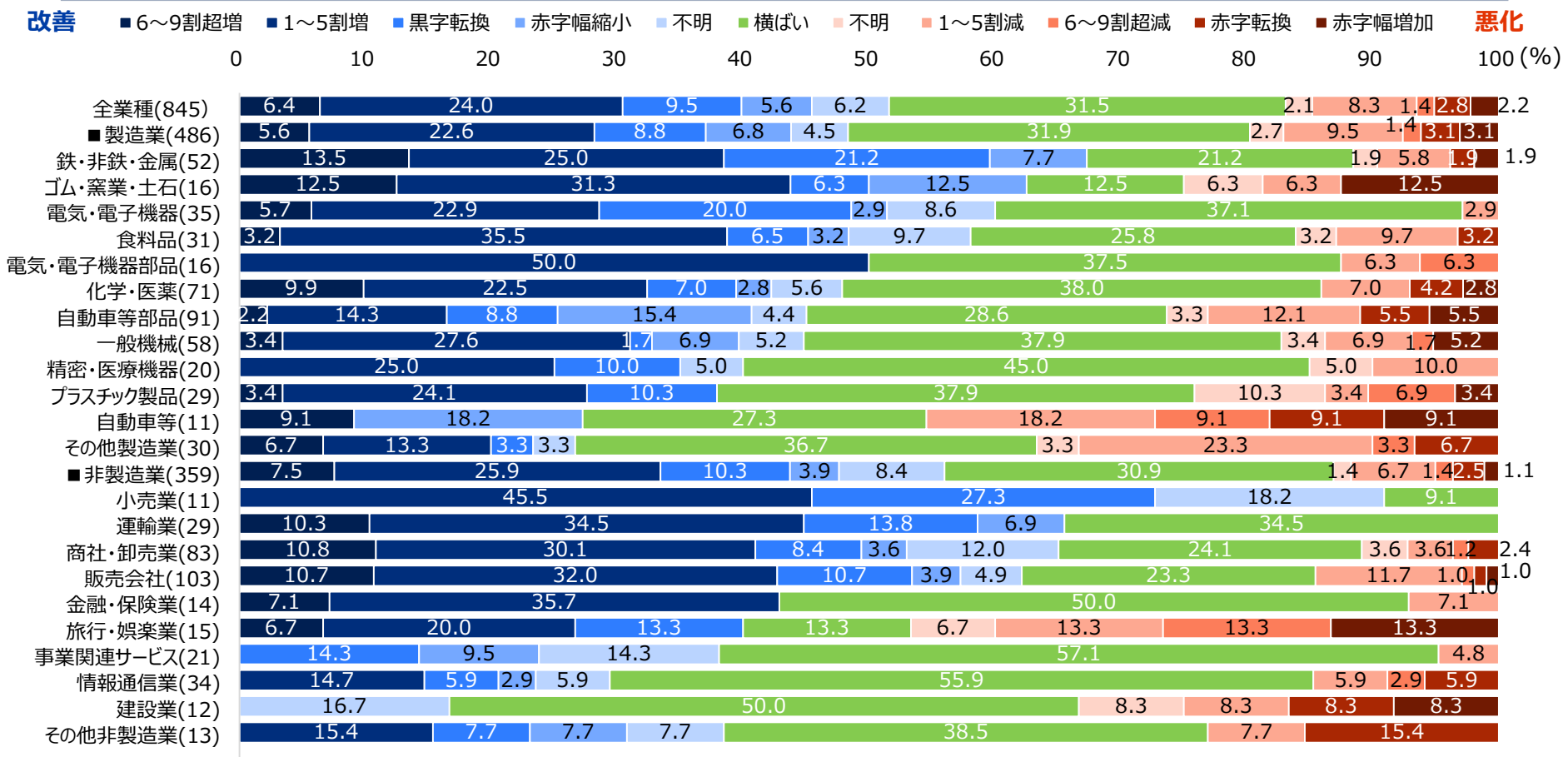


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

1-6 | 2021年営業利益見込み対前年比（増減幅）： 「横ばい」が3割強、「1～5割増」は2割台半ば

■ 2021年営業利益見込みの対前年比増減幅は、「横ばい」が全体の3割強（31.5%）を占め、「1～5割増」が24.0%、「黒字転換」が9.5%で続いた。業種別にみると、「1～5割増」は電気・電子機器部品（50.0%）、小売業（45.5%）、金融・保険業（35.7%）、食料品（35.5%）などで高かった。一方、旅行・娯楽業、自動車等、その他製造業などでは悪化の割合が高かった。

2021年の営業利益見込みの前年比増減幅（業種別）

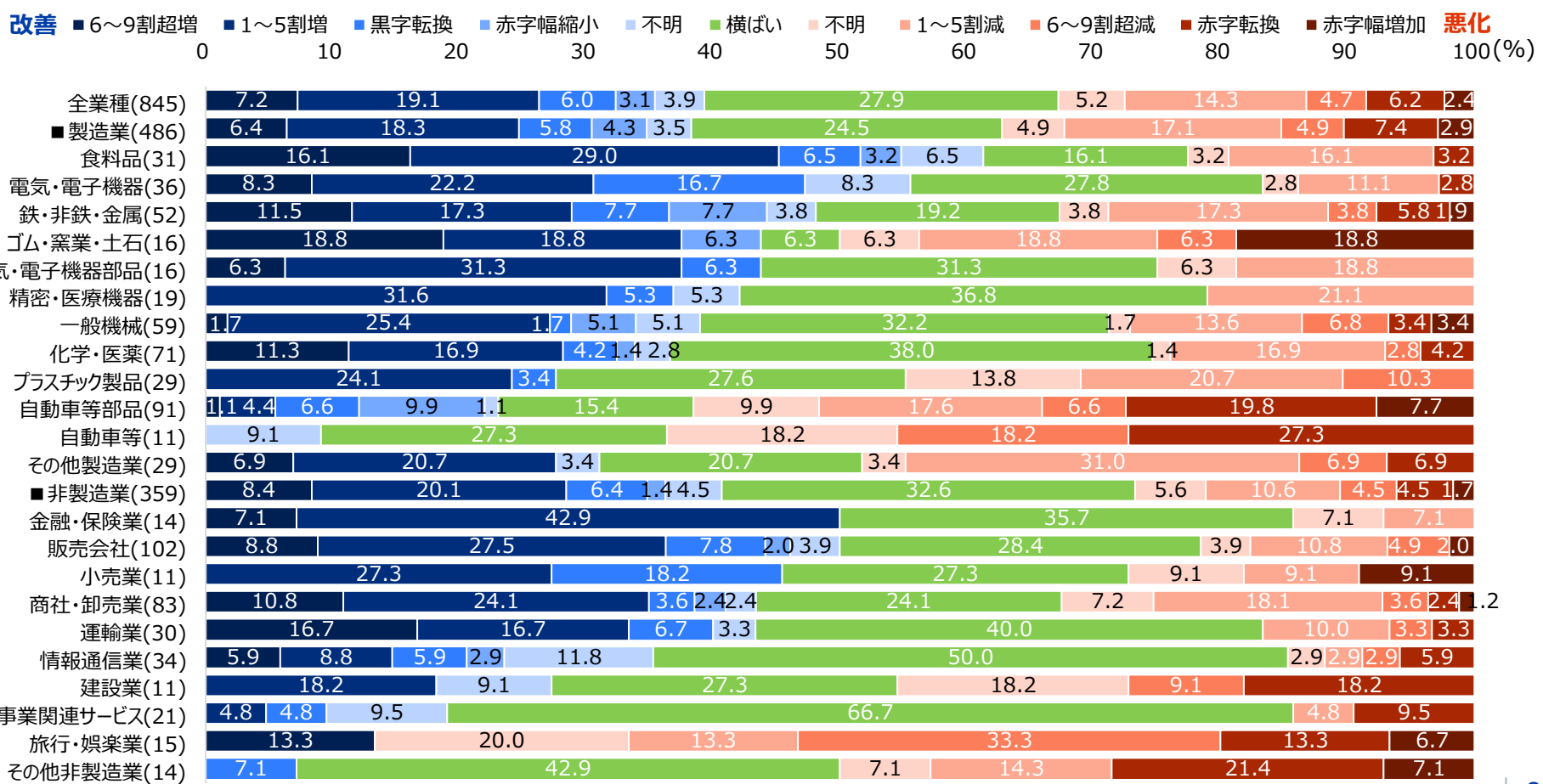


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

1-7 | 2021年営業利益見込み対2019年比（増減幅）： 「横ばい」が3割近く、「1～5割増」が2割弱

■ **2021年営業利益見込みの対2019年比増減幅**は、「横ばい」が全体の3割近く（27.9%）を占め、「1～5割増」が19.1%、「1～5割減」が14.3%で続いた。業種別にみると、「1～5割増」は金融・保険業（42.9%）や精密・医療機器（31.6%）で高かった。一方、旅行・娯楽業では「6～9割減」が33.3%を占めたほか、自動車等では「赤字転換」が27.3%を占め、悪化の割合が高かった。

2021年の営業利益見込み対2019年比増減幅（業種別）

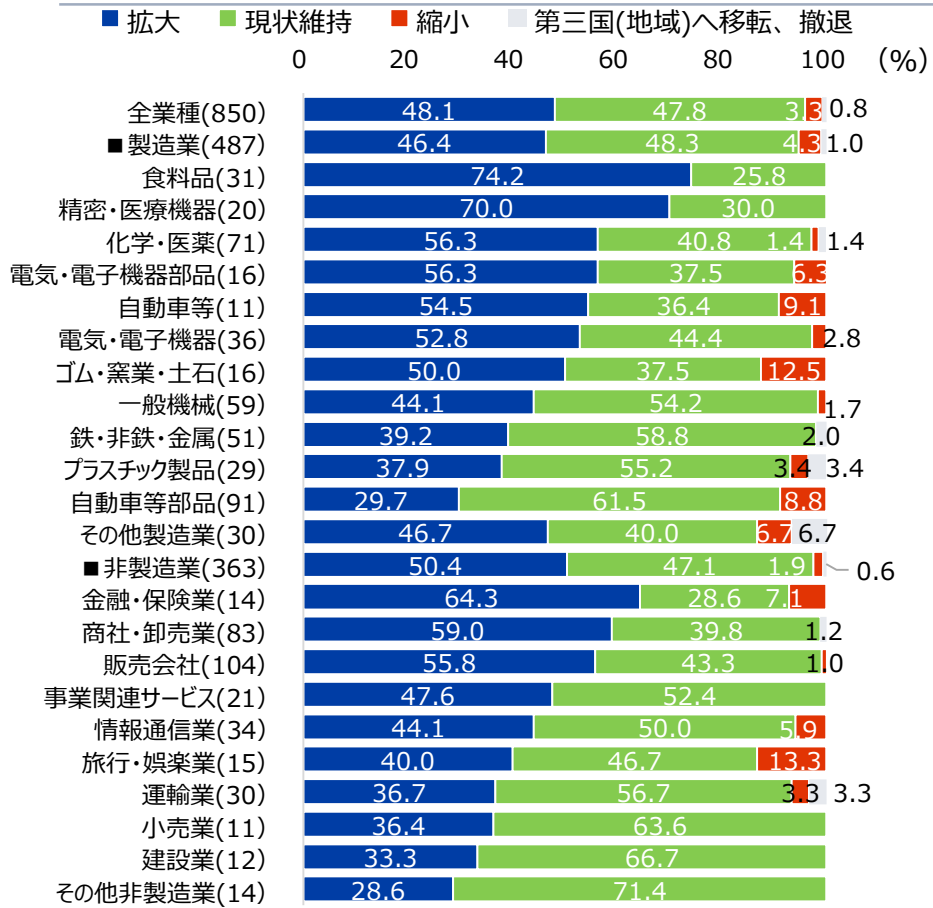


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

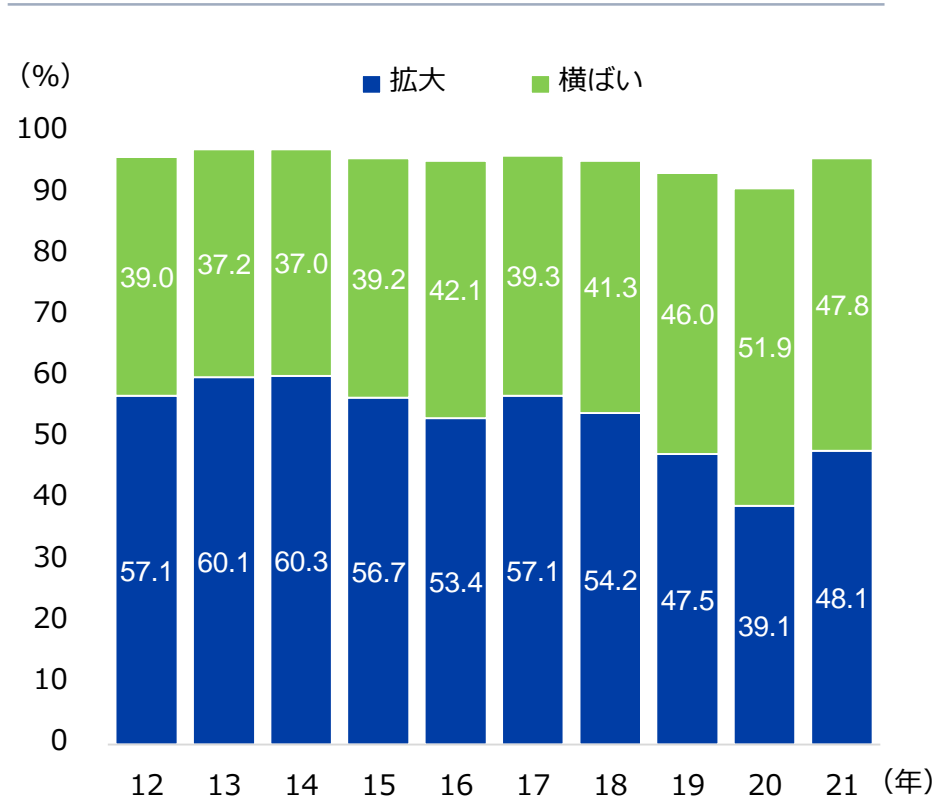
2-1 | 今後の事業展開： 事業拡大は5割近くまで回復

■ **今後1～2年の事業拡大**を検討する企業は、前回調査では4割を切っていたが（39.1%）、**今回調査では5割近く**（48.1%）**まで回復**。業種別にみると、製造業では食料品（74.2%）や精密・医療機器（70.0%）で、非製造業では金融・保険業（64.3%）で「拡大」の比率が高かった。

今後1～2年の事業展開の方向性（業種別）



今後1～2年の事業展開の推移



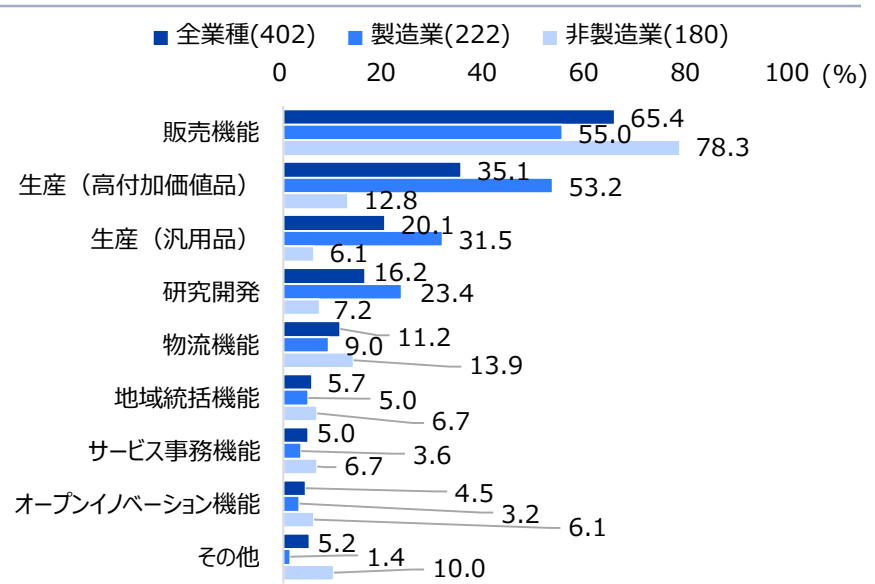
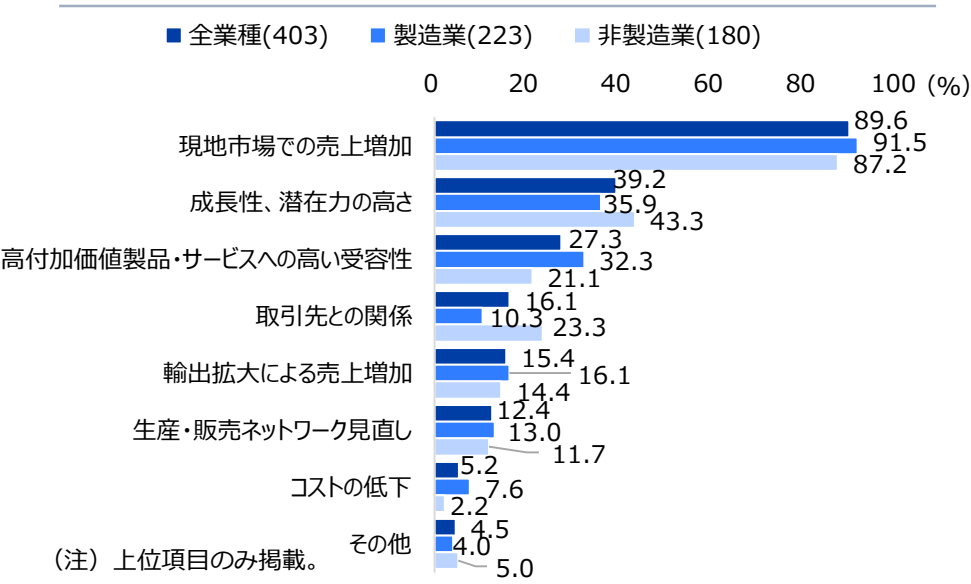
(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2-2 | 事業拡大の理由： 現地市場の売上増加が9割弱

- 今後1～2年の事業拡大の主な理由は、「現地市場での売上増加」が9割弱（89.6%）で、「成長性、潜在力の高さ」（39.2%）、「高付加価値製品・サービスへの高い受容性」（27.3%）が続いた。
- 拡大する機能としては、「販売機能」が65.4%を占め、生産（高付加価値品、35.1%）、生産（汎用品、20.1%）が続いた。

事業拡大の理由（複数回答）

具体的にどのような機能を拡大するのか（複数回答）



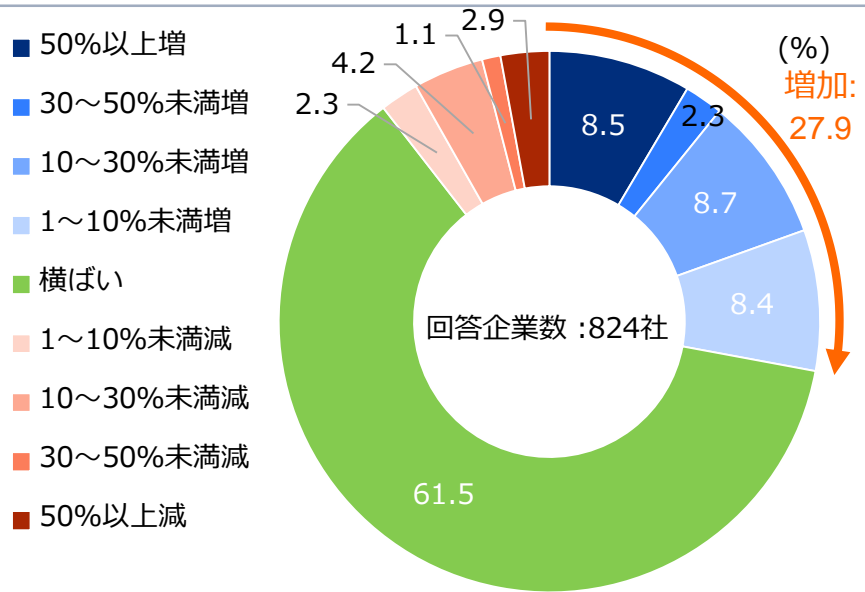
事業拡大の理由「その他」の具体的理由（自由記述）

- 輸入貨物量の増加とそれに伴う倉庫取扱量の増加【運輸業】
- コロナ禍およびサプライチェーン分断からの回復【自動車等部品】
- 預かり資産の拡大【金融・保険業】
- 循環型ビジネスの拡大と新製品投入【販売会社】
- 新規事業の拡大【繊維・衣服】
- 新製品および新規生産施設【自動車等】
- 設備投資による生産能力増大【紙・木製品・印刷】
- 積極投資による現地化推進【商社・卸売業】
- 出資・協業による拡大【電気・電子機器部品】
- 新規顧客の開拓【紙・木製品・印刷】
- インド工場の増産による原料のニーズ増【鉄・非鉄・金属】
- 米国内生産へのシフト（中国リスク低減）【電気・電子機器部品】
- 米国の産業政策を踏まえ、一定の現地化を進める方針【一般機械】
- インフラ法案【販売会社】

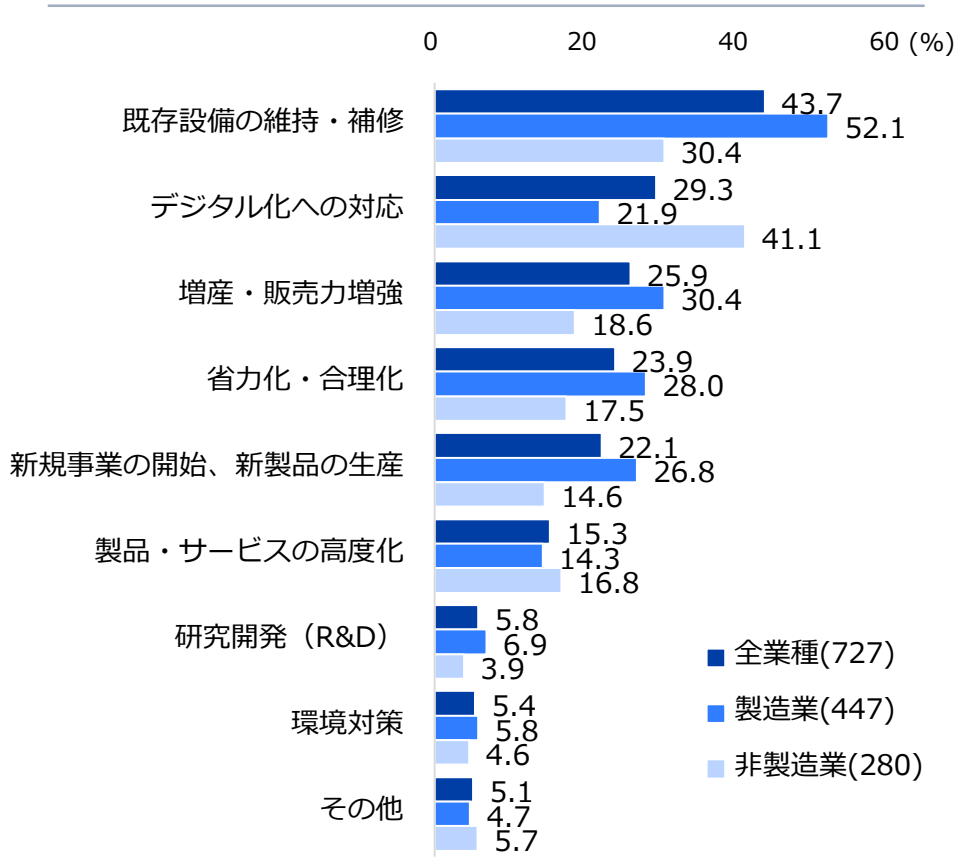
2-3 | 設備投資の変化： 前年を上回る企業は3割近く

- **2021年の設備投資**は、金額ベースで**前年を上回る企業は27.9%**で、**前回調査**（22.2%）から**5.7ポイント増加**。前年を下回る企業は前回（25.6%）から**15.1ポイント減の10.5%**と改善。
- **設備投資の目的**は、「**既存設備の維持・補修**」（43.7%）や「**デジタル化への対応**」（29.3%）、「**増産・販売力増強**」（25.9%）、「**省力化・合理化**」（23.9%）が上位。

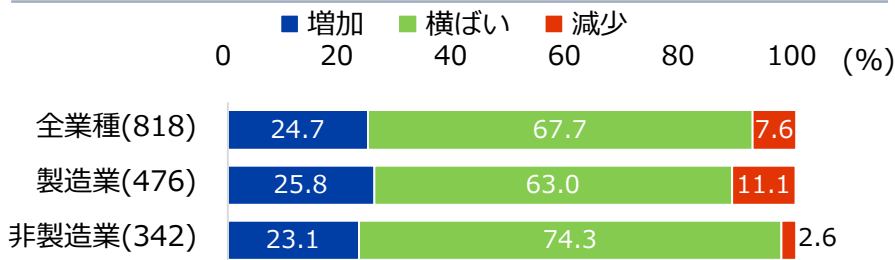
2021年の設備投資の変化



設備投資の目的（複数回答）



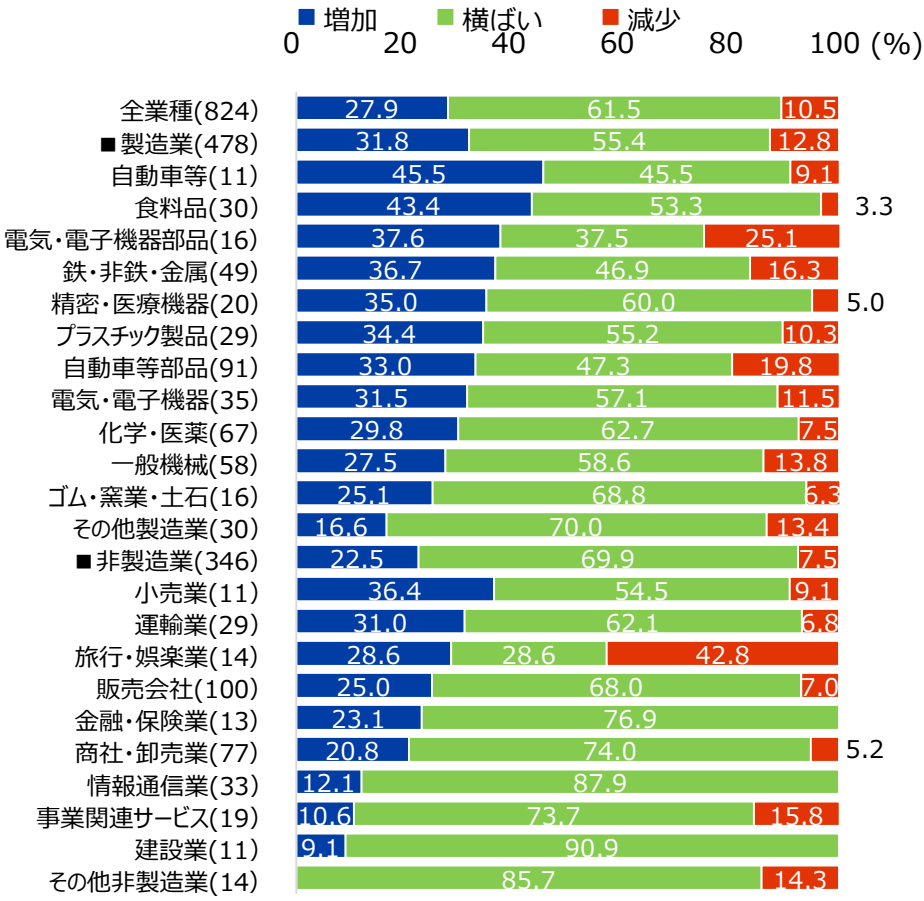
2022年以降の設備投資計画の見込み（産業別）



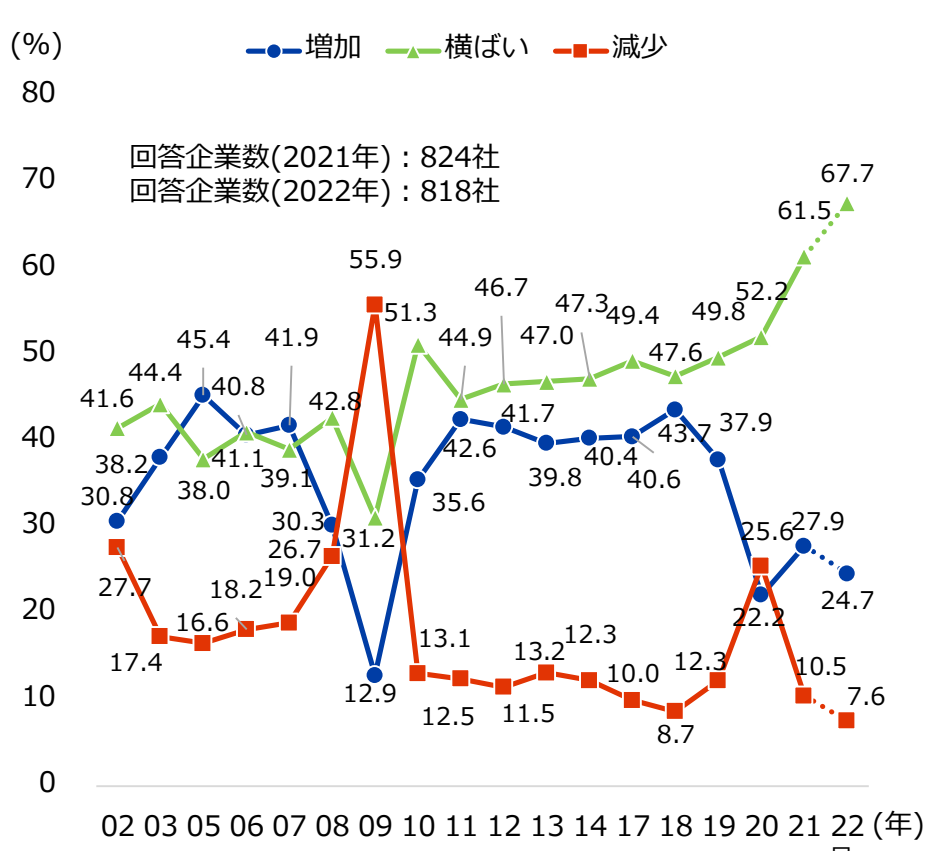
2-4 | 設備投資の変化（業種別）： 「増加」の割合は自動車等と食料品で4割以上

- **2021年の設備投資の変化を業種別**で比較すると、**自動車等**（45.5%）、**食料品**（43.4%）で「増加」の割合が4割を超えた。
- **設備投資を「増加」と回答した企業の割合は2019年以降減少が続いたが、2021年は3年ぶりに増加した。**2022年は再び減少を見込む。

前年と比較した2021年の設備投資の変化（業種別）



前年と比較した設備投資の変化の推移（2002～2022年見込み）



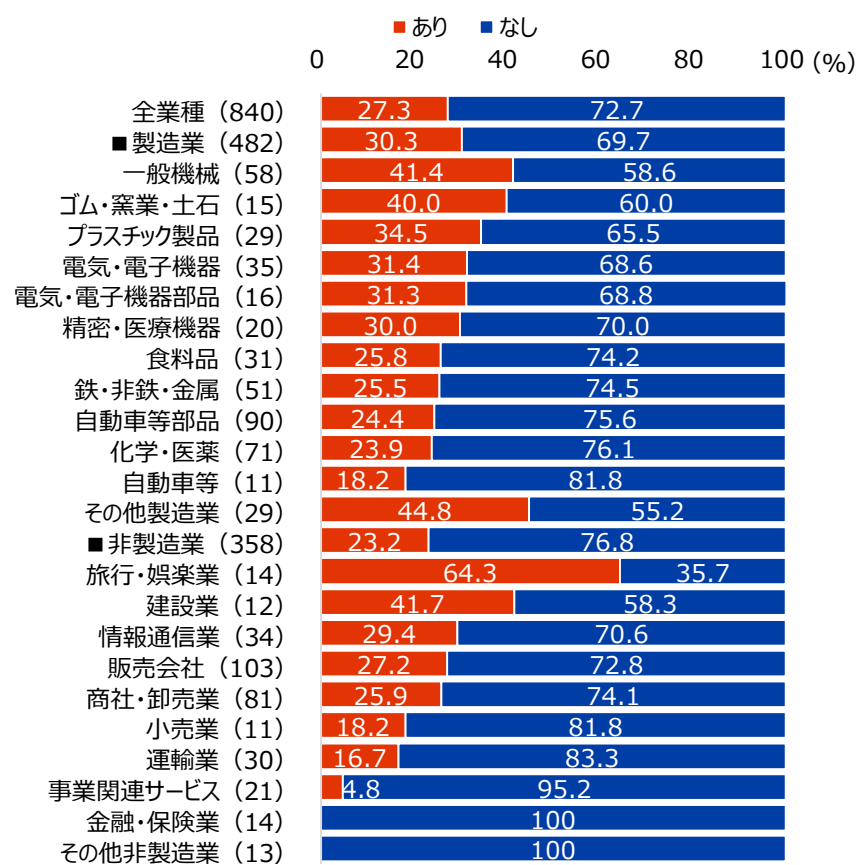
(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

(注) 2004年は調査を実施せず。2015年および2016年は設問に含まれず。Copyright © 2021 JETRO. All rights reserved. 見込み

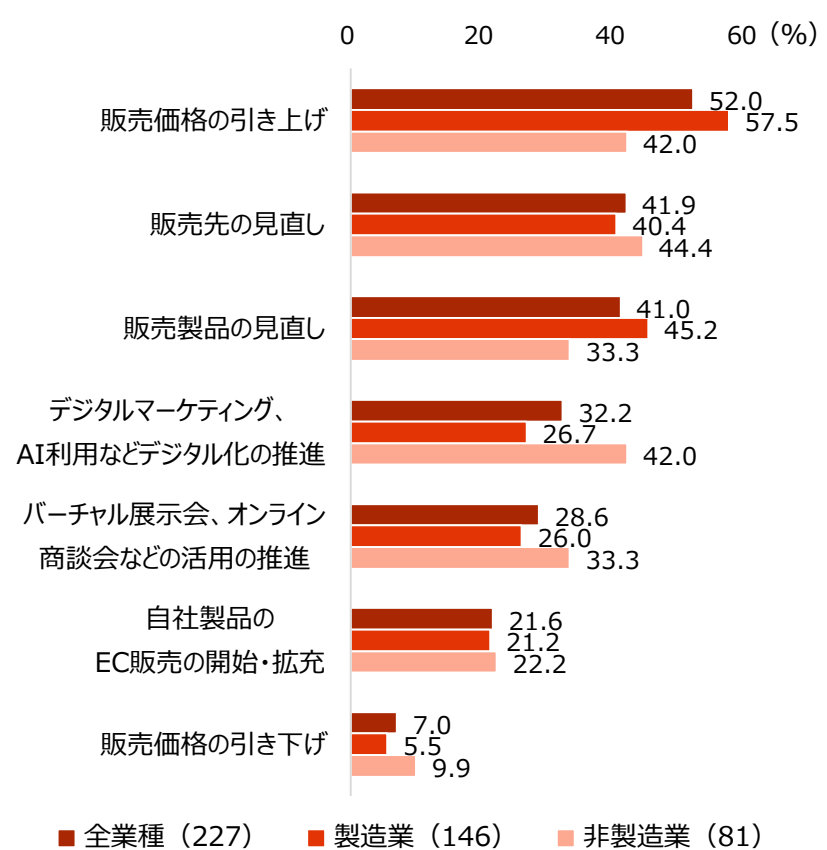
2-5 | 販売戦略の見直し：見直し予定「あり」は3割近く

- **販売戦略の見直し予定「あり」は27.3%**で、業種別にみると、**旅行・娯楽業**（64.3%）、**その他製造業**（44.8%）、**建設業**（41.7%）で高かった。
- **見直しの内容**は、**「販売価格の引き上げ」が52.0%**、**「販売先の見直し」が41.9%**、「販売製品の見直し」が41.0%だった。

販売戦略の見直し予定（業種別）



販売戦略の見直し内容（複数回答）

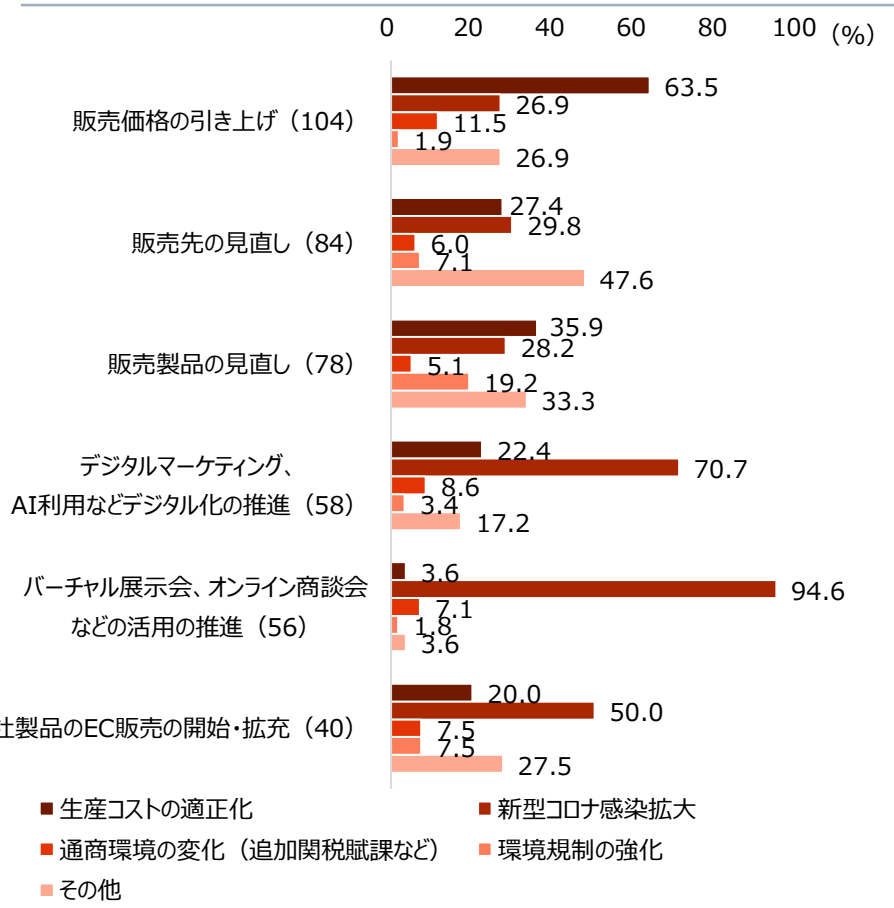


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2-6 | 販売戦略の見直し理由： 販売価格引き上げの主な理由は「生産コストの適正化」

■ 販売戦略見直しのうち、「販売価格の引き上げ」と「販売製品の見直し」の理由としては、「生産コストの適正化」（それぞれ63.5%、35.9%）、「販売先の見直し」の理由は「その他」（47.6%）が上位となった。

販売戦略の見直し理由（複数回答）

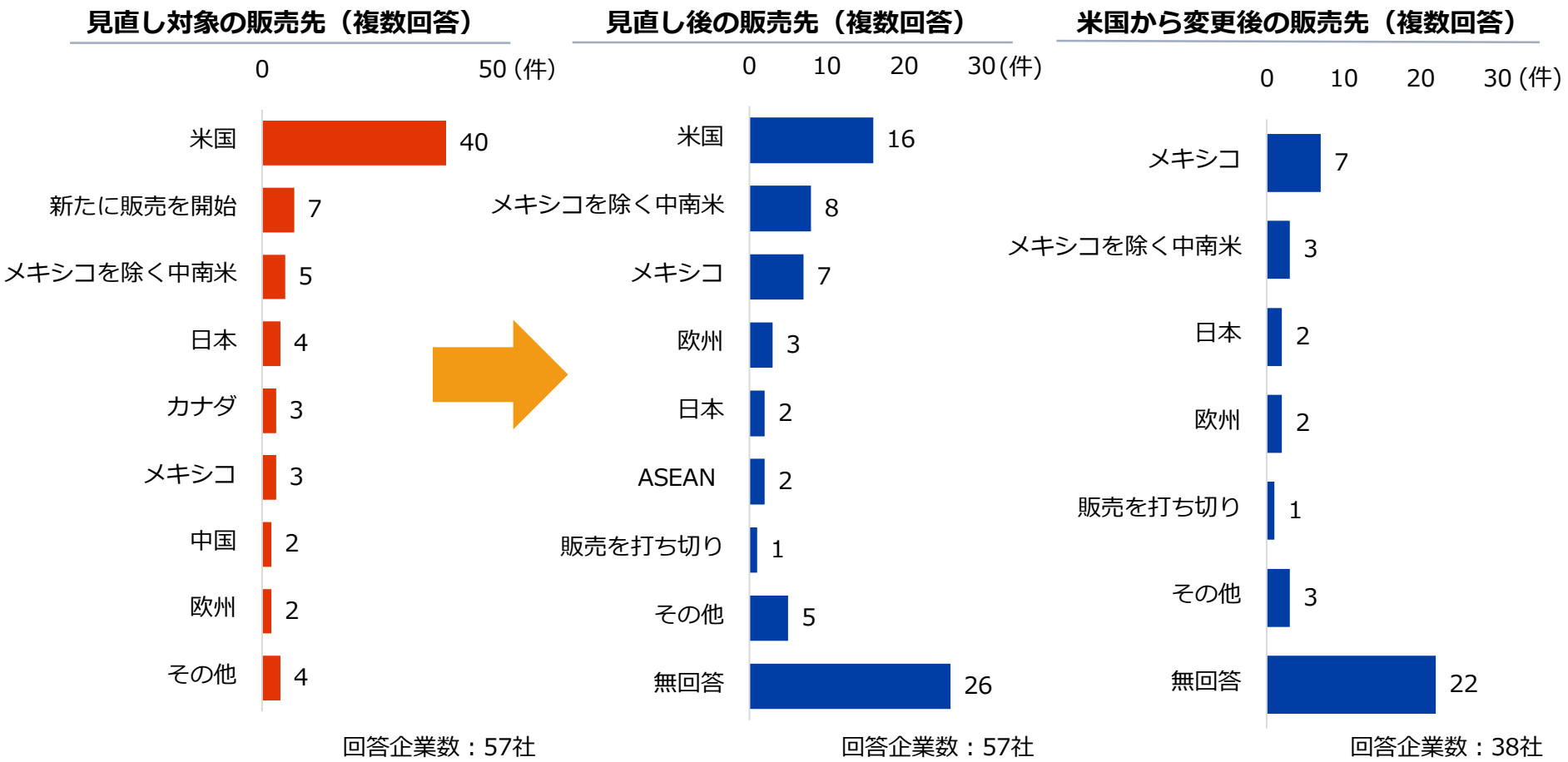


販売先の見直し理由「その他」の具体的理由（自由記述）

- 既存顧客への依存度を改善【一般機械】
- 販売先を増やす【鉄・非鉄・金属】 【販売会社】
- 販売先の多様化【精密・医療機器】
- 販売地区の網羅【一般機械】
- 販売網の見直し【一般機械】
- ターゲット変更による拡販【建設業】
- 南米など販路拡大【情報通信業】
- グループ会社内の担当地域変更【その他製造業】
- 既存商品の新規市場向け展開【電気・電子機器】
- 新たなディストリビューション・チャネルの活用【一般機械】
- より適切なパートナーを選択していく【食料品】
- 商流変更【販売会社】
- 他業種向け製品開拓【鉄・非鉄・金属】
- 中国への販売規制【化学・医薬】
- 組織改編【建設業】
- 物流費用の適正化【ゴム・窯業・土石】

2-7 | 販売先の見直し国・地域： 米国からの見直しが主

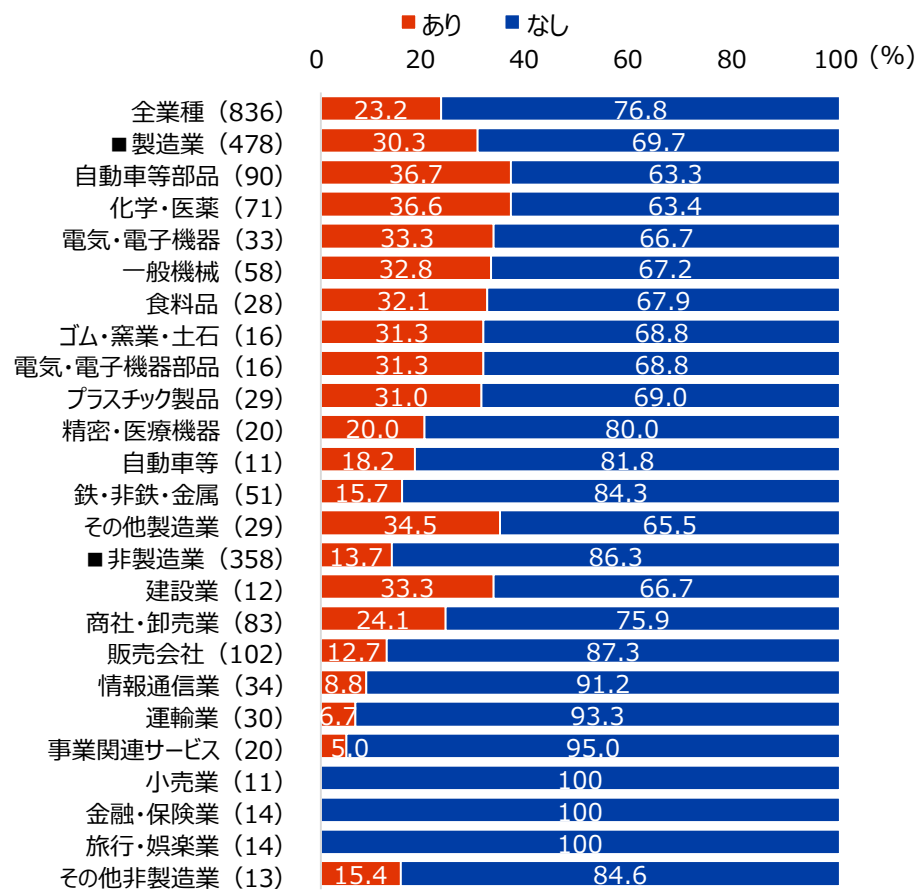
■ **販売先の見直し対象としては米国が40件と最も多かった。見直し後の販売先としては、米国（16件）、メキシコを除く中南米（8件）、メキシコ（7件）が上位に挙げた。** 米国から変更後の販売先は、メキシコ、メキシコを除く中南米が多かった。



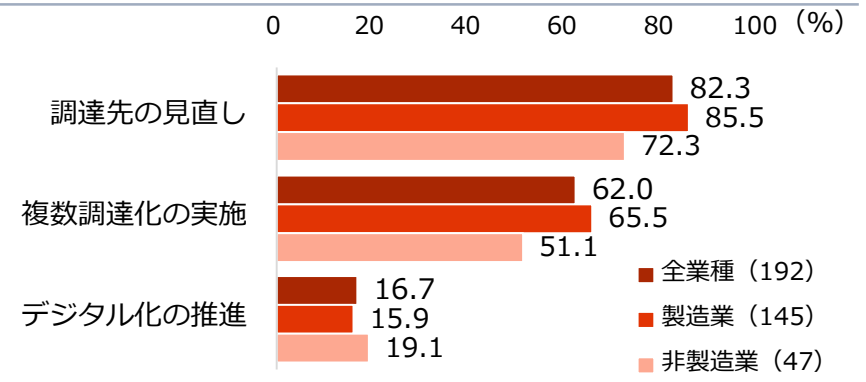
2-8 | 調達の見直し：見直し予定「あり」は2割強

- **調達の見直し予定「あり」は23.2%**で、業種別でみると、**自動車等部品 (36.7%)**、**化学・医薬 (36.6%)**、**その他製造業 (34.5%)** で高い割合となった。
- **調達の見直し内容**としては、**「調達先の見直し」 (82.3%)**、**「複数調達化の実施」 (62.0%)**、**「デジタル化の推進」 (16.7%)** が続き、どれも開始済みの企業が過半を占めた。

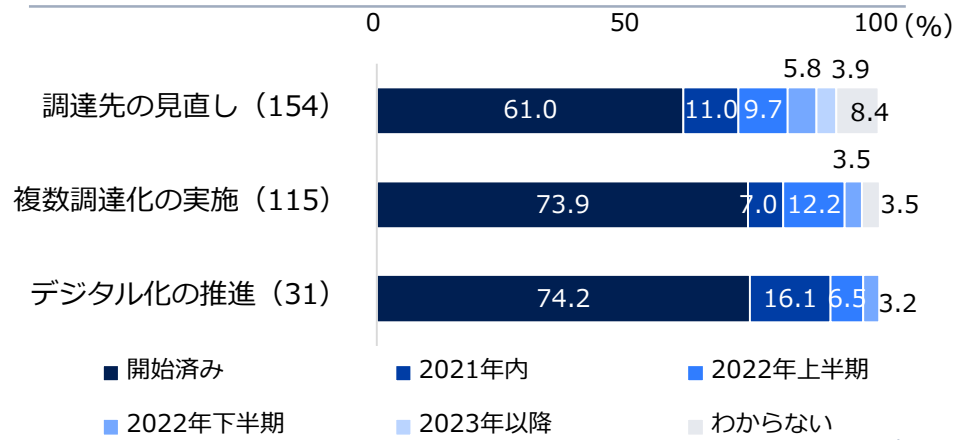
調達の見直し予定 (業種別)



調達の見直し内容 (複数回答)



調達の見直し開始時期

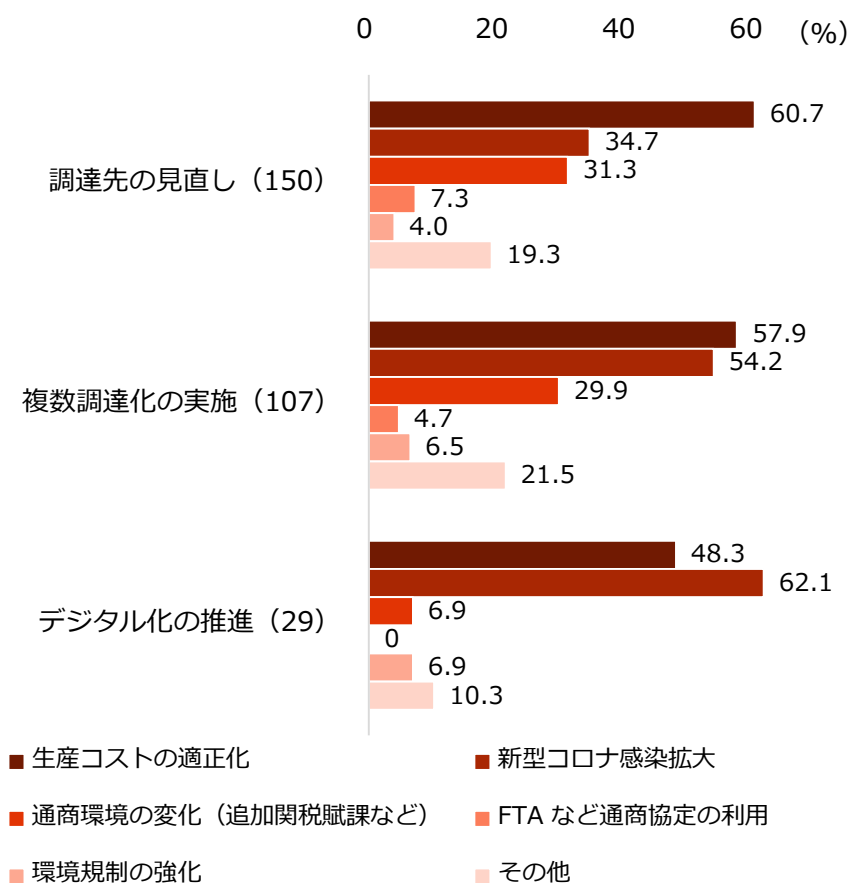


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

2-9 | 調達の見直し理由： 「生産コストの適正化」や「新型コロナ感染拡大」が上位

- 調達の見直しのうち、「調達先の見直し」と「複数調達化の実施」の理由としては「生産コストの適正化」がそれぞれ60.7%、57.9%を占め、「デジタル化の推進」では「新型コロナ感染拡大」が62.1%と上位に挙げた。

調達の見直し理由（複数回答）



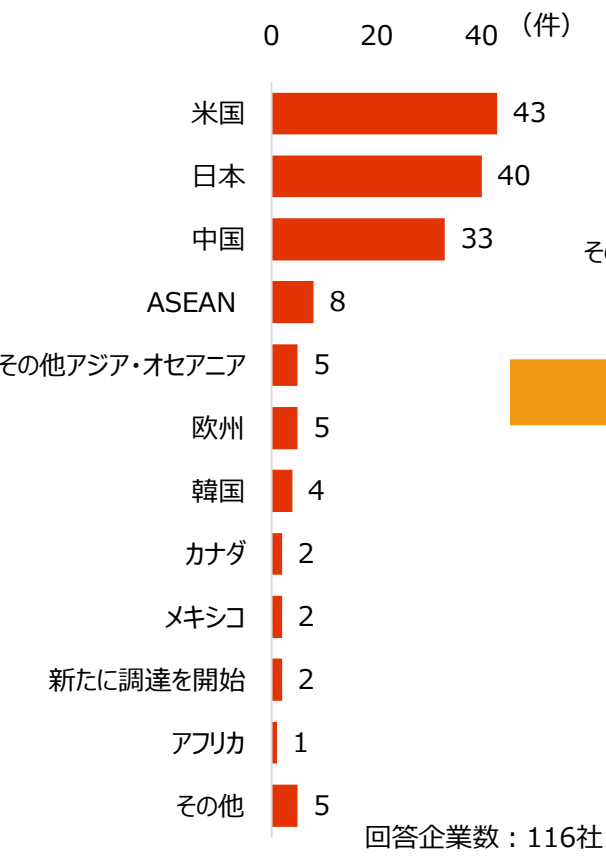
調達先の見直し理由「その他」の具体的理由（自由記述）

- 需給バランスの変化【その他非製造業】
- コストダウン【一般機械】
- 原材料価格上昇対策【一般機械】
- 資材高騰【建設業】
- 価格上昇に伴う調達先の多様化【ゴム・窯業・土石】
- コストとリードタイム改善【自動車等部品】
- 輸送コストの高騰【食料品】
- 物流コスト削減【一般機械】 【鉄・非鉄・金属】
- 新型コロナに伴う原料供給不足、ロジスティックの停滞等【化学・医薬】
- 仕入先の長納期化【販売会社】
- 米国鋼材の供給遅延【自動車等部品】
- 現行の日本親会社からの調達に縛られず、物流問題を念頭に入れ、北米内企業からの調達の開始【販売会社】
- 北米調達推進【化学・医薬】
- サプライチェーン変更【自動車等部品】
- サービス部品の直接販売【その他非製造業】
- BCP強化【化学・医薬】

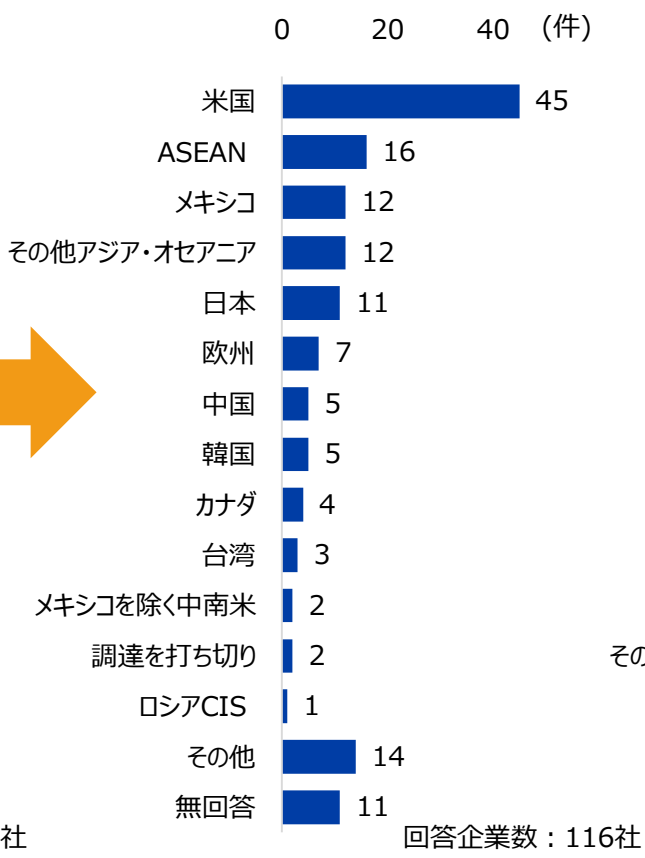
2-10 | 調達先の見直し国・地域： 米国、日本、中国からの見直しが主

- **調達先を見直す企業の主な見直し対象は米国（43件）と日本（40件）と中国（33件）。見直し後の調達先としては、米国（45件）、ASEAN（16件）、メキシコ（12件）が上位に挙げられた。米国へ変更前の調達先は、日本、中国、ASEANなど。**

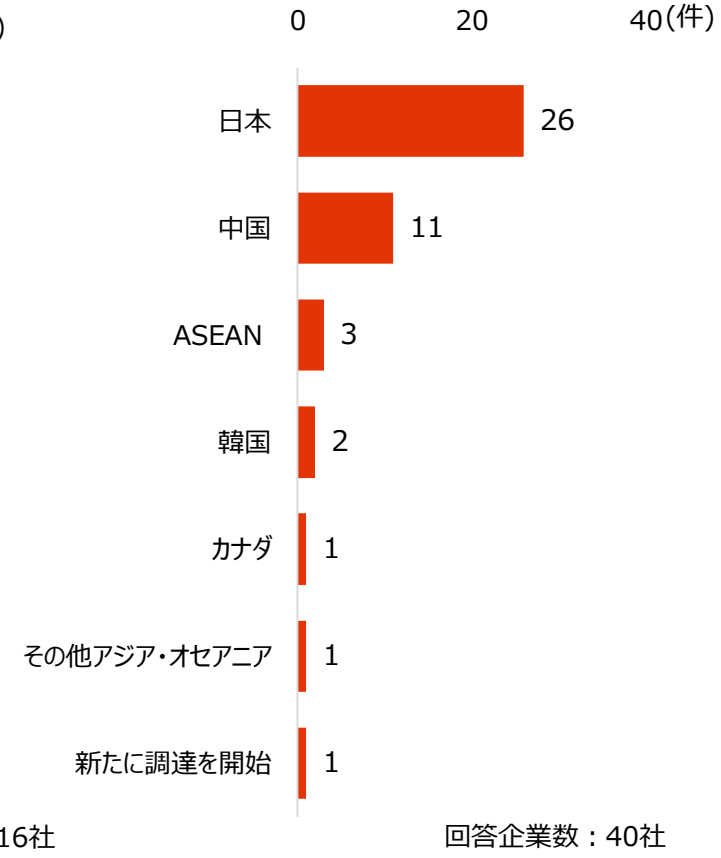
見直し対象の調達先（複数回答）



見直し後の調達先（複数回答）



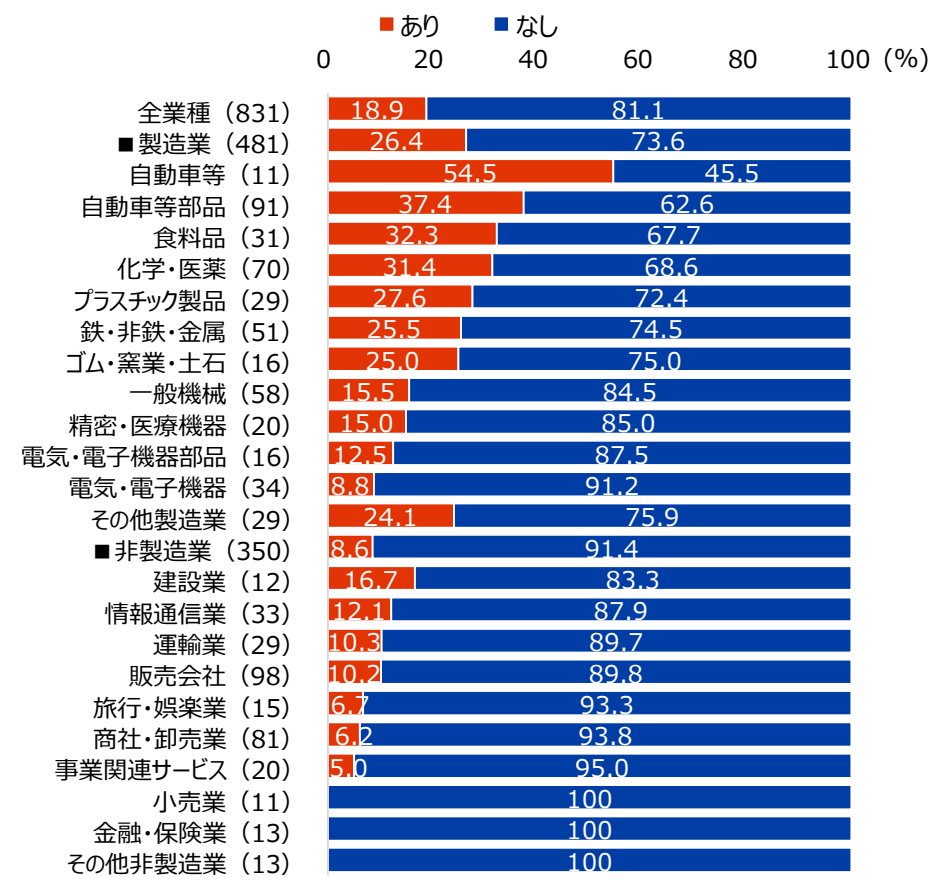
米国へ変更前の調達先（複数回答）



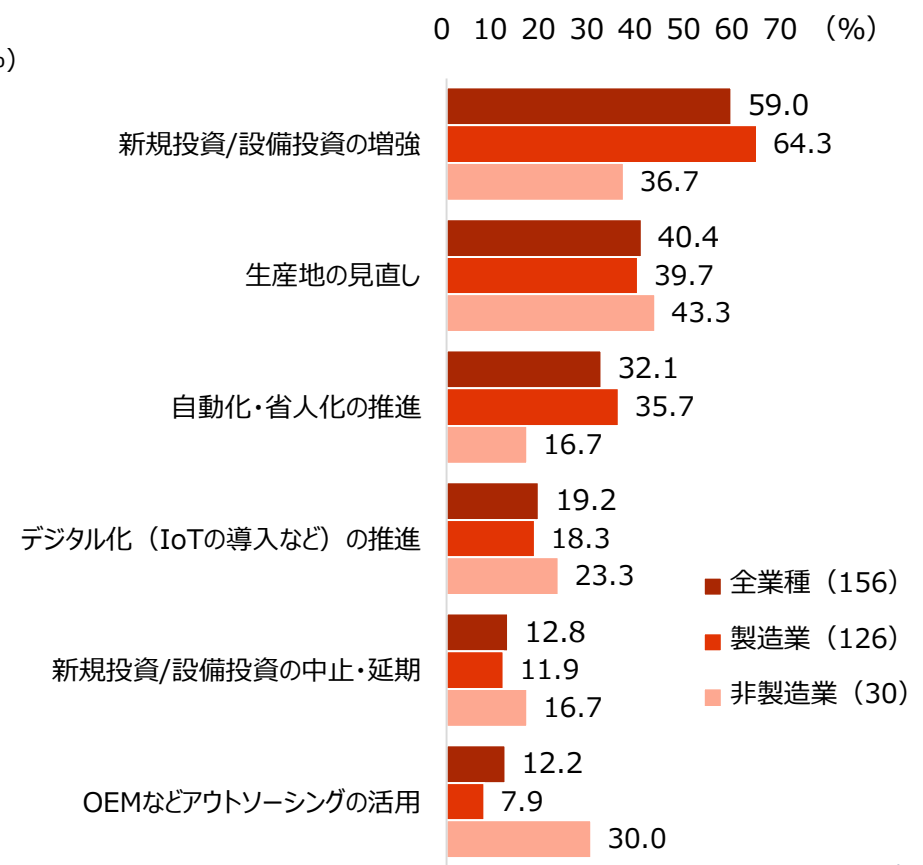
2-11 | 生産の見直し：見直し予定「あり」は2割近く

- **生産の見直しの予定「あり」は18.9%**で、**業種別**では、**自動車等で54.5%**、**自動車等部品で37.4%**と高かった。
- **見直しの内容**としては、**「新規投資/設備投資の増強」**（59.0%）、**「生産地の見直し」**（40.4%）、**「自動化・省人化の推進」**（32.1%）が上位だった。

生産の見直し（業種別）



生産の見直し内容（複数回答、産業別）

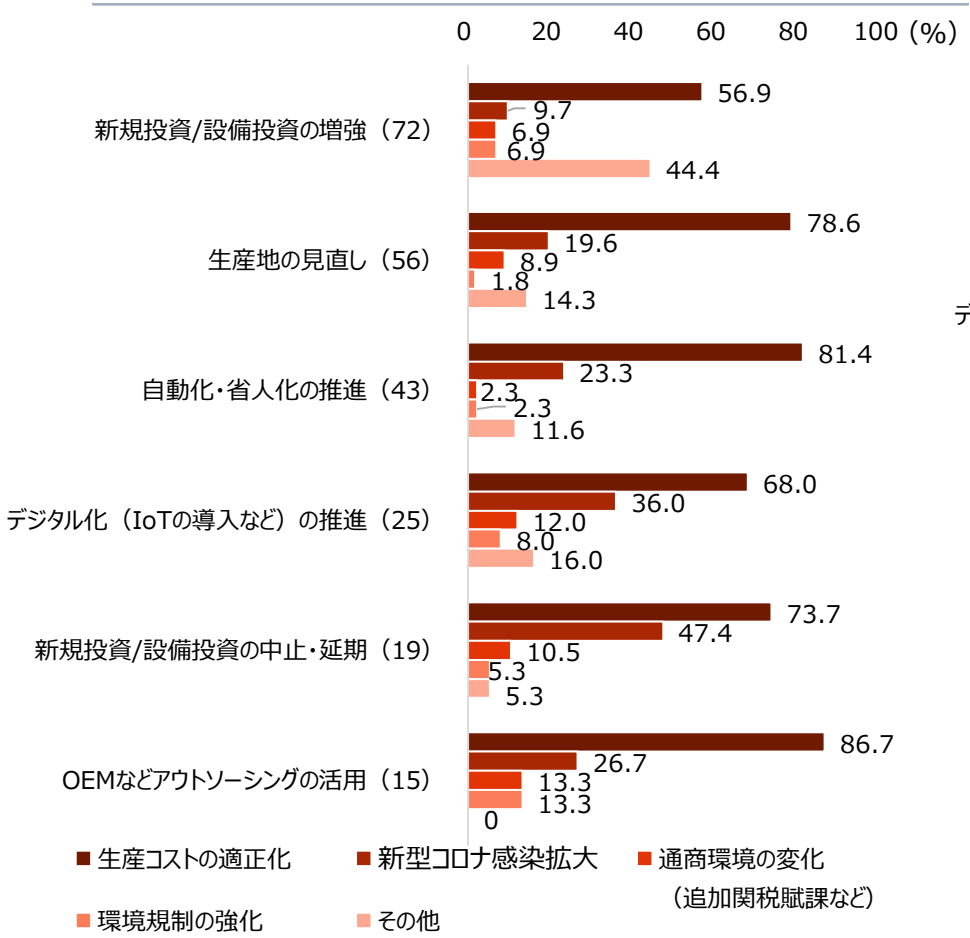


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

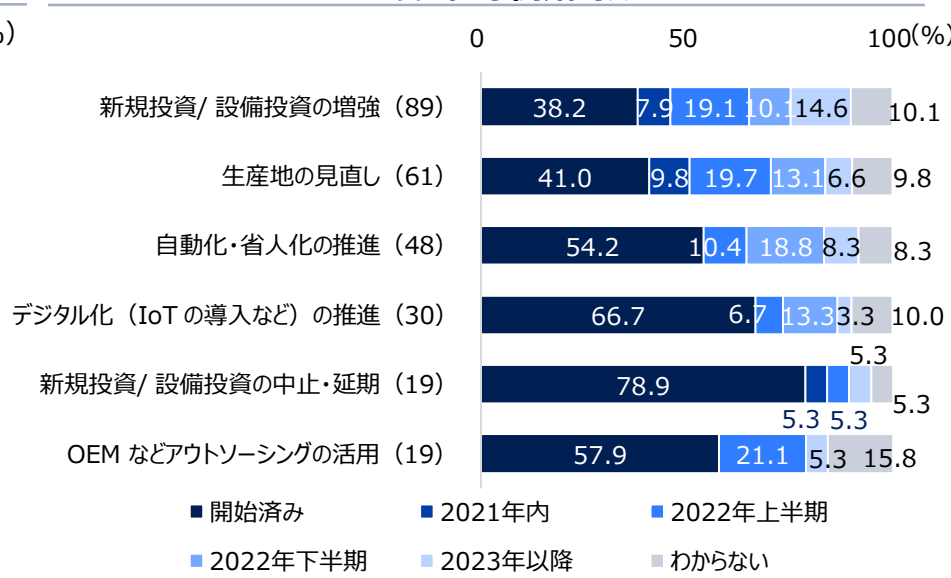
2-12 | 生産の見直し理由： 主な理由は「生産コストの適正化」

- 生産の見直し理由をみると、どの見直し内容も「生産コストの適正化」が上位に挙がった。
- 生産の見直し開始時期をみると、どの見直し内容も「開始済み」が上位となった。

生産の見直し理由（複数回答）



生産の見直し開始時期



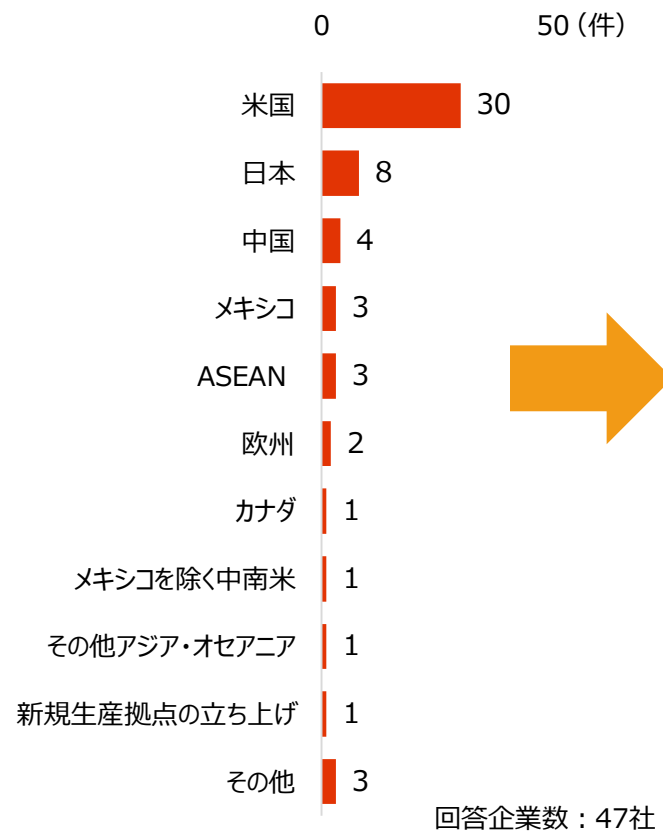
生産地の見直し理由「その他」の具体的理由（自由記述）

- 新規立上げ【その他製造業】
- 現地生産【化学・医薬】
- 米国における人員不足【自動車等部品】
- コストとリードタイム改善【自動車等部品】
- 輸送コストの高騰【食料品】
- マルチプル・ソーシングの検討【紙・木製品・印刷】

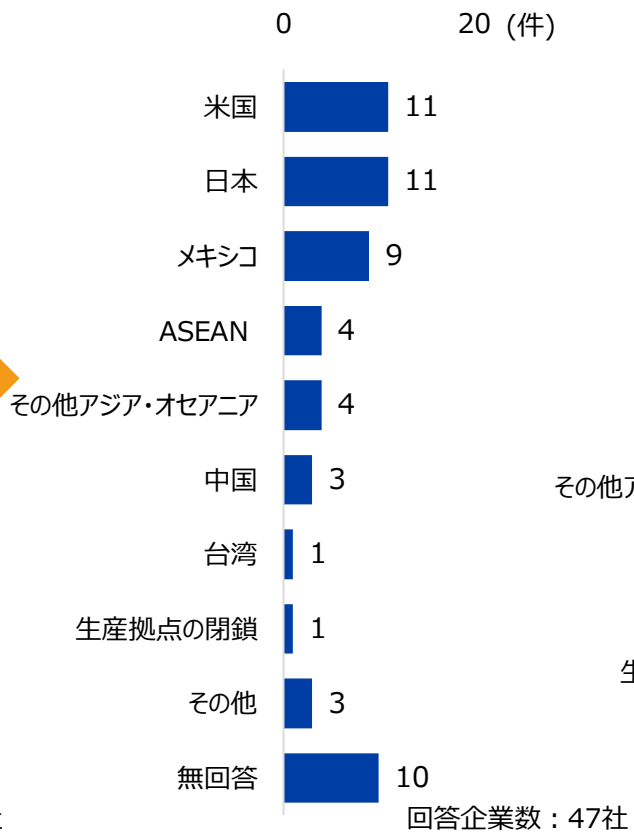
2-13 | 生産地の見直し国・地域： 米国からの見直しが主

- 見直し対象とする生産地としては**米国が30件と圧倒的に**多かった。次いで、日本（8件）、中国（4件）など。
- 見直し後の生産地は**米国、日本（ともに11件）、メキシコ（9件）**が上位に挙げた。**米国から変更後の生産地**は、**日本（10件）**や**メキシコ（7件）**が上位に挙げた。

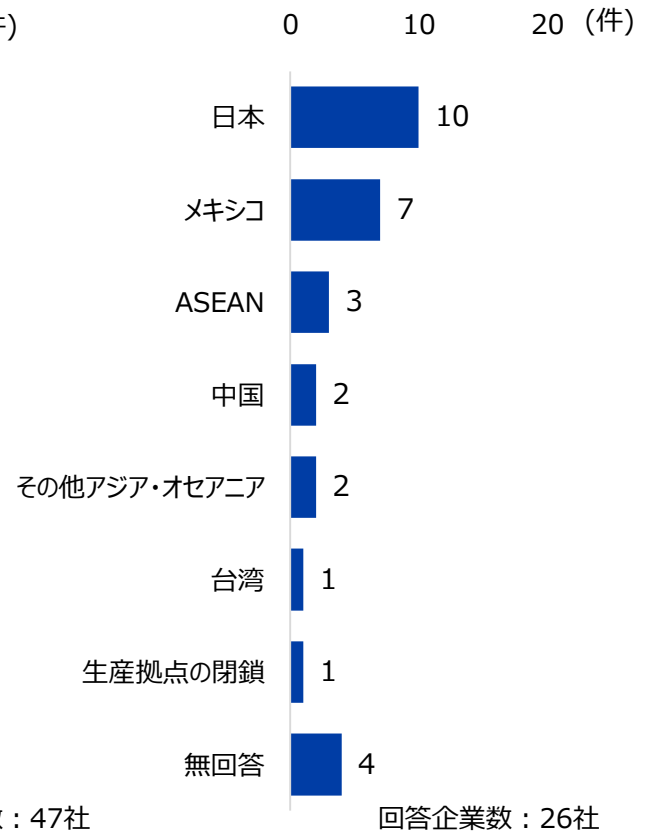
見直し対象の生産地（複数回答）



見直し後の生産地（複数回答）



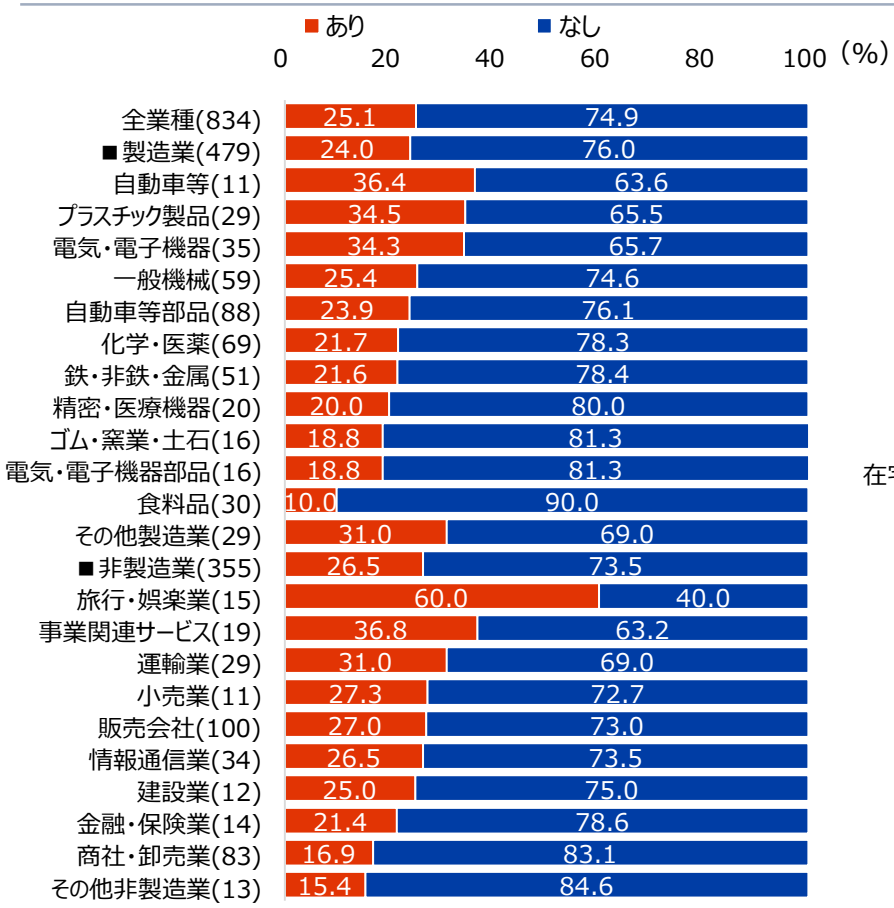
米国から変更後の生産地（複数回答）



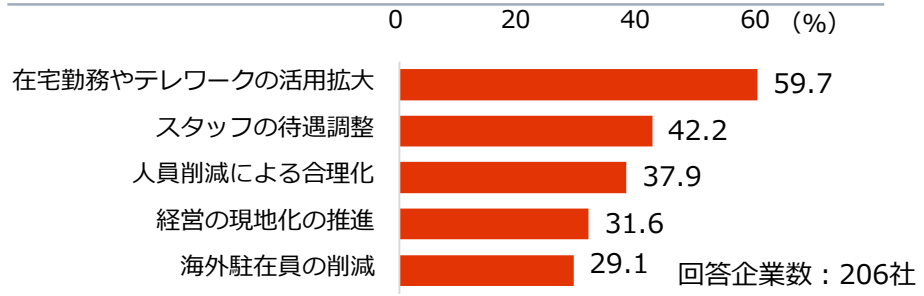
2-14 | 管理・経営体制の見直し： 見直し予定「あり」は2割台半ば

- **管理・経営体制の見直し予定「あり」は25.1%**で、**見直しの内容**としては、「**在宅勤務やテレワークの拡大**」が**59.7%**、「**スタッフの待遇調整**」が**42.2%**だった。
- **管理・経営体制の見直し理由**は「**在宅勤務やテレワークの拡大**」では**新型コロナウイルス感染拡大**（94.5%）、「**スタッフの待遇調整**」と「**人員削減による合理化**」では**賃金の上昇**が上位となった。

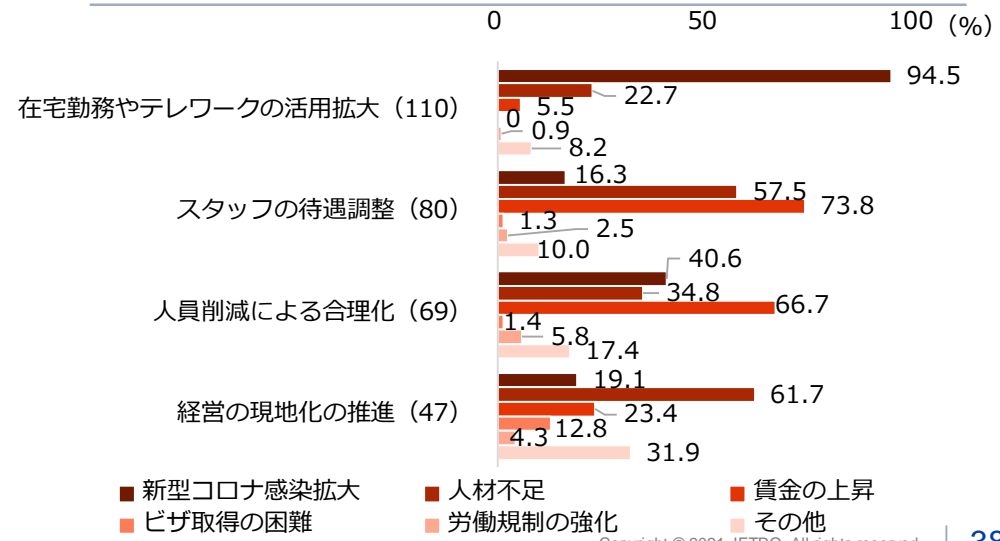
管理・経営体制の見直し予定（業種別）



管理・経営体制の見直し内容（複数回答）



管理・経営体制の見直し理由（複数回答）



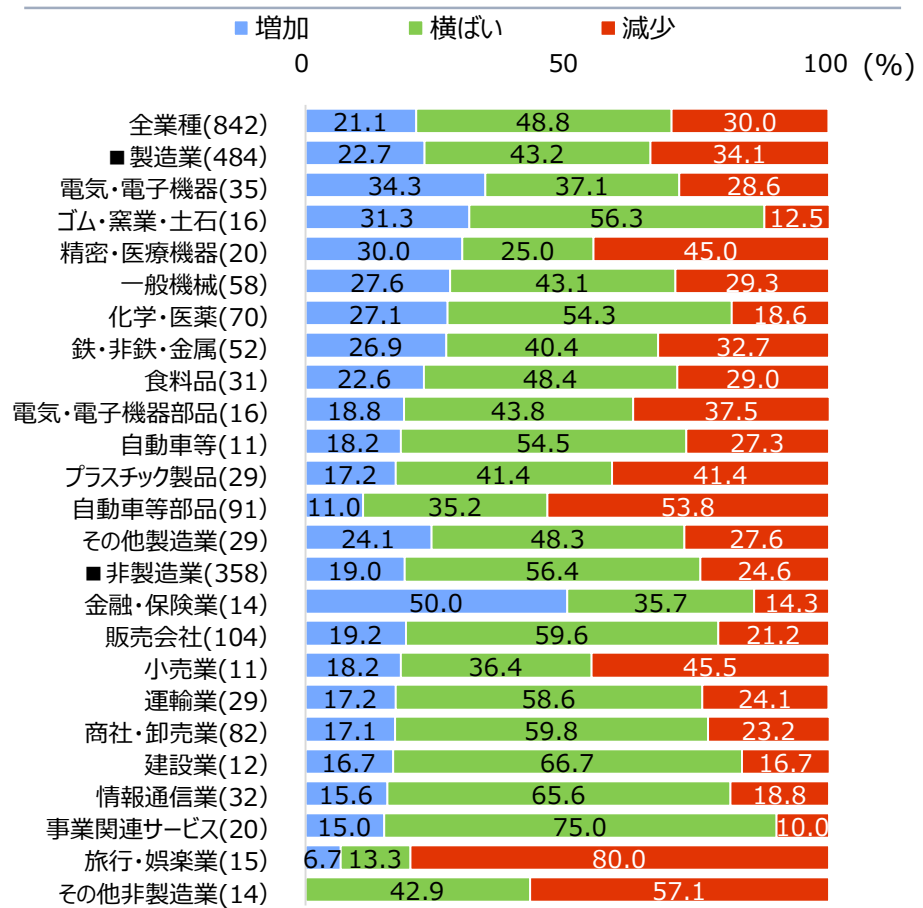
(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

(注) 上位項目のみ掲載

3-1 | 現地従業員数の変化（過去1年間の変化）： 「増加」は2割強、前回から若干回復

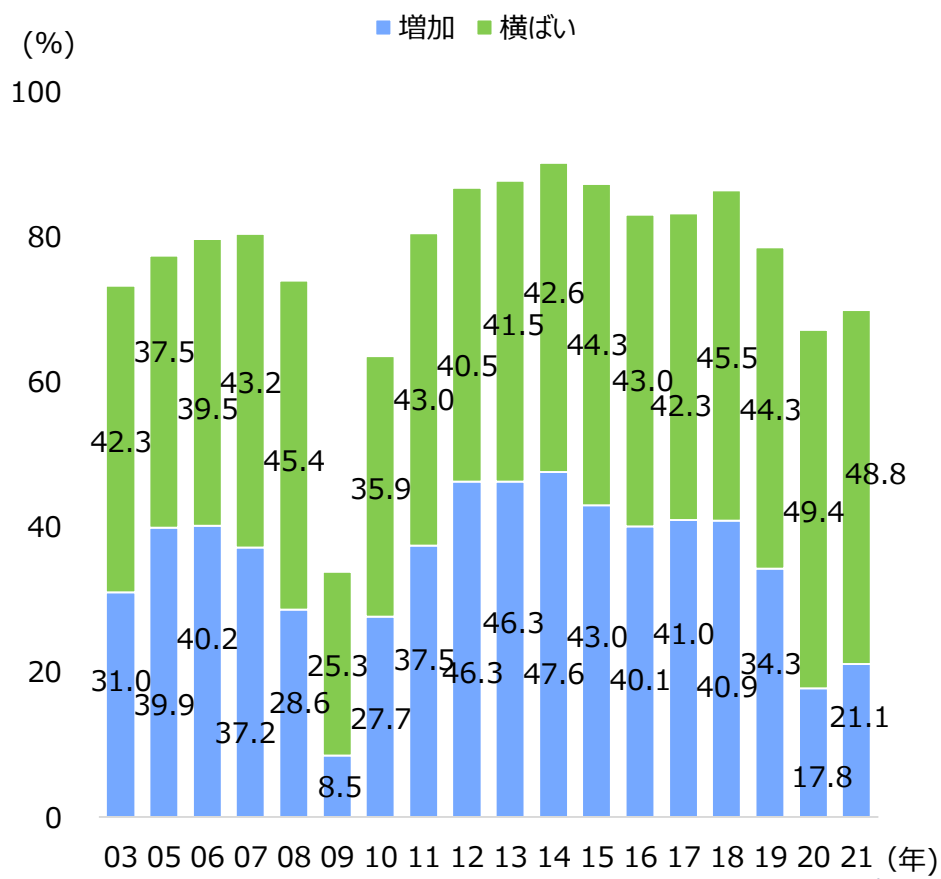
- **過去1年間に現地従業員数を「増加」と回答した企業は21.1%**で、新型コロナ流行前(2019年)の34.3%には及ばぬものの、**前回調査時（17.8%）より3.3ポイント回復**。半数近くが従業員数を維持。
- 業種別では、金融・保険業では「増加」が5割を占める一方、旅行・娯楽業では「減少」が8割に達した。

現地従業員数の変化（過去1年の変化、業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

現地従業員数の過去1年の変化の推移

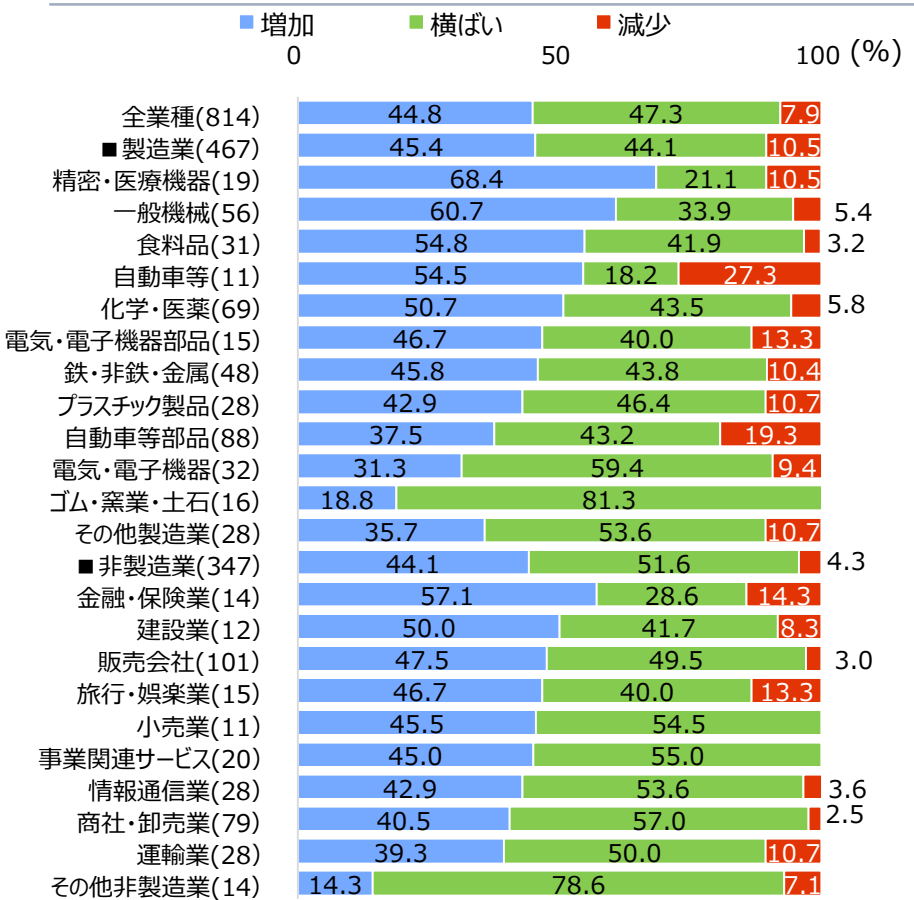


(注) 2004年は調査実施なし。

3-2 | 現地従業員数の変化（今後の予定）： 「増加」は4割台半ば

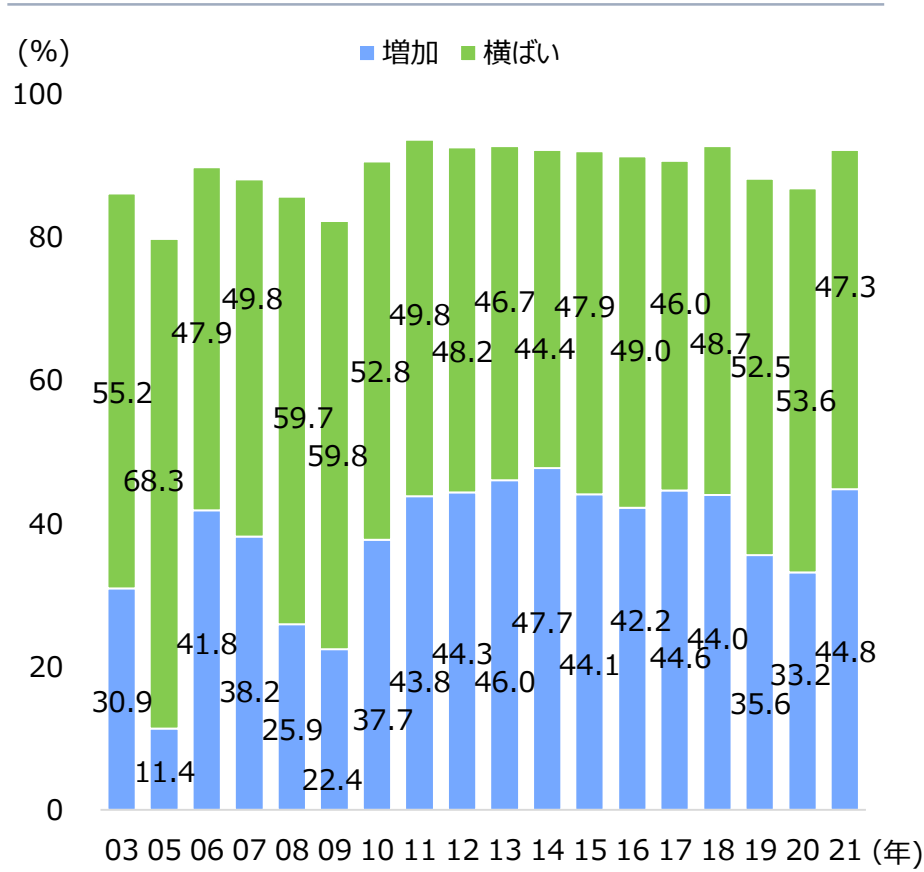
- **今後の予定**について、**現地従業員数を「増加」と回答した企業は44.8%**。業種別でみると、現地従業員数の「増加」を予定する企業は**精密・医療機器**（68.4%）、**一般機械**（60.7%）で**6割超**。
- 新型コロナの影響が大きい旅行・娯楽業（46.7%）を始め多くの業種で雇用の回復を見込むが、ゴム・窯業・土石では「増加」の割合は2021年の31.3%から18.8%に低下。

現地従業員数の変化（今後の予定、業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

現地従業員数の今後の見通しの推移

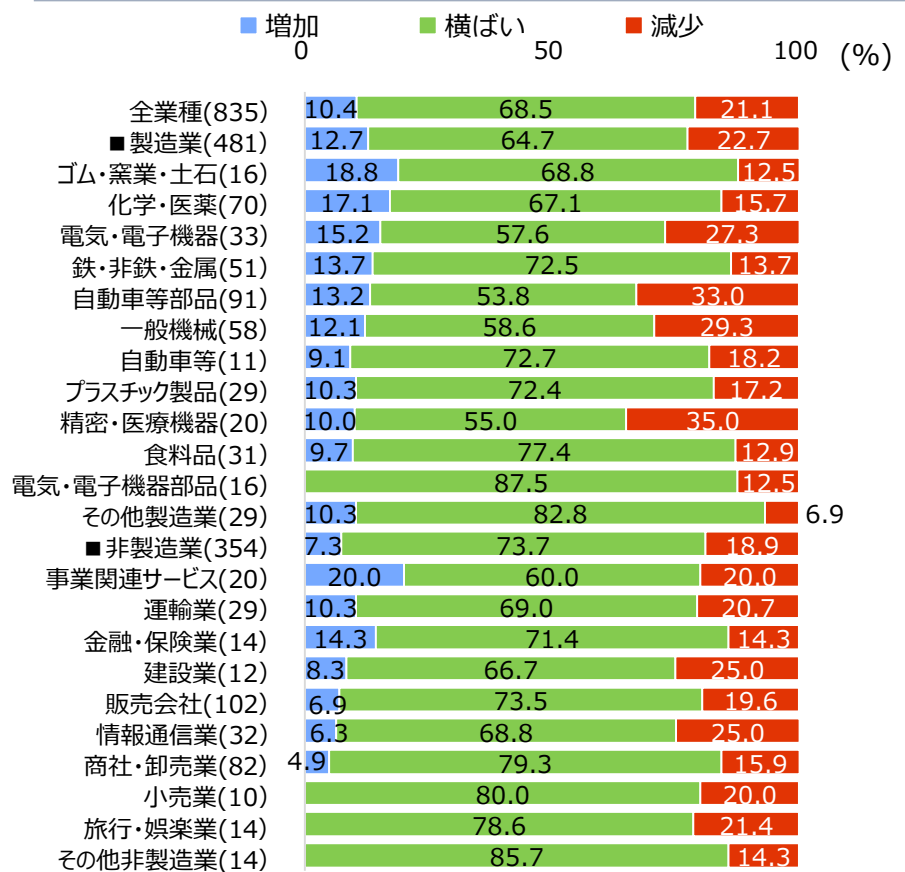


(注) 2004年は調査実施なし。

3-3 | 日本からの派遣者数の変化（過去1年間の変化）： 「減少」は2割強に低下

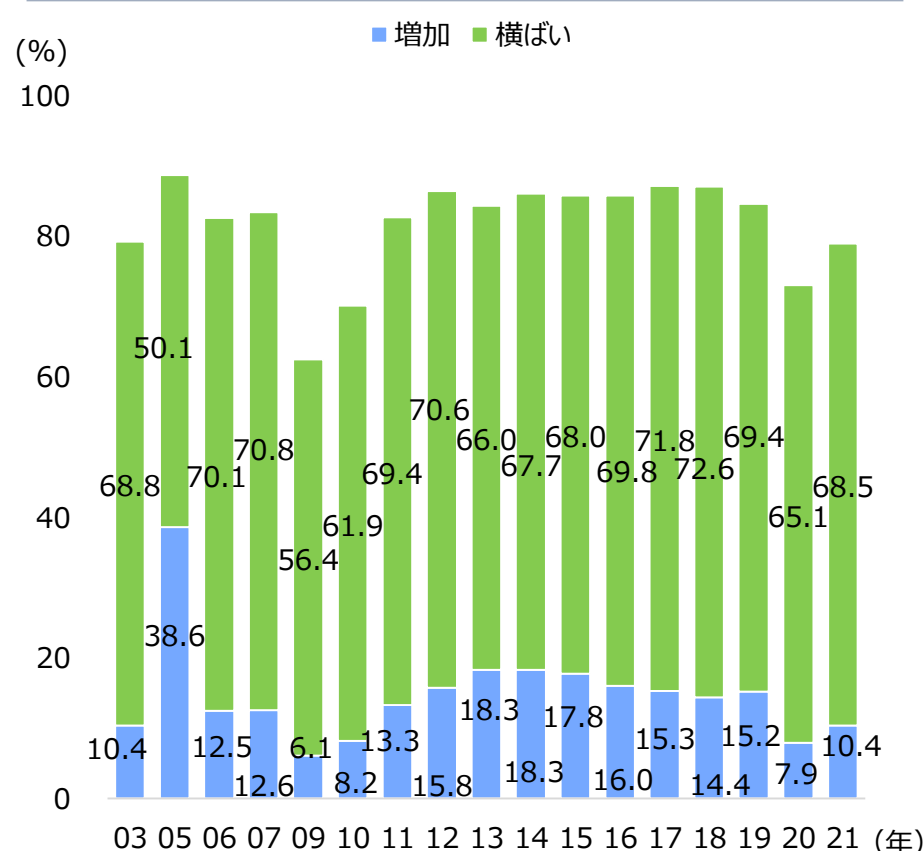
- 過去1年間の日本からの派遣者数の変化について、「減少」と回答した企業の割合は**21.1%**となり、**前回（27.0%）より5.9ポイント減少**。
- 業種別では、日本からの派遣者数が「減少」した企業の割合は、精密・医療機器（35.0%）、自動車等部品（33.0%）で3割を超えた。

日本からの派遣者数の変化（過去1年の変化、業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

日本からの派遣者数の過去1年の変化の推移

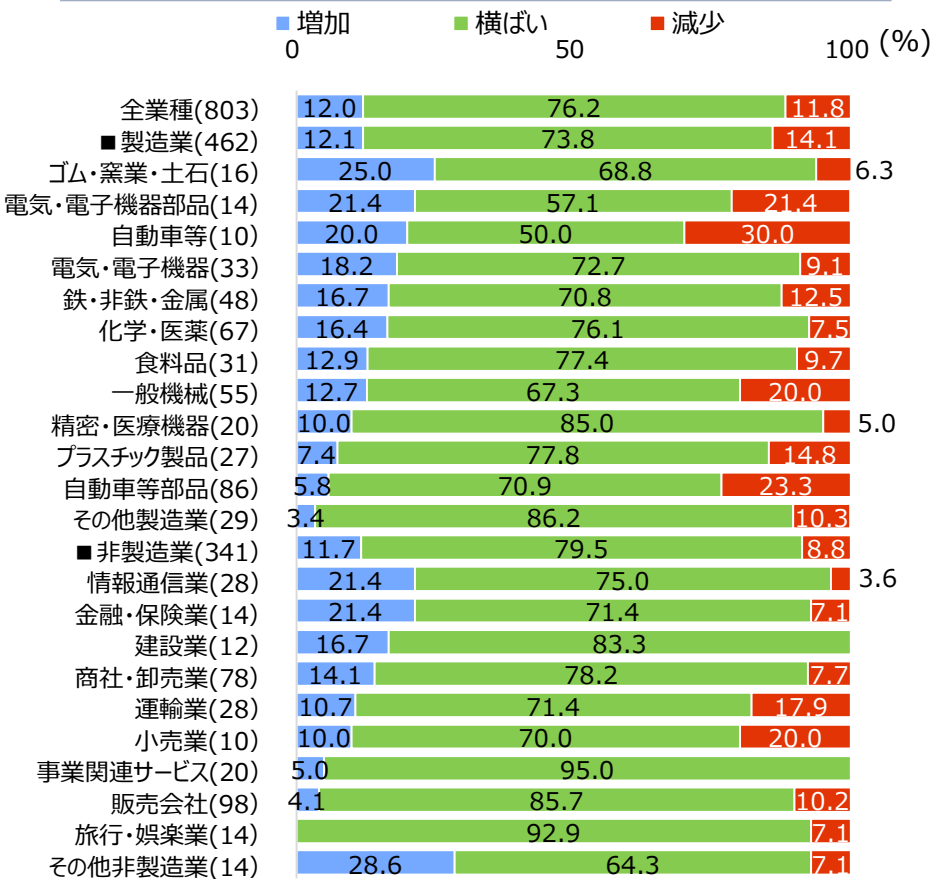


(注) 2004年は調査実施なし。

3-4 | 日本からの派遣者数の変化（今後の予定）： 「減少」は1割強に低下

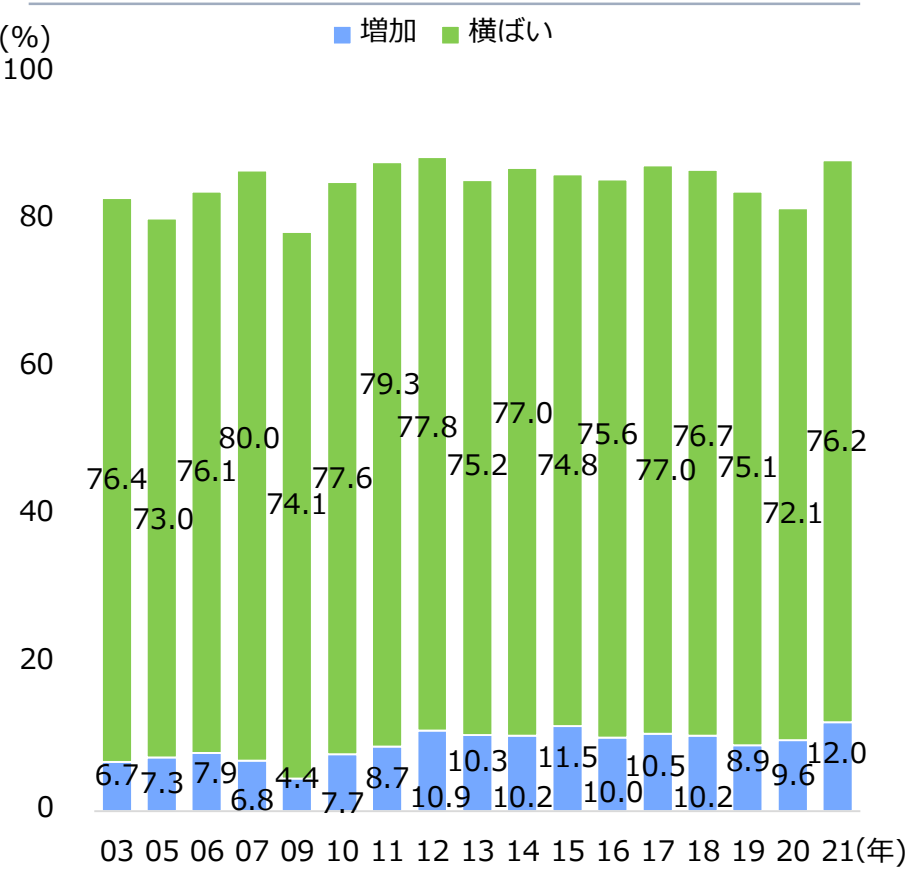
- **今後の予定**について、**日本からの派遣者数の変化**は「増加」と回答した企業が**12.0%**と前回（9.6%）**から2.4ポイント増加し**、「減少」は**11.8%**と前回（18.3%）から**6.5ポイント減少**。
- 業種別でみると、「増加」の割合は**その他非製造業（28.6%）**や**ゴム・窯業・土石（25.0%）**、**電気・電子機器部品（21.4%）**、**情報通信業および金融・保険業（各21.4%）**で2割を超えた。

日本からの派遣者数の変化（今後の予定、業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

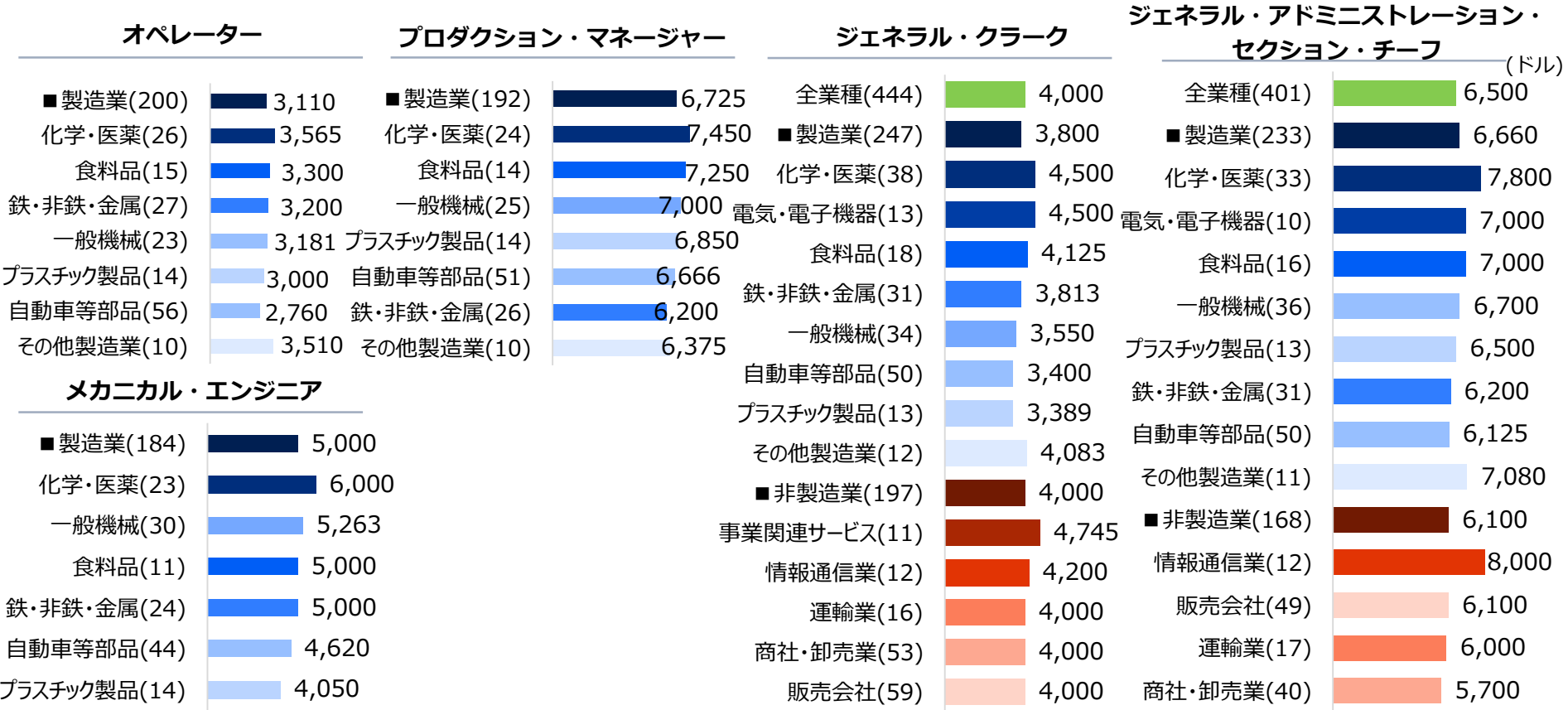
日本からの派遣者数の今後の見通しの推移



(注) 2004年は調査実施なし。

3-5 | 賃金（基本給月額）： 職種別中央値は3,110～6,725ドル

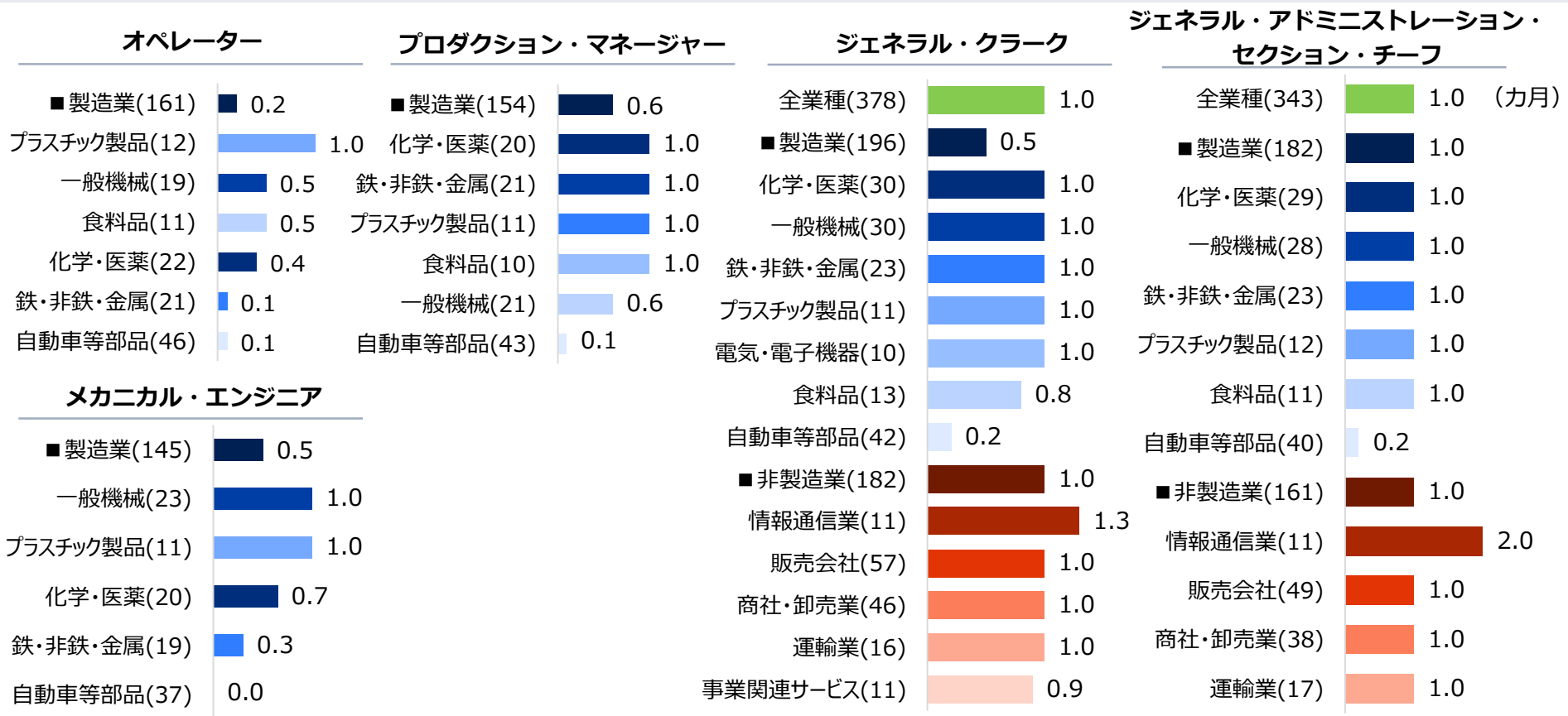
■ 工場などの職種別基本給月額の中央値は、オペレーターが3,110ドル、プロダクション・マネージャーは6,725ドルと前年から増加したが、メカニカル・エンジニアは5,000ドルと微減。事務職の同中央値は、ジェネラル・クラークが4,000ドル、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフは6,500ドルで前年より微増。昇給率の中央値（名目）は2021年度は2.6%、2022年度は3.0%を見込む。



(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。
 (注2) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

3-6 | 賃金（年間賞与）： 職種別中央値は0.2～1.0カ月

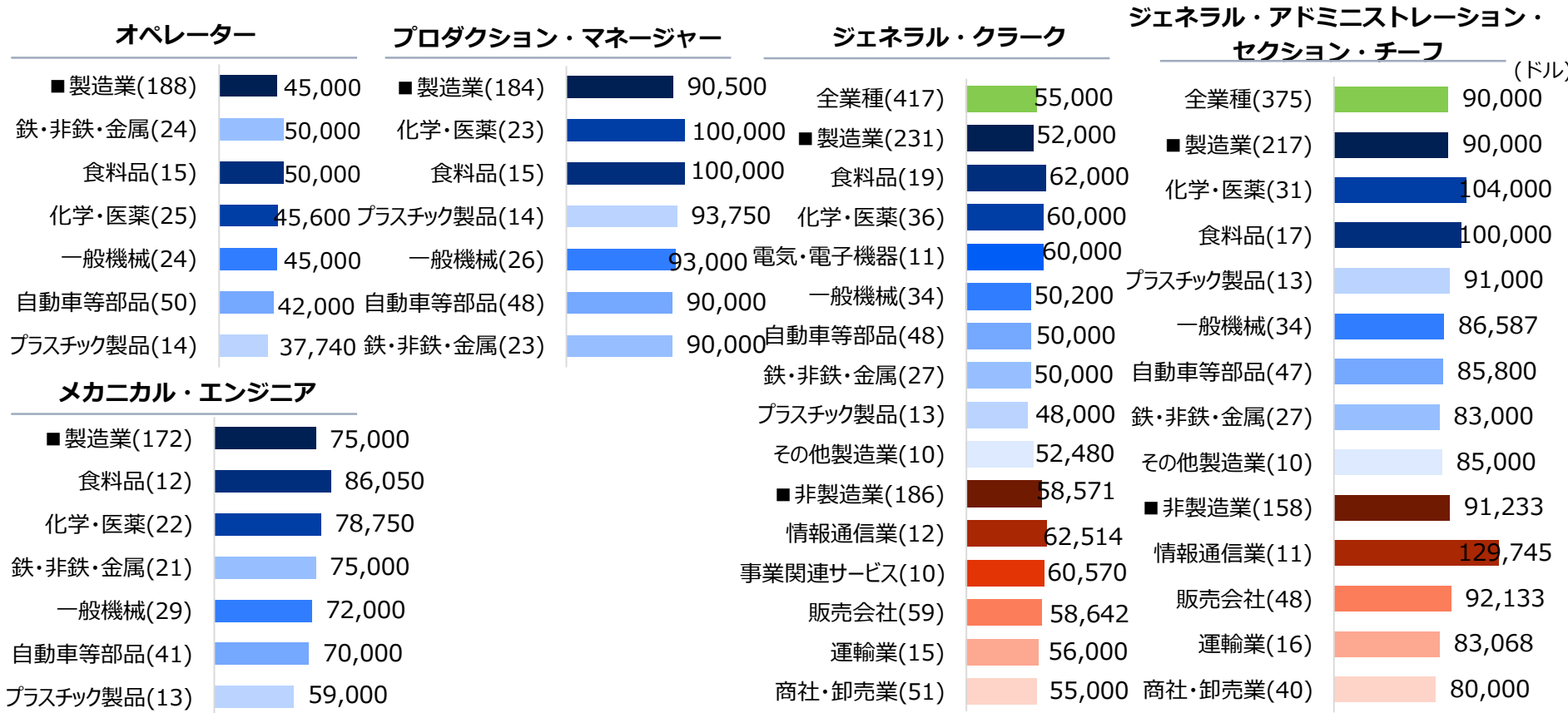
■ **工場などの職種別の年間賞与の中央値**は、**オペレーター**は0.2カ月で**前年**（0.5カ月）から**減少**、**メカニカル・エンジニア**0.5カ月で、**横ばい**。**プロダクション・マネージャー**は0.6カ月と前年（1.0カ月）から**減少**。**事務職の職種別の年間賞与の中央値**は、**ジェネラル・クラーク**、**ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ**とも1.0カ月で、**横ばい**。



(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。
 (注2) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

3-7 | 賃金（年間実負担額）： 職種別中央値は4万5,000～9万500ドル

■ 工場などの**職種別の年間実負担額の中央値**は、**オペレーター**が4万5,000ドルで、**メカニカル・エンジニア**は7万5,000ドル、**プロダクション・マネージャー**は9万500ドルと、**いずれも前年から減少**。事務職は、**ジェネラル・クラーク**が5万5,000ドルで、**ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ**は9万ドルで、**横ばい**。



(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。
 (注2) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

3-8 | 勤務体制（2021年9月1日時点）： 6割近くの企業が出社中心

- 「原則として全従業員が事業所に出社」が34.2%と最も多く、「主に事業所に出社とし、リモート勤務も一部実施」（21.9%）と合わせると、56.1%の企業が出社中心の勤務体制を実施。
- 「原則として全従業員がリモート勤務」は5.6%。

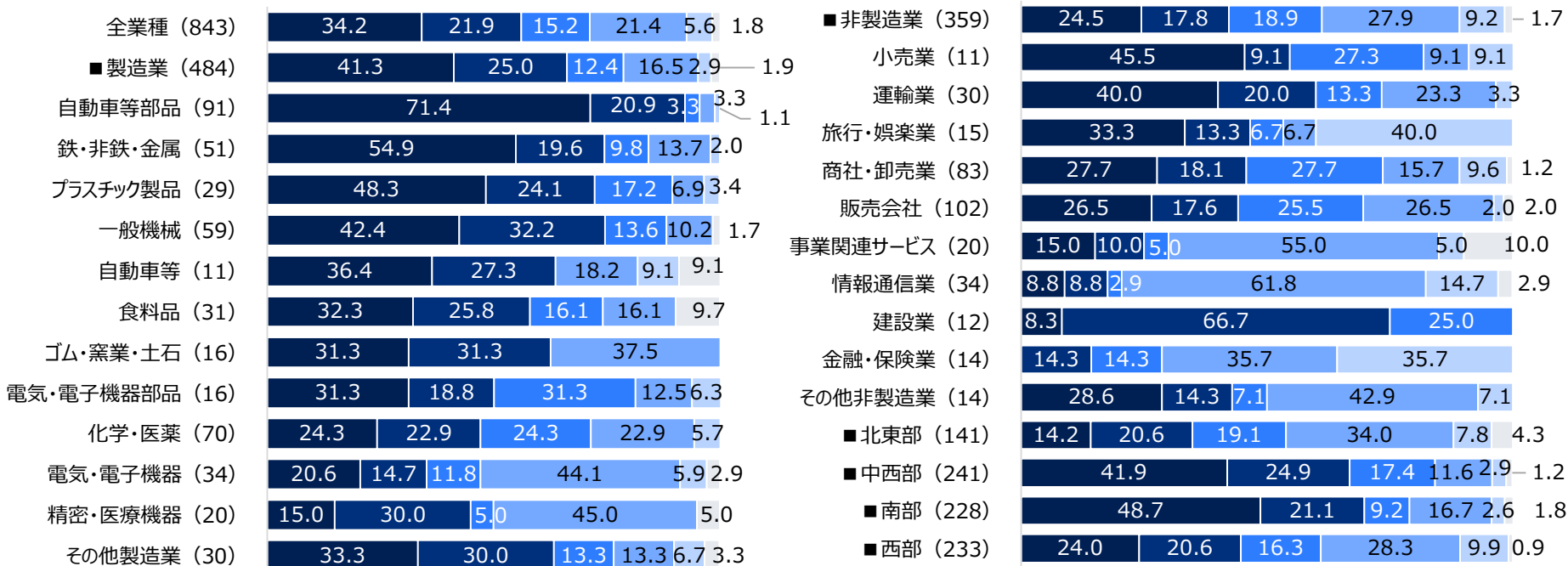
2021年9月1日時点の勤務体制（業種別・地域別）

- 原則として全従業員が事業所に出社
- リモート勤務と事業所への出社を同じ程度の頻度や割合で実施
- 原則として全従業員がリモート勤務

- 主に事業所に出社とし、リモート勤務*も一部実施
- 主にリモート勤務とし、事業所への出社も一部実施
- その他

0 20 40 60 80 100 (%)

0 20 40 60 80 100 (%)

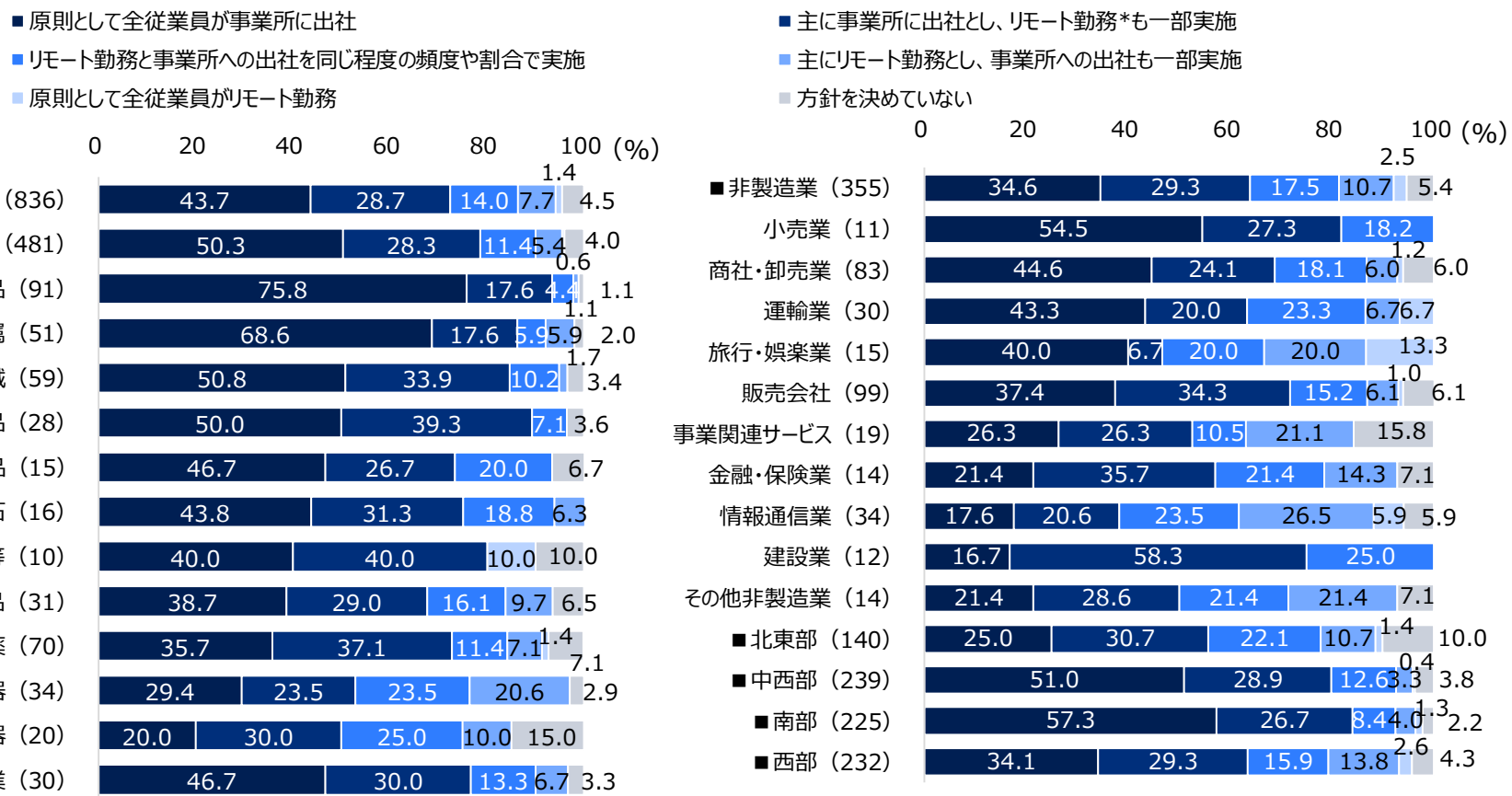


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。「リモート勤務」は自宅を含むオフィス外での勤務方法を想定。

3-9 | 勤務体制（新型コロナ収束後）： 7割強の企業が出社中心へ

■ **新型コロナ収束後の勤務体制**としては、「**原則として全従業員が事業所に出社**」が**43.7%**と最も多く、「**主に事業所に出社とし、リモート勤務も一部実施**」（28.7%）と合わせると、**72.4%の企業が出社中心**の勤務体制を予定。「原則として全従業員がリモート勤務」は1.4%にとどまり、「方針を決めていない」は4.5%となった。

新型コロナ収束後の勤務体制（業種別・地域別）

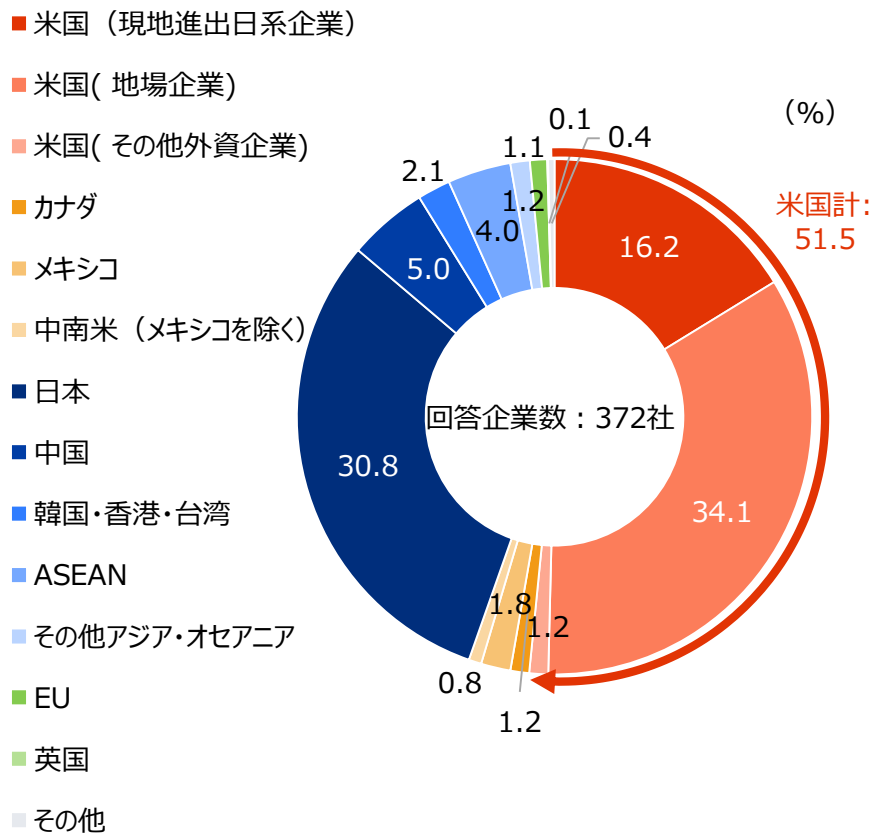


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。「リモート勤務」は自宅を含むオフィス外での勤務方法を想定。

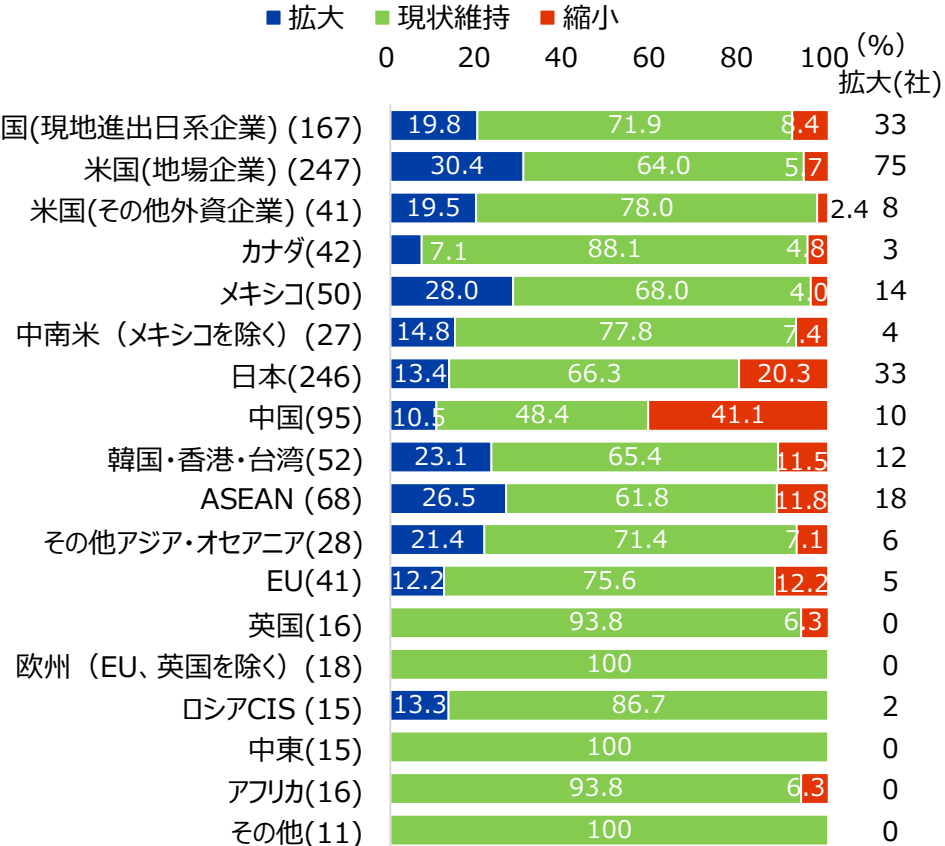
4-1 | 調達先（製造業）： 米国内からの調達比率が5割強

- **製造業の原材料・部品の調達先**について、**米国内での調達比率が51.5%**を占めた。次いで日本が30.8%、中国が5.0%。業種別では、米国内調達比率はプラスチック製品（78.9%）や自動車等（71.0%）で高かった。各調達先における今後の調達方針を聞いたところ、調達を拡大するという企業数は米国地場企業（75社）、米国日系企業（33社）、日本（33社）で多かった。

原材料・部品の調達先（国・地域別）



原材料・部品の調達先についての今後の方針



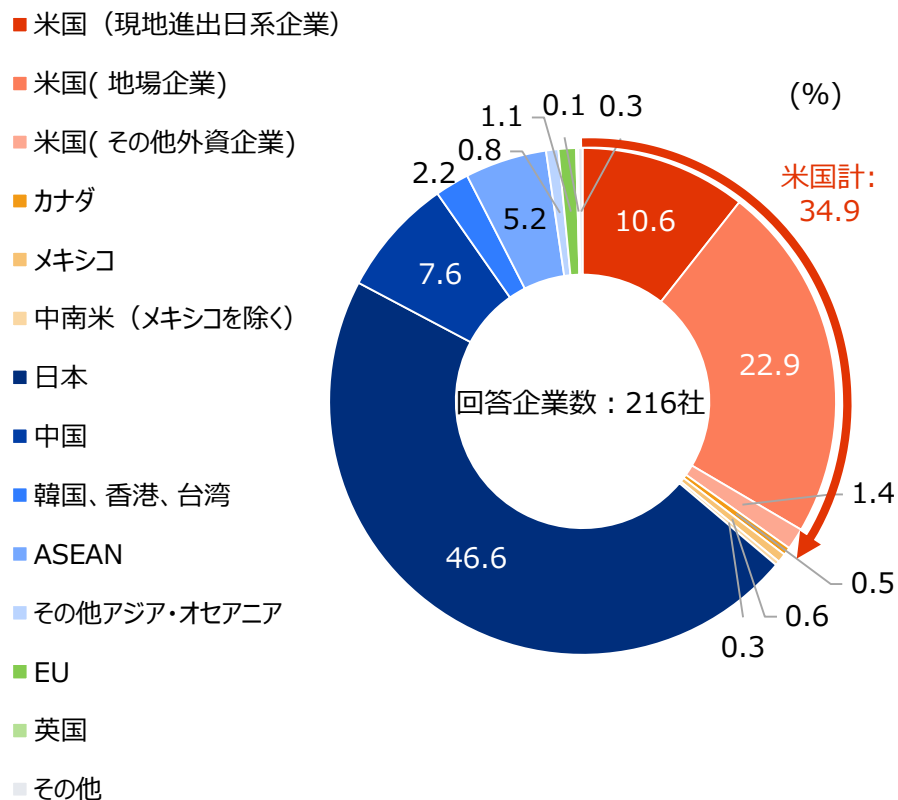
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

4-2 | 調達先（非製造業）： 日本からの調達比率が5割近く

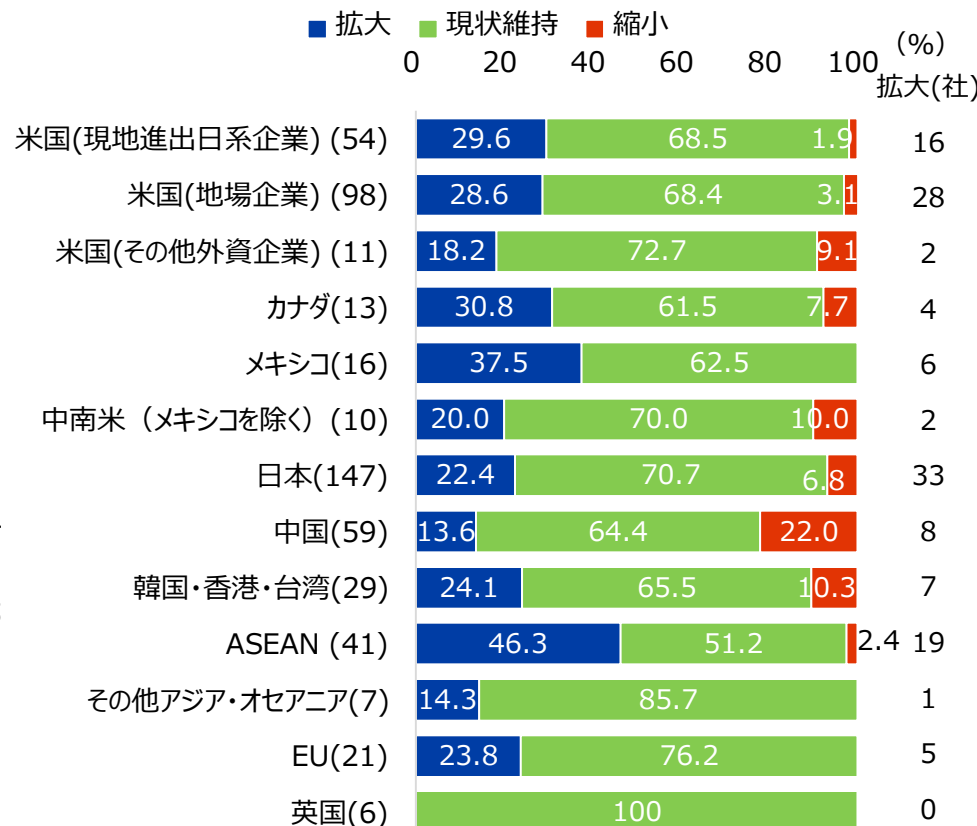
- **非製造業の調達比率は日本からが46.6%と最大で、米国内は34.9%**。業種別では、日本からが高いのは販売会社（61.7%）や小売業（59.7%）で、米国内からが高いのは、旅行・娯楽業（91.7%）、建設業（68.2%）。今後の調達方針は、日本（33社）や米国地場企業（28社）、ASEAN（19社）からの調達拡大を検討する企業が多かったが、中国からの調達縮小を検討する企業の割合は2割強に上った。

原材料・部品の調達先（国・地域別）



(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

原材料・部品の調達先についての今後の方針

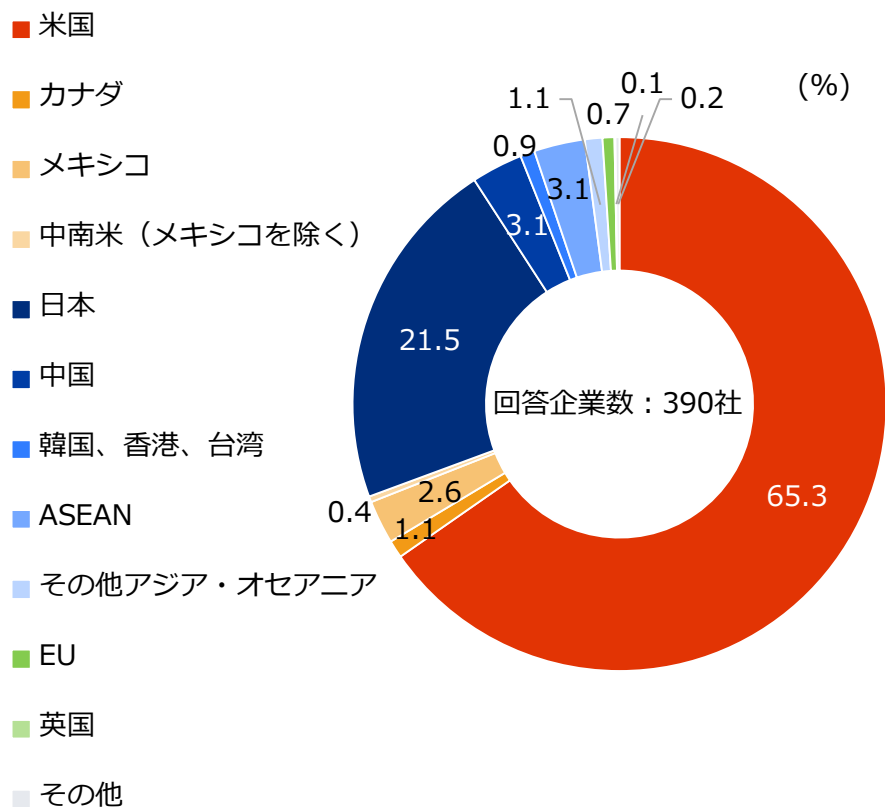


(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

4-3 | 米国市場向け生産地： 生産体制は引き続き米国中心

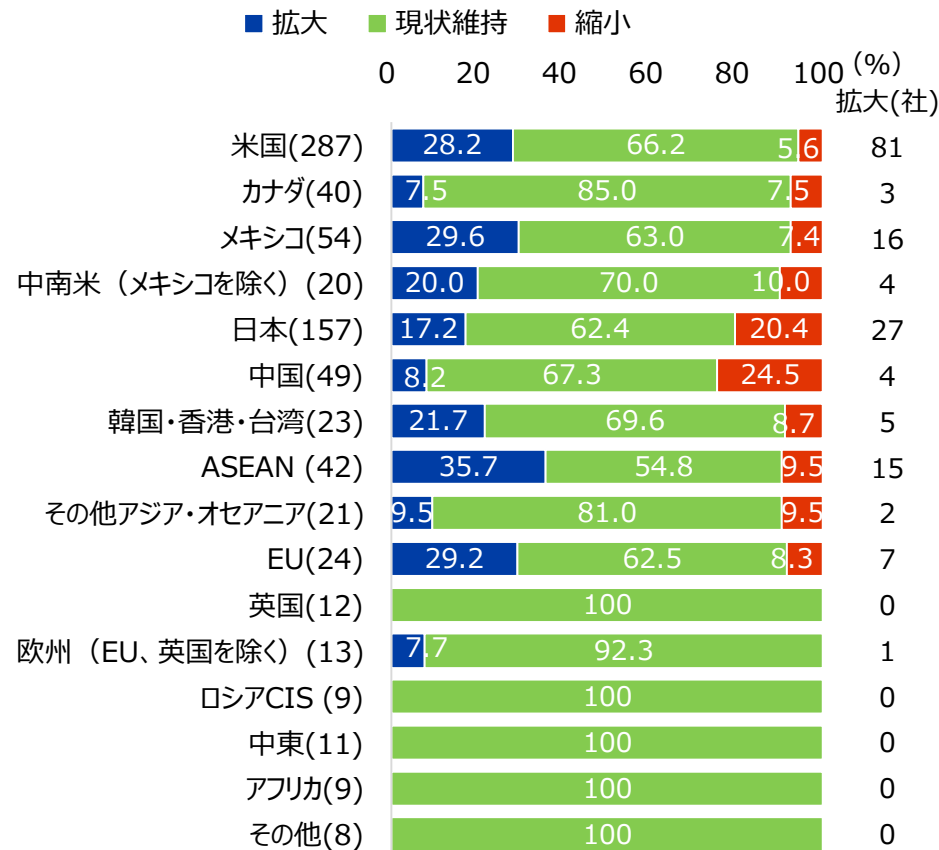
- **米国市場向け製品の生産地**について、**米国の割合が65.3%と最大**で、**日本は21.5%**。業種別では、米国の割合は自動車等（91.3%）や自動車等部品（85.2）、プラスチック製品（81.4%）などで8割超。各生産地における今後の生産体制について、生産を拡大するという企業数は米国（81社）、日本（27社）、メキシコ（16社）で多かったが、中国は4分の1弱（12社）が「縮小」と回答した。

米国市場向け製品の生産地（国・地域別）



（注）各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

米国市場向け製品の生産地の今後の方針

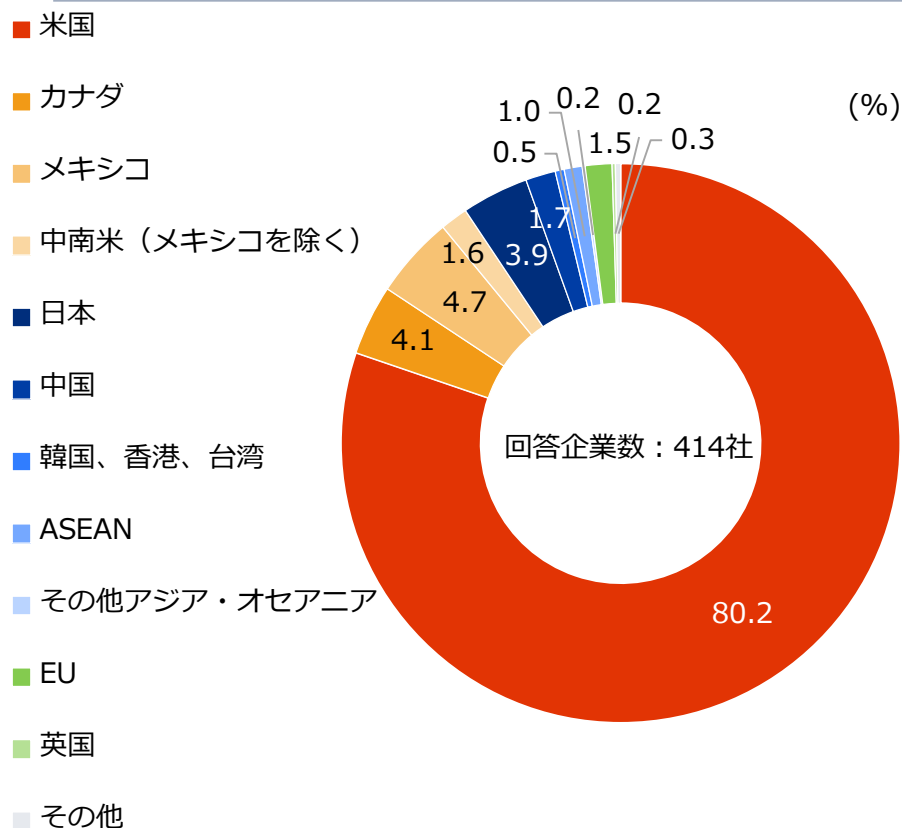


（注）有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

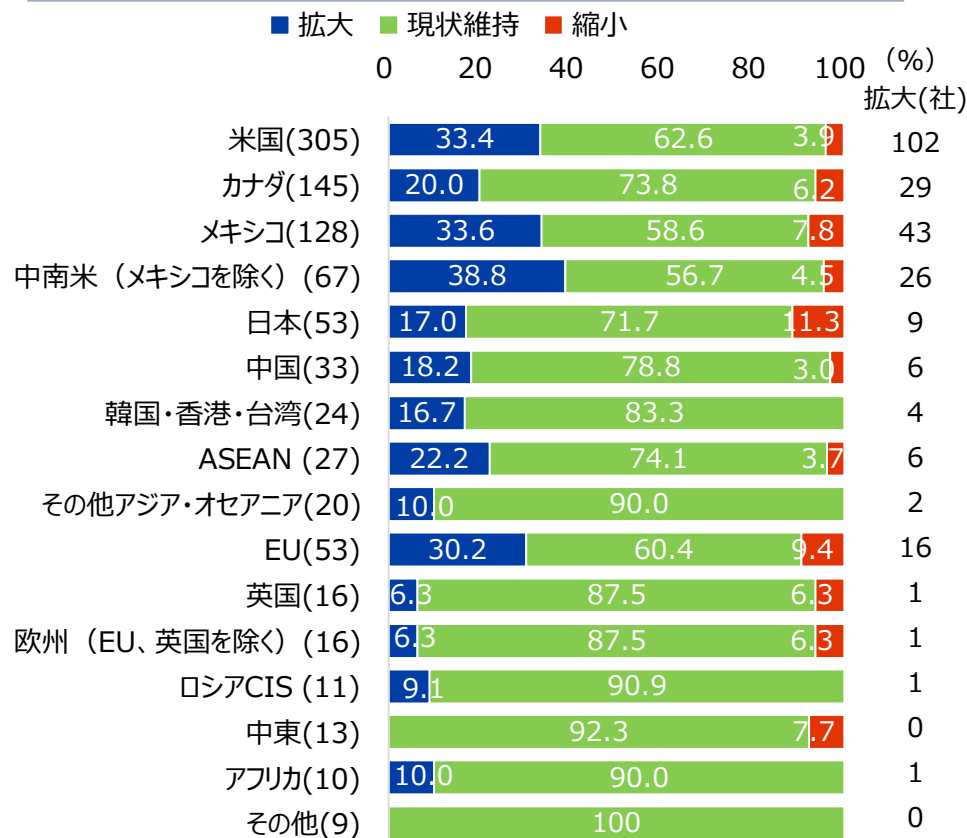
4-4 | 販売先（製造業）： 米国内が約8割、USMCA向けが9割弱

- **製造業の販売先は米国内が80.2%で、メキシコとカナダを加えたUSMCA市場向けは89.0%、日本は3.9%。**業種別では、米国内向けは自動車等（92.2%）やプラスチック製品（87.2%）などで高かった。各販売先における今後の販売方針を聞いたところ、販売を拡大するという企業数は米国（102社）、メキシコ（43社）、カナダ（29社）で多かった。

製品の販売先（国・地域別）



製品の販売先についての今後の方針



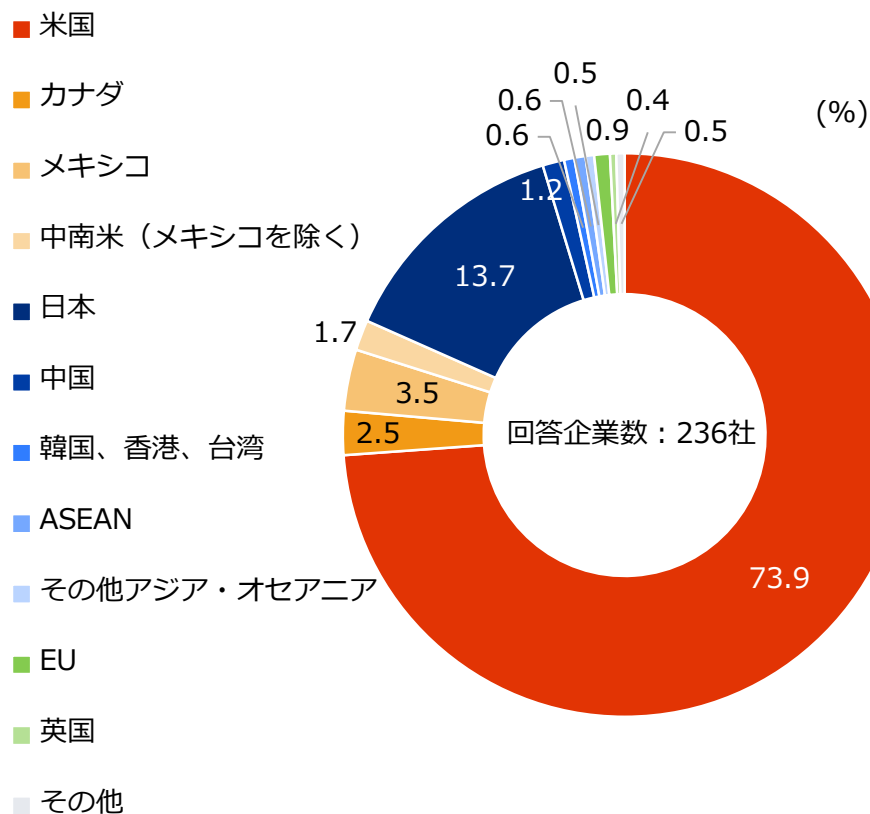
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

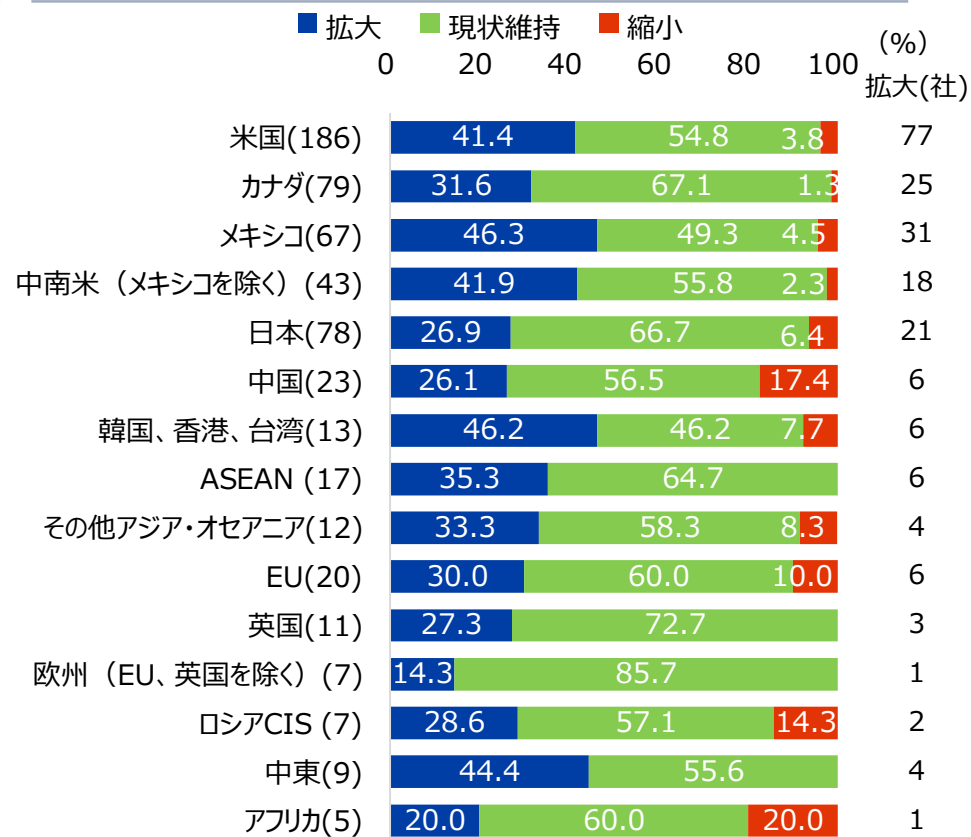
4-5 | 販売先（非製造業）： 米国内が7割強、USMCA向けは8割弱

- **非製造業の販売先は米国内が73.9%で、USMCA市場向けは79.9%となり、日本は13.7%。**業種別では、米国内は旅行・娯楽業（95.4%）、小売業（95.0%）などで9割超。各販売先における今後の販売方針について、販売を拡大するという企業数は、米国（77社）、メキシコ（31社）、カナダ（25社）で多かった。

製品の販売先（国・地域別）



製品の販売先についての今後の方針



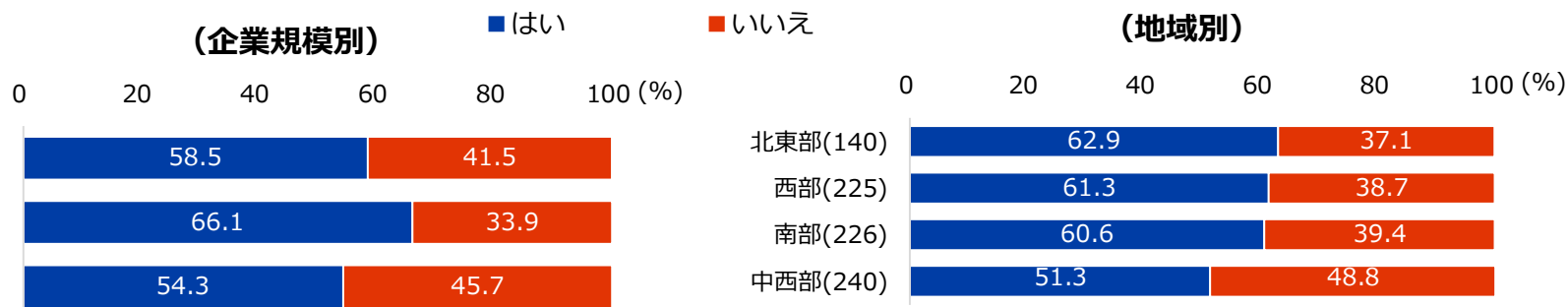
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

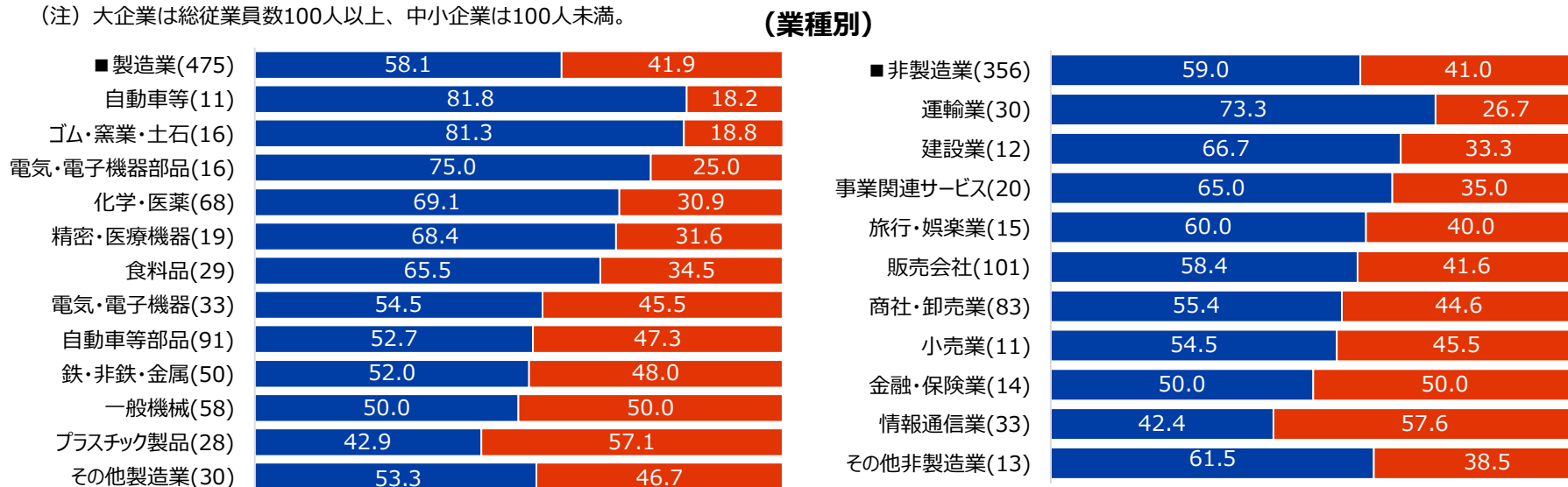
5-1 | サプライチェーンと人権： 6割近くが経営課題として認識

- サプライチェーンにおける人権の問題について、6割近く（58.5%）の企業が経営課題として認識。
- 業種別にみると、製造業では自動車等やゴム・窯業・土石、電気・電子機器部品で4社に3社以上が、非製造業では運輸業で7割強が経営課題として認識。認識度は大企業（66.1%）が中小企業（54.3%）より11.8ポイント高く、企業規模により認識に差。

人権の問題を経営課題として認識しているか



(注) 大企業は総従業員数100人以上、中小企業は100人未満。

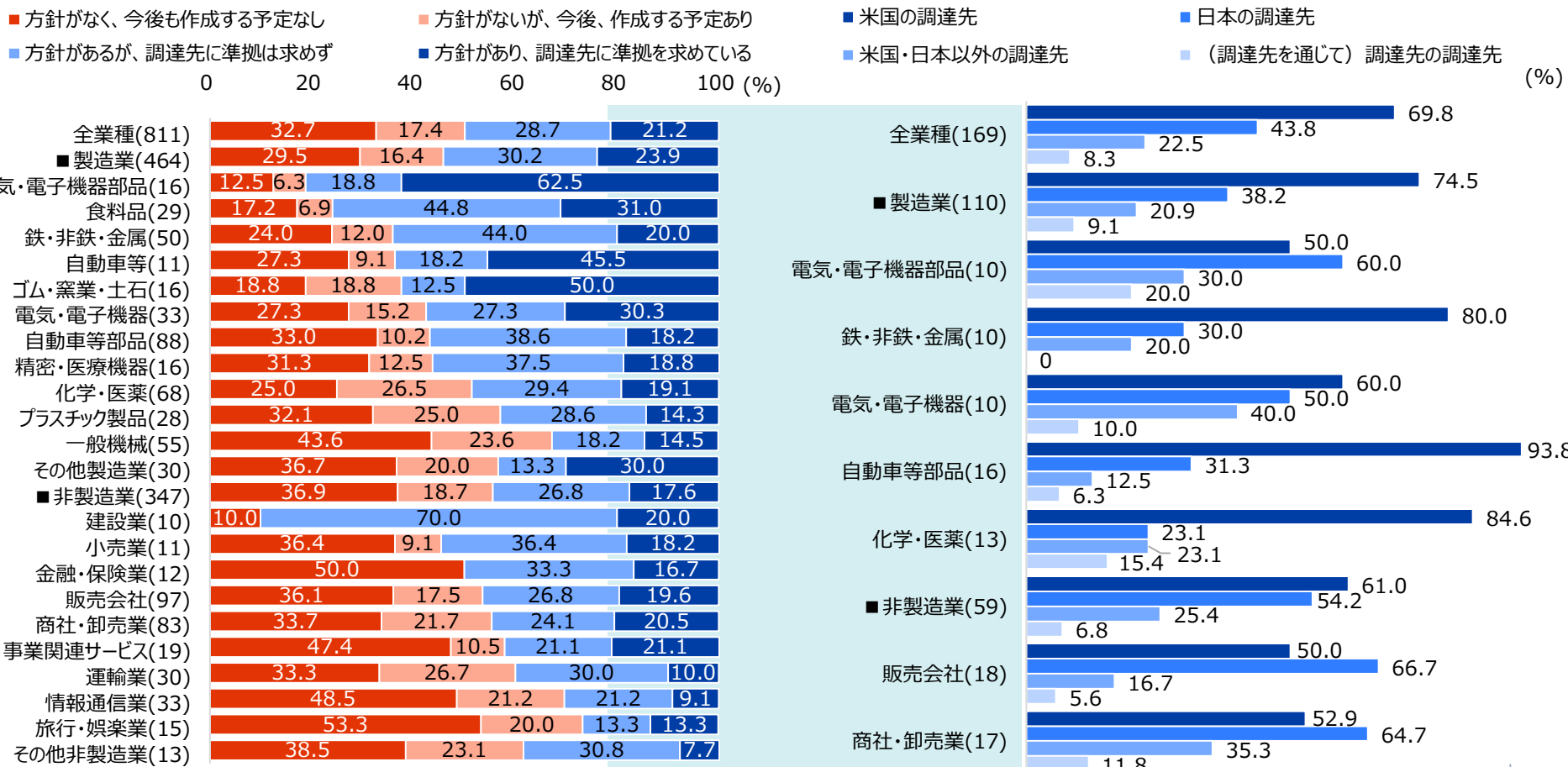


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

5-2 | サプライチェーンと人権： 5割弱が人権尊重に関する方針あり

- **サプライチェーンにおける人権尊重に関する方針を持つ企業は5割弱（49.9%）**。**電気・電子機器部品**や**食料品**、**建設業**では**4社に3社以上が方針あり**。**方針があり、「調達先に準拠を求めている」企業は2割強（21.2%）**、「準拠は求めている」企業は3割弱（28.7%）。米国の調達先に準拠を求めている企業が多いが、電気・電子機器部品では、37.5%が日本の調達先に準拠を求めている。

サプライチェーンにおける人権尊重に関する方針（業種別） 方針があり、準拠を求めている企業の調達先（業種別、複数回答）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

5-3 | サプライチェーンと人権： 強制労働などの人権侵害リスクに予防策

- **具体的な懸念点**としては、バイデン政権が通商政策の最優先課題とする「**中国・新疆ウイグル自治区での強制労働問題**」など**調達先での人権侵害リスク**のほか、「社員の人種構成や待遇格差」など社内労務に関する回答も。人権侵害リスクに対する予防策としては、「新疆ウイグル自治区製のコットン不使用」「ダイバーシティに関する社内での啓蒙活動や学習会の実施」などが挙げられた。

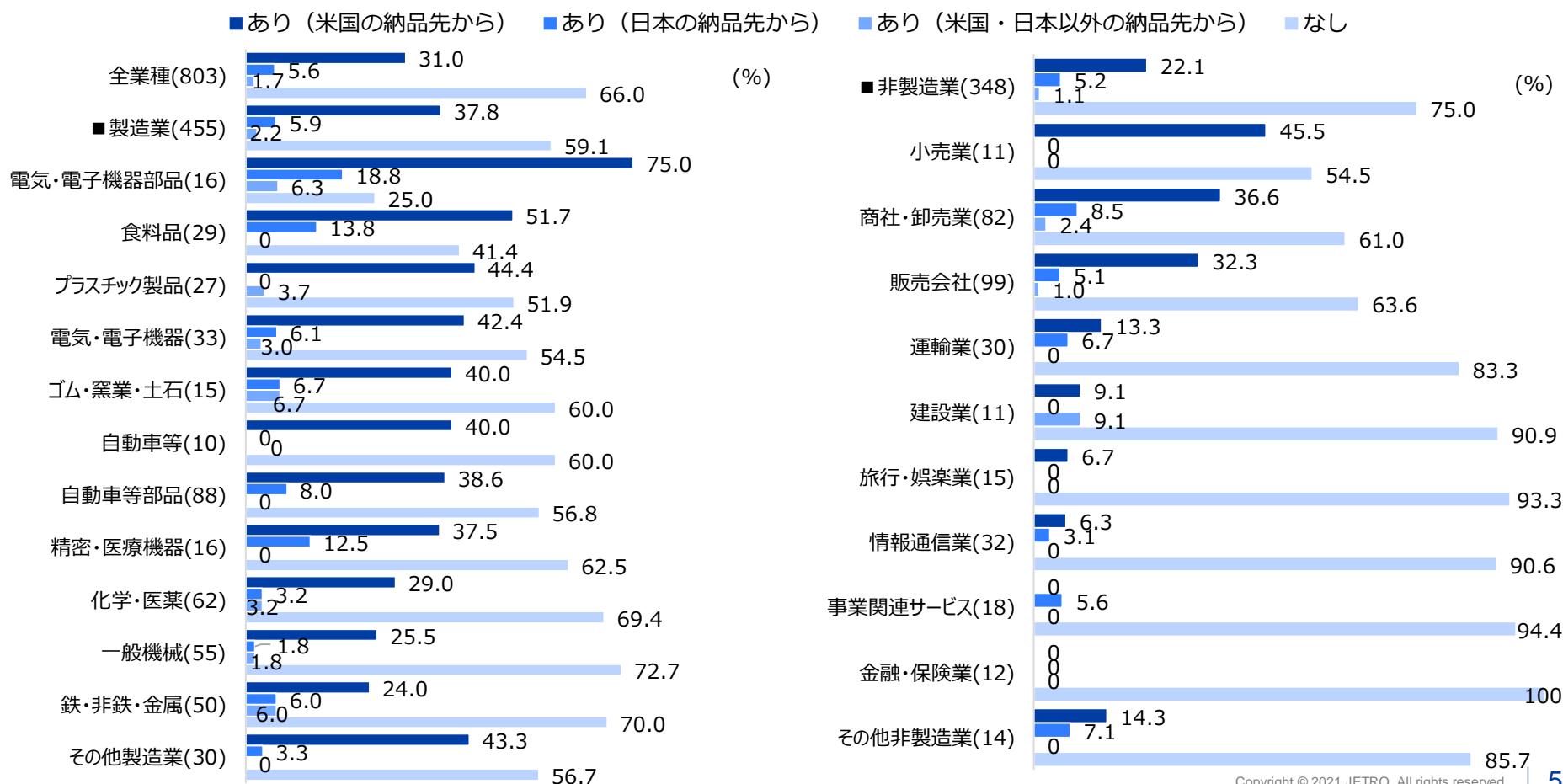
人権侵害リスクに対する予防策（自由記述）

主なリスク	予防策
強制・児童労働	<ul style="list-style-type: none"> ・新規調達先の選定に際しては、品質含めて、必要に応じて現地製造工場に赴いて、部品や工程を確認（自動車等部品） ・新疆ウイグル自治区製のコットン不使用（繊維・衣服） ・児童労働に依拠した原料を使用しない（その他製造業） ・15歳未満を雇用しない。15歳未満を労働力として生産された商品の取り扱いをしない（販売会社）
紛争鉱物資源	<ul style="list-style-type: none"> ・紛争地域からの鉱物資源を含む材料の調達禁止（販売会社） ・紛争鉱物規制に抵触しない素材の使用（電気・電子機器）
労働基準・環境	<ul style="list-style-type: none"> ・経営・幹部社員と他従業員間の対話を促進し、事前に問題点を把握するよう留意（食料品） ・安全第一の作業と生産（一般機械）
性別・人種差別	<ul style="list-style-type: none"> ・ハラスメントセミナーの開催（食料品） ・ダイバーシティに関する社内での啓蒙活動や学習会の実施（事業関連サービス） ・性別や年齢、主義信条にとらわれない採用と人材活用の維持。社内でのこのような差別が発覚した場合には即解雇（自動車等部品） ・マイノリティー企業の活用（自動車等部品）
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・人権侵害リスクを回避するためのオンライントレーニングを実施（教育・医療） ・フェアトレード認証製品の購入（食料品）

5-4 | サプライチェーンと人権： 3割台半ばが納品先から人権尊重方針準拠を求められる

- 納品先企業からサプライチェーンにおける人権尊重に関する方針への準拠を求められたことが「あり」は3割台半ば（34.0%）。米国の納品先から求められたこと「あり」は31.0%。日本の納品先は5.6%。業種別には製造業で多い傾向。電気・電子機器部品では4社に3社が、食料品では5割強が、米国の納品先から要請「あり」。非製造業では小売業で4割台半ばが米国の納品先から要請「あり」。

納品先企業から人権尊重に関する方針への準拠を求められたことがあるか（業種別、複数回答）

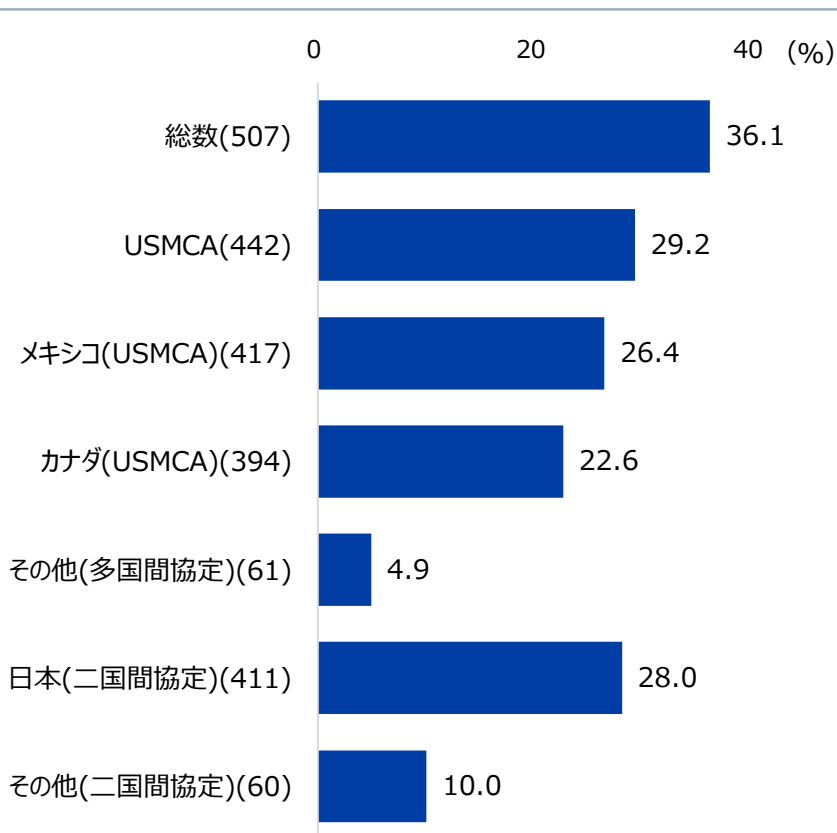


(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

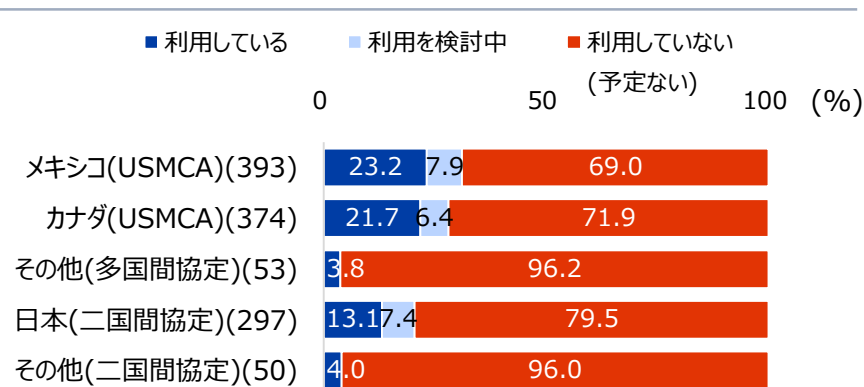
6-1 | 貿易協定の活用状況（回答企業）： 4割弱が利用、USMCAは3割弱が利用

- **回答企業の貿易協定利用率は36.1%。USMCAを利用している企業は29.2%で、日米貿易協定を利用している企業は28.0%。**輸出時の利用率は、メキシコ（USMCA）が23.2%、カナダ（USMCA）が21.7%、日米貿易協定が13.1%と高く、輸入時の利用率についても、日米貿易協定が27.7%、メキシコ（USMCA）が14.3%、カナダ（USMCA）が9.8%と高かった。

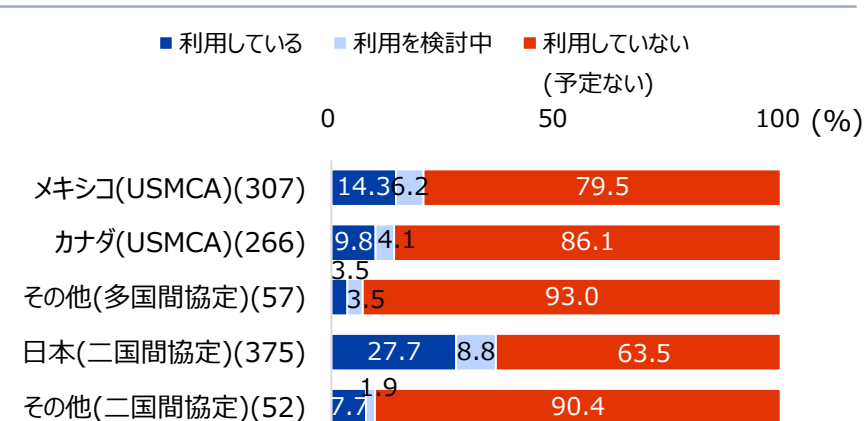
貿易協定利用率



米国からの輸出における貿易協定利用率



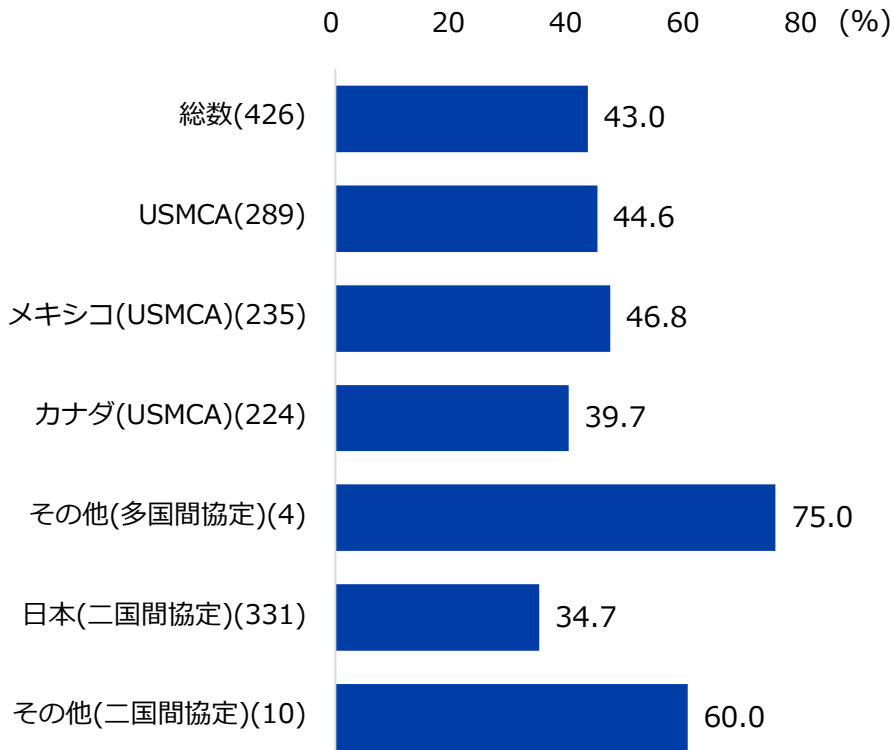
米国への輸入における貿易協定利用率



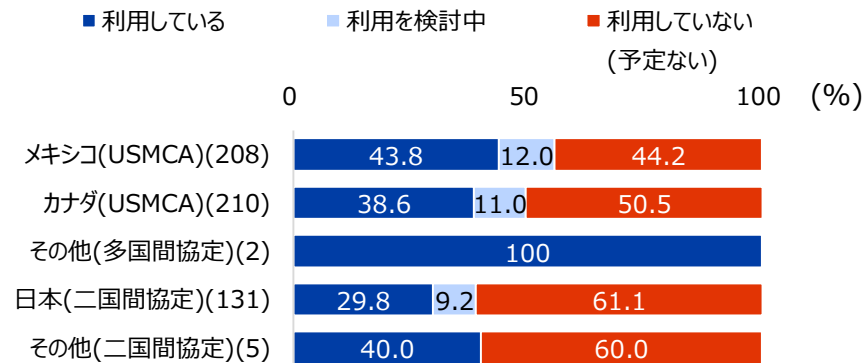
6-2 | 貿易協定の活用状況（輸出または輸入を行っている企業）： 4割強が利用、USMCAは4割台半ばが利用

- **輸出または輸入を行っている企業の貿易協定利用率は43.0%。** **USMCAを利用**している企業は**44.6%**で、**日米貿易協定を利用**している企業は**34.7%**。輸出時の利用率は、メキシコ（USMCA）が43.8%、カナダ（USMCA）が38.6%と高く、輸入時の利用率についても、メキシコ（USMCA）が63.8%、カナダ（USMCA）が60.5%と特に高かった。

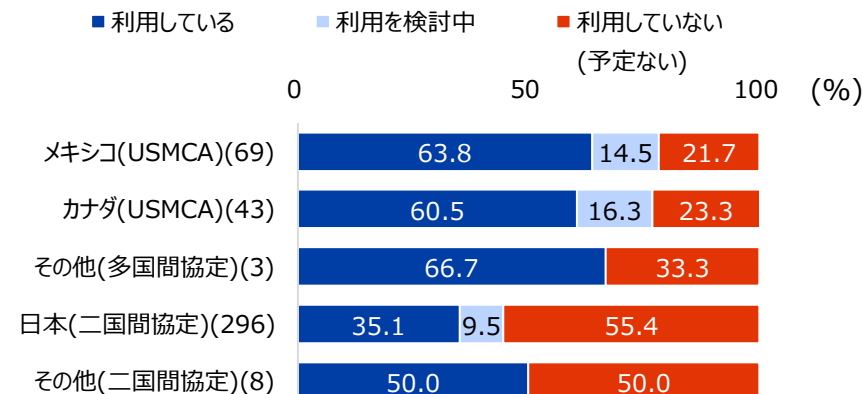
貿易協定利用率



米国からの輸出における貿易協定利用率



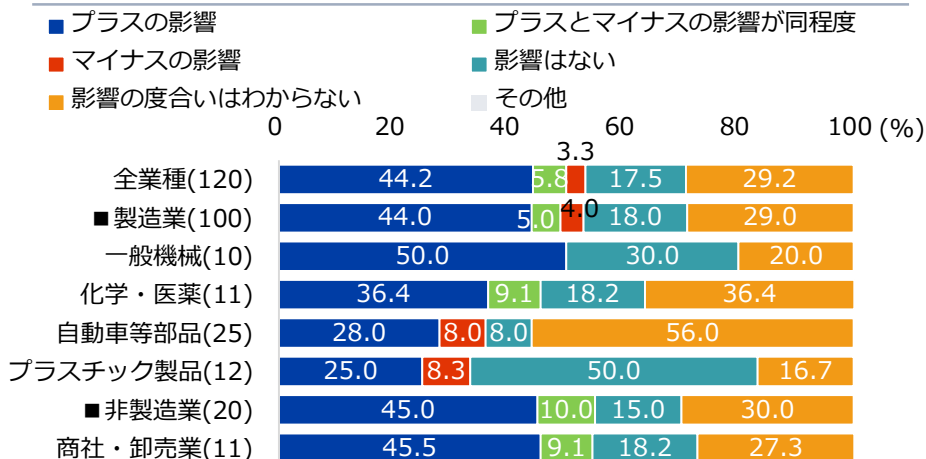
米国への輸入における貿易協定利用率



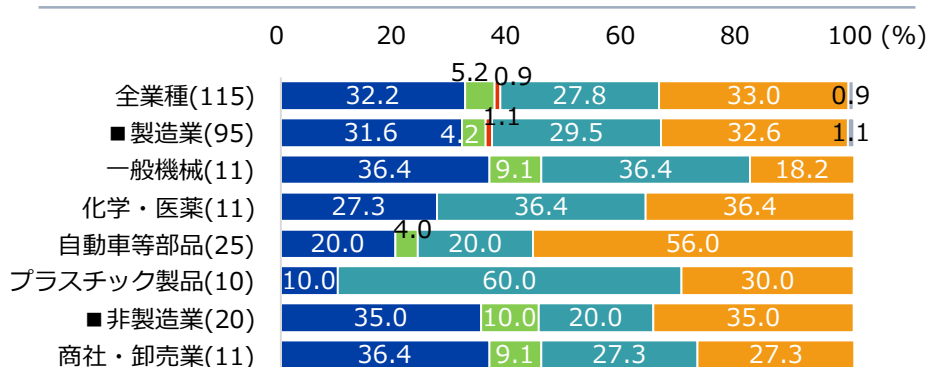
6-3 | 貿易協定の影響： USMCAが「プラスの影響」は4割台半ば

- **USMCA**を利用している企業のうち、**USMCAが「プラスの影響」と回答した割合は44.2%**、業種別では一般機械が5割と高かった。**日米貿易協定**を利用している企業では、**同協定が「プラスの影響」と回答した割合は32.2%**で、一般機械と商社・卸売業がともに36.4%と高かった。活用している情報収集先では、「官公庁や公的機関、商工会議所・商工会」（54.4%）、「親会社、主要取引先」（37.3%）が上位。

USMCAによる影響（業種別）

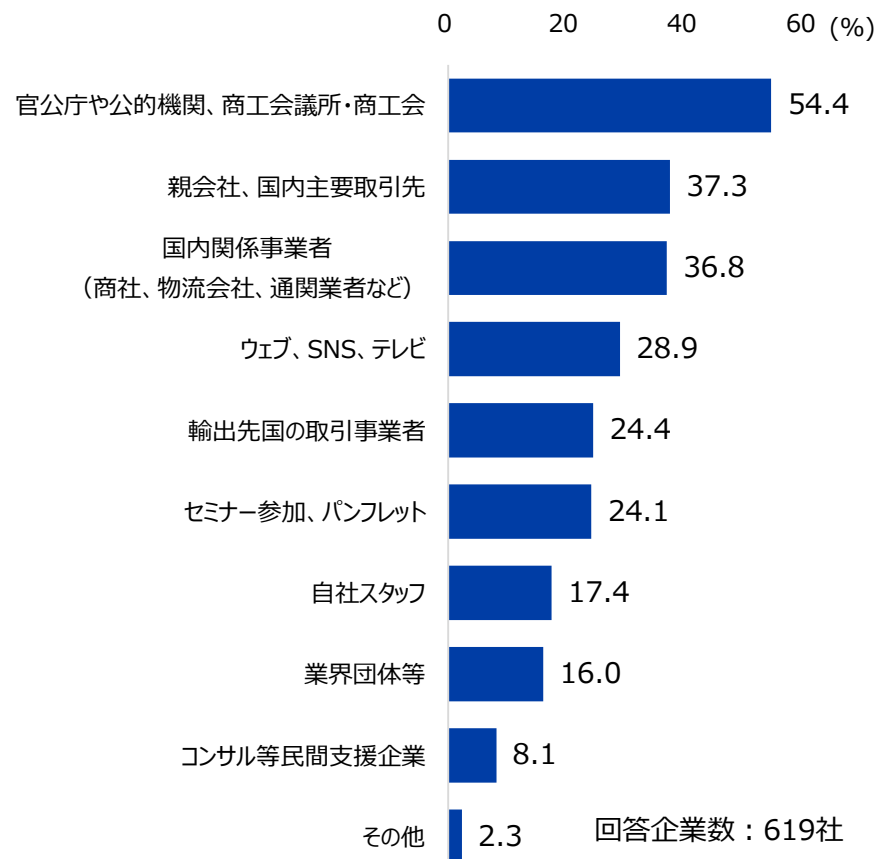


日米貿易協定による影響（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

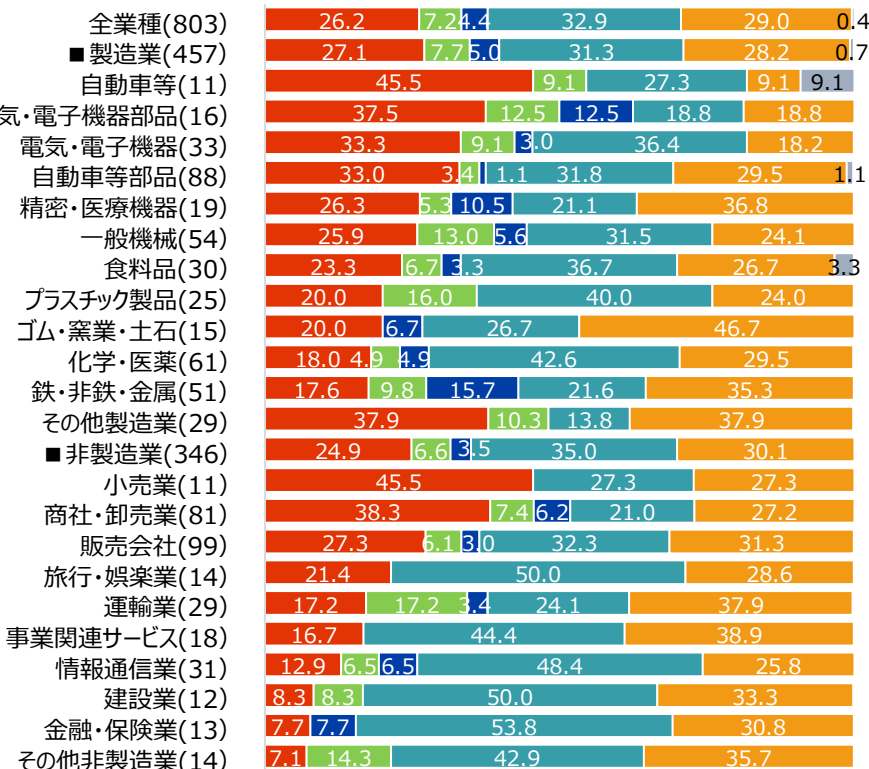
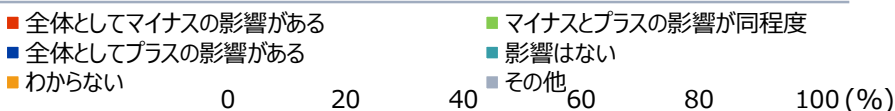
活用している情報収集先（複数回答）



7-1 | 通商環境の変化： 「全体としてマイナスの影響」は3割近く

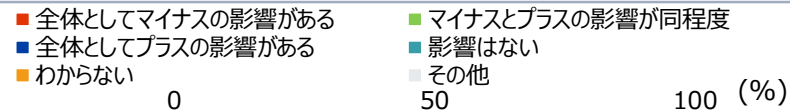
- **通商環境の変化が2021年の業績に与える影響**について、「影響はない」が32.9%、「わからない」は29.0%で、「全体としてマイナスの影響」は26.2%（前回36.3%）。前年と比べ「わからない」が13.1ポイント増えた一方、「全体としてマイナスの影響」は10.1ポイント減少。業種別にみると、「全体としてマイナスの影響」と回答した企業の割合は自動車等や小売業で4割台半ば（それぞれ45.5%）となった。

通商環境の変化が2021年の業績に与える影響（業種別）



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

通商環境の変化が業績に与える影響（前年比較）



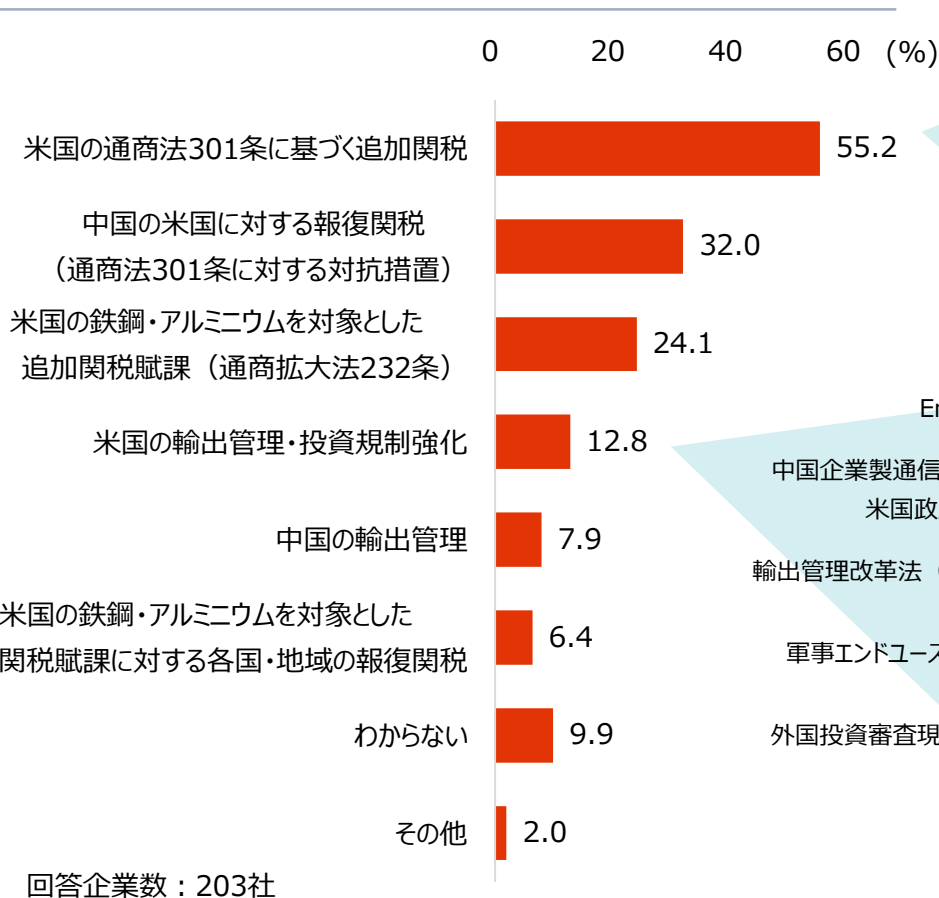
具体的なマイナスの影響（自由記述）

- 中国からの輸入品関税【自動車等部品】
- 関税影響を完全に価格転嫁できない【自動車等部品】
- 日本・中国からの鋼材・部材への追加関税負担大【一般機械】
- 規制強化による関税増や手続きの複雑化、顧客の投資抑制【販売会社】
- 一部米国外に輸出できなくなる製品がある【鉄・非鉄・金属】
- 中国への輸出管理強化による販売先の喪失【化学・医薬】
- 世界経済減速、投資・輸出鈍化【販売会社】
- 鉄鋼市況の高騰【自動車等部品】
- 部品供給の遅延【自動車等部品】
- 紙など資源物資の価格値上げ【紙・木製品・印刷】
- 中国による米国製航空機購入の減少【鉄道・運搬車両等】

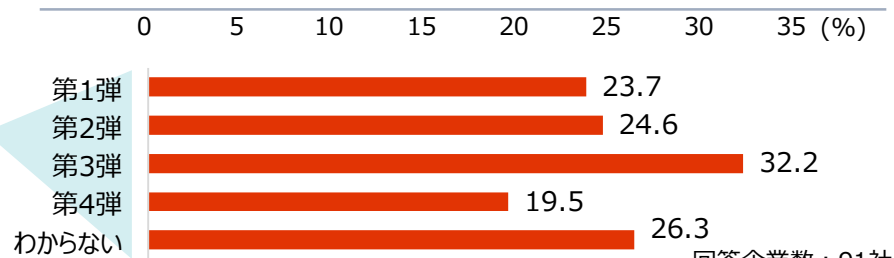
7-2 | 政策別の影響： マイナスの影響は「米国通商法301条」が5割台半ば

- **「全体としてマイナスの影響」と回答した企業では、影響を受ける政策として「米国の通商法301条に基づく追加関税」と回答した企業は55.2%（前回57.3%）で、「中国の米国に対する報復関税」は32.0%（前回28.5%）、「米国の鉄鋼・アルミニウムを対象とした追加関税賦課」は24.1%（前回24.4%）だった。米国通商法301条を弾別にみると、第3弾が32.2%で最も高く、第2弾（24.6%）、第1弾（23.7%）が続いた。**

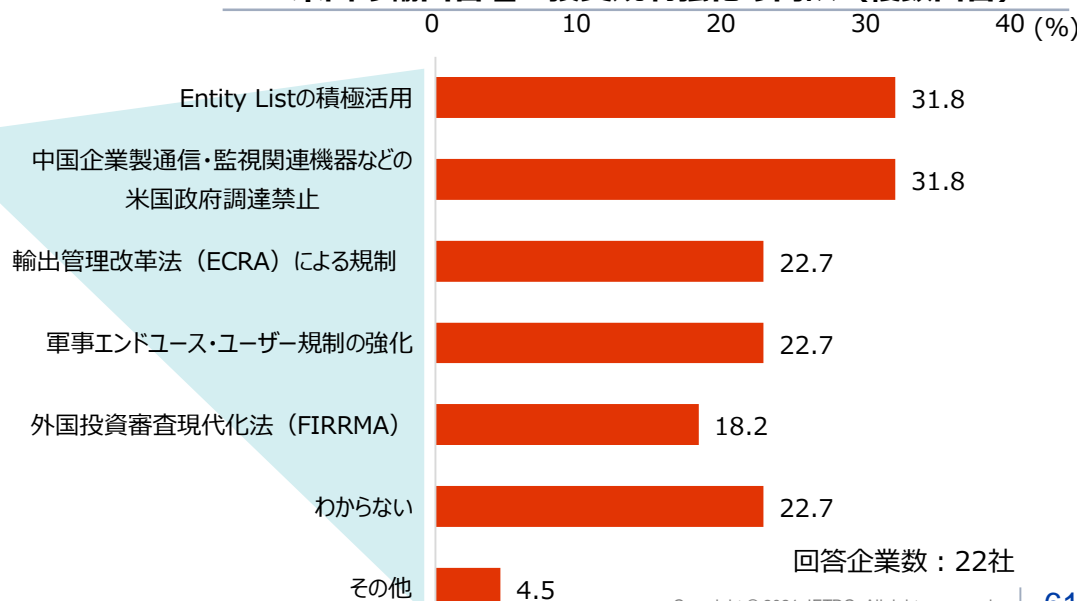
マイナスの影響を受ける具体的な政策（複数回答）



米国の通商法301条に基づく追加関税の内訳（複数回答）



米国の輸出管理・投資規制強化の内訳（複数回答）



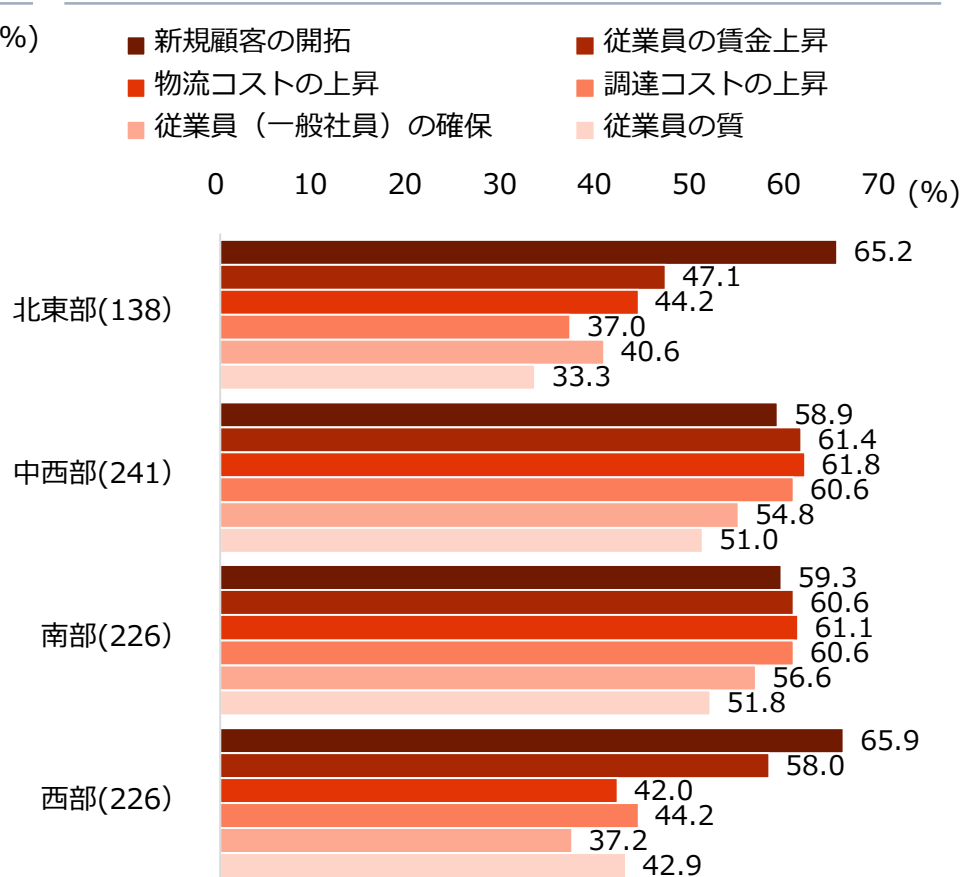
8-1 | 経営上の課題： 「新規顧客の開拓」「従業員の賃金上昇」が上位

- **経営上の課題**としては、「**新規顧客の開拓**」（62.0%）が最も多く、「**従業員の賃金上昇**」（57.9%）や「**物流コストの上昇**」（53.3%）、「**調達コストの上昇**」（52.2%）が5割超。業種別では、「**新規顧客の開拓**」は小売業（90.9%）、商社・卸売業（86.7%）などで高く、「**従業員の賃金上昇**」は繊維・衣服（85.7%）、自動車等部品（84.4%）、自動車等（81.8%）などで8割超。

経営上の課題（複数回答）



経営上の課題（地域別、複数回答）



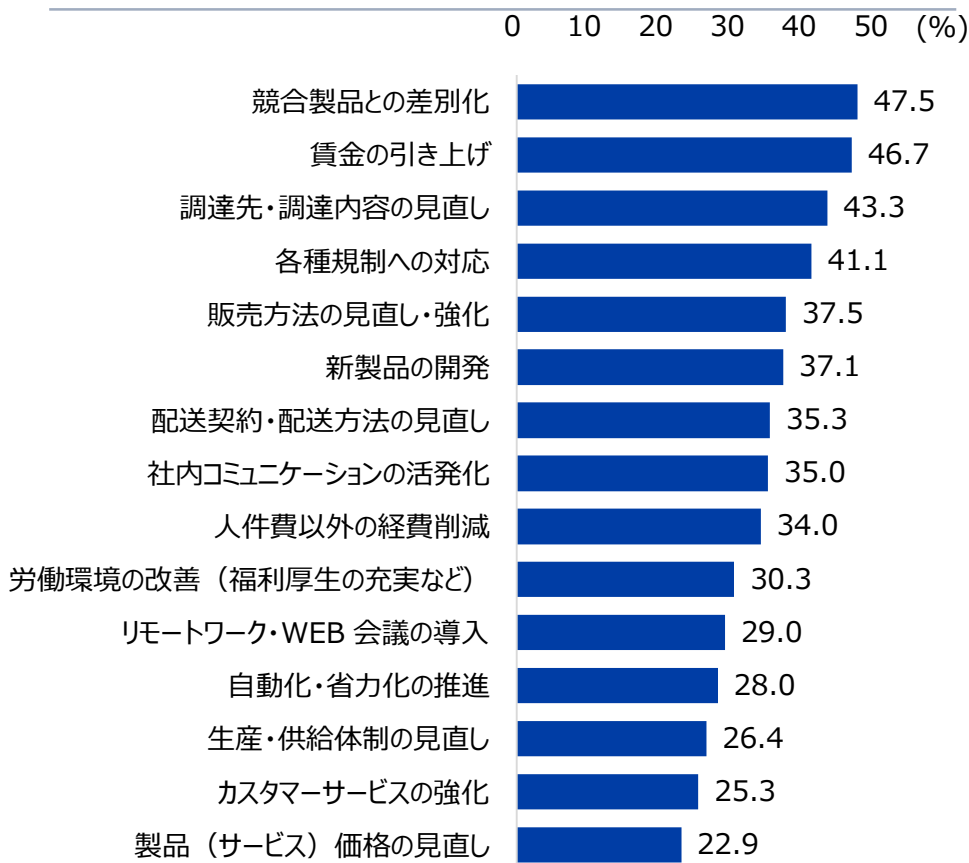
(注) 上位項目のみ掲載

回答企業数：831社

8-2 | 経営上の課題への対応： 「競合製品との差別化」「賃金の引き上げ」が上位

- **対応策**については「**競合製品との差別化**」（47.5%）や「**賃金の引き上げ**」（46.7%）が上位に。業種別では、「競合製品との差別化」は繊維・衣類（71.4%）と精密・医療機器（65.0%）、「賃金の引き上げ」は自動車等部品（77.3%）やゴム・窯業・土石（75.0%）、「調達先・調達内容の見直し」は建設業（75.0%）や繊維・衣服（71.4%）で高かった。

経営上の課題への対応策（複数回答）



（注）上位項目のみ掲載

回答企業数：811社

具体的な対応策（自由記述）

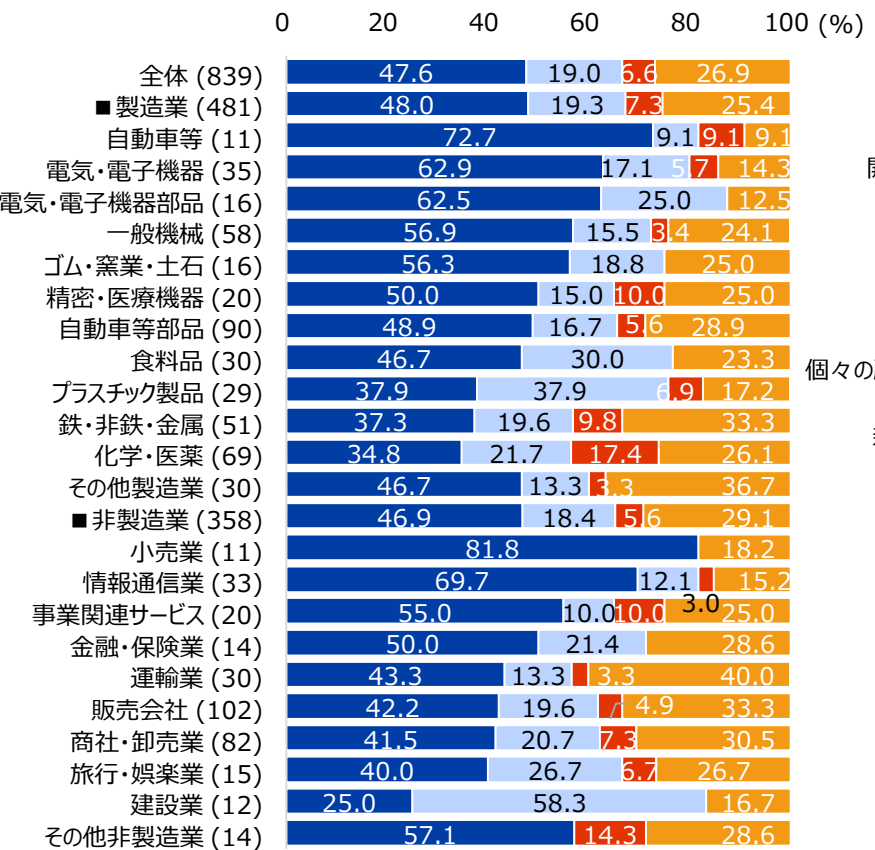
- 新規顧客開拓のため、マーケティング専門会社と契約し新しい手法を取り入れている【販売会社】
- 人材確保が難しくなってきたので臨時昇給や福利厚生の拡大を進めている【一般機械】
- 現地従業員の確保が喫緊の課題。結果的に賃金を上げることで対応するしかないのが現状【電気・電子機器部品】
- 人員不足、また賃金上昇対策として、ITを活用して業務の効率化、少人数化【自動車等部品】
- 製品の自社からの調達（現状約3割）から現地調達への切り替え【自動車等】
- 新製品の開発を加速し訴求力を高める【電気・電子機器】
- 物流に関してFTZの活用を検討中【化学・医薬】
- 輸入品に対する乙仲との連携【販売会社】
- 人件費以外の経費削減においては極力デジタル技術を使い活動費を抑えている【電気・電子機器】
- 優秀な追加人員が難しいため、ルーティン業務のデジタル化と自社への移転、移管を促進している【情報通信業】
- 需要増に対応するため、生産能力を強化し、供給量を増やすこと【食料品】

9-1 | デジタル関連技術の活用： 既に活用している企業は5割近く

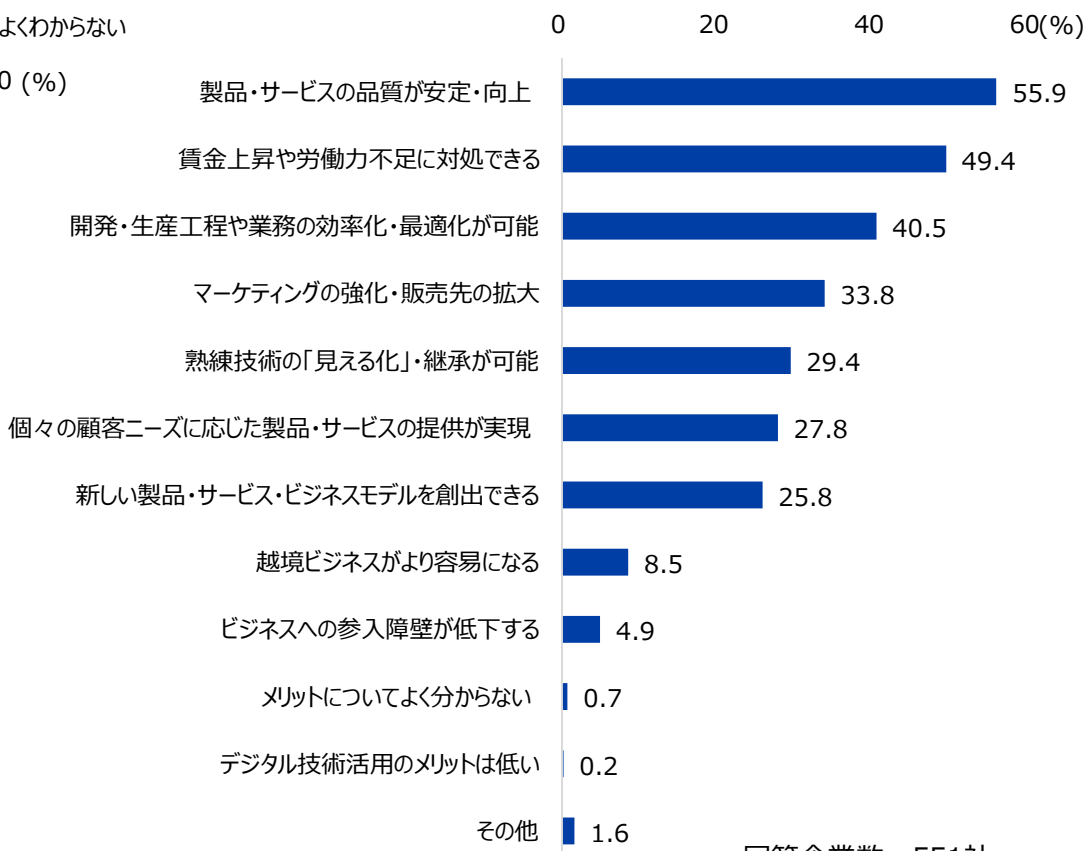
■ デジタル技術を既に活用している企業は5割近く（47.6%）。活用するメリットとしては、「製品・サービスの品質が安定・向上」が55.9%を占め、「賃金上昇や労働力不足に対処できる」（49.4%）、「開発・生産工程や業務の効率化・最適化が可能」（40.5%）が続いた。

デジタル技術の活用状況（業種別）

■ すでに活用している ■ 今後活用予定 ■ 活用する予定はない ■ 現時点ではよくわからない



デジタル技術を活用するメリット（複数回答）



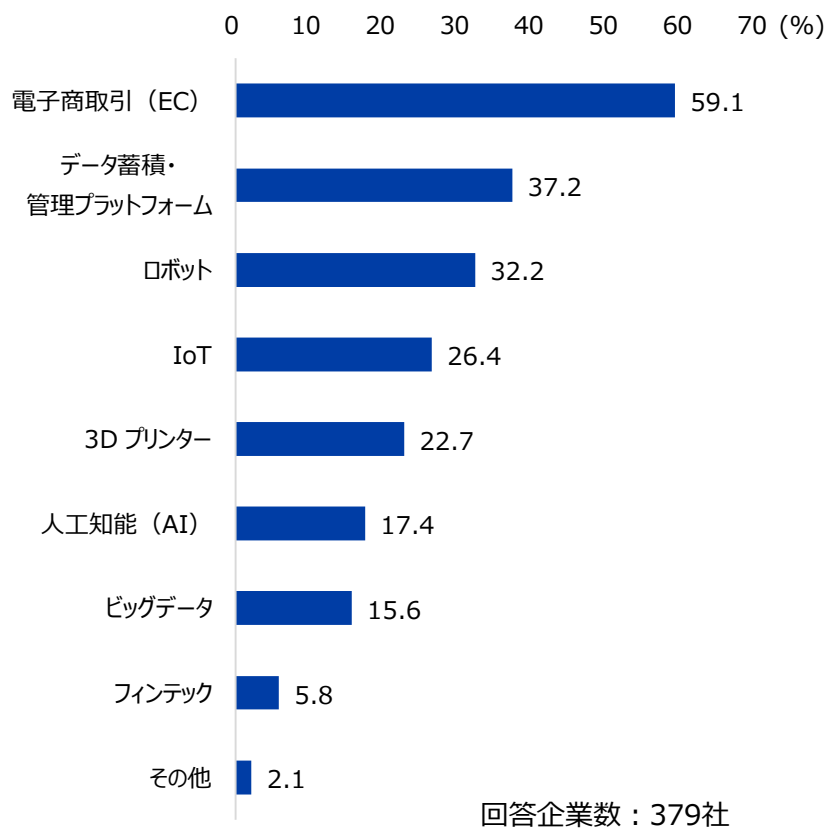
回答企業数：551社

(注) 有効回答数10社以上の業種のみ掲載。

9-2 | デジタル関連技術の活用： 活用している技術はECが6割弱

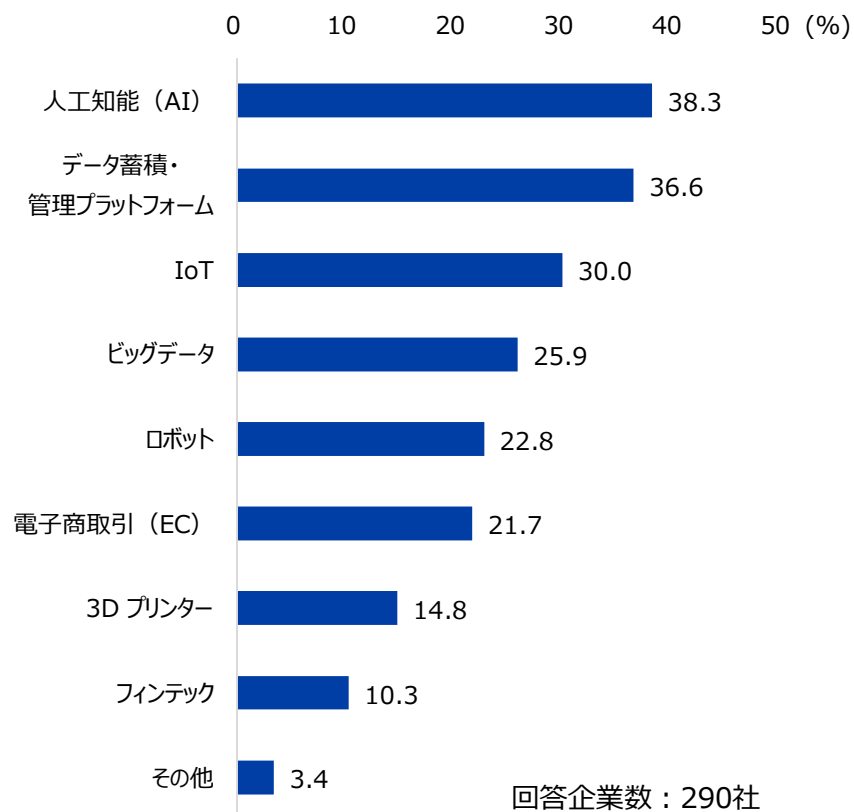
- 既に活用している技術については、「電子商取引（EC）」が**59.1%**、「データ蓄積・管理プラットフォーム」が**37.2%**、「ロボット」が**32.2%**となった。
- 活用を検討している技術は、「人工知能（AI）」が**38.3%**、「データ蓄積・管理プラットフォーム」が**36.6%**、「IoT」が**30.0%**となった。

既に活用している技術（複数回答）



(注) 上位項目のみ掲載

活用を検討している技術（複数回答）

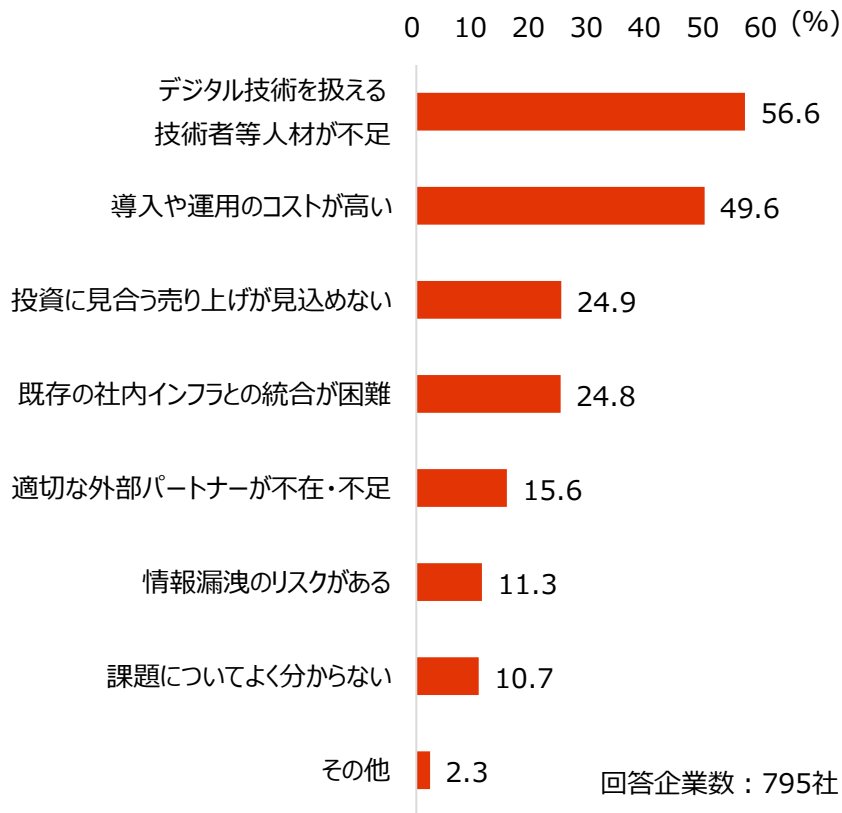


(注) 上位項目のみ掲載

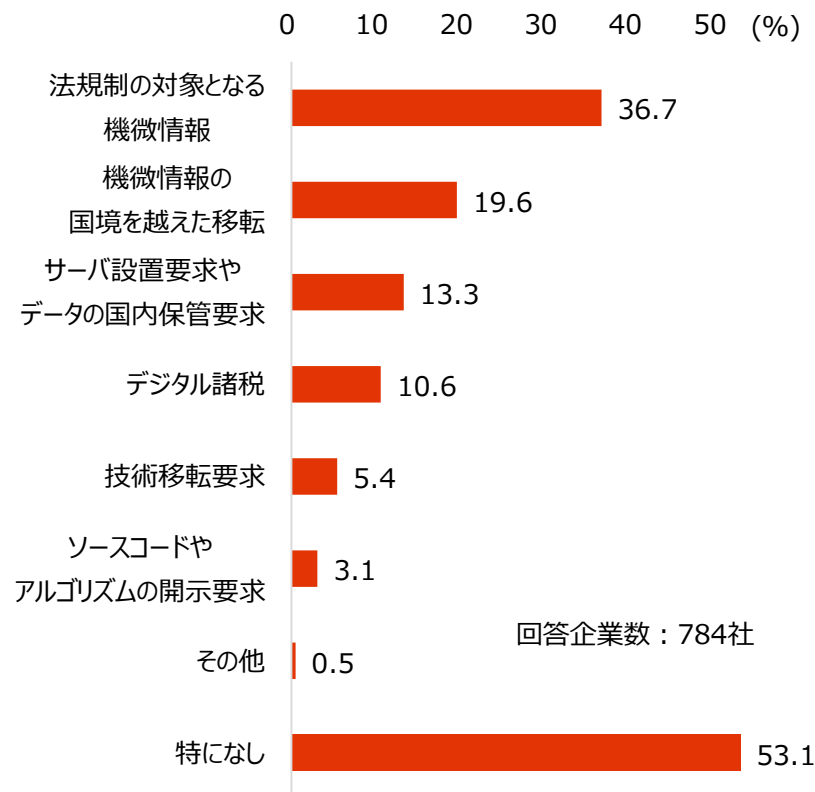
9-3 | デジタル関連技術の活用の課題： 技術者等人材不足や導入・運用コストが主要課題

- デジタル技術を活用する際の課題として、「技術者等人材が不足」が56.6%、「導入や運用のコストが高い」が49.6%で続いた。
- デジタル技術の利用にあたり関心を有している政策項目に関し、「法規制の対象となる機微情報」が4割近くを占めたが、「特になし」とする企業が5割強を占めた。

デジタル技術を活用する際の課題（複数回答）



デジタル技術の利用にあたり
関心を有している政策項目（複数回答）

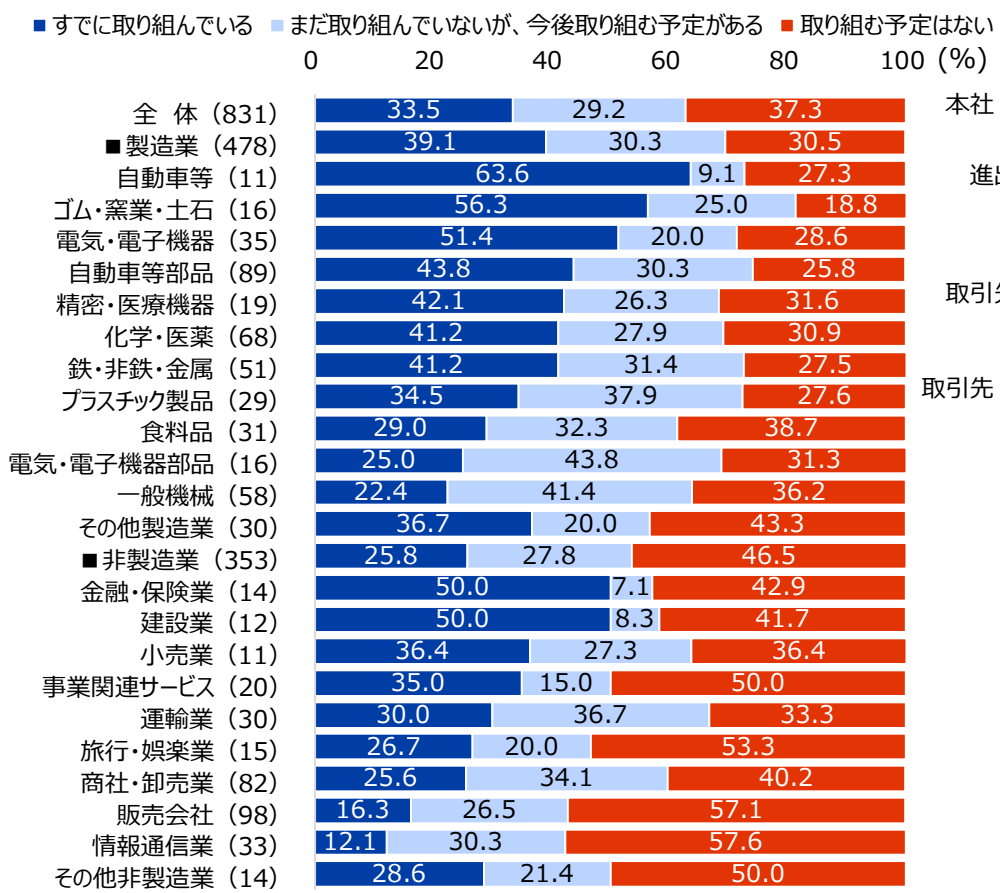


(注) 上位項目のみ掲載

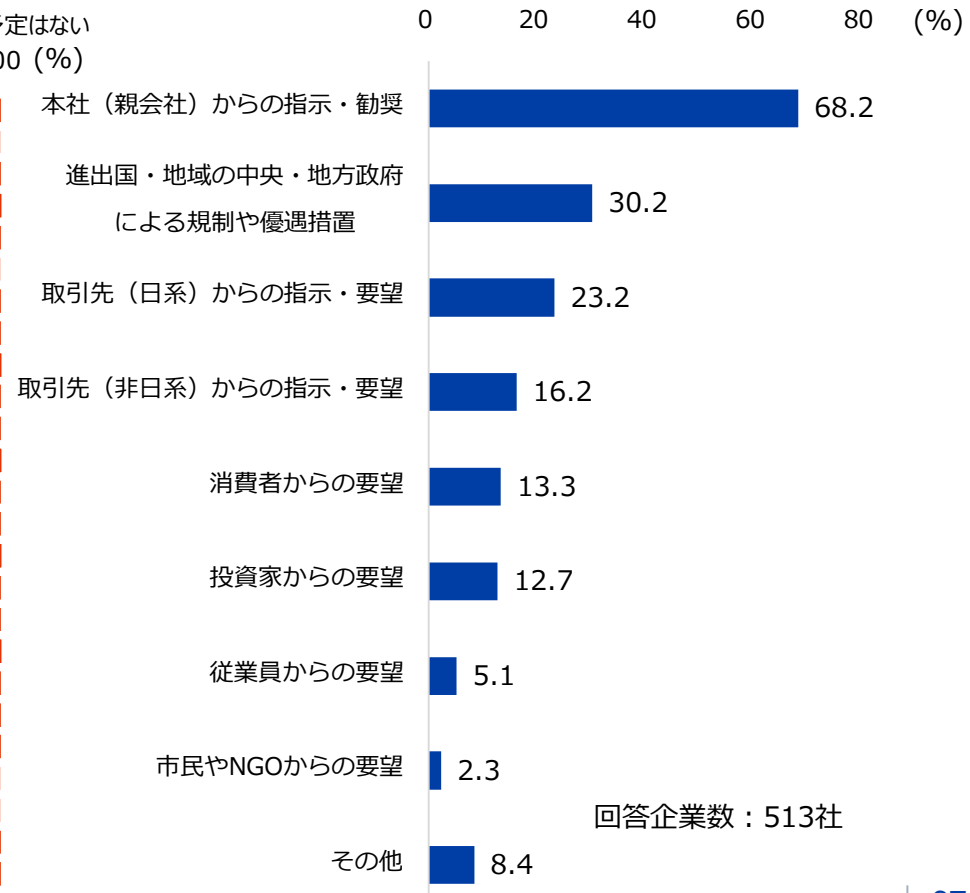
10-1 | 脱炭素化への取り組み状況： すでに取り組んでいる企業は3割強

- **脱炭素化に「すでに取り組んでいる」企業は33.5%だった。**同割合は大企業では53.6%だが、中小企業では22.5%にとどまった。「今後取り組む予定がある」は29.2%だった。
- **脱炭素化に取り組む理由**は、「**本社（親会社）からの指示・推奨**」が**68.2%**を占め、「**進出国・地域の中央・地方政府による規制や優遇措置**」が**30.2%**で続いた。

脱炭素化への取り組み状況（業種別）



脱炭素化に取り組む理由（複数回答）



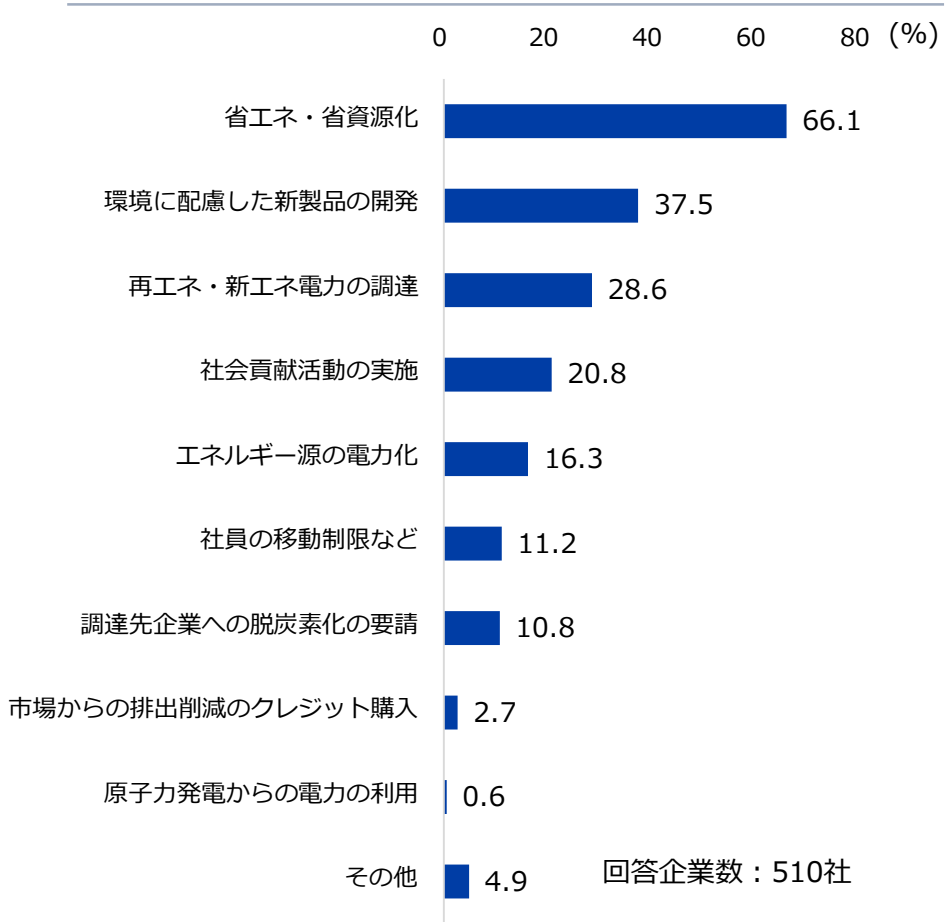
回答企業数：513社

(注) 有効回答数10社以上の業種のみ掲載。

10-2 | 脱炭素化の取り組み内容： 省エネ・省資源化が7割近く

- **脱炭素化の取り組み内容**は、「**省エネ・省資源化**」が**66.1%**と**最多**。「環境に配慮した新製品の開発」（37.5%）、「再エネ・新エネ電力の調達」（28.6%）が続いた。
- 具体的な取り組みでは、LEDライトやソーラーパネルの導入を進めている企業が多かった。一方、課題としてはコスト増が多く挙げられた。

脱炭素化の取り組み内容（複数回答）



具体的な取り組み（自由記述）

- LEDライトの全面導入【一般機械】
- ソーラー発電の設置により 生産に必要な電力の40~50%を再生電力にてカバー【化学・医薬】
- 生産用資材や調味料の変更、サステナブルな原料の調達、代替原料による新商品の開発【食料品】
- 全グループ会社でペットボトルや使い捨てプラスチック製品の使用禁止、全社有車をハイブリッド車に変更【販売会社】
- 再生エネルギー発電事業への投資【金融・保険業】
- 本社に気候変動対策推進委員会を設置し、カーボンニュートラル・リサイクル推進・アルミ化推進【鉄・非鉄・金属】

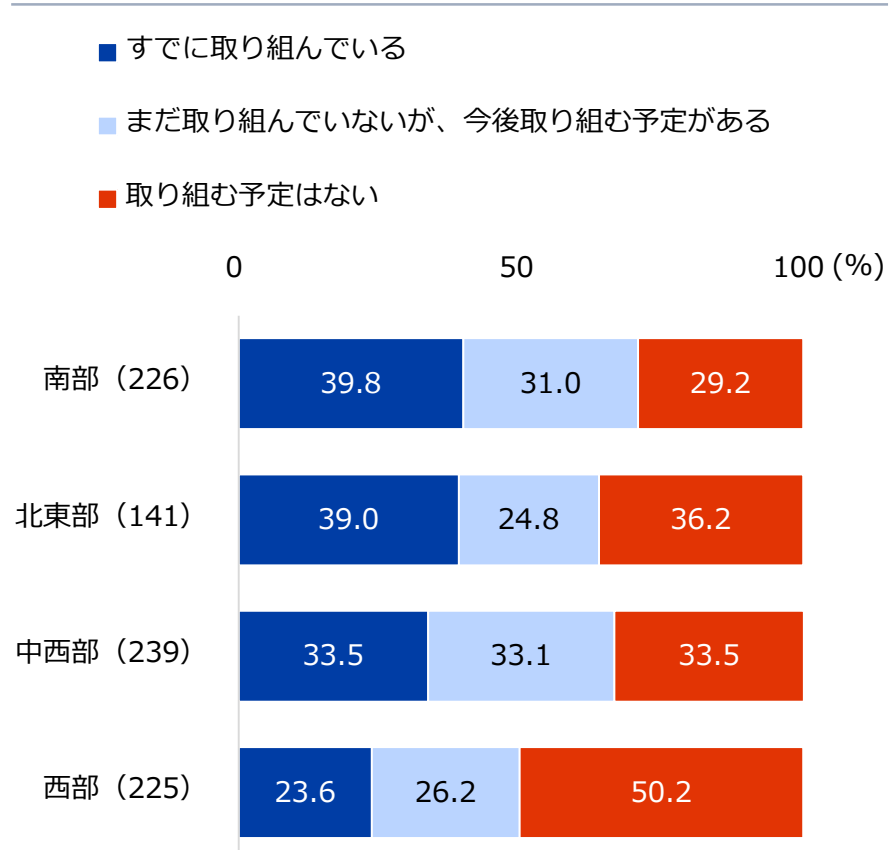
脱炭素化の取り組みへの課題（自由記述）

- 推進できる現地の人材不足、能力不足【自動車等部品】
- 再エネ由来の電力調達をどう進めるのかが課題【その他製造業】
- サプライソースの中国、インド企業に脱炭素化を要請することのハードルは高い【化学・医薬】
- 従来の原材料と同等のコストの脱炭素原材料を見つけることが課題【化学・医薬】
- 脱炭素の取り組みを全従業員に周知し、納得してもらうことが当面の課題【電気・電子機器部品】
- 再エネ調達に伴うコスト増、投資増吸収が難しい【自動車等】

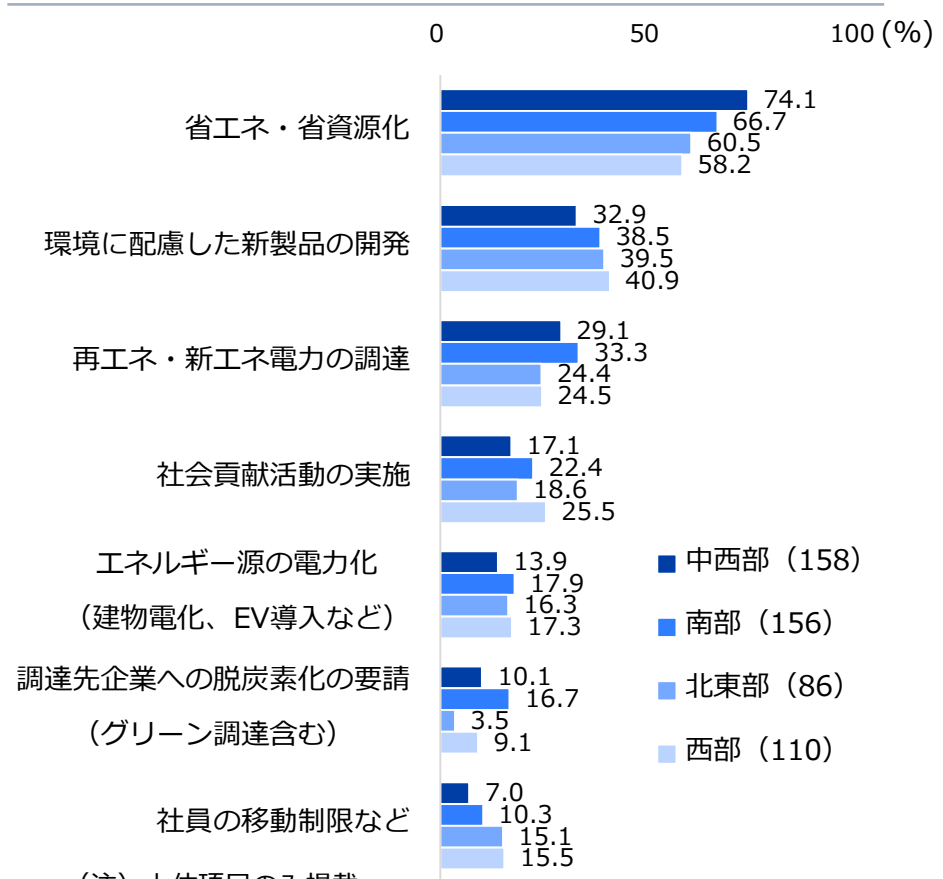
10-3 | 脱炭素化への取り組み状況（地域別）： 南部、北東部で取り組んでいる企業が4割

- **脱炭素化への取り組み状況を地域別にみると、すでに取り組んでいる企業は南部（39.8%）と北東部（39.0%）で4割弱**となった。一方、**西部では「取り組む予定はない」企業が半数**となった。
- 取り組み内容をみると、「省エネ・省資源化」は中西部（74.1%）、「環境に配慮した新製品の開発」は西部（40.9%）、「再エネ・新エネ電力の調達」は南部（33.3%）で高かった。

脱炭素化への取り組み状況（地域別）



脱炭素化の取り組み内容（地域別、複数回答）

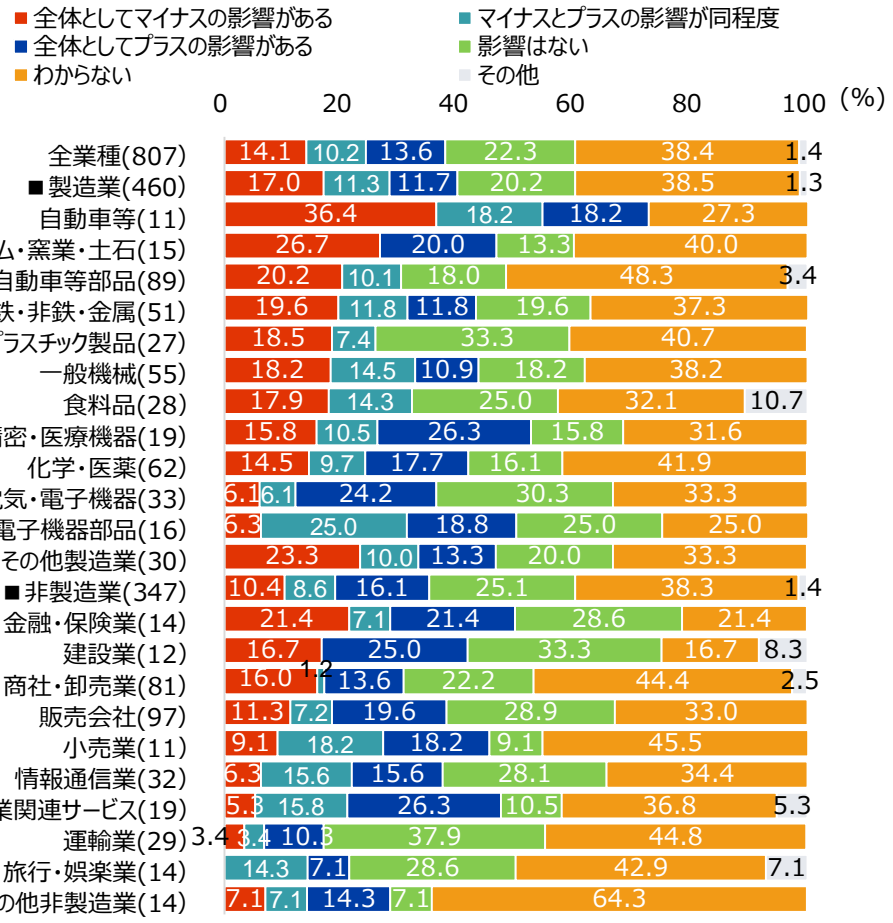


(注) 上位項目のみ掲載

11-1 | バイデン政権の政策： 「分からない」が4割近くを占める

- **バイデン政権の政策がビジネス活動に与える影響**は、「**分からない**」が**38.4%**を占め、「**影響はない**」は22.3%、「**全体としてマイナスの影響**」(14.1%)と「**全体としてプラスの影響**」(13.6%)は1割台。
- 業種別では「**全体としてマイナスの影響**」は**自動車等**(36.4%)や**ゴム・窯業・土石**(26.7%)で高い。「**全体としてプラスの影響**」は、**精密・医療機器**(26.3%)や**事業関連サービス**(26.3%)で高い。

バイデン政権の政策がビジネス活動に与える影響 (業種別)



(注) 有効回答10社以上の業種のみ掲載。

マイナスの影響 (自由記述)

- 自動車の電動化【自動車等部品】
- 税率の増加、従業員職場復帰の足かせ政策、中国等調達網および物流網混乱への予防策が足りない【鉄・非鉄・金属】
- 過度な給付金のため人が集まらない【プラスチック製品】
- 輸出規制が厳しくなった【鉄・非鉄・金属】
- 法人税率の上昇が見込まれる【化学・医薬】
- 国民への補助資金支給の結果、労働力不足。労働力不足を背景とした物価上昇【食料品】
- 環境・労働基準強化への対応【自動車等部品】
- メディケアなどの拡大による医療機関の財政圧迫【精密・医療機器】

プラスの影響 (自由記述)

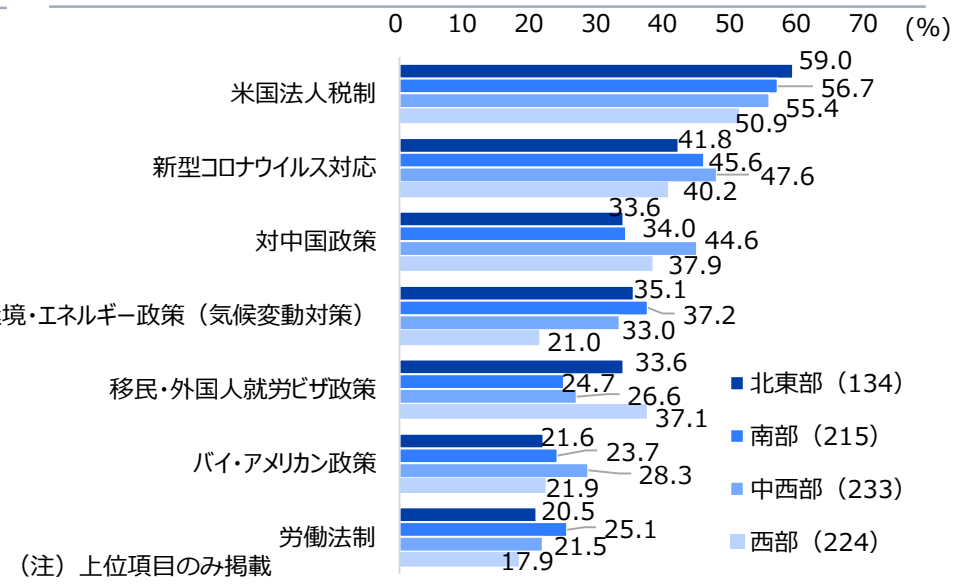
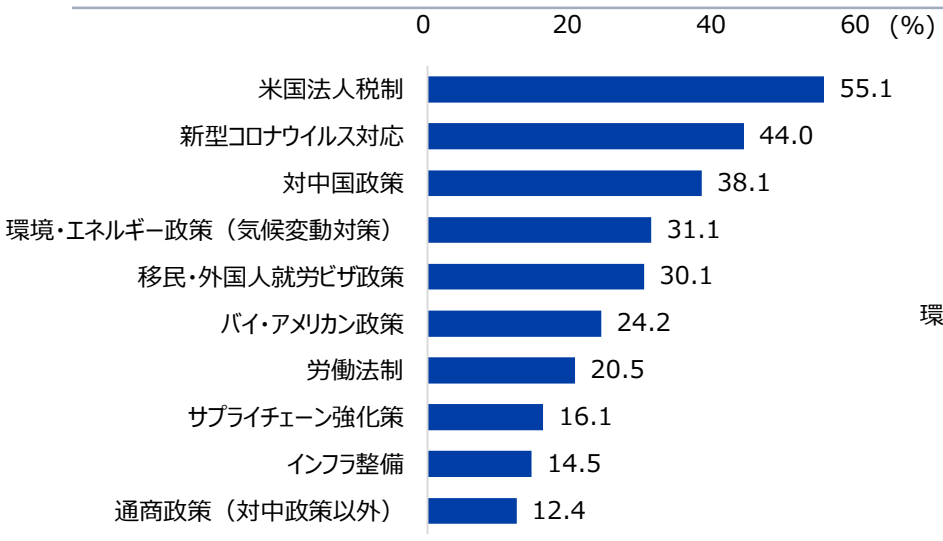
- 医療分野および半導体製造分野への景気刺激策【精密・医療機器】
- 米国の消費経済の改善【販売会社】
- クリーンエネルギー投資関連でビジネスチャンスあり【一般機械】
- ビザ取得再開となったため、日本人駐在員の増員【その他製造業】
- インフラ投資による建産業需要増【販売会社】
- GHG排出削減政策による、省エネ船および新燃料船への関心向上【運輸業】

11-2 | 政策分野： 経営に影響を与える政策は米国法人税制が5割台半ば

- **経営に影響を与えるバイデン政策の政策分野**は、「**米国法人税制**」が**55.1%**を占め、「**新型コロナ対応**」（44.0%）、「**対中国政策**」（38.1%）、「**環境・エネルギー政策**」（31.1%）が続いた。
- **地域別**では「**米国法人税制**」は**北東部で6割弱**（59.0%）、「**新型コロナ対応**」と「**対中国政策**」は**中西部で4割台**（それぞれ47.6%、44.6%）と高かった。

経営に影響を与えるバイデン政権の政策分野（複数回答）

経営に影響を与えるバイデン政権の政策分野（地域別、複数回答）



(注) 上位項目のみ掲載 回答企業数：806社

(注) 上位項目のみ掲載

対応策、取り組み（自由記述）

- コロナ陽性者が出ない・抑制するよう会社や一人ひとりの意識を高める制度や職場環境拡充。サプライチェーンや物流手配網の見直し【鉄・非鉄・金属】
- 経済安保、貿易管理規制については、日本親会社に専任部門を設立し対応している【事業関連サービス】
- 中国以外の仕入れ先開拓【化学・医薬】
- 中国からの供給を変更または軽減するための再モデリング【電気・電子機器】
- 環境規制に対応した製品開発【販売会社】
- 賃金を上げ、労働者確保【食料品】
- USMCAへの準拠【自動車等部品】
- 国内サプライチェーン強化を見込み、物流施設への投資を検討【運輸業】
- 情報の注視とそれに基づいた、本社との連携【電気・電子機器】
- 業界団体を通じたロビー活動【精密・医療機器】

JETRO

カナダ編 (第32回調査)



本年度調査の実施概要

調査目的

カナダに進出する日系企業の経営状況、現地でのビジネス環境の変化などについて把握し、日本企業の海外事業戦略立案や関係機関の施策立案に資することを目的とする。

実施時期

2021年9月8～28日

有効回答率

70.2%

(回答企業数 127社/181社)

調査対象

在カナダ日系企業（製造業・非製造業）のうち、直接出資および間接出資を含めて、日本の親会社の出資比率が10%以上の企業、日本企業の支店が対象。

備考

本調査は1989年より実施しており、今回は32回目となる（2004年は実施せず）。今回より日本企業の支店を調査対象に追加。

回答企業数の業種別・地域別内訳

(単位：社、%)

			企業数	構成比	
全業種			127	100	
業種別					
製造業	企業数	構成比	非製造業	企業数	構成比
自動車等部品	11	8.7	販売会社	21	16.5
一般機械	8	6.3	商社・卸売業	17	13.4
鉄・非鉄・金属	6	4.7	運輸業	9	7.1
食料品	5	3.9	旅行・娯楽業	8	6.3
精密・医療機器	5	3.9	鉱業・エネルギー	5	3.9
自動車等	4	3.1	情報通信業	5	3.9
プラスチック製品	3	2.4	金融・保険業	3	2.4
電気・電子機器	3	2.4	小売業	2	1.6
ゴム・窯業・土石	2	1.6	不動産・賃貸業	1	0.8
鉄道・運搬車両等部品	2	1.6	教育・医療	1	0.8
化学・医薬	1	0.8	その他非製造業	1	0.8
その他製造業	4	3.1			
製造業計	54	42.5	非製造業計	73	57.5

(注1) 調査結果の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100とはならない。

(注2) アンケートに回答した企業が、各設問すべてに回答したわけではない。回答比率は、各設問の回答者数を基数として算出した。

(注3) 次ページ以降の図表中、特に記載のない場合、()内数値は回答企業数を示す。

(注4) 各選択肢の回答企業数の分母が一定数に満たない業種や選択肢は対象から外した。

回答企業および主要工場の内訳、設立年、拠点数、工場数

回答企業および主要工場の所在州内訳

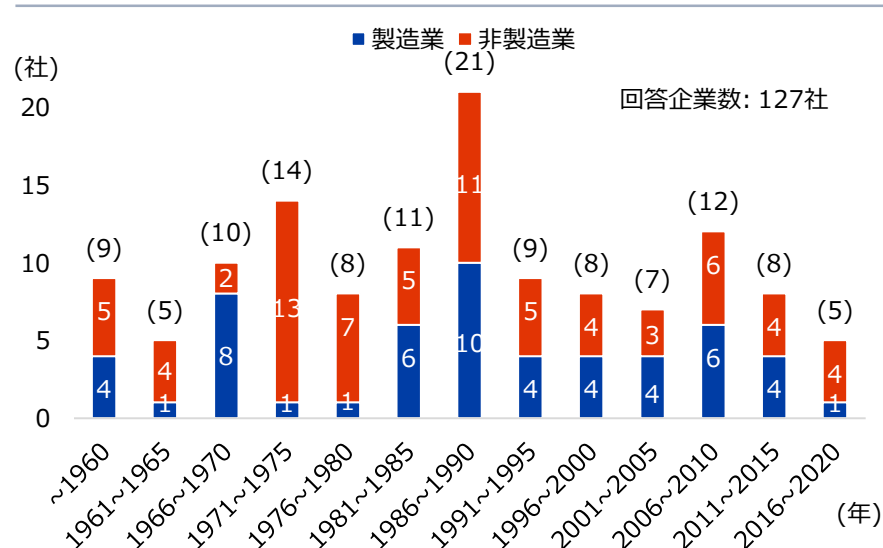
回答企業数	回答企業の所在州			主要工場の所在州
	製造業	非製造業	全業種	全業種
回答企業数	127			44
州	製造業	非製造業	全業種	全業種
オンタリオ	44	37	81	43
ブリティッシュ・コロンビア	4	25	29	9
アルバータ	1	6	7	4
ケベック	3	5	8	7
マニトバ	1	0	1	0
サスカチュワン	1	0	1	4
計	54	73	127	67

(注) 主要工場は1企業につき最大4力所までの回答を集計。

回答企業の拠点数の内訳

回答企業数	104			拠点数 総計
	企業数(社)			
拠点数	製造業	非製造業	全業種	
拠点なし	1	0	1	0
1	26	27	53	53
2	14	11	25	50
3	5	6	11	33
4	0	3	3	12
5	2	3	5	25
6~10	0	3	3	23
11以上	0	3	3	52
計	48	56	104	248

回答企業の設立年



(注) () は全業種（製造業と非製造業を合わせた）回答企業数を示す。

回答企業の工場数の内訳

回答企業数	73			工場数 総計
	企業数(社)			
工場数	製造業	非製造業	全業種	
工場なし	6	27	33	0
1	29	1	30	30
2	6	1	7	14
3以上	1	2	3	12
計	42	31	73	56

従業員数・日本からの派遣者数： 1社あたりの中央値はそれぞれ65人、2人

- 回答企業127社の総従業員数は5万8,611人で、**1社あたり従業員数の平均値は461.5人、中央値は65人**。産業別で見ると、製造業の中央値は129.5人、非製造業の中央値は30人。
- 日本からの総派遣者（駐在員）数は409人で、**1社当たり派遣者数の平均値は3.2人、中央値は2人**。産業別で見ると、製造業の中央値は2人で、非製造業の中央値は1人。

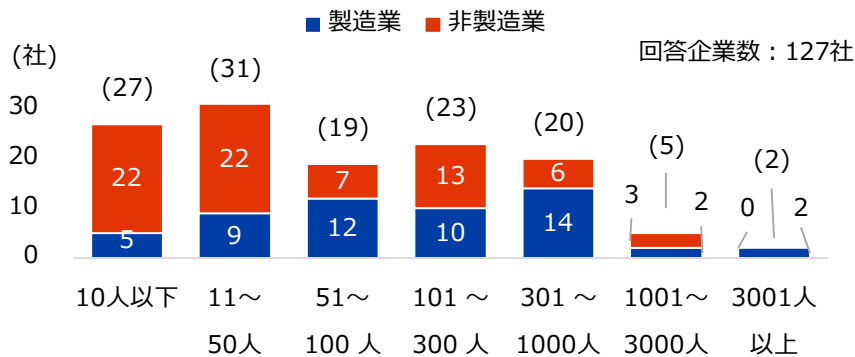
従業員数の平均値と中央値（単位：人）

	総従業員数	平均値	中央値
全業種(127)	58,611	461.5	65
製造業(54)	45,147	836.1	129.5
非製造業(73)	13,464	184.4	30

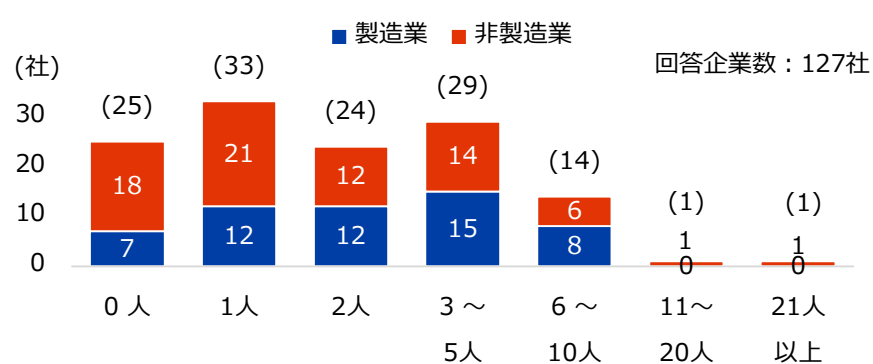
日本からの派遣者数の平均値と中央値（単位：人）

	総派遣者数	平均値	中央値
全業種(127)	409	3.2	2
製造業(54)	151	2.8	2
非製造業(73)	258	3.5	1

産業別の従業員数内訳



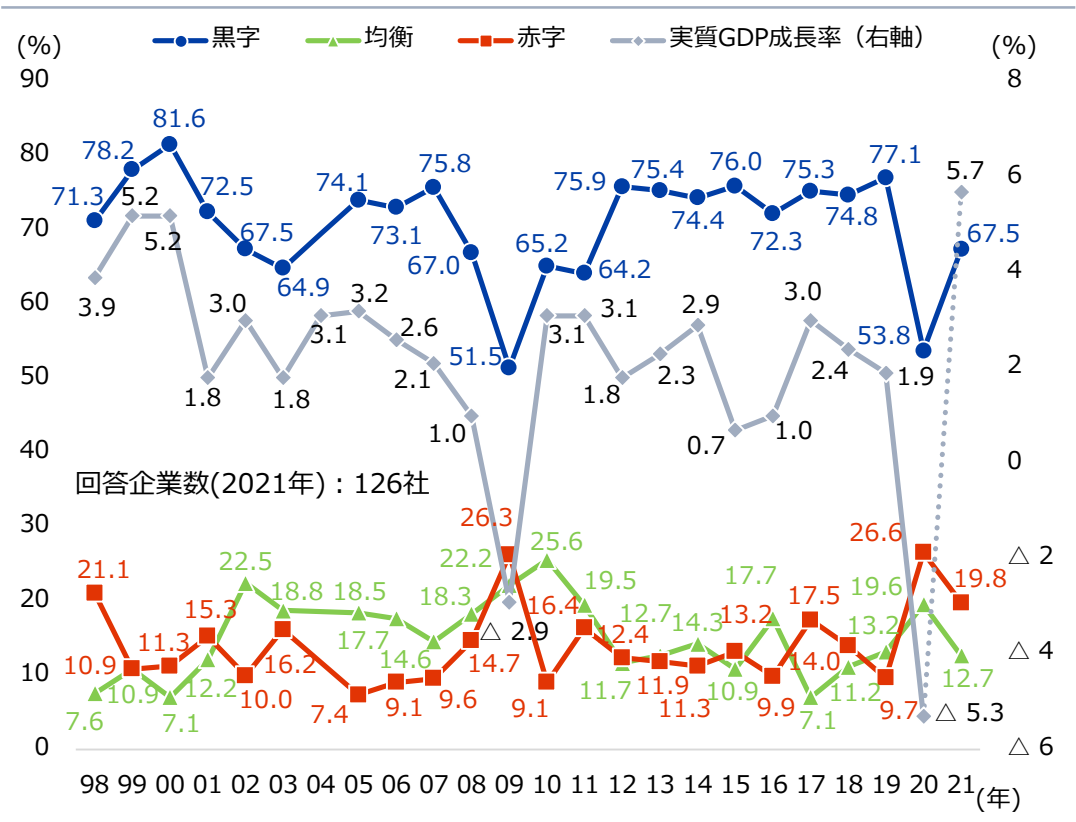
産業別の日本からの派遣者数内訳



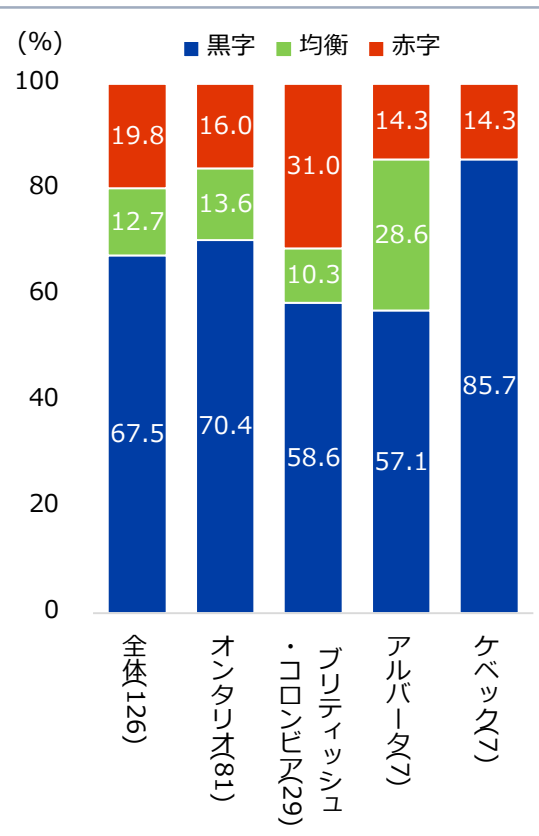
1-1 | 2021年営業利益見込み： 黒字見込みは7割近くと大きく改善

- **2021年に営業利益の黒字を見込む企業は67.5%**で、前年（53.8%）から13.7ポイント上昇。新型コロナ禍からの回復がみられるも、70%台で推移した2010年代と比較すると、さらなる回復が望まれる。
- 地域別では、ケベック州の黒字見込みが85.7%と最も高かった。

営業利益見込みとカナダの実質GDP成長率



2021年の営業利益見込み (地域別)

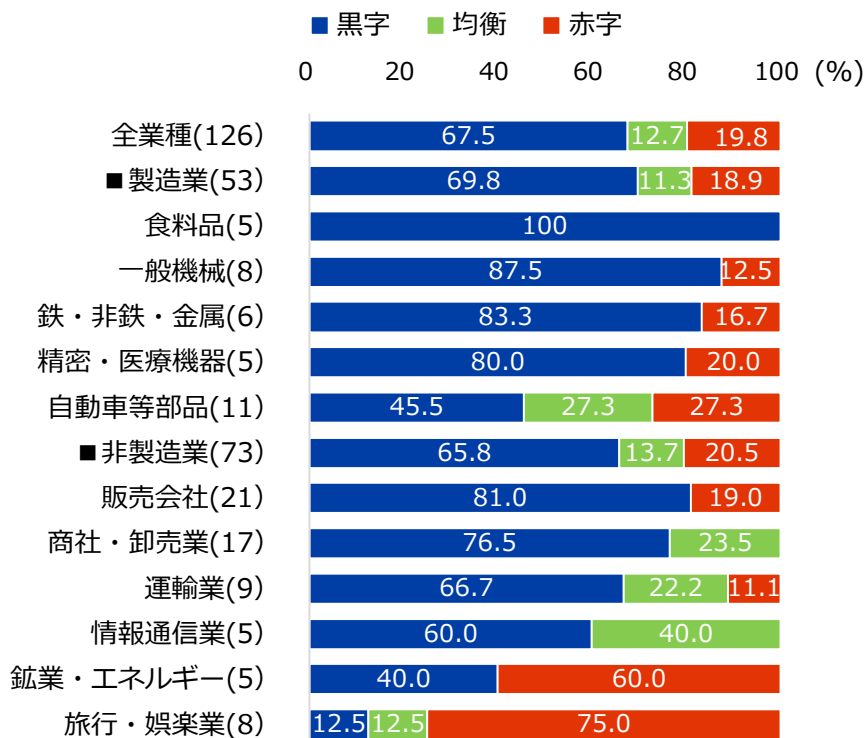


(注) 2021年の実質GDP成長率はIMFによる予測値（2021年10月）。2004年は調査を実施せず。

1-2 | 2021年営業利益見込み（業種別）： 食料品、一般機械、鉄・非鉄・金属などが好調

- **2021年の業種別黒字見込み**は、**食料品**（100%）、**一般機械**（87.5%）、**鉄・非鉄・金属**（83.3%）などで高かった。
- 一方、**赤字見込み**は**旅行・娯楽業**（75.0%）、**鉱業・エネルギー**（60.0%）で高かった。

2021年の営業利益見込み（業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

営業利益黒字見込みに影響した要因（自由記述）

- 従来より黒字営業を維持。ヘルスケアのため新型コロナ禍でも最低限の黒字利益は確保【精密・医療機器】
- 海外渡航の代替として国内での消費増に加え、米国からの観光客および海外からの観光客の増加【旅行・娯楽業】
- 新型コロナ禍により各家庭の支出が家庭内消費に向けられ、ステイケーション需要によって市場が活性化【販売会社】

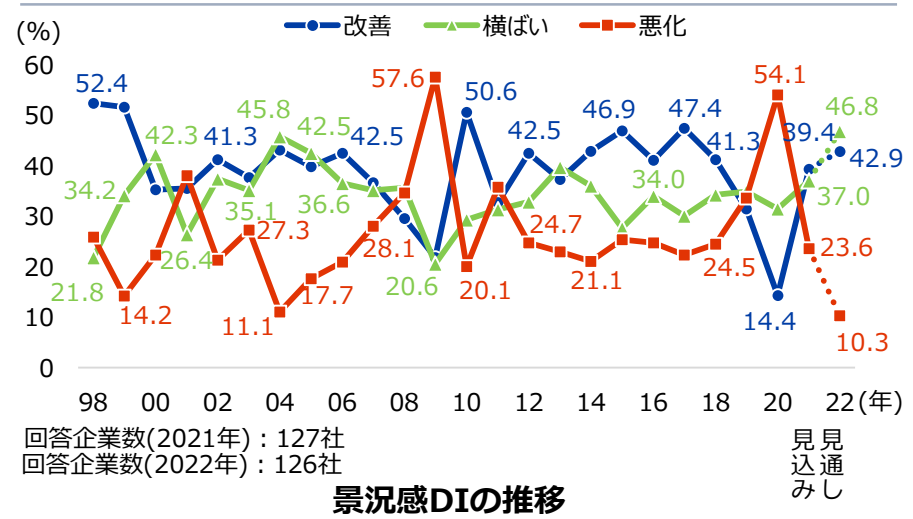
営業利益赤字見込みに影響した要因（自由記述）

- 新型コロナ禍による半導体不足による顧客先生産減、材料費・輸送費高騰によるコスト増【自動車等部品】
- 新型コロナ禍による従業員の離職に伴うマンパワー不足と、マンパワー不足解消のために急ぎよ採用した新規雇用従業員のスキル不足【鉄・非鉄・金属】
- コロナ禍による旅行客、ダウンタウンのビジネスパーソン減【販売会社】
- 競争激化による電力向け製品の営業利益減および新型コロナ禍によるサプライチェーンの乱れと、半導体不足による自動車向け販売の低調【販売会社】
- 他産地（豪州、黒海）の穀物が豊作により、カナダ産穀物に価格競争力がなく輸出需要がない【販売会社】

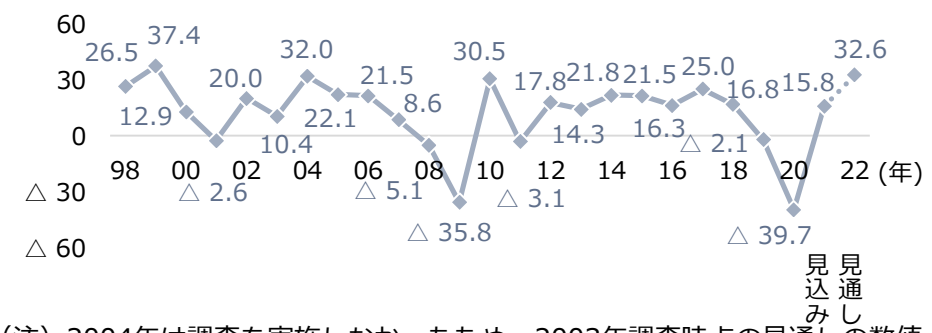
1-3 | 景況感DI : 景況感は15.8と大幅に改善、2022年も上向き

- **2021年の景況感を示すDI**（改善－悪化）は15.8で、**前年（△39.7）から大幅に改善**。**営業利益の改善理由**としては、「**現地市場での売り上げ増加**」（78.0%）が最も多かった。
- 2022年の見通しは上向きであるものの、営業利益を横ばい（46.8%）と見込む割合も高い。

前年と比較した営業利益の変化

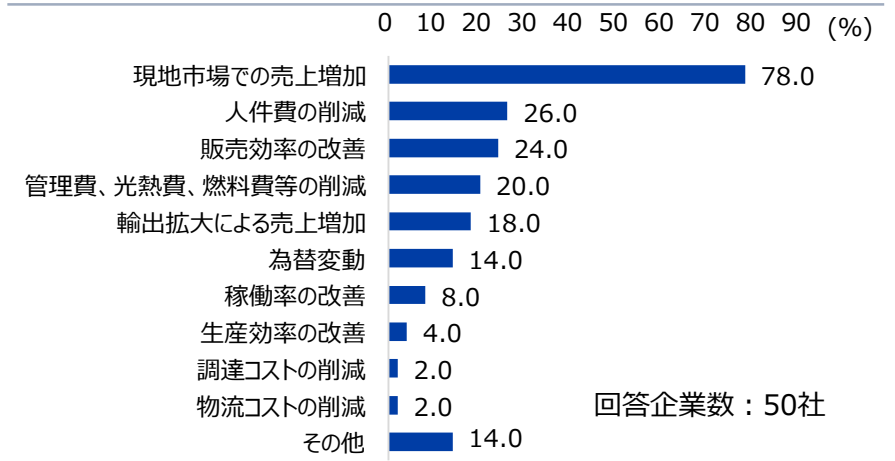


景況感DIの推移

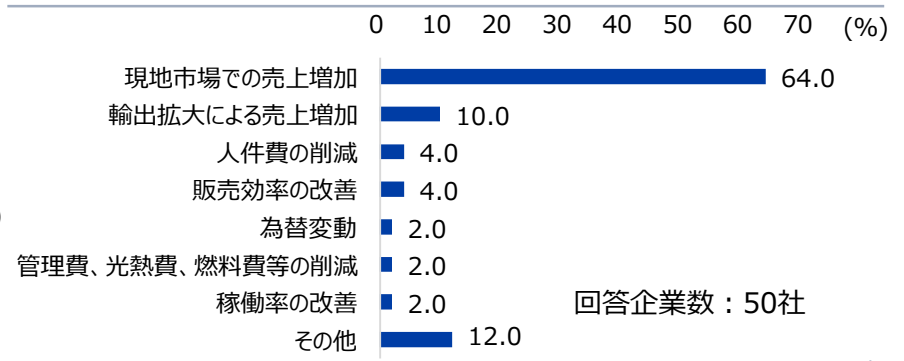


(注) 2004年は調査を実施しなかったため、2003年調査時点の見通しの数値。

2021年の営業利益が改善する理由（複数回答）



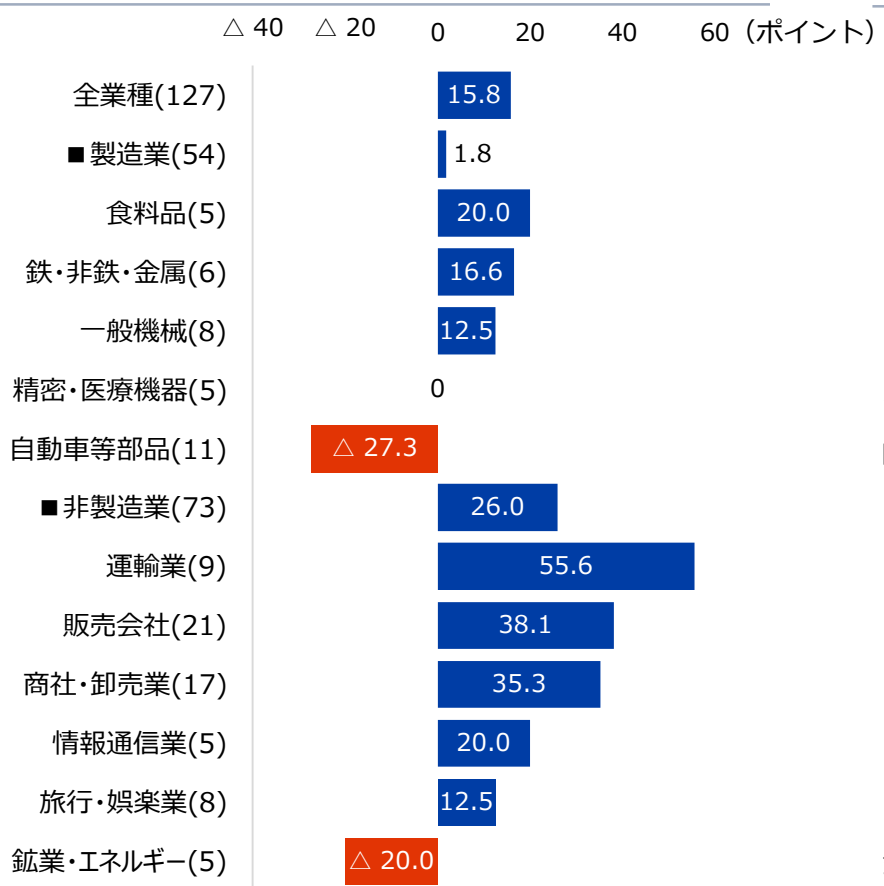
2021年の営業利益が改善する理由（主因）



1-4 | 景況感DI（業種別）： 2022年はほとんどの業種で改善へ

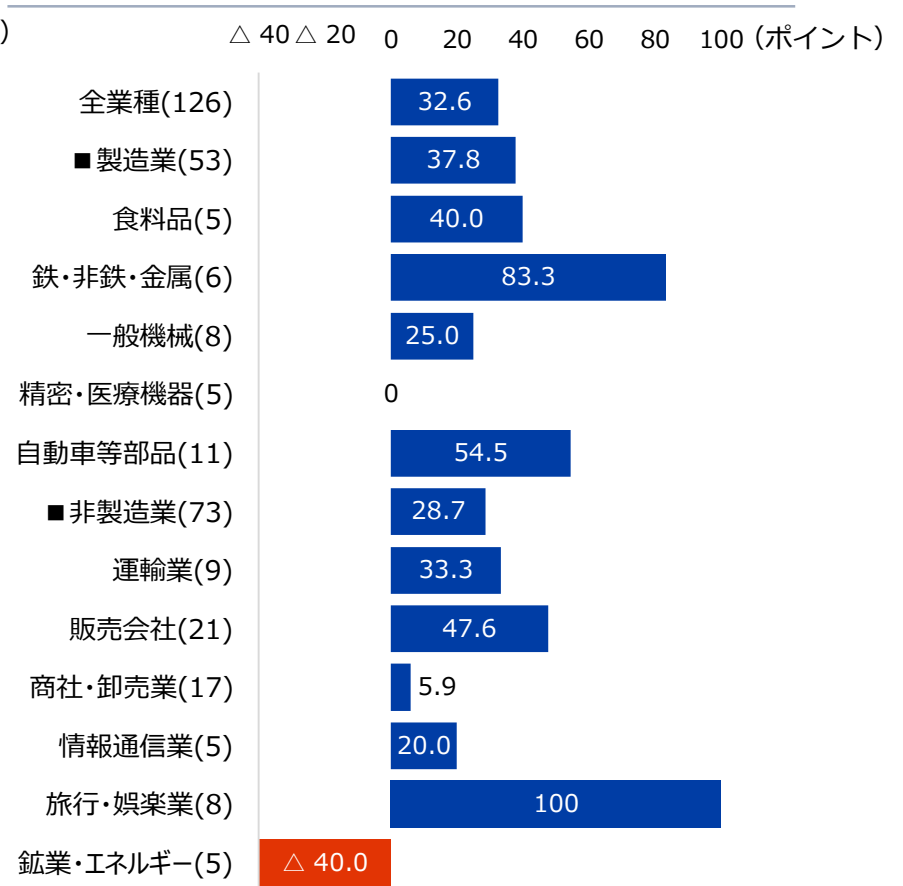
- **2022年の業種別DI**は運輸業や商社・卸売業などを除き、**ほとんどの業種で2021年を上回る見込み**。
- 一方、**鉱業・エネルギー**は2021年に引き続き**マイナス**となり、**マイナス幅も大きく**なる見込み。

2021年の主な業種別の景況感DI（業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

2022年の主な業種別の景況感DI（業種別）

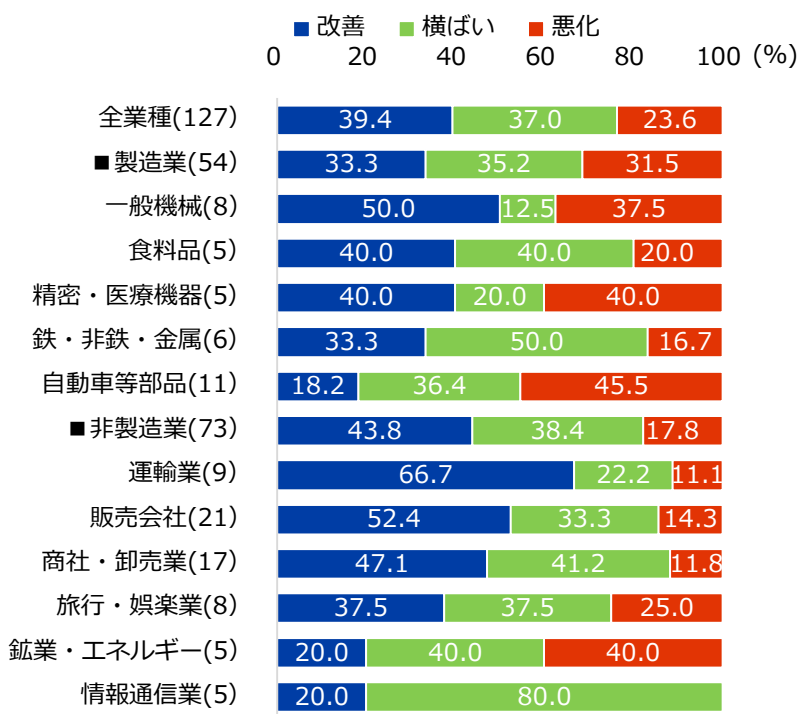


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

1-5 | 対2019年（新型コロナ禍前）比： 営業見込みの「悪化」が増加

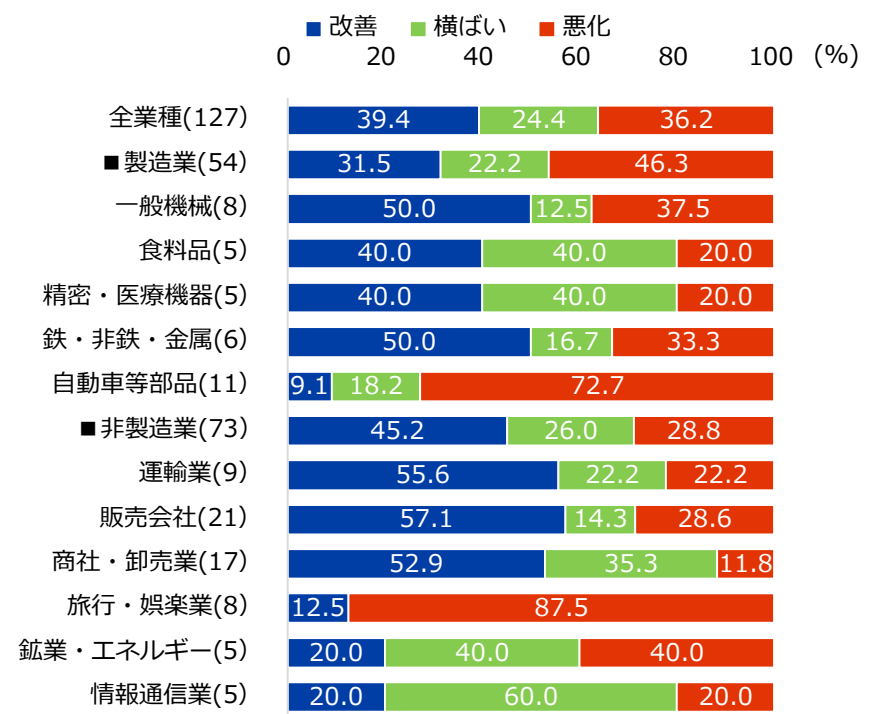
- **営業利益見込みを新型コロナ禍前**と比べると、全体の「改善」は前年比の39.4%と変わらなかったが、「悪化」は**36.2%と前年比（23.6%）と比べて大幅に増加**した。
- **業種別**では、**販売会社（57.1%）**や**運輸業（55.6%）**、**商社・卸売業（52.9%）**で「改善」が5割を超えた。一方、**旅行・娯楽業（87.5%）**や**自動車等部品（72.7%）**で「悪化」の割合が**7~9割**となった。

2020年と比較した営業利益の変化（業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

2019年と比較した営業利益の変化（業種別）

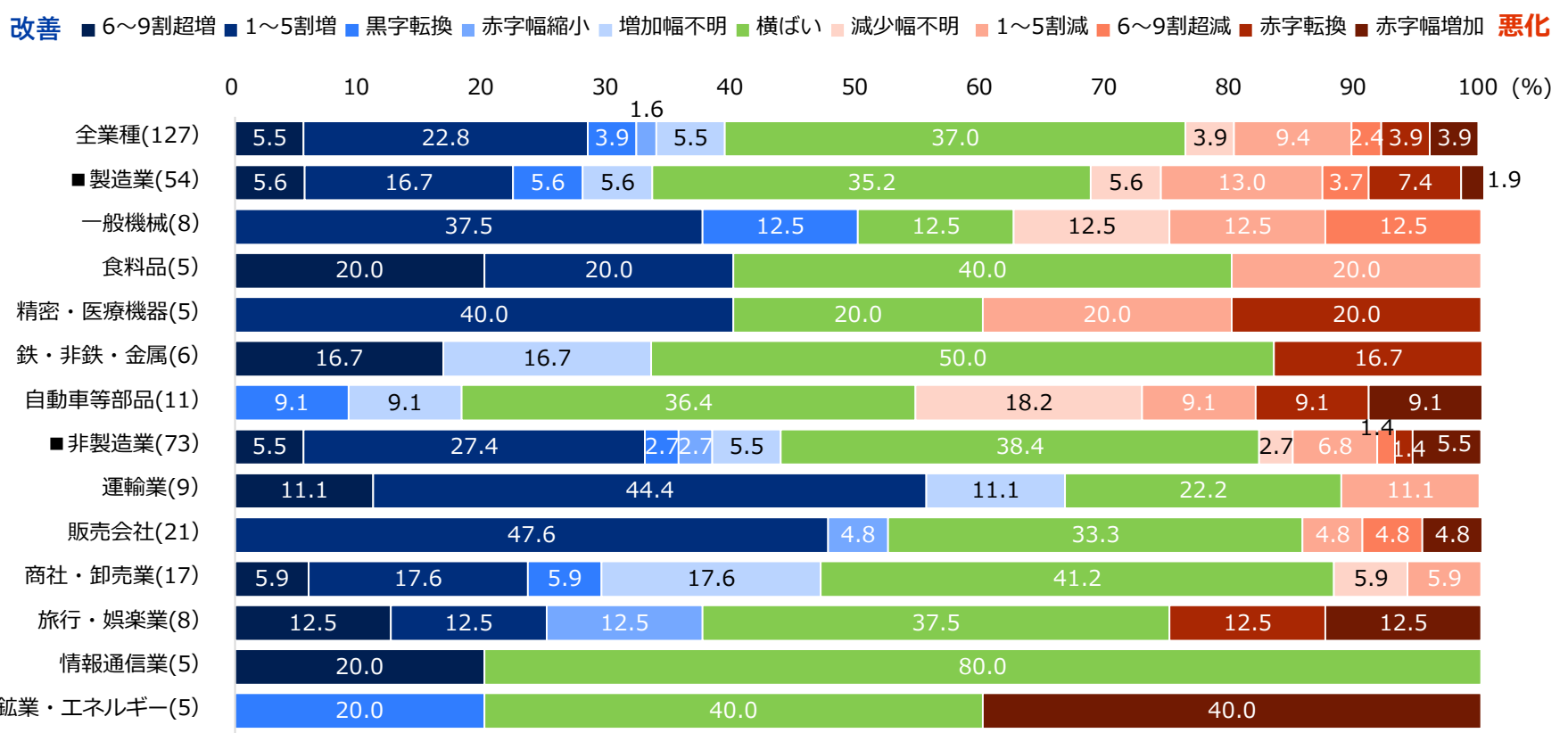


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

1-6 | 2021年営業利益見込み対前年比（増減幅）： 「横ばい」が4割近く、「1～5割増」は2割強

■ **2021年営業利益見込みの対前年比増減幅**は、「横ばい」が全体の**37.0**で、「1～5割増」が22.8%で続いた。「1～5割増」の割合が高いのは、販売会社（47.6%）、運輸業（44.4%）、精密・医療機器（40.0%）、一般機械（37.5%）。鉱業・エネルギーは「赤字幅増加」が4割を占めた。

2021年の営業利益見込みの対前年比増減幅（業種別）

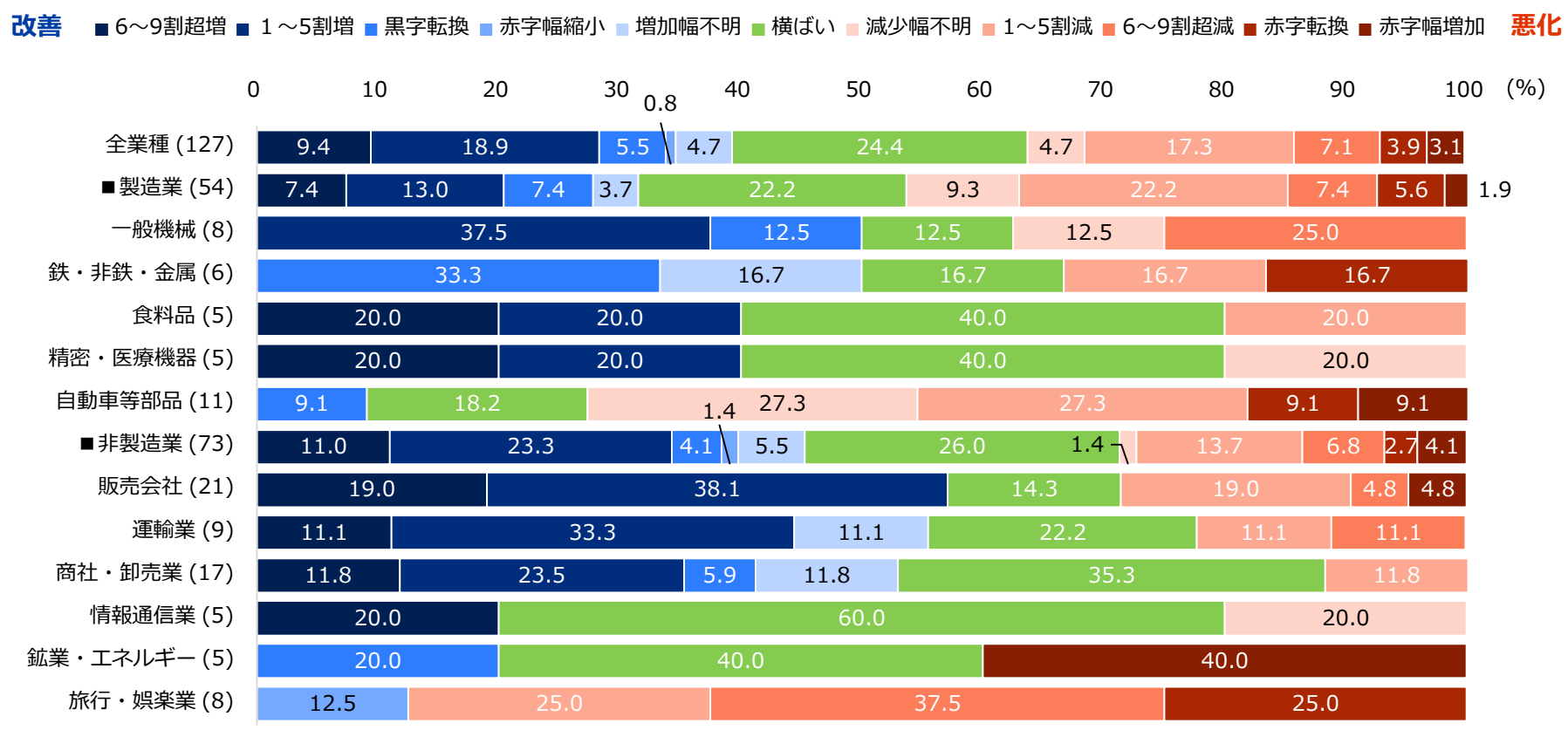


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

1-7 | 2021年営業利益見込み対2019年比（増減幅）： 「横ばい」が2割台半ば、「1～5割増」は2割近く

■ 2021年営業利益見込みの対2019年比増減幅は、「横ばい」が全体の24.4%で、「1～5割増」が18.9%、「1～5割減」が17.3%で続いた。「1～5割増」の割合が高いのは、販売会社（38.1%）、一般機械（37.5%）、運輸業（33.3%）、商社・卸売業（23.5%）。旅行・娯楽業で悪化傾向が顕著であった。

2021年の営業利益見込み対2019年比増減幅（業種別）

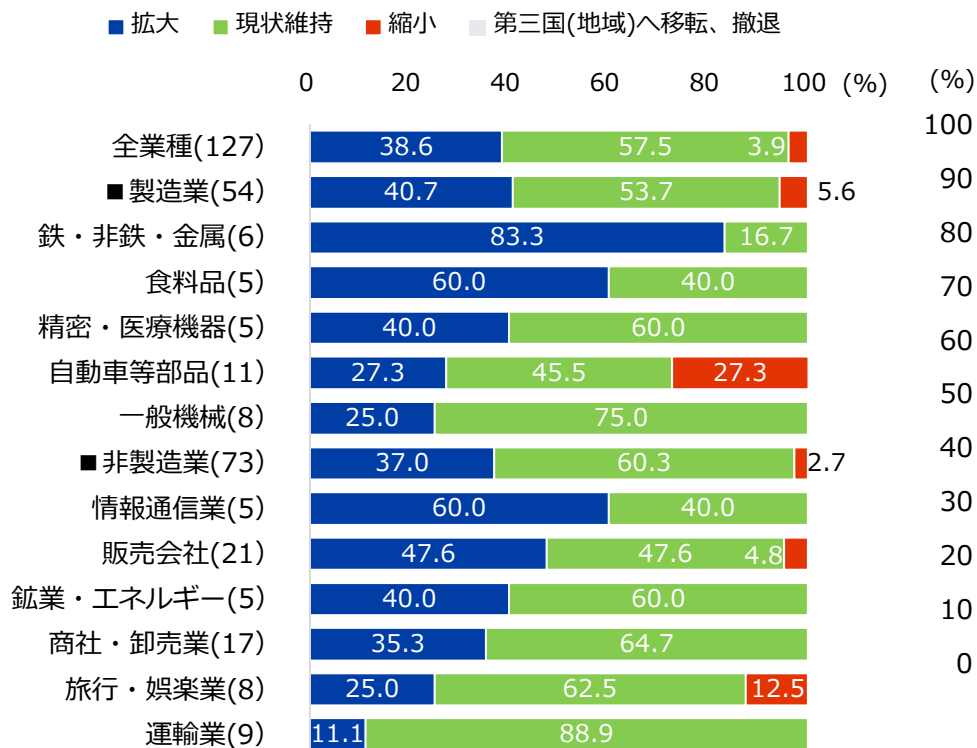


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

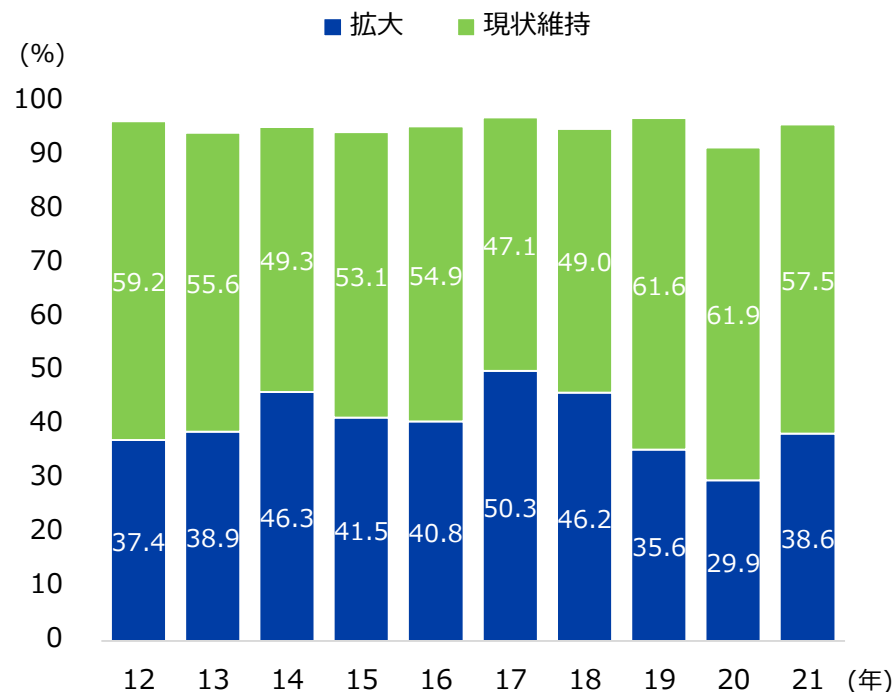
2-1 | 今後の事業展開： 事業拡大は4割近くまで回復

- **今後1～2年の事業拡大**を視野に入れる企業は**38.6%**で、**前回**（29.9%）**から8.7ポイント上昇**。
- 産業別では、製造業は40.7%と前回（28.8%）から11.9ポイント増加し、非製造業は37.0%で前回（30.7%）から6.3ポイント増加。特に鉄・非鉄・金属や食料品、情報通信業で拡大を視野に入れる割合が高かった。

今後1～2年の事業展開の方向性（業種別）



今後1～2年の事業展開の推移

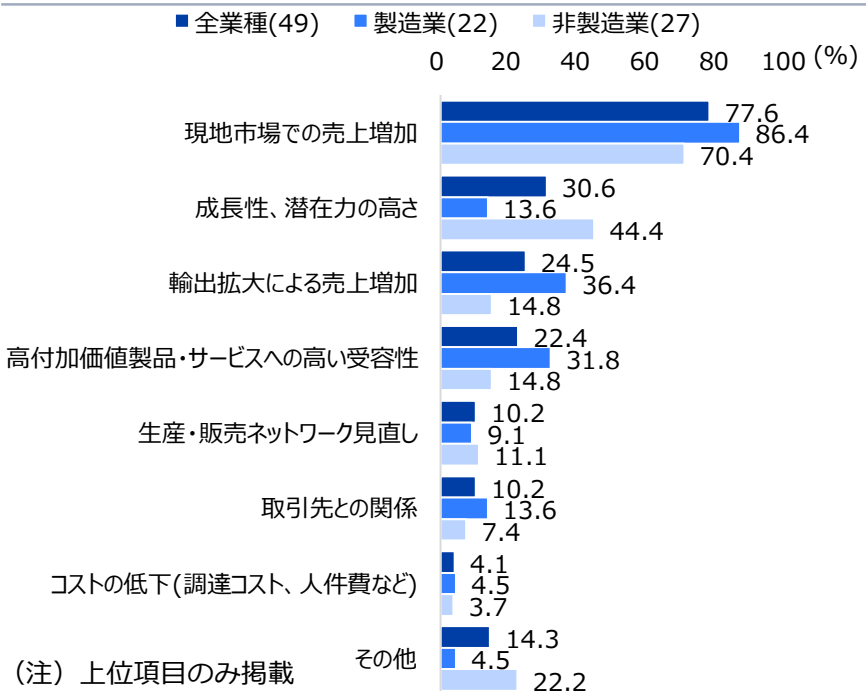


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

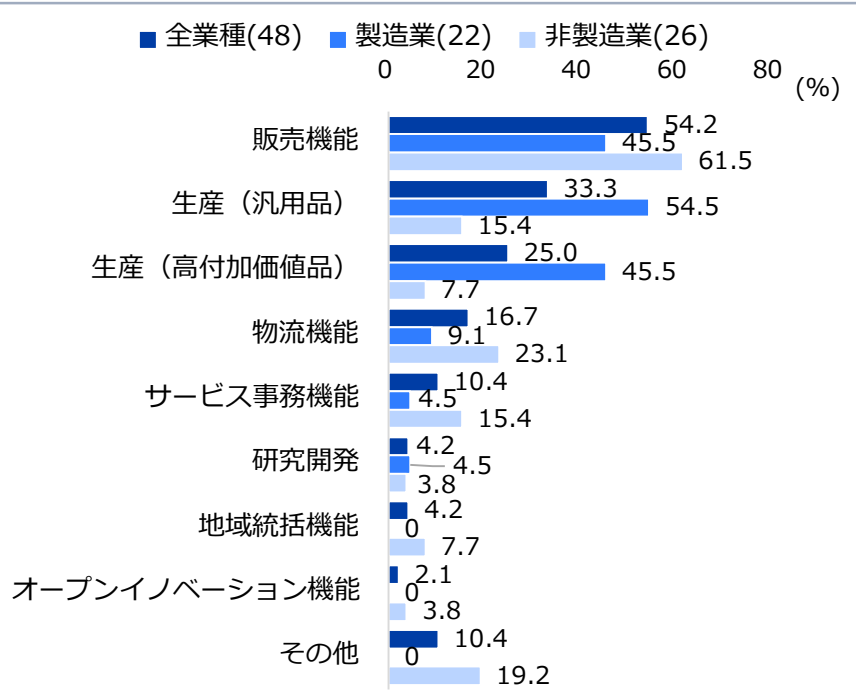
2-2 | 事業拡大の理由： 現地市場の売上増加が8割近く

- 今後1～2年の**事業拡大の主な理由**は、「**現地市場での売上増加**」が**77.6%**と最も多く、「成長性・潜在力の高さ」（30.6%）、「輸出拡大による売上増加」（24.5%）が続いた。
- 具体的に**拡大する機能**としては、「**販売機能**」（54.2%）、「**生産（汎用品）**」（33.3%）、「**生産（高付加価値品）**」（25.0%）が上位に挙げられた。

事業拡大の理由（複数回答）



具体的にどのような機能を拡大するのか（複数回答）



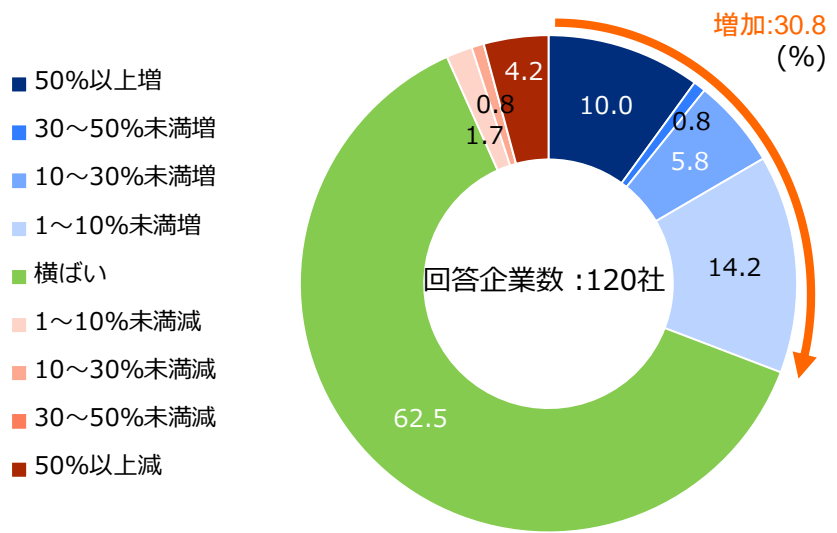
事業拡大の理由「その他」の具体的理由（自由記述）

- 新製品開発により生産ラインを追加【プラスチック製品】
- 新規投資案件の増加【商社・卸売業】
- 金利の回復【金融・保険業】
- 地質学的な新鉱床発見の有望性、各州政府による奨励策【鉱業・エネルギー】
- 2022年は、コロナの影響を受けた2020～2021年よりも消費者の景気動向に対する信頼が上がりビジネス需要が増加【旅行・娯楽業】

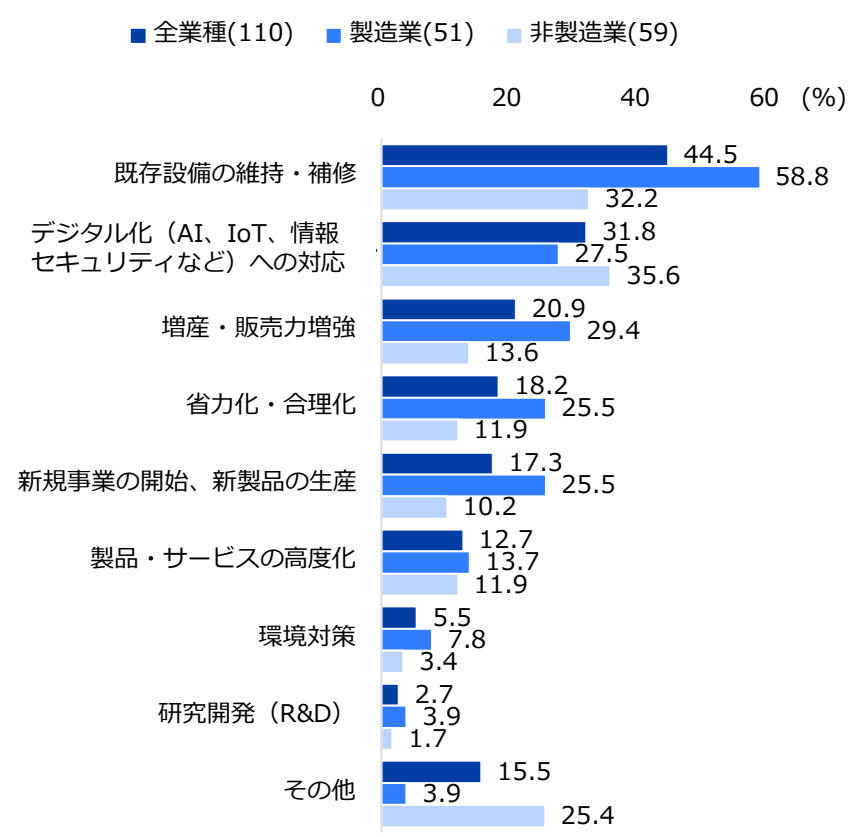
2-3 | 設備投資の変化： 前年を上回る企業は約3割

- **2021年の設備投資**は、金額ベースで前年を上回る企業は30.8%で、**前回調査（18.6%）から12.2ポイント増加**。前年を下回る企業は前回（26.2%）から**19.5ポイント減**の6.7%と改善。
- **設備投資の目的**は、「**既存設備の維持・補修**」が前年同様**最多**で、44.5%を占めた。

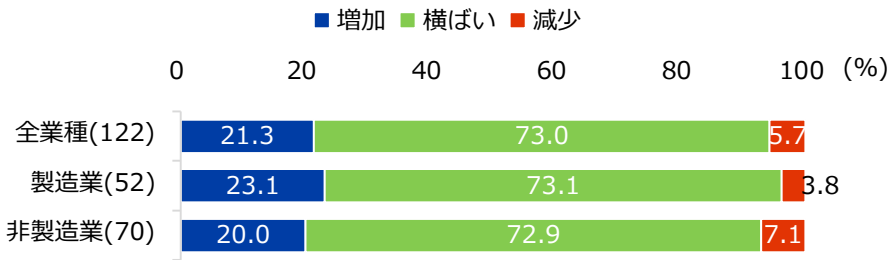
2021年の設備投資の変化



設備投資の目的（複数回答）



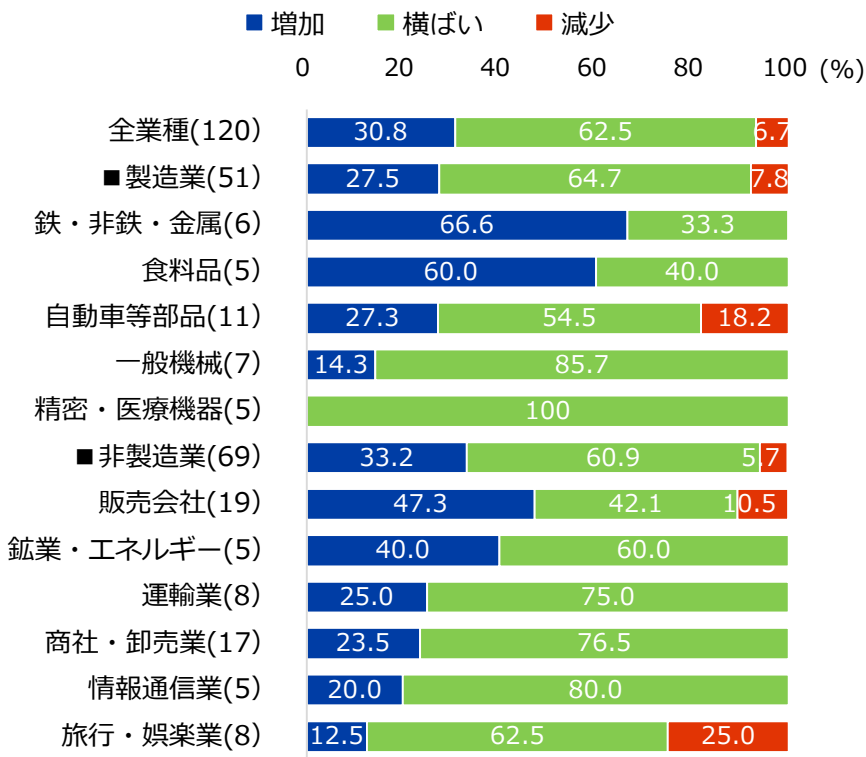
2022年以降の設備投資計画の見込み（産業別）



2-4 | 設備投資の変化（業種別）： 「増加」の割合は鉄・非鉄・金属で7割近く

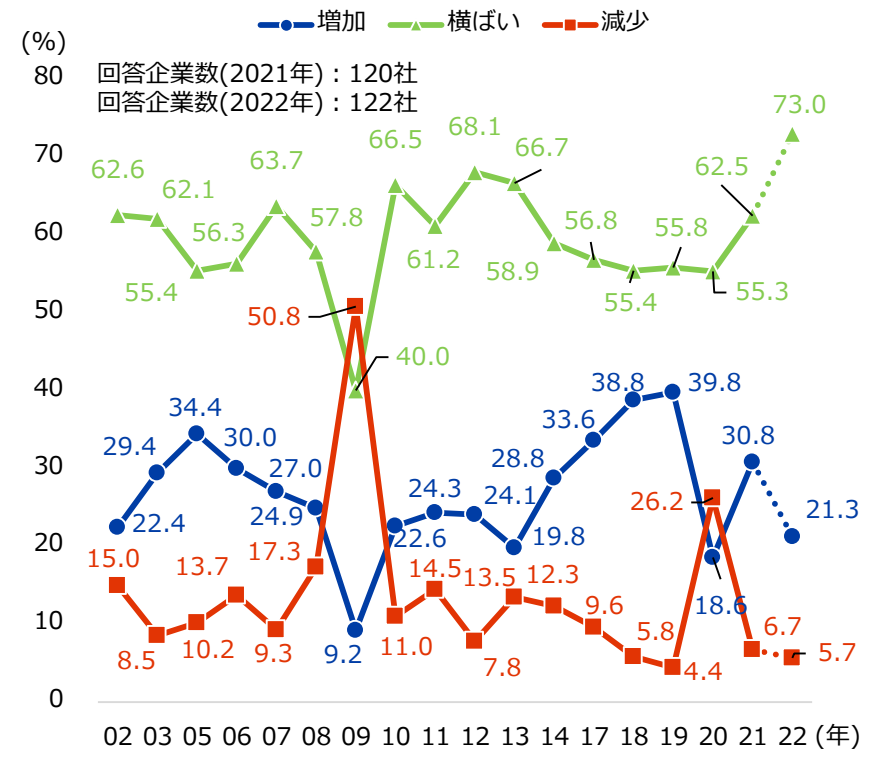
- **2021年の設備投資の変化を業種別**で比較すると、**前年から設備投資を「増加」した割合は鉄・非鉄・金属（66.6%）、食料品（60.0%）、販売会社（47.3%）**などで高かった。
- **前年から設備投資を「増加」した企業の割合は、2017年以降3年連続で3割超で推移した。**2020年は2割近くに落ち込んだが、**2021年は30.8%と12.2ポイント回復。**2022年は21.3%と再び減少を見込む。

前年と比較した2021年の設備投資の変化（業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

前年と比較した設備投資の変化の推移（2002～2022年見込み）



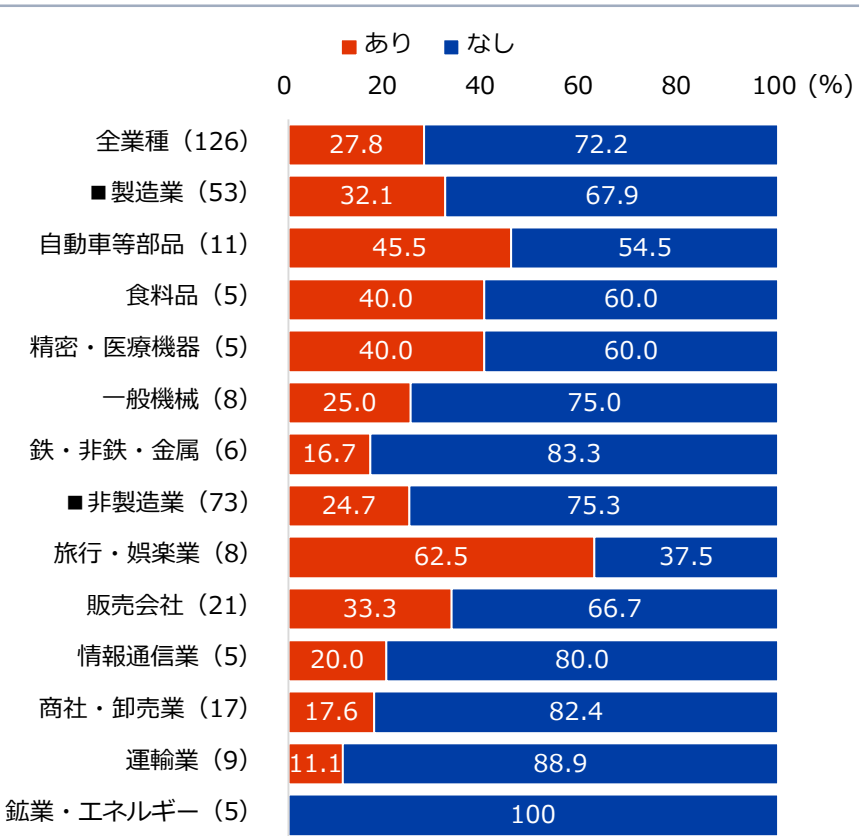
(注) 2004年は調査を実施せず。
2015年および2016年は設問に含まれず。

見込み

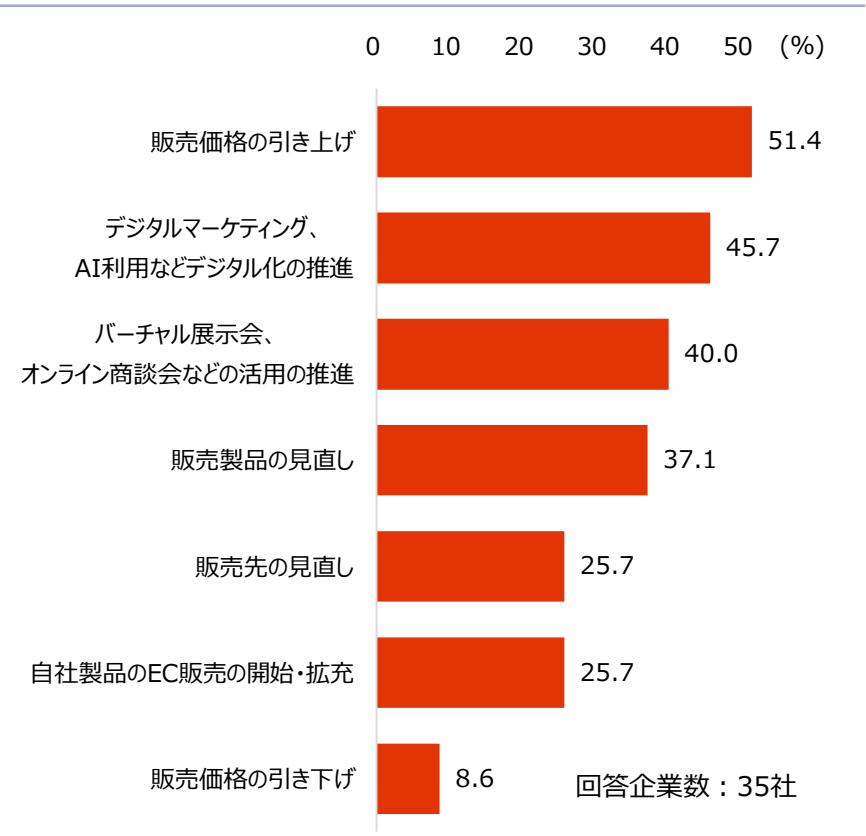
2-5 | 販売戦略の見直し： 見直し予定「あり」は3割近く

- **販売戦略の見直し予定「あり」は27.8%**で、**業種別**でみると、**旅行・娯楽業**（62.5%）や**自動車等部品**（45.5%）で高かった。
- **見直し内容**としては、「**販売価格の引き上げ**」（51.4%）、「**デジタルマーケティング、AI利用などデジタル化の推進**」（45.7%）が上位。

販売戦略の見直し予定（業種別）



販売戦略の見直し内容（複数回答）

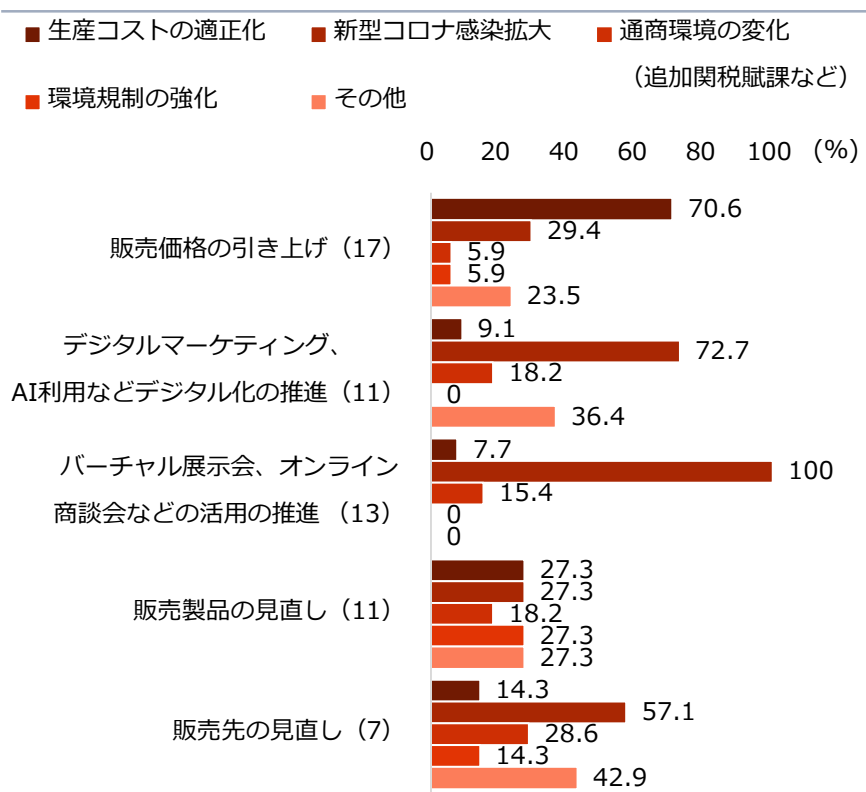


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

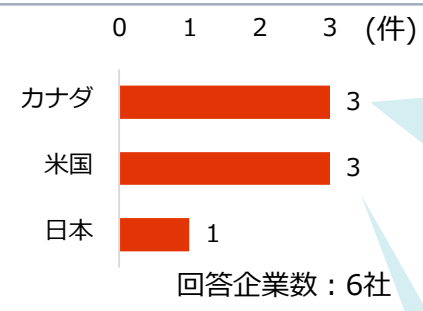
2-6 | 販売先の見直し国・地域： カナダ・米国からの見直しが主

- 販売戦略の見直しのうち、「販売価格の引き上げ」の理由は「生産コストの適正化」（70.6%）が、「デジタル化の推進」の理由は「新型コロナ感染拡大」（72.7%）がそれぞれ最大だった。
- 販売先の見直し対象としては、カナダや米国からの変更がともに3件と最も多かった。
- 見直し後の販売先は、カナダとASEANがそれぞれ2件、米国や日本も1件ずつ挙げた。

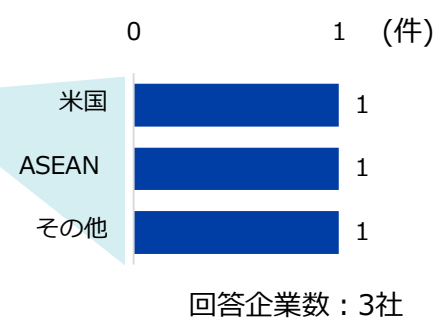
販売戦略の見直し理由（複数回答）



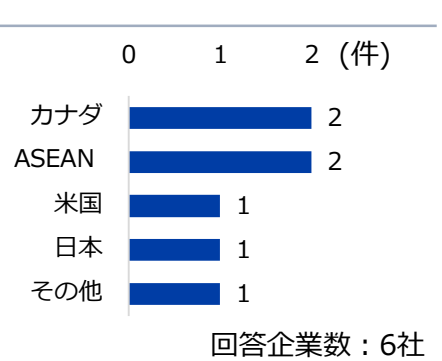
見直し対象の販売先（複数回答）



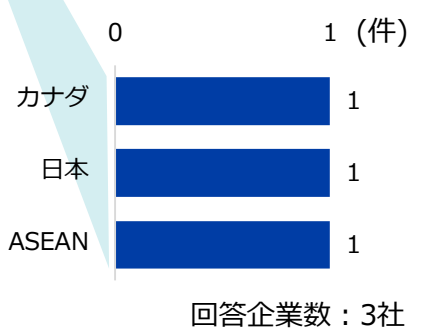
カナダから変更後の販売先（複数回答）



見直し後の販売先（複数回答）



米国から変更後の販売先（複数回答）

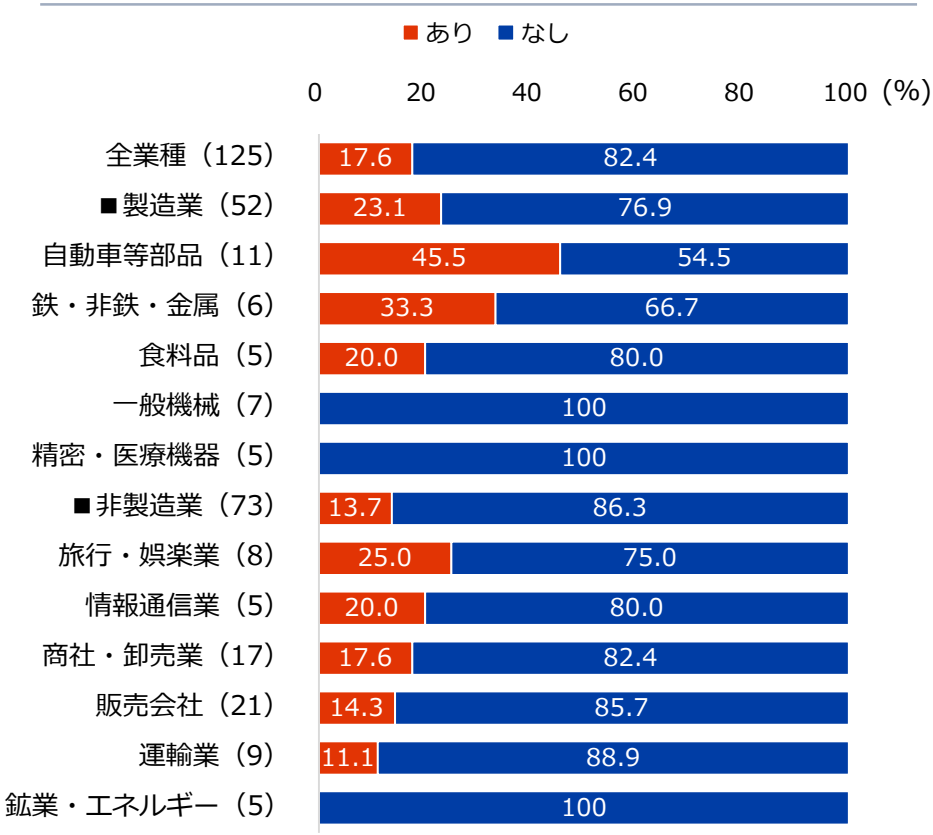


(注) 上位項目のみ掲載

2-7 | 調達の見直し：見直し予定「あり」は2割近く

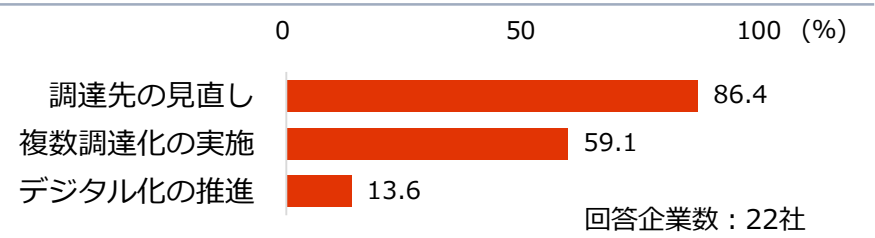
- **調達見直し予定「あり」は17.6%**で、非製造業（13.7%）よりも製造業（23.1%）の方が高かった。
- **見直し内容**は「**調達先の見直し**」が**86.4%**、「**複数調達化の実施**」が**59.1%**で、「**生産コストの適正化**」や「**新型コロナ感染拡大**」が主な理由に挙げた。

調達の見直し予定（業種別）

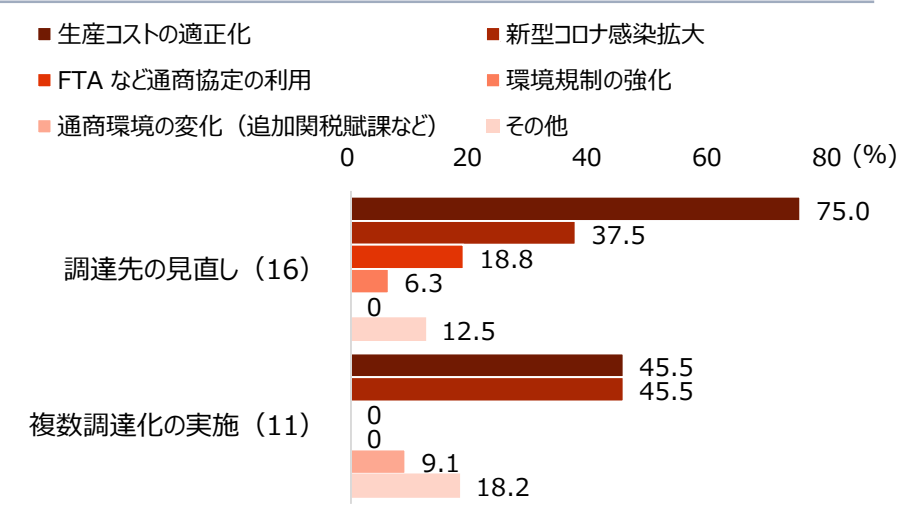


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

調達の見直し内容（複数回答）



調達先の見直し理由（複数回答）

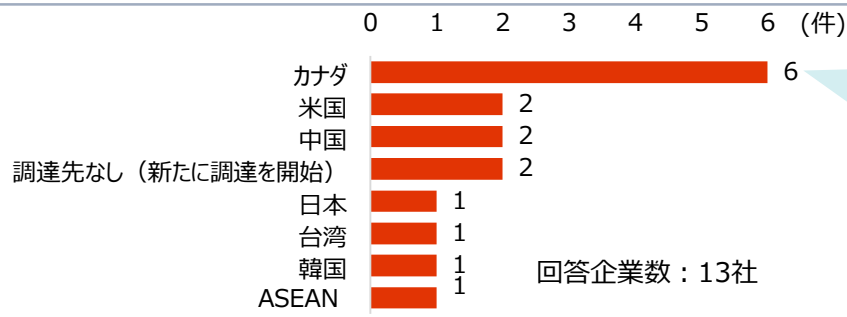


(注) 上位項目のみ掲載

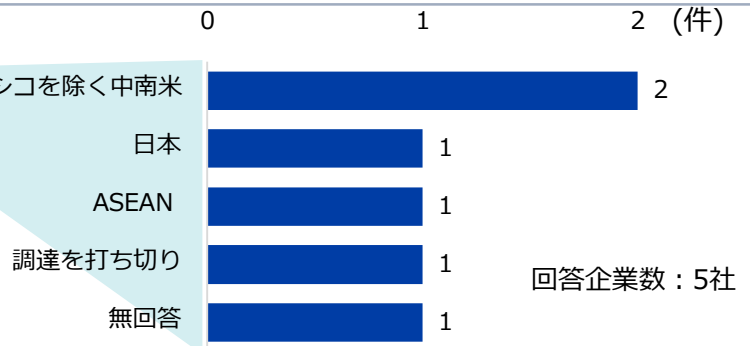
2-8 | 調達先の見直し国・地域： 見直し対象はカナダ、見直し後は米国がそれぞれ上位

- 変更対象の調達先はカナダが、変更後の調達先は米国がそれぞれ最も多かった。
- カナダから変更後の調達先としては、メキシコを除く中南米や日本、ASEANが挙げったほか、調達を打ち切る企業も。

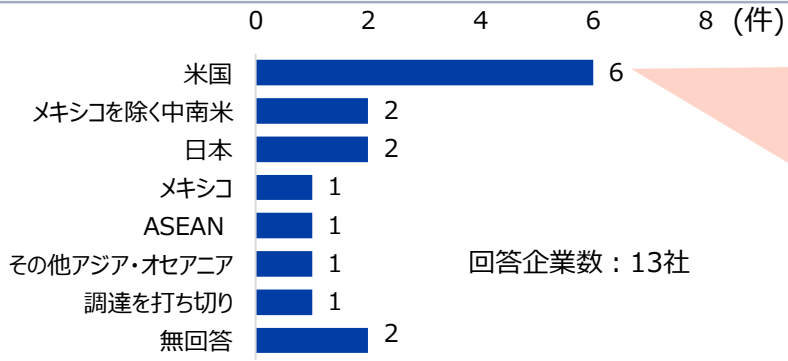
見直し対象の調達先（複数回答）



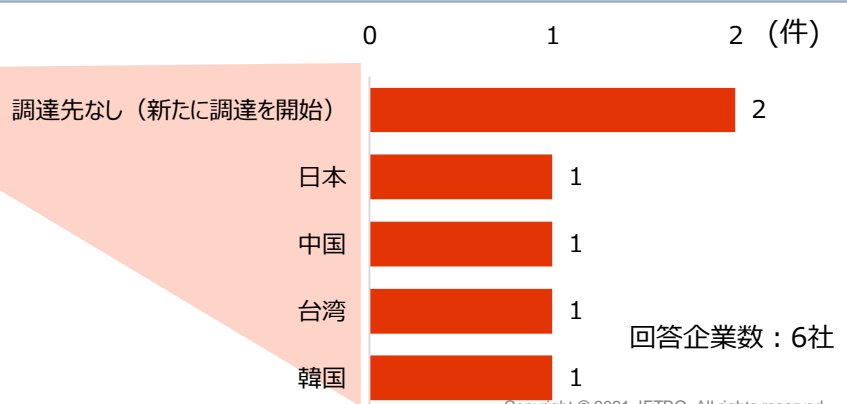
カナダから変更後の調達先（複数回答）



見直し後の調達先（複数回答）



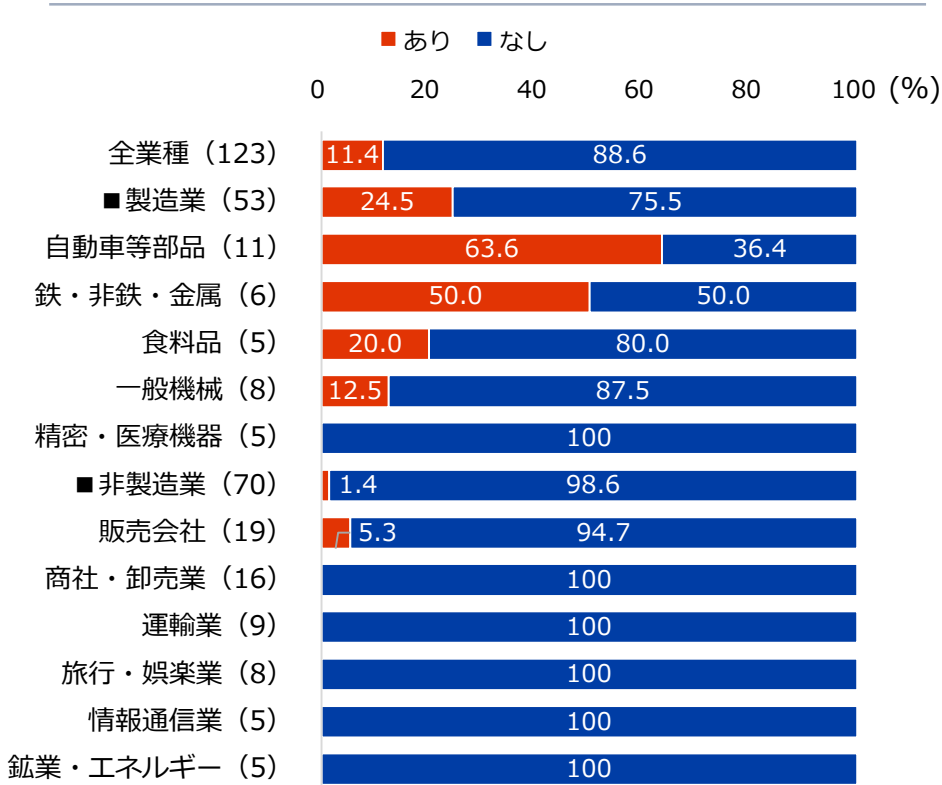
米国へ変更前の調達先（複数回答）



2-9 | 生産の見直し：見直し予定「あり」は1割強

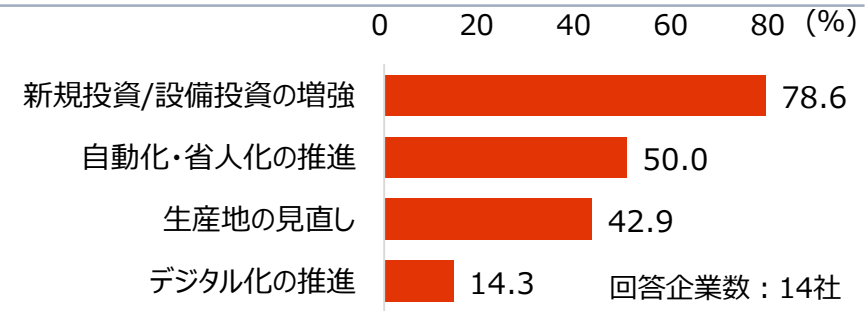
- **生産の見直し予定「あり」は11.4%**で、**見直し内容**としては、「**新規投資/設備投資の増強**」(78.6%)や「**自動化・省人化の推進**」(50.0%)が多く挙げた。
- **生産の見直し理由**としては、「**新規投資/設備投資の増強**」「**自動化・省人化の推進**」「**生産地の見直し**」で「**生産コストの適正化**」が上位となった。

生産の見直し予定（業種別）



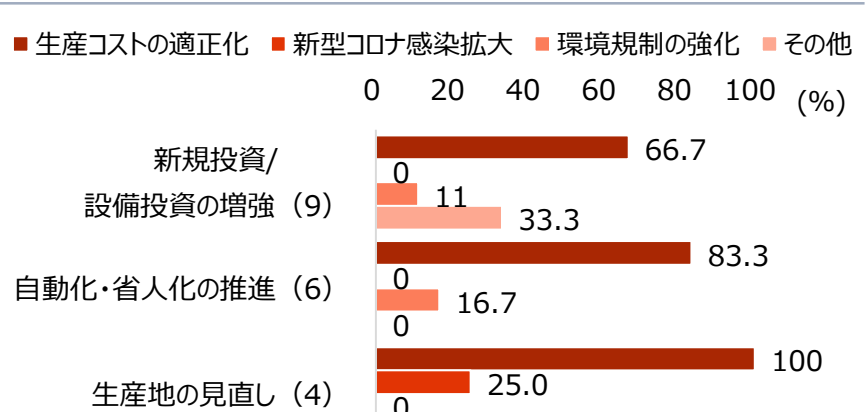
(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

生産の見直し内容（複数回答）



(注) 上位項目のみ掲載

生産の見直し理由（複数回答）

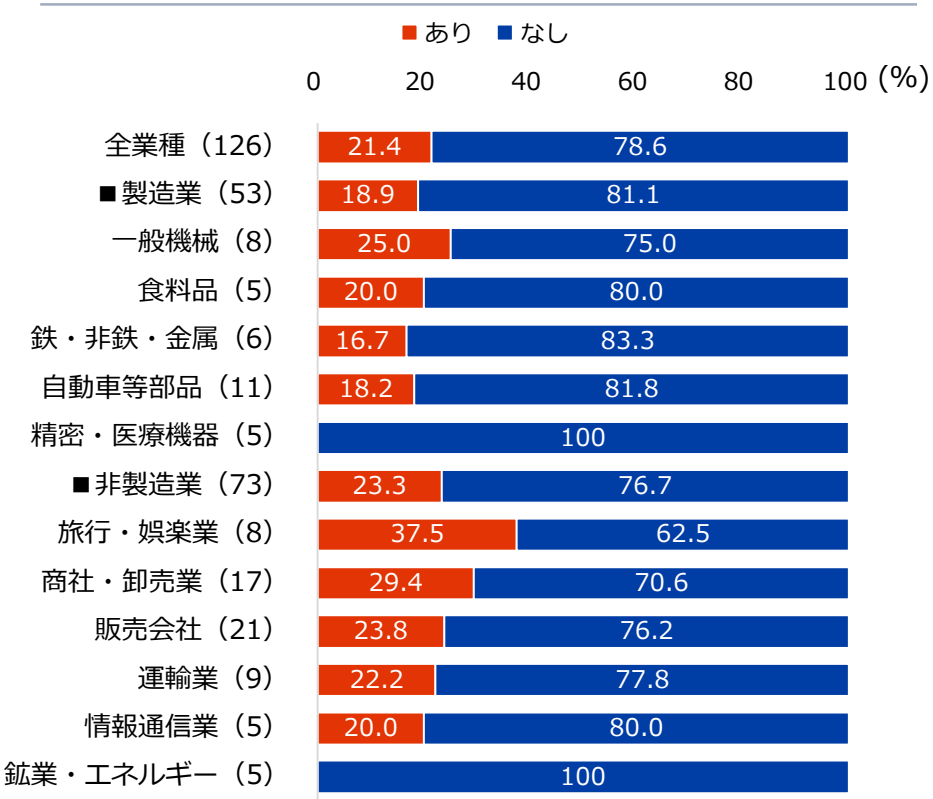


(注) 上位項目のみ掲載

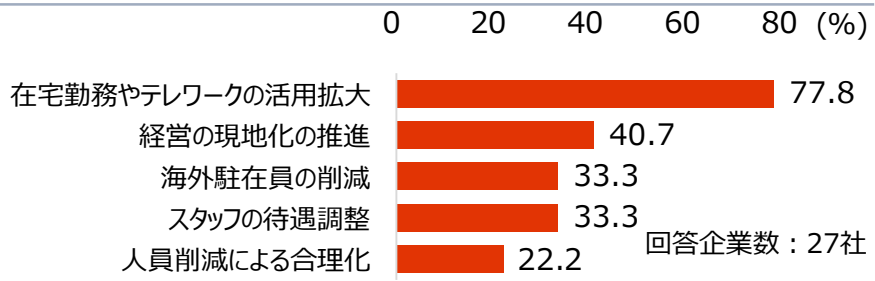
2-10 管理・経営体制の見直し：見直し予定「あり」は2割強

- **管理・経営体制の見直し予定「あり」は21.4%**で、**見直しの内容**としては、「**在宅勤務やテレワークの活用拡大**」が**77.8%**、「**経営の現地化の推進**」が**40.7%**だった。
- **管理・経営体制の見直し理由**としては、「**新型コロナ感染拡大**」や「**賃金の上昇**」などが上位となった。

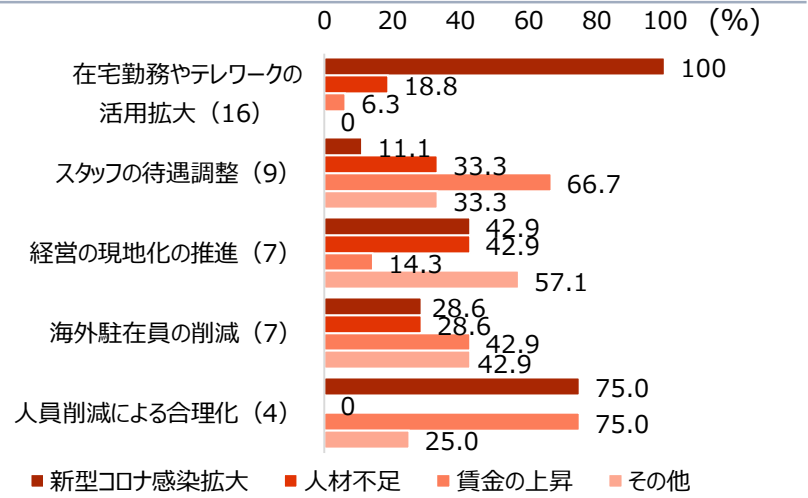
管理・経営体制の見直し予定（業種別）



管理・経営体制の見直し内容（複数回答）



管理・経営体制の見直し理由（複数回答）

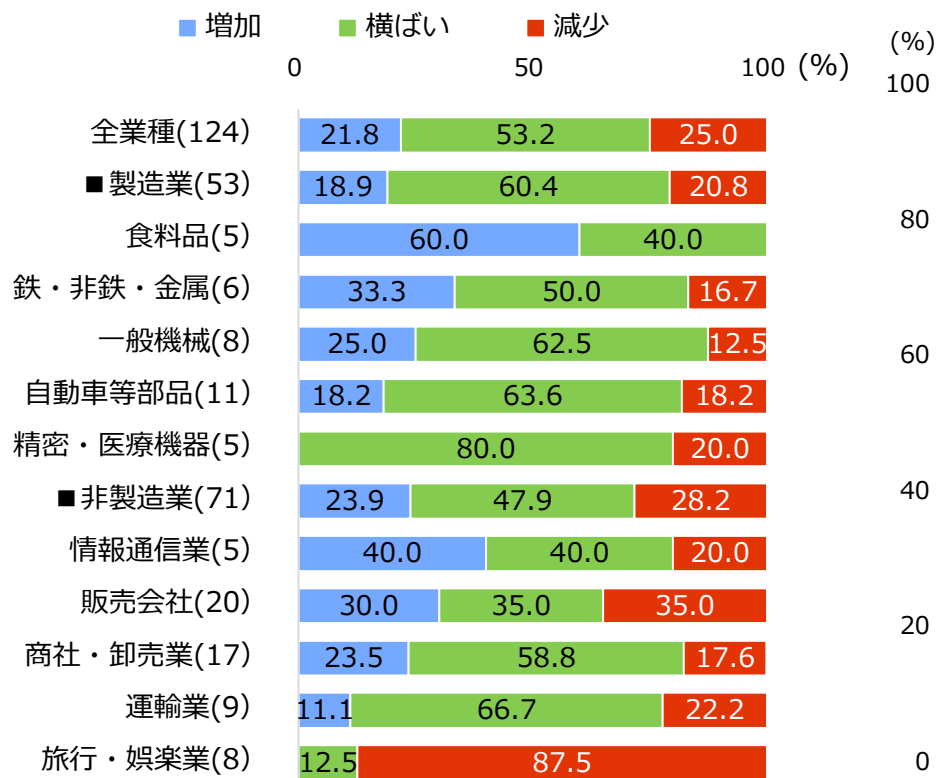


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

3-1 現地従業員数の変化（過去1年間の変化）： 過去1年間に「増加」は2割強にとどまる

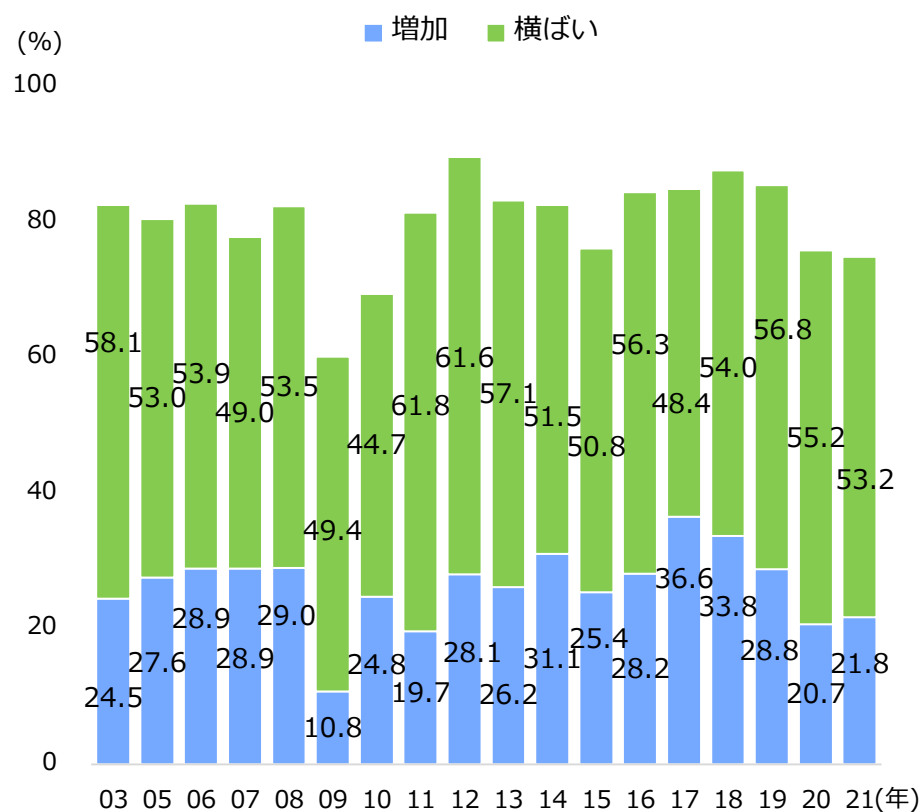
- 過去1年間に現地従業員数を「増加」した割合は21.8%と前年（20.7%）より1.1ポイント増加。
- 業種別にみると、食料品（60.0%）をはじめ、多くの業種で雇用が回復に向かう一方、旅行・娯楽業では87.5%が減少。

現地従業員数の変化（過去1年の変化、業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

現地従業員数の過去1年の変化の推移

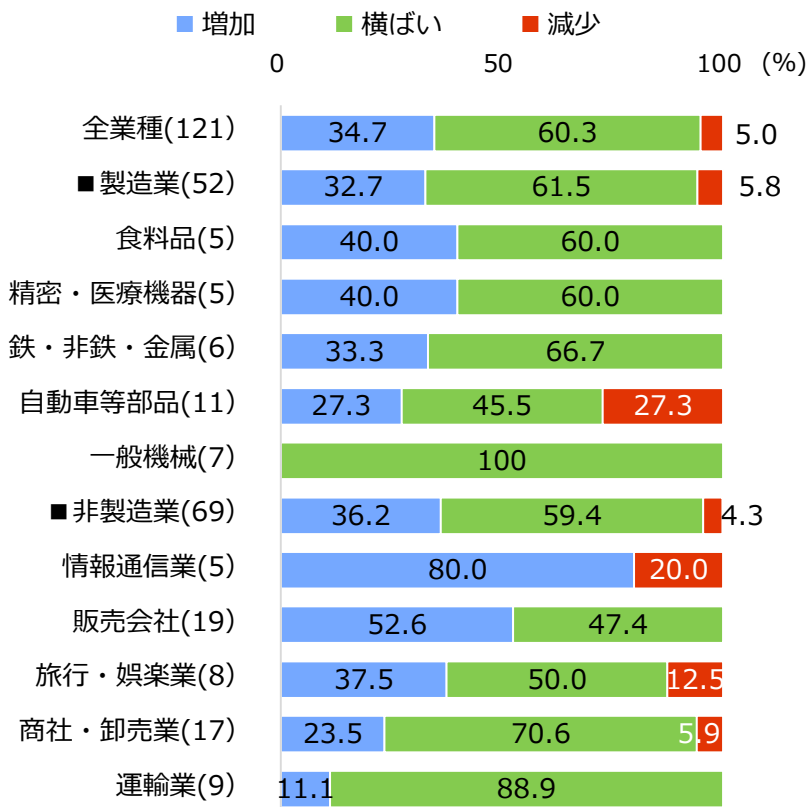


(注) 2004年は調査実施なし。

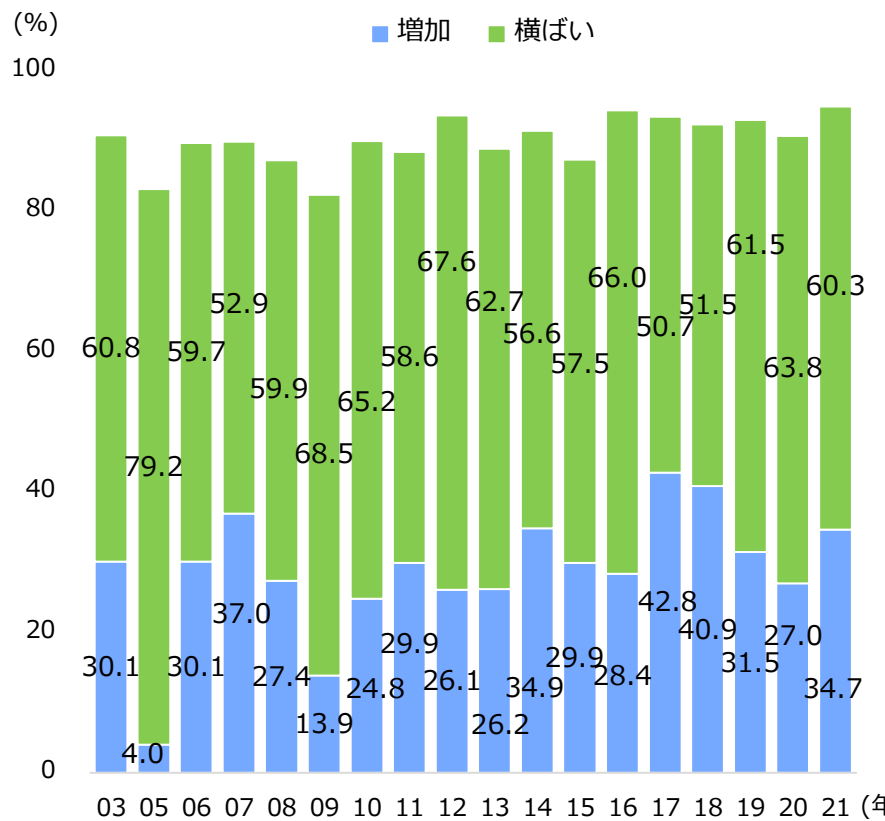
3-2 | 現地従業員数の変化（今後の予定）： 「増加」は3割台半ば

- **現地従業員数が今後「増加」**するとした割合は**34.7%**と前年（27.0%）から**7.7ポイント増加**。
- 業種別では、情報通信業（80.0%）で「増加」の割合が8割となった。自動車等部品では、「増加」と「減少」が同率（27.3%）だった。

現地従業員数の変化（今後の予定、業種別）



現地従業員数の今後の見通しの推移



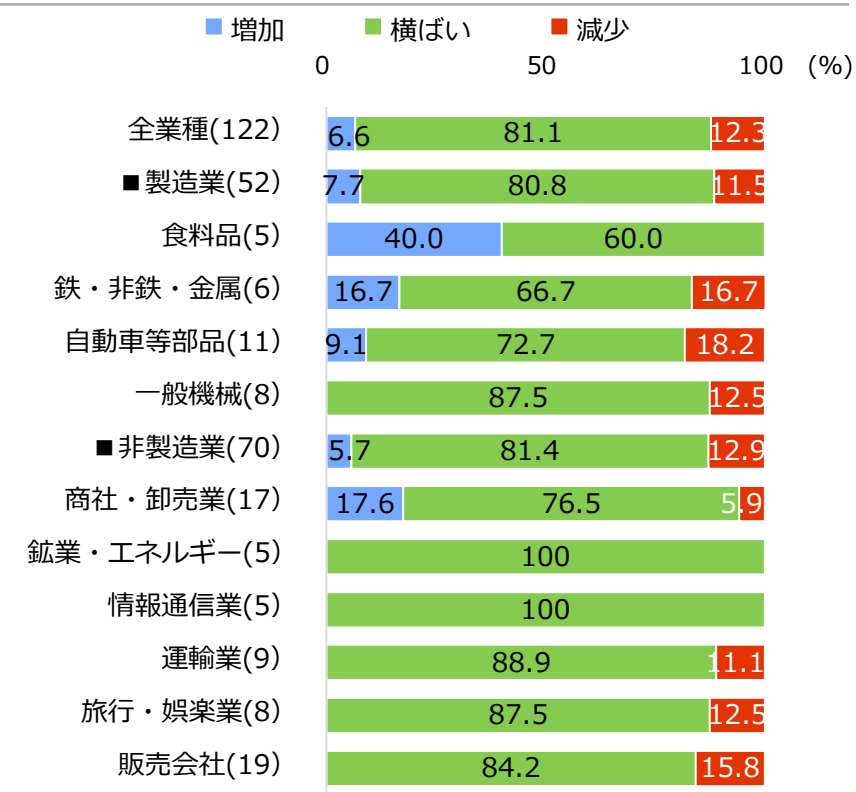
(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

(注) 2004年は調査実施なし。

3-3 | 日本からの派遣者数の変化（過去1年間の変化）： 「横ばい」が8割強

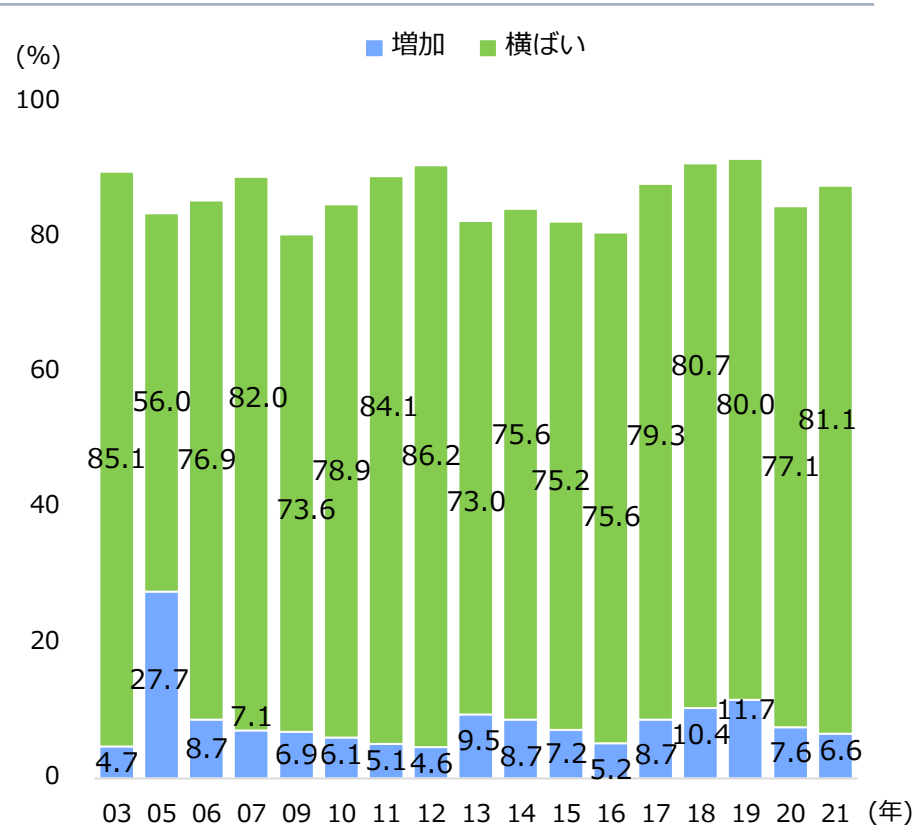
- 過去1年間の日本からの派遣者（駐在員）数の変化は、「横ばい」と回答した企業は**81.1%**で、「減少」と回答した企業の割合は12.3%。
- 業種別では、駐在員数が「増加」と回答した企業は食料品で前年の14.3%から40.0%へ増加。

日本からの派遣者数の変化（過去1年の変化、業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

日本からの派遣者数の過去1年の変化の推移

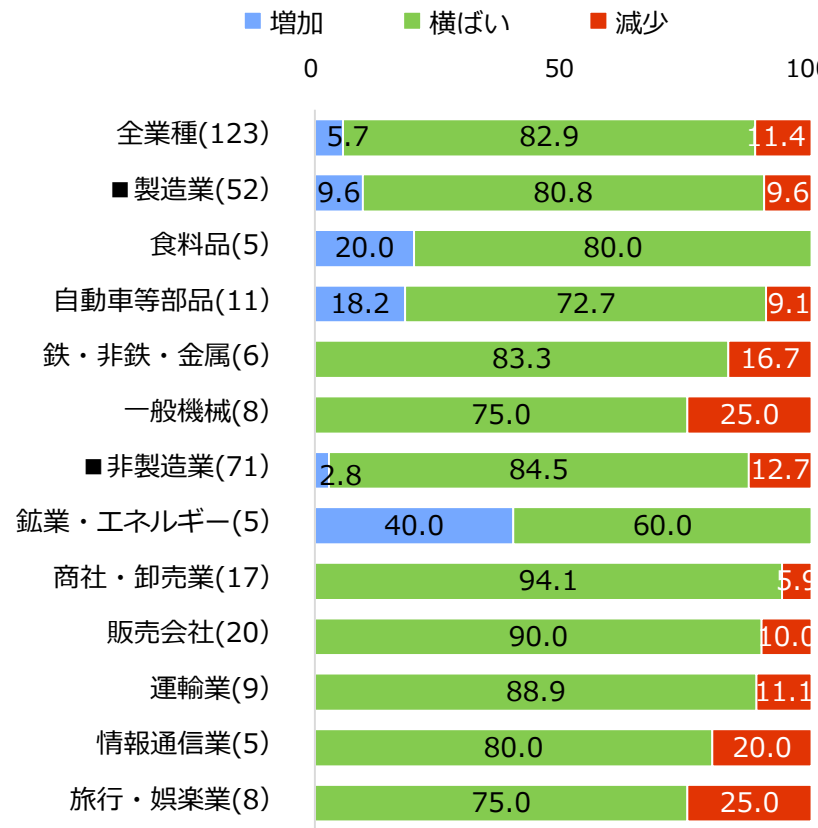


(注) 2004年は調査実施なし。

3-4 | 日本からの派遣者数の変化（今後の予定）： 「横ばい」が8割強

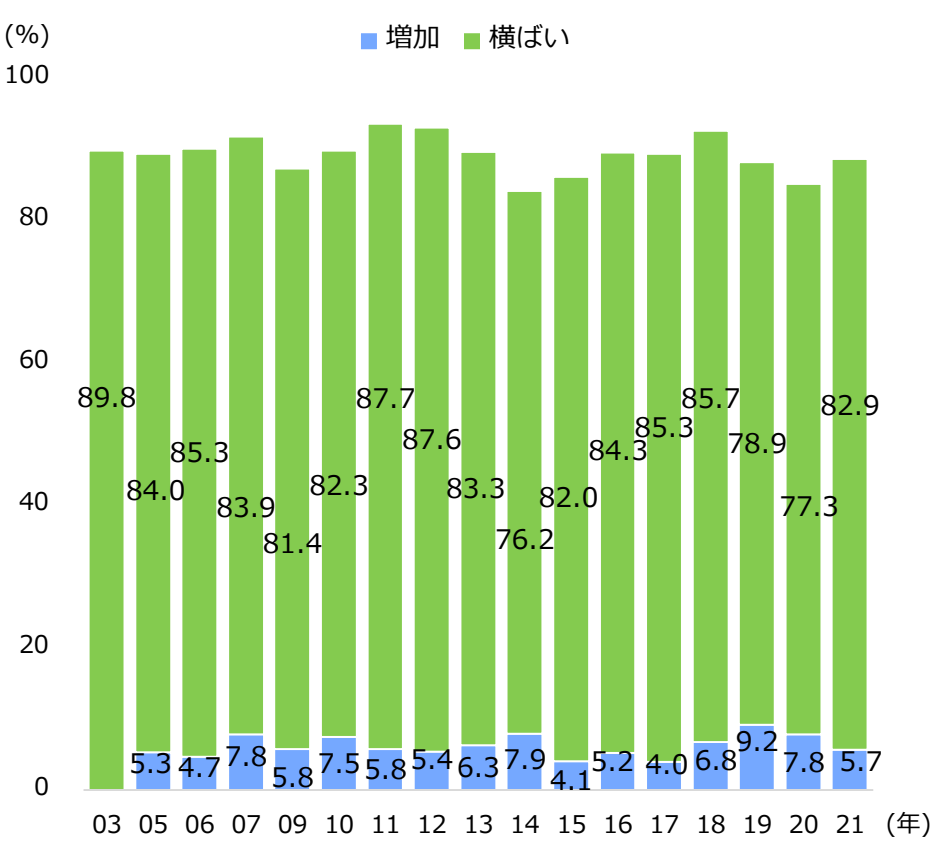
- 日本からの派遣者数の今後の予定については、「横ばい」と回答した企業は**82.9%**と前年（77.3%）から**5.6ポイント増加**、「減少」した企業は**11.4%**と前年（14.9%）から**3.5ポイント減少**。業種別でみると、鉱業・エネルギーで「増加」の割合が前年（22.2%）から**40.0%**へ増加。

日本からの派遣者数の変化（今後の予定、業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

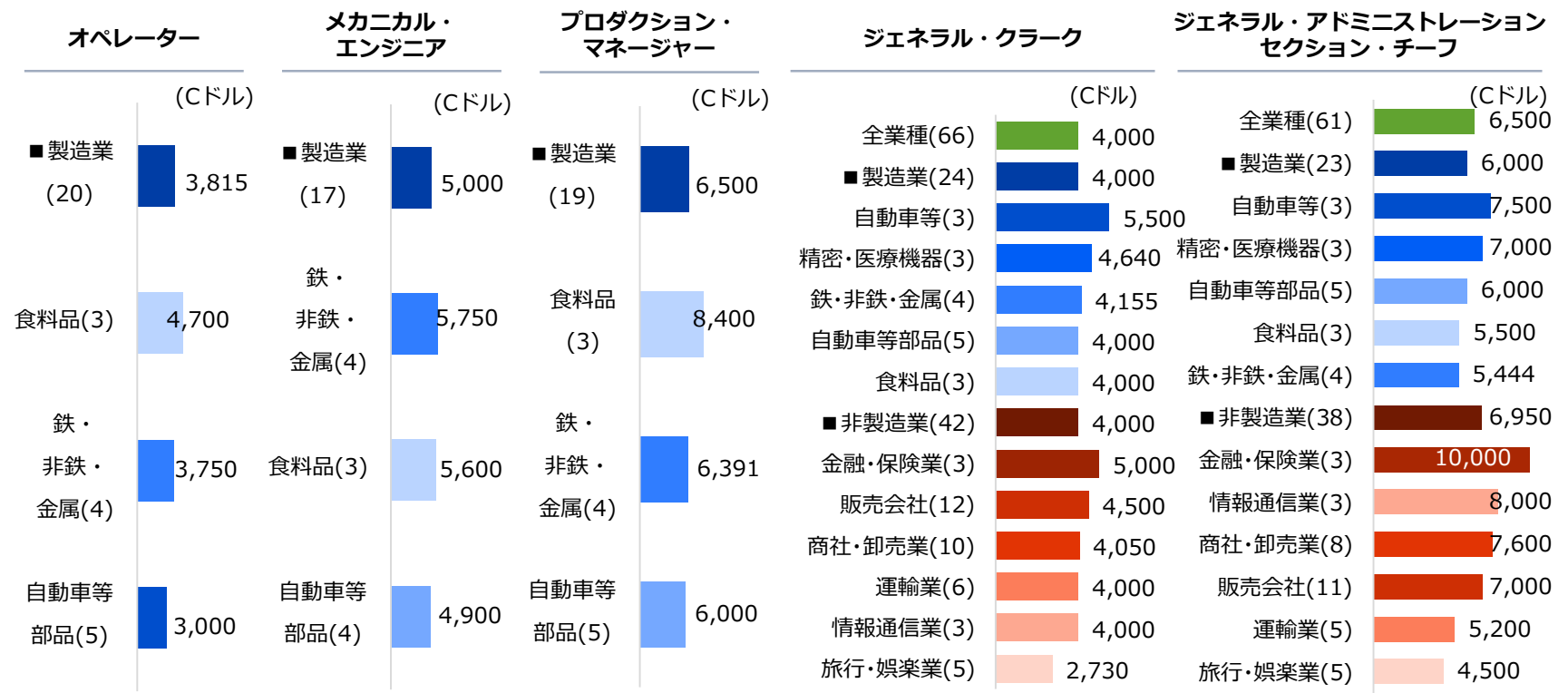
日本人派遣者数の今後の見通しの推移



(注) 2004年は調査実施なし。

3-5 | 賃金（基本給月額）： 職業別中央値は3,815～6,500カナダ・ドル

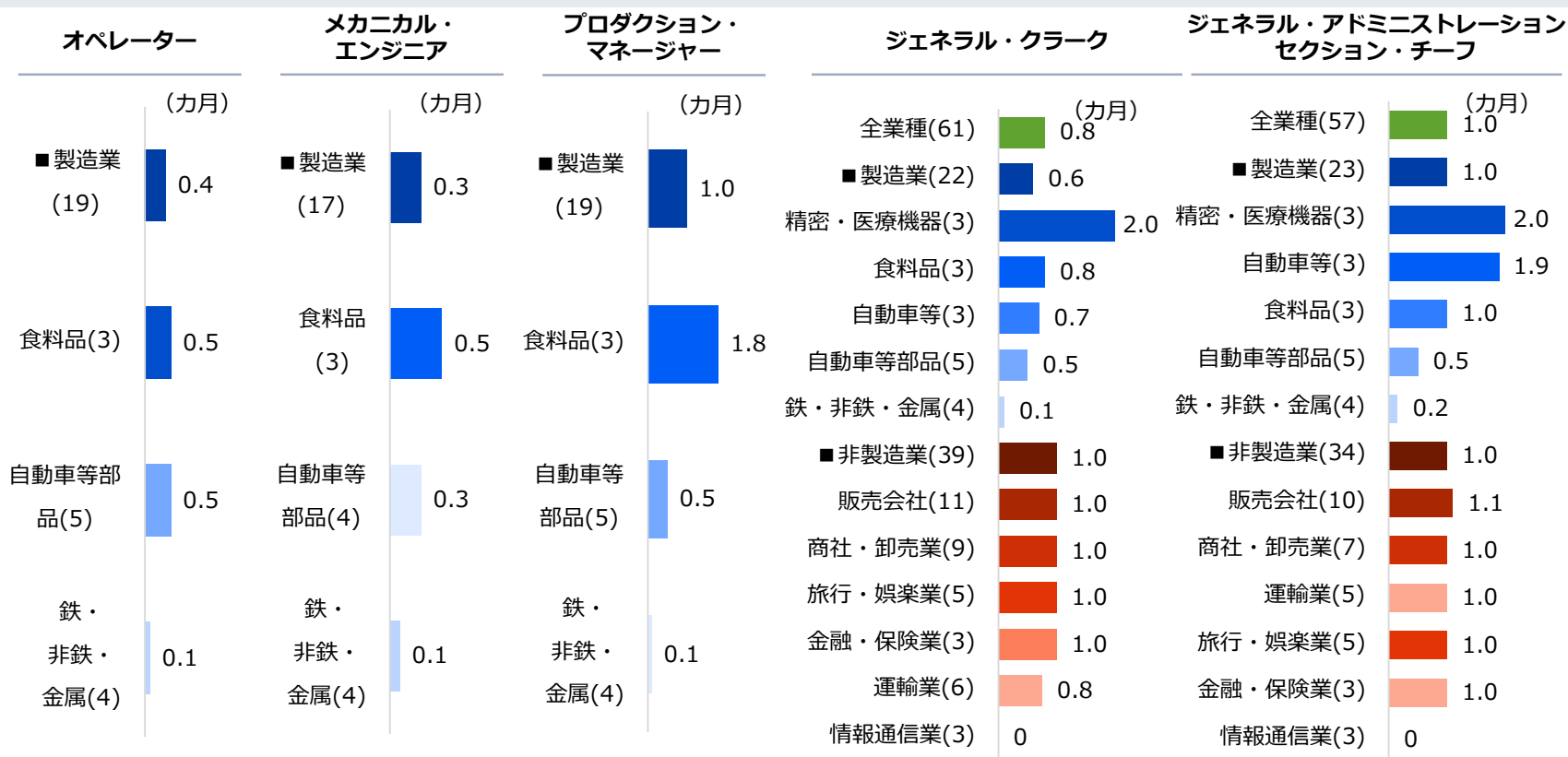
■ 工場などの職業別の基本給月額の中央値は、オペレーター3,815カナダ・ドル（Cドル）、メカニカル・エンジニア5,000Cドル、プロダクション・マネージャー6,500Cドル。事務職はジェネラル・クラーク4,000Cドル、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ6,500Cドルと、全ての職種で前年を下回った。2021年度の昇給率の中央値（名目）は2.0%で、前年度（2.0%）と同様。2022年度は2.5%を見込む。



(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。
 (注2) 有効回答3社以上の業種のみ掲載。

3-6 | 賃金（年間賞与）： 職業別中央値は0.3～1.0カ月

- 工場などの職種別の年間賞与の中央値は、オペレーターが0.4カ月、メカニカル・エンジニアは0.3カ月とどちらも前年から微増（0.1カ月分）、プロダクション・マネージャーは1.0カ月と横ばい。
- 事務職は、ジェネラル・クラークは0.8カ月で前年から0.2カ月減少、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフは前年同様1.0カ月だった。

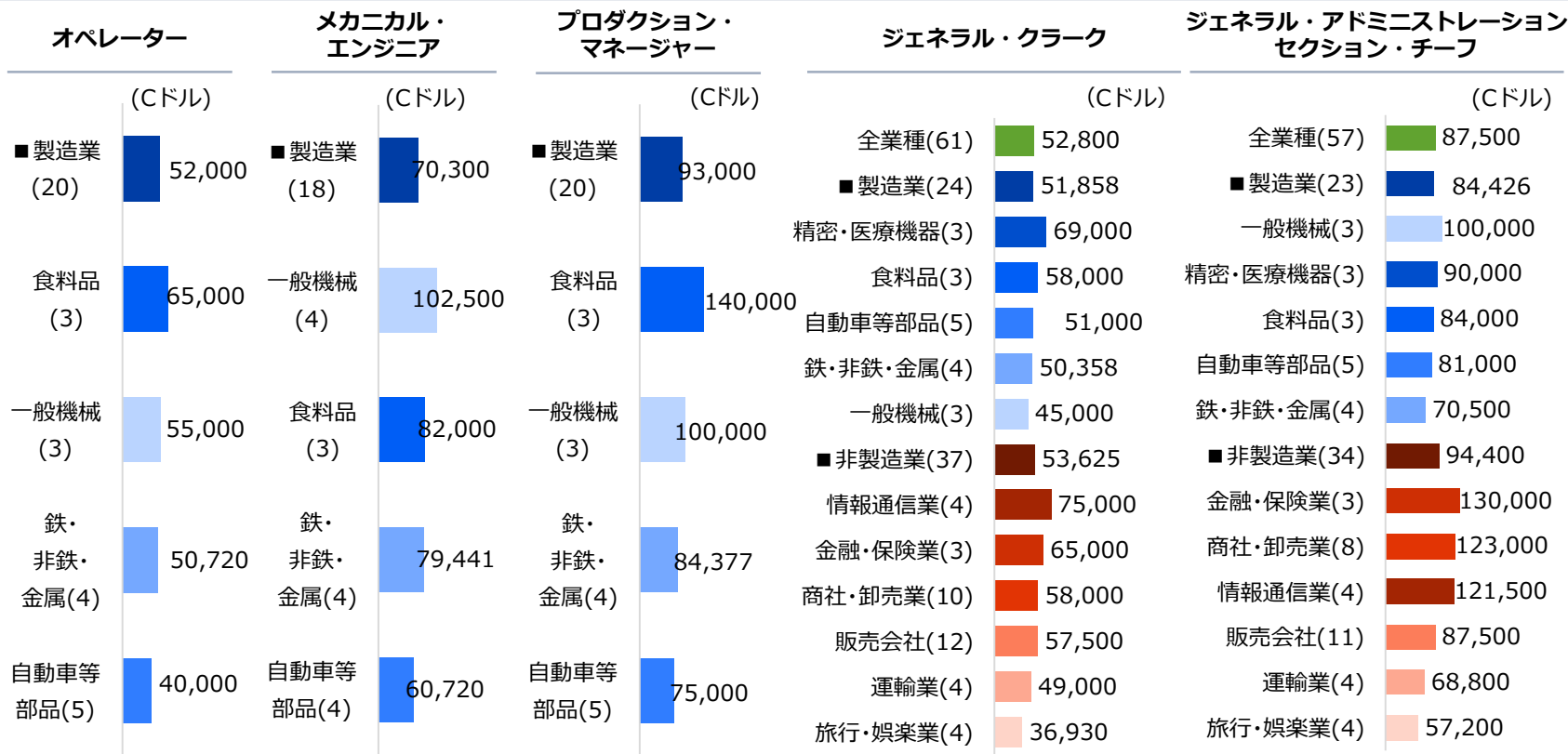


(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。

(注2) 有効回答3社以上の業種のみ掲載。

3-7 | 賃金（年間実負担額）： 職業別中央値は5万2,000～9万3,000カナダ・ドル

- 工場などの職種別の年間実負担額の中央値は、オペレーターが5万2,000Cドル、メカニカル・エンジニアは7万300Cドル、プロダクション・マネージャーは9万3,000Cドルといずれも前年から増加。
- 事務職は、ジェネラル・クラークが5万2,800Cドル、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフは8万7,500Cドルといずれも減少。



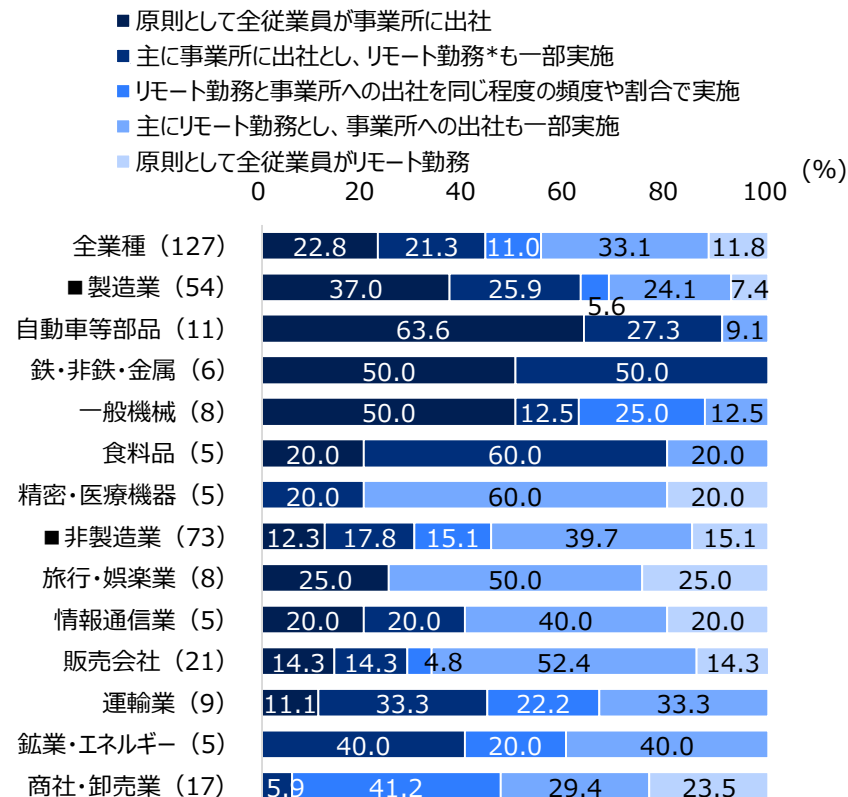
(注1) 製造業の企業はオペレーター（製造工程における機械の操作に従事する職種）、メカニカル・エンジニア（機械および設備の設計・製作・管理などを行う技術職）、プロダクション・マネージャー（生産管理部門の課長クラス）、ジェネラル・クラーク（一般事務職）、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフ（総務部門の課長クラス）の職種で回答、非製造業の企業はジェネラル・クラーク、ジェネラル・アドミニストレーション・セクション・チーフの職種で回答。

(注2) 有効回答3社以上の業種のみ掲載。

3-8 | 勤務体制（2021年9月1日時点）： 4割台半ばの企業がリモート勤務中心

- **リモート勤務が可能な職種**では、「主にリモート勤務とし、事業所への出社も一部実施」が33.1%で最多。「原則として全従業員がリモート勤務」（11.8%）と合わせると、**44.9%の企業がリモート勤務中心の体制**に。
- **リモート勤務が困難な職種**では、「原則として全従業員が事業所に出社」が85.4%だった。

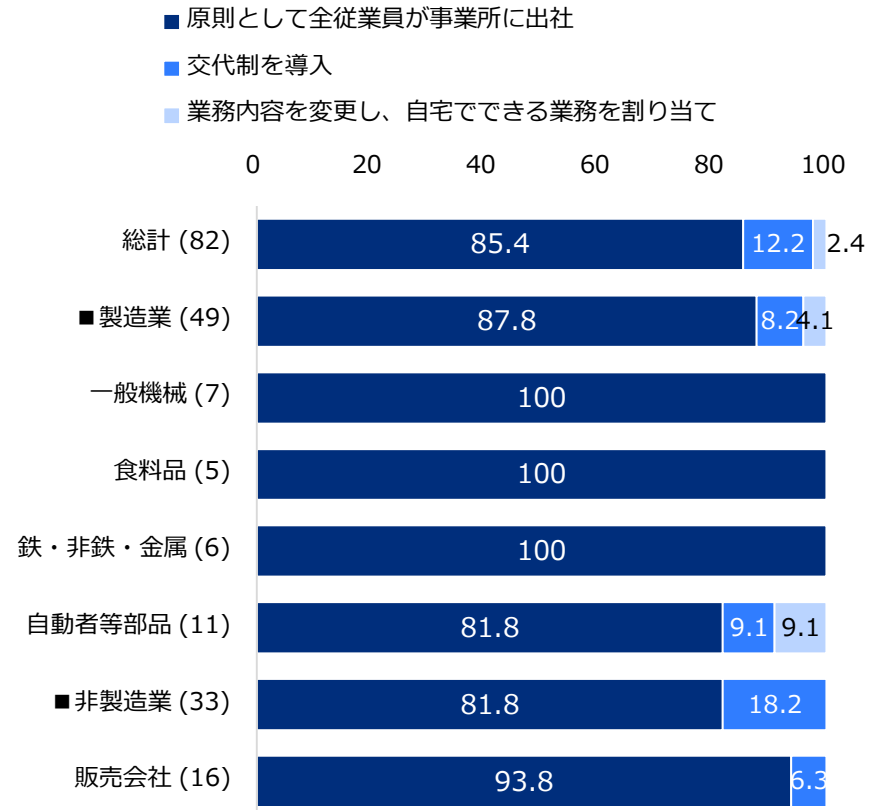
2021年9月1日時点の勤務体制
(リモート勤務が可能な職種、業種別)



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

(注) 「リモート勤務」は自宅を含むオフィス外での勤務方法を想定。

2021年9月1日時点の勤務体制
(リモート勤務が困難な職種、業種別)

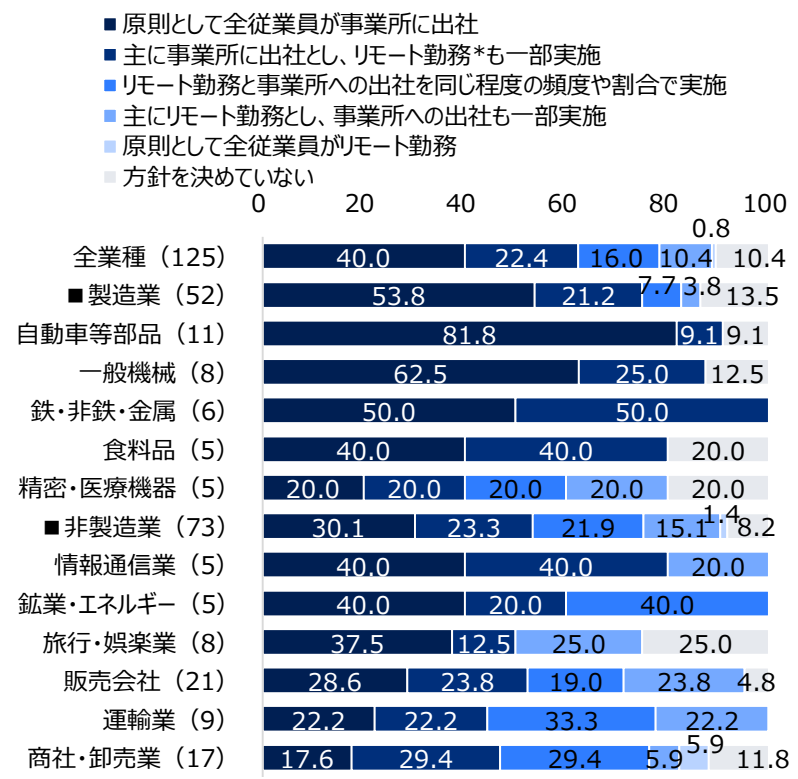


(注) 「リモート勤務」は自宅を含むオフィス外での勤務方法を想定。

3-9 | 勤務体制（新型コロナ収束後）： 6割強の企業が出社中心へ

- **新型コロナ収束後の勤務体制**として、「原則として全従業員が事業所に出社」は**40.0%**と最も多く、「主に事業所に出社とし、リモート勤務も一部実施」（22.4%）と合わせると、**62.4%の企業が出社中心**の勤務体制を予定。
- **2021年4月の調査結果と比較**すると、「原則として全従業員が事業所に出社」の割合は**16.1ポイント減少**した。

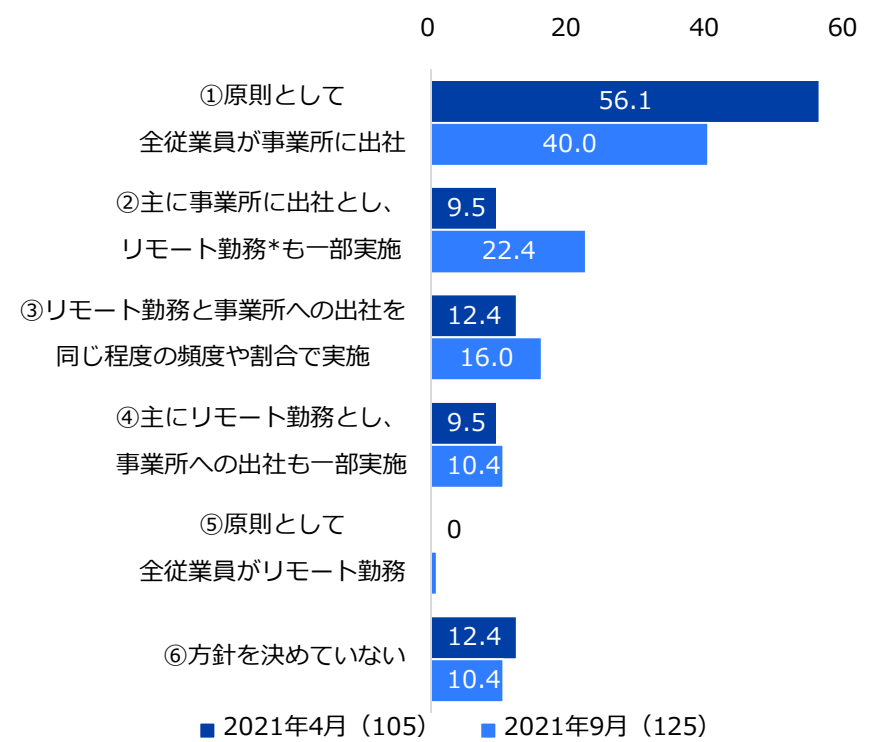
新型コロナ収束後の勤務体制（業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

(注) 「リモート勤務」は自宅を含むオフィス外での勤務方法を想定。

新型コロナ収束後制
(2021年4月の調査結果との比較)

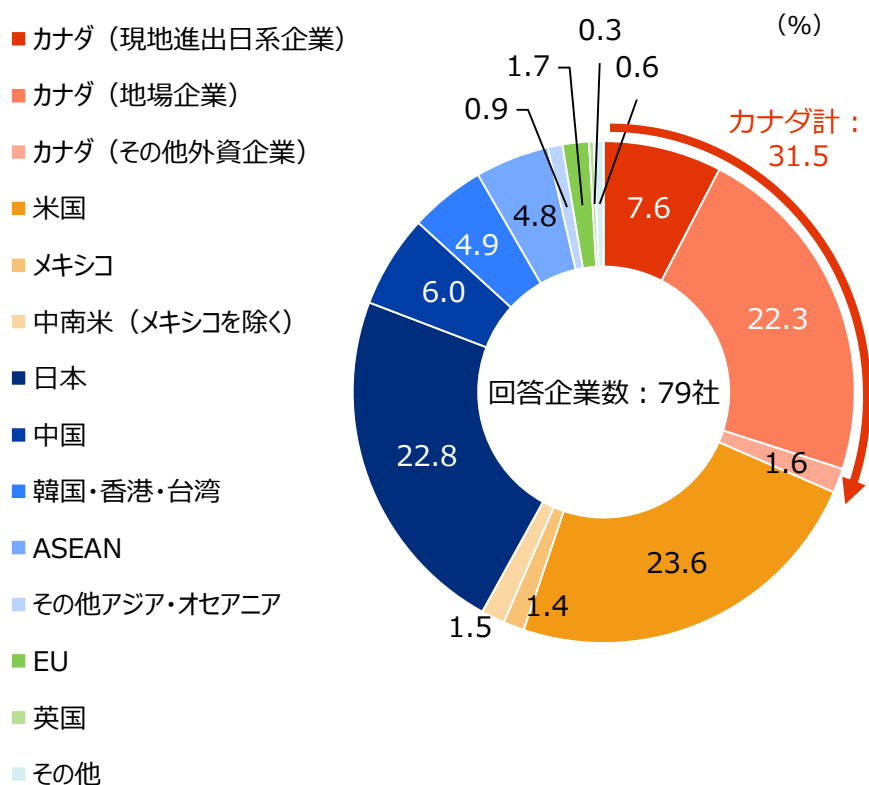


(注) 「リモート勤務」は自宅を含むオフィス外での勤務方法を想定。

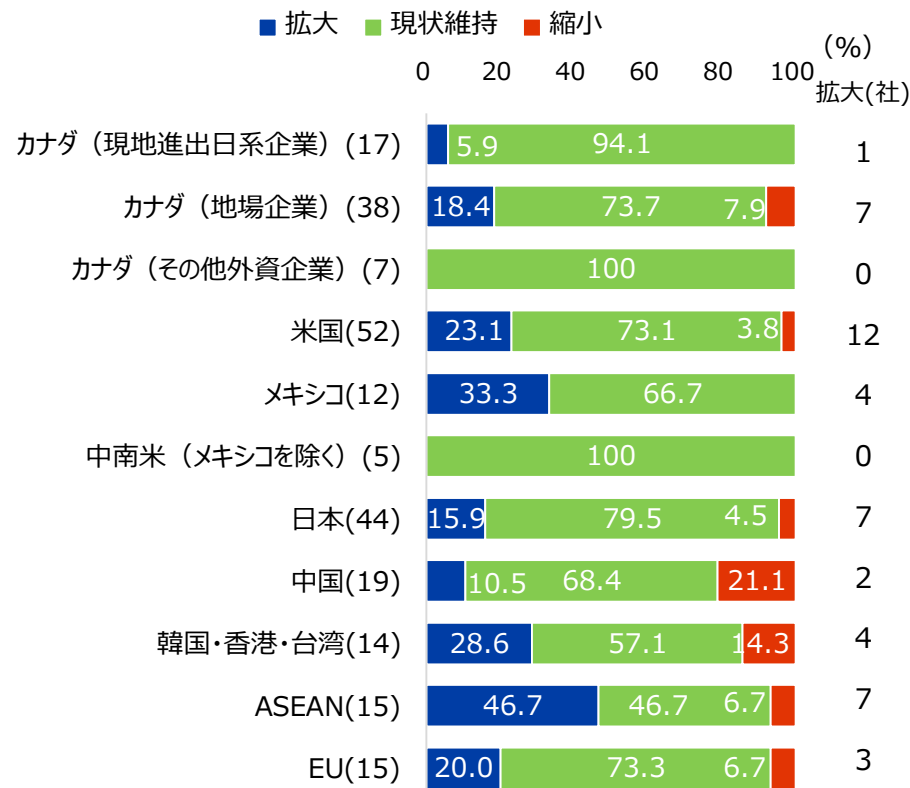
4-1 | 調達先： カナダ国内が3割強、CUSMA域内からは6割近く

- カナダ国内からの調達比率は31.5%で、米国（23.6%）とメキシコ（1.4%）を合わせたCUSMA域内からの調達比率は56.5%。日本からは22.8%と、前年（21.2%）から1.6ポイント増加。
- 各調達先における今後の調達方針を聞いたところ、調達を拡大するという企業数は米国で12社、カナダ（地場企業）、日本、ASEANで各7社と多かった。

原材料・部品の調達先（国・地域別）



原材料・部品の調達先についての今後の方針



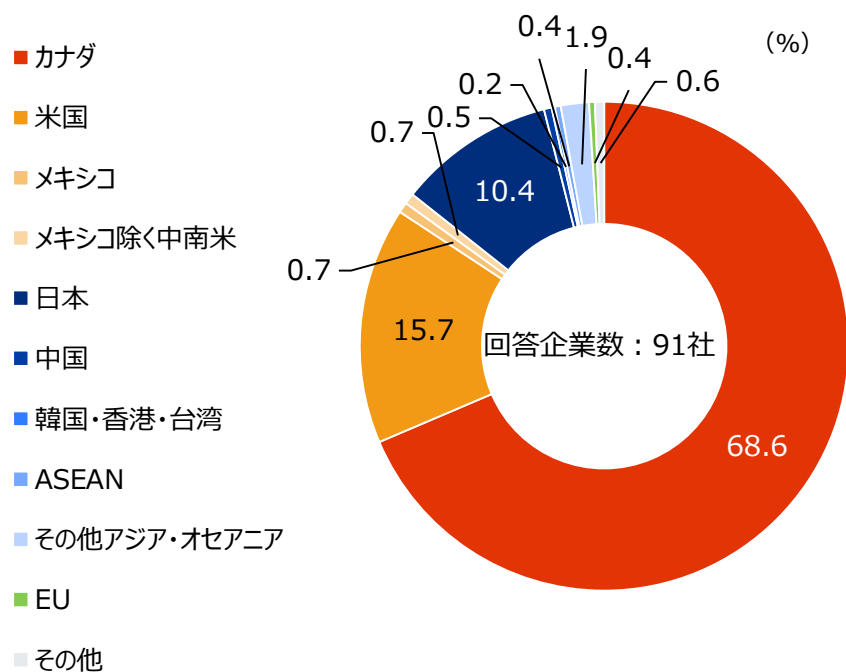
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

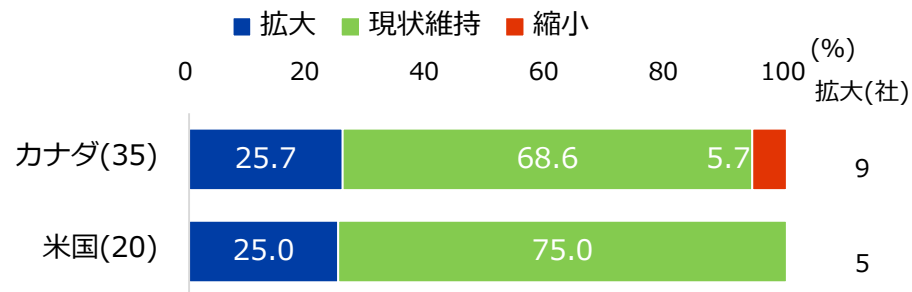
4-2 | 販売先： カナダ国内が7割近く、CUSMAは8割台半ば

- **販売先はカナダ国内が68.6%で、米国とメキシコを合わせたCUSMA市場向けは85.0%、日本向けは10.4%。**業種別では、カナダ向けは販売会社（89.0%）、精密・医療機器（83.4%）で高かった。
- 各販売先における今後の販売方針を聞いたところ、販売を拡大するという企業数はカナダで21社（製造業9社、非製造業12社）、米国で10社（製造業5社、非製造業5社）と多かった。

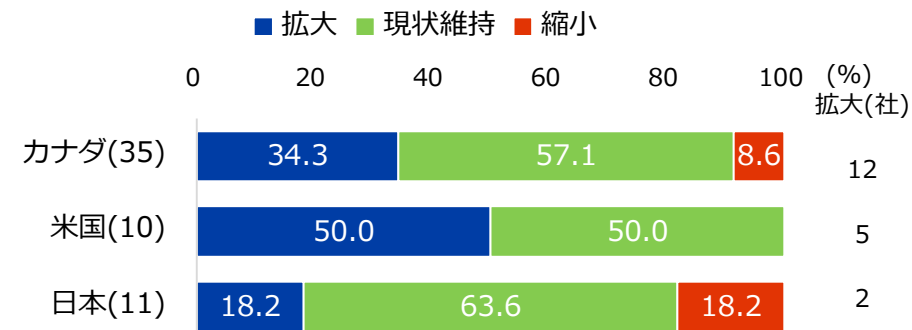
製品の販売先（国・地域別）



製品の販売先についての今後の方針（製造業）



製品の販売先についての今後の方針（非製造業）



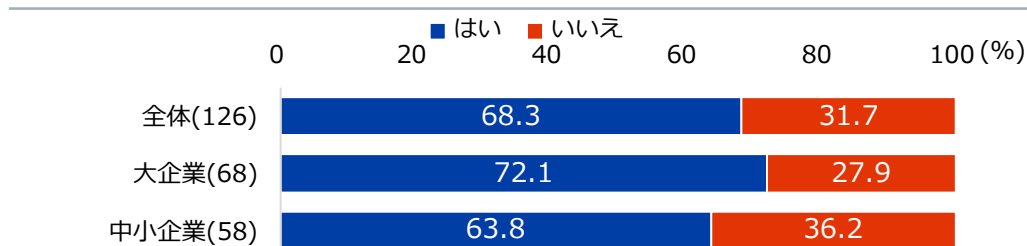
(注) 各企業が金額ベースで合計100とした時の各国・地域の比率を算出し、その数値を平均化したもの。

(注) 有効回答5社以上の国・地域のみ掲載。

5-1 | サプライチェーンと人権： 7割近くが経営課題として認識

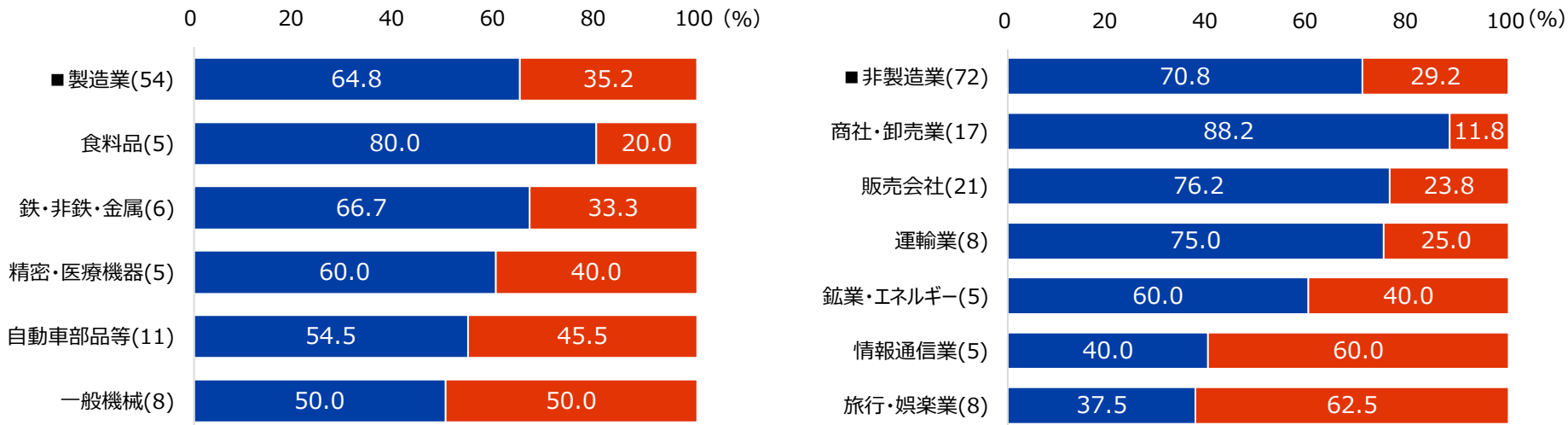
- サプライチェーンにおける人権の問題について、7割近く（68.3%）の企業が経営課題として認識。
- 業種別にみると、製造業では食料品で、非製造業では商社・卸売業や販売会社、運輸業で4社に3社以上が経営課題として認識。認識度は大企業が中小企業より8.3ポイント高く、企業規模によって認識に差。

人権の問題を経営課題として認識しているか（企業規模別）



(注) 大企業は総従業員数50人以上、中小企業は50人未満。

(業種別)

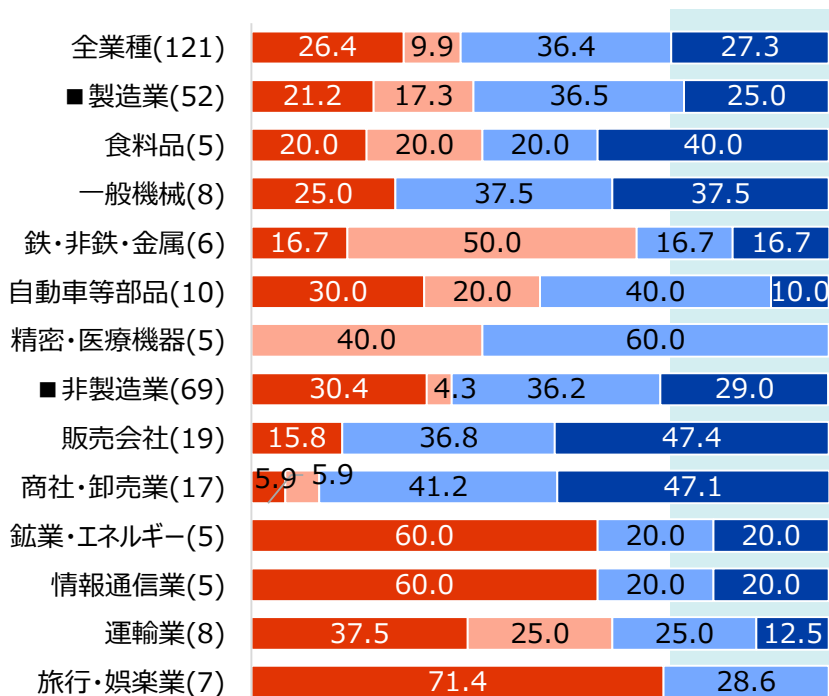
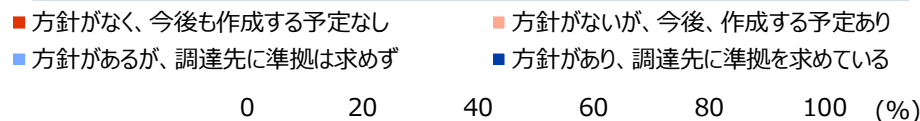


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

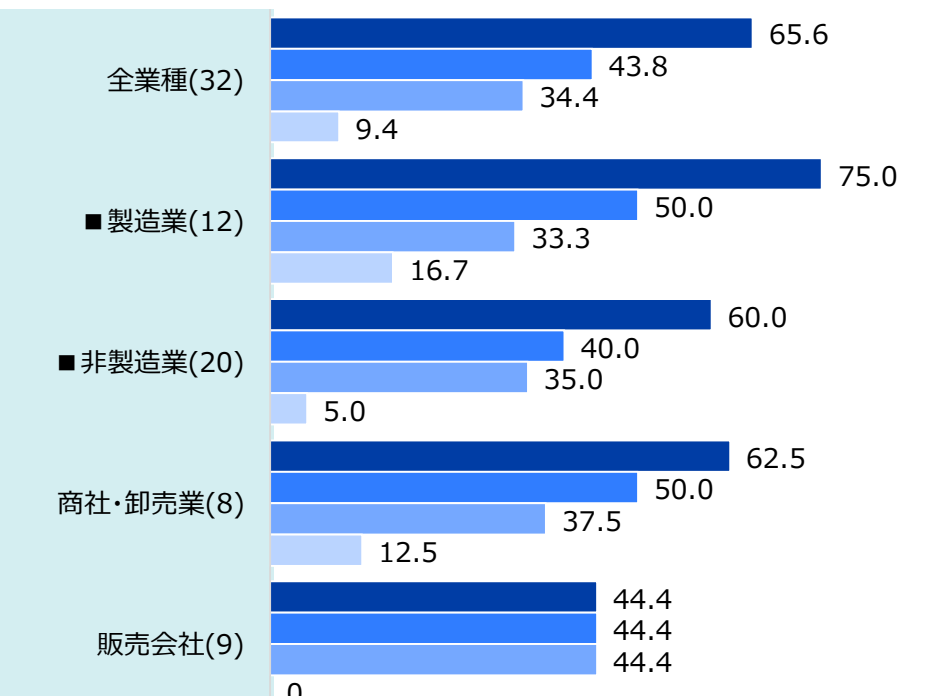
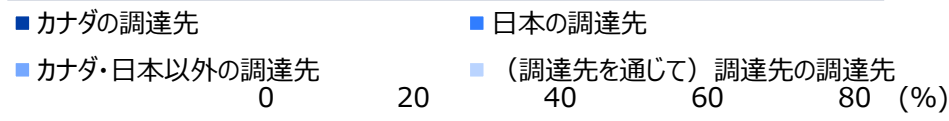
5-2 | サプライチェーンと人権： 6割強が人権尊重に関する方針あり

- **サプライチェーンにおける人権尊重に関する方針を持つ企業は6割強**（63.7%）。業種別でみると、**商社・卸売業**や**販売会社**、**一般機械**では、**4社に3社以上が方針あり**。
- **方針があり、「調達先に準拠を求めている」企業は3割近く**（27.3%）、「準拠は求めている」企業は4割近く（36.4%）。方針があり、準拠を求めている調達先はカナダが多く、商社・卸売業では29.4%がカナダの調達先に準拠を求めている。

サプライチェーンにおける人権尊重に関する方針（業種別）



方針があり、準拠を求めている調達先（業種別、複数回答）

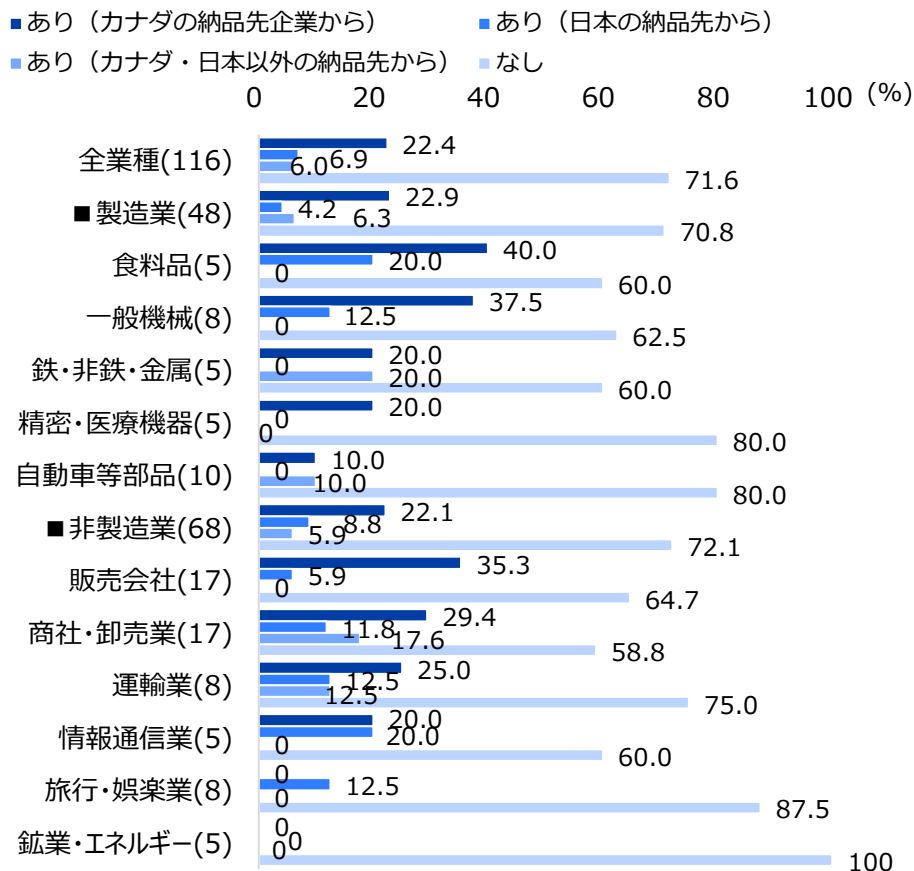


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

5-3 | サプライチェーンと人権： 3割近くが納品先から人権尊重方針への準拠求められる

- **納品先企業からサプライチェーンにおける人権尊重に関する方針への準拠を求められたことが「あり」は3割近く**（28.4%）、カナダの納品先から求められたことがある企業が22.4%と最多で、日本の納品先は6.9%。業種別には、食料品や一般機械、販売会社で3社に1社以上が、カナダの納品先から求められたことが「あり」。

納品先企業から人権尊重に関する方針への準拠を 求められたことがあるか（業種別、複数回答）



（注）有効回答5社以上の業種のみ掲載。

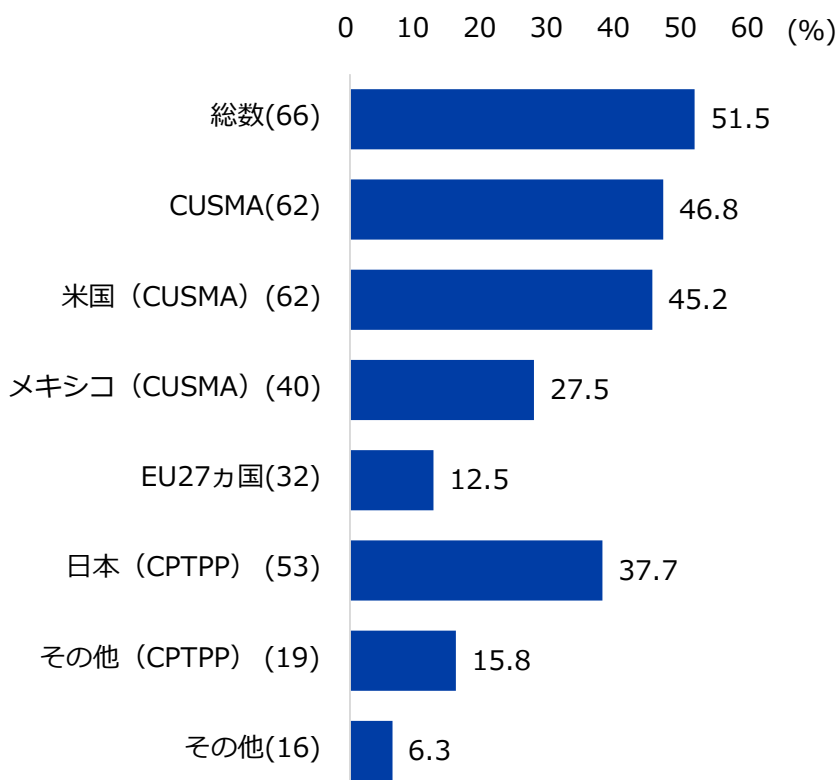
人権侵害リスクに対する懸念点や予防策（自由記述）

- 貴金属の調達の際の強制労働など【商社・卸売業】
- 児童労働【化学・医薬】
- 調達先のサプライチェーンの上流にある企業で、調達先も把握しきれていないネットワーク【精密・医療機器】
- 中国・新疆ウイグル自治区産の綿や東南アジアにおける児童労働。グループのCSR調達によりアンケートの依頼や現地監査などを実施（新型コロナ下では現地監査は中断）【販売会社】

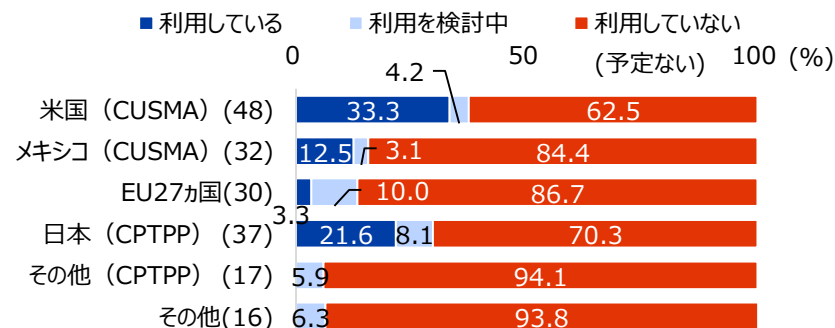
6-1 | 貿易協定の活用状況（回答企業）： 5割強が利用、CUSMAは5割近くが利用

- 回答企業の貿易協定利用率は**51.5%**だった。**CUSMAを利用**している企業は**46.8%**、**日本との貿易でCPTPPを利用**している企業は**37.7%**。
- 輸出時の利用率は、米国（CUSMA）が33.3%、日本（CPTPP）が21.6%と高く、輸入時の利用率は、米国（CUSMA）が44.2%、日本（CPTPP）が37.0%と高かった。

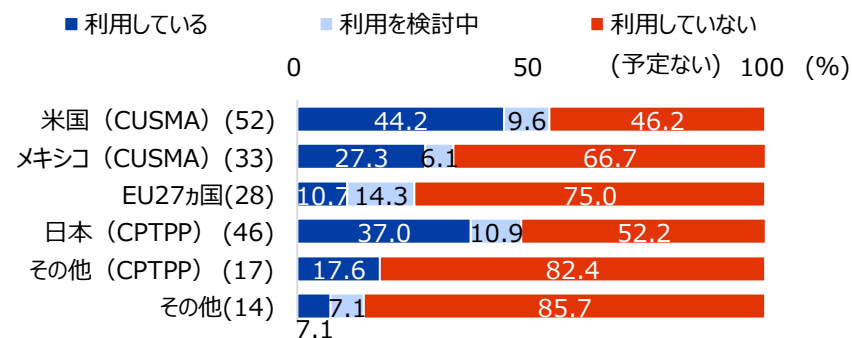
貿易協定利用率



カナダからの輸出における貿易協定利用率



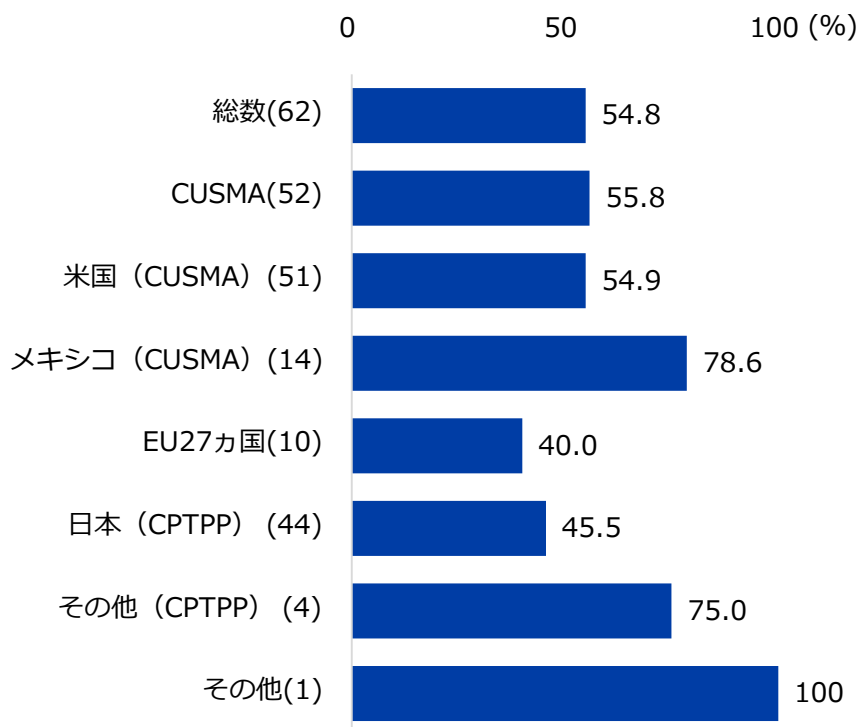
カナダへの輸入における貿易協定利用率



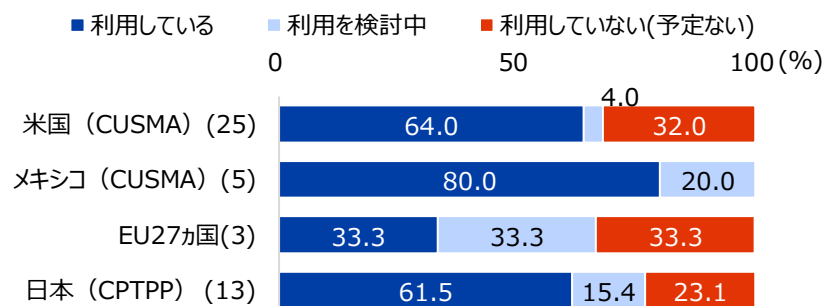
6-2 | 貿易協定の活用状況（輸出または輸入を行っている企業）： 5割台半ばが利用、日本（CPTPP）は4割台半ばが利用

- **輸出または輸入を行っている企業の貿易協定利用率は54.8%。** **CUSMAを利用**している企業は**55.8%**、**日本との貿易でCPTPPを利用**している企業は**45.5%**。
- 輸出時の利用率は、メキシコ（CUSMA）が80.0%、米国（CUSMA）が64.0%、日本（CPTPP）が61.5%と高い。輸入時の利用率は、メキシコ（CUSMA）が81.8%、米国（CUSMA）が56.1%と高かった。

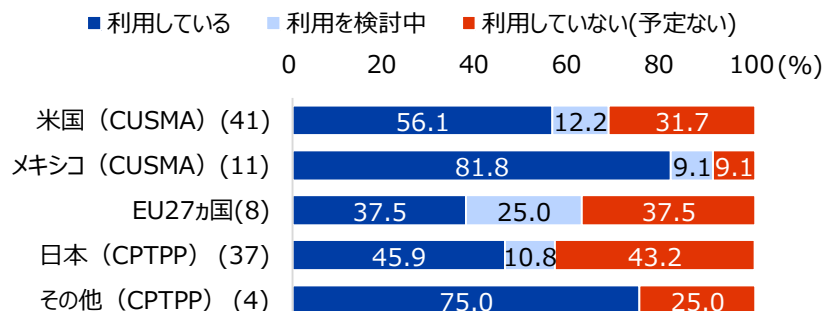
貿易協定利用率



カナダからの輸出における貿易協定利用率



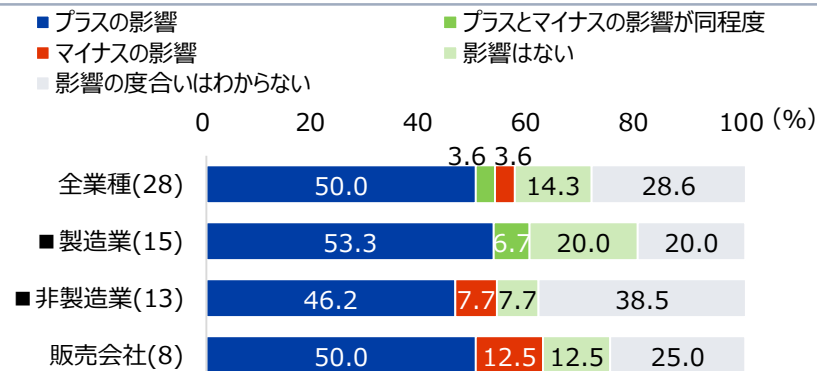
カナダへの輸入における貿易協定利用率



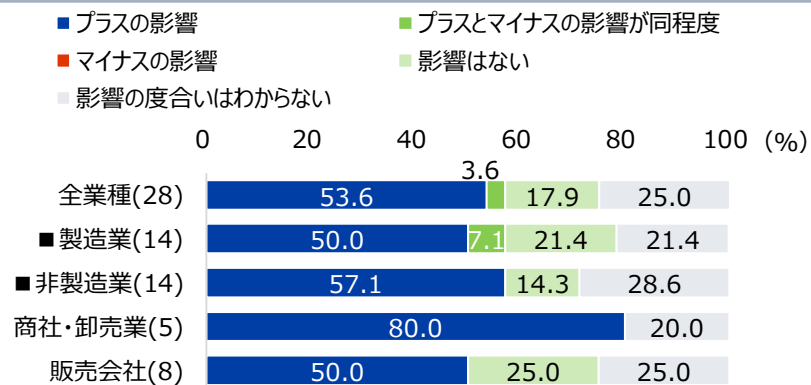
6-3 | 貿易協定の影響： CUSMA、CPTPPともに「プラスの影響」は半数以上

- **貿易協定の影響**について、「**プラスの影響**」と回答した割合は**CUSMAで50.0%**、**CPTPPで53.6%**を占めた。貿易協定の利用に当たり、活用している情報収集先としては、「官公庁や公的機関、商工会議所・商工会」（58.1%）、「親会社、国内主要取引先」（43.0%）、「国内関係事業者」（40.9%）が上位に挙がった。

CUSMAによる影響（業種別）

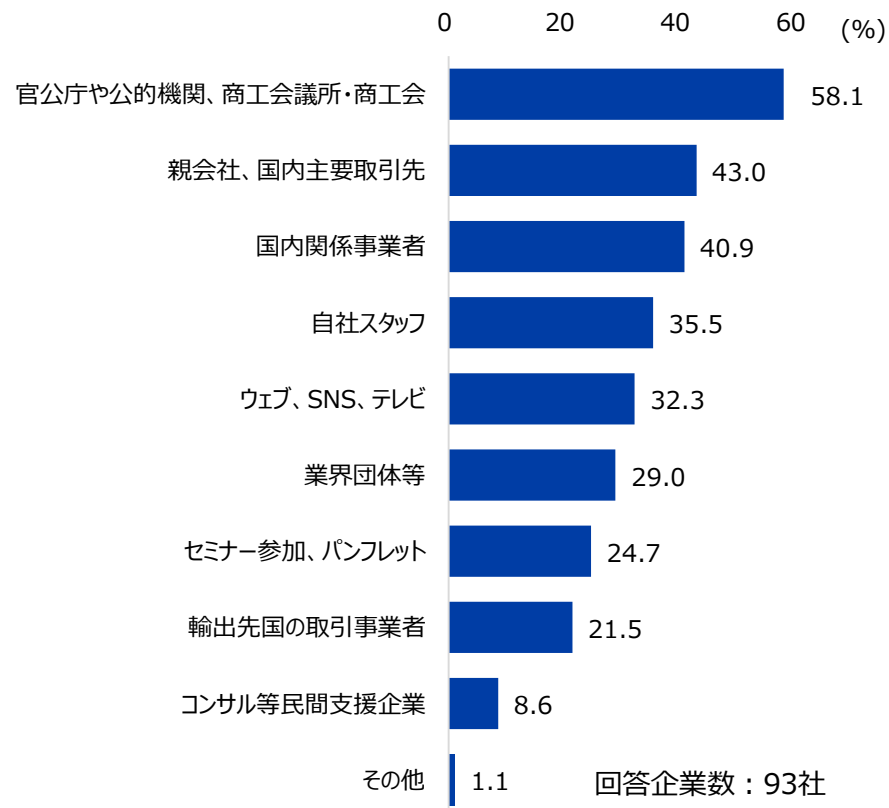


CPTPPによる影響（業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

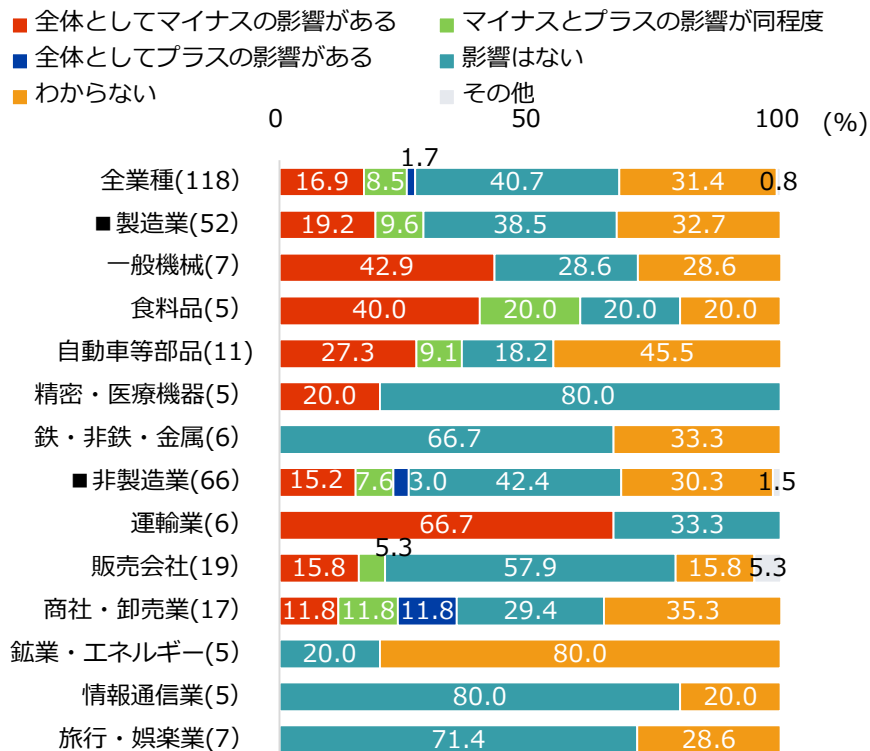
活用している情報収集先（複数回答）



7-1 | 通商環境の変化： 「全体としてマイナスの影響」は2割近く

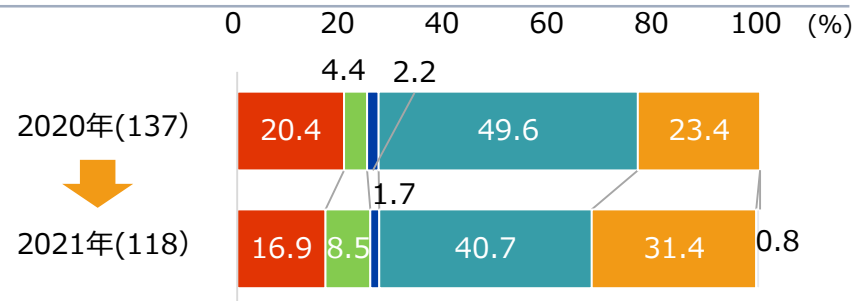
- 通商環境の変化が与える影響について、「影響はない」が40.7%、「わからない」は31.4%で、「全体としてマイナスの影響」は16.9%（前回20.4%）。
- 前年と比べ「わからない」が8.0ポイント増えた一方、「影響はない」は8.9ポイント減少。業種別にみると、「全体としてマイナスの影響」と回答した企業の割合は運輸業（66.7%）、一般機械（42.9%）、食料品（40.0%）で高かった。

通商環境の変化が2021年の業績に与える影響（業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

通商環境の変化が業績に与える影響（前年度比較）



通商環境の変化が与えるプラスの影響（自由記述）

- 米国へのアルミ地金輸出にカナダは関税がかかっていない【商社・卸売業】

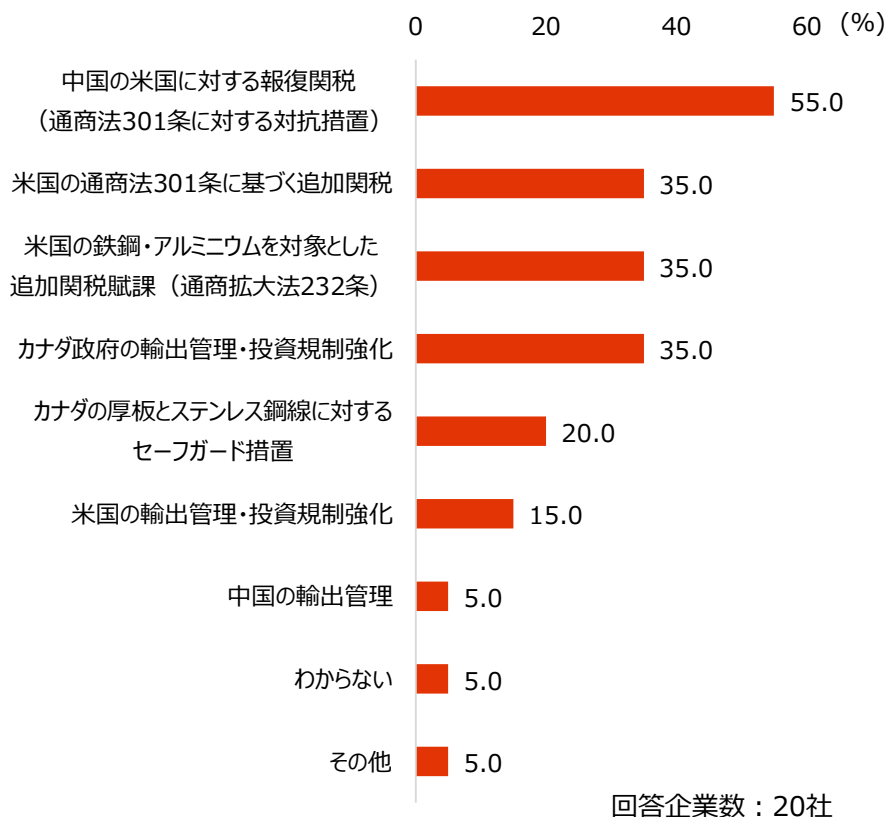
通商環境の変化が業績に影響しない理由（自由記述）

- 制限措置に関連する商品を取り扱っていないため【鉄・非鉄・金属】
- 事業規模が小さく、全体への影響は軽微【精密・医療機器】

7-2 | 政策別の影響： 米中による関税賦課がマイナスの大きな要因に

- マイナスの影響を受ける具体的な政策について、「中国の米国に対する報復関税」が**55.0%**と最多。「米国の通商法301条に基づく追加関税」「米国の鉄鋼・アルミニウムを対象とした追加関税賦課」「カナダ政府の輸出管理・投資規制強化」が**35.0%**と続いた。

マイナスの影響を受ける具体的な政策（複数回答）



通商環境の変化が与えるマイナスの影響（自由記述）

- 自社あるいは顧客の中国向け輸出の減少【精密・医療機器】
- 米中摩擦による追加関税による中国輸入関税の高止まり【食料品】
- 高関税による中国からの輸入の断念【商社・卸売業】
- 米国経由で納入される材料・部品に関し手続きが煩雑化【自動車等部品】
- 投資機会の減少や物流の減少【金融・保険業】
- 商品の輸入規制【販売会社】
- 材料費の高騰【自動車等部品】

8-1 | 経営上の課題： 「新規顧客の開拓」「物流コストの上昇」が上位に

- **経営上の課題**としては、「**新規顧客の開拓**」（51.6%）が最も多かった。「**物流コストの上昇**」（50.0%）「**調達コストの上昇**」（46.0%）という、**サプライチェーン上の問題**も上位に。
- 「**その他**」の具体的な課題としては、「**半導体不足**」や「**港湾混雑**」といったサプライチェーン上の問題や、「**従業員重視の労働法**」など人権に関連した課題が挙げられた。

経営上の課題（複数回答）



(注) 上位項目のみ掲載

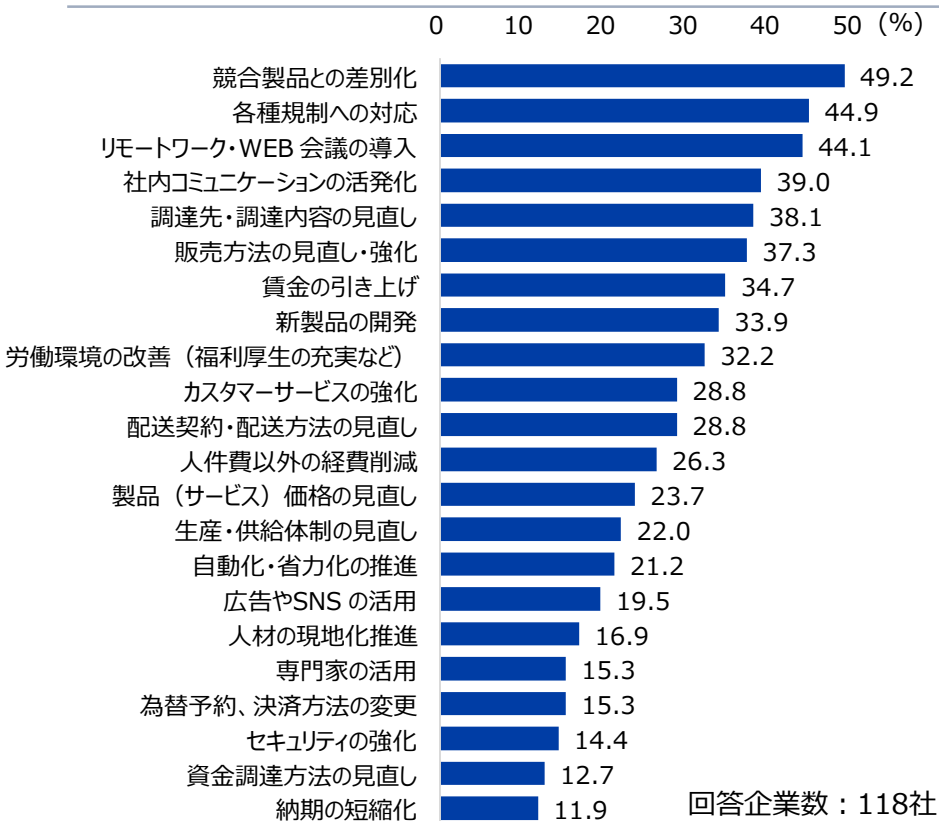
「その他」の具体的な課題（自由記述）

- 並行品の流入、物流コストの高騰【販売会社】
- 半導体不足（生産減少による商品不足・調達数の確保、半導体不足による生産減少）【販売会社】
- マイクロチップ不足による商品不足【販売会社】
- 港湾混雑【販売会社】
- メキシコ企業との競合が厳しい【自動車等部品】
- 従業員重視の労働法【販売会社】
- 金利の低下、監督基準の強化【金融・保険】
- 市場金利の変動【商社・卸売業】
- 資本規制の改訂【金融・保険】
- 販売効率向上【小売業】
- 個人消費行動の変化【その他製造業】
- 金価格の変動、起業費の増加、オペレーターの力量不足、コロナの操業への影響【鉱業・エネルギー】
- 店舗来店客数の低下【自動車等】
- 新型コロナ【旅行・娯楽業】
- サイバーアタックまたはサイバーセキュリティ【販売会社】【鉄道・運搬車両等部品】
- 電動化【自動車等部品】
- 物流以外での新規事業の立ち上げ【商社・卸売業】
- 先住民部族との緊密な関係構築【鉱業・エネルギー】

8-2 | 経営上の課題への対応： 「競合製品との差別化」「各種規制への対応」が上位

- **経営上の課題への対応策**として、「競合製品との差別化」（49.2%）、「各種規制への対応」（44.9%）、「リモートワーク・WEB会議の導入」（44.1%）が**4割以上**に。
- **具体的な対応策**としては、「トレーニング」や「日本/現地での研修」などの**教育制度のオンライン化**や、「物流コストの取引先へのサーチャージ」などの**コスト低減策**が挙げられた。

経営上の課題への対応策（複数回答）



(注) 上位項目のみ掲載

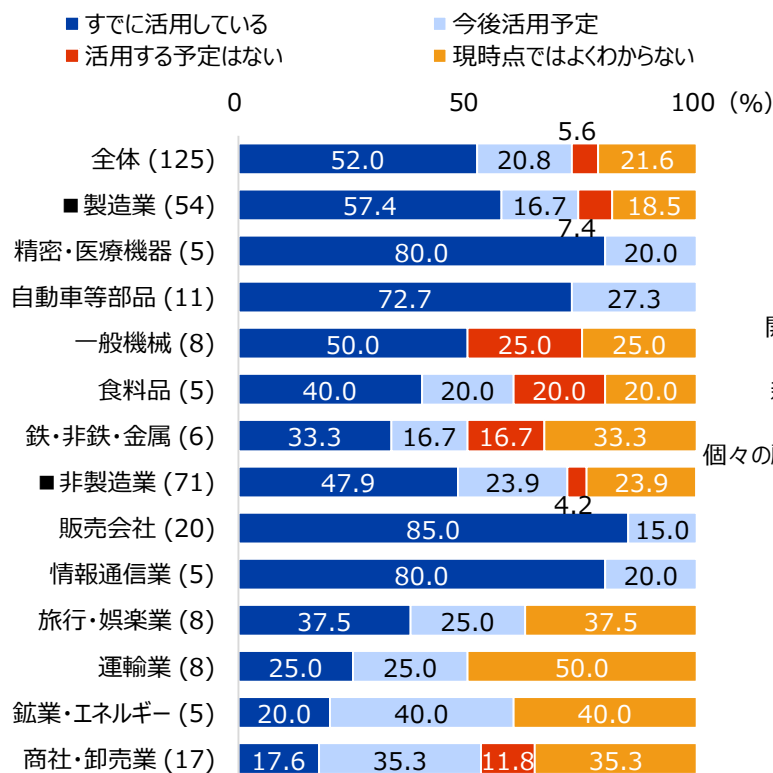
具体的な対応策（自由記述）

- 随時の情報収集、環境規制対応（電動化、ゼロエミッション車、温室効果ガス）【商社・卸売業】
- 勤務時間を柔軟に対応、旅行以外の事業の模索【旅行・娯楽業】
- 現下のリモートワーク環境に適した製品情報提供/トレーニングなどのデジタル化【販売会社】
- リスクヘッジ、支出状況の監視強化、エンジニアリングレビューの強化【鉱業・エネルギー】
- 社内教育制度の拡充【鉄道車両等部品】
- 日本/現地での研修（バーチャル）の充実化【電気・電子機器】
- 得意先へ売価上昇交渉・要請、品質緩和要請、コスト低減【自動車等】
- 物流コストの取引先へのサーチャージ【販売会社】
- 在庫量の増加【販売会社】
- 多様な商品の活用、定点観測の適切化、情報ネットワークの高度化【金融・保険業】
- 外部専門企業によるセキュリティ強化【旅行・娯楽業】
- 新規事業（投資含む）の開拓強化、米国地域本部との連携強化【商社・卸売業】
- 本社からの資金調達、顧客ニーズに合った製品開発【自動車等部品】

9-1 | デジタル関連技術の活用： 5割強がデジタル技術を活用

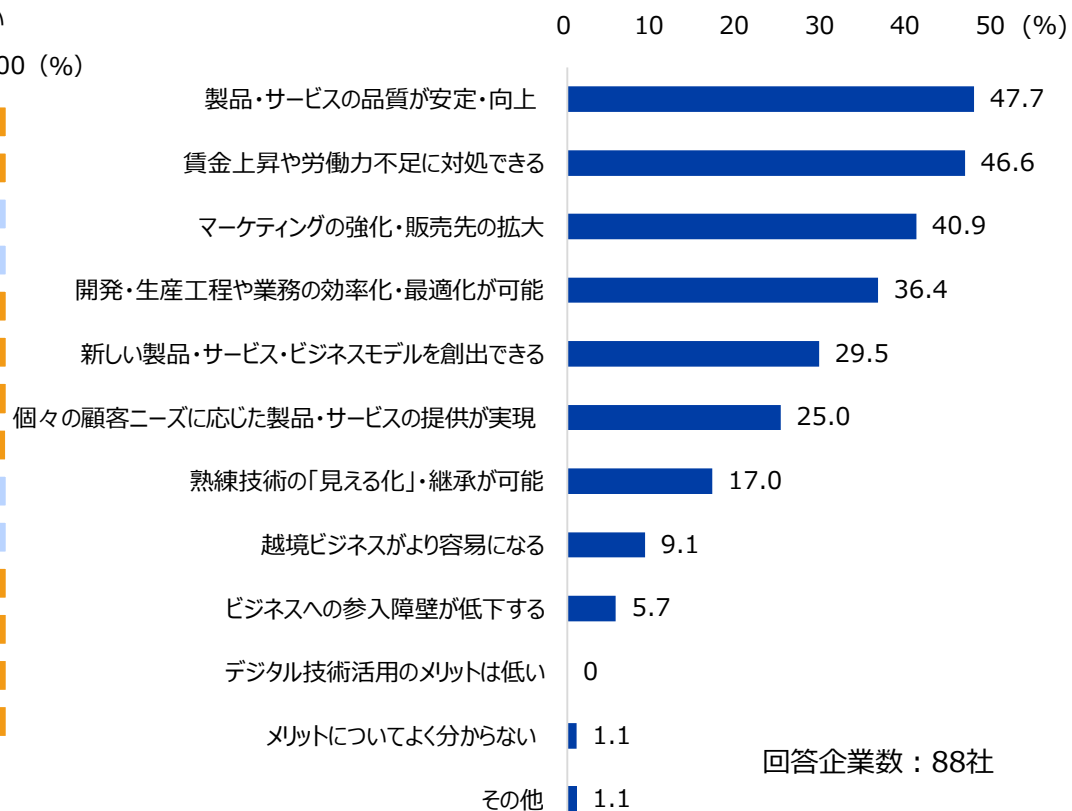
- **デジタル技術を既に活用**している企業は**5割強**。
- 活用するメリットとしては、「製品・サービスの品質が安定・向上」（47.7%）、「賃金上昇や労働力不足に対処できる」（46.6%）、「マーケティングの強化・販売先の拡大」（40.9%）が上位。

デジタル技術の活用状況（業種別）



(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。

デジタル技術を活用するメリット（複数回答）

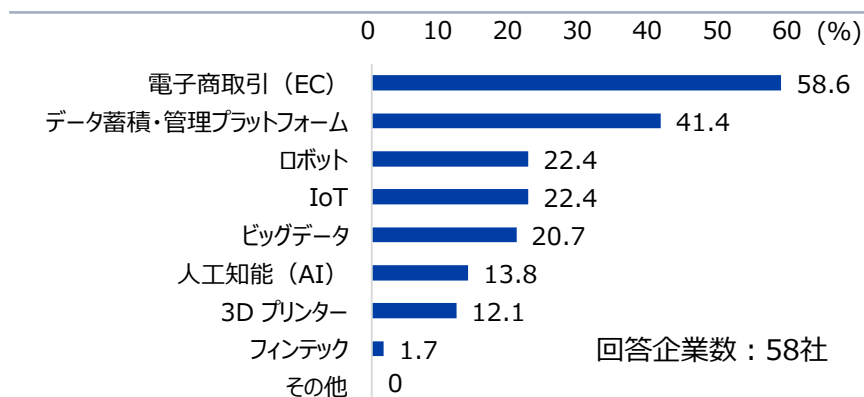


回答企業数：88社

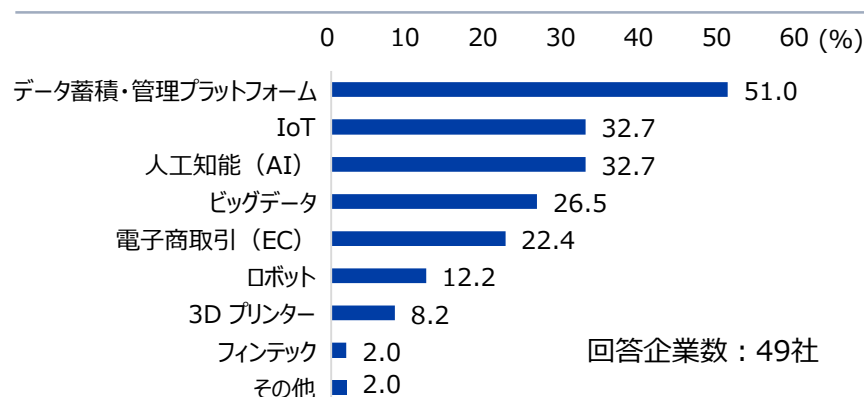
9-2 | デジタル関連技術の活用： 6割近くの企業がEC活用、高いコストが課題

- 既に活用している技術では「電子商取引（EC）」（58.6%）、活用を検討している技術では、「データ蓄積・管理プラットフォーム」（51.0%）が上位となった。
- 法規制となる機微情報や、その国境を越えた移転など、機微情報に関連した政策項目への関心が高い一方、関心のある政策項目が「特になし」とする回答も約半数を占めた。

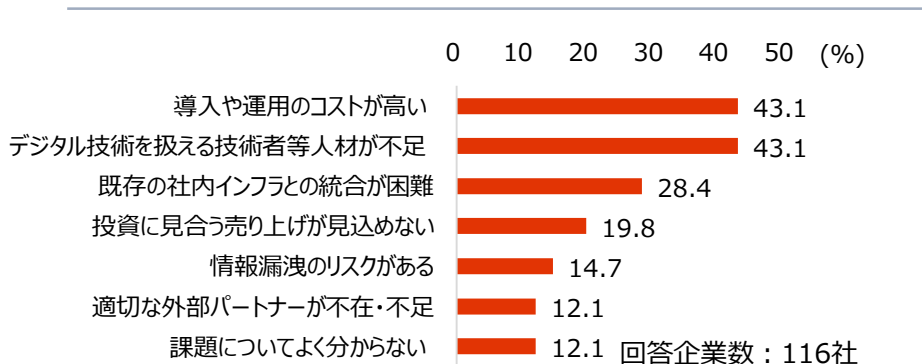
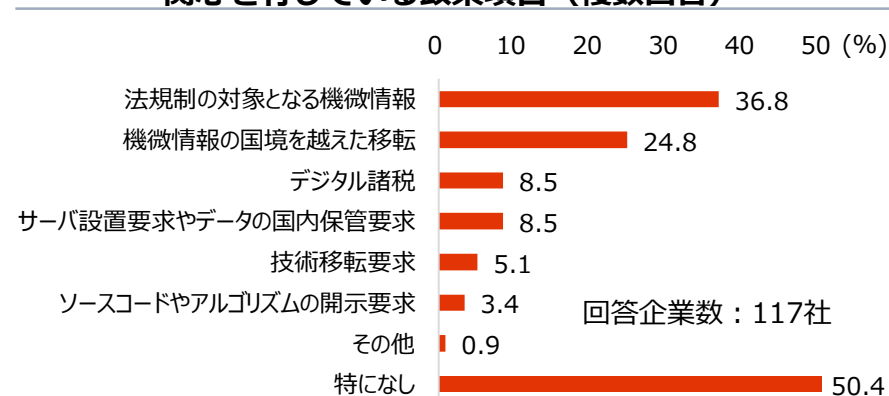
既に活用している技術（複数回答）



活用を検討している技術（複数回答）



デジタル技術を活用する際の課題（複数回答）

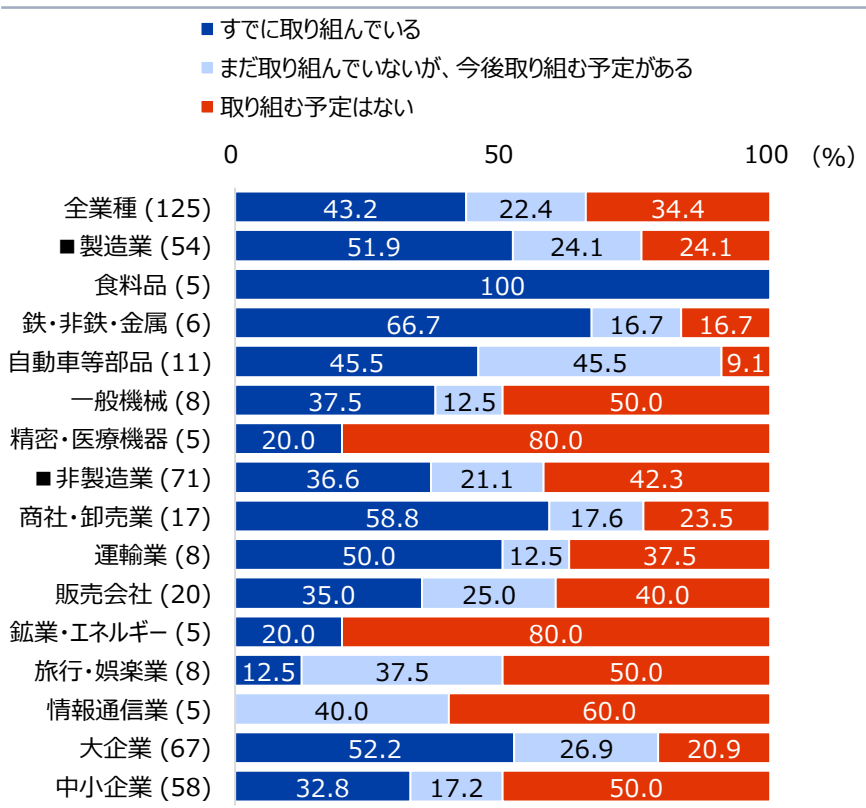
デジタル技術の利用にあたり
関心を有している政策項目（複数回答）

(注) 上位項目のみ掲載

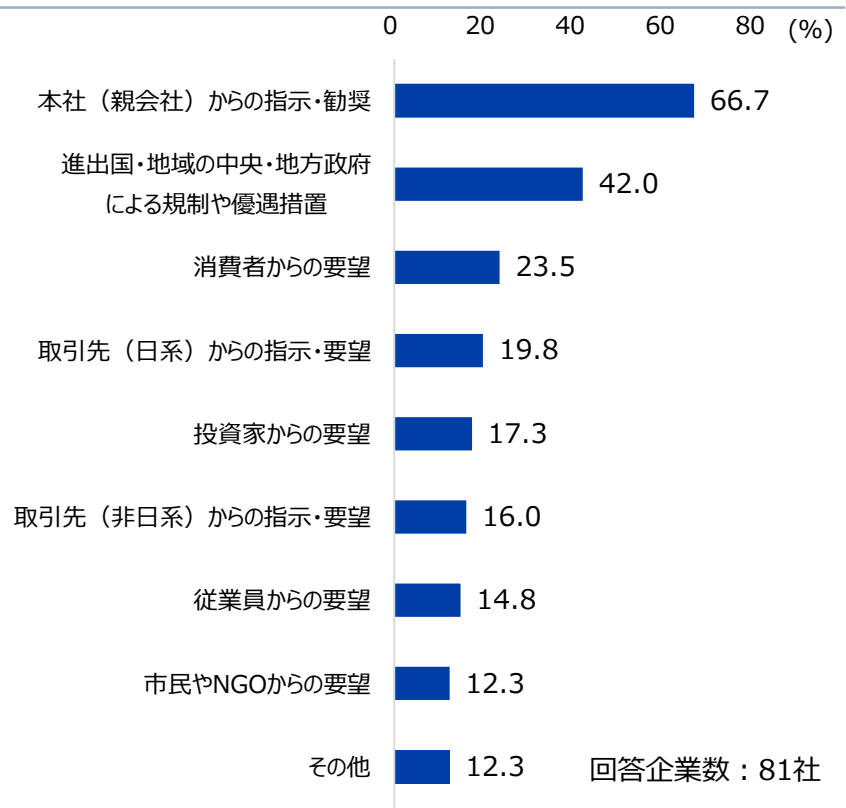
10-1 | 脱炭素化への取り組み状況： 取り組んでいる企業は4割強

- **脱炭素化に既に取り組んでいる企業は43.2%**だった。同割合は大企業では52.2%だったが、中小企業では32.8%にとどまった。取り組む予定はない企業は34.4%だった。**業種別**では、**食料品**（100%）や**鉄・非鉄・金属**（66.7%）が高かった。
- **脱炭素化に取り組む理由**は、「**本社（親会社）からの指示・推奨**」が**66.7%**で最も高く、「**進出国・地域の中央・地方政府による規制や優遇措置**」（42.0%）が続いた。

脱炭素化への取り組み状況（業種別・企業規模別）



脱炭素化に取り組む理由（複数回答）

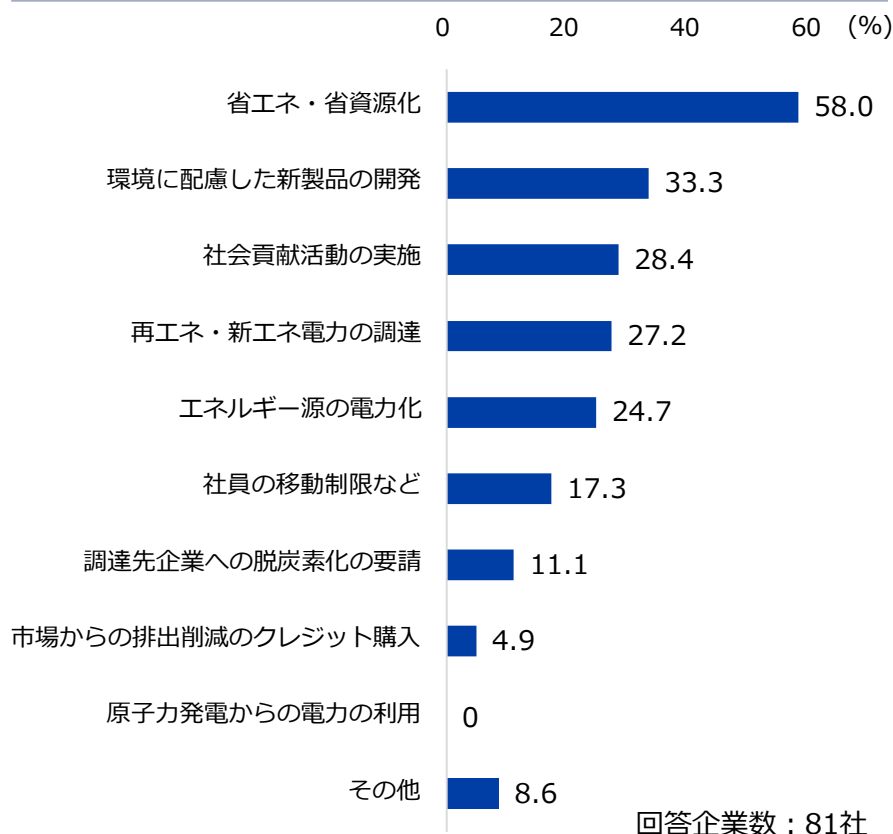


(注) 有効回答5社以上の業種のみ掲載。
 (注) 大企業は総従業員数50人以上、中小企業は50人未満。

10-2 | 脱炭素化の取り組み内容： 「省エネ・省資源化」が6割近く

- **脱炭素化の取り組み内容**としては、「**省エネ・省資源化**」が**58.0%**と最大で、「**環境に配慮した新製品の開発**」（33.3%）、「**社会貢献活動の実施**」（28.4%）が続いた。

脱炭素化の取り組み内容（複数回答）



具体的な取り組み（自由記述）

- 省エネ高効率製品の拡販、省エネ業界団体への協賛【販売会社】
- 電気自動車の開発【販売会社】
- 温室効果ガス排出削減に取り組むスタートアップへの投資を検討するファンドへの参画【鉱業・エネルギー】
- 夜間電力の蓄電によるピーク時電力の削減【鉄・非鉄・金属】
- 脱炭技術を有する会社への投資の検討【商社・卸売業】
- 電力を電動力とするトローリーアシスト式ダンプトラック導入による温室効果ガス排出量の削減【鉄・非鉄・金属】
- 紙媒体によるマニュアルの作成や、必要案内・申込書の使用禁止【小売業】

脱炭素化の取り組みへの課題（自由記述）

- 新型コロナウイルスの感染拡大による社会や環境に配慮した活動への制限【食料品】
- 脱炭素の収益化【鉱業・エネルギー】
- 水素事業に取り組むが、業界が未発達のため、商業化の機会が非常に少ない【商社・卸売業】

レポートに関するお問い合わせ先

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部米州課



03-3582-5545



orb@jetro.go.jp



〒107-6006

東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

■ 免責条項

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロは一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

禁無断転載