

# 世界経済と日本企業の海外事業展開

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部 国際経済課 朝倉啓介

2021年12月23日



## 海外調査部 国際経済課

### 朝倉 啓介

あさくら けいすけ



- 2005年、ジェトロ入構。海外調査部アジア大洋州課（2005～2009年）、国際経済研究課（2009～2010年）、公益社団法人日本経済研究センター出向（2010～2011年）、ジェトロ農林水産・食品調査課（2011～2013年）、インド・ムンバイ事務所（2013～2018年）を経て、海外調査部国際経済課勤務。
- 主な著書として、『南進する中国とASEANへの影響』（共著、ジェトロ、2007年）、『ASEAN経済共同体』（共著、ジェトロ、2009年）、『ジェトロ貿易投資白書』（共著、ジェトロ、2009年）、『ジェトロ世界貿易投資報告』（共著、ジェトロ、2018～2021年）、『FTAの基礎と実践』（共編著、白水社、2021年）など。

# 本日の内容

**I. 世界経済の動向と日本への影響**

II. 日本企業の海外事業展開方針

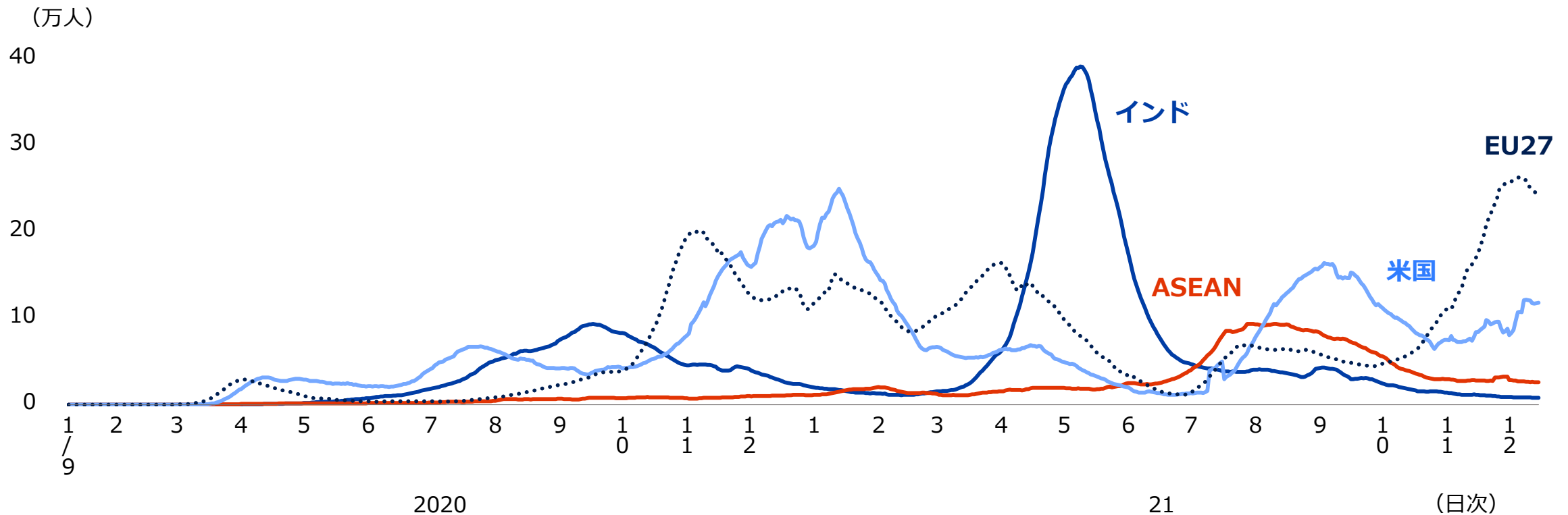
III. 在外日系企業の動向

IV. 今後の注目点

# 1 | 新型コロナ新規感染者、収束に時間

- 新型コロナウイルスの新規感染者（後方7日移動平均）の動向を国・地域別にみると、米国、インド、ASEANは一時期に比べ、低水準にある。
- EUでは2021年10月から12月上旬にかけて拡大。

主要国・地域別、新型コロナ新規感染者数の推移（後方7日移動平均）



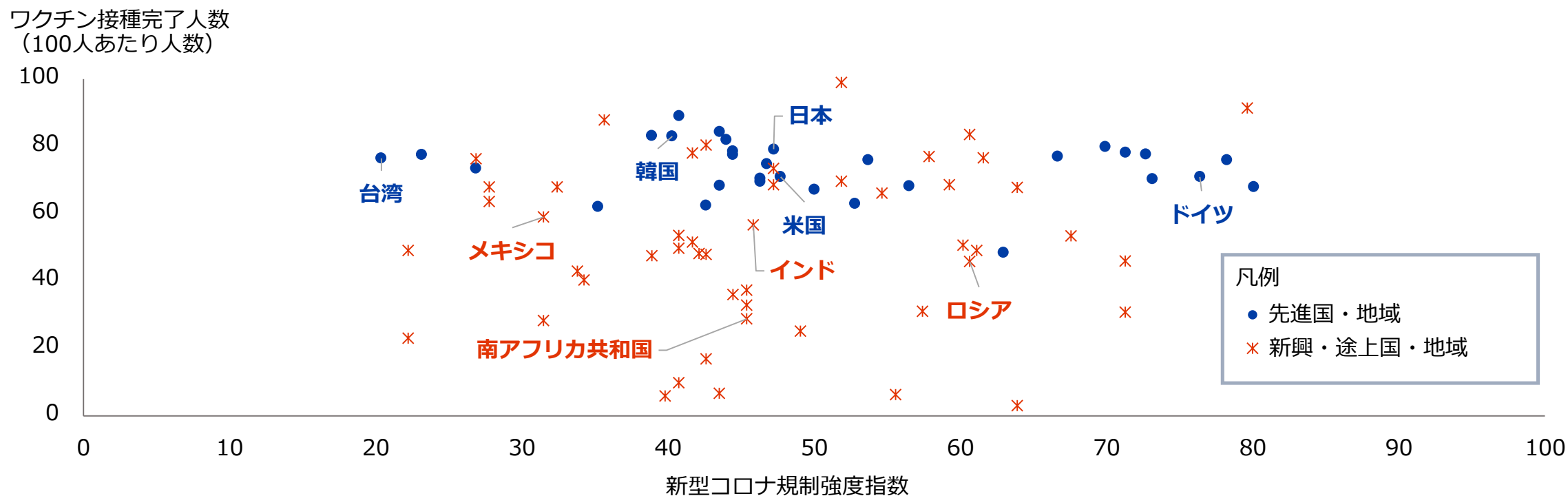
(注) 2020年1月9日から2021年12月15日まで。

(出所) "WHO COVID-19 Dashboard" (WHO) (2021年12月17日ダウンロード) から作成

## 2 | ワクチン接種に差、感染拡大防止策続く

- ワクチン接種は、先進国・地域を中心に進む。100人あたりのワクチン接種完了人数（2021年11月30日）をみると、新興・途上国・地域のワクチン接種完了は比較的低い。
- ワクチン接種が進む国・地域でも、新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）拡大防止の規制が厳しいケースも。

新型コロナ拡大防止策の規制強度およびワクチン接種完了割合（2021年11月30日時点）



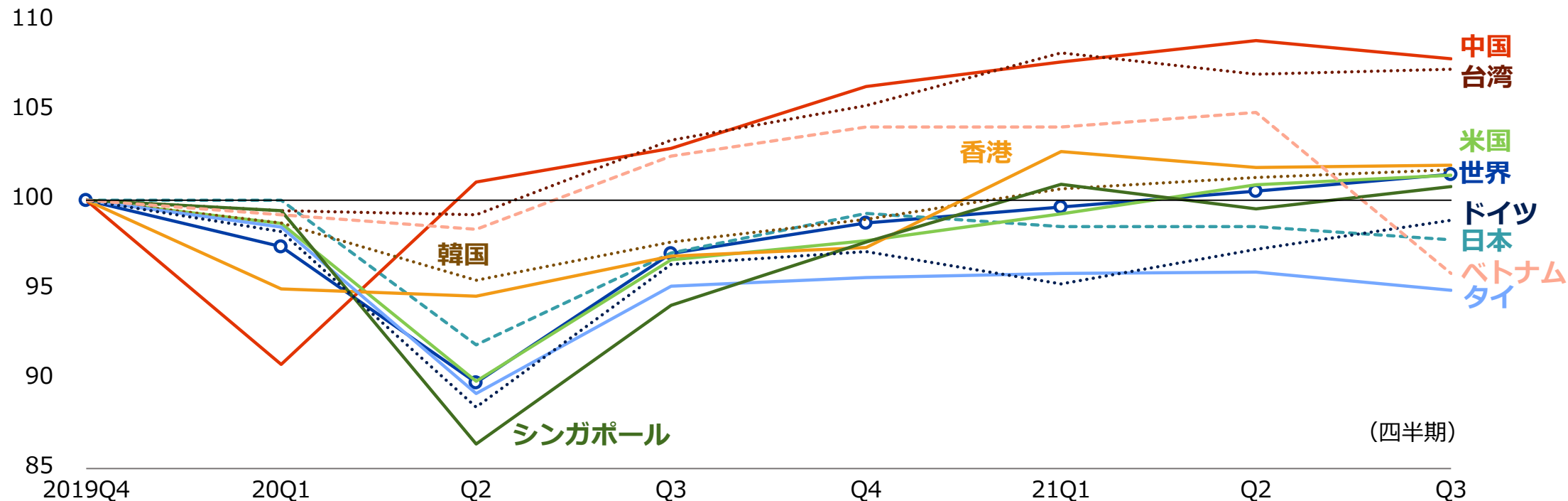
(注) 2021年11月30日時点のデータが揃う80カ国・地域。グループ分類は“World Economic Outlook, October 2021”（IMF）に沿った。  
(出所) Our World in Data（2021年12月17日ダウンロード）から作成

### 3 | 一様でないコロナ禍からの回復

- 世界経済は2020年Q2（2020年4月～6月）を底に上昇傾向。
- 中国は2020年Q2に新型コロナパンデミック宣言（2020年3月）前の2019年Q4水準を超えた。米国も2021年Q2に2019年Q4水準を上回った。他方で、ドイツやタイなどの回復が鈍い。

世界、主要国・地域の実質GDP推移

(季節調整値、2019Q4=100)



(注) ①世界はドル建て、各国・地域は現地通貨建てから算出。

②世界に加え、日本、さらには日本の輸出額（2020年）上位9カ国・地域の計10カ国・地域を掲載。

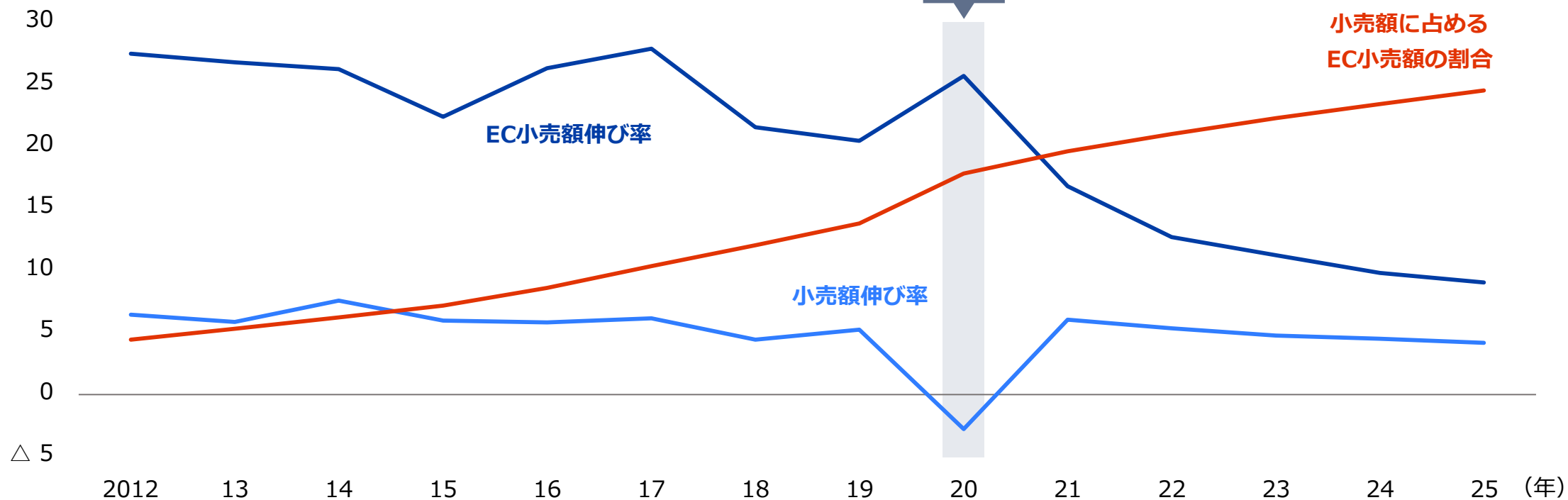
(出所) "Global Economic Monitor" (World Bank) (2021年12月17日ダウンロード) およびGlobal Trade Atlas (IHS Markit) から作成

## 4 | EC小売市場、21年以降もシェア伸長の見通し

- 新型コロナ拡大により、実店舗に行かずに商品が購入できる電子商取引（EC）が伸長。
- 米国調査会社eMarketerによれば、2020年の世界の小売額は前年比で減少したのに対し、EC小売額は拡大。EC市場が小売市場に占める割合は2021年以降も拡大見通し。

世界の小売・EC小売市場とEC化率

(前年比%、構成比%)



(注) ①「EC小売額」はインターネットを利用して注文された財・サービスを含む。

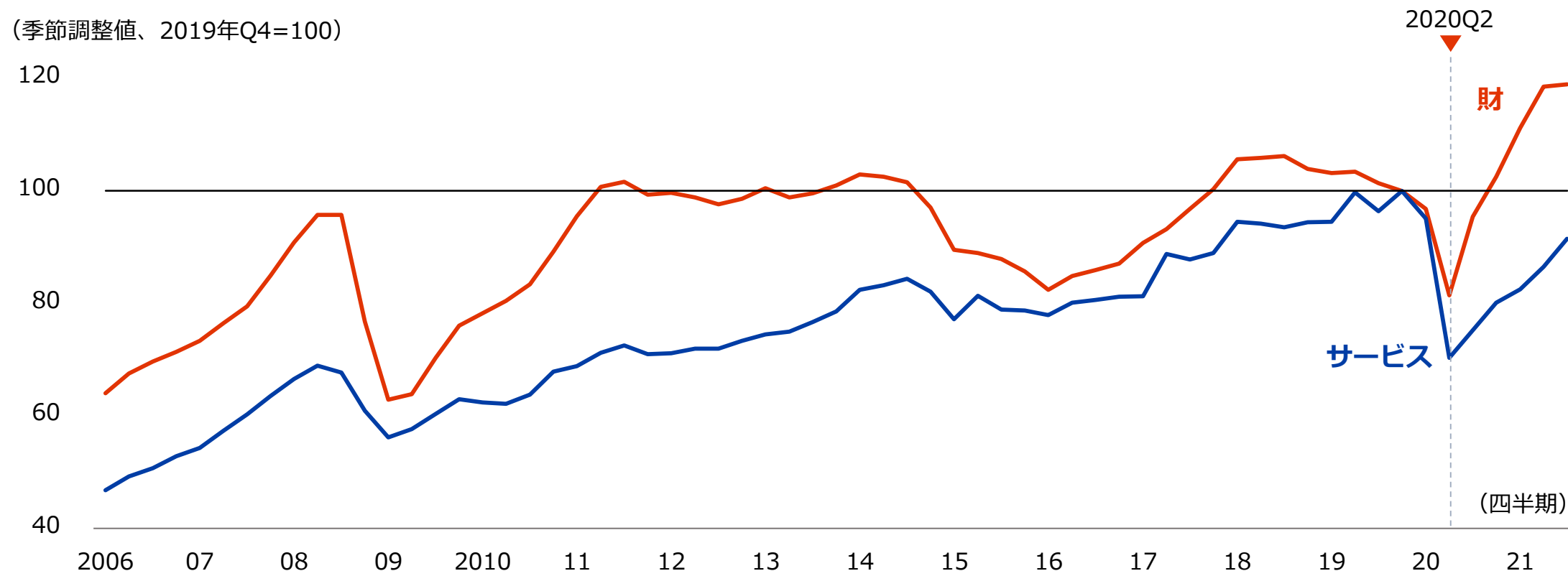
②旅行・イベントチケットや請求書払いなどは含まれない。

(出所) eMarketerから作成

## 5 | 新型コロナ、サービス貿易で負の影響大

- OECDによると、G20の財輸入額（ドル建て、季節調整値）は、2020年第2四半期を底に回復傾向。
- 財と比較すると、サービス輸入額の落ち込みが大きい。また、回復が遅い。

G20の財・サービス輸入額（ドル建て）の推移



(注) 直近は2021年第3四半期。

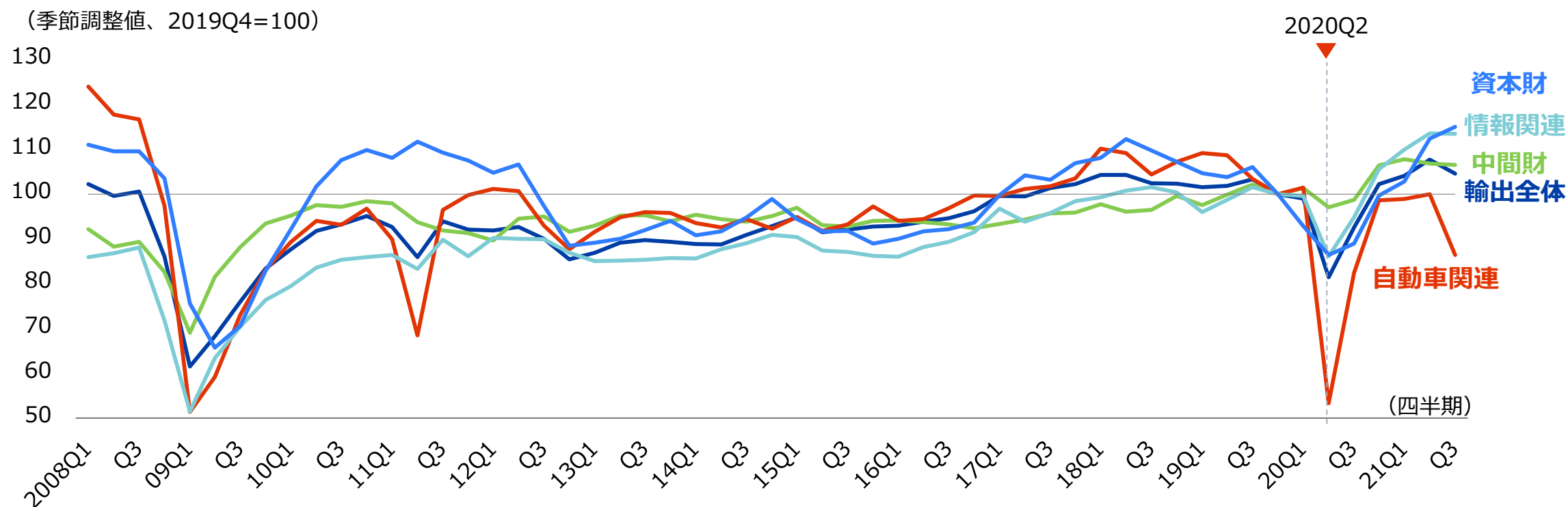
(出所) OECD Stat. (2021年11月24日ダウンロード) から作成



## 6 | 資本財、情報関連が日本の輸出をけん引

- 日本の輸出を財別にみると、自動車関連が2020年第2四半期（4~6月期）に大きく落ち込んだ。その後、回復傾向にあったが、2021年第3四半期（7~9月期）には前期水準を下回った。
- 2020年第2四半期以降は半導体製造装置などが輸出をけん引した。

日本の財別実質輸出



(注) ①「自動車関連」は、自動車、自動車の部品、原動機など。

②「情報関連」は、電算機類、通信機、半導体等電子部品、音響・機器、科学光学機器など。

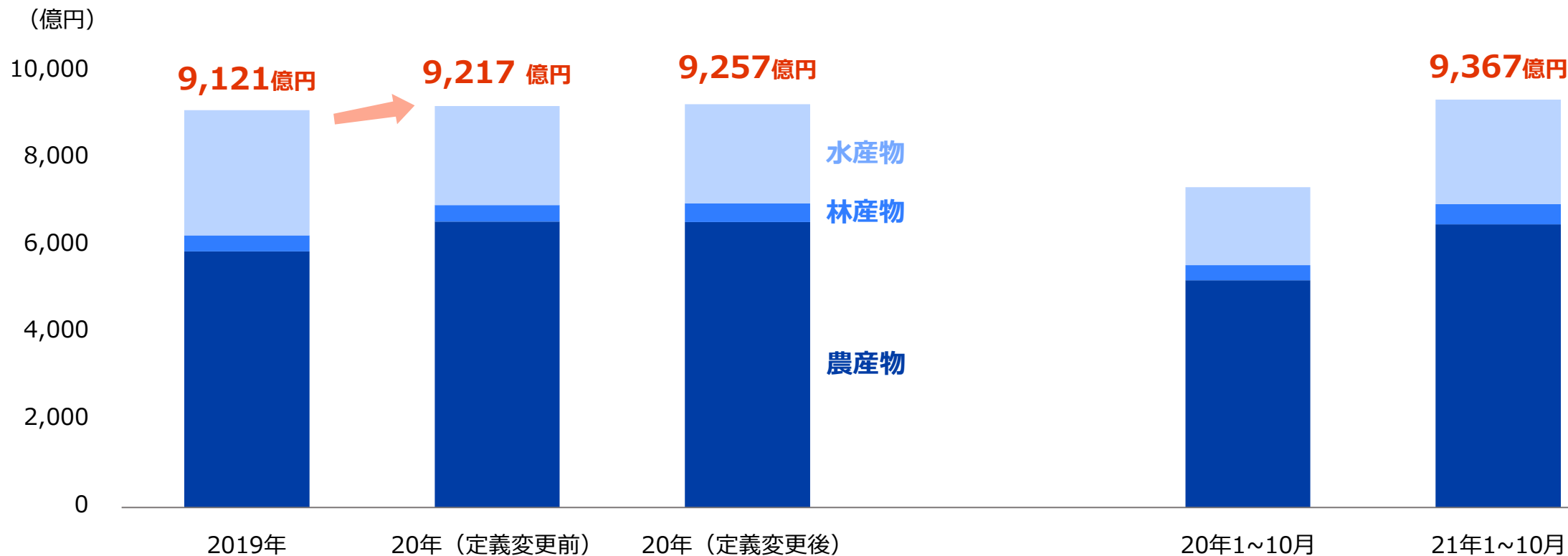
③「資本財」は、金属加工機械、建設超・鉱山用機械、重電機器、半導体等製造装置、船舶など。

(出所) 「実質輸出入の動向」(日本銀行) から作成

## 7 | 農林水産物・食品輸出は増加を維持

- 農林水産物・食品輸出額は2020年は前年比増。
- 2021年1～10月も前年同期水準を上回った。

日本の農林水産物・食品輸出額



(注) ①少額貨物輸出を含まない。

②定義見直しにより、2020年1月より農林水産物由来の新たな加工品を林産物に追加し、きのこ類（はらたけ属を除く）を農産物から除き林産物に追加。

(出所) 「農林水産物輸出入統計」(農林水産省) から作成

## 8 | 主要輸出先の経済回復に伴い、ホタテ貝なども増加

- 2020年の輸出額上位品目をみると、アルコール飲料、ソース混合調味料、清涼飲料水が増加した。巣ごもり消費の拡大に伴い、小売、中食などの市場が伸張した。
- 2021年に入ると、ホタテ貝、牛肉の輸出額も前年比、対2019年同期比でプラスに。

日本の農林水産物・食品輸出：主要輸出品目別

品目	金額 単位	通年			1~10月				
		2019年	2020年		2019年	2020年	2021年		
		金額	金額	対前年 伸び率 (%)	金額	金額	金額	対前年同期 伸び率 (%)	対19年同期 伸び率 (%)
アルコール飲料	億円	661	710	7.5	562	553	952	72.2	69.5
ソース混合調味料		337	365	8.6	275	296	352	18.8	28.2
清涼飲料水		304	342	12.4	253	284	336	18.4	32.7
ホタテ貝		447	314	△29.6	362	248	516	108.5	42.8
牛肉（くず肉含む）		297	289	△2.7	235	220	417	89.7	77.5
品目	数量 単位	数量	数量	対前年 伸び率 (%)	数量	数量	数量	対前年同期 伸び率 (%)	対2019年同期 伸び率 (%)
アルコール飲料	kl	152,983	113,945	△25.5	135,264	92,781	125,125	34.9	△7.5
ソース混合調味料	t	63,191	66,350	5.0	51,386	53,649	63,779	18.9	24.1
清涼飲料水	kl	126,747	145,238	14.6	105,101	121,567	141,640	16.5	34.8
ホタテ貝	t	84,004	77,582	△7.6	71,599	63,257	103,760	64.0	44.9
牛肉（くず肉含む）	t	4,340	4,845	11.6	3,432	3,743	6,137	63.9	78.8

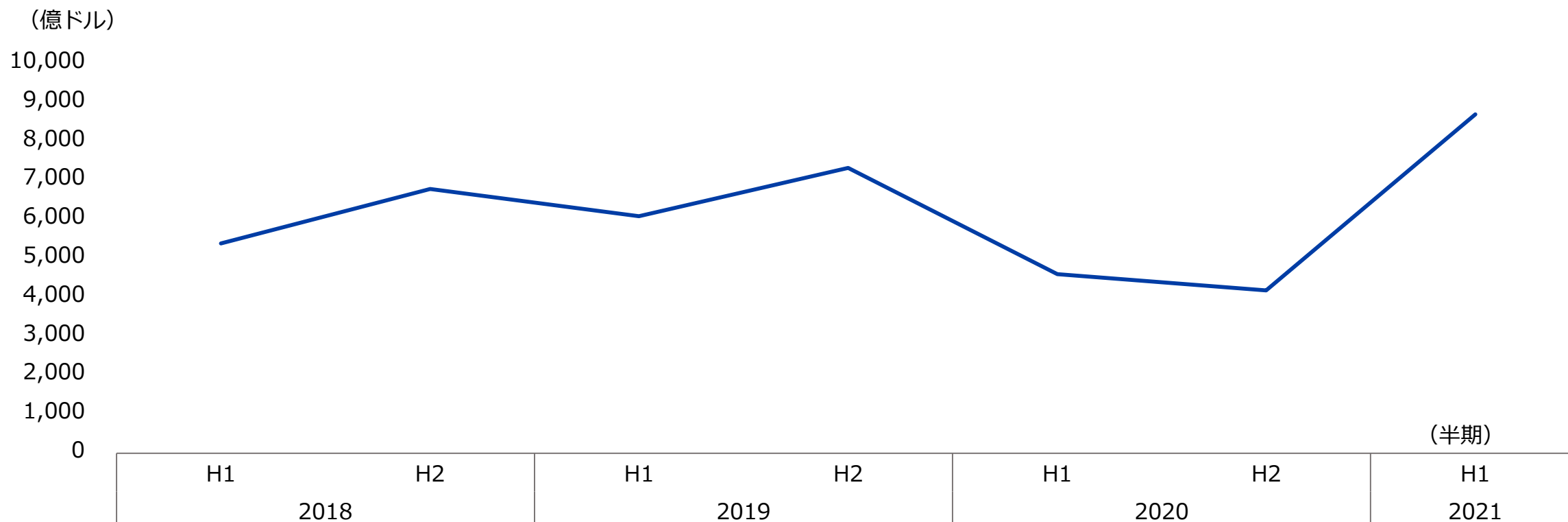
(注) 「ホタテ貝」は、生鮮・冷蔵・冷凍・塩蔵・乾燥。

(出所) 「農林水産物輸出入統計」(農林水産省) から作成

## 9 | 世界の直接投資、2021年上半期は19年同期水準超え

- OECDによると、世界の直接投資額（対内と対外の平均）は、2021年1～6月期は前年同期比89.0%増の8,697億ドル。2019年同期と比較しても42.9%増となった。
- 国連貿易開発会議（UNCTAD）は、2021年通年で2020年水準を上回る可能性を示唆。

世界の直接投資額（対内と対外の平均）



(注) データは2021年10月15日時点。

(出所) OECDホームページ (<https://www.oecd.org/investment/statistics.htm>) から作成

# 10 | 日本からの対外直接投資、国・地域により違い

- 日本の2021年1～10月の対外直接投資額は、前年同期、2017～19年の同期水準を下回った。
- 国・地域別に見ると、北米やASEAN向けが2020年同期、2017～19年の同期水準を上回るなど、国・地域により違いがみられる。

日本の対外直接投資額（国際収支ベース、ネット、フロー）

国・地域	2017～19年 (各年1～10月)	2020年1～10月		2021年1～10月(速報値)		
	平均金額 (100万ドル)	金額 (100万ドル)	(b/a)×100	金額 (100万ドル)	(c/a)×100	対2020年同期 (2020年同期=100) (c/b)×100
	a	b		c		
世界	159,802	130,135	81.4	119,401	74.7	91.8
アジア	40,314	30,824	76.5	37,204	92.3	120.7
中国	9,721	8,633	88.8	7,263	74.7	84.1
ASEAN	22,215	15,841	71.3	22,984	103.5	145.1
北米	32,582	36,876	113.2	50,589	155.3	137.2
米国	30,144	34,642	114.9	48,619	161.3	140.3
欧州	63,657	39,751	62.4	24,924	39.2	62.7
中南米	16,799	13,321	79.3	6,253	37.2	46.9
大洋州	5,330	14,046	263.5	295	5.5	2.1

(注) 円建てで公表された数値を月次ごとに日銀インターバンク・期中平均レートによりドル換算。  
(出所) 「国際収支状況」(財務省、日本銀行)、「外国為替相場」(日本銀行)から作成

# 11 | 日本の越境M&A、対米案件が上位に

- 日本の2021年1～11月のクロスボーダーM&A金額ベースで最大の案件となったのは、セブン&アイ・ホールディングス子会社による、米国の同業他社買収。
- 3位の日立製作所による米国子会社による案件は、デジタルエンジニアリングサービス企業の買収。デジタル技術を活用した事業の強化などを図る。

日本のクロスボーダーM&A上位10件（2021年1～11月）

実施月	買収側 最終親会社	業種	被買収企業	業種	所在国	取引金額 (億ドル)
5	セブン&アイ・ホールディングス	小売	Speedway LLC	小売	米国	210.0
1	日本ペイントホールディングス	素材	Nipsea Pte Ltd	素材	シンガポール	99.2
7	日立製作所	ハイテク	GlobalLogic Worldwide Holdings Inc	ハイテク	米国	96.0
9	パナソニック	ハイテク	Blue Yonder Group Inc	ハイテク	米国	71.0
8	ルネサスエレクトロニクス	ハイテク	Dialog Semiconductor PLC	ハイテク	英国	59.5
1	日本ペイントホールディングス	素材	Wuthelam Holdings Ltd-Indonesia Business	素材	インドネシア	22.3
11	三井住友フィナンシャルグループ	金融	Fullerton India Credit Co Ltd	金融	インド	20.0
7	ソフトバンクグループ	通信	Yanolja Co Ltd	ハイテク	韓国	17.0
1	三菱UFJフィナンシャル・グループ	金融	Multifuel Energy Ltd	エネルギー電力	英国	13.0
8	ソニー	ハイテク	Ellation Inc	ハイテク	米国	11.8

(注) ①「実施月」は完了日、「金額」は取引額。自社株買いを除く。

②2021年12月17日時点のデータ。

(出所) "Workspace" (Refinitiv) から作成

# 本日の内容

I. 世界経済の動向と日本への影響

**II. 日本企業の海外事業展開方針**

III. 在外日系企業の動向

IV. 今後の注目点

# 1 「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」

- ジェトロは2002年度から、海外ビジネスに関心の高い日本企業（本社）に対してアンケート調査を実施。
- 貿易への取り組み、海外進出への取り組みなど、各企業の海外事業展開の状況を包括的に調査しています。

## 調査実施概要（2020年度調査）

### 1. 調査対象企業

海外ビジネスに関心が高い日本企業（本社）	： 13,503社
（内訳）ジェトロ会員企業（ジェトロ・メンバーズ）	： 3,433社
ジェトロのサービスの利用企業	： 10,070社

※ 本調査はジェトロ・メンバーズを対象に2002年度に開始。  
2011年度より、調査対象企業を拡充。2020年度より、回答方式をオンラインのみに変更。

### 2. 調査項目

- I. 貴社の概要
- II. 貿易への取り組み
- III. 海外進出への取り組み
- IV. グローバルリスクと中国ビジネスの取り組み
- V. 海外ビジネスの見直し
- VI. デジタル関連技術の活用、課題

### 3. 調査方法

案内状を郵送（一部案内メールを配信）し、ウェブサイト上で本調査への回答協力を依頼した。

### 4. 調査期間

2020年10月30日 ～ 2020年12月6日

### 5. 回収状況

- ・ 有効回収数 : 2,722社 （うちジェトロ・メンバーズ : 928社）
- ・ 有効回答率 : 20.2%

## 回答企業概要

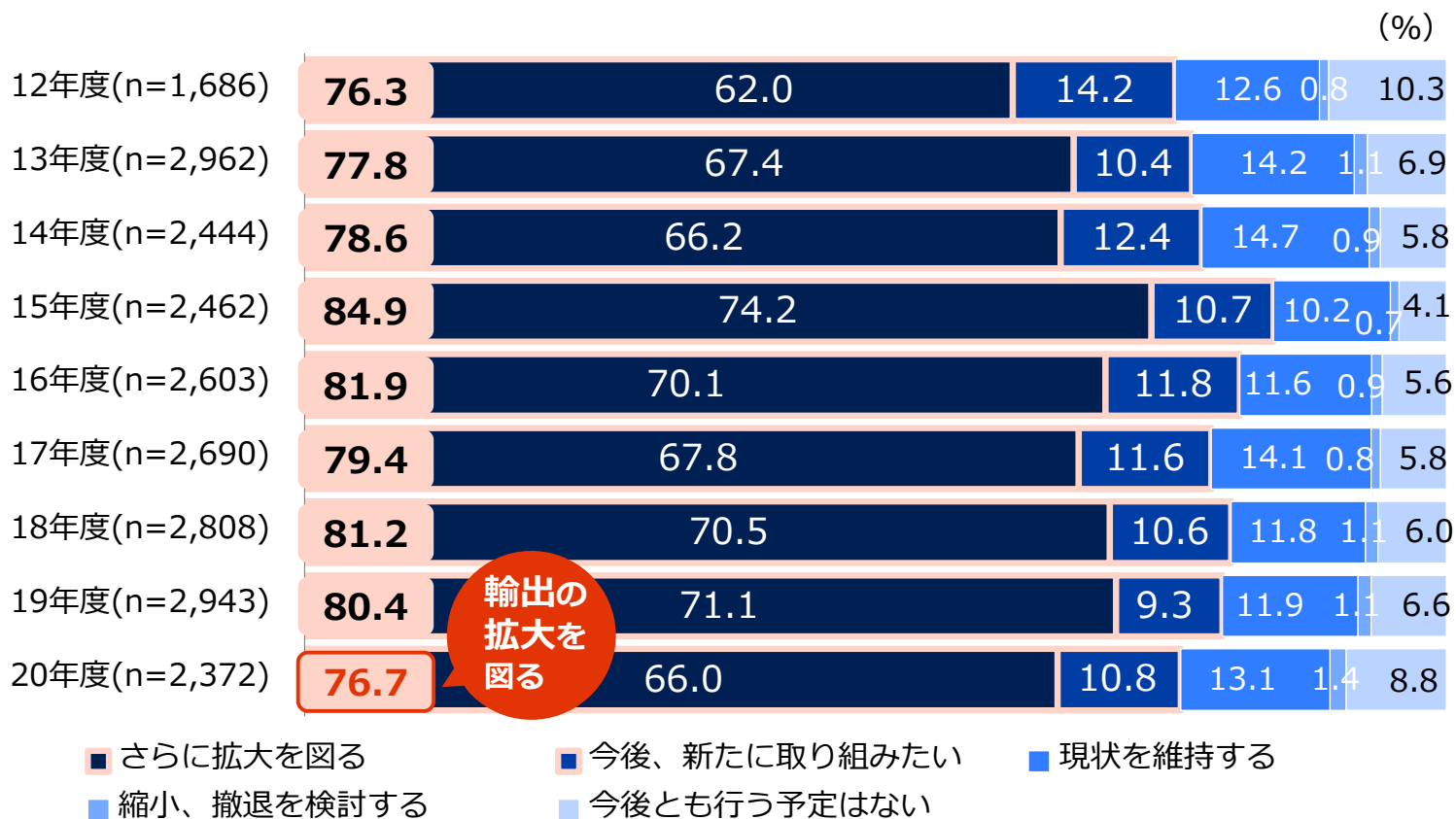
企業分類	企業数	構成比 (%)
全体	2,722	100.0
製造業	1,429	52.5
飲食料品	380	14.0
繊維・織物／アパレル	88	3.2
木材・木製品／家具・建材／紙パルプ	49	1.8
化学	59	2.2
医療品・化粧品	47	1.7
石油・石炭・プラスチック・ゴム製品	56	2.1
窯業・土石	20	0.7
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	161	5.9
一般機械	92	3.4
電気機械	72	2.6
情報通信機械／電子部品・デバイス	32	1.2
自動車・同部品／その他輸送機器	69	2.5
精密機器	65	2.4
その他の製造業	239	8.8
非製造業	1,293	47.5
大企業	410	15.1
中小企業	2,312	84.9



## 2 | 輸出拡大意欲は3年ぶりに減退、再開への期待も

- 今後（3年程度）の輸出方針については、「輸出の拡大を図る」企業は76.7%と、3年ぶりに8割を切った。他方で、「縮小、撤退を検討する」割合は横ばい、「今後、新たに取り組みたい」とする企業の比率は、4年ぶりに増加に転じた。
- アジアを含めた新興国での需要に期待し、中長期的な輸出拡大を見据えたコメント多数。

### 今後の輸出方針（時系列）



### 輸出拡大を図る主な理由（自由記述）

#### 外需拡大、海外市場成長への期待

- ・ 今後は「アジア経済圏に販売する」という認識が必要
- ・ 新型コロナの影響も含めた国内市場の頭打ち、縮小

#### 日本ブランドの強み

- ・ 安全、安心、おいしい、といった売りをアピール
- ・ 日本製品に対する信頼感、高機能品への需要増
- ・ 日本食ブームの継続、拡大

#### 新型コロナをチャンスに

- ・ 巣ごもり需要の拡大やアウトドアブームがプラスに
- ・ 一部医療関連製品に対する引き合いが増加
- ・ インバウンドの回復が見込めない中、こちらから海外に販路を求めたい

#### 越境ECの活用

- ・ 非対面型ビジネスに着手
- ・ オンラインデモ等も有効活用しながら現地へアクセス

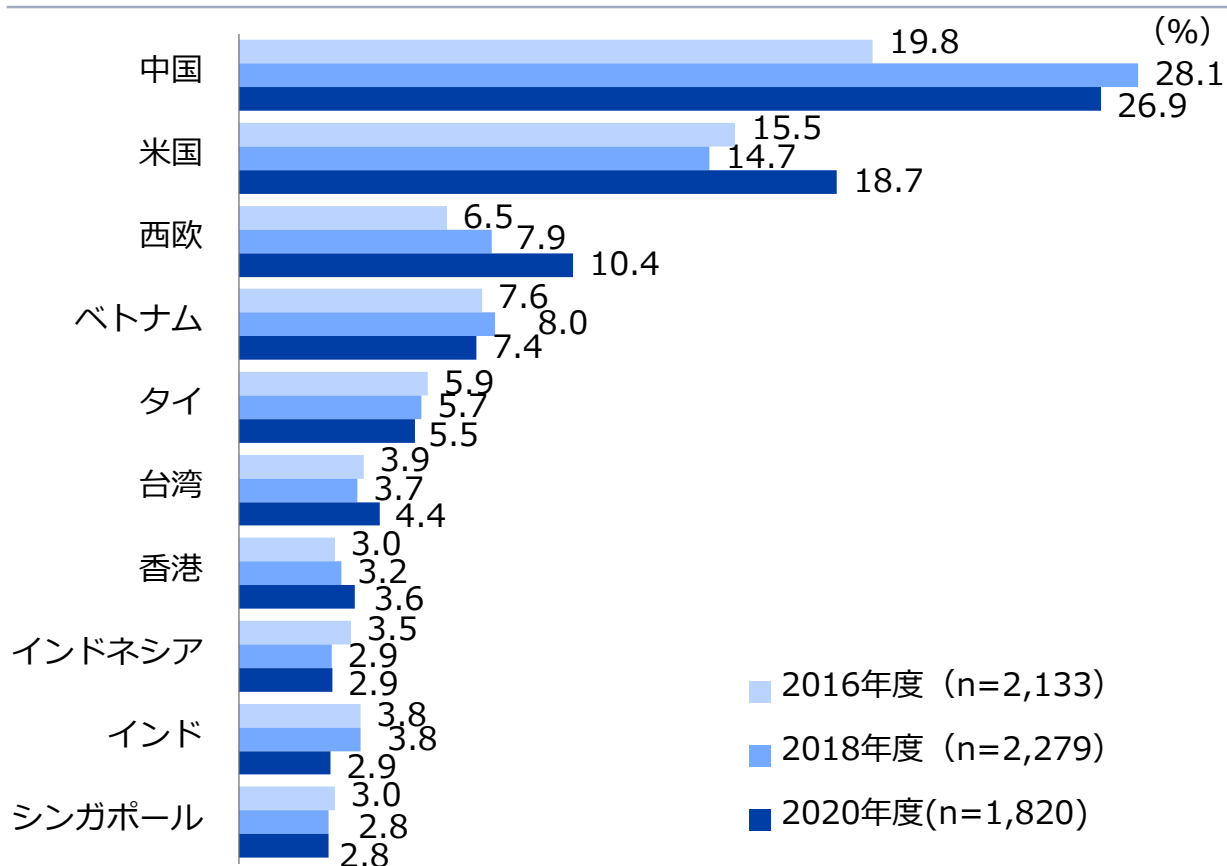
(注) nは「無回答」を除いた企業数。

(出所) 「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（2020年度）」（ジェトロ）

### 3 | 先進国・地域を最重要輸出先とする回答比率が上昇

- 最も重視する輸出先は、輸出の拡大を図る企業の26.9%が中国と回答。米国、西欧を最重要視する企業の比率が上昇。
- 最重要輸出国・地域に輸出を行う商品については、食品や機械等多岐に渡る回答が1,654社から得られた。商品名として特定性の高い単語に絞って抽出すると、化粧品関連や日本酒への言及が多い。

今後の輸出ターゲット国・地域の中で最も重視する輸出先（全体、時系列）



最重要輸出先に輸出を行う商品名として頻出する語

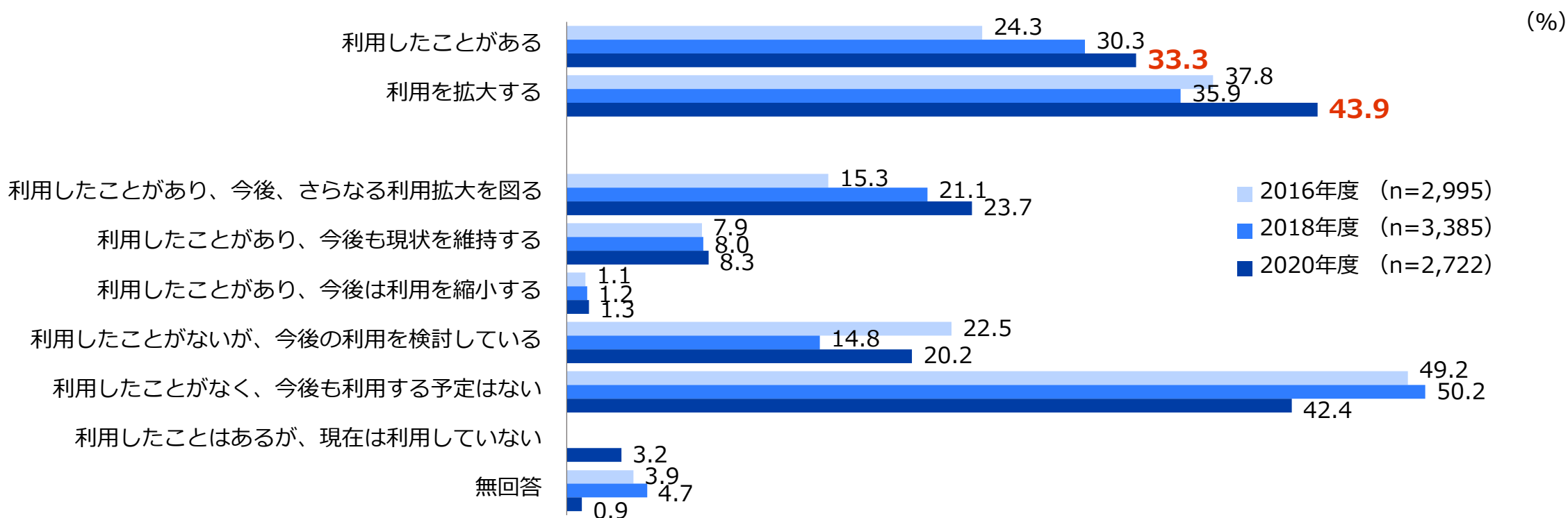
順位	抽出語	具体的な商品名の例	回答企業数
1	化粧品	化粧品、化粧品原料、化粧用ミラー、化粧筆	55
2	日本酒	日本酒	47
3	自動車	自動車、自動車部品、中古自動車	40
4	雑貨	生活雑貨、インテリア雑貨、服飾雑貨	34
5	健康	健康食品、健康機器	30
6	菓子	和菓子、ベビー向け菓子、洋菓子	19
7	米	精米、オーガニック米、発芽玄米麺、米粉、米油、米菓、純米大吟醸、包装米飯	18
8	冷凍	冷凍食品（農林水産物、調理加工品）、産業用冷凍機	17
9	清酒	清酒	16
10	医療	医療機器（カテーテル、注射針等）、医療機器部品、医療用洗浄剤、医療用下着	15

(注) ①nは、今後の輸出方針で、「さらに輸出の拡大を図る」、「今後、新たに輸出に取り組みたい」と回答した企業数。②2020年度で「最も重視する輸出先」との回答比率上位10カ国・地域を掲載。(出所)「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査(2020年度)」(ジェトロ)

## 4 | EC利用拡大意欲が増加

- 国内外での販売においてECを利用したことがある（注：図の脚注③参照）と回答した企業が回答企業全体の33.3%を占めた。今後EC利用を拡大する（注：図の脚注④参照）と回答した割合は、43.9%にのぼった。

EC利用の有無（時系列）



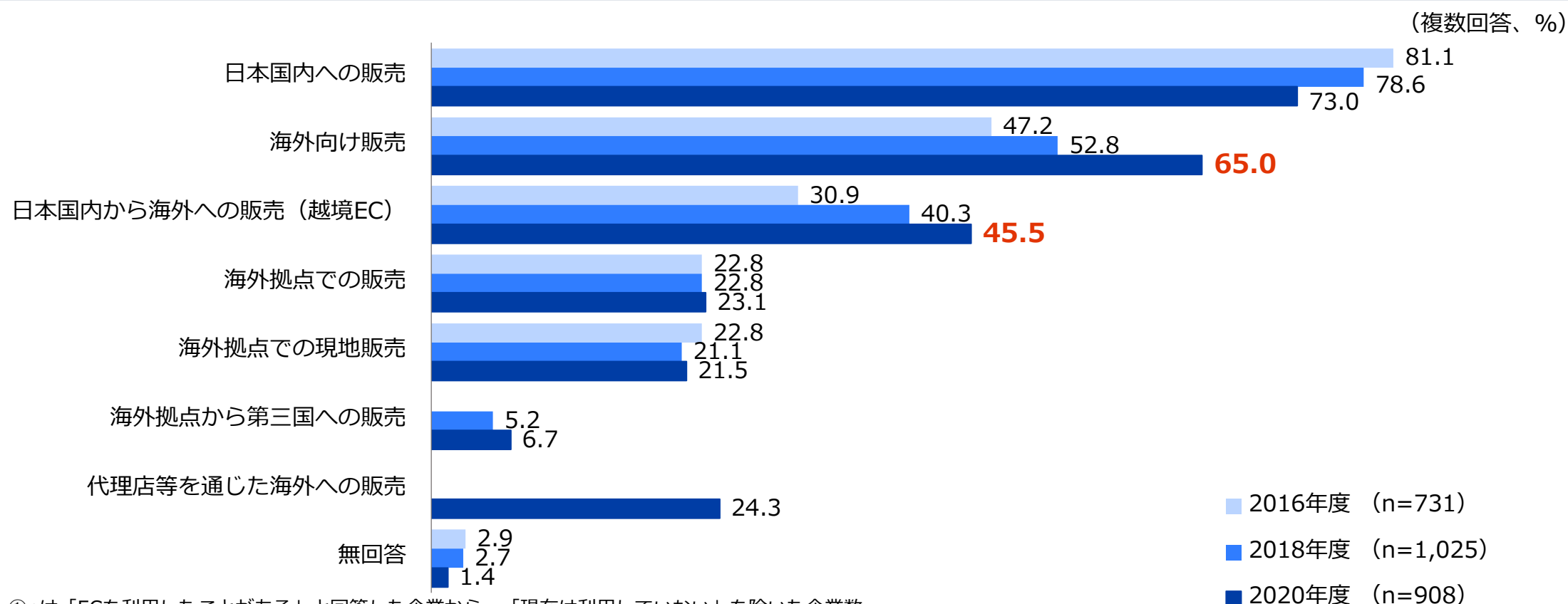
(注) ①nは本調査の回答企業総数。②「利用したことはあるが、現在は利用していない」は2020年度に新設。③「利用したことがある」は、ECを利用したことがある企業から、「現在は利用していない」と回答した企業を除いて算出。なお、「現在は利用していない」という選択肢は2020年度に新設したため、2016、2018年度との厳密な比較はできない。④「利用を拡大する」は、「利用したことがあり、今後、さらなる拡大を図る」と「利用したことがないが、今後の利用を検討している」の合計。

(出所) 「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（2020年度）」（ジェトロ）

## 5 | EC利用企業のうち65%が海外向け販売でECを活用

- 販売でECを利用したことがある企業のうち、海外販売でECを利用したことがある企業の割合は、合計65.0%。
- 日本国内から海外向けに越境ECを利用したことがあると回答した企業の割合は45.5%。

ECの利用状況（時系列）



(注) ①nは「ECを利用したことがある」と回答した企業から、「現在は利用していない」を除いた企業数。

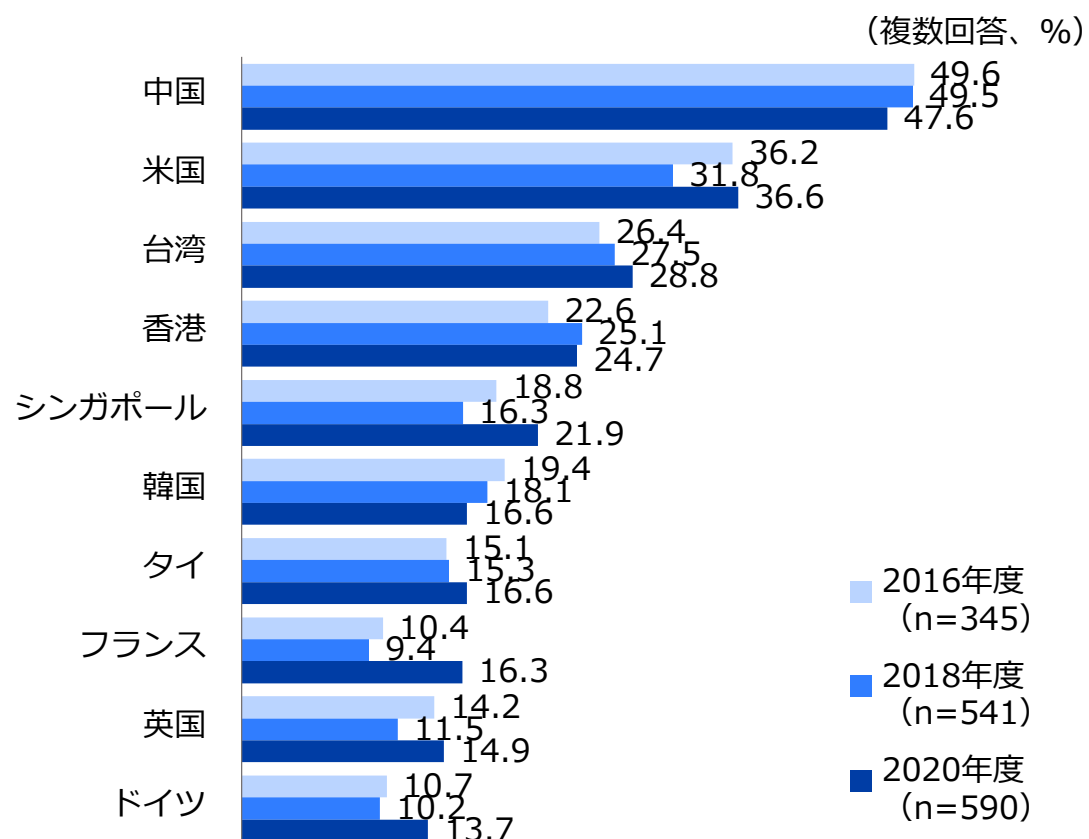
②「代理店等を通じた海外への販売」は2020年度に新設。

(出所) 「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（2020年度）」（ジェトロ）

## 6 | 中国向けEC販売が最多、米国・台湾向け販売が増加

- 海外向けのEC利用について販売先を尋ねたところ、中国（47.6%）が最多。続く米国（36.6%）、台湾（28.8%）はいずれも前回調査から回答比率が上昇した。
- 今後最も重視する販売先として、中国（30.6%）が最多。市場規模・成長性を重視する理由との声が多い。

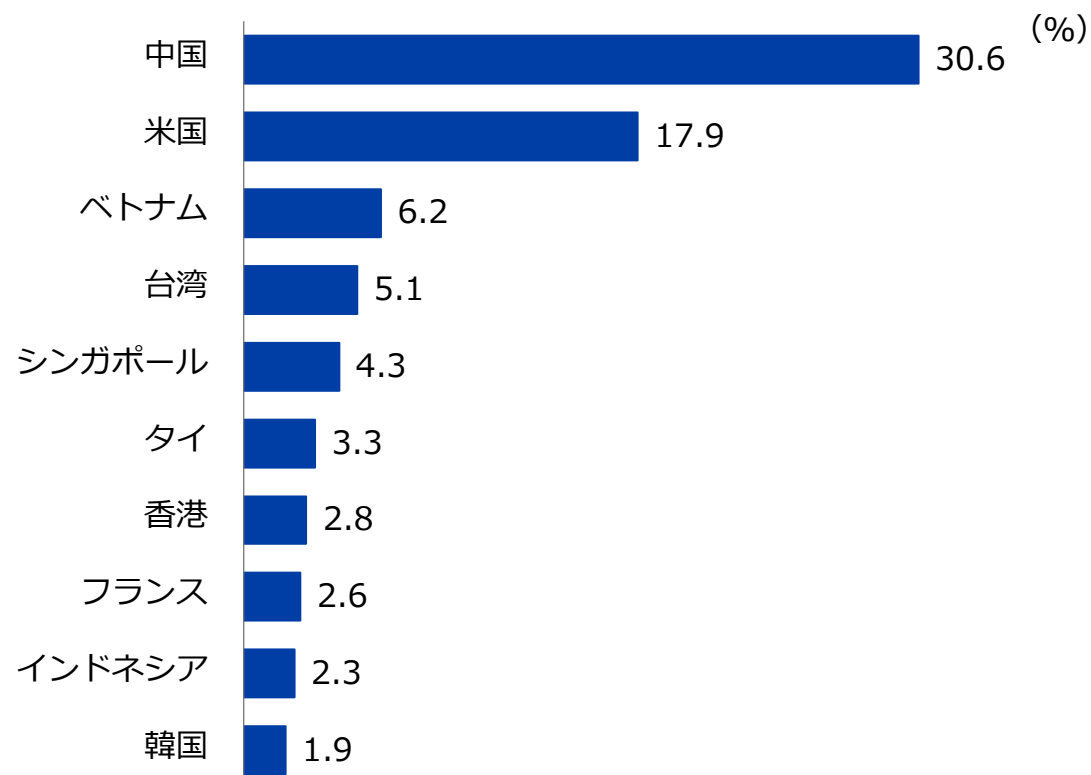
### ECによる海外販売先上位国・地域



(注) nは海外向け販売でECを利用したことがあると回答した企業数。

(出所) 「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（2020年度）」（ジェトロ）

### ECによる今後の海外販売先のうち最重要国・地域（2020年度、全体）

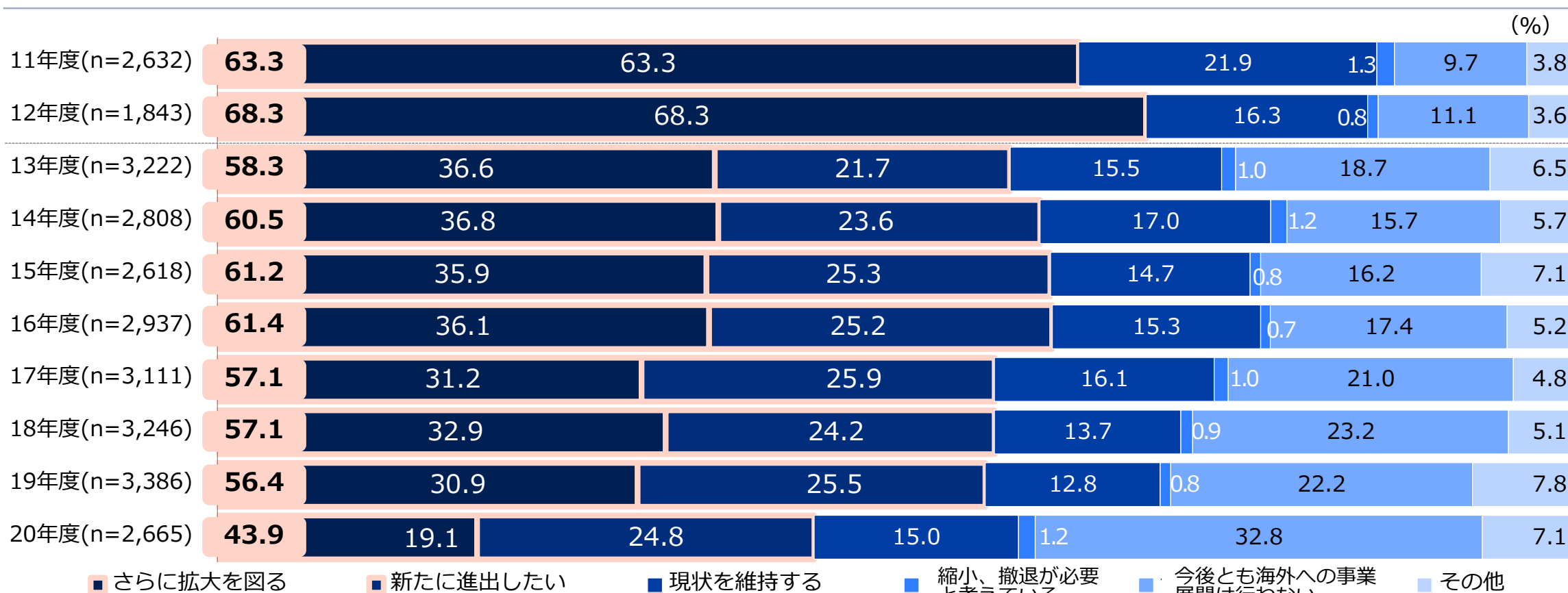


(注) 集計対象は、海外向け販売でECを利用したことがある、あるいは検討している企業（950社）のうち、今後最も重視する販売先を回答した企業738社。

## 7 海外拠点の事業拡大方針は過去最低なるも、新規の進出意欲は衰えず

- 今後（3年程度）の海外進出方針については、「海外進出の拡大を図る」企業の比率は過去最低となった。特に既存の海外拠点を拡大すると回答した企業の比率は19.1%と前年（30.9%）から大幅に縮小した。
- 一方で、「今後、新たに進出したい」とする企業の比率は微減にとどまり、進出意欲に衰えは見られなかった。

今後の海外進出方針（時系列）



(注) ① nは無回答を除く企業数。②2011年度、2012年度の「海外進出の拡大を図る」は「新規投資または海外の既存事業の拡充」と回答した企業の比率。  
 (出所) 「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査(2020年度)」(ジェトロ)

## 8 | 事業拡大先は引き続き中国が首位、米国が3位に浮上

- 今後、海外で事業拡大を図る国・地域については、中国を挙げた企業の比率が48.1%となり、引き続き首位となった。次点のベトナム（40.9%）、米国（40.1%）は前年から比率を上げ、初めて40%を超えた。
- 米国でのビジネス拡大理由では、米国の市場規模の大きさや現地（米国）生産による競争力強化を志向するコメント。

海外で事業拡大を図る国・地域（上位10カ国・地域）

国・地域名	2020年度		2019年度	2018年度
	(n=1,156)	順位	(n=1,871)	(n=1,800)
中国	48.1	(1)	46.3	49.9
ベトナム	40.9	(2)	38.9	34.0
米国	40.1	(3)	31.9	30.2
タイ	36.7	(4)	32.7	31.8
台湾	33.3	(5)	26.8	24.7
西欧	30.4	(6)	25.3	21.4
インドネシア	25.8	(7)	22.3	20.8
シンガポール	25.1	(8)	20.0	18.2
マレーシア	23.1	(9)	15.3	14.2
香港	20.2	(10)	17.2	17.1
ASEAN6	65.4	-	69.4	65.7

(注) ① nは「現在、海外に拠点があり、今後さらに拡大を図る」、「現在、海外に拠点は無いが、今後新たに進出したい」と回答し、かつ拡大する機能も回答した企業数。② ASEAN6は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムのいずれかを選択した企業。西欧は、英国、西欧（英国以外）のいずれかを選択した企業。③各国・地域で一つ以上の機能を拡大する企業数の比率。一つの国・地域で複数の機能を拡大する場合でも、1社としてカウント。

(出所) 「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（2020年度）」（ジェトロ）

米国進出の拡大を図る理由

### 販売

- ・「市場規模が大きい米国市場を席巻したい」（飲食料品、中小企業）
- ・「これまでは輸出をベースに海外事業を展開していたが、海外進出を含めた海外事業を検討している」（飲食料品、中堅企業）

### 販売、生産（高付加価値品）、研究開発（新製品開発・新技術開発）

「現在、営業拠点のみだが、現地企業との合併により生産拠点を獲得し、現地生産による競争力の拡大を計る」（自動車部品、中小企業）

### 生産（汎用品）、生産（高付加価値品）

「ある製品群の販売拠点は北米に存在しているが、生産機能がないため、現在検討中」（家具・建材、中堅企業）

### 生産（高付加価値品）

「いずれ海外進出できるようにリサーチを行っていく」（電気機械、中小企業）

### 物流

「北米向けの物流拠点兼営業拠点を持ちたいと考えている。（中略）今後これらの動向を注視しながら、可能性を探っていきたい」（商社・卸売、中小企業）

(注) ①拡大を図る国として米国のみを選択した企業のコメント。②カッコ【】内は、米国で拡大を図る機能。

# 本日の内容

I. 世界経済の動向と日本への影響

II. 日本企業の海外事業展開方針

**III. 在外日系企業の動向**

IV. 今後の注目点



# 1 「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」

- ジェトロは2021年8～9月にかけて、海外82カ国・地域の日系企業1万8,932社を対象に、アンケートを実施。
- 主要地域別の結果に先んじて、世界共通の設問項目（1.営業利益見通し、2.今後の事業展開、3.脱炭素化の取組など）について、海外進出日系企業活動の実態を、全世界横断的に比較し、レポートにまとめた。

## 本調査の概要

### 1. 調査目的

海外に進出する日系企業活動の実態を把握し、その結果を、我が国企業および政策担当者向けに幅広く提供することを目的とする。

### 2. 調査方法

ジェトロの海外事務所ネットワークを活用して抽出した海外82カ国・地域の日系企業（日本側出資比率10%以上の現地法人、日本企業の支店・駐在員事務所）18,932社を対象にオンライン配布・回収によるアンケートを実施。7,575社より有効回答を得た。有効回答率40%。

### 3. 2021年度の特徴

過去最低の景況感を報告した前年からの業績回復状況、投資やビジネス戦略の変更に加え、脱炭素化や人権尊重など持続可能なビジネス構築への取り組みについて最新の動向を報告

### 4. 調査期間

主要地域別の結果に先んじて、世界共通の設問項目（1.営業利益見通し、2.今後の事業展開、3.脱炭素化の取り組み、4.サプライチェーンにおける人権尊重に関する方針、5.デジタル関連技術の活用）について結果を報告するもの。

## 各地域の調査の概要

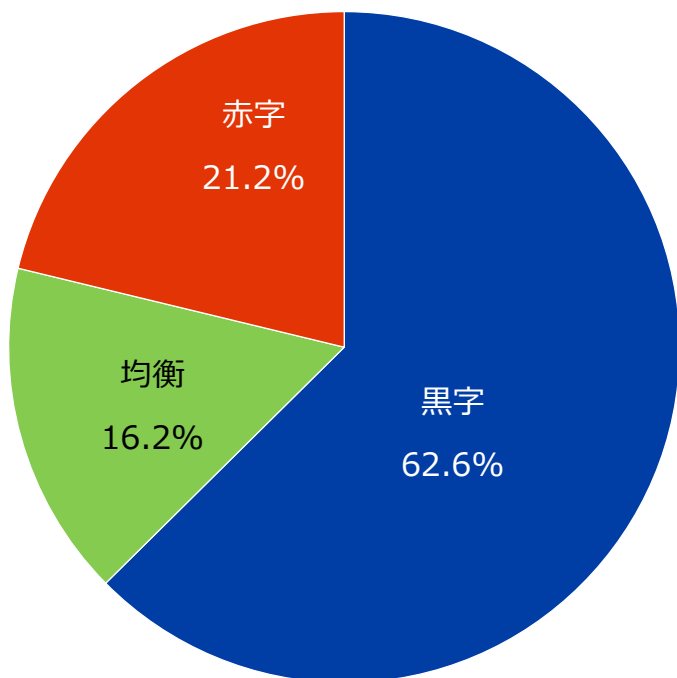
地域区分	対象企業数	有効回答数	回答率	実施期間	対象国・地域
北米	1,878	978	52.1	9月8～28日	2カ国
中南米	714	509	71.3	8月24日～9月24日	7カ国
欧州	1,454	881	60.6	9月3～24日	22カ国
ロシア	121	84	69.4	9月10～30日	1カ国
アジア大洋州 (注)	14,175	4,635	32.7	8月25日～9月24日	20カ国・地域
中東	255	230	90.2	9月1～30日	10カ国
アフリカ	335	258	77.0	9月1～30日	20カ国
全地域計	18,932	7,575	40.0		82カ国・地域

## 2 | 黒字企業の割合、過去10年間で前年に次ぐ低水準

- 海外進出日系企業（有効回答7,267社）のうち、2021年に「黒字」を見込む企業は62.6%、一方の赤字は21.2%。黒字の割合は過去最低を記録した前年（48.0%）から上昇したものの、過去10年間で2番目に低い。
- 需要回復で8割前後が黒字を見込む「銀行」、「精密機器」、「販売会社」に対し、コロナ禍の行動制限の影響が続く「ホテル・旅行」で、前年に続き85%超が赤字を見込むなど、業種間の格差が一層拡大。

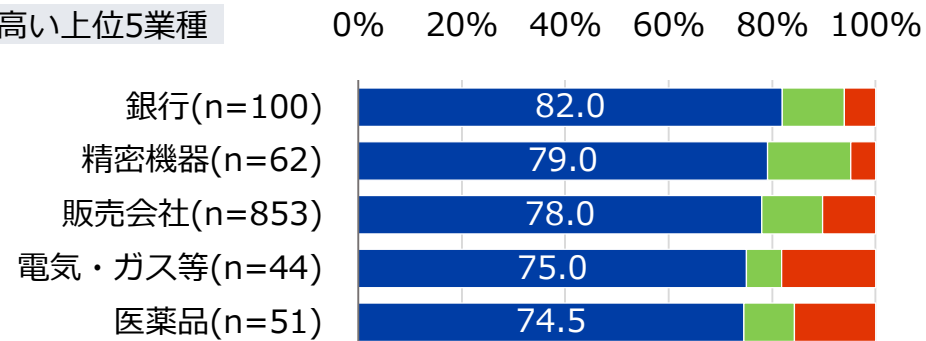
海外進出日系企業の2021年の営業利益見通し

全地域合計 (n=7,267)

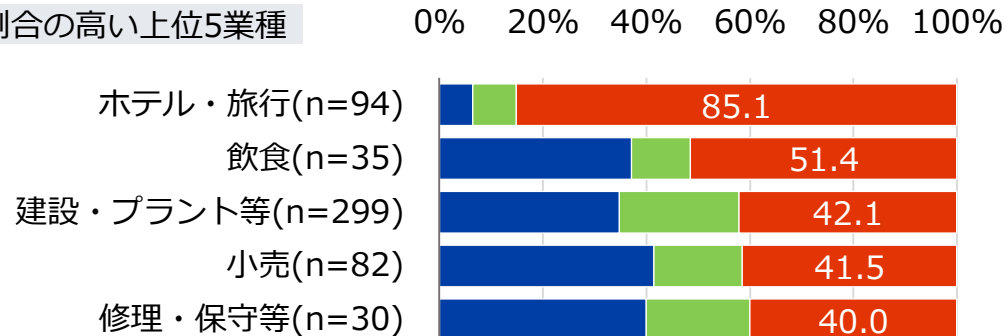


主要業種別の見通し（黒字、赤字割合の上位5業種）

黒字割合の高い上位5業種



赤字割合の高い上位5業種



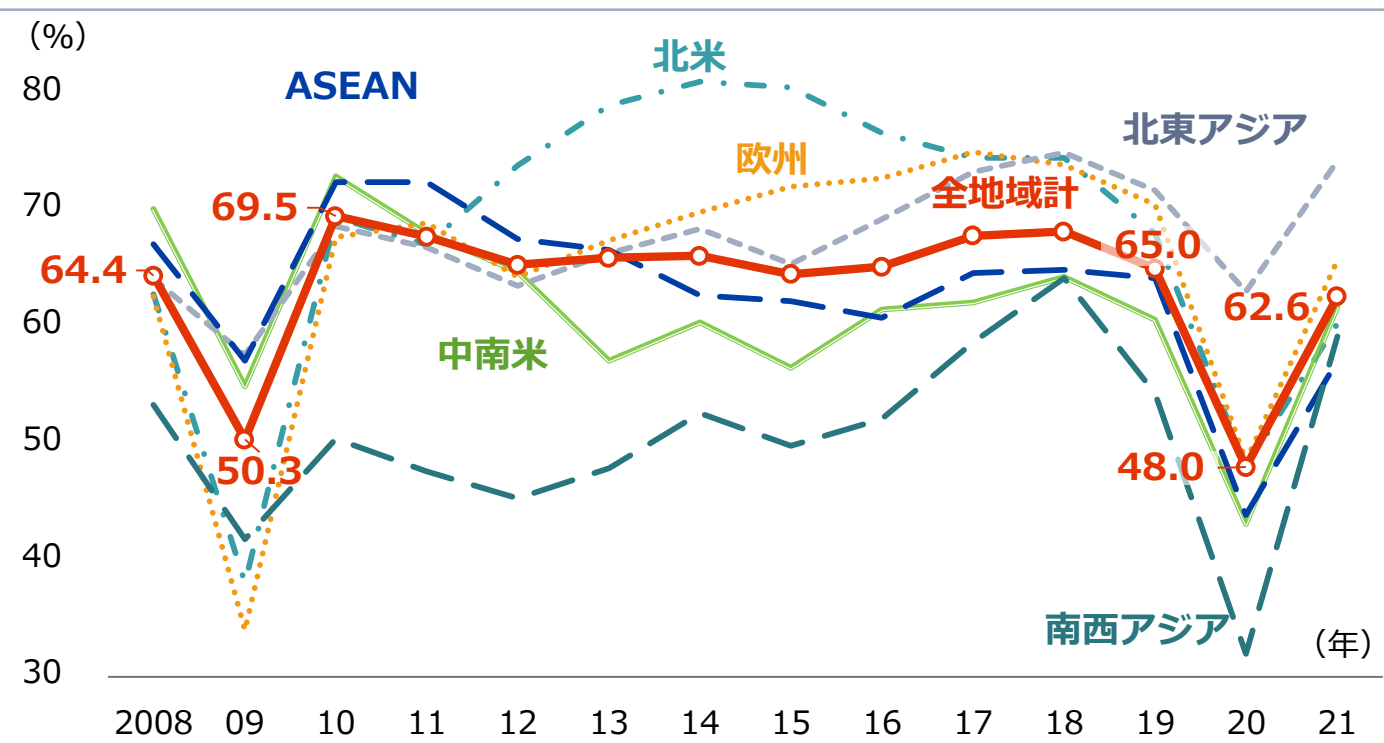
(注) n（有効回答数）=30以上の業種のみ掲載。

(注) nは有効回答数。  
 (出所) 「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」 (ジェトロ)

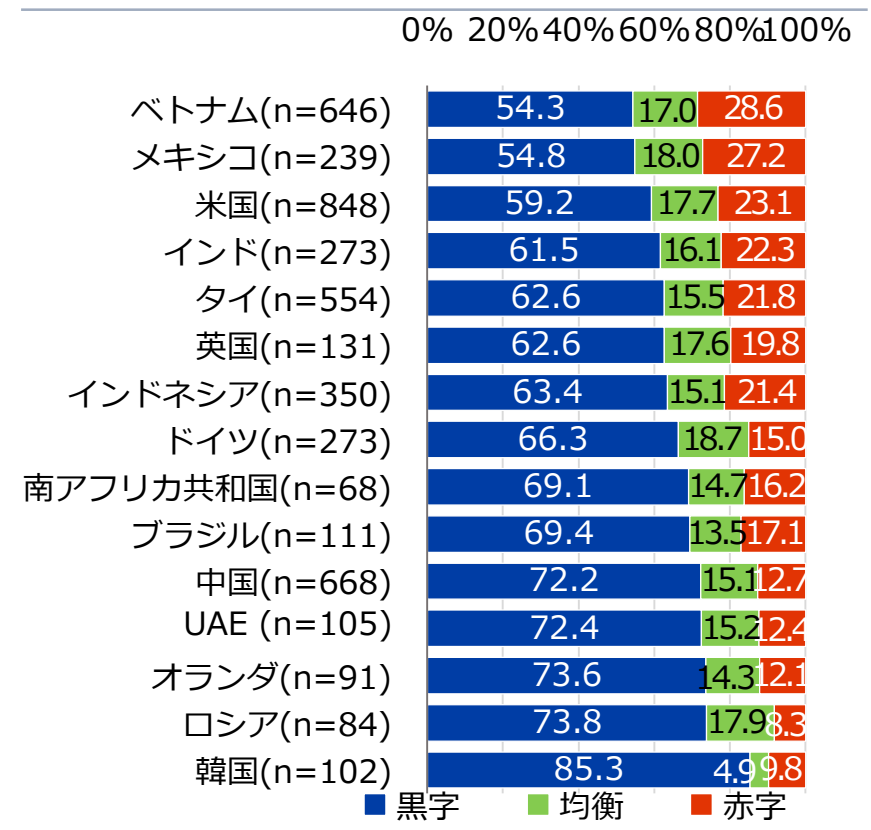
# 3 | 黒字企業の割合はASEANで6割を下回る

- 黒字企業の割合は前年比で14.6%ポイント増加も、世界金融危機後の2010年（前年比19.2ポイント上昇の69.5%）と比べ、回復は鈍い。地域別では、黒字企業の割合はASEANで57.1%と低く、欧州、北米も19年の水準まで回復せず。
- 国別では、2021年の中国、韓国の「黒字」の割合は、72.2%、85.3%と、いずれも2019年の割合を上回る。一方、新型コロナウイルスが急速に再拡大したベトナム、メキシコでは、「赤字」の割合が3割近い。

黒字企業の割合の推移（主要地域別）



主要国の2021年の営業利益見通し



(注) ① 営業利益見通しの黒字・赤字・均衡の割合については、主要地域別のデータが横並びで取得可能な2008年以降の数値を比較対象としている  
 ② 全地域計には、ロシア（2013、2015-21）、オセアニア（2008-2021）、中東（2015-2021）、アフリカ（2013-2021）を含む。  
 (出所) 「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」（ジェトロ）

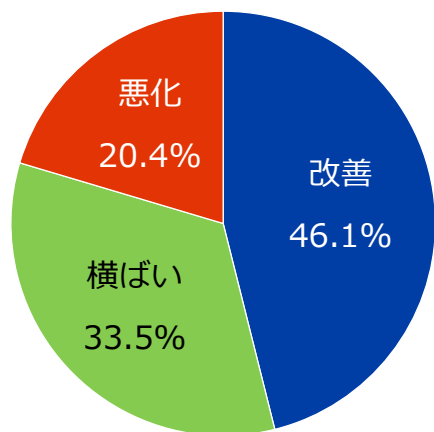
(注) nは有効回答数。

## 4 | 対2019年（コロナ禍前）比で「悪化」がなお3割

- 2021年の営業利益見込みが、前年比で「改善」する企業の割合は5割近く、前年調査との比較で30.5ポイント上昇。改善の最大の要因は前年の売り上げ減からの反動増。
- 他方、前年比で「悪化」する企業も依然として2割を超える。また、2019年との比較では「悪化」とする企業の割合が3割を占める。新型コロナパンデミック前の水準への業績回復に向け、多くの企業にとって、困難な局面が続いている。

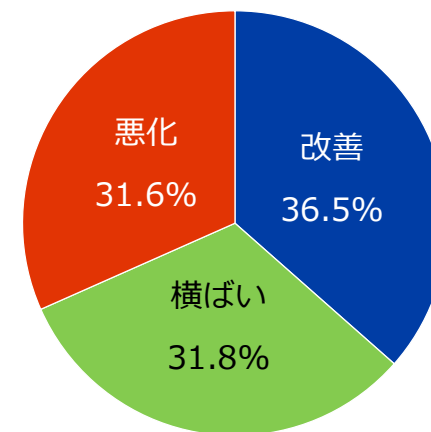
2021年の営業利益見込み（前年比）

全地域合計（n=7,249）



2021年の営業利益見込み（対2019年比）

全地域合計（n=7,209）



営業利益見込み（前年比）が改善する理由（n=3,315）※複数回答

改善の理由（上位順）	回答割合	前年の新型コロナによる 売り上げ減の反動（増）が要因	新型コロナに起因する 売り上げ増が要因	その他の要因
1 現地市場での売り上げ増加	73.8%	61.2%	18.5%	32.1%
2 輸出拡大による売り上げ増加	35.3%	59.5%	20.2%	31.3%

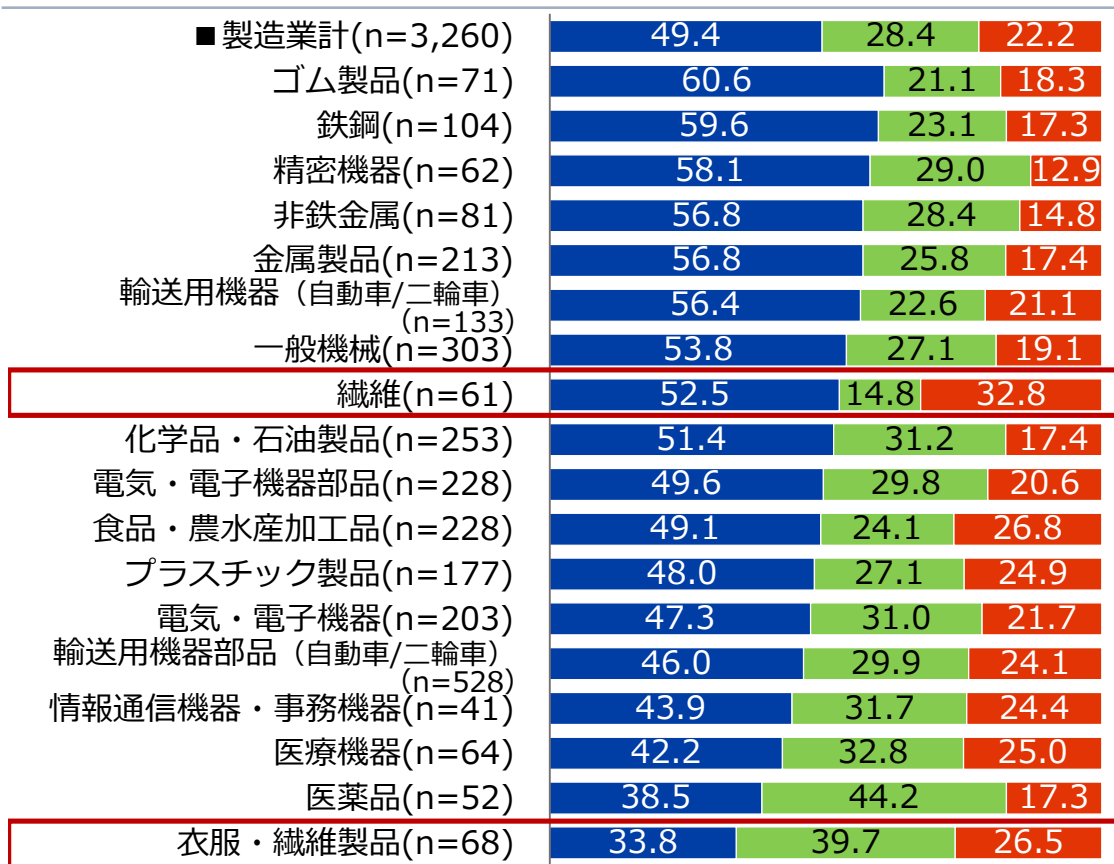
（注）nは有効回答数。

（出所）「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」（ジェトロ）

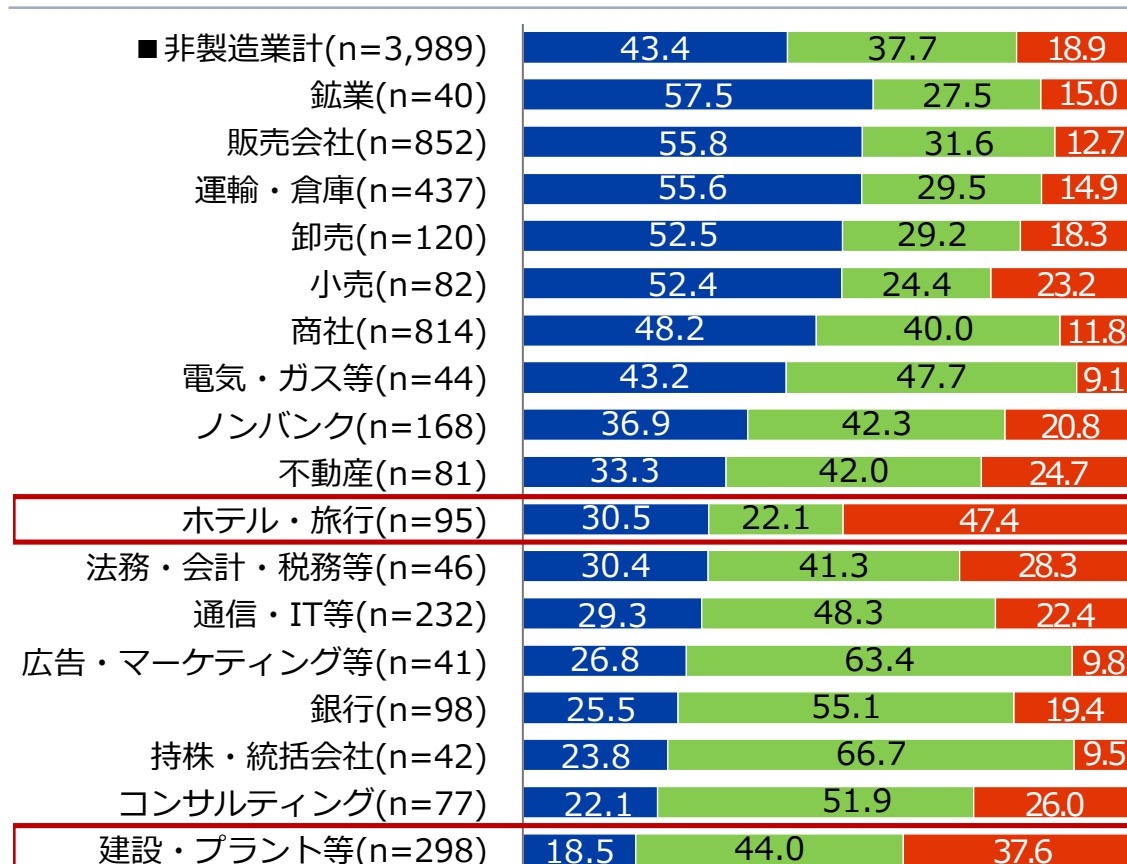
# 5 | 業種間の格差広がる

- 製造業では、繊維で「悪化」の割合が3割を超えたほか、衣服・繊維製品では「改善」「悪化」とともに3割前後。外出自粛の定着に伴う進出先市場や輸出市場での消費意欲の減退が響いた。
- 非製造業では、行動制限による影響が大きい「ホテル・旅行」で47.4%で37.6%の企業が「悪化」と回答。

2021年の営業利益見込み（製造業・業種別・対前年比）



2021年の営業利益見込み（非製造業・業種別・対前年比）

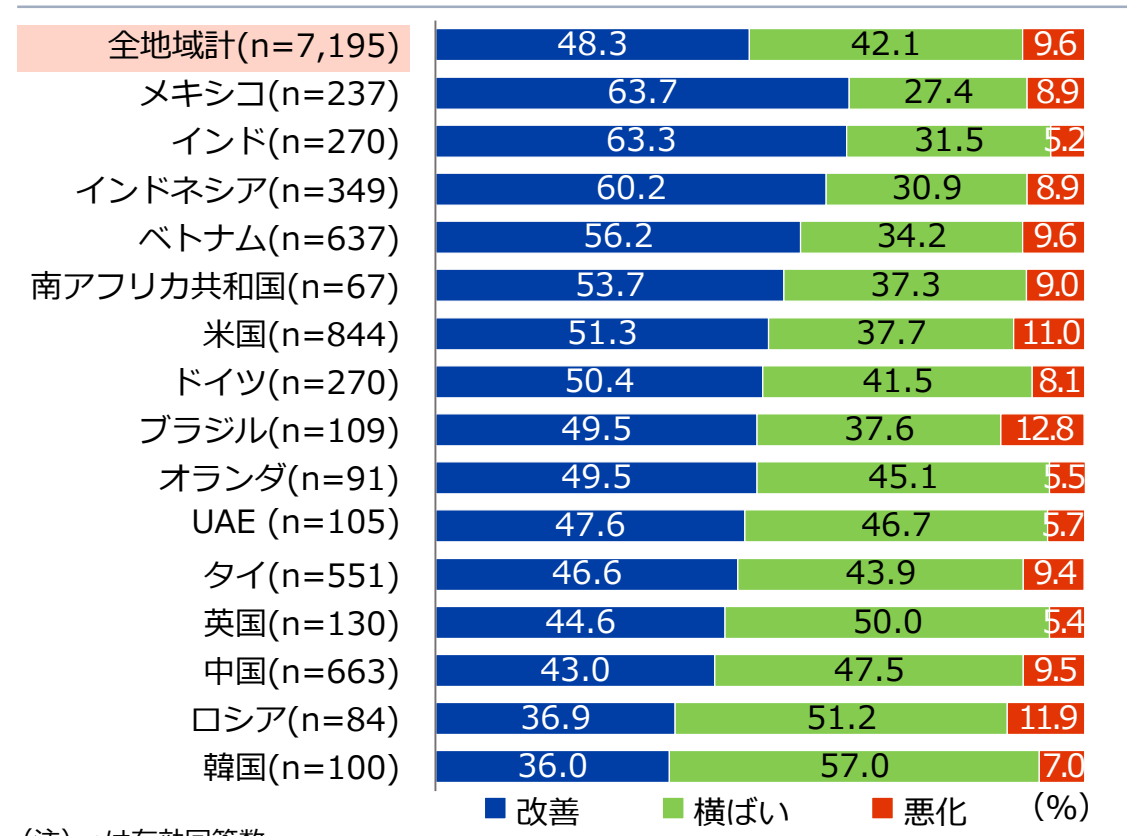


(注) n (有効回答数) = 40以上の業種のみ掲載。  
 (出所) 「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」 (ジェトロ)

# 6 | 2022年は新興国を中心に「改善」の見通し強く

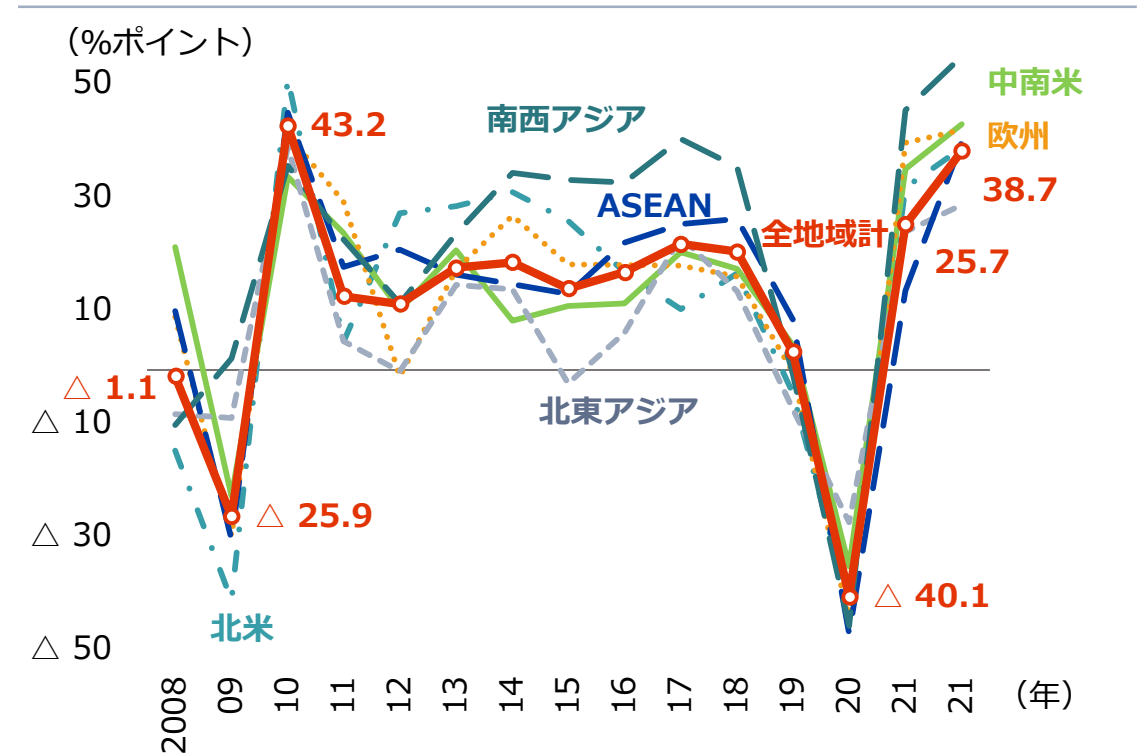
- 2022年の見通し（21年対比）では、全地域で「改善」を見込む企業が48.3%。DI値（Diffusion Index。本調査では前年比「改善」する企業の割合から「悪化」する割合を差し引いた値）は38.7%ポイントと、21年を13%ポイント上回った。
- 北東アジアでは、DI値が29.2%ポイントにとどまった。中国、韓国では、2022年の営業利益を前年比で「横ばい」とする企業の割合がそれぞれ47.5%、57.0%と多数を占めた。

主要国の2022年の営業利益見込み（対2021年比）



(注) nは有効回答数。  
 (出所) 「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」 (ジェトロ)

地域別DI値の推移（2008～2022年）

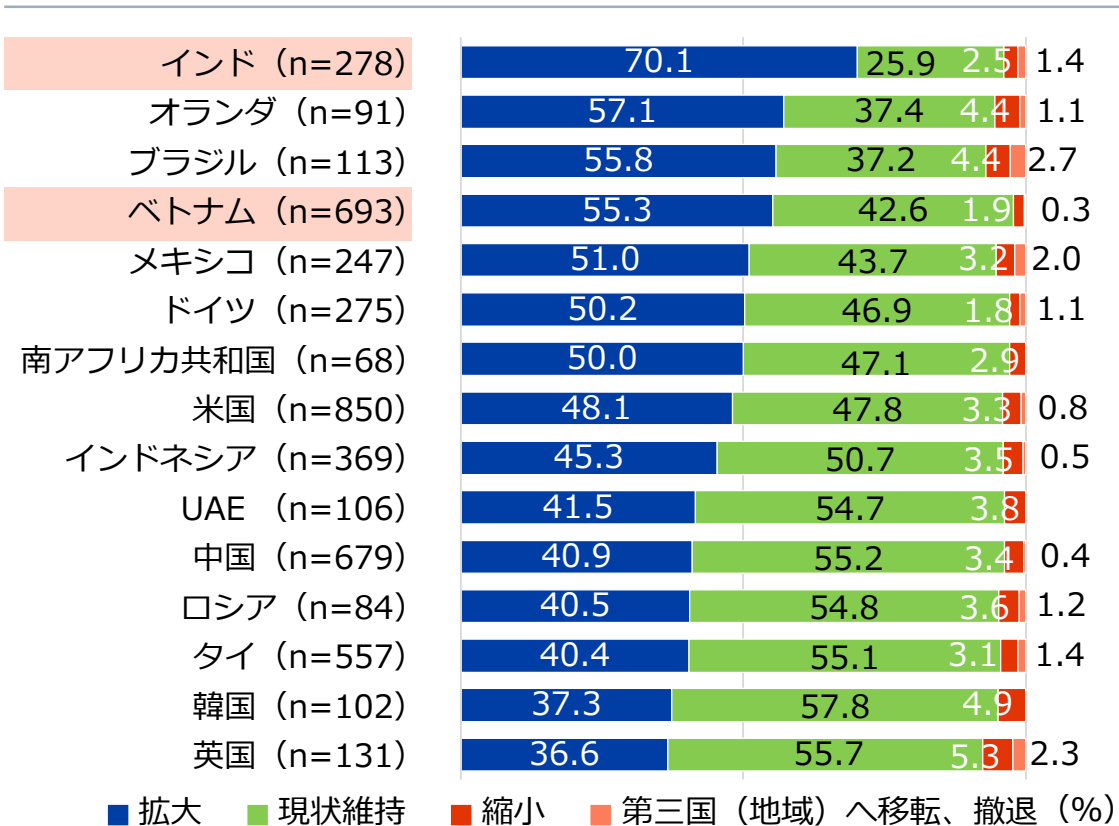


(注) 全地域計には、ロシア(2013, 2015-21), オセアニア(2008-2021), 中東 (2015-2021), アフリカ (2013-2021) を含む。

# 7 | 事業拡大意欲は回復基調も地域差あり

- 日系企業の事業拡大意欲は前年から急回復したが、今後1~2年で「拡大」を見込む企業は44.9%で、コロナ前の水準（2019年は48.9%）に届かず。新型コロナ再拡大と経済活動制限による先行きの不確実性が影響。
- 一方、インドでは7割の企業が「拡大」に意欲。営業利益見通しの厳しいベトナムでも、拡大意欲は高い。また、新型コロナパンデミック前の2019年との比較では、南西アジア、北米、北東アジアにおいて「拡大」の割合が増加した。

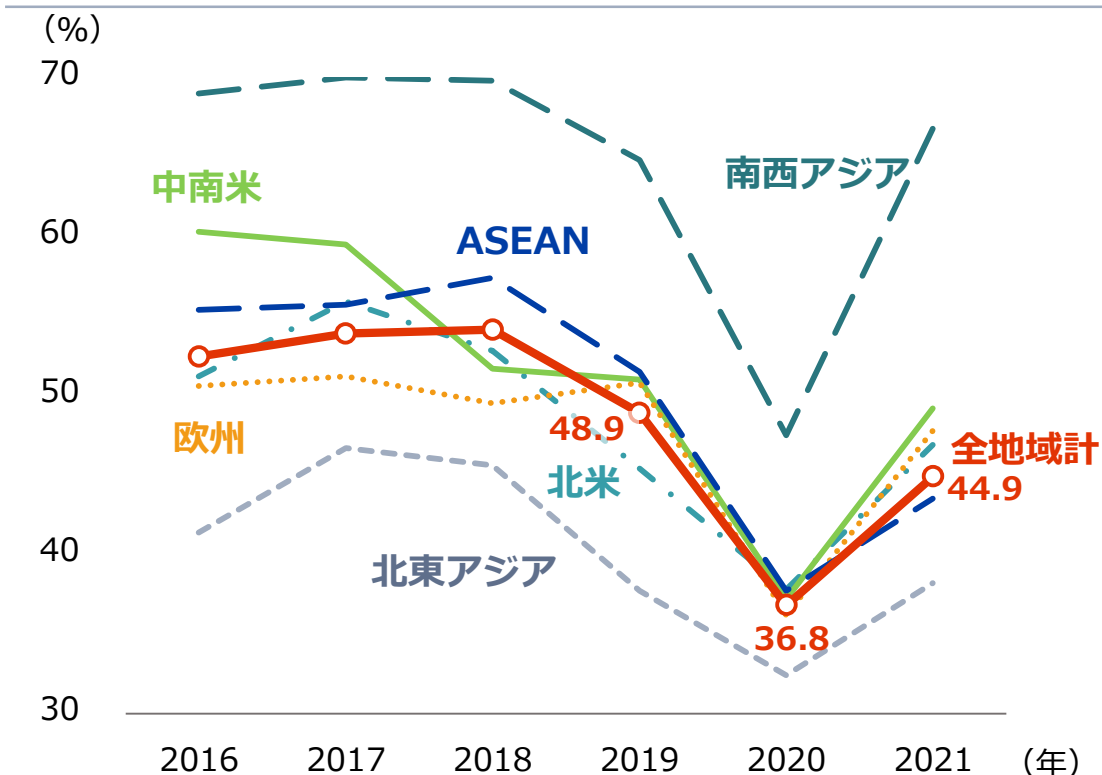
今後1~2年の事業展開の方向性（主要国別）



(注) nは有効回答数。

(出所) 「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」 (ジェトロ)

「拡大」の割合の推移（地域別）

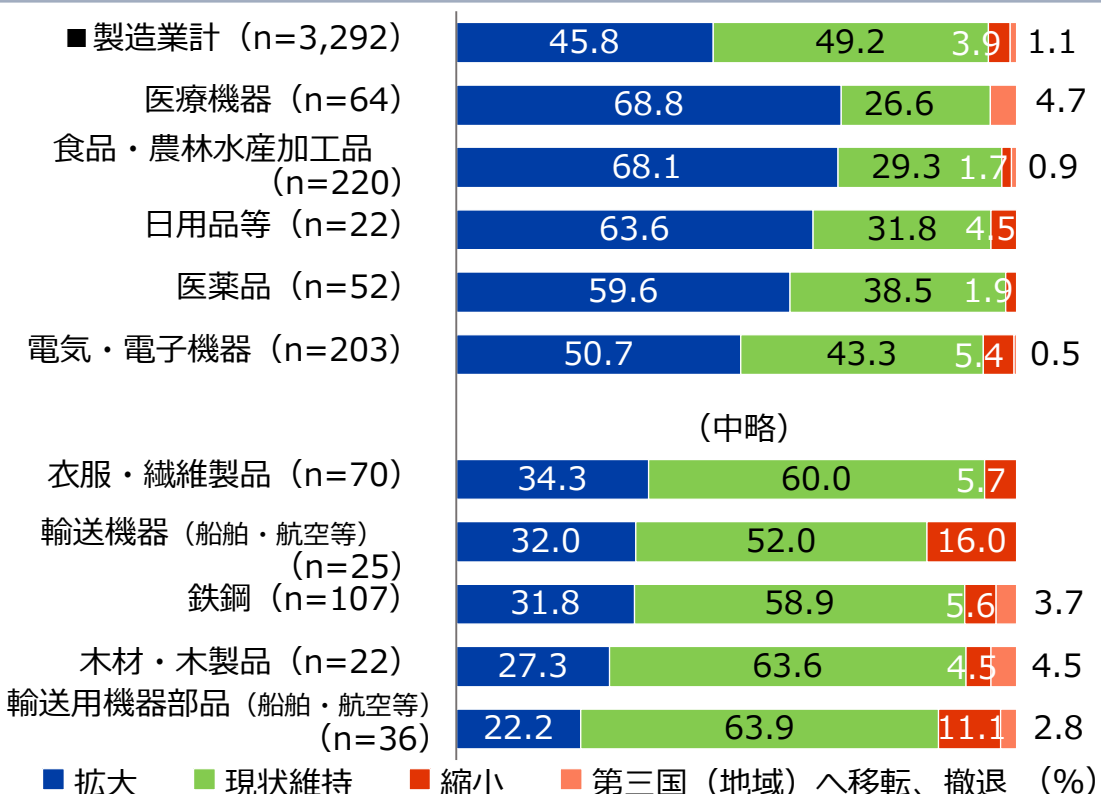


(注) 全地域計には、ロシア、オセアニアを含む。

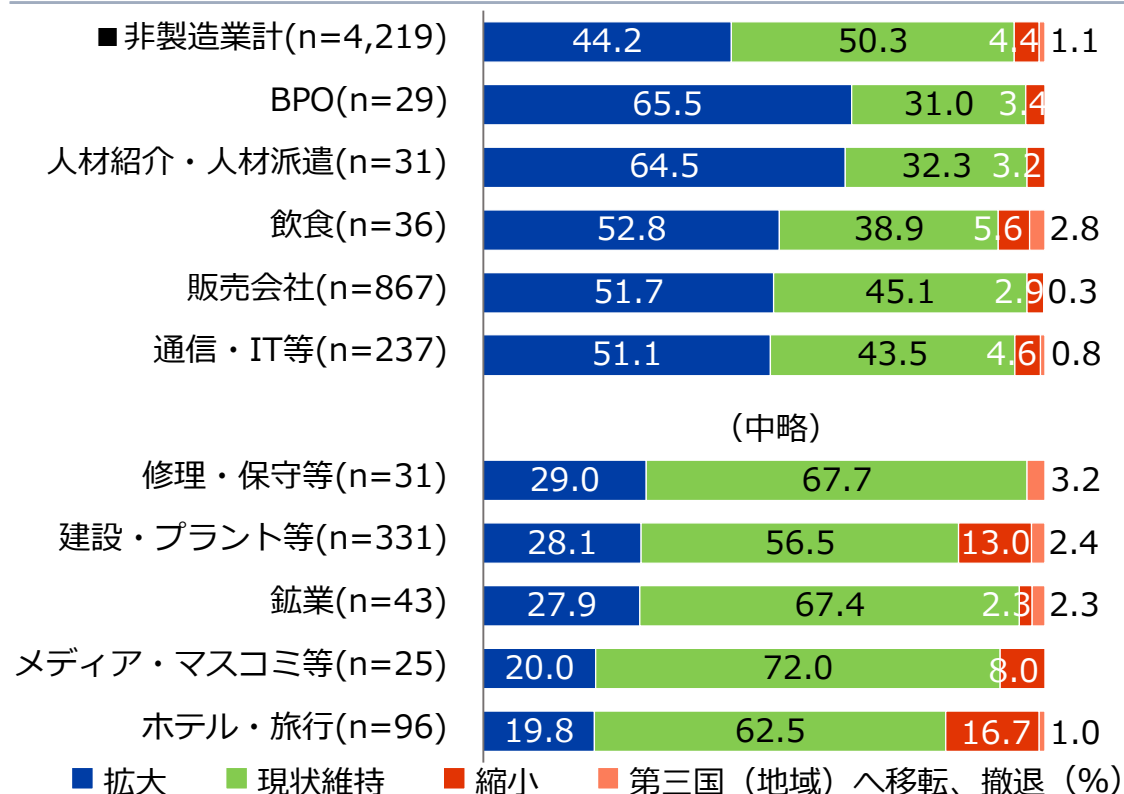
## 8 | 医療機器・食品・BPO、人材などで高い事業拡大意欲

- 製造業では、医療機器および食品・農水産加工品で、事業拡大を見込む企業の割合が7割近くに達し、製造業全体に比べ2割超上回る。いずれも、コロナ禍で需要が底堅く、一部では新型コロナによる特需も報告されている。
- 他方、外出自粛の余波で需要低迷が続いたアパレルや繊維製品、航空産業など自動車以外の輸送用機器、同部品では事業拡大意欲が依然として低い。また、ホテル・旅行は唯一、事業拡大を見込む企業が2割を下回った。

今後1～2年の事業展開の方向性（製造業・業種別）



今後1～2年の事業展開の方向性（非製造業・業種別）



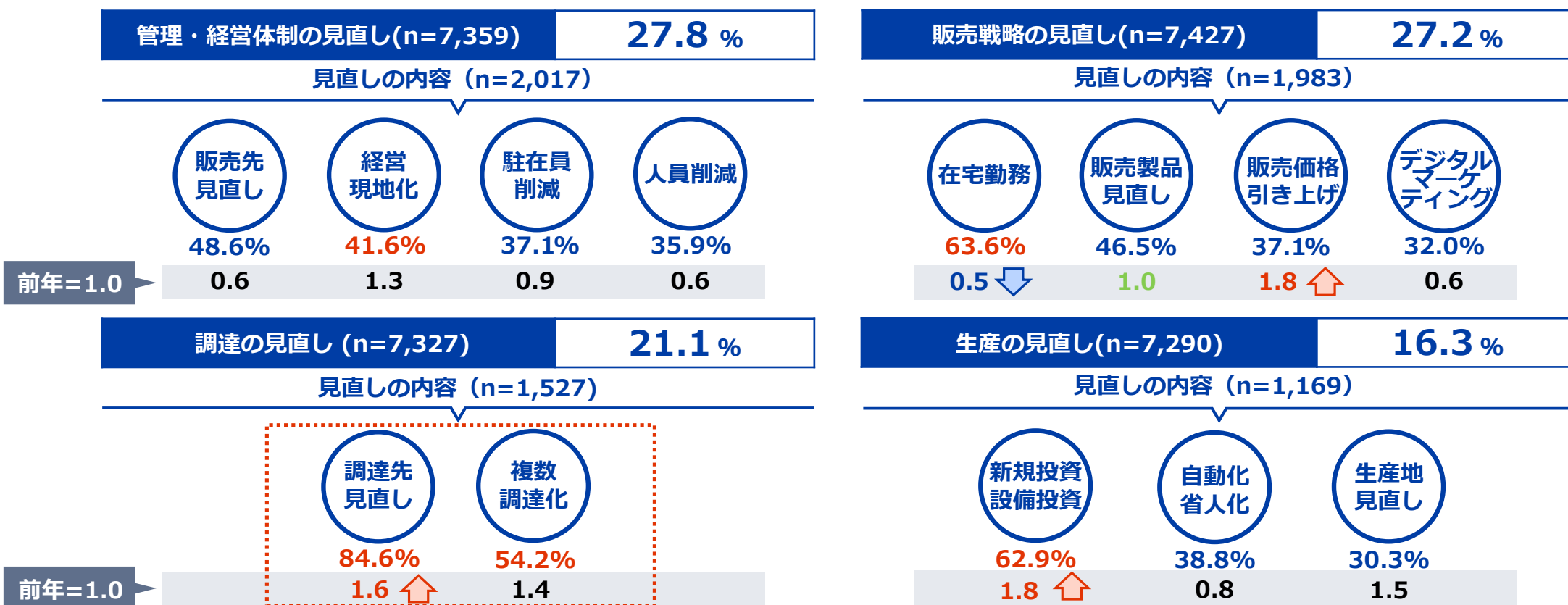
(注) n (有効回答数) = 20以上、「拡大」割合の上位・下位それぞれ5業種のみ掲載。  
 (出所) 「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」 (ジェトロ)



# 9 サプライチェーン強靱化、販売価格引き上げが進む

- 事業戦略見直しに関しては、約3割の企業が管理・経営体制の見直しを実施（見直し予定を含む）。また2割前後の企業がサプライチェーン（生産・販売・調達）を見直し。
- 生産コストの増加を価格に転嫁せざるを得ない状況の下、「販売価格の見直し」に取り組む企業の割合が前年から約8割増加。また、調達先見直しや複数調達化に取り組む企業の割合も、それぞれ前年比で6割、4割の増加。

## 事業戦略の見直し



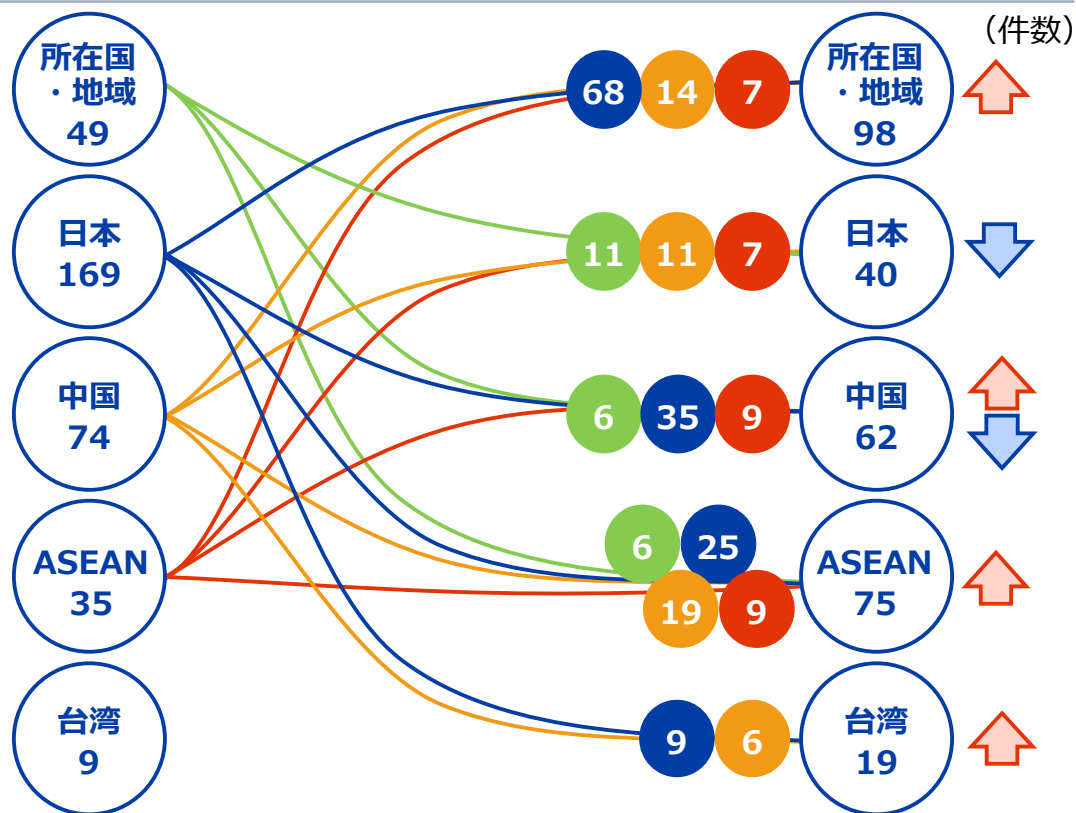
(注) nは有効回答数。

(出所) 「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」 (ジェトロ)

# 10 | 調達の実地化と複線化が同時進行

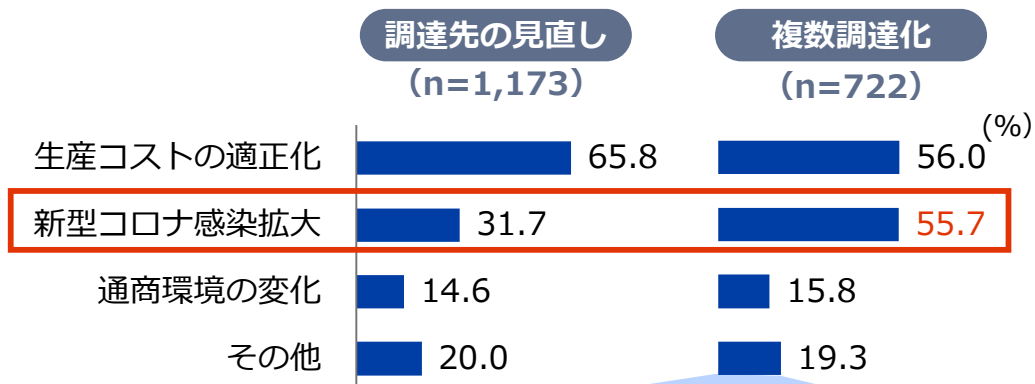
- 日本企業が緊密なサプライチェーンを構築するアジア大洋州地域では、進出先で、日本から調達する部材を現地調達に切り替える企業が多い。ASEANでは日本調達品を中国からの調達に切り替える動きも進む。
- 他方、通商環境の変化などを理由に、中国からの調達を現地調達やASEANからの調達に切替える動きも同時に進展。半導体やナイロンをはじめとする部材の不足による調達難や納期の延伸が、複数調達化や調達先見直しの流れを加速。

アジア大洋州地域の調達先変更（400件中、主な見直し）



(出所) 「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」 (ジェトロ)

調達の見直し理由（複数回答、上位3項目）



材料逼迫に伴う多角化	マレーシア・電気・電子機器部品
世界的な部品原材料不足により部品調達困難	ベトナム・電気・電子機器部品
米国寒波による原材料調達難	インド・化学品・石油製品
自然災害などを含むBCP対応	米国・化学品・石油製品

(注) nは有効回答数。

# 本日の内容

I. 世界経済の動向と日本への影響

II. 日本企業の海外事業展開方針

III. 在外日系企業の動向

**IV. 今後の注目点**

# 1 「エコノミックアウトルック」 (OECD、2021年12月)

- OECDは2021年12月1日に発表したエコノミックアウトルック（経済見通し）において、世界各国がパンデミックにうまく対処していること、金融・財政政策が2022年も支援材料となることから、回復の継続を中心的なシナリオとした。
- また「さまざまな供給側の障害が、一部の業界の生産を制約し、短期の商品貿易の成長を抑制している」としたうえで、「多くのボトルネックは来年末までに徐々に解消される」との見通しを示した。

OECDによる主要国・地域の実質GDP伸び率

(単位：%)

国・地域	2013-2019年 平均	2020年	2021年	2022年	2023年
世界	3.3	△ 3.4	5.6	4.5	3.2
米国	2.4	△ 3.4	5.6	3.7	2.4
ユーロ圏	1.9	△ 6.5	5.2	4.3	2.5
日本	0.8	△ 4.6	1.8	3.4	1.1
中国	6.8	2.3	8.1	5.1	5.1
インド	6.8	△ 7.3	9.4	8.1	5.5
ブラジル	△ 0.3	△ 4.4	5.0	1.4	2.1

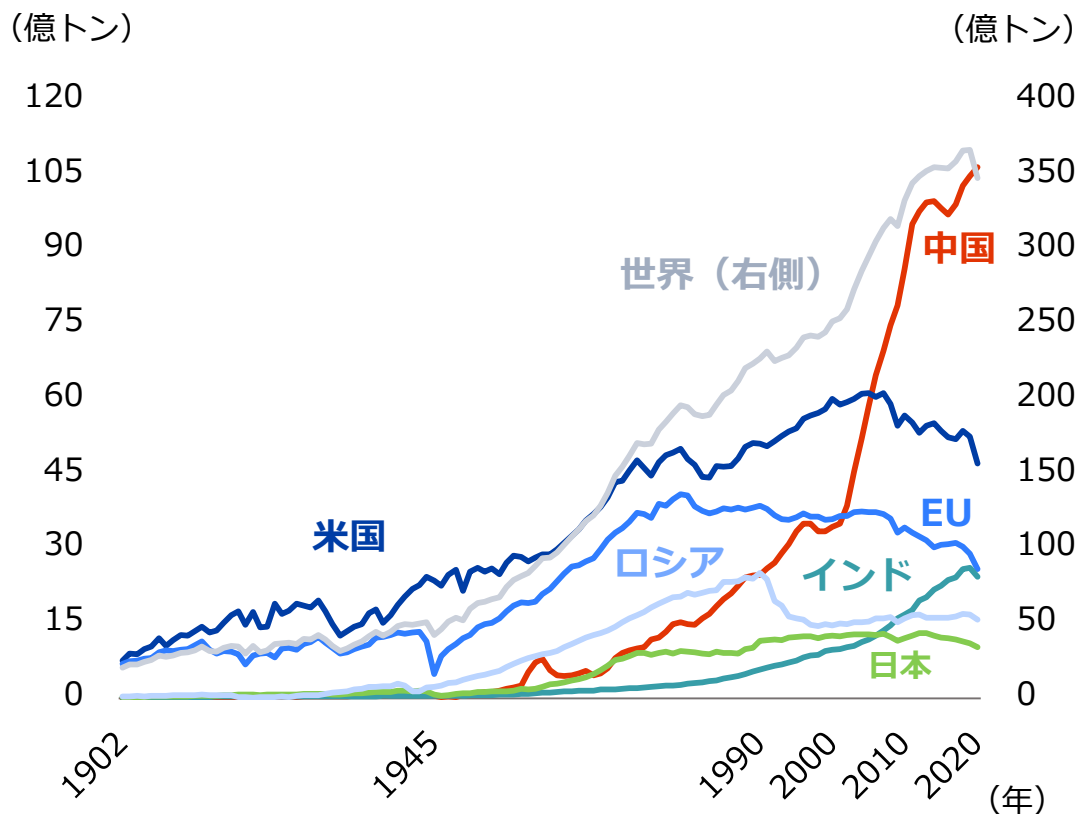
(注) インドは会計年度。

(出所) 「OECD Economic Outlook, December 2021」 (OECD) から作成

## 2 | カーボンニュートラルに向けて動き出した世界

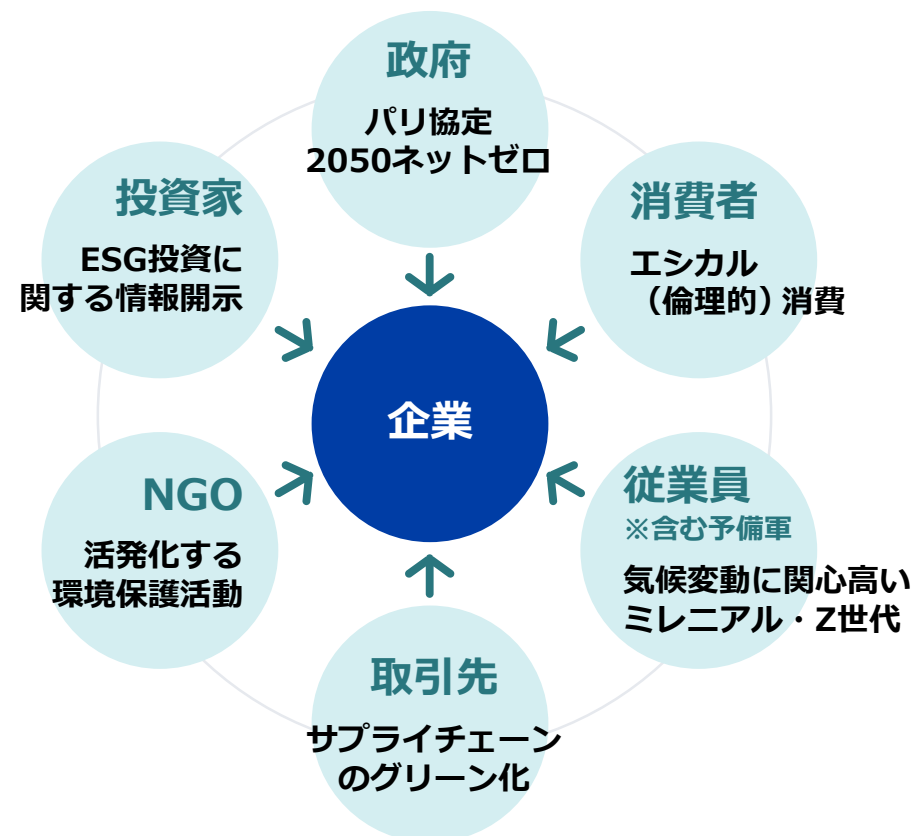
- 温室効果ガス（GHG）排出量と吸収量をバランスさせるカーボンニュートラル（CN）を目指す動きが世界的に加速している。
- 近年、消費者や取引先、投資家、従業員などのステークホルダーによる、企業への気候変動対応の圧力は一層強まっており、グリーン関連投資や情報開示を積極化する大きな要因となっている。

主要国・地域のCO2排出量



(出所) "Our World in Data" (2021年11月8日ダウンロード) から作成

気候変動対策を巡るステークホルダーとの関係



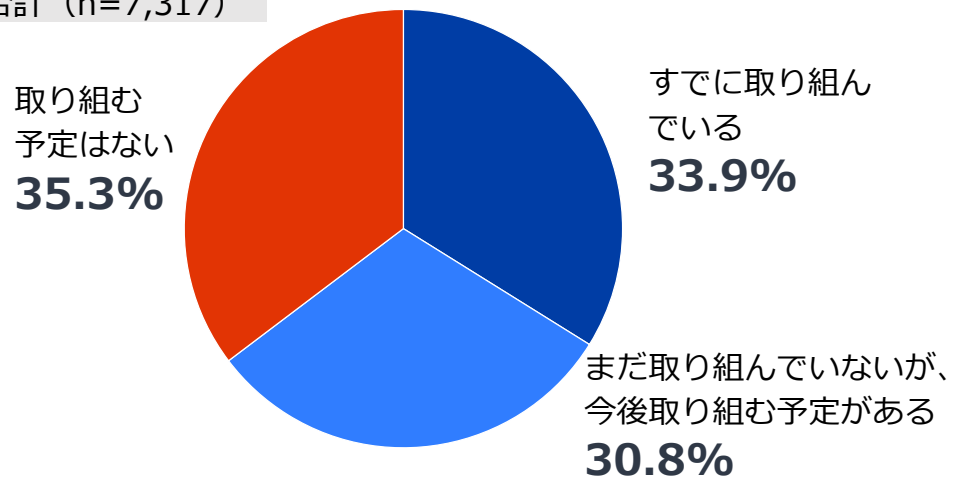
(出所) 各種情報より作成

### 3 | 取り組みの有無はほぼ同数、企業規模による差が歴然

- 脱炭素化（温室効果ガスの排出削減）について、「すでに取り組んでいる」（33.9%）または「まだ取り組んでいないが、今後取り組む予定がある」（30.8%）と答えた企業の割合は、あわせて6割を超えた。
- 「すでに取り組んでいる」との回答は、大企業が40.8%に対し、中小企業は19.8%と大きな差あり。主要国別では、2019年に炭素税が導入された南アフリカで55.9%と最も高い。またエネルギー関連企業の多いUAEでも5割に迫った。

脱炭素化への取り組み状況

全地域合計 (n=7,317)



大企業 (n=4,317)



中小企業 (n=2,508)

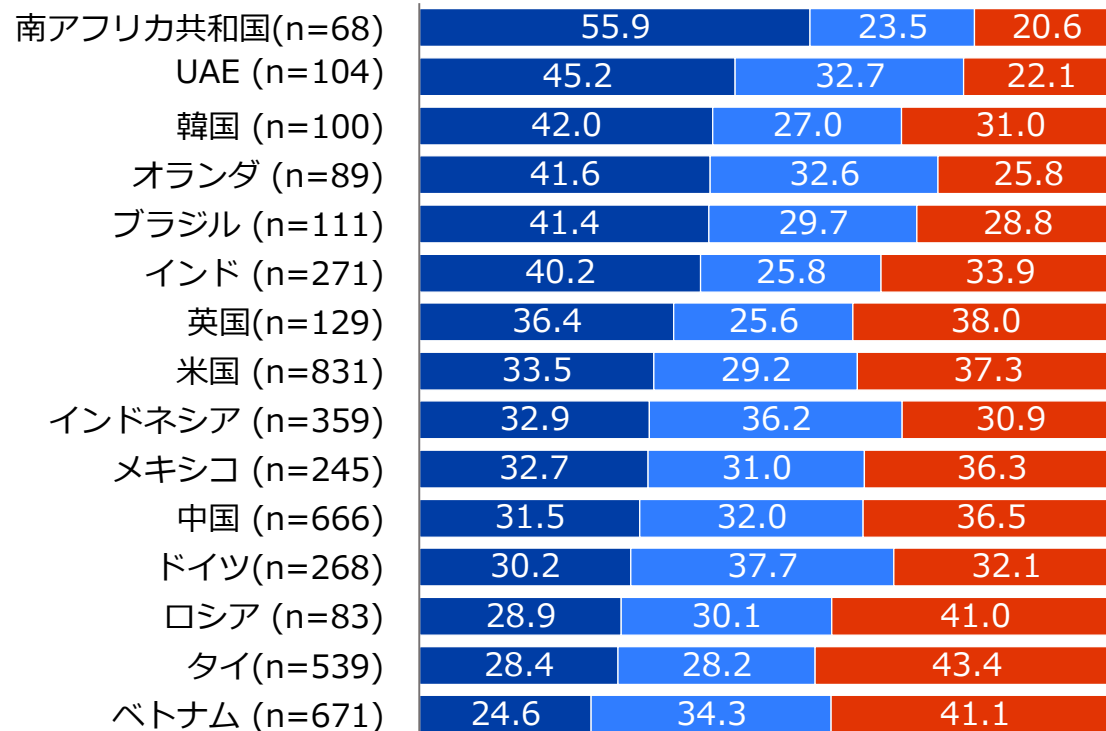


- すでに取り組んでいる (%)
- まだ取り組んでいないが、今後取り組む予定がある (%)
- 取り組む予定はない (%)

(注) nは有効回答数。

(出所) 「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」 (ジェトロ)

脱炭素化への取り組み状況 (主要国別)



- すでに取り組んでいる (%)
- まだ取り組んでいないが、今後取り組む予定がある (%)
- 取り組む予定はない (%)

## 4 | 4分の1を超える企業は取引先の方針準拠を要請

- 海外進出日系企業のうち、サプライチェーン全体で人権尊重に関する方針を持つ企業は52.7%。このうち半数強の27.1%は調達先へも準拠を求めている。
- 地域別ではアフリカにおいて高く、鉱物の採掘地におけるEUの紛争鉱物資源規則への準拠などを理由に挙げる企業が多数。欧州向けの取引では、英国の現代奴隷法も含め、法令準拠の対応が進展。

### 人権の問題を経営課題として認識しているか（地域別）

	方針があり、調達先企業に準拠を求めている	方針があるが、調達先企業に準拠は求めている	方針がないが、今後、作成する予定がある	方針がなく、今後も作成する予定はない
全地域計(n=5,959)	27.1	25.7	17.0	30.2
アフリカ(n=255)	47.8	21.2	11.8	19.2
オセアニア(n=181)	43.1	26.5	8.3	22.1
中東(n=220)	36.8	27.7	13.2	22.3
欧州(n=796)	36.6	22.9	16.0	24.6
中南米(n=456)	33.3	28.9	17.3	20.4
南西アジア(n=378)	28.0	23.8	20.4	27.8
北東アジア(n=100)	27.0	34.0	15.0	24.0
北米(n=932)	22.0	29.7	16.4	31.9
ASEAN (n=2,560)	20.9	24.5	18.6	36.1
ロシア(n=81)	18.5	32.1	18.5	30.9

- 方針があり、調達先企業に準拠を求めている (%)
- 方針があるが、調達先企業に準拠は求めている
- 方針がないが、今後、作成する予定がある
- 方針がなく、今後も作成する予定はない

(注) ①北東アジアは、中国、香港、マカオ、台湾を除く。

②nは有効回答数。

(出所) 「2021年度 海外進出日系企業実態調査—全世界編—」 (ジェトロ)

### 人権の問題を経営課題として認識しているか（主要国別）

主なリスク	具体的内容・予防策
児童労働	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ID等による年齢確認の徹底。取引業者における違反については取引停止（エジプト）</li> <li>• 18歳未満の入社禁止、入社前の書類審査（カンボジア）</li> <li>• 委託先選定条件で児童労働の有無確認（ケニア）</li> </ul>
労働基準 労働条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 適正な人件費、社内ハラスメント講習の実施、被害者向け報告先（レポートングライン）明示等（南アフリカ）</li> <li>• 調達先に強制労働などを実施していない旨の誓約書に署名を求め、署名した調達先とのみ取引（ドイツ）</li> <li>• 調達先での過剰労働、労働災害のリスクに対して、巡回チェック、書面での確認（チリ）</li> </ul>
紛争鉱物 資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 武装勢力の資金源となる恐れのある鉱物の非購入（ドイツ）</li> <li>• 現地視察、サプライヤー向けアンケートの実施、弁護士起用による書面の整理など（南アフリカ）</li> <li>• 調達金属原料に紛争鉱物が含まれない旨、全調達先から証明書入手、客先へ提出義務あり（南アフリカ）</li> </ul>
性別 人種差別	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 英国人以外の従業員やLGBTへの差別に対し、毎年、社内教育を実施。LGBT対応の設備（更衣室、トイレ等）を準備。（英国）</li> <li>• ダイバーシティに関する啓蒙活動や学習会などの実施（米国）</li> <li>• ダイバーシティ室の設置・社員教育の徹底（マレーシア）</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>• フェアトレード認証製品の購入、現地の視察（米国）</li> <li>• 新疆ウイグル自治区産のコットンの不使用（米国）</li> <li>• 外注作業用者の食堂や休憩場所の設置（インド）</li> <li>• 労働者の権利保護に関する認証（SA8000）の取得（ベトナム）</li> </ul>

## 5 「輸出に関するFTAアンケート調査」

- ジェトロは2020年10月、経済連携協定（EPA）／自由貿易協定（FTA）（以下、FTA等）の利用の実態に関するアンケート調査を実施。
- 利用中の具体的協定、利用のきっかけ、情報収集の手段等のアンケート結果を基に分析。

### 調査実施概要

#### 1. 調査対象企業 : 10,000社

(内訳)

- 経済産業省企業活動基本調査登録企業のうち  
輸出実績のある企業 : 7,589社
- 帝国データバンク(中堅中小・製造業から抽出) : 2,411社

※ FTAやEPA等の活用実態に特化したアンケートの実施は本調査が初めて。また、本調査の対象は「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」と対象を異としており、ジェトロ・メンバーズおよびジェトロのサービス利用企業に限定していない。

#### 2. 調査項目

- 貴社の概要
- FTA等の利用の実態
- FTA等を利用しない理由
- FTA等の利用に関するご意見

#### 3. 調査方法

案内状を郵送し、ウェブサイト上で本調査への回答協力を依頼した。

#### 4. 調査期間

2020年10月19日 ~ 30日

#### 5. 回収状況

有効回収数 : 1,881社  
有効回答率 : 18.8%

### 回答企業概要

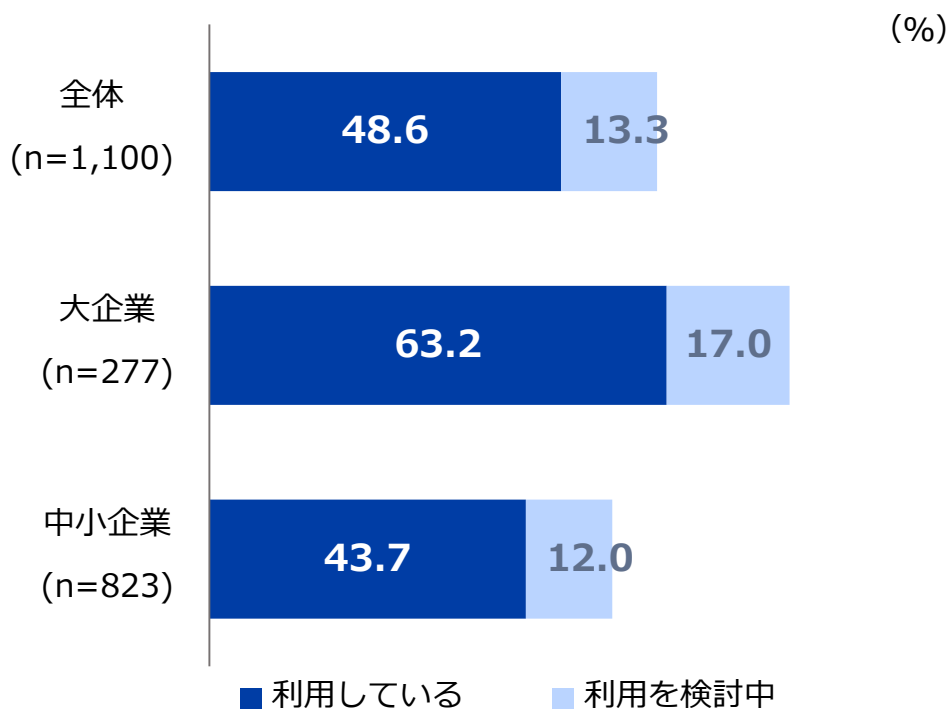
企業分類	企業数	構成比 (%)
全体	1,881	100.0
製造業	1,436	76.3
飲食料品	192	10.2
繊維・織物／アパレル	53	2.8
木材・木製品／家具・建材／紙パルプ	39	2.1
化学	82	4.4
医療品・化粧品	48	2.6
石油・石炭・プラスチック・ゴム製品	83	4.4
窯業・土石	35	1.9
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	204	10.8
一般機械	169	9.0
電気機械	98	5.2
情報通信機械／電子部品・デバイス	73	3.9
自動車・同部品／その他輸送機器	141	7.5
精密機器	75	4.0
その他の製造業	144	7.7
非製造業	445	23.7
大企業	387	20.6
中小企業	1,494	79.4



# 6 | FTAを競争力の源泉として活用

- 日本のFTA等の締結国へ輸出を行う企業のうち、1カ国・地域以上でFTA等を利用している企業の比率は48.6%。特に大企業の利用率は63.2%と高く、「利用を検討中」も合わせるとその割合は8割に上る。
- FTA活用によるコスト削減により、新規顧客を獲得した事例などの声が聞かれる

日本の発効済みFTAの利用率（企業規模別）



(注) nは、FTA等相手国・地域のいずれかに輸出を行う企業数。一般関税が無税、またはFTA以外の関税減免措置を利用する企業も含む。  
 (出所) 「輸出に関するFTAアンケート調査 (2021年2月)」 (ジェトロ)

FTAの活用事例

既存顧客との取引継続・拡大	新規取引先開拓	海外子会社等の経費削減
<ul style="list-style-type: none"> <li>●【EU】販売価格が関税分下がり競争力が向上したことで、サプライヤーの選択をシビアに行う大手企業からの受注継続を見込む。価格競争ではわずかな金額差が決め手となる。(工業用部品メーカー)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●【EU】オファーする価格から関税削減分を下げたことで納入先の想定と一致し、無事成約に至った。新規の取引だったため、納入先は価格要素を特に重要視していた。(鋳物メーカー)</li> <li>●【EU】日EU・EPAを機に、日本からの買い付け強化を図っていた現地バイヤーと新たに取引。(繊維メーカー)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●【EU】輸入関税撤廃のメリットは在欧州子会社が享受するが、(中略)グループ全体の利益となる。(文具メーカー)</li> <li>●【EU】EPA活用により、2020年2月までの1年間でフランス子会社全体の仕入れ額が約6%減少し、経費削減につながった。(アパレルメーカー)</li> <li>●【カナダ】販売促進につながる施策の原資として活用。コスト高が課題であるので、その一部を是正できたことで、他国産の商品と比較して有利性を得たことが非常に有効。(在カナダ商社・卸・小売)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●【カナダ】日本からの輸入車両の関税の低減により、販売原価の低減が図れ、収益改善と競争力のある顧客への販売価格も実現可能。(在カナダ商社・卸・小売)</li> <li>●【カナダ】売価への反映もしくは利益確保効果が期待できる。(在カナダ・メーカー)</li> </ul>		

(注) 各コメント冒頭のカッコ【】内は、日本からの輸出先。  
 (出所) 「世界貿易投資報告2020年版」 (ジェトロ)

# 7 | 今後の注目点

## 1 世界経済と日本への影響

- 各国・地域の**経済回復にばらつき**。OECDの「エコノミックアウトルック」（2021年12月）によると、世界各国がパンデミックにうまく対処していること、金融・財政政策が2022年も支援材料となることから、回復の継続を中心的なシナリオに。**見通し**は、新型コロナなどによる**不確実性**の影響を受ける。
- 主要国・地域の**財輸入**（四半期）は、**新型コロナパンデミック以前の2019年第4四半期水準超え**。日本からの輸出では、半導体製造装置などを含む資本財や農林水産物・食品が日本の輸出を支え。
- **コンテナ不足**、**半導体や一部原材料の不足の影響**が世界各地で深刻化し、混乱に拍車。

## 2 日本企業の海外展開方針

- 今後3年程度の輸出方針（2020年10～12月時点）は、「輸出の拡大を図る」企業の割合が縮小も、「縮小、撤退を検討する」は横ばいを維持、「今後、新たに取り組みたい」は増加に転じた。全体として**輸出拡大への意欲が大幅に減退していない**。**FTAを競争力の源泉として活用する動き**も進む。
- 日本企業の既存海外拠点の事業拡大意欲は過去最低を記録。一方、**新規の海外進出意欲は衰えず**。最大のターゲット市場である中国を重視しつつ、米国やベトナム等への分散傾向が明らかに。なかでも、米国に「新たに進出したい」とする企業の割合が増加。巨大な国内市場を視野に、販売拡大や**バリューチェーン多元化**への意識の高まりが垣間見える。
- グローバルリスクの高まりは、日本企業に新たな**ビジネス様式への移行**を迫っている。海外向け販売の新たな手段として**越境ECの活用**が進む。

## 3 在外日系企業の動向

- 今後1～2年で、**事業の「拡大」を見込む日系企業の割合**は前年から増加するも、**長引く新型コロナの影響による先行きの不透明感**で、新型コロナパンデミック前の**2019年の水準には戻らず**。
- 半導体不足や鉄鋼など原材料価格の上昇、コンテナ不足による海外輸送コストの増加など、**経済活動再開に伴うサプライチェーンの混乱**が、広範な業種に影響。生産コストの増加を価格に転嫁せざるを得ない状況の下、「販売価格の見直し」に取り組む企業の割合が前年から約8割増加。また、**サプライチェーンの強靱化**を目的に、**調達先見直し**や**複数調達化**に取り組む企業の割合も、それぞれ前年比で6割、4割の増加。
- **脱炭素化（温室効果ガスの排出削減）**については、すでに取り組んでいる企業の割合が3割を超えるも、大企業と中小企業との**取り組み状況に大きな格差**あり。進出先国の法令や炭素税などの税制が、企業の取り組みを促す強制力となっている実態が明らかに。
- 世界全体で約5割の企業が**サプライチェーンにおける人権尊重の方針**を有し、そのうち半数が調達先へも準拠を求めている。人権デューディリジェンスの義務化（法制化）で先行する欧州との取引などを通じて認識が浸透する一方、東南アジアでの認識、取り組みの遅れが目立つ。

# ご清聴ありがとうございました

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部 国際経済課

朝倉 啓介



03-3582-5177



ORI@jetro.go.jp



〒107-6006  
東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

## ■ ご注意

本日の講演内容、資料は情報提供を目的に作成したものです。主催機関および講師は資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、その正確性を保証するものではありません。本情報の採否はお客様のご判断で行ってください。また、万一不利益を被る事態が生じても主催機関及び講師は責任を負うことができませんのでご了承ください。