

UPSアジア・ビジネスモニター

調査報告書 2010 ー概要ー



はじめに

「UPSアジア・ビジネスモニター」は、日本を含むアジアの中小企業が置かれたビジネス環境や経営課題についての意識調査で、2005年を初回として毎年実施されています。

6回目となる2010年版では、新たにベトナムを加えた計13カ国で調査が行われました。2008年後半から2009年前半にかけて世界規模で発生した経済危機と2009年後半以降の緩やかな回復を受け、アジアの中小企業の意識にも大きな変化が見られました。

■ 調査について

「UPSアジア・ビジネスモニター2010」では、2010年3月11日から同4月20日まで、計1,351名の中小企業の意志決定者を対象に調査が行われました。この調査は、電話による聞き取り調査で、香港にあるTNS国際コールセンターから回答者の母国語で行われました。

聞き取り調査は、オーストラリア(100)、中国(150)、香港(100)、インド(101)、インドネシア(50)、日本(100)、韓国(100)、マレーシア(100)、フィリピン(100)、シンガポール(100)、台湾(100)、タイ(100)、ベトナム(100)で実施されました。 ※()内の数字はサンプル数

調査対象とした企業の事業内容は、電子・電気機器、建設、食品、サービス、機械、製造、自動車、衣料・繊維、情報技術、観光・ホテル、ヘルスケア・医薬品などです。

なお、掲載の図表は、調査結果の中から主要事項を抜粋したものです。データを部分的に取り上げた設問では、数値合計が100%に達していない場合があります。同様に、複数回答が可能な設問では100%を超えている場合もあります。

目次

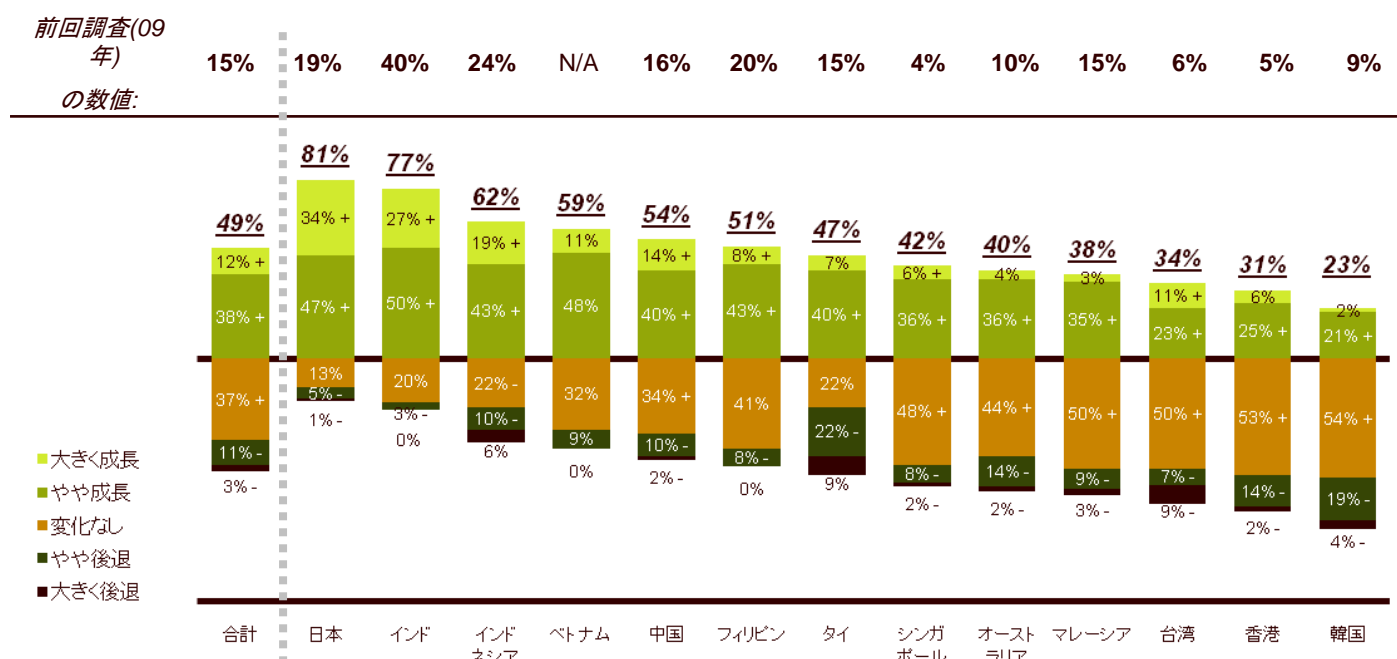
はじめに	p.1
1. 経済とビジネスの現況と見通し	
• 経済成長予測と業績予測	p.3
• 貿易の成長予測	p.4
• グローバル貿易の影響と自社の取引相手地域	p.5
• 今後取引の拡大が予想される地域とその理由	p.6
• 2010年の成長産業と今後3～5年の基幹産業予測	p.7
• 2010年 中小企業のビジネスチャンス	p.8
• 2010年の雇用計画	p.9
• ビジネスにおける懸念事項と資金調達時の問題	p.10
2. 中小企業の競争力	
• 中小企業の競争力 – アジア全域の国別比較	p.11
• 自国の経済成長における中小企業の重要性、 日本経済に必要なこと	p.12
• 中小企業の強み	p.13
• 中小企業の競争力 – 日本の中小企業	p.14
• 拡大要因と阻害要因	
✓ アジア全域と日本	p.15
✓ 自由市場経済と財政的支援・運転資金調達	p.16
✓ 政府支援と法的枠組み	p.17
✓ イノベーションと起業精神	p.18
✓ 人件費とIT導入	p.19
✓ 海外市場へのアクセスとマーケット情報・ その他ビジネス情報へのアクセス	p.20
3. 中小企業にとってのサプライチェーン	
• サプライチェーンの効率化と交通インフラ	p.21
• サプライチェーン・マネジメントの捉え方と 今後のビジネス成長に必要な変化	p.22
まとめ	p.23
付録 – 調査対象企業	p.24

1. 経済とビジネスの現況と見通し

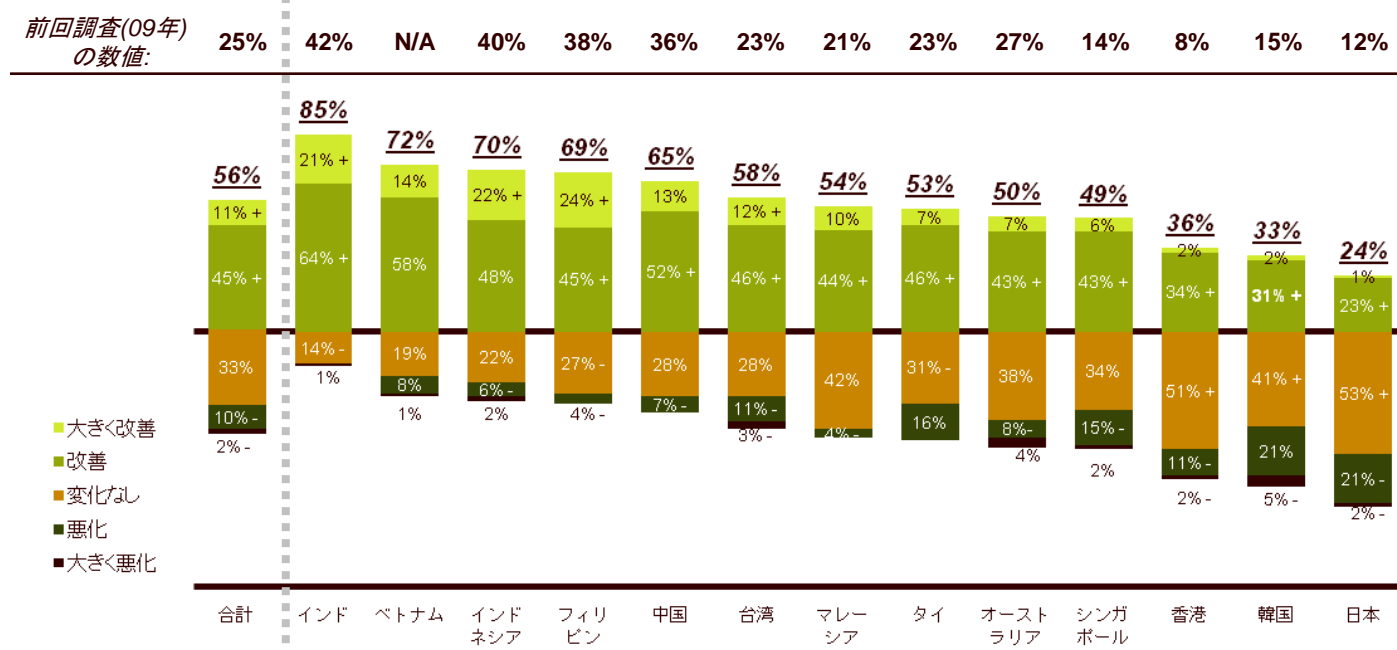
アジア全域で昨年から大きく改善も、自社については慎重な日本

- 2009年後半以降のゆるやかな景気回復を受けて、アジア域内の経済成長および自社の業績ともに成長・改善するとの意見が総じて昨年比2～3倍以上に。
- 日本は、アジア平均を大きく上回る割合で域内経済成長を予測するも、それが必ずしも自社の業績改善につながるとは考えていない様子。

2010年 アジア域内の経済成長予測



2010年 中小企業(自社)の業績予測

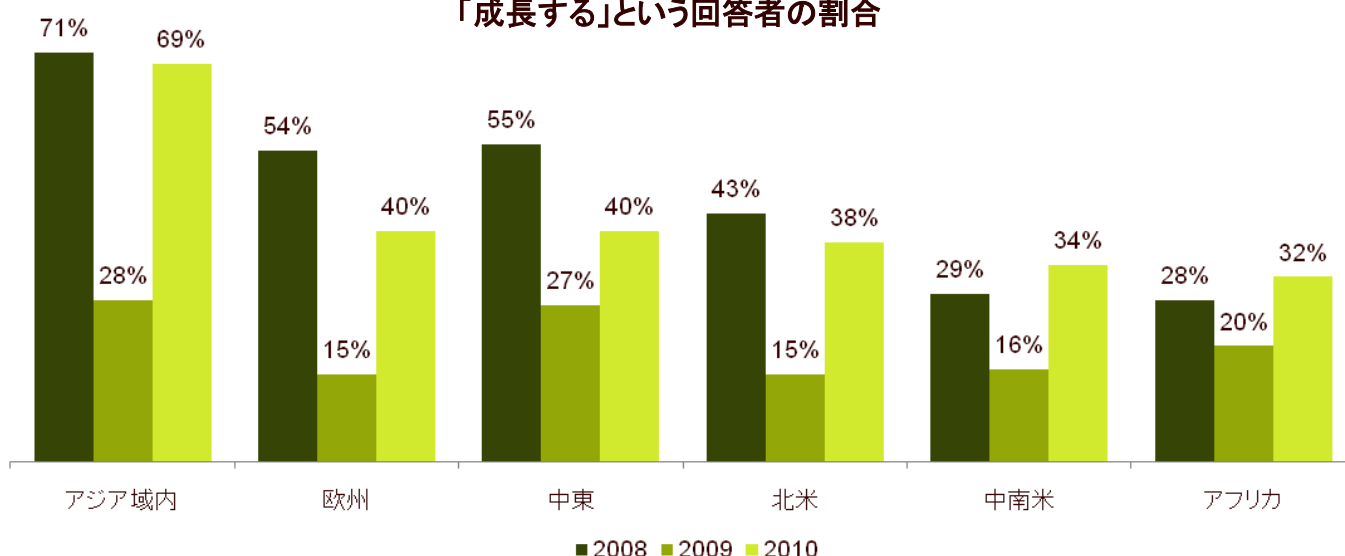


1. 経済とビジネスの現況と見通し

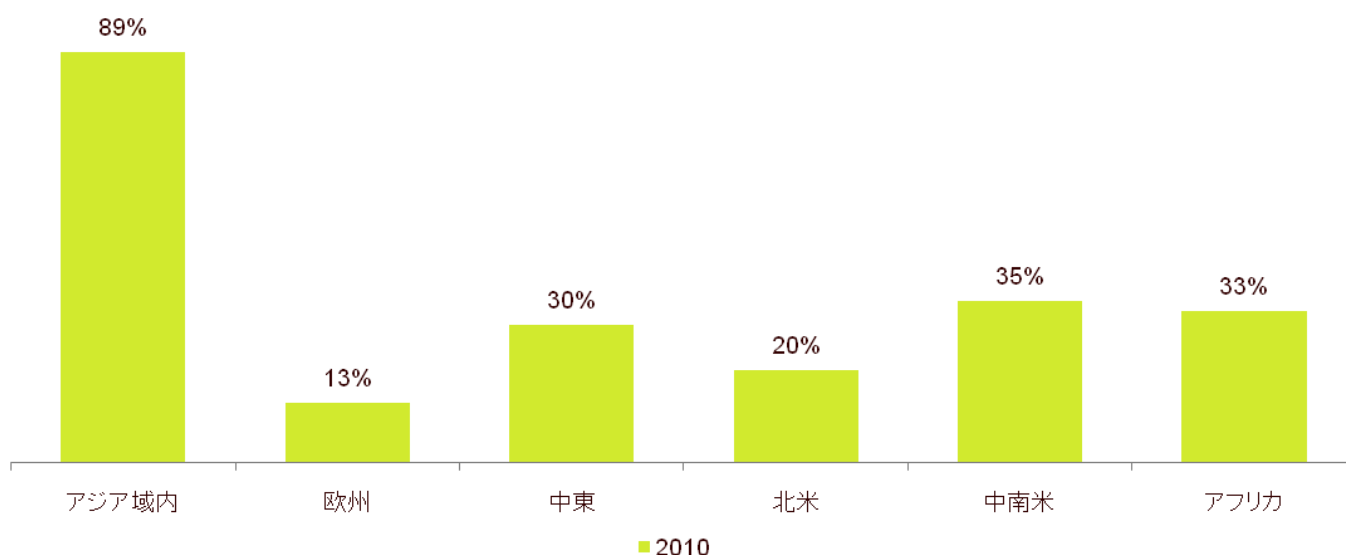
貿易成長予測も多くが2008年並に回復

- 2009年調査で前年比平均50%以上の下落率を見せた貿易成長予測も大きく改善し、2008年と同程度かそれ以上の回答者が成長を予測する地域も。
- 中国をはじめとする新興国の旺盛な需要が見込まれるアジア域内貿易が引き続き他地域を大きく引き離して首位。
- 日本もアジアに大きく期待する一方、ユーロ通貨不安が懸念される欧州には低い評価。

貿易の成長予測(アジア全域の回答)
「成長する」という回答者の割合



貿易の成長予測(日本の回答)
「成長する」という回答者の割合

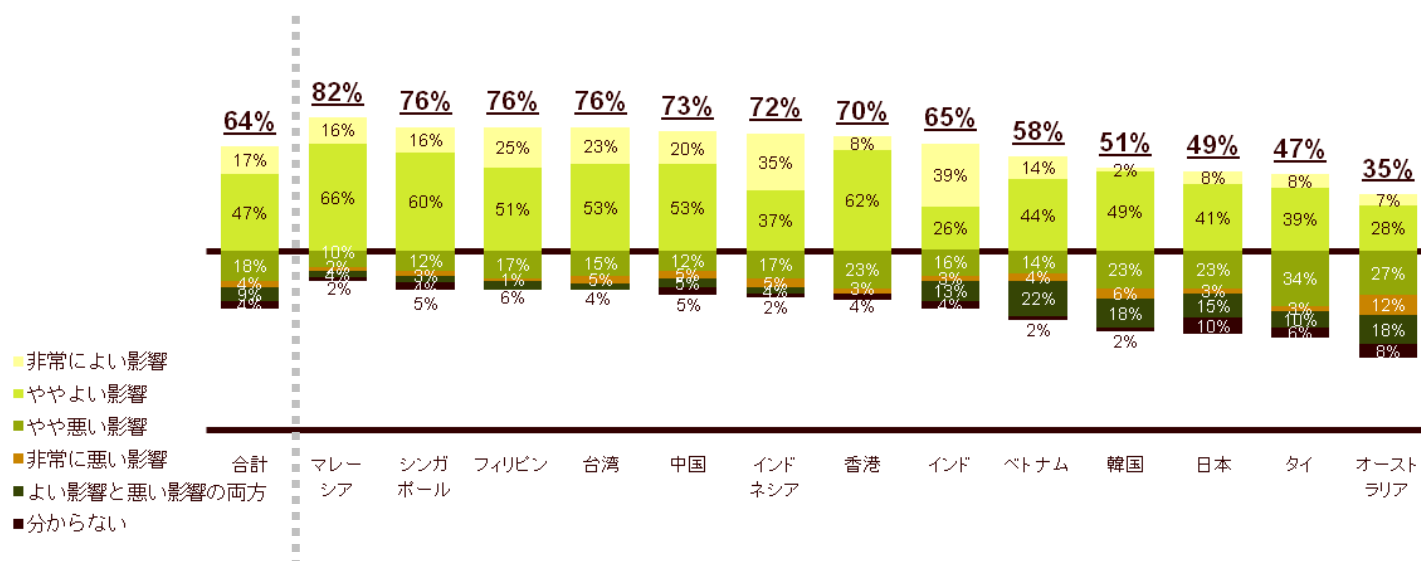


1. 経済とビジネスの現況と見通し

約半数がグローバル貿易は自社の成長に良い影響があると回答

- アジア全体で過半数、日本でもほぼ半数が、グローバル貿易は自社の成長に良い影響があると認識。
- 海外の取引相手としては、アジア全体で80%がアジア域内と回答。日本では95%が同回答で、他の12カ国と比較して最も高い数値。

グローバル貿易が自社のビジネスに与える影響



自社のビジネスが取引のある地域

%	アジア域内	欧州	北米	中東	中南米	アフリカ
合計	80.6	8.1	6	2.9	1.5	0.9
オーストラリア	92.1	3.9	2.5	0.6	0.2	0.8
中国	78.2	9.7	6	2.8	1.3	2
香港	65.5	19.2	10.7	1.4	2.3	1
インド	79.6	6.3	6.3	5.6	1.2	1
インドネシア	76.5	12.1	5.9	2.1	2.3	1.1
日本	95.4	1.1	2.9	0.2	0.5	0
韓国	85.3	4.3	3.4	3.7	2.3	1
マレーシア	75.2	9.2	7.9	5.4	1.1	1.2
フィリピン	69.1	11.8	12.6	3.3	2.2	1
シンガポール	80.4	7.3	4.7	5.5	1.4	0.8
台湾	74.1	9.8	8.8	3.6	3.3	0.4
タイ	84.6	7.3	3.3	3.2	0.9	0.8
ベトナム	93.3	2.1	3.3	0.5	0.3	0.5

緑太字: 最高スコア
赤字下線: 最低スコア

1. 経済とビジネスの現況と見通し

アジアへの期待を維持しつつ他地域開拓にも意欲

- アジア全体で過半数が今後もアジア地域との取引が拡大すると予想。
- 国内の高い潜在需要が見込まれる中国やインドは、アジアへの期待が他の調査国より低い結果に。
- インドネシア、マレーシア、タイなどの東南アジア諸国は、アジアとの取引拡大に大きく期待しつつ、他地域への進出にも高い意欲を見せる。

今後3年間に取引の拡大が予想される地域

%	アジア域内	欧州	中東	北米	アフリカ	中南米
合計	56%	20%	19%	14%	12%	11%
オーストラリア	29%	5%	5%	5%	1%	1%
中国	19%	13%	7%	13%	9%	6%
香港	41%	12%	19%	10%	7%	14%
インド	35%	16%	8%	13%	9%	4%
インドネシア	86%	42%	47%	27%	25%	22%
日本	68%	3%	7%	6%	4%	8%
韓国	50%	5%	18%	5%	17%	11%
マレーシア	80%	30%	37%	15%	15%	8%
フィリピン	77%	35%	18%	25%	8%	16%
シンガポール	81%	12%	23%	4%	9%	7%
台湾	47%	30%	16%	27%	5%	17%
タイ	78%	49%	45%	21%	41%	31%
ベトナム	57%	8%	2%	9%	1%	1%

緑太字:最高スコア
赤字下線:最低スコア

今後その地域との取引の拡大が予想される理由

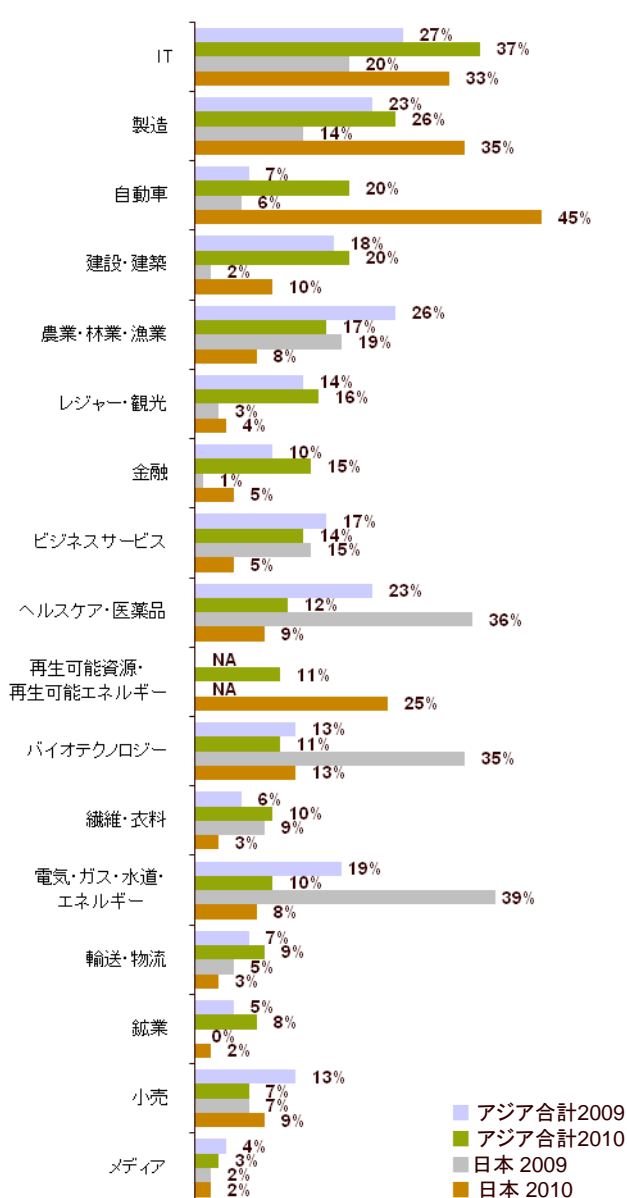
市場	合計	オーストラリア	中国	香港	インド	インドネシア	日本	韓国	マレーシア	フィリピン	シンガポール	台湾	タイ	ベトナム
ニーズの増大や関連産業の成長	37%	35%	14%	67%	21%	15%	47%	24%	38%	42%	55%	64%	51%	3%
市場が大きい	10%	41%	30%	26%	4%	5%	19%	12%	5%	N/A	6%	N/A	N/A	5%
未発売の製品がある	4%	11%	2%	9%	1%	N/A	11%	N/A	2%	1%	1%	25%	1%	N/A
その地域とのつながりが強い	4%	8%	5%	20%	1%	1%	N/A	1%	2%	5%	5%	7%	N/A	3%
建設・建築関連企業にとって資源開発や受注の好機	3%	3%	22%	3%	N/A	N/A	1%	2%	1%	3%	6%	N/A	N/A	3%
その他	26%	41%	11%	12%	46%	42%	6%	N/A	21%	37%	17%	N/A	17%	95%

1. 経済とビジネスの現況と見通し

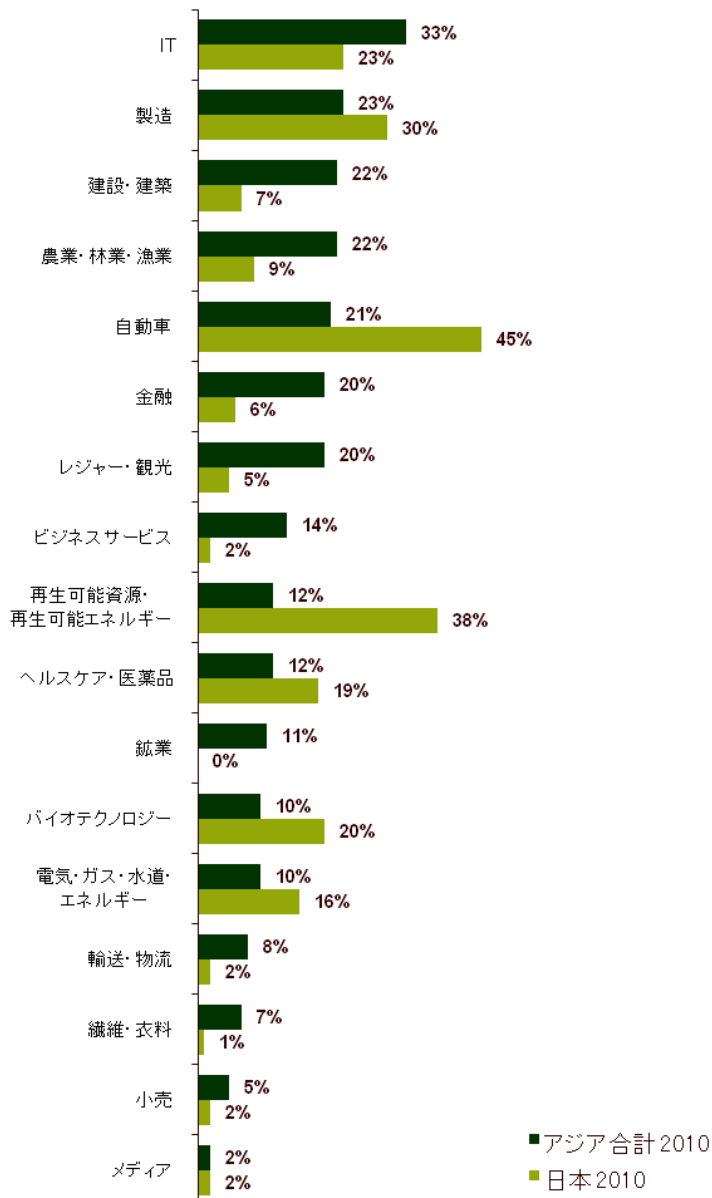
不況を乗り越え、環境関連産業の成長に期待

- 成長産業として、2009年は景気後退の影響で落ち込みを見せていた自動車や製造が復活。
- 日本では、電気自動車や新興国需要に期待のかかる自動車産業が成長・基幹産業として、2009年はもとより2008年の結果も大きく上回って首位を獲得。
- 将来、環境分野における世界でのリーダーシップを期待する日本は、再生可能資源・エネルギー産業にも注目。

2010年の成長産業



今後3～5年の基幹産業

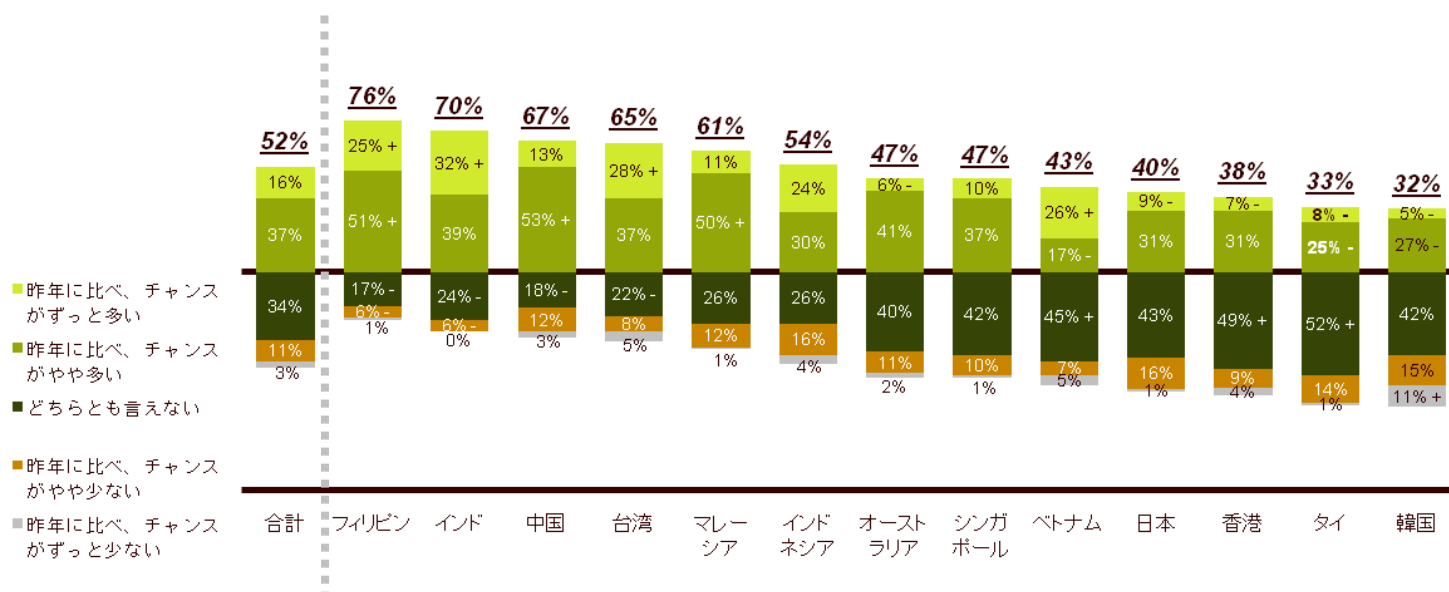


1. 経済とビジネスの現況と見通し

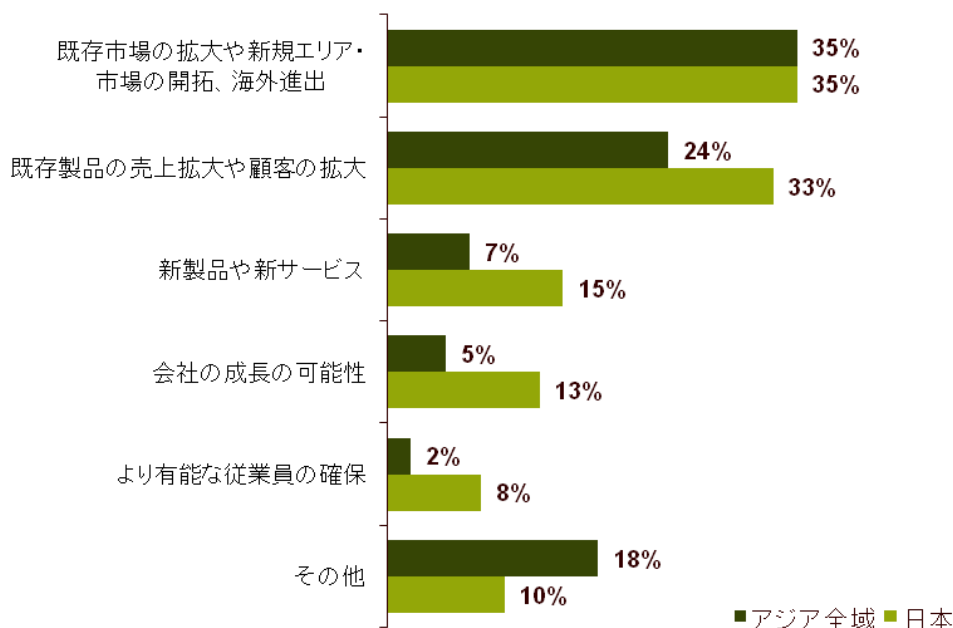
市場の拡大や新規開拓、海外進出に意欲

- アジア全体で約半数、日本でも4割が、2010年はビジネスチャンスが増えたと回答。
- 具体的な内容として、既存市場の拡大や新規エリア・市場の開拓、海外進出との答えが最多。

2010年 中小企業のビジネスチャンス



2010年 中小企業のビジネスチャンス(具体例)

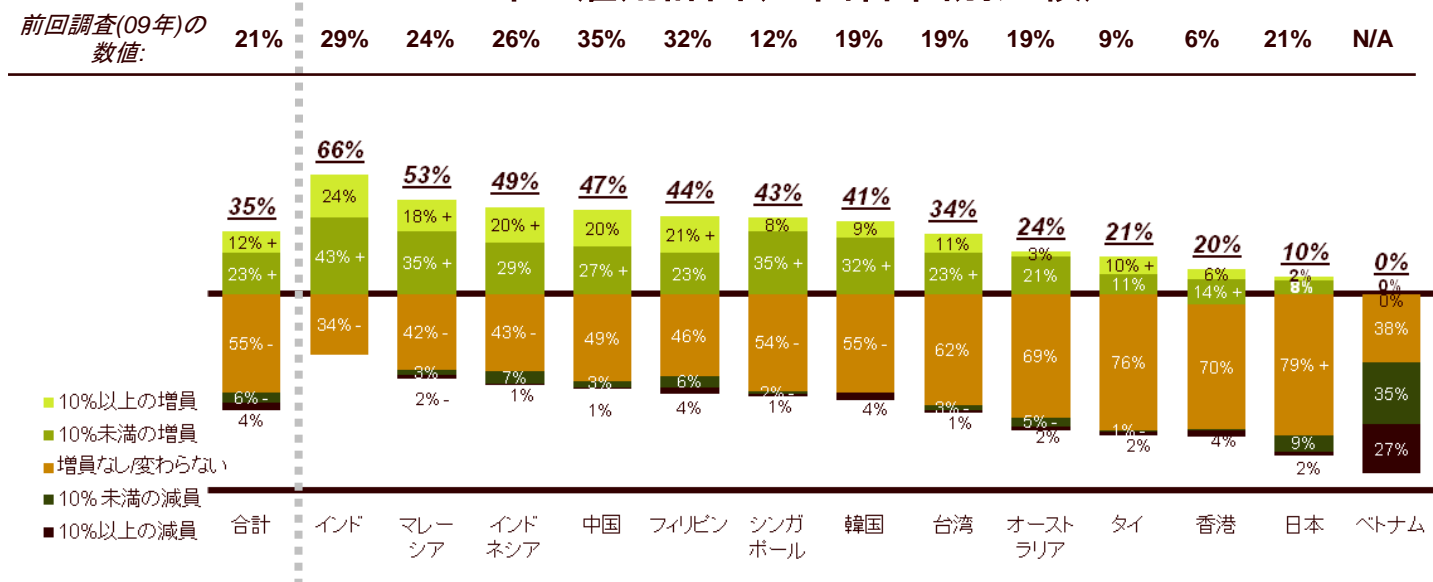


1. 経済とビジネスの現況と見通し

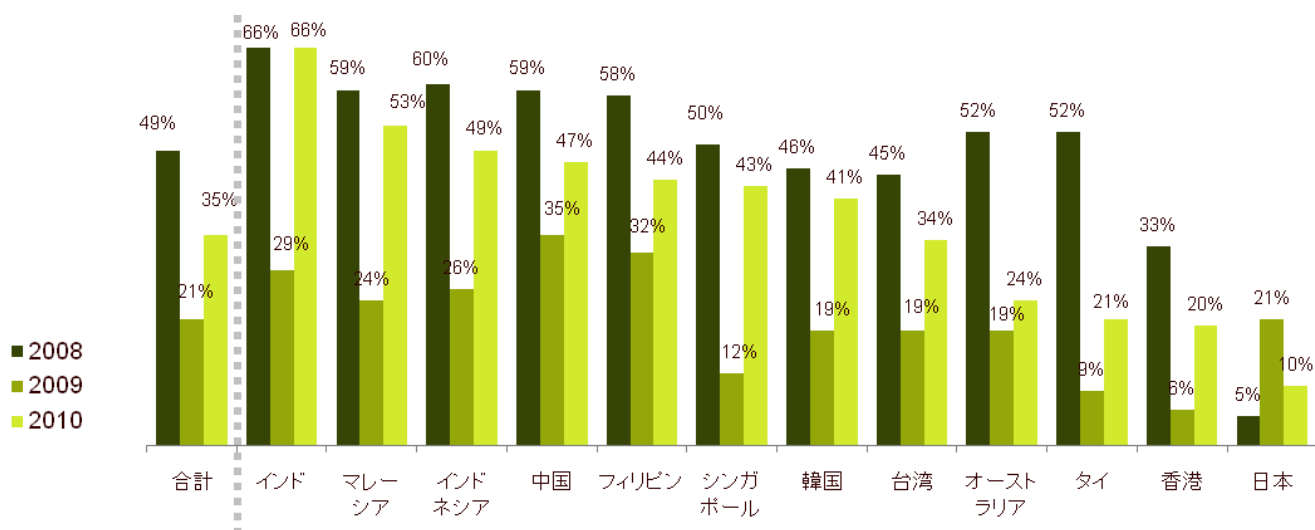
景気回復でも雇用回復には慎重

- 2010年に従業員を増員すると回答した割合は、今回新たに調査対象に加わったベトナムを除き、日本以外の11カ国・地域で前年比プラスとなったが、ほとんどの国・地域で景気後退前の2008年水準には及ばず。
- 増員するとの回答が2008年にはアジア平均(49%)の10分の1(5%)を記録したものの、2009年には不況下にも関わらずアジア平均値まで上昇した日本は、今年再度マイナスに転じ、アジア平均(35%)の3分の1以下(10%)に。
- 経済成長および自社の業績ともに楽観的な傾向が見られたベトナムだが、採用意欲は著しく低いという結果に。

2010年の雇用計画(全回答 国別比較)



2010年の雇用計画(上位2回答 年・国別比較)

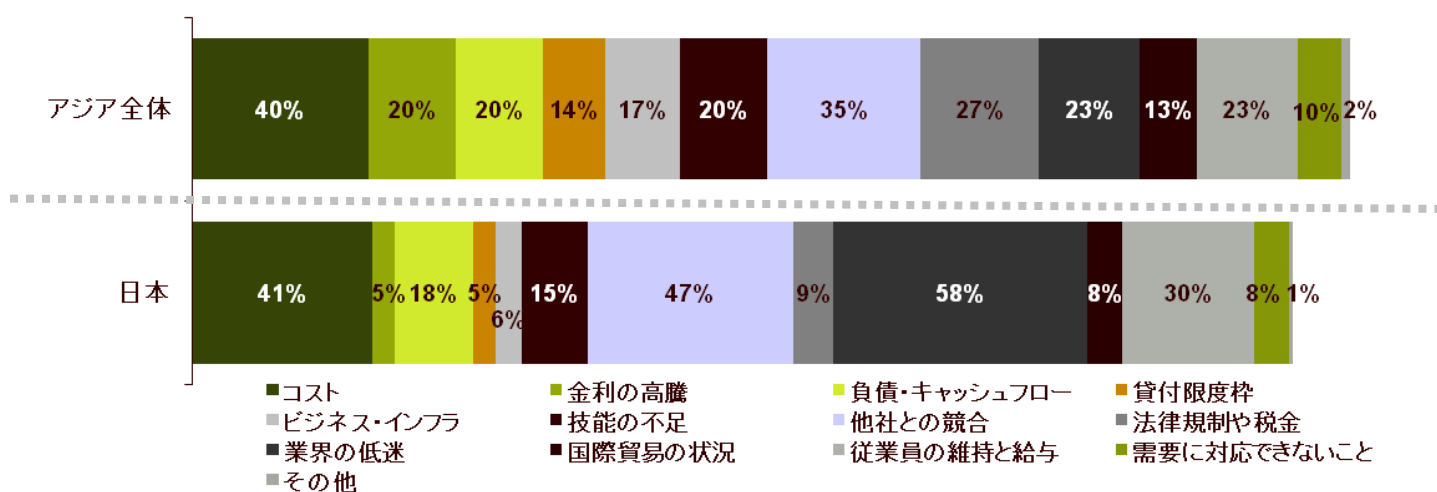


1. 経済とビジネスの現況と見通し

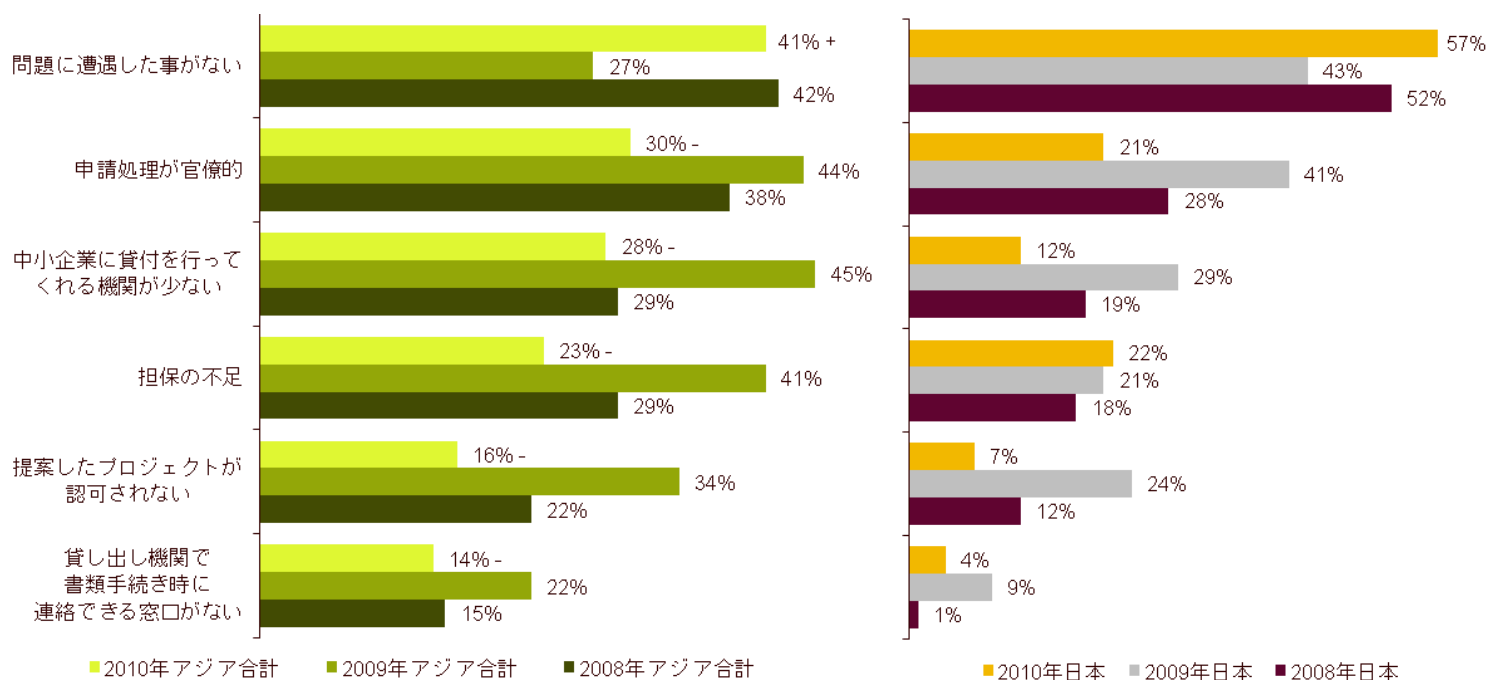
アジア全体では「コスト」、日本では「業界の低迷」を最も懸念

- アジア全体では、「コスト」、「他社との競争」、「法律規制や税金」が最も大きな懸念事項。
- 日本では、「業界の低迷」、「他社との競争」、「コスト」の順に懸念。
- 2009年の景気後退によりアジア全域で増えた資金調達時の問題についても、多くが2008年並みの数値に戻った。

ビジネスにおける懸念事項 (3つ選択)



資金調達時の問題

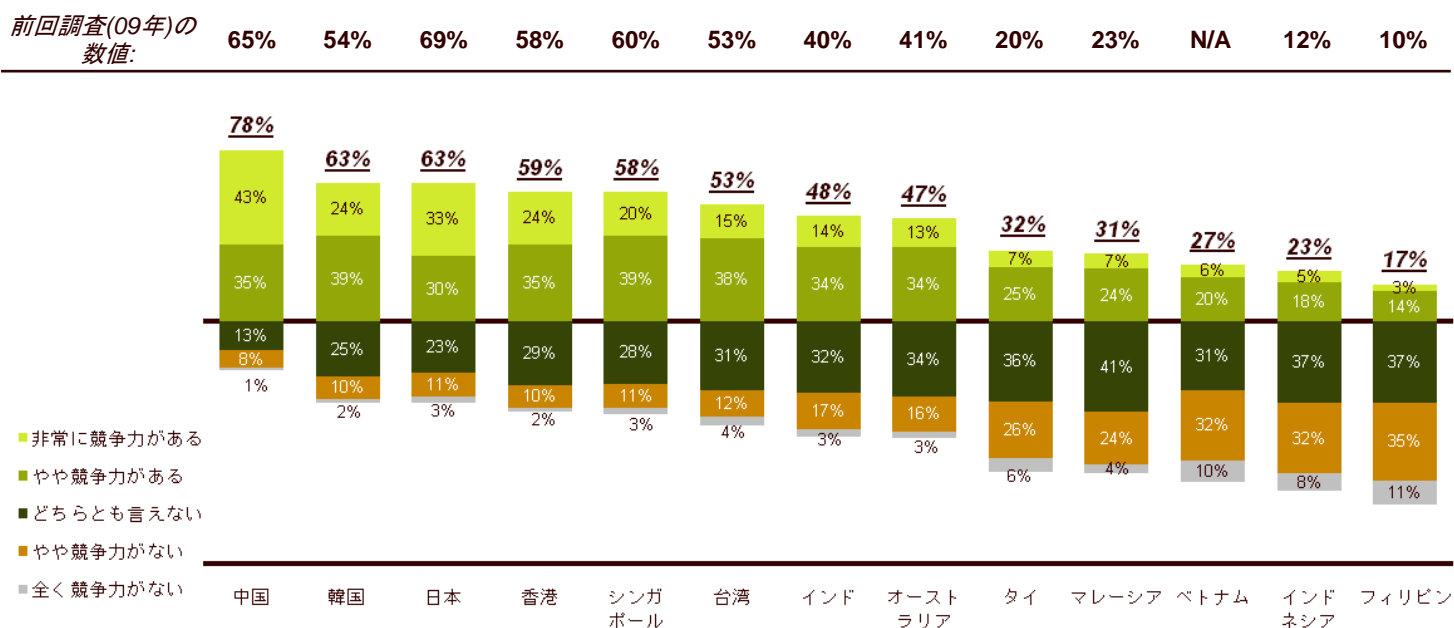


2. 中小企業の競争力

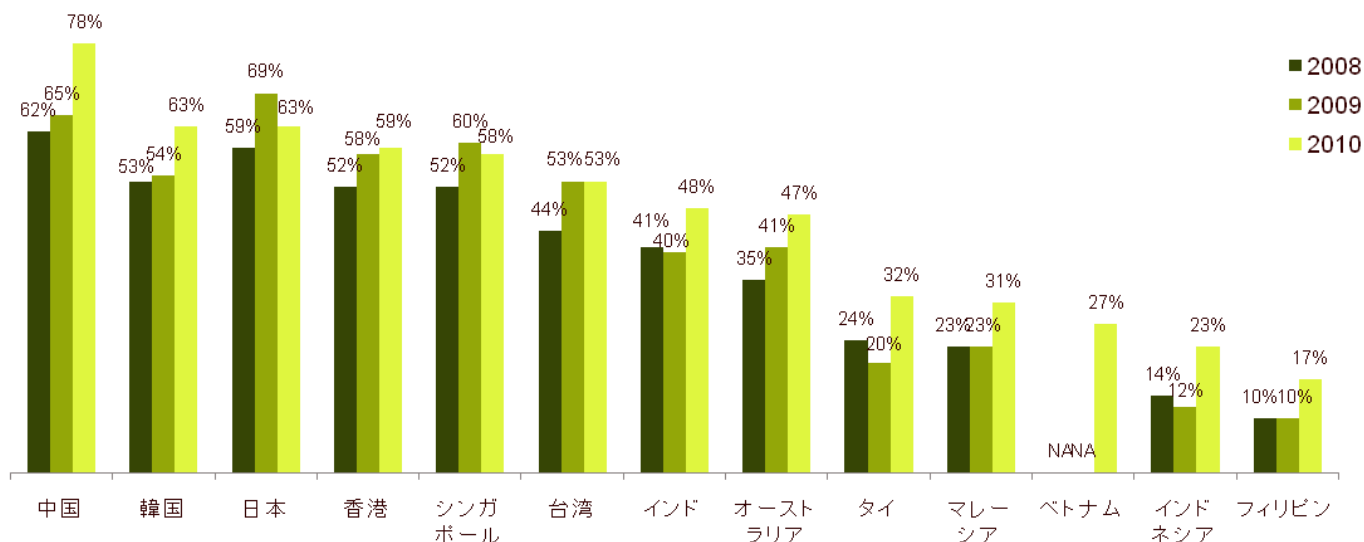
早期の景気回復を見せた中国と韓国に高い評価

- 自国以外の中小企業の競争力評価においては、不況時も政府主導の景気刺激策で順調に内需を拡大した中国と、財閥系大手メーカーの積極的な経営戦略が国の経済回復を牽引した韓国が順位をあげて1位、2位に。
- 2009年の調査で初めて中国を抜いて首位となった日本は、韓国と同率2位に。

中小企業の競争力 国別比較



中小企業の競争力(上位2回答 年・国別比較)

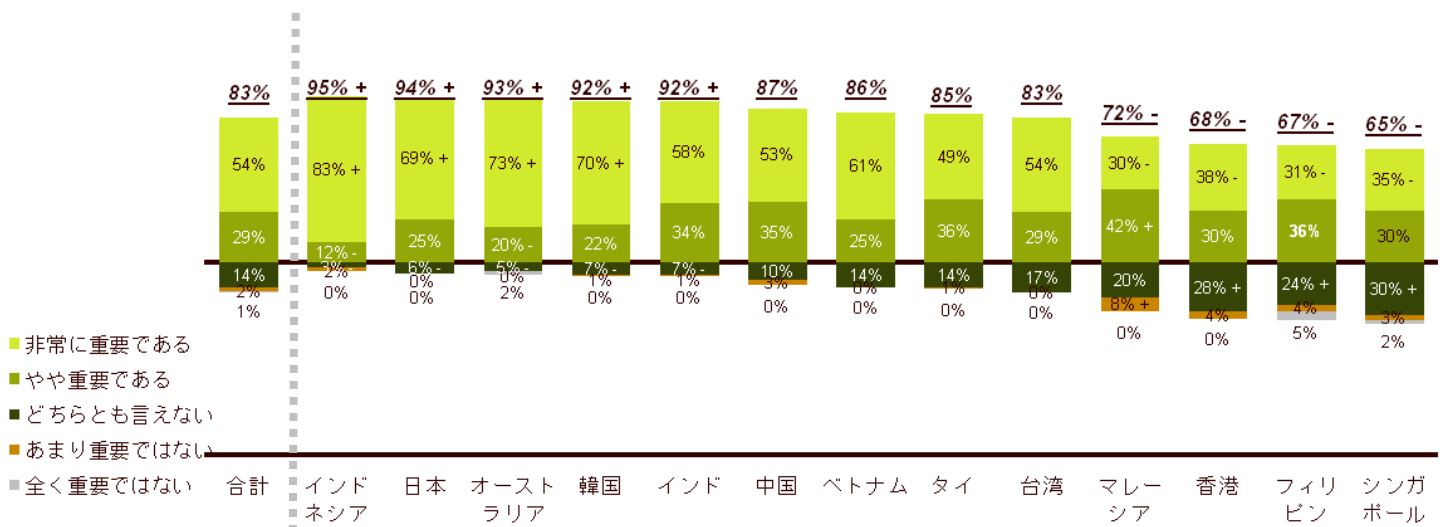


2. 中小企業の競争力

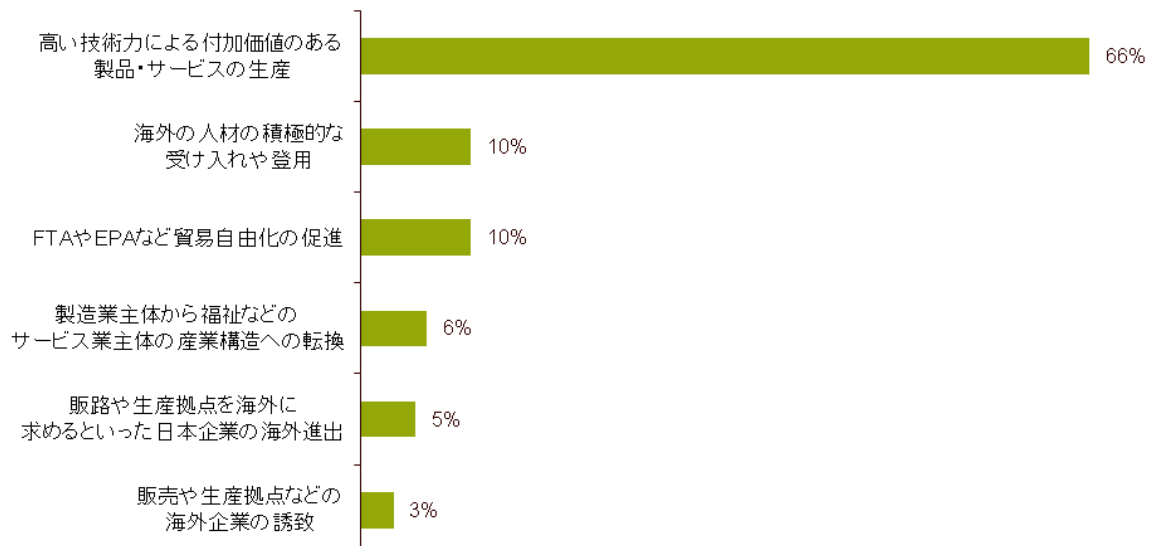
自国の経済成長に中小企業が「重要」との意識高く

- 自国の経済成長に対する中小企業の重要性については、自国における企業数や売上高・生産額の割合が比較的高いとされるインドネシアや日本などで相対的に高い評価。
- アジアの新興国が台頭するなか、日本経済が今後成長を続けるために必要なこととしては、6割以上が「高い技術力による付加価値のある商品やサービス」と回答する一方、海外進出や貿易の促進、産業構造の変換など従来のビジネスに変更を強いる施策を支持する意見は1割以下にとどまる。

自国の経済成長における中小企業の重要性



今後の日本経済の成長に必要なこと

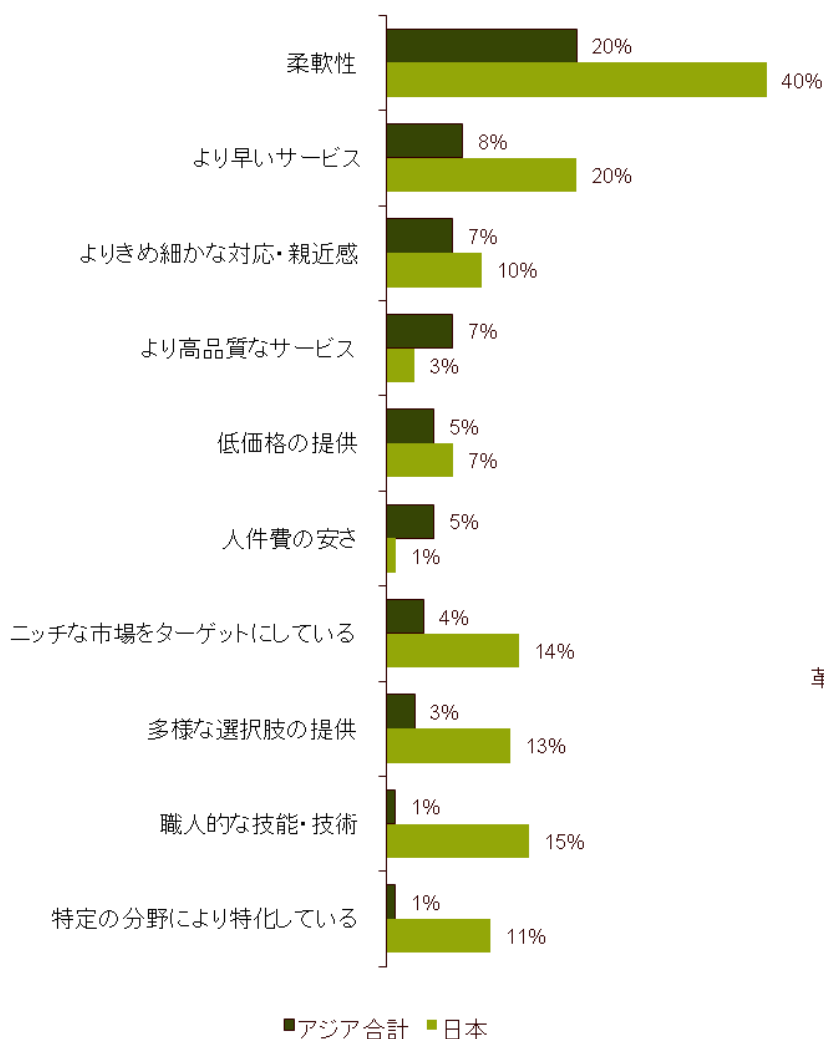


2. 中小企業の競争力

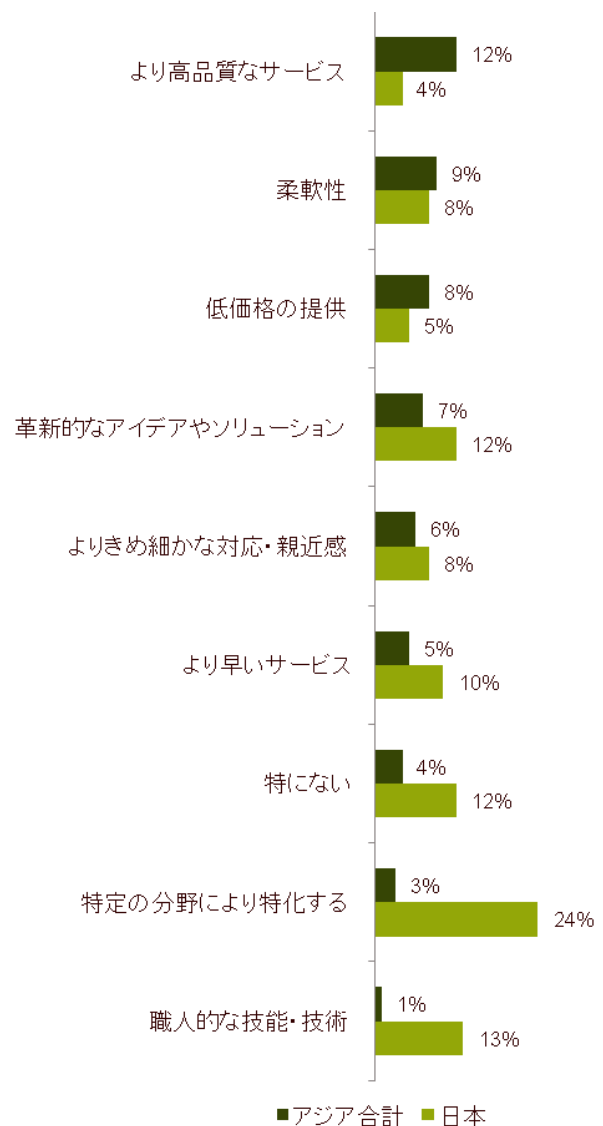
強みは「柔軟性」、日本は「技能」や「専門性」に自信

- 大企業にはない中小企業の強みとして、「柔軟性」をあげる企業がアジア全体、日本ともに最も多い結果に。
- 日本では、「職人的な技能・技術」、「ニッチな市場をターゲットにしている」、「特定の分野により特化する」など、他国に比べて、独自の技術力や専門性を武器に大企業との差別化を図る姿勢が鮮明に。

中小企業の強み
(複数回答可)



中小企業が大企業との競争に勝つためには
(複数回答可)

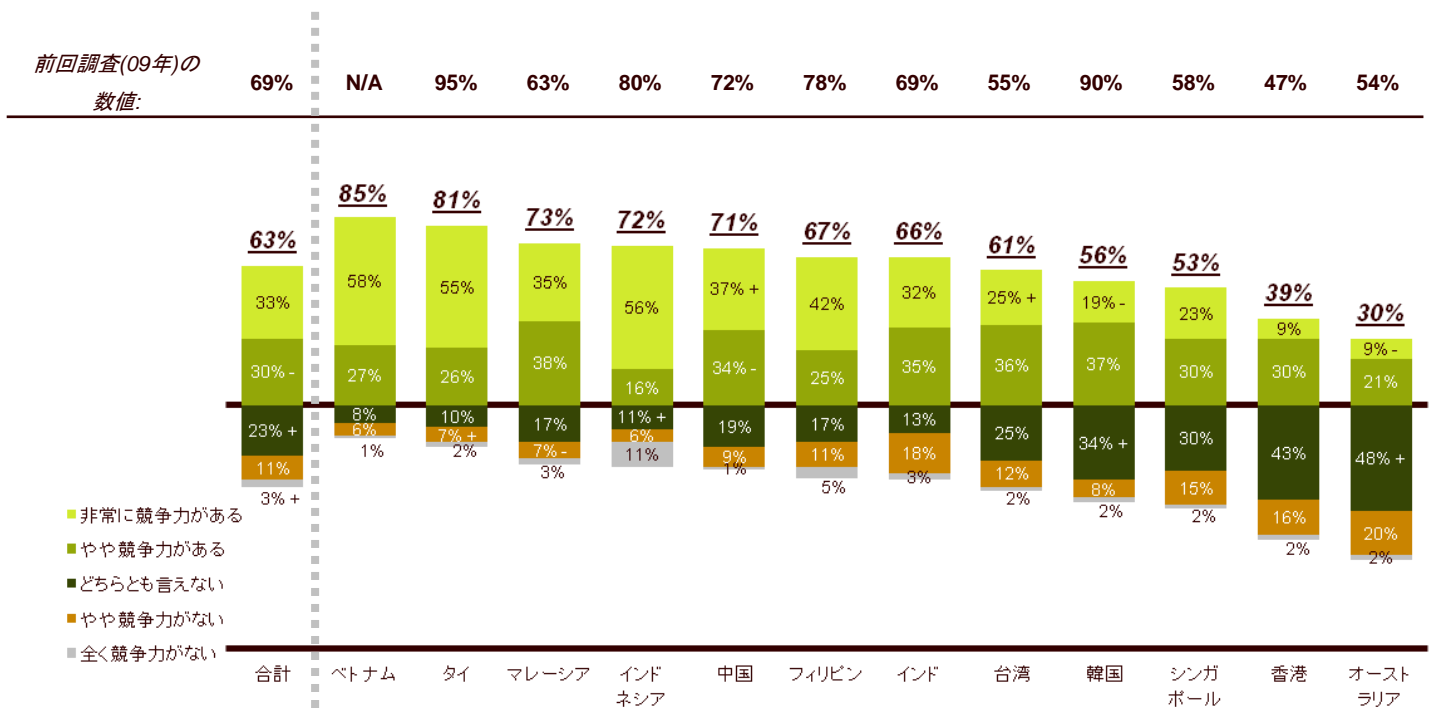


2. 中小企業の競争力

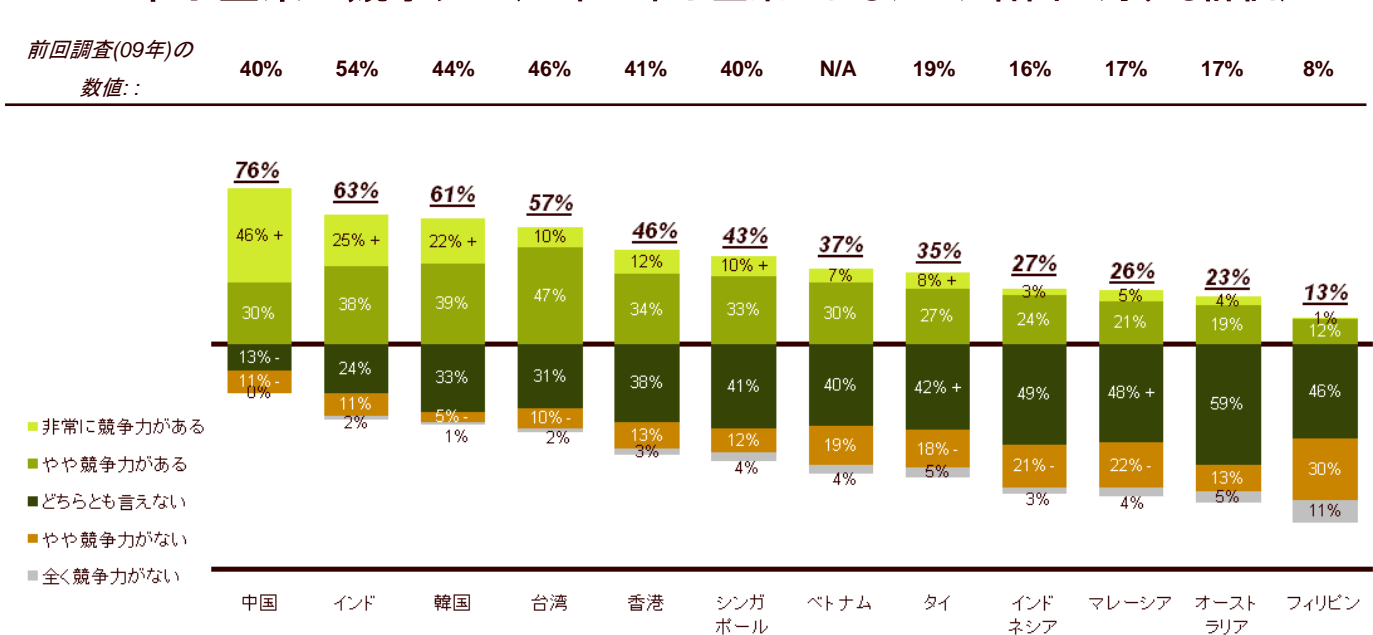
日本の中小企業は、中国・インド・韓国を高く評価

- 日本以外の調査対象国では、特にベトナム、タイ、マレーシアなど東南アジア諸国が日本の中小企業の競争力を高く評価。
- 日本の中小企業は、不況からの回復が比較的早かった中国、インド、韓国に高評価。

中小企業の競争力（アジア各国の中小企業による日本に対する評価）



中小企業の競争力（日本の中小企業によるアジア各国に対する評価）

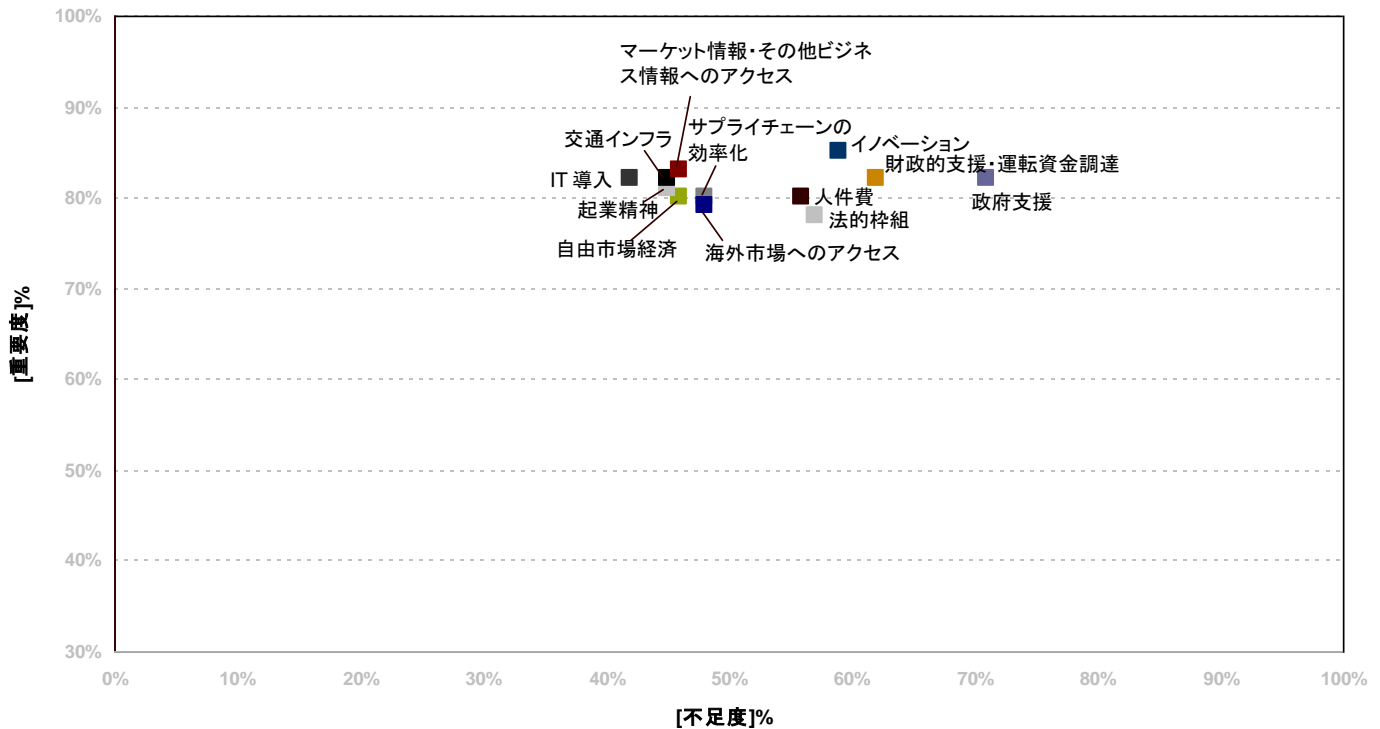


2. 中小企業の競争力

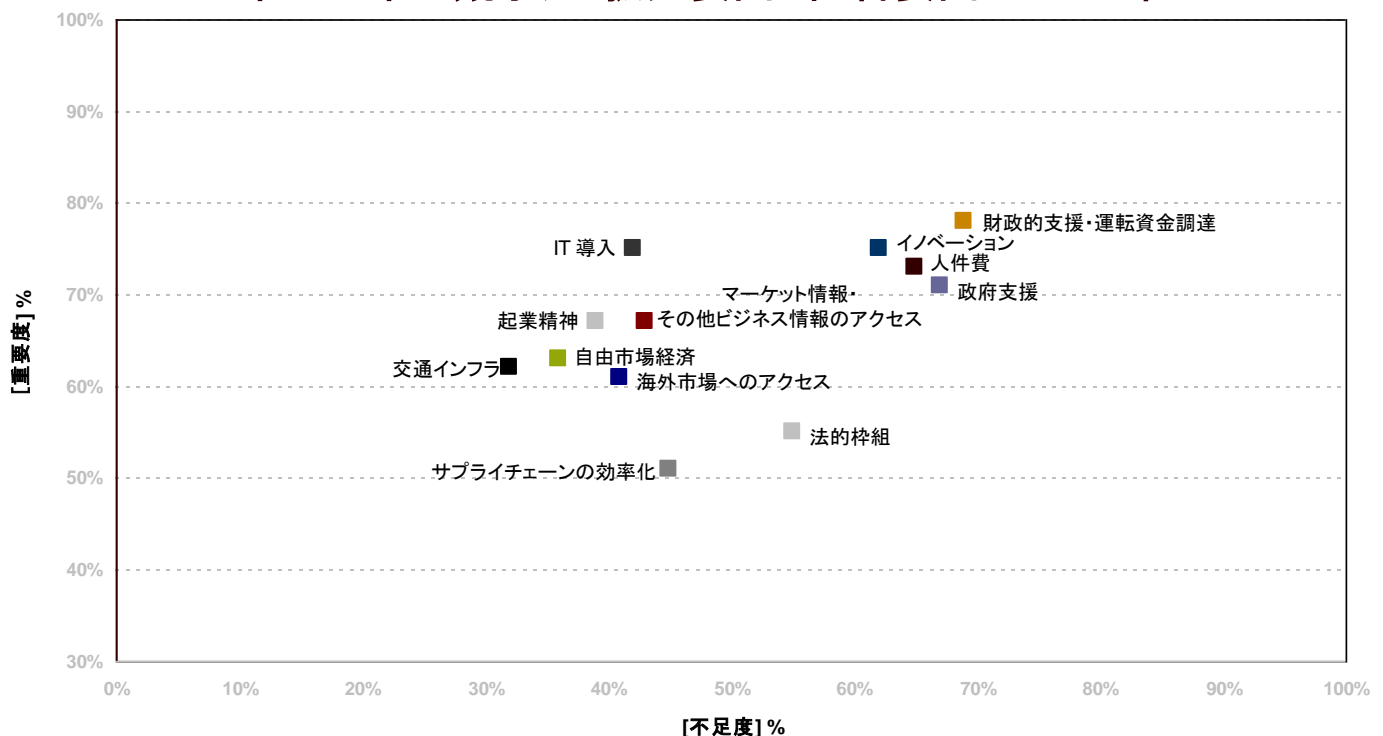
競争力向上に「財政支援」「政府支援」が重要かつ不足

- 中小企業の競争力向上のために重要な要素として、「イノベーション」「IT導入」「財政的支援・運転資金調達」がアジア全域で高い数値。
- 不足度でも、「財政的支援・運転資金調達」さらに「政府支援」が高く、景気回復下においても支援を必要とする中小企業の厳しい状況が明らかに。

中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — アジア全域



中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — 日本

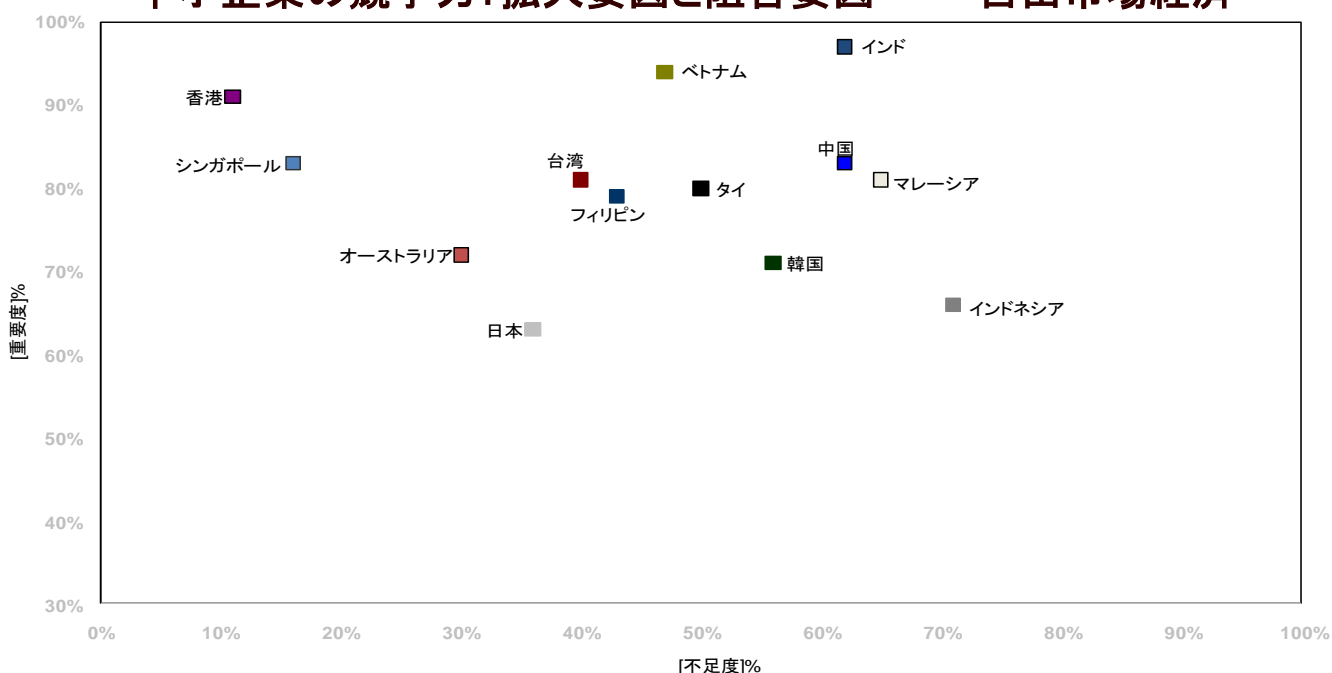


2. 中小企業の競争力

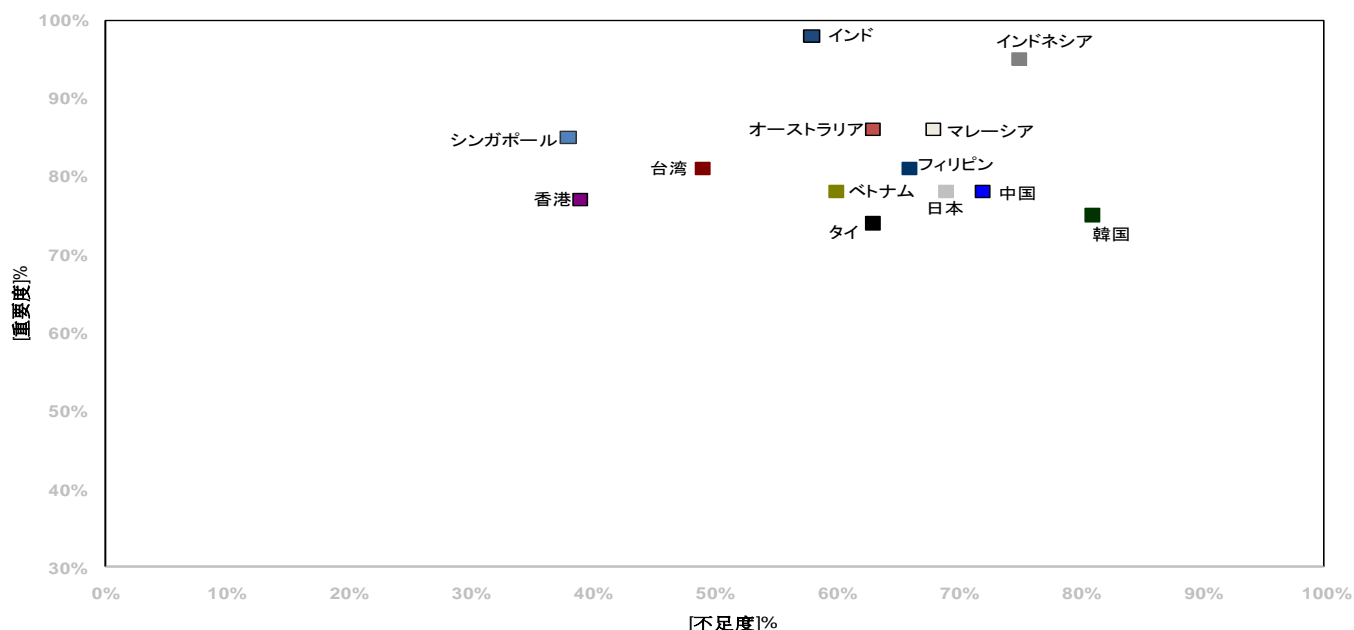
自由市場経済の重要度 — インド、ベトナム高く、日本低く

- 中小企業の競争力向上にとって「自由市場経済」はインドで97%、ベトナムで94%が重要だと回答。日本は、重要度で調査国中もっとも低い63%。
- 「財政的支援・運転資金調達」はアジア全域で重要度・不足度ともに高い結果。
- アジア有数の国際都市、香港とシンガポールは、「自由市場経済」「財政的支援・運転資金調達」について、重要性は高く認識しつつも不足感は低く、自国の経済政策・状況への満足度の高さがうかがえる。

中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — 自由市場経済



中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — 財政的支援・運転資金調達

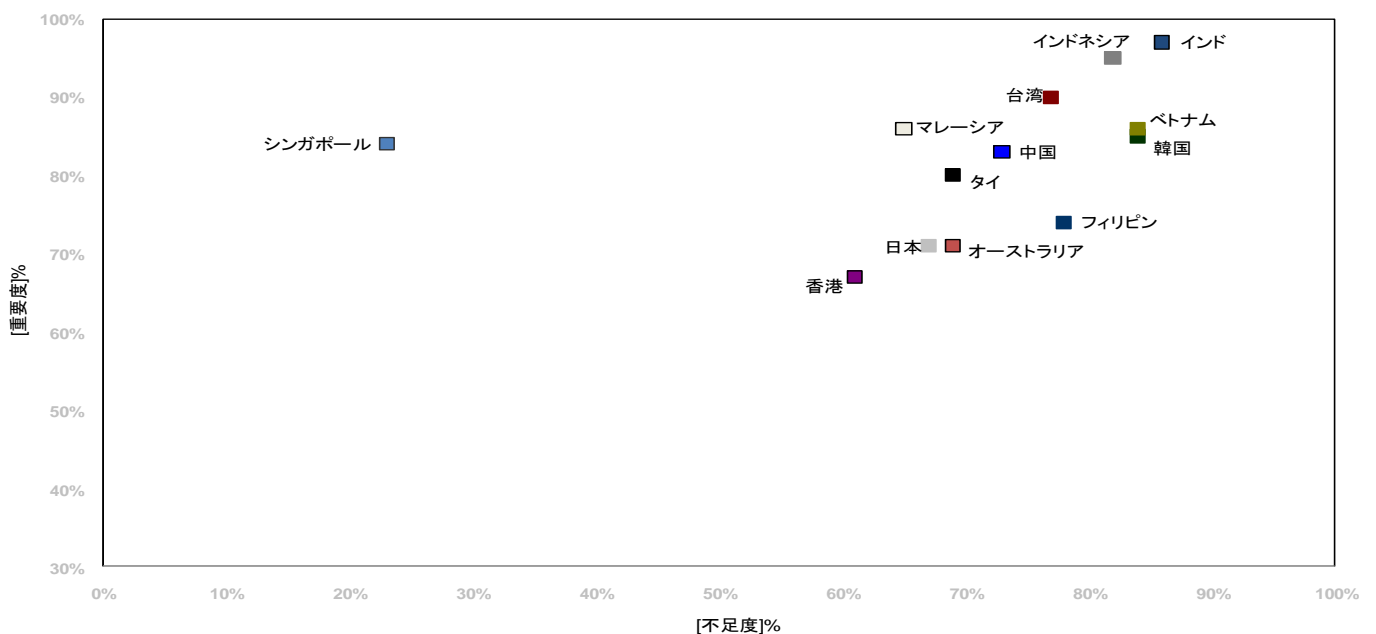


2. 中小企業の競争力

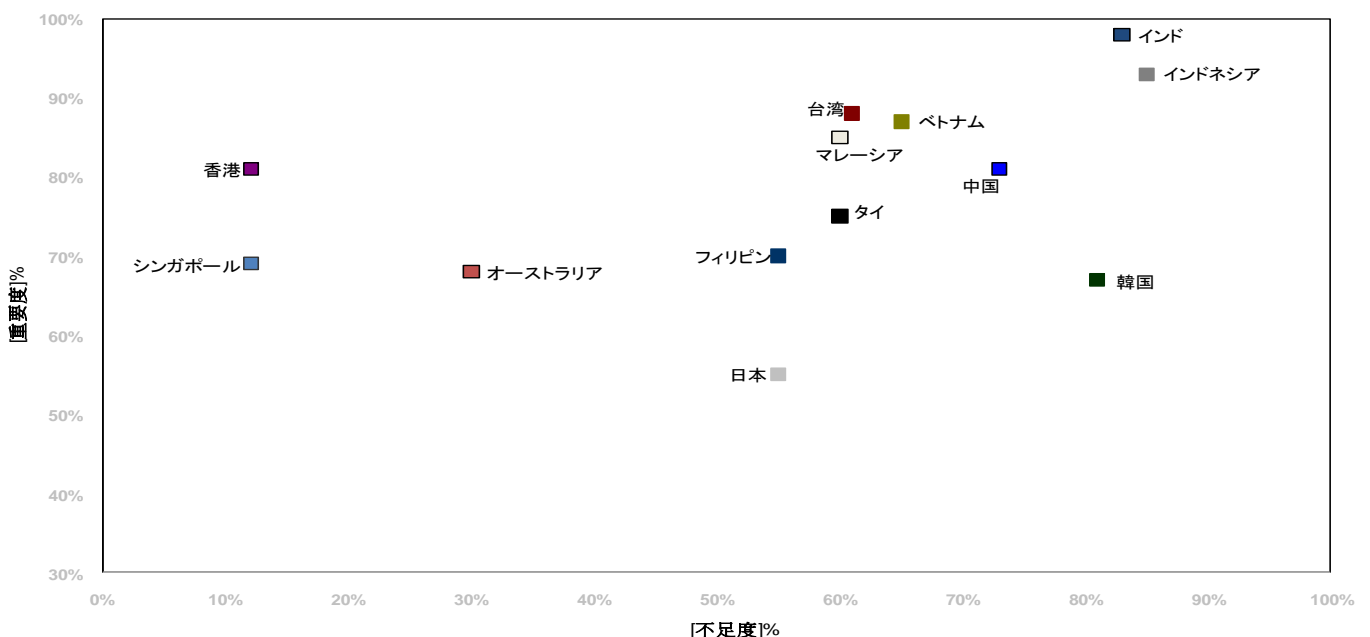
インド、インドネシアで「政府支援」「法的枠組」求める声多数

- 「政府支援」は、アジア全域で重要度・不足度ともに比較的高い結果に。唯一シンガポールでは、重要度は84%と高いが、不足度は23%と極めて低く、中小企業は政府支援に満足していると考えられる。
- 「政府支援」「法的枠組」に対する重要度・不足度は、インドとインドネシアが他の調査国に比べ突出して高い結果に。

中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — 政府支援



中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — 法的枠組

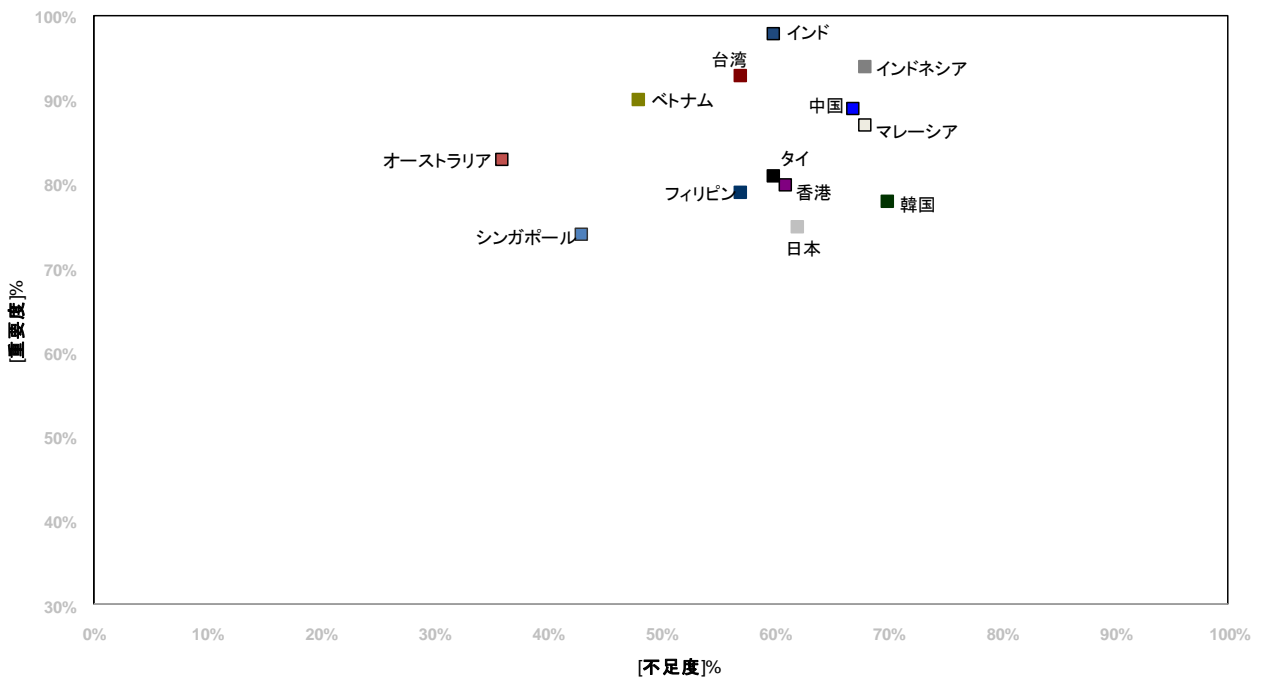


2. 中小企業の競争力

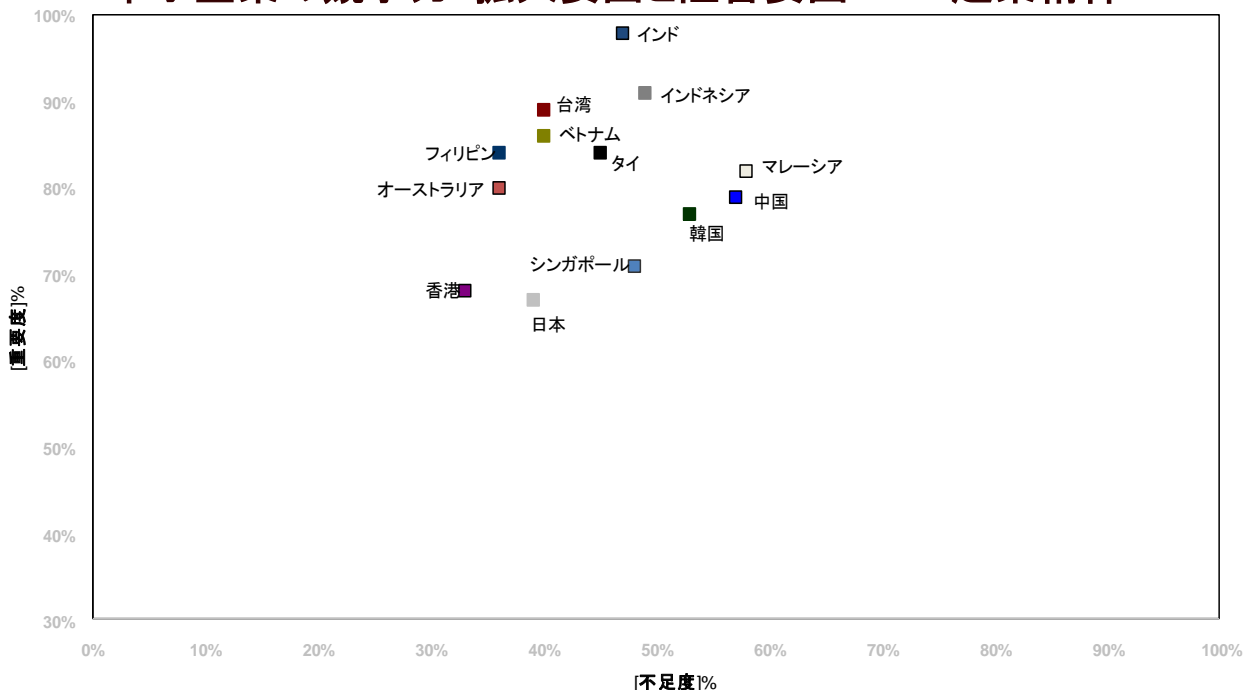
「イノベーション」が引き続き中小企業の競争力向上のカギ

- 従来調査と同様に、中小企業の競争力向上における拡大要因は、「イノベーション」との答えがアジア全体で最多（重要度平均85%）。
- 起業家も多いと思われる中小企業では、「起業精神」の重要度は高く、不足度が低い傾向に。なかでもインドは過去の調査でも重要度が90%前後、不足度が25%以下と際立っていたが、今回重要度は98%と最も多かったものの不足度が47%と、昨年倍近い結果に。

中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — イノベーション



中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — 起業精神

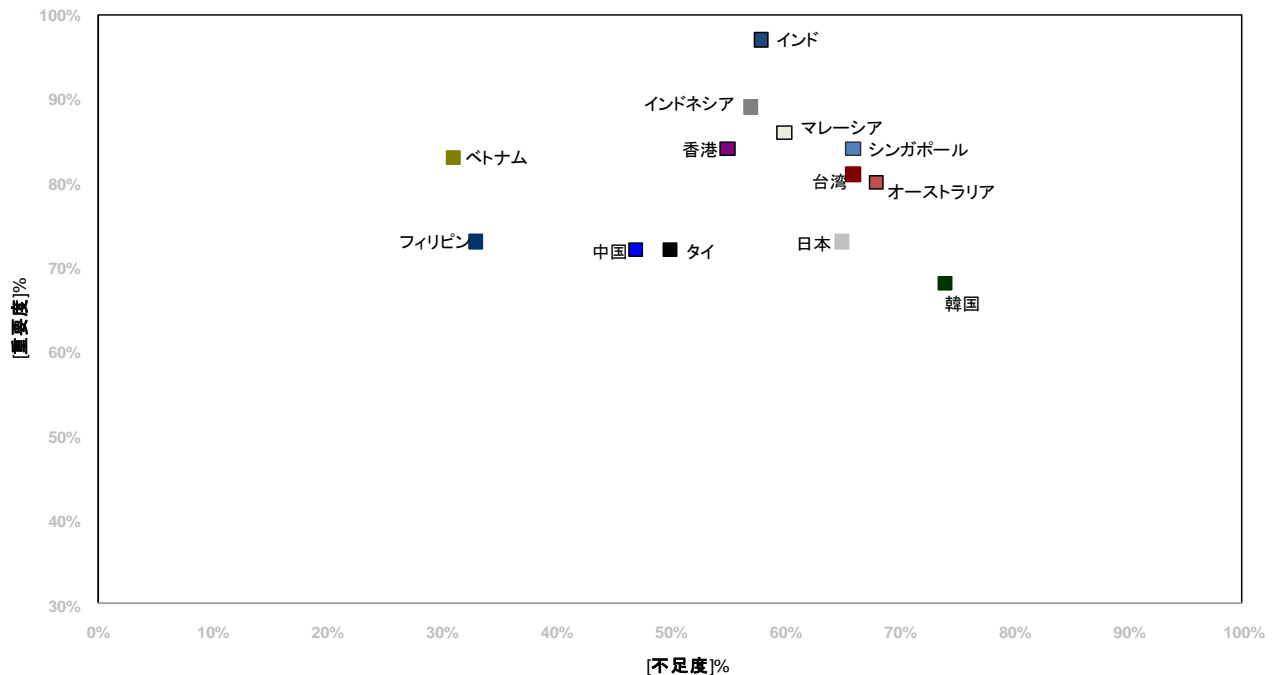


2. 中小企業の競争力

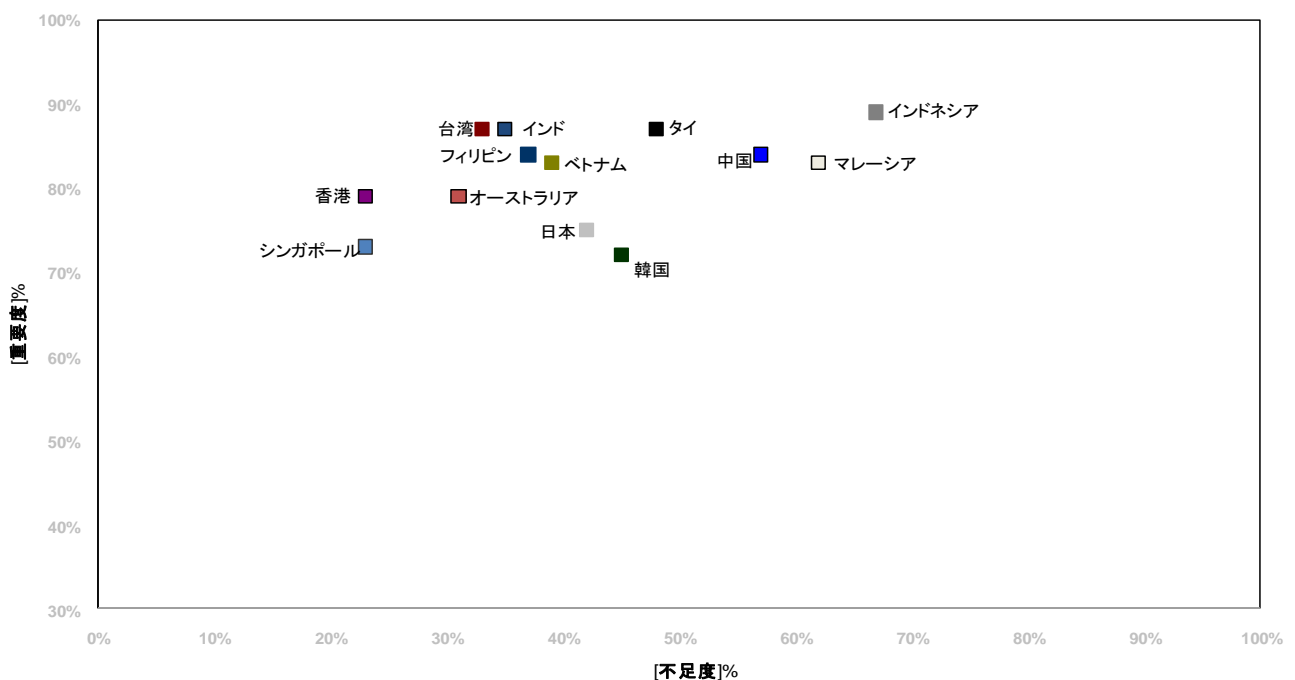
成長著しい新興国の中小企業に人件費負担増加の兆し

- 「人件費」について、2009年の調査では重要度・不足度ともに調査国中もっとも低かった中国とインドだが、2010年は両国で重要度・不足度ともに上昇。自国経済の発展に伴い人件費も上昇しつつある状況がうかがえる。
- アジア全体で重要度が83%と「イノベーション」に続いて非常に重要と考えられている「IT導入」だが、不足度は平均42%とすべての項目でもっとも低い結果に。

中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — 人件費



中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — IT導入

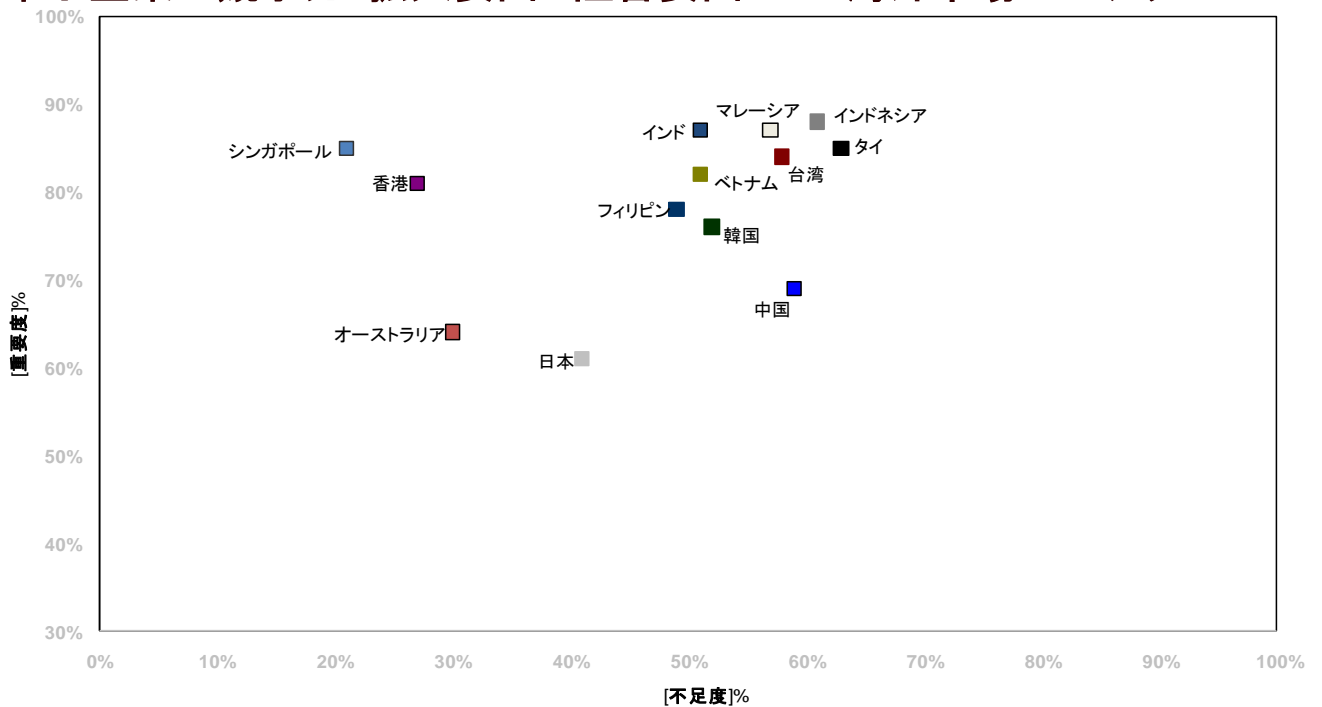


2. 中小企業の競争力

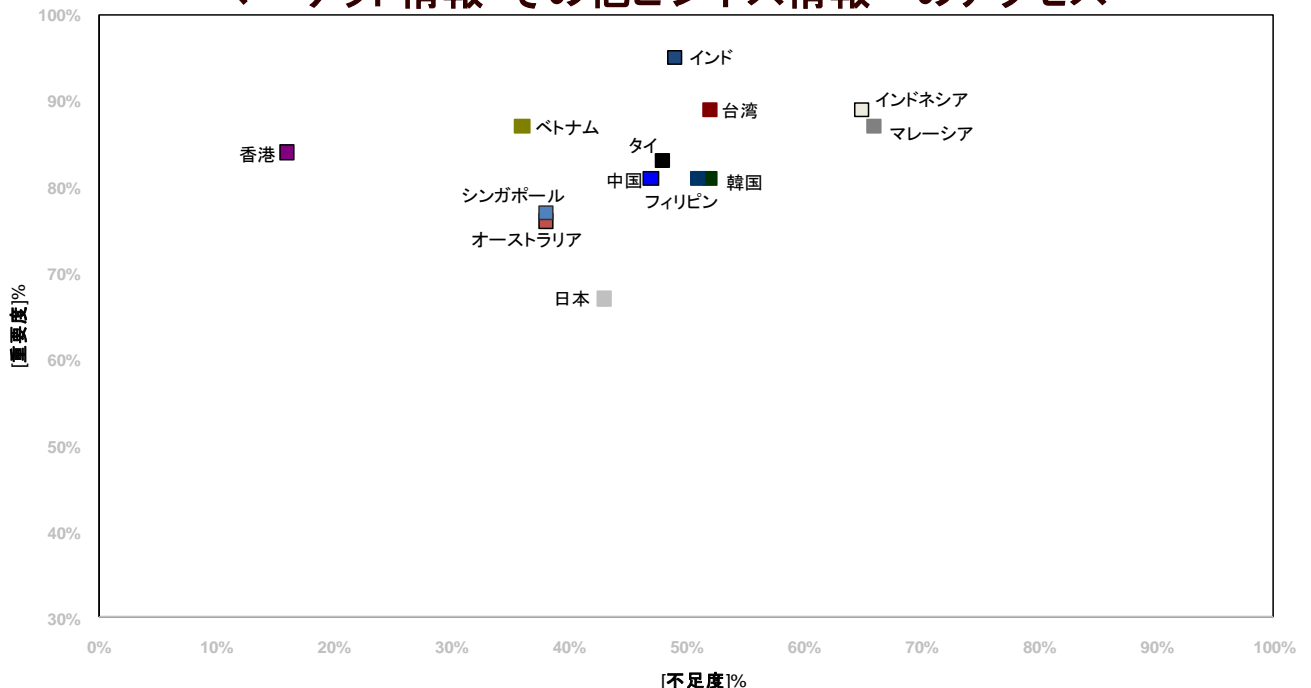
海外進出や情報収集への関心が低い日本の中小企業

- アジア全体の平均で、「海外市場へのアクセス」が82%、「マーケット情報・その他ビジネス情報へのアクセス」が83%と重要度が比較的高いなか、日本の中小企業は両項目においてそれぞれ61%と67%と全調査国中もっとも関心が低い。
- インド・インドネシア・マレーシアは両項目において重要度・不足度ともに高い。

中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — 海外市場へのアクセス



中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 — マーケット情報・その他ビジネス情報へのアクセス

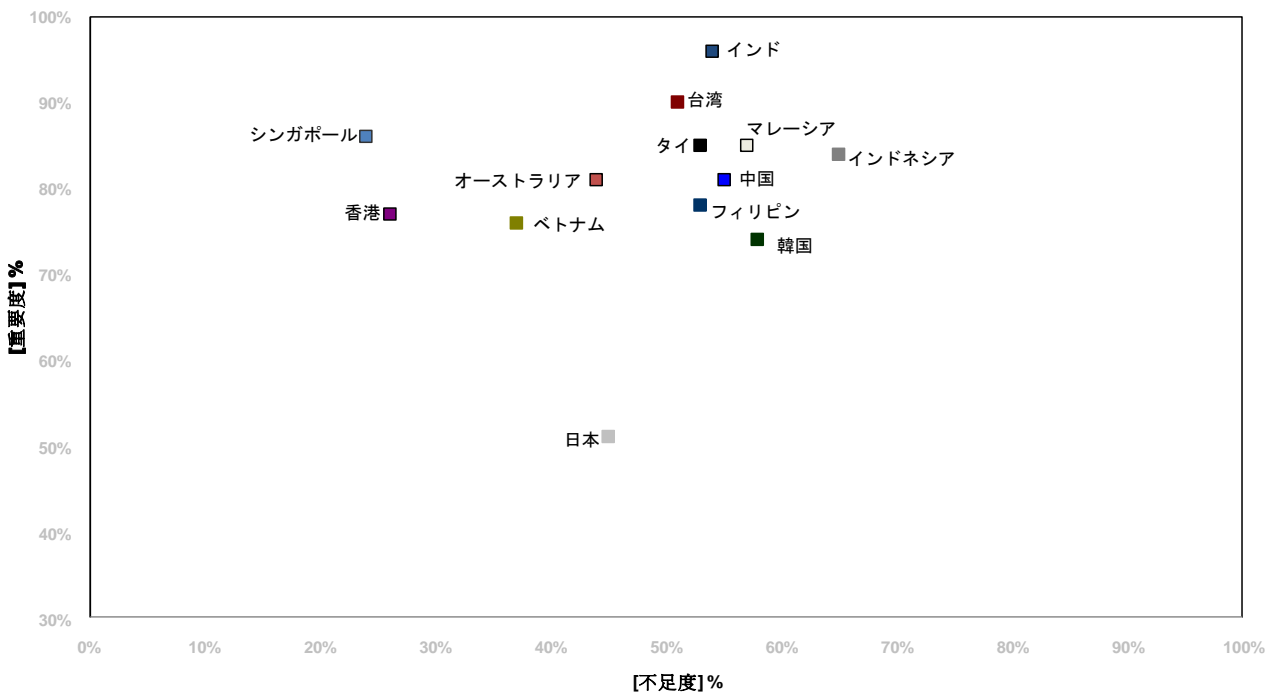


3. 中小企業にとってのサプライチェーン

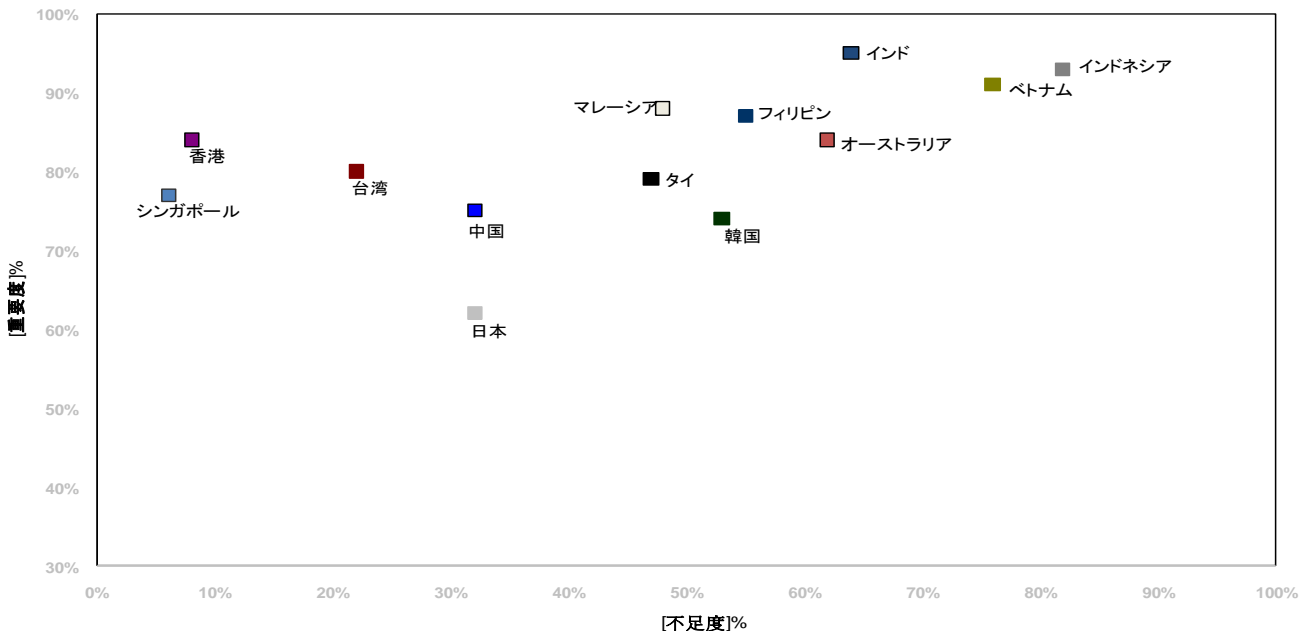
日本の中小企業のサプライチェーンに対する関心の低さ変わらず

- 本調査開始時の2005年より一貫して、中小企業の競争力向上における「サプライチェーンの効率化」について重要度・不足度ともに低い傾向にある日本だが、それは2010年も変わらず。特に重要度においては、アジア平均が82%であるのに対し、約30ポイント低い51%という結果に。
- 世界のハブと目される香港とシンガポールは「サプライチェーンの効率化」とその実現に重要な「交通インフラ」に関して、重要度は高いが不足度は低く、満足度が高いことがうかがえる。

中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 - サプライチェーンの効率化



中小企業の競争力: 拡大要因と阻害要因 - 交通インフラ

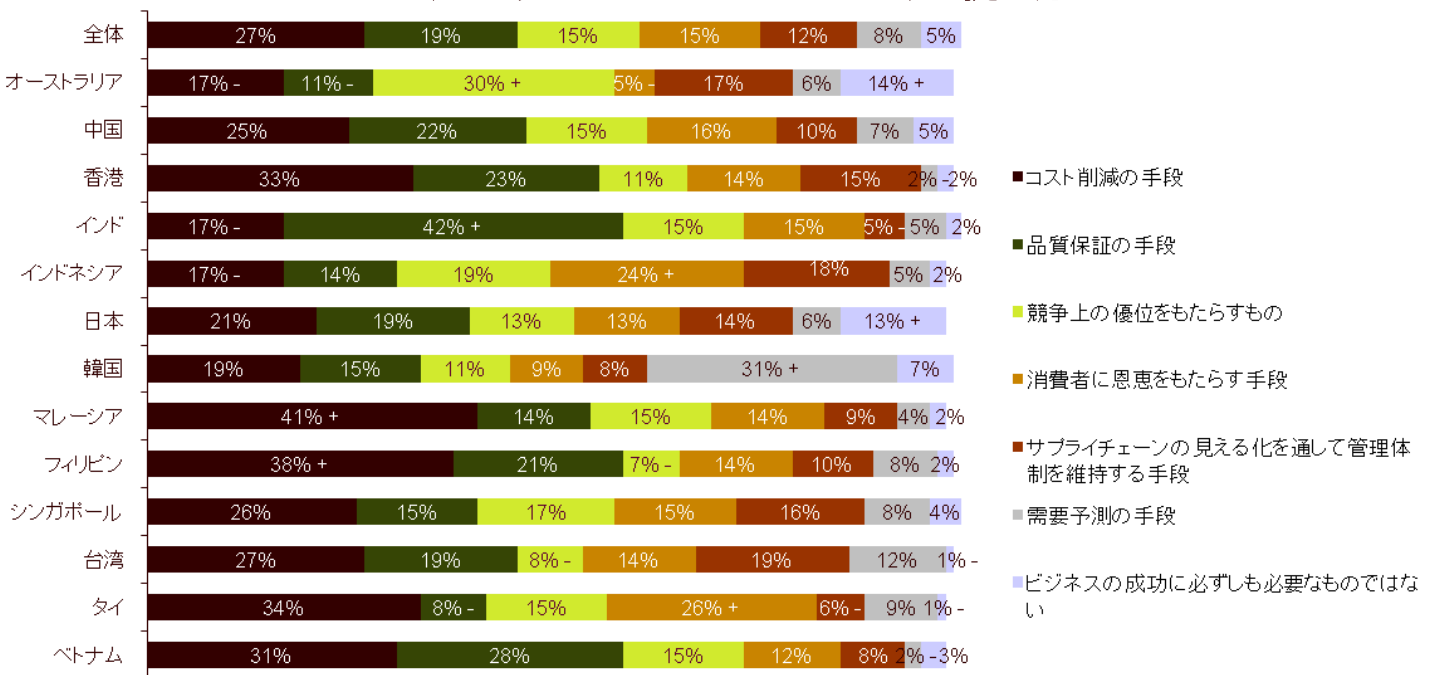


3. 中小企業にとってのサプライチェーン

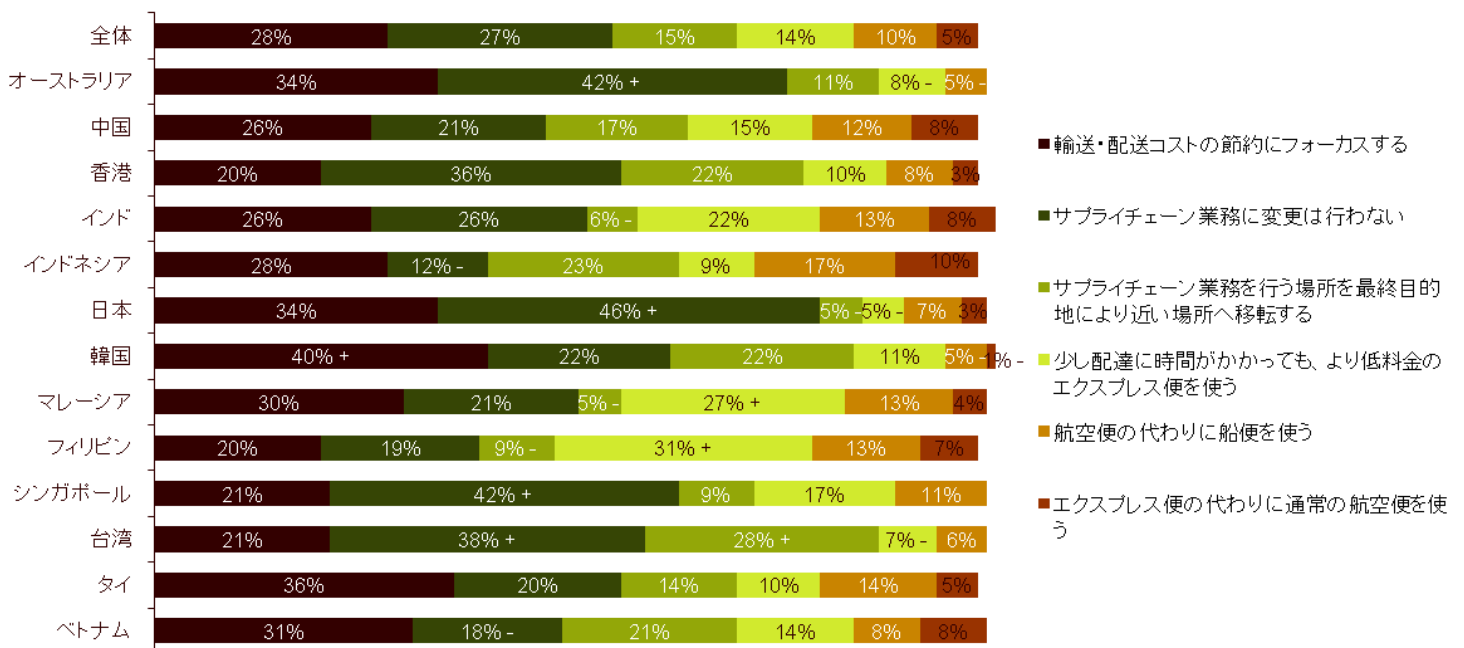
アジア全体でSCMの必要性に対する認識高まる

- 「SCM(サプライチェーン・マネジメント)の捉え方」において、「ビジネスの成功に必ずしも必要なものではない」という回答が、アジア全体で昨年の半分以上の5%に低下。日本も、昨年と同様に平均の2倍以上ではあるものの、その割合は10ポイント減って13%に。
- 今後ビジネスを成長させていくうえでは「輸送・配送コストの節約にフォーカスする」がアジアで28%、日本で32%の一方、「変更はない」とする回答もそれぞれ27%、46%と多い。

SCM(サプライチェーン・マネジメント)の捉え方



今後ビジネスの成長に必要なサプライチェーン業務における変化

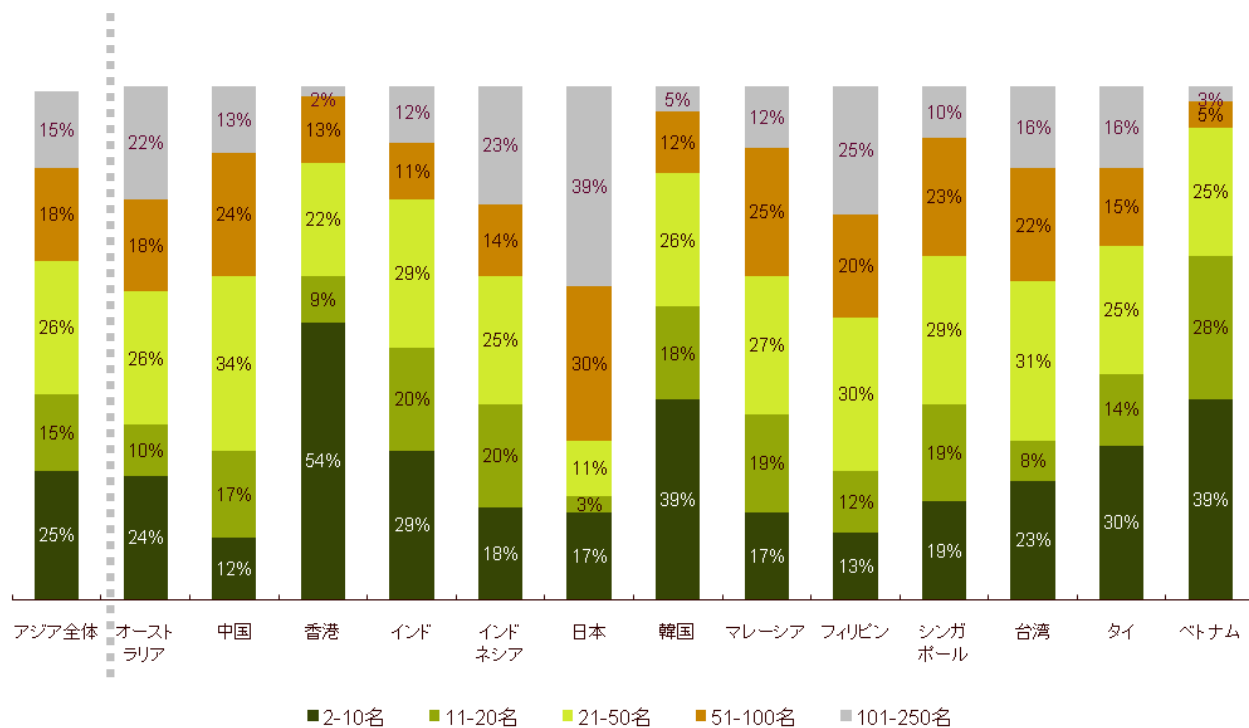


まとめ

- 2008年の後半から2009年にかけて発生した世界規模での景気後退により、2009年の「UPSアジア・ビジネスモニター」調査では、調査国全体で今後の経済や自社業績について悲観的な意見が多く見られ、中小企業の置かれた厳しい状況が表れていました。しかし2009年後半から景気は徐々に回復の兆しを見せはじめており、今回の調査結果にも、アジアの中小企業に楽観的な見方が戻ってきた傾向が読み取れます。
- 特にアジア経済の成長とアジア域内貿易に対する期待は高く、大きく落ち込んだ昨年から飛躍的な回復を見せています。
- 日本の中小企業は、2010年のアジアの経済成長については全13調査国中もっとも楽観的な一方、自社の業績見通しにおいては慎重な意見が目立ち、全調査国中もっとも低い数値となりました。このことから、日本の大企業の多くが成長著しいアジアでの営業利益で収益回復を成し遂げているといわれるなか、中小企業は必ずしもその恩恵を享受できていないことがうかがわれます。
- 日本の中小企業が描く成長戦略では、従来より日本の強みとされる高い技術力や専門性を活かした商品やサービスでの差別化に重点が置かれており、海外からの人材の受け入れや海外進出などには慎重な内向き傾向が見られました。
- 今後国内需要の縮小は確実であり、事業規模の大小にかかわらず、日本企業の継続的な成長にグローバル化や海外進出は不可避であると考えられています。日本の中小企業は、自他共に認める技術力や専門性といった強みを活かしつつ、政府や自治体の支援のほか豊富な民間サービスを活用しながらアジアの経済成長を取り込んでいくことが重要になるでしょう。

付録 - 調査対象企業

調査対象企業の従業員数



調査対象企業の平均設立年数

