

【資料】

資料1 インタビュー調査対象企業一覧

略称	最重要拠点の展開国	最重要拠点の機能	国内調査	国外調査	業種
A社	中国・上海	販売	○	○	製造業
B社	中国・上海	生産・販売	○	○	製造業
C社	中国・上海	生産・販売	○	○	製造業
D社	中国・上海	生産・販売		○	製造業
E社	中国・上海	生産・販売		○	製造業
F社	中国・華東	生産・販売	○		卸・小売業
G社	中国・華南	生産・販売	○		卸・小売業
H社	タイ	生産・販売	○		製造業
I社	タイ	生産・販売	○		製造業
J社	ベトナム	生産・販売	○		製造業
K社	ベトナム	生産・販売	○		製造業
L社	インド	生産・販売	○		製造業

略称	最重要拠点の展開国 撤退した拠点の展開国	最重要拠点の機能 撤退した拠点の機能	業種	継続/撤退
KK社	中国・上海	生産	製造	
HS1社	中国・上海	生産・販売	製造	
SD社	中国・華南	生産	製造	
TH社	タイ	生産	製造	
SE社	タイ	販売	製造	
NS社	韓国	生産・販売	製造	
HS2社	オーストラリア	生産・販売	製造	
SK社	サウジアラビア	生産・販売	エンジニアリング	
JK社	中国・上海	生産	製造	撤退
TK社	中国・華東	生産	製造	撤退
UA社	中国・華南	生産・販売	製造	撤退
KD社	中国・内陸	生産・販売	製造	撤退
GK社	韓国	コンサルティング	コンサルティング	撤退
ST社	米国	販売	製造	撤退

資料2 インタビュー調査対象企業プロフィール

《A社》

主な事業内容	非破壊検査用品・機器の開発、製造及び販売 印字装置・マーキング装置の開発、製造及び販売
事業環境の認識	非破壊検査機器の主力商品のカテゴリーにおける国内シェアは10～20%。機器の稼動に必要な消耗品の国内シェアは約40%。
事業の特徴	機器と消耗品の双方を手がけている企業は他にはない。機器の価格競争力はあまりないが、消耗品で利益を出している。また消耗品の販売のために顧客に頻繁にコンタクトする機会が得られ、これが次の仕事へのきっかけとなっている。 販売では代理店を活用しているが、機器は販売後のアフターフォローが必要なものであり、これは代理店ではなく自社から出て行っている。
拠点設立の状況	中国・華東 生産・販売機能（1995 合弁）→撤退（2009 合弁解消） 中国・上海 販売機能（2006 独資） 韓国 生産・販売機能（1997 合弁） タイ 販売機能（2005 合弁）

《B社》

主な事業内容	住宅関連建設資材及び自動車部品の製造・販売
事業環境の認識	住設はそれぞれの製品のカテゴリーにおいて、多くの競合がある。 自動車部品は品質に厳しいので、競争はあまり激しくない。
事業の特徴	少数特定の顧客との取引が大半を占めており、それらの顧客の要請に応える形でこれまで事業を拡大してきた。ただしそろそろ戦線が広がり過ぎているのではないかという観点で見直しが必要と感じている。
拠点設立の状況	中国・東北 生産機能（2003 独資） 中国・華北 販売機能（2007 合弁） 中国・上海 生産機能（2001 独資）販売機能（2006 合弁） 米国 販売機能（2003 合弁） タイ 販売機能（2003 合弁）

《C社》

主な事業内容	抵抗器、安全回路部品、ヒーター、センサー等の製造・販売
事業環境の認識	大手企業に幅広く納入し、主力製品のシェアは自動車、FAなど分野を限定すると60～70%となっている。家内工業的に生産できない製品ではなく、以前は同業の零細事業者が数多くあったが、次第に品質などの理由により淘汰され、自社に集中してきた。
事業の特徴	日本企業に納入する場合は、日本の設計部門の認定を得る必要があるため、海外の企業と競合することはほとんどない。現地で販売する分も含めて営業活動はほとんど日本で行っており、海外拠点には営業職は置いていない。
拠点設立の状況	中国・上海 生産・販売機能（合弁 2001）

《D社》

主な事業内容	建築金物・家具金物等の設計・開発・製造・販売。
事業環境の認識	－
事業の特徴	目下は直販形態を採用しており、代理店を活用していない。
拠点設立の状況	中国・華北 生産機能（1991 合弁） 中国・上海 販売機能（1995 独資）、生産機能（1996 合弁） 生産機能（2001 独資）

《E社》

主な事業内容	自動車、自動二輪車、農業用機械、ガス、空調、電子、各種産業機械などの分野向け機械部品の製造・販売
事業環境の認識	主力製品の 카테고리 においては、90%強の国内シェアを占めている。
事業の特徴	自動二輪車、農業用機械、産業用機械など、大手と競合しない分野に注力している。エンジン部品に関しては、特定部品の一貫製造や、複数部品の一社供給ができる強みがある。
拠点設立の状況	中国・上海 生産・販売機能（2001 独資）

《F社》

主な事業内容	各種電線、ケーブル、電源コード、光ファイバーケーブル・機器、FPC、FFC の販売。
事業環境の認識	国内では商社として活動している。 自社の技術レベルは国内外とも決して強くはないと考えている。
事業の特徴	電線は量が多く、売上は大きくなるが、利幅は小さい。 創業以来からの古い付き合いの取引先への依存度合いが比較的大きい。
拠点設立の状況	シンガポール 生産・販売機能（1987 独資）→生産機能撤退（1995） マレーシア 生産・販売機能（1988 独資） 米国 販売機能（1988 独資） インドネシア 生産・販売機能（1997 独資） 中国・華東 生産・販売機能（2002 合弁）→合弁解消・独資化（2009）

《G社》

主な事業内容	紙パルプ、化学繊維、石油化学分野の原材料の販売並びに輸出入。
事業環境の認識	自社のような商社は海外製品などにより取扱い品目を増やすことはできるが、日本国内の市場は縮小する傾向にある。現在の海外売上比率は10%程度である。
事業の特徴	原材料は景気変動の影響を比較的受けにくい分野である。現状では自動車分野の取引は少ない状況にある。
拠点設立の状況	マレーシア 販売機能（1997 合弁） 中国・華南 生産・販売機能（2005 独資）

《H社》

主な事業内容	精密コイルばね・板ばね、プレス加工品関連商品の製造・販売。
事業環境の認識	エアゾール・ポンプ分野、自動車分野、建築・内装分野、家電分野などの取引がある。ばね製品全体の国内市場は今後縮小していくが、自社がターゲットとしている分野は当面は維持されるとみている。
事業の特徴	ばね製品は単価が安いのが特徴である。工程不良を発生させずにプレス機を長時間連続稼働させることでコストを下げられる。そのためには金型調整など職人的なスキルが必要であり、最低でも3年、一人前になるには7～10年必要である。
拠点設立の状況	タイ 生産・販売機能（1996 独資）

《I社》

主な事業内容	自動車・オートバイ・建設機械・電車のブレーキ部品、トランスミッション、ギヤ等の製造・販売。
事業環境の認識	ブレーキ部品を生産している競合は少ない。主力商品の国内シェアは約30%で2位。自社が進出しているタイには、トップシェアの企業は進出していない。
事業の特徴	安全性に大きく影響する製品なので、ひとつの製品を試作して、顧客企業の検査を通すまで、かなりの期間がかかる。従ってひとつの生産拠点を設立してから軌道に乗せるまで、比較的長期間かかる。
拠点設立の状況	タイ 生産・販売機能（2008 合弁）

《J社》

主な事業内容	アクリル樹脂、塩ビ樹脂を使用したウィンドウディスプレイの製作及び機械彫刻、金物、木工、樹脂成形などの受注生産。
事業環境の認識	アクリルの加工会社は都内だけでも3,000社あるといわれている。その大半はセルロイドの加工から始まった家内工業的な零細事業者で、稼がなければならないという切迫感はない。そのため近年、アクリル製品の価格が大きく下落し、そのあおりを受けている。
事業の特徴	不況になると単価は下がるが、手作業でアクリル製品を作る仕事は減らない。
拠点設立の状況	ベトナム 生産・販売機能（2006 独資）

《K社》

主な事業内容	軽寝具の真空包装加工・製造販売、繊維製品の真空包装、クッション類のノベルティー製造。
事業環境の認識	軽寝具の真空包装加工の技術は、当社のオリジナル技術なので競合相手がなく、国内市場においても、海外市場においても、今後は販売先の拡販へ更に注力していくことで、事業の拡大を図っていける余地は大きいとみている。
事業の特徴	軽寝具の真空包装加工の技術は、米国の財団と当社が共同で開発してきたオリジナル技術であり、高度な内容の機械となっている。そのため、この加工・製造の機械の使用には技術スタッフの習熟が必要であり、仮に同様の機械だけを導入し

	<p>ても、当社の製品と同等の品質を提供するのは難しいため、非常に競合差別化力が高い点が事業の特徴となっている。</p> <p>また、この技術を使った真空包装加工の製品のメインの販売先は、百貨店やスーパー等の流通企業であるが、最近では震災を初めとした自然災害時の避難施設の毛布類等への応用により、自治体への販路開拓需要も生じてきている。</p>
拠点設立の状況	ベトナム 生産・販売機能（2002 独資）

《L社》

主な事業内容	プラスチックボトルの生産機、金型、付属機械、部品の企画・開発・製造及び販売。
事業環境の認識	<p>大手メーカーが参入しないニッチ市場である。競合はあまり多くない。</p> <p>現在、世界でボトル用 PET 樹脂の消費量の内訳はおおよそ北米 30%、欧州 30%、アジア 20%で、日本の消費量は世界全体の約 3.8%である。</p>
事業の特徴	<p>機械には汎用性もあるが、比較的一品料理に近いいため、契約時には仕様の詰めに手間がかかる。また販売後もアフターサービスが必要である。従って商社など自社以外の販売店に嫌われやすい。</p> <p>インドではインド国内で販売する製品を除き、半完成状態で日本に輸送し、日本で仕上げしてから出荷している。</p>
拠点設立の状況	<p>米国 販売機能（1980 独資）</p> <p>英国 販売機能（1983 独資）</p> <p>ドイツ 販売機能（1987 独資）</p> <p>シンガポール 販売機能（1993 独資）</p> <p>メキシコ 販売機能（1995 独資）</p> <p>タイ 販売機能（1995 独資）</p> <p>ブラジル 販売機能（1995 独資）</p> <p>インド 生産・販売機能（1997 独資）</p> <p>中国・上海 生産機能（1998 独資） 販売機能（2003 独資）</p> <p>スペイン 販売機能（2004 独資）</p> <p>UAE 販売機能（2005 独資）</p> <p>インドネシア 販売機能（2006 独資）</p>

《KK社》

主な事業内容	排ガス処理装置、脱臭設備、空調設備等の設計・製作・施工。
拠点設立の状況	<p>タイ 生産機能（2001）</p> <p>中国・上海 生産機能（2003 独資）</p>

《HS1社》

主な事業内容	木枠や合板を使用した梱包（機械類）事業及び配電盤製造など
拠点設立の状況	中国・上海 生産・販売機能（2002 独資）

《SD社》

主な事業内容	プラスチック成形精密金型及び治工具の設計並びに製作
拠点設立の状況	中国・華南 生産機能（2003 合弁） 中国・香港 販売機能

《TH社》

主な事業内容	車載用ハーネスなど製造
拠点設立の状況	タイ 生産機能（1999 独資） 中国・華南 （2006）

《SE社》

主な事業内容	遠心分離機（主として食品工業用）の製造販売
拠点設立の状況	タイ 販売機能（2005 合弁）

《NS社》

主な事業内容	プラセンタ（胎盤）を利用した肝臓疾患用注射薬などの製造販売
拠点設立の状況	韓国 生産・販売機能（2004 合弁） マレーシア 販売機能

《HS2社》

主な事業内容	建築用テント構造物（膜材料等）の製造販売
拠点設立の状況	中国・華東 生産機能（1993） 中国・内陸 生産拠点（2003） オーストラリア 生産・販売機能（2004 独資）

《SK社》

主な事業内容	上下水道施設及び環境保全・衛生施設の設計・施工
拠点設立の状況	中国 生産・販売機能（1995 合弁） サウジアラビア 生産・販売機能（2007 合弁）

《JK社》

主な事業内容	塗装用各種マスクング材料・養生シート製造
拠点設立・撤退の状況	中国・上海 生産機能（2003 独資）→撤退（2004）

《TK社》

主な事業内容	食品機械（冷凍・冷却装置）製造
拠点設立・撤退の状況	中国・華東 生産機能（合弁）→撤退（2008）

《UA 社》

主な事業内容	生コンクリート及びコンクリート製品の製造・販売
拠点設立・撤退の状況	中国・華南 生産・販売機能（1995 合弁）→撤退（2007） 中国・上海 生産・販売機能（合弁）→撤退

《KD 社》

主な事業内容	開閉器・制御機器・電子応用機器及び制御盤などの製造販売
拠点設立・撤退の状況	中国・内陸 生産・販売機能（1994 合弁）→撤退（2005） タイ

《GK 社》

主な事業内容	造園及び環境緑化に関する各種コンサルティング
拠点設立・撤退の状況	韓国 コンサルティング機能（2006）→撤退（2007）

《ST 社》

主な事業内容	工作機械（マシニングセンタ、フライス盤など）製造
拠点設立・撤退の状況	米国 販売機能（独資）→撤退（2004）

以上

図表目次

図表 1-1	本報告書の構成	2
図表 1-2	有効回収企業数（海外展開有無別）〔サンプル抽出方法別〕	4
図表 2-1	海外展開有無〔全体〕	7
図表 2-2	海外展開比率〔サンプル抽出方法別〕	7
図表 2-3	海外展開比率〔業種別〕（上段：製造業/卸売・小売業別、下段：製造業内訳）	8
図表 2-4	海外展開比率〔業種（詳細）別〕	9
図表 2-5	海外展開比率〔資本金別〕	10
図表 2-6	海外展開比率〔従業員別〕	10
図表 2-7	海外展開比率〔売上高別〕	11
図表 2-8	海外展開比率〔取引先別〕	11
図表 2-9	海外展開企業の属性〔業種内訳〕（左図表：全体、右図表：製造業内訳）	12
図表 2-10	海外展開企業の属性〔業種内訳（詳細）〕	12
図表 2-11	海外展開企業の属性（売上高）〔全体、業種別〕（上段図表：全体、業種別、下段図表：製造業内訳）	13
図表 2-12	調査対象企業の属性（売上高）〔業種別〕【製造業】	14
図表 2-13	海外展開企業の取引先〔全体〕	15
図表 2-14	海外展開企業の取引先〔業種別〕	15
図表 2-15	各展開手段の実施状況〔全体、業種別〕	16
図表 2-16	海外展開手段実施比率〔取引先別〕	17
図表 2-17	展開する国・地域〔展開手段別〕（左図表：回答数、右図表：構成比）	18
図表 2-18	輸出及び輸入の相手国・地域（2008年）	19
図表 2-19	海外展開手段実施比率〔国・地域別〕	20
図表 2-20	直接投資の進出国〔直接投資実施企業に占める割合〕（n=714）	21
図表 2-21	直接投資の展開国〔直接投資実施企業に占める割合〕【製造業】（n=557）	22
図表 2-22	直接投資における保有機能〔業種別〕	23
図表 2-23	直接投資における拠点機能〔国・地域別〕	24
図表 2-24	直接投資における展開国・地域〔拠点機能別〕	25
図表 2-25	直接投資における展開国・地域別の機能〔国・地域別〕（製造業）	26
図表 2-26	直接投資における展開国・地域〔拠点機能別〕（製造業）	27
図表 2-27	最重要の直接投資における展開国・地域（左図表：全体、右図表：中国地域区分）	28
図表 2-28	今回の中国地域区分	28
図表 2-29	最重要の直接投資（中国）の企業数〔中国地域区分別〕（n=403）	29
図表 2-30	最重要の直接投資（中国）における展開地域〔詳細〕	30
図表 2-31	最重要の直接投資（中国）における展開地域〔詳細〕の地理的分布	30
図表 2-32	最重要の直接投資における展開国・地域〔業種別〕	31
図表 2-33	最重要の直接投資（中国）における展開地域（中国地域区分別）〔業種別〕	31
図表 2-34	最重要の直接投資における主な機能〔国・地域別〕	32
図表 2-35	国・地域の日本からの距離と平均賃金（及び人口）との関係	32

図表 2-36	最重要の直接投資（中国）における主な機能〔中国地域区分別〕	33
図表 2-37	1人あたり域内総生産と平均賃金との関係〔中国地域区分別〕（2007年）	33
図表 2-38	最重要拠点の機能（製造業）〔国・地域別〕	34
図表 2-39	最重要の直接投資における投資形態〔国・地域別〕	35
図表 2-40	最重要の直接投資における投資形態〔中国地域区分別〕	35
図表 2-41	最重要の直接投資における設立年〔全体〕（n=673）	36
図表 2-42	拠点設立年（平成14年度調査及び平成17年度調査）	36
図表 2-43	最重要の直接投資における設立年〔主な機能の内訳〕（n=635）	37
図表 2-44	最重要の直接投資における主な機能（構成比）〔設立年別〕（n=635）	37
図表 2-45	最重要の直接投資における設立年〔国・地域の内訳〕（n=673）	38
図表 2-46	最重要の直接投資における国・地域（構成比）〔設立年別〕（n=673）	38
図表 2-47	日本、中国、インド、ベトナムの実質GDP増加率の推移及び日本国内外の主なできごと	39
図表 2-48	各国の実質GDP成長率の推移	39
図表 2-49	最重要の直接投資（中国）における設立年〔中国地域区分の内訳〕（n=385）	40
図表 2-50	最重要の直接投資（中国）における中国地域区分（構成比）〔設立年別〕（n=385）	40
図表 2-51	実質域内総生産成長率の推移〔中国地域区分別〕	41
図表 2-52	最重要の直接投資における課題（展開実施企業のうち課題を感じている企業の割合）〔国・地域別〕	42
図表 2-53	最重要の直接投資（中国）における課題（展開実施企業のうち課題を感じている企業の割合）	43
図表 2-54	平均賃金の推移〔中国地域区分別〕	44
図表 2-55	最重要の直接投資における課題（展開実施企業のうち課題を感じている企業の割合）〔設立年別〕	45
図表 2-56	最重要の直接投資における今後の展開意向〔国・地域別〕	46
図表 2-57	最重要の直接投資（中国）における今後の展開意向〔中国地域区分別〕	46
図表 2-58	最重要提携の提携内容〔全体〕	47
図表 2-59	最重要の業務・技術提携における提携内容〔業種別〕	47
図表 2-60	最重要の業務・技術提携における提携内容〔取引先別〕	48
図表 2-61	最重要の業務・技術提携における提携内容〔国・地域別〕	49
図表 2-62	最重要の業務・技術提携における課題（n=572）	50
図表 2-63	最重要の業務・技術提携における今後の展開意向〔全体〕	50
図表 2-64	最重要の業務・技術提携における今後の展開意向〔業種別、取引先別〕	51
図表 2-65	最重要の業務・技術提携における今後の展開意向〔提携内容別〕	52
図表 2-66	最重要の業務・技術提携における今後の展開意向〔国・地域別〕	53
図表 2-67	最重要の直接貿易（輸出）における輸出内容〔業種別〕	54
図表 2-68	最重要の直接貿易（輸入）における輸入内容〔業種別〕	54
図表 2-69	最重要の直接貿易（輸出）における輸出内容〔従業員数別〕	55
図表 2-70	最重要の直接貿易（輸出）における輸出内容〔取引先別〕	55

図表 2-71	最重要の直接貿易（輸出）における輸出内容 [国・地域別]	56
図表 2-72	最重要の直接貿易（輸入）における輸入内容 [国・地域別]	56
図表 2-73	最重要の直接貿易（輸出）の前段階の間接貿易の実施有無 [全体、業種別]	57
図表 2-74	間接貿易と比較した直接貿易（輸出）のメリット及びデメリット [全体]	58
図表 2-75	間接貿易と比較した直接貿易（輸出）のメリット [業種別]	59
図表 2-76	間接貿易と比較した直接貿易（輸出）のデメリット [業種別]	59
図表 2-77	最重要の直接貿易（輸出）における課題 [全体] (n=901)	60
図表 2-78	最重要の直接貿易（輸出）における今後の展開意向 [輸出内容別]	61
図表 2-79	最重要の直接貿易（輸入）における今後の展開意向 [輸入内容別]	61
図表 2-80	最重要の直接貿易（輸出）における今後の展開意向 [国・地域別]	62
図表 2-81	今後の展開上重視している国・地域 (n=1212)	63
図表 2-82	今後の展開上重視している国・地域の比較（平成 20 年度調査及び平成 17 年度調査）	64
図表 2-83	今後の展開上最も重視する国・地域の重視理由 [国・地域別]	65
図表 2-84	1人あたり GDP と実質 GDP 成長率（及び名目 GDP 総額）との関係	65
図表 2-85	海外非展開企業における海外直接投資の取り組み状況 [業種別]	66
図表 2-86	海外直接投資の必要性を感じていない理由 (n=4553)（海外直接投資の必要性を感じていない企業対象）	66
図表 2-87	自社が扱っている商品・サービス等が海外市場に適していないと考える割合 [業種別]（海外直接投資の必要性を感じていない企業対象）	67
図表 2-88	海外拠点の撤退経験有無 [海外展開有無別]	68
図表 2-89	海外拠点の撤退状況 [全体及び中国、時系列]	69
図表 2-90	直近の撤退・移転における国・地域 [撤退・移転年別]（上：回答数 (n)、下：構成比）	70
図表 2-91	直近の撤退・移転における国・地域（構成比） [撤退・移転年別]	71
図表 2-92	最重要の直接投資における国・地域（構成比） [設立年別]	71
図表 2-93	海外事業活動の外部支援サービスの利用経験有無 [海外展開有無別]	72
図表 2-94	海外事業活動の外部支援サービスの利用経験有無 [業種別]	73
図表 2-95	海外事業活動の外部支援サービスの利用経験有無 [従業員数別]	73
図表 2-96	海外事業活動の外部支援サービスの利用経験有無 [業種別]	74
図表 2-97	支援サービス実施機関の利用率 [業種別]	75
図表 2-98	支援サービス実施機関の利用率 [実施機関別]	76
図表 2-99	支援サービス等の利用・情報収集方法（平成 14 年度調査及び平成 17 年度調査）	77
図表 2-100	支援サービス利用企業の業種 [支援サービス実施機関別]	78
図表 2-101	外部指標活用のイメージ	79
図表 2-102	人口と 1人あたり GDP（及び GDP 総額）	79
図表 2-103	1人あたり GDP と GDP 成長率（及び GDP 総額）	80
図表 2-104	GDP と GDP 成長率	80
図表 2-105	1人あたり GDP と賃金との相関関係	81
図表 2-106	日本からの距離と GDP	81

図表 2-107	日本からの距離と 1 人あたり GDP (及び GDP 総額)	82
図表 2-108	日本からの距離と 1 人あたり GDP (及び人口)	82
図表 2-109	日本からの距離と GDP 成長率	83
図表 2-110	日本からの距離と賃金 (及び人口)	83
図表 2-111	日本からの距離と日本からの直接投資額	84
図表 2-112	日本からの距離と直接投資額に占める日本の投資額 (及び投資額)	84
図表 2-113	日本からの距離と対日輸出額	85
図表 2-114	日本からの距離と輸出額における対日構成比 (及び額)	85
図表 2-115	日本からの距離と対日輸入額	86
図表 2-116	日本からの距離と輸入額における対日構成比 (及び額)	86
図表 2-117	対日輸出額と対日輸入額	87
図表 2-118	各国の名目 GDP の推移	88
図表 2-119	各国の 1 人あたり GDP の推移	88
図表 2-120	各国の実質 GDP 成長率の推移	89
図表 2-121	各地域における域内総生産 [中国地域区分別] (2007 年)	90
図表 2-122	各地域の域内総生産の推移 [中国地域別]	90
図表 2-123	各地域の 1 人あたり域内総生産の推移 [中国地域別]	91
図表 2-124	各地域の域内総生産対前年比の推移 [中国地域別]	91
図表 2-125	各地域の平均賃金の推移 [中国地域別]	92
図表 2-126	各国の日本に対する輸出入額の推移	93
図表 2-127	各国の日本に対する輸出入額構成比の推移	93
図表 2-128	最重要の直接投資における設立年 [国・地域の内訳] (n=673)	94
図表 3-1	インタビューの焦点	95
図表 3-2	インタビュー調査において捕捉すべき仮説 [国別]	96
図表 3-3	インタビュー先の選定方法	96
図表 3-4	本調査のインタビュー先の一覧	97
図表 3-5	平成 20 年度調査におけるインタビュー先の一覧	98
図表 3-6	インタビュー結果のまとめ方	99
図表 3-7	インタビュー調査による仮説評価結果	142
図表 4-1	分析結果出展の記載方法 (凡例)	144
図表 4-2	国・地域の位置づけの変遷のイメージ	144