



RIETI Discussion Paper Series 10-J-032

## 日本企業の為替リスク管理とインボイス通貨選択

—「平成21年度日本企業の貿易建値通貨の選択に関するアンケート調査」結果概要—

伊藤 隆敏

経済産業研究所

鯉渕 賢

中央大学

佐藤 清隆

横浜国立大学

清水 順子

専修大学



Research Institute of Economy, Trade & Industry, IAA

独立行政法人経済産業研究所

<http://www.rieti.go.jp/jp/>

## 日本企業の為替リスク管理とインボイス通貨選択

## －「平成21年度日本企業の貿易建値通貨の選択に関するアンケート調査」結果概要\*－

伊藤 隆敏(東京大学大学院経済学研究科／経済産業研究所)

鯉淵 賢(中央大学商学部)

佐藤 清隆(横浜国立大学経済学部)

清水 順子(専修大学商学部)<sup>o</sup>

## 要旨

本論文は、海外との貿易取引を行っている製造業の全上場企業 920 社を対象として、2009 年 9 月に調査票を送付して実施された「日本の貿易建値通貨の選択に関するアンケート調査」の回答結果をもとに、既存の研究からの知見を踏まえたファクトファインディングとしてまとめたものである。質問項目は、日本企業の為替リスク管理全般、為替変動による価格改定、輸出相手国別、および輸出形態別のインボイス通貨の通貨別シェアと多岐に渡り、その結果を輸出相手国、業種、企業規模に分類してそれぞれの特徴を表している。以上の調査結果は、1990 年代以来、東アジア域内を中心として世界全体に構築されている日本企業の生産・販売ネットワークにおけるインボイス通貨の実態を精査する最初の試みとして、同分野の研究者のみならず、貿易取引における為替リスクに直面している日本企業の実務担当者、さらに、アジア域内の経済協力を模索している政策担当者に有益かつ新たな視点を提供するものである。

キーワード: 貿易建値(インボイス)通貨; 為替リスク管理; 現地法人; 企業内貿易

JEL classification: F31, F33, F23

RIETI ディスカッション・ペーパーは、専門論文の形式でまとめられた研究成果を公開し、活発な議論を喚起することを目的としています。論文に述べられている見解は執筆者個人の責任で発表するものであり、(独)経済産業研究所としての見解を示すものではありません。

\*本稿は、(独)経済産業研究所の研究プロジェクト「東アジアの金融協力と最適為替バスケットの研究」の一環として行われたアンケート調査結果に基づいています。本調査にご協力いただきました回答者の皆様、および調査遂行にあたり多大なご支援・ご協力をいただいた RIETI のスタッフの方々に、心から御礼を申し上げます。

<sup>o</sup> Corresponding author Email: jshimizu@isc.senshu-u.ac.jp

## 1. はじめに

2008年9月のリーマン・ブラザーズの破綻以来始まった世界の金融資本市場の混乱は、新たな通貨制度を模索する契機となった。G20金融サミットが召集され、先進国のみならずより大きな枠組みで新たな金融システムの構築が議論されている。こうした中で、周小川・中国人民銀行総裁は、ドルが基軸通貨であることの問題点を指摘し、世界の主要通貨を含むバスケット通貨（現行のSDRの構成通貨の改組）を世界の準備通貨（Super-sovereign）として考えるよう提案した。さらに、中国は、チェンマイ・イニシアチブとは別に、6カ国と人民元・相手国通貨のスワップ協定を結ぶなど、人民元の国際的な使用について、消極姿勢から積極姿勢へと転換している。一方、東アジア地域ではチェンマイ・イニシアチブがマルチ化され、域内における流動性供給の枠組みと、サバーランス・ユニットの設置が決まった。韓国をはじめとするいくつかの国々において、大きな通貨の減価が見られたものの、東アジア諸国は潤沢な外貨準備と健全なマクロ経済運営により通貨危機には至らなかった。世界的な通貨制度についての議論が盛んになる中で、東アジアの将来あるべき通貨体制についての研究も新たな進展が必要となる。

昨今のグローバルな金融危機の影響により、日本円は米ドル、ユーロなどの主要通貨のみならず、東アジア通貨に対しても大きく変動している。こうした為替レートの変動は、短期的に日本企業の業績に大きな影響を与えるばかりでなく、中長期的にアジアをはじめ世界中に展開する生産拠点の配置など、その経営戦略にも影響を及ぼす。さらに、この影響の度合いは、企業が輸出入における貿易建値通貨（インボイス通貨）としてどの通貨を選択しているかによっても大きく左右される。

日本企業のインボイス通貨選択について、伊藤・その他（2009）は日本の代表的な輸出企業23社（主に自動車および電機産業）に対してヒアリング調査を行い、その他の先進国と比較して米ドル建て輸出の割合が高い日本企業の為替戦略に関する特徴を明らかにした。具体的には、自動車及び大手電機メーカーの対象企業を拡大すると共に、電子部品及び工作機械メーカーを対象としてインボイス通貨選択状況を分析することにより、インボイス通貨選択の決定要因として以下の5点を抽出した。(1)グループ内取引と商社経由取引、(2)製品競争力・市場競争の程度、(3)北米売上高比率、(4)ドル建て取引を基本とする製品、(5)貿易相手国通貨の為替リスク・ヘッジコストである。これら決定要因の検証を通じて、日系企業のミクロレベルの意思決定の現状を捉えたという点で、このヒアリング調査に基づく研究の貢献度は高い。しかし、一方で調査対象が大企業中心であったというサンプル・バイアスを取り除き、さらにインボイス通貨選択の実態に関する統計データが皆無であるという制約を乗り越えるためには、より広範囲な企業を対象としたアンケート調査を行う必要がある。アンケート調査によってインボイス通貨のシェアに関するデータを収集し、実証研究に利用可能な形でデータベース化することの意義は極めて大きい。

本論文は、有価証券報告書に「海外売上高」が計上されている製造業の上場企業920社

を対象として 2009 年 9 月から 11 月に実施された日本の輸出企業のインボイス通貨選択に関するアンケート調査結果の概要をまとめたものである。アンケート調査項目は、日本企業の為替リスク管理の実態からインボイス通貨選択まで多岐に渡るが、特に東アジア域内を中心に構築されている海外生産ネットワークにおけるインボイス通貨の実態を把握することが、本調査の大きな特徴である。具体的には、インボイス通貨選択の実態を相手国・地域別に、そして輸出・販売ルート別に分類して調査し、いかなる理由でその通貨をインボイス通貨として選択しているのかについて明らかにする。

将来の選択肢の一つである東アジア共同体の構築へ向けて、日本はどのようなリーダーシップを発揮すべきだろうか。日本企業の視座に立ってこの重要な政策課題に取り組むためには、企業の為替戦略やインボイス通貨選択の実態を知ることが不可欠である。海外ではスウェーデンの輸出企業に対するアンケート調査に基づく実証研究 (Friberg and Wilander, 2008) が発表されているが、当プロジェクトのような輸出相手国・地域別、そして業種別にインボイス通貨選択を詳細に調査することはこれまで行われていない。当プロジェクトが実施したアンケート調査によるデータ収集が成功すれば、今後も定期的に同様のアンケート調査を行って日本企業のインボイス通貨に関するデータを蓄積し、将来的に多くの研究者が活用できるデータベースへと発展させることが可能であろう。今回の結果報告書が、日本企業のインボイス通貨選択決定の要因解明とともに東アジアにおける新たな為替制度構築の大きな布石となることを期待する。

本論文の構成は以下の通りである。第 2 節ではアンケートの内容・調査項目の概要を説明し、送付先企業と回答企業の状況について概観し、2 種類の企業階層別の分類について説明する。第 3 節では為替リスク管理手法・体制について、第 4 節では為替変動に対する価格設定行動についてのアンケート調査結果を報告する。さらに第 5 節において、本社（日本）から海外（世界全体）及び各国（地域）に向け輸出におけるインボイス通貨選択、そして各国生産拠点からの輸出におけるインボイス通貨選択についての調査結果を報告する。第 6 節で結論をまとめる。

## 2. アンケートの内容とその特徴

### 2-1. アンケート調査項目とその特徴

アンケート調査の結果を分析する前に、今回実施した企業アンケートの概要とその特徴について簡単に説明する。アンケートは、以下の 4 部構成になっている。

- Q1. 為替リスク管理手法・体制について
- Q2. 為替変動に対する価格設定行動について

Q3. 本社（日本）から世界全体に向けた輸出におけるインボイス通貨（貿易建値通貨）別のシェアとインボイス通貨選択における基本方針について

Q4. 本社（日本）から各国（地域）に向けた輸出におけるインボイス通貨について

Q1 では、最初に各企業においてインボイス通貨(貿易建値通貨)と決済通貨が同一であるかどうかを質問している。これは、インボイス通貨に関する先行研究において両者を区別すべきかどうかの議論が為されてきた経緯に対応するものであり、日本企業が実務上どのように両者を扱ってきたかを確認することを目的としている<sup>1</sup>。次に、各企業が貿易建値通貨として取り扱う通貨の種類を選択した上で、その通貨に関する実務上の問題点を確認している。最後に各企業の為替リスク管理手段について、為替市場で利用しているリスクヘッジ手段の種類と主なヘッジ期間、利用に関する社内ルールの有無、企業内で行われるマリー・ネットイング等の為替エクスポージャー管理の有無、企業の為替管理体制の分類に関する情報を収集した。

Q2 は、為替レートのパス・スルー（為替レート変動の輸出・輸入価格への転嫁の度合い）に関する質問である。各企業が為替変動に対応した価格改訂を行っているかどうかについて社内ルールの有無と頻度を確認した上で、2008年リーマンショック前後の急激な円高局面で価格改定を行っているかどうかについて質問した。

Q3 と Q4 が今回のアンケート調査の中核となる。Q3 では、日本から海外への輸出におけるインボイス通貨別シェア(概数)、及び、インボイス通貨選択の基本方針について質問した（Q4 についての調査票の詳細については付論 1 を参照）。Q4 では、まず a 表で各地域別の輸出におけるインボイス通貨のシェアの概数を記入した上で、次に b 表で輸出ルート別、c 表では輸出先が製造拠点の場合にそこから現地の販売先に販売される場合と第三国へ輸出される場合に分け、輸出される場合はその輸出相手国別の回答を求め、日本企業が世界各地で展開する生産・販売ネットワークに対応した重層的なインボイス通貨の情報収集を試みている。

ここで本アンケート調査研究を既存の研究動向の中で位置付けてみよう。インボイス通貨に関する先行研究は大きく 2 つに分けることができる。第一は、貿易におけるインボイス通貨選択の実態を解明する研究である。Grassman (1973) や Page (1981) 等の古典的な研究は、先進国同士、そして先進国と途上国の間での貿易におけるインボイス通貨選択のパターンを発見した。その後の研究では、この「定型化された事実 (Stylized Facts)」をベンチマークとしながら各国におけるインボイス通貨選択の現状分析が試みられてきたが、実際にはあまり大きな研究の発展がみられていない。その最大の理由はインボイス通貨に関する詳細な情報がほとんど公表されていない点にある。このデータの制約を乗り越える試みとして代表的なものが、スウェーデンの輸出企業に対してアンケ

---

<sup>1</sup> スウェーデン企業を対象にインボイス通貨に関するアンケート調査を行った Friberg and Wilander (2008)でも同様の質問を行っている。

ート調査を行った Friberg and Wilander (2008) である。また、伊藤・その他 (2008) (2009) は日本の主要輸出企業に対するヒアリング調査を実施して、日本企業のインボイス通貨選択の実態を探っている。本論文は、Friberg and Wilander (2008) よりも詳細な質問項目を用いて日本企業にアンケート調査を行い、インボイス通貨選択の新しい事実を提示することを試みている。

第二の研究動向は、インボイス通貨選択の決定要因を分析する研究である。上述のようにインボイス通貨選択に関する情報を入手するのは難しいが、Goldberg and Tille (2008)や Kamps (2006) は国別の総輸出および総輸入におけるインボイス通貨のシェアを可能な限り収集し、クロスカントリー分析を行うことによって、一国レベルでインボイス通貨を決定する要因を分析している。しかし、より詳細なインボイス通貨のデータを使って企業レベルの決定要因をする分析は、上述の Friberg and Wilander (2008) などの一部にとどまっている<sup>2</sup>。

本論文ではインボイス通貨の決定要因に関する実証分析を行っていないが、その解明に向けて、先行研究にはないインボイス通貨選択の重要な事実を提示している。まず、輸出相手国別のインボイス通貨のシェアを示し、さらにそれを産業別に分類して、業種別のインボイス通貨選択の現状を明らかにしている。インボイス通貨選択の定型化された事実によれば、差別化された輸出財の場合は輸出国通貨建てで取引され、同質的な財の場合は米ドル建てで輸出されることになる。本論文は日本企業のインボイス通貨選択を産業別に集計することによって、各産業で取引される財の特性とインボイス通貨選択の関係を捉えることを試みている。また、上記の分類に加えて、本論文は企業階層（企業規模）別にインボイス通貨選択の実態を分析している。こうした企業階層別の分析は、筆者らが知る限り Friberg and Wilander (2008) を除いて行われておらず<sup>3</sup>、理論的にも十分に分析が進んでいるわけではない。しかし、本論文はこの企業規模の違いが企業の国際的な生産ネットワーク、そして為替リスク管理体制の違いと深く関わっていることに着目している。伊藤・その他 (2009) で明らかにしたように、大規模企業の場合、国際的な生産ネットワークを構築し、企業内貿易を行う傾向が顕著であったことに加えて、グローバルな為替リスク管理体制を敷いて、効率的な決済方法を採用している傾向がみられた。これらは企業のインボイス通貨選択と深く関わっている可能性がある。さらに、本論文は、日本の本社企業からの輸出がグループ内取引であるのか、グループ外取引であるのかという輸出ルートの違いとインボイス通貨選択との関係を探っている。そして、日本の本社企業から海外の生産子会社に向けて輸出された場合に、同子会社が生産する

---

<sup>2</sup> Goldberg and Tille (2009) はカナダの通関ベースの輸入における産業別の詳細なインボイス通貨シェアを入手し、インボイス通貨の決定要因を品目別に分析している。しかし、こうした通関ベースの詳細なインボイス通貨のデータを入手することそれ自体が非常に難しいため、同様の分析は Donnenfeld and Haug (2003, 2008) などの一部を除いてほとんど進んでいない。

<sup>3</sup> Friberg and Wilander (2008) はこの企業階層別の分析を行う理由について明確に論じていない。

財は最終的にどの輸出先に向かうのか（どの国へ輸出されるのか、あるいは現地で販売されるのか）という輸出・販売ルートがインボイス通貨選択とどのように関係しているかを調査している。このようにインボイス通貨選択と企業業種、企業規模、生産ネットワークと輸出ルートの関係を調査することを通じて、先行研究ではほとんど分析されてこなかった企業レベルのインボイス通貨選択の実態とその決定要因を明らかにしている点が、本論文の最大の特徴である。

## 2-2. アンケート回答企業の状況

### 回収率と回答企業の状況

今回のアンケート調査票は、2009年9月末に、2008年度の有価証券報告書において連結財務諸表に「海外売上高」を計上した製造業に属する全上場企業920社<sup>4</sup>に対して一斉送付され、同年10月上旬から12月初めにかけて回答済みの調査票が回収された。回答企業数は227社であり、送付先企業数全体に対する割合は約4分の1（24.7%）である。調査対象は製造業に属する上場企業に限定されているため、アンケート回答企業227社の全社が資本金5億円以上であり、このうち91.6%（208社）は資本金10億円以上、76.4%（174社）は従業員数300人以上となっている。したがって、回収企業の大半は大企業、それ以外も中堅企業に分類される。

表A-1は、アンケート送付先企業と回答企業の企業数、さらに回答企業の規模的な重要性を見るため、アンケート送付時点直前の決算期（多くの場合、2009年3月期）における連結売上高及び海外売上高について業種別の合計を一覧している。

表A-1. アンケート送付企業と回答企業の状況（回答企業の占める割合）

業種	アンケート送付企業 (2008年に海外売上高を計上した製造業の全上場企業)			アンケート回答企業					
	企業数	連結売上高 (合計, 百万円)	海外売上高 (合計, 百万円)	企業数	割合(%)	連結売上高 (合計, 百万円)	割合(%)	海外売上高 (合計, 百万円)	割合(%)
製造業合計	920	302,290,060	143,760,877	227	24.7	86,475,914	28.6	39,169,835	27.2
食料品	15	12,889,824	4,678,669	3	20.0	1,451,476	11.3	454,748	9.7
繊維製品	28	5,025,318	1,646,818	9	32.1	919,282	18.3	158,263	9.6
パルプ・紙	7	379,274	93,342	0	0.0	---	0.0	---	0.0
化学	143	29,680,695	10,458,282	36	25.2	9,831,227	33.1	3,472,935	33.2
医薬品	20	6,266,656	2,462,544	3	15.0	692,592	11.1	68,852	2.8
石油・石炭製品	7	19,119,287	2,583,049	1	14.3	3,428,211	17.9	399,070	15.4
ゴム製品	16	5,410,788	3,353,052	4	25.0	394,042	7.3	141,373	4.2
ガラス・土石製品	29	5,393,874	2,552,011	6	20.7	331,891	6.2	155,869	6.1
鉄鋼	29	16,724,111	5,364,899	6	20.7	5,296,590	31.7	1,493,327	27.8
非鉄金属	21	8,840,646	2,717,890	5	23.8	1,016,916	11.5	154,716	5.7
金属製品	30	2,976,691	957,658	9	30.0	1,555,912	52.3	657,107	68.6
機械	174	22,407,692	10,996,155	40	23.0	6,334,195	28.3	3,231,035	29.4
電気機器	231	81,506,235	41,219,988	55	23.8	29,123,918	35.7	11,781,163	28.6
輸送用機器	86	73,011,842	48,799,919	27	31.4	23,981,759	32.8	15,775,875	32.3
精密機器	43	4,449,396	2,595,533	15	34.9	1,657,104	37.2	1,026,057	39.5
その他製品	41	8,207,731	3,281,068	8	19.5	460,799	5.6	199,445	6.1

<sup>4</sup> 上場企業には、東京証券取引所、大阪証券取引所、名古屋証券取引所、福岡証券取引所、札幌証券取引所、ジャスダック、マザーズ、ヘラクレスの上場企業を含む。

表A-2. アンケート送付企業と回答企業の状況(サンプル平均)

業種	アンケート送付企業			アンケート回答企業		
	連結売上高 (平均, 百万円)	海外売上高 (平均, 百万円)	海外売上高比率 (平均, %)	連結売上高 (平均, 百万円)	海外売上高 (平均, 百万円)	海外売上高比率 (平均, %)
製造業合計	328,576	159,912	37.6	380,951	190,145	37.0
食料品	859,322	334,191	22.3	483,825	227,374	32.3
繊維製品	179,476	58,815	24.2	102,142	17,585	23.2
パルプ・紙	54,182	13,335	21.2	---	---	---
化学	207,557	74,702	30.2	273,090	105,240	34.7
医薬品	313,333	123,127	29.7	230,864	22,951	10.5
石油・石炭製品	2,731,327	369,007	17.6	3,428,211	399,070	11.6
ゴム製品	338,174	223,537	34.5	98,511	47,124	32.2
ガラス・土石製品	185,996	88,000	36.4	55,315	25,978	30.3
鉄鋼	576,693	191,604	27.8	882,765	298,665	23.4
非鉄金属	420,983	129,423	28.0	203,383	30,943	17.6
金属製品	99,223	31,922	30.7	172,879	73,012	37.8
機械	128,780	64,683	40.9	158,355	89,751	35.7
電気機器	352,841	181,586	43.4	529,526	231,003	43.7
輸送用機器	848,975	580,951	45.7	888,213	631,035	41.3
精密機器	103,474	64,888	44.6	110,474	85,505	48.2
その他製品	200,189	84,130	36.2	57,600	33,241	37.0

業種別に回答状況をみると、パルプ・紙を除く全ての業種について1社以上の回答が得られている。製造業の上場企業のうち企業数の多い化学、機械、電気機器、輸送用機器、精密機器の主要5業種（以下、主要業種）については15社（精密機器）から55社（電気機器）の回答数があり、25%前後から30%超の回答率となっている。主要業種の次に企業数の多い繊維製品や金属製品についても主要業種と同様の回答率が得られている。

企業規模の観点では、製造業合計でアンケート回収企業は連結売上高や海外売上高の合計で28%前後を占めている。業種別にみると、主要業種では連結売上高や海外売上高で各業種の上場企業全体に対して概ね30%超のシェアを占めている。主要業種以外では、特に金属製品の回答企業は規模的にも大きな割合（連結売上高で5割超、海外売上高で6割超）を占めている。

表A-2は、アンケート送付企業と回答企業の1社当たりの規模（連結売上高及び海外売上高）と海外売上高比率（＝海外売上高／連結売上高）の業種別のサンプル平均値を示している。

アンケート送付先となった製造業の上場企業全体における平均値の観点からは、アンケート回収企業は送付先企業とほぼ同様の連結売上高規模（3000億円台）及び海外売上高規模（1000億円台）であり、海外売上高比率もほぼ同値の約37%である。主要業種についてみると、電気機器と化学でやや回答企業の平均的な企業規模が大きい以外は、ほぼ同様の企業規模であり、海外売上高比率の平均値も送付企業と回答企業との間に大きな相違は見られない。主要業種以外では、鉄鋼や金属製品で送付企業と比べてやや回答企業の規模が大きい傾向が観察される。



## 2 種類の企業階層

以下のアンケート調査結果報告においては、企業階層について 2 種類の指標を用いることにする。第一は、アンケート送付直前の決算期（多くの場合、2009 年 3 月期）における連結売上高に応じた企業規模を基準とする階層であり、製造業に属する上場企業を連結売上高の大きい順に大規模（上位 3 分の 1）、中規模（中位 3 分の 1）、小規模（下位 3 分の 1）に分類するものである。第二は、海外での販売へのエクスポージャーの指標として海外売上高比率を基準とする階層であり、海外売上高比率の高い順に高（上位 3 分の 1）、中（中位 3 分の 1）、低（下位 3 分の 1）に分類するものである。表 A-3 は、アンケート送付企業と回答企業について、以上の 2 つの企業階層別のサンプル数を示している。

表A-3. アンケート送付企業と回答企業の状況(企業階層別分類)

企業階層	連結売上高			海外売上高比率		
	大規模 (上位1/3)	中規模 (中位1/3)	小規模 (下位1/3)	高 (上位1/3)	中 (中位1/3)	低 (下位1/3)
アンケート送付企業数	307	306	307	309	302	308
アンケート回答企業数	86	73	68	69	71	87
割合(%)	28.0	23.9	22.1	22.3	23.5	28.2

表 A-3 によると、連結売上高が大規模になるほど、海外売上高比率が低くなるほど若干回答率が高くなる傾向がある。しかし、概ねアンケート回答企業は、連結売上高と海外売上高比率のどちらでも送付企業の分布との大きな偏りは観察されない。

## アンケート回答者の所属部署

アンケート調査票においては、実際に回答を行った担当者の所属部署を明記することを求めた。表 A-4 は、担当部署の結果をまとめている。

表A-4. アンケート回答担当者の所属部署

所属部署	財務部・経理部	経営(企画)管理部	海外(外国)事業部・貿易部	営業部・業務部	その他	回答なし
回答企業数(総数227社)	179	25	14	2	4	3
割合(%)	78.9	11.0	6.2	0.9	1.8	1.3

全回答企業 227 社のうち 8 割弱に当たる 179 社で、財務部もしくは経理部の担当者が回答していた。次に多い所属部署は経営(企画)管理部(25 社)であり約 1 割を占めている。さらに、海外(外国)事業部もしくは貿易部(14 社)、営業部もしくは業務部(2 社)と続いている。

### 3. 為替リスク管理

#### 3-1. インボイス通貨と決済通貨

最初の質問は、「インボイス通貨（貿易建値通貨）と決済通貨（貿易の決済を行う時に用いる通貨）は同じ通貨を用いているか」である。全回答 226 社のうち 88.4%にあたる 200 社が「両者は同一である」と回答した（表 1-1）。すなわち、日本の輸出企業はインボイス通貨と決済通貨をほぼ同じ通貨として扱っている。業種別にみると、主要業の中で「両者が同一である」と回答した企業の割合が最も低かったのは輸送用機器（74.0%）である。

表1. インボイス通貨(貿易建値通貨)と決済通貨(貿易の決済を行うときに用いる通貨)の区別

	業種	製造業計	食料品	繊維製品	化学	医薬品	石油・石炭製品	ゴム製品	ガラス・土石製品
	全回答数	226	3	9	36	3	1	4	6
1. インボイス通貨と決済通貨は同じ通貨である(あるいは、両社を区別することはしない)	回答数	200	3	8	31	3	1	4	6
	全回答数に対する割合(%)	88.4	100.0	88.8	86.1	100.0	100.0	100.0	100.0
2. インボイス通貨と決済通貨が異なる場合がある	回答数	26	0	1	5	0	0	0	0
	全回答数に対する割合(%)	11.5	0.0	11.1	13.8	0.0	0.0	0.0	0.0

		鉄鋼	非鉄金属	金属製品	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器	その他製品
	全回答数	6	5	9	40	55	27	14	8
1. インボイス通貨と決済通貨は同じ通貨である(あるいは、両社を区別することはしない)	回答数	5	5	8	36	50	20	12	8
	全回答数に対する割合(%)	83.3	100.0	88.8	90.0	90.9	74.0	85.7	100.0
2. インボイス通貨と決済通貨が異なる場合がある	回答数	1	0	1	4	5	7	2	0
	全回答数に対する割合(%)	16.6	0.0	11.1	10.0	9.0	25.9	14.2	0.0

インボイス通貨と決済通貨が異なる理由について最も多いのは、輸出先の現地通貨について当該国以外の市場で非居住者による取引が規制されているため、インボイス通貨として用いることができても決済通貨として用いることができず、日本円もしくは米ドルで決済を行うケースである。中国元、韓国ウォン、マレーシア・リングgit、インドネシア・ルピー等のアジア通貨に対して、このようなケースが目立っている。

**結果 1.** 日本企業の貿易取引において、インボイス通貨と決済通貨は同一通貨が用いられている。

### 3-2. 貿易取引上の取り扱い外国通貨

#### 取り扱い外国通貨数

各企業の貿易取引上扱っている通貨について、米ドルを始めとする 20 種類の外国通貨を提示して、複数回答可で質問した結果をまとめたのが表 2-1 である（全回答数 227 社）。製造業全体での取り扱い外国通貨数の平均値は 3.1 であり、平均すると 1 社につき約 3 種類の外国通貨を扱っている。最大では、15 種類の通貨を扱っている電気機器の企業がある<sup>5</sup>。主要業種別では輸送用機器が平均で 4.0 と最も高く、次いで電気機器の 3.5、機械の 3.3 となっており、製造拠点を海外に展開する日本の代表的な製造業種は多種類の外国通貨を取り扱っている<sup>6</sup>。

表2-1. 貿易取引上扱っている外国通貨数(業種別)

	業種	製造業計	食料品	繊維製品	化学	医薬品	石油・石炭製品	ゴム製品	ガラス・土石製品
	全回答数	227	3	9	36	3	1	4	6
取り扱い外国通貨数	平均値	3.1	2.3	2.9	2.7	3.7	1.0	3.0	2.7
	最大値	15	3	6	9	5		5	7
	最小値	0	2	1	1	2		1	1

	業種	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器	その他製品
	全回答数	6	5	9	40	55	27	15	8
取り扱い外国通貨数	平均値	2.0	2.8	2.3	3.3	3.5	4.0	2.1	2.8
	最大値	6	4	8	12	15	14	4	5
	最小値	1	1	0	0	0	0	1	1

また、取り扱い外国通貨数を主要業種の企業階層別（連結売上高及び海外売上高比率）にまとめたのが表 2-2 である。これによると、製造業全体において、企業規模が大きくなるほど取り扱い外国通貨数が単調に増える傾向がある。業種別に、特にこの傾向が顕著なのが化学、機械、電気機器である。輸送用機器や精密機器でも、少なくとも大規模企業に分類される企業群の取り扱い外国通貨数の平均値が最大となっている。

<sup>5</sup> 最小値の 0 とは、貿易を全て円建てで行っているため外国通貨の取り扱いがない、ということの意味する。

<sup>6</sup> 主要業種以外では回答企業数は少ないものの医薬品の平均値も 3.7 と高い。

表2-2. 貿易取引上扱っている外国通貨数(企業階層／主要業種別)

	業種	製造業計	製造業計	化学	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器
	連結売上高	回答数	平均値	平均値	平均値	平均値	平均値	平均値
取り扱っている外国通貨数	大規模(上位1/3)	86	4.4	3.2	5.0	5.5	5.5	3.0
	中規模(中位1/3)	73	2.7	2.8	3.2	2.9	1.7	1.8
	小規模(下位1/3)	68	1.9	2.0	1.7	1.8	3.0	2.0

	業種	製造業計	製造業計	化学	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器
	海外売上高比率	回答数	平均値	平均値	平均値	平均値	平均値	平均値
取り扱っている外国通貨数	高(上位1/3)	69	3.7	2.6	3.7	3.5	6.4	2.7
	中(中位1/3)	71	3.2	3.3	3.0	4.6	3.0	2.2
	低(下位1/3)	87	2.5	1.9	3.2	3.0	2.3	1.3

また、海外市場へのエクスポージャーの程度を表す海外売上高比率で見た場合、製造業全体では、同比率が高くなるほど取り扱い外国通貨数が単調に増える傾向がある。主要業種別では輸送用機器のみがこの傾向が顕著であるが、機械を除く他の4業種でも、海外売上高比率が最も低い企業群の取り扱い外国通貨数の平均値が最低となっている。

**結果 2.** 日本企業は平均 3 種類の外国通貨を貿易取引上取り扱っており、企業規模が大きいほど、海外売上高比率が高いほど取り扱われる外国通貨数は多い。

### 為替リスク管理上の問題点

表 2-3 は、貿易取引上扱っている外国通貨の種類とその為替リスク管理上の問題点（いずれも複数回答）についての回答状況を一覧したものである。

これによると、全回答企業の 93.4%が米ドルを扱っており、61.2%がユーロを扱っている。アジア通貨では、タイバーツ（同 18.1%）、中国元（同 16.3%）、韓国ウォン（同 14.5%）の順に取り扱いが多い。

各通貨に対して為替リスク管理上何らかの問題点を感じているか、という質問では、問題点を感じていると回答された割合が最も高いのはマレーシアリング（同通貨を扱っている企業の 75%）、次いで中国元（同 73%）、韓国ウォン（同 63%）、フィリピンペソ（同 60%）の順であり、様々な為替取引規制が残存するアジア通貨に対して問題点を感じている企業が多い。さらに、米ドル（同 44.8%）やユーロ（28.1%）、豪ドル（40.1%）といった先進国通貨に対しても為替リスク管理上の問題点を感じている企業が少なくない。

表2-3. 貿易取引上扱っている外国通貨の為替リスク管理上の問題点

	貿易取引上この通貨を扱っている企業数	全回答企業数227社に対する割合	うち同通貨に為替リスク管理上の問題を感じている企業数		具体的な問題点				
					為替取引規制があるため、日本から自由に為替取引できない	資本規制があるため、その通貨を自由に運用や調達ができない	為替リスクのヘッジコストが高い	為替の変動が激しい	その他
外国通貨	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	回答数	回答数	回答数	回答数
米ドル	212	93.4	95	44.8	1	0	9	83	2
カナダドル	25	11.0	3	12.0	0	0	0	1	0
メキシコペソ	2	0.9	1	50.0	0	0	0	0	0
ユーロ	139	61.2	39	28.1	1	0	3	35	1
英ポンド	57	25.1	12	21.1	0	0	0	10	0
その他欧州通貨	18	7.9	2	11.1	0	0	0	0	0
中国元	37	16.3	27	73.0	23	10	1	0	0
韓国ウォン	33	14.5	21	63.6	14	4	2	8	1
台湾ドル	24	10.6	10	41.7	9	2	0	1	0
香港ドル	20	8.8	1	5.0	1	1	0	0	0
シンガポールドル	21	9.3	2	9.5	0	0	0	0	0
マレーシアリング	12	5.3	9	75.0	8	1	2	0	0
インドネシアルピア	9	4.0	4	44.4	3	1	1	1	0
タイバーツ	41	18.1	13	31.7	4	3	1	7	0
フィリピンペソ	5	2.2	3	60.0	3	2	0	0	0
インドルピー	8	3.5	4	50.0	3	1	0	0	0
その他アジア通貨	6	2.6	0	0.0	0	0	0	0	0
オーストラリアドル	27	11.9	11	40.7	0	0	2	8	0
ニュージーランドドル	3	1.3	0	0.0	0	0	0	0	0
その他通貨	6	2.6	2	33.3	1	1	1	0	0

具体的な問題点については、米ドルやユーロといった先進国通貨に対して多くの企業が指摘しているのは「為替の変動が激しい」ことである。これに対して、アジア通貨の問題点としては「為替取引規制があるため、日本から自由に為替取引できない」や「資本規制があるため、自由に運用・調達ができない」といった規制絡みの問題点を指摘する声が多い。アジア通貨の中では、韓国ウォンやタイバーツに対して「為替の変動が激しい」ことを問題点と感じている企業が多いが、事実上ドルペッグ制に近い為替制度を採用している等の理由により米ドルに対して為替相場が安定している中国元、香港ドル、インドルピー、マレーシアリングや、通貨バスケット制度を採用しているシンガポールドルについてはこうした回答は皆無である。

**結果 3.** 先進国通貨は為替変動の大きさ、アジア通貨は規制の存在が、日本企業の為替リスク管理上の障害となっている。

### 3-3. 為替リスクヘッジ手段

為替のリスクヘッジ手段について、為替市場を通じてどのようなヘッジ手段を利用しているかについてまとめたのが表 3-1 である。

表3-1. 為替市場を通じて行っているヘッジ手段(業種別)

	業種	製造業計	食料品	繊維製品	化学	医薬品	石油・石炭製品	ゴム製品	ガラス・土石製品
サンプル企業数		227	3	9	36	3	1	4	6
何らかのヘッジ手段の利用を回答した企業	全回答数	166	3	8	24	3	1	3	4
	サンプル企業数に対する割合(%)	73.1	100.0	88.9	66.7	100.0	100.0	75.0	66.7
先物為替予約	回答数	158	2	8	24	3	1	2	4
	全回答数に対する割合(%)	95.2	66.7	100.0	100.0	100.0	100.0	66.7	100.0
通貨オプション	回答数	40	1	1	4	0	1	1	2
	全回答数に対する割合(%)	24.1	33.3	12.5	16.7	0.0	100.0	33.3	50.0
その他のデリバティブ	回答数	5	1	0	2	0	0	0	0
	全回答数に対する割合(%)	3.0	33.3	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0

	業種	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器	その他製品
サンプル企業数		6	5	9	40	55	27	15	8
何らかのヘッジ手段の利用を回答した企業	全回答数	4	4	3	33	42	18	9	7
	サンプル企業数に対する割合(%)	66.7	80.0	33.3	82.5	76.4	66.7	60.0	87.5
先物為替予約	回答数	4	4	3	32	38	18	8	7
	全回答数に対する割合(%)	100.0	100.0	100.0	97.0	90.5	100.0	88.9	100.0
通貨オプション	回答数	0	0	1	4	13	7	4	1
	全回答数に対する割合(%)	0.0	0.0	33.3	12.1	31.0	38.9	44.4	14.3
その他のデリバティブ	回答数	0	0	0	0	2	0	0	0
	全回答数に対する割合(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0

表3-2. 為替市場を通じて行っているヘッジ手段(企業階層別)

	連結売上高	大規模 (上位1/3)	中規模 (中位1/3)	小規模 (下位1/3)	海外売上高比率	高 (上位1/3)	中 (中位1/3)	低 (下位1/3)	
サンプル企業数		86	73	68	サンプル企業数	69	71	87	
何らかのヘッジ手段の利用を回答した企業	全回答数	79	51	36	何らかのヘッジ手段の利用を回答した企業	全回答数	58	51	57
	サンプル企業数に対する割合(%)	91.9	69.9	52.9		サンプル企業数に対する割合(%)	84.1	71.8	65.5
先物為替予約	回答数	79	47	32	先物為替予約	回答数	55	49	54
	全回答数に対する割合(%)	100.0	92.2	88.9		全回答数に対する割合(%)	94.8	96.1	94.7
通貨オプション	回答数	27	6	7	通貨オプション	回答数	23	8	9
	全回答数に対する割合(%)	34.2	11.8	19.4		全回答数に対する割合(%)	39.7	15.7	15.8
その他のデリバティブ	回答数	2	2	1	その他のデリバティブ	回答数	1	2	2
	全回答数に対する割合(%)	2.5	3.9	2.8		全回答数に対する割合(%)	1.7	3.9	3.5

製造業全体の全回答数 166 社のうち 73.1%の企業が為替市場において何らかのヘッジ手段を利用している。このうち具体的なヘッジ手段については、為替先物予約を利用している割合が 95.2%と最も高く、通貨オプションは 24.1%、その他デリバティブは 3.0%である。業種別では、医薬品、鉄鋼、非鉄金属はヘッジ手段として先物為替予約のみを利用しているのに対して、電気機器、輸送用機器、精密機器では先物為替予約に加えて通貨オプションを併用している企業の割合が 4 割前後存在する。

為替市場を通じて行っているヘッジ手段について企業階層別（連結売上高及び海外売上高比率）にまとめたのが表 3-2 である。企業規模が大きいほど何らかのヘッジ手段を利用している割合が単調に高くなり、先物為替予約及び通貨オプションを利用する割合も高くなる傾向がある。海外売上高比率を基準としても同様であり、海外売上高が高い企業群ほど、為替市場を通じたヘッジ手段の利用に積極的である。通貨オプションについては、連結売上高が大規模な企業群、あるいは海外売上高比率が最も高い企業群において、その利用割合が大きく上昇している。

**結果 4. 日本企業の約 4 分の 3 が為替市場を通じた何らかのヘッジ手段を利用し、企業規模が大きいほど、海外売上高比率が高いほど、複数のヘッジ手段によって為替リスク管理を行っている。**

次に、主なリスクヘッジの期間については、製造業全体では「3 ヶ月」が 53.2%と最も高く、次いで「半年」が 26.3%となっている（表 3-3）。業種別では、鉄鋼、非鉄金属、金属製品のように「1 ヶ月」から「3 ヶ月」までのヘッジ期間に集中している業種がある一方で、繊維製品、ガラス・土石製品、機械、輸送用機器、精密機器のように「半年」と「それ以上」のリスクヘッジ期間を回答した割合が 4 割以上の業種もある。

また、主なリスクヘッジ期間について企業階層別（連結売上高及び海外売上高比率）にまとめた表 3-4 によると、リスクヘッジ期間と企業階層に明確な関係性は観察されない。

表3-3. 主なリスクヘッジの期間(業種別)

	業種	製造業計	食料品	繊維製品	化学	医薬品	石油・石炭製品	ゴム製品	ガラス・土石製品
何らかのヘッジ手段の利用を回答した企業数		166	3	8	24	3	1	3	4
リスクヘッジの期間を回答した企業	全回答数	156	3	7	23	3	1	3	4
	サンプル企業数に対する割合(%)	94.0	100.0	87.5	95.8	100.0	100.0	100.0	100.0
1ヶ月	回答数	32	0	0	6	1	1	0	0
	全回答数に対する割合(%)	20.5	0.0	0.0	26.1	33.3	100.0	0.0	0.0
3ヶ月	回答数	83	1	4	15	0	0	3	2
	全回答数に対する割合(%)	53.2	33.3	57.1	65.2	0.0	0.0	100.0	50.0
半年	回答数	41	1	3	6	1	0	0	2
	全回答数に対する割合(%)	26.3	33.3	42.9	26.1	33.3	0.0	0.0	50.0
それ以上	回答数	19	1	0	0	1	0	0	0
	全回答数に対する割合(%)	12.2	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0

	業種	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器	その他製品
何らかのヘッジ手段の利用を回答した企業数		4	4	3	33	42	18	9	7
リスクヘッジの期間を回答した企業	全回答数	3	4	3	30	40	17	9	6
	サンプル企業数に対する割合(%)	75.0	100.0	100.0	90.9	95.2	94.4	100.0	85.7
1ヶ月	回答数	2	0	0	3	12	3	2	2
	全回答数に対する割合(%)	66.7	0.0	0.0	10.0	30.0	17.6	22.2	33.3
3ヶ月	回答数	2	3	3	15	23	8	4	0
	全回答数に対する割合(%)	66.7	75.0	100.0	50.0	57.5	47.1	44.4	0.0
半年	回答数	0	0	0	9	10	6	2	1
	全回答数に対する割合(%)	0.0	0.0	0.0	30.0	25.0	35.3	22.2	16.7
それ以上	回答数	0	1	0	4	5	2	2	3
	全回答数に対する割合(%)	0.0	25.0	0.0	13.3	12.5	11.8	22.2	50.0

表3-4. 主なリスクヘッジの期間(企業階層別)

	連結売上高	大規模 (上位1/3)	中規模 (中位1/3)	小規模 (下位1/3)		海外売上高比率	高 (上位1/3)	中 (中位1/3)	低 (下位1/3)
何らかのヘッジ手段の利用を回答した企業		79	51	36	何らかのヘッジ手段の利用を回答した企業		58	51	57
リスクヘッジの期間を回答した企業	全回答数	75	47	34	リスクヘッジの期間を回答した企業	全回答数	55	48	53
	サンプル企業数に対する割合(%)	94.9	92.2	94.4		サンプル企業数に対する割合(%)	94.8	94.1	93.0
1ヶ月	回答数	13	9	10	1ヶ月	回答数	9	13	10
	全回答数に対する割合(%)	16.5	17.6	27.8		全回答数に対する割合(%)	15.5	25.5	17.5
3ヶ月	回答数	45	26	12	3ヶ月	回答数	33	25	25
	全回答数に対する割合(%)	57.0	51.0	33.3		全回答数に対する割合(%)	56.9	49.0	43.9
半年	回答数	20	13	8	半年	回答数	15	11	15
	全回答数に対する割合(%)	25.3	25.5	22.2		全回答数に対する割合(%)	25.9	21.6	26.3
それ以上	回答数	9	3	7	それ以上	回答数	7	3	9
	全回答数に対する割合(%)	11.4	5.9	19.4		全回答数に対する割合(%)	12.1	5.9	15.8



企業が抱える為替リスクのエクスポージャーに対してどのような割合でリスクヘッジを行っているかという割合について、社内ルールがあるかどうか、あるとすればそのヘッジ割合はどのくらいなのかという回答をまとめたのが表 4-1 である。全回答数 212 社のうち、社内ルールがあると回答した企業は 54.2%、無いと回答した企業は 45.8%であり、社内ルールを設定している企業が若干多かった。社内ルールがある場合に、製造業全体でヘッジの割合として最も多く回答されたのが「約 50%」の 41.7%、次いで「ほぼ 100%」の 23.5%である。社内ルールがあると回答した製造業全体で見ると、ヘッジ率が 100%未満の企業の割合は 76.5%であり、多くの企業で為替変動に対するリスクは企業内に残存したままとなっていることが示された。

業種別では、回答数は少ないが食料品、石油・石炭製品、非鉄金属のように全ての企業がリスクヘッジの割合として「ほぼ 100%」を社内ルールとして設定している業種もあれば、繊維製品（全ての企業がヘッジ率「約 50%」）や鉄鋼（全ての企業がヘッジ率「約 30%」）のような半分以下のヘッジ率を社内ルールとして設定している業種もある。

企業階層別では、連結売上高が大きいほど、海外売上高比率が高いほど社内ルールを設けている割合が高い（表 4-2）。

「社内ルールはない」と回答した企業では、相場の見通しに応じて為替リスクのヘッジ割合を変更するとした企業が複数存在する一方、輸出入をバランスさせることによって為替のエクスポージャーそのものを少なくする努力をしているとの回答も存在する。

**結果 5. 約半分の日本企業に為替リスクをヘッジの割合に関する社内ルールが存在し、企業規模が大きいほど、海外売上高比率が高いほど、社内ルールが存在する企業の割合は高い。**

表4-1. 為替リスクのエクスポージャーに対する為替ヘッジの割合(業種別)

		業種	製造業計	食料品	繊維製品	化学	医薬品	石油・石炭製品	ゴム製品	ガラス・土石製品
		全回答数	212	3	9	34	3	1	4	6
1. 社内ルールがある		回答数	115	2	3	21	0	1	3	3
		全回答数に対する割合(%)	54.2	66.7	33.3	61.8	0.0	100.0	75.0	50.0
為替のエクスポージャーに対する為替ヘッジの割合	約30%	回答数	13	0	0	1	0	0	0	1
		割合(%)	11.3	0.0	0.0	4.8		0.0	0.0	33.3
	約50%	回答数	48	0	3	7	0	0	1	2
		割合(%)	41.7	0.0	100.0	33.3		0.0	33.3	66.7
	ほぼ100%	回答数	27	2	0	7	0	1	2	0
		割合(%)	23.5	100.0	0.0	33.3		100.0	66.7	0.0
	その他	回答数	26	0	0	6	0	0	0	0
		割合(%)	22.6	0.0	0.0	28.6		0.0	0.0	0.0
2. 社内ルールはない		回答数	97	1	6	13	3	0	1	3
		全回答数に対する割合(%)	45.8	33.3	66.7	38.2	100.0	0.0	25.0	50.0

		業種	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器	その他製品
		全回答数	6	4	7	39	54	24	12	6
1. 社内ルールがある		回答数	2	1	4	22	29	12	9	3
		全回答数に対する割合(%)	33.3	25.0	57.1	56.4	53.7	50.0	75.0	50.0
為替のエクスポージャーに対する為替ヘッジの割合	約30%	回答数	2	0	0	2	3	1	3	0
		割合(%)	100.0	0.0	0.0	9.1	10.3	8.3	33.3	0.0
	約50%	回答数	0	0	2	13	11	6	2	1
		割合(%)	0.0	0.0	50.0	59.1	37.9	50.0	22.2	33.3
	ほぼ100%	回答数	0	1	0	2	7	2	2	1
		割合(%)	0.0	100.0	0.0	9.1	24.1	16.7	22.2	33.3
	その他	回答数	0	0	2	5	7	3	2	1
		割合(%)	0.0	0.0	50.0	22.7	24.1	25.0	22.2	33.3
2. 社内ルールはない		回答数	4	3	3	17	25	12	3	3
		全回答数に対する割合(%)	66.7	75.0	42.9	43.6	46.3	50.0	25.0	50.0

表4-2. 為替リスクのエクスポージャーに対する為替ヘッジの割合(企業階層別)

		連結売上高	大規模 (上位1/3)	中規模 (中位1/3)	小規模 (下位1/3)	海外売上高比率					
		全回答数	82	68	62	高 (上位1/3)	中 (中位1/3)	低 (下位1/3)			
1. 社内ルールがある		回答数	64	32	19	全回答数	66	67	79		
		全回答数に対する割合(%)	78.0	47.1	30.6	全回答数に対する割合(%)	71.2	53.7	40.5		
為替のエクスポージャーに対する為替ヘッジの割合	約30%	回答数	5	4	4	為替のエクスポージャーに対する為替ヘッジの割合	約30%	回答数	4	5	4
		ルール有りの回答数に対する割合(%)	7.8	12.5	21.1			割合(%)	8.5	13.9	12.5
	約50%	回答数	27	15	6		約50%	回答数	17	14	17
		ルール有りの回答数に対する割合(%)	42.2	46.9	31.6			割合(%)	36.2	38.9	53.1
	ほぼ100%	回答数	15	7	5		ほぼ100%	回答数	12	9	6
		ルール有りの回答数に対する割合(%)	23.4	21.9	26.3			割合(%)	25.5	25.0	18.8
	その他	回答数	16	6	4		その他	回答数	13	8	5
		ルール有りの回答数に対する割合(%)	25.0	18.8	21.1			割合(%)	27.7	22.2	15.6
2. 社内ルールはない		回答数	18	36	43	2. 社内ルールはない		回答数	19	31	47
		全回答数に対する割合(%)	22.0	52.9	69.4			全回答数に対する割合(%)	28.8	46.3	59.5

### 3-4. マリー及びネットティング

前述の為替市場を通じたリスクヘッジ手段とは異なり、マリーやネットティングのように企業内で発生する外貨建て債権債務を相殺させることによって為替のエクスポージャーそのものを減少させるという為替リスク管理手法がある。マリー及びネットティングをどのような外国通貨及び貿易取引に対して行っているかについての回答をまとめたのが表 5-1 である。「マリー及びネットティングを行っている」と回答した企業は、全回答数 222 社の 40.1% であり、企業内の為替リスク管理手法を用いて為替エクスポージャーを軽減している企業は半数以下である。業種別では、電気機器と輸送用機器では「マリー及びネットティングを行っている」と回答する割合が 50%以上に上った。マリー及びネットティングの対象通貨は米ドルが 97.8%と最も高く、次いでユーロ（41.6%）である。機械、電気機器、輸送用機器などの業種では、それ以外の通貨でもマリーやネットティングを行っている企業がある。対象となる貿易取引として最も行われているのは本社・子会社間（85.4%）である。

企業階層別では、企業規模が大規模であるほど、また海外市場へのエクスポージャーの程度が高いほど、「マリー及びネットティングを行っている」と回答した企業の割合が高い。

**結果 6.** 日本企業の約 4 割が為替リスク管理手法としてマリー及びネットティングを採用し、企業規模が大きいほど、海外売上高比率が高いほど、その割合は高い。

表5-1. 為替リスク管理手法としてのマリー及びネットティング(業種別)

		業種	製造業計	食料品	繊維製品	化学	医薬品	石油・石炭製品	ゴム製品	ガラス・土石製品
		全回答数	222	3	9	36	3	1	4	6
1. 行っている		回答数	89	1	4	13	1	0	0	1
		全回答数に対する割合(%)	40.1	33.3	44.4	36.1	33.3	0.0	0.0	16.7
対象通貨	米ドル	回答数	87	1	4	13	1	0	0	1
		割合(%)	97.8	100.0	100.0	100.0	100.0			100.0
	ユーロ	回答数	37	1	0	3	1	0	0	0
		割合(%)	41.6	100.0	0.0	23.1	100.0			0.0
	その他	回答数	8	0	0	0	0	0	0	0
		割合(%)	9.0	0.0	0.0	0.0	0.0			0.0
対象となる貿易取引	本社・子会社間の取引	回答数	76	0	3	11	1	0	0	1
		割合(%)	85.4	0.0	75.0	84.6	100.0			100.0
	その他	回答数	15	1	1	2	0	0	0	0
		割合(%)	16.9	100.0	25.0	15.4	0.0			0.0
2. 行っていない		回答数	133	2	5	23	2	1	4	5
		全回答数に対する割合(%)	59.9	66.7	55.6	63.9	66.7	100.0	100.0	83.3

		業種	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器	その他製品
		全回答数	6	5	9	39	55	25	13	8
1. 行っている		回答数	0	1	1	14	32	14	3	4
		全回答数に対する割合(%)	0.0	20.0	11.1	35.9	58.2	56.0	23.1	50.0
対象通貨	米ドル	回答数	0	1	1	13	32	13	3	4
		割合(%)		100.0	100.0	92.9	100.0	92.9	100.0	100.0
	ユーロ	回答数	0	0	0	10	15	5	2	0
		割合(%)		0.0	0.0	71.4	46.9	35.7	66.7	0.0
	その他	回答数	0	0	0	2	2	4	0	0
		割合(%)		0.0	0.0	14.3	6.3	28.6	0.0	0.0
対象となる貿易取引	本社・子会社間の取引	回答数	0	1	1	14	26	11	3	4
		割合(%)		100.0	100.0	100.0	81.3	78.6	100.0	100.0
	その他	回答数	0	0	0	0	5	6	0	0
		割合(%)		0.0	0.0	0.0	15.6	42.9	0.0	0.0
2. 行っていない		回答数	6	4	8	25	23	11	10	4
		全回答数に対する割合(%)	100.0	80.0	88.9	64.1	41.8	44.0	76.9	50.0

表5-2. 為替リスク管理手法としてのマリー及びネットティング(企業階層別)

		連結売上高	大規模(上位1/3)	中規模(中位1/3)	小規模(下位1/3)	海外売上高比率	高(上位1/3)	中(中位1/3)	低(下位1/3)
		全回答数	85	71	66	全回答数	67	71	84
1. 行っている		回答数	49	23	17	回答数	45	22	22
		全回答数に対する割合(%)	57.6	32.4	25.8	全回答数に対する割合(%)	67.2	31.0	26.2
対象通貨	米ドル	回答数	47	23	17	回答数	44	21	22
		割合(%)	95.9	100.0	100.0	割合(%)	97.8	95.5	100.0
	ユーロ	回答数	25	8	4	回答数	22	6	9
		割合(%)	51.0	34.8	23.5	割合(%)	48.9	27.3	40.9
	その他	回答数	8	0	0	回答数	4	2	2
		割合(%)	16.3	0.0	0.0	割合(%)	8.9	9.1	9.1
対象となる貿易取引	本社・子会社間の取引	回答数	40	22	14	回答数	40	19	17
		割合(%)	81.6	95.7	82.4	割合(%)	88.9	86.4	77.3
	その他	回答数	12	0	3	回答数	7	3	5
		割合(%)	24.5	0.0	17.6	割合(%)	15.6	13.6	22.7
2. 行っていない		回答数	36	48	49	回答数	22	49	62
		全回答数に対する割合(%)	42.4	67.6	74.2	全回答数に対する割合(%)	32.8	69.0	73.8

### 3-5. 為替リスク管理体制

為替リスク管理体制（グローバル一極集中型・地域ごとの集中型・現地法人毎の各社分散型）についての回答結果をまとめたのが表 6-1 である。全回答数 195 社の中で、現地法人毎の各社分散型を採用している企業の割合が 57.9%と最も高く、次いでグローバル一極集中型の 26.2%となっている。業種別では、石油・石炭製品、ゴム製品、ガラス・土石製品、金属製品において現地法人毎の各社分散型と回答した割合が 80%以上と最も高かった。

企業階層別（表 6-2）で見ても、現地法人毎の各社分散型と回答した割合が高い傾向は変わらず、特に企業規模及び海外市場へのエクスポージャーの程度に応じた顕著な差異は観察されない。グローバル一極集中型と回答した中でグローバルなトレジャリーセンター（為替管理統括会社）を採用しているか否かを確認したところ、設置している企業は 1 社のみであった。

**結果 7. 半数以上の日本企業が現地法人毎に為替リスク管理を行う体制を採っている。**

表6-1. 為替リスク管理体制(業種別)

	業種	製造業計	食料品	繊維製品	化学	医薬品	石油・石炭製品	ゴム製品	ガラス・土石製品
	1. グローバルー極集中型	全回答数	195	3	6	32	3	1	3
	回答数	51	1	1	8	2	0	0	1
	全回答数に対する割合(%)	26.2	33.3	16.7	25.0	66.7	0.0	0.0	20.0
2. 地域毎の集中型	回答数	22	0	0	4	0	0	0	0
	全回答数に対する割合(%)	11.3	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
3. 現地法人毎の各社分散型	回答数	113	2	4	20	1	1	3	4
	全回答数に対する割合(%)	57.9	66.7	66.7	62.5	33.3	100.0	100.0	80.0
4. その他	回答数	9	0	1	0	0	0	0	0
	全回答数に対する割合(%)	4.6	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	業種	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器	その他製品
	1. グローバルー極集中型	全回答数	4	5	7	36	48	24	11
	回答数	1	2	0	11	12	8	2	2
	全回答数に対する割合(%)	25.0	40.0	0.0	30.6	25.0	33.3	18.2	28.6
2. 地域毎の集中型	回答数	1	1	0	3	7	0	2	4
	全回答数に対する割合(%)	25.0	20.0	0.0	8.3	14.6	0.0	18.2	57.1
3. 現地法人毎の各社分散型	回答数	1	2	7	17	28	15	7	1
	全回答数に対する割合(%)	25.0	40.0	100.0	47.2	58.3	62.5	63.6	14.3
4. その他	回答数	1	0	0	5	1	1	0	0
	全回答数に対する割合(%)	25.0	0.0	0.0	13.9	2.1	4.2	0.0	0.0

表6-2. 為替リスク管理体制(主要階層別)

	連結売上高	大規模 (上位1/3)	中規模 (中位1/3)	小規模 (下位1/3)	海外売上高比率	高 (上位1/3)	中 (中位1/3)	低 (下位1/3)
	1. グローバルー極集中型	全回答数	82	68	62	全回答数	65	62
	回答数	21	15	15	回答数	17	12	22
	全回答数に対する割合(%)	25.6	22.1	24.2	全回答数に対する割合(%)	26.2	19.4	32.4
2. 地域毎の集中型	回答数	7	8	7	回答数	6	8	8
	全回答数に対する割合(%)	8.5	11.8	11.3	全回答数に対する割合(%)	9.2	12.9	11.8
3. 現地法人毎の各社分散型	回答数	47	38	28	回答数	39	40	34
	全回答数に対する割合(%)	57.3	55.9	45.2	全回答数に対する割合(%)	60.0	64.5	50.0
4. その他	回答数	5	4	0	回答数	3	2	4
	全回答数に対する割合(%)	6.1	5.9	0.0	全回答数に対する割合(%)	4.6	3.2	5.9

## 4. 価格設定行動

### 4-1. 大幅な為替変動時の販売価格への反映

大幅な為替変動があった時に輸出先の販売価格に為替変動を反映させるかどうか、という為替レートのパス・スルー（為替レート変動の輸出価格への転嫁の度合い）に関して、各企業が為替変動に対応して輸出先の販売価格に為替変動を反映させるルールがあるかどうかについての回答をまとめたのが表 7-1 である。全回答数 215 社の中で、「反映させるかどうかはその時々を経営判断による」と回答した割合が 51.2%と最も高く、「反映させるルールがある」と回答したのは 16.7%と少なかった。「反映させることはほとんどない」と回答している企業の割合も 32.1%と全体の 3 分の 1 を占めており、大幅な為替変動があっても容易には価格を変更しない傾向にあることが示された。

企業階層別では、大規模な企業ほど「反映させるルールがある」を回答する割合が高く、「反映させることはほとんどない」を回答する割合が低くなっている（表 7-2）。海外市場へのエクスポージャーの程度で見ても、最も海外売上高の高い企業群において「反映させるルールがある」企業の割合が高くなっている。

次に、為替変動を輸出先への販売価格に反映させる頻度についての回答をまとめたのが表 8-1 である。全回答数 137 社の中で、「半年に一度」が 35%と最も高く、次いで「1年に一度」の 31.4%であった。全体では約 8 割の企業が 1 年以内に価格改定を行っていることになる。

業種別では、輸送用機器は「3 ヶ月に一度」という改定頻度を回答した割合が 38.9%と最も高く、7 割の企業が半年以内に一度、9 割以上の企業が 1 年以内に価格を改定していることが示された。金属製品、機械、電気機器、精密機器も 1 年以内に価格を改定していると回答した企業の割合が 8 割以上と高いが、半年から 1 年以内に一度価格を改訂すると回答した企業の割合が 6 割以上であり、輸送用機器に比べると改訂頻度の期間が長めになっている。繊維製品、ガラス・土石製品は価格改定頻度が「それ以上（一年よりも長い）に一度」と回答している割合が高く、1 年以上に一度価格を改訂すると回答した企業の割合が 6 割以上になっている。価格改定は何らかの製品のモデルチェンジに対応して行われるか、という質問に対しては、繊維製品の 4 割、ガラス・土石製品、電気機械、輸送用機器の 2 割の企業が「価格改定はモデルチェンジに対応して行う」と回答しているが、全体での割合は 16%に留まり、価格改定が必ずしも製品のモデルチェンジのタイミングに対応していないことが示された。

企業階層別では、大規模な企業ほど「3 ヶ月に一度」を回答する割合が高い傾向が認められるが、他の階層との顕著な相違は見られない（表 8-2）。

表7-1. 大幅な為替変動時の本社からの輸出先の販売価格への為替変動の反映(業種別)

	業種	製造業計	食料品	繊維製品	化学	医薬品	石油・石炭製品	ゴム製品	ガラス・土石製品
		全回答数	215	3	7	35	3	1	4
1. 反映させるルールがある	回答数	36	0	0	4	1	0	1	1
	全回答数に対する割合(%)	16.7	0.0	0.0	11.4	33.3	0.0	25.0	16.7
2. 反映させることはほとんどない	回答数	69	0	3	10	2	1	2	0
	全回答数に対する割合(%)	32.1	0.0	42.9	28.6	66.7	100.0	50.0	0.0
3. 反映させるかどうかはその時々 の経営判断による	回答数	110	3	4	21	0	0	1	5
	全回答数に対する割合(%)	51.2	100.0	57.1	60.0	0.0	0.0	25.0	83.3

	業種	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器	その他製品
		全回答数	6	5	9	39	51	25	14
1. 反映させるルールがある	回答数	0	2	1	8	9	6	3	0
	全回答数に対する割合(%)	0.0	40.0	11.1	20.5	17.6	24.0	21.4	0.0
2. 反映させることはほとんどない	回答数	3	3	6	10	20	6	0	3
	全回答数に対する割合(%)	50.0	60.0	66.7	25.6	39.2	24.0	0.0	42.9
3. 反映させるかどうかはその時々 の経営判断による	回答数	3	0	2	21	22	13	11	4
	全回答数に対する割合(%)	50.0	0.0	22.2	53.8	43.1	52.0	78.6	57.1

表7-2. 大幅な為替変動時の本社からの輸出先の販売価格への為替変動の反映(企業階層別)

	連結売上高	大規模 (上位1/3)	中規模 (中位1/3)	小規模 (下位1/3)	海外売上高比率	高 (上位1/3)	中 (中位1/3)	低 (下位1/3)
		全回答数	80	69	66	全回答数	65	68
1. 反映させるルールがある	回答数	18	10	8	回答数	17	4	15
	全回答数に対する割合(%)	22.5	14.5	12.1	全回答数に対する割合(%)	26.2	5.9	18.3
2. 反映させることはほとんどない	回答数	20	31	18	回答数	18	22	29
	全回答数に対する割合(%)	25.0	44.9	27.3	全回答数に対する割合(%)	27.7	32.4	35.4
3. 反映させるかどうかはその時々 の経営判断による	回答数	42	28	40	回答数	30	42	38
	全回答数に対する割合(%)	52.5	40.6	60.6	全回答数に対する割合(%)	46.2	61.8	46.3



表8-1. 為替変動の輸出先の販売価格への反映頻度(業種別)

		業種	製造業計	食料品	繊維製品	化学	医薬品	石油・石炭製品	ゴム製品	ガラス・土石製品
		全回答数	137	3	5	23	1	0	2	4
為替変動の 販売価格への 反映頻度	1. 3ヶ月に一度	回答数	25	1	1	2	0	0	0	0
		全回答数に対する割合(%)	18.2	33.3	20.0	8.7	0.0		0.0	0.0
	2. 半年に一度	回答数	48	0	1	11	0	0	1	1
		全回答数に対する割合(%)	35.0	0.0	20.0	47.8	0.0		50.0	25.0
	3. 1年に一度	回答数	43	2	1	6	1	0	1	2
		全回答数に対する割合(%)	31.4	66.7	20.0	26.1	100.0		50.0	50.0
	4. それ以上	回答数	21	0	2	4	0	0	0	1
		全回答数に対する割合(%)	15.3	0.0	40.0	17.4	0.0		0.0	25.0
為替変動の販売価格への反映を 製品のモデルチェンジに対応して 行う企業		回答数	23	0	2	2	0	0	0	1
		全回答数に対する割合(%)	16.8	0.0	40.0	8.7	0.0		0.0	25.0

		業種	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器	その他製品
		全回答数	0	2	6	25	30	18	12	6
為替変動の 販売価格への 反映頻度	1. 3ヶ月に一度	回答数	0	0	1	4	5	7	2	2
		全回答数に対する割合(%)		0.0	16.7	16.0	16.7	38.9	16.7	33.3
	2. 半年に一度	回答数	0	1	3	11	10	6	2	1
		全回答数に対する割合(%)		50.0	50.0	44.0	33.3	33.3	16.7	16.7
	3. 1年に一度	回答数	0	0	2	6	10	4	6	2
		全回答数に対する割合(%)		0.0	33.3	24.0	33.3	22.2	50.0	33.3
	4. それ以上	回答数	0	1	0	4	5	1	2	1
		全回答数に対する割合(%)		50.0	0.0	16.0	16.7	5.6	16.7	16.7
為替変動の販売価格への反映を 製品のモデルチェンジに対応して 行う企業		回答数	0	0	0	2	7	4	2	3
		全回答数に対する割合(%)		0.0	0.0	8.0	23.3	22.2	16.7	50.0

表8-2. 為替変動の輸出先の販売価格への反映頻度(企業階層別)

		連結売上高	大規模 (上位1/3)	中規模 (中位1/3)	小規模 (下位1/3)	海外売上高比率	高 (上位1/3)	中 (中位1/3)	低 (下位1/3)
		全回答数	52	39	46	全回答数	46	43	48
為替変動の 販売価格への 反映頻度	1. 3ヶ月に一度	回答数	12	7	6	回答数	11	9	5
		全回答数に対する割合(%)	23.1	17.9	13.0	全回答数に対する割合(%)	23.9	20.9	10.4
	2. 半年に一度	回答数	18	14	16	回答数	16	14	18
		全回答数に対する割合(%)	34.6	35.9	34.8	全回答数に対する割合(%)	34.8	32.6	37.5
	3. 1年に一度	回答数	15	12	16	回答数	12	17	14
		全回答数に対する割合(%)	28.8	30.8	34.8	全回答数に対する割合(%)	26.1	39.5	29.2
	4. それ以上	回答数	7	6	8	回答数	7	3	11
		全回答数に対する割合(%)	13.5	15.4	17.4	全回答数に対する割合(%)	15.2	7.0	22.9
為替変動の販売価格への反映を 製品のモデルチェンジに対応して 行う企業		回答数	6	4	13	回答数	11	6	6
		全回答数に対する割合(%)	11.5	10.3	28.3	全回答数に対する割合(%)	23.9	14.0	12.5

#### 4-2. 2008 年度の大幅な為替変動

2008 年度の大幅な為替変動に対応して価格改定を行ったかどうかについての回答をまとめたのが表 9-1 である。全回答数 209 社の中で「価格改定を行った」のは 43.1%であり、世界的な金融危機によって対米ドル相場では約 20%の円高が進行した局面においても「価格改定を行わなかった」企業が過半数 (56.9%) に上った。価格改定の対象となった通貨は、米ドルが 84.4%と最も高く、次いでユーロの 47.8%となっている。業種別では、繊維製品、化学、機械、精密機器で 5 割以上の企業が改訂を行っているのに対して、医薬品、石油・石炭製品、鉄鋼では回答した全ての企業が価格改定を行っていない。繊維製品、機械、電気機器ではユーロに対して価格改定を行った企業が 6 割以上ある。その他通貨に対して「価格改定を行った」と回答した割合が最も高かったのは、輸送用機器の 41.7%であったが、全体としては 15.6%に留まった。

企業階層別では、企業規模が大きくなるほど、海外売上高比率が高くなるほど、「価格改定を行った」と回答する割合が単調に高くなる傾向がある (表 9-2)。価格改定を行った「その他通貨」としては、英ポンド、豪ドル、中国元が複数企業によって挙げられている。貿易上取り扱っている全ての通貨について「価格改定を行った」と回答した企業も存在した。

**結果 8. 多くの日本企業は大幅な為替変動を輸出先の販売価格に反映させていない。ただし、企業規模が大きいほど、海外売上高比率が高いほど、反映させる企業の割合は高い。**

表9-1. 2008年度の大幅な為替変動における価格改定の実績(業種別)

		業種	製造業計	食料品	繊維製品	化学	医薬品	石油・石炭製品	ゴム製品	ガラス・土石製品
		全回答数	209	3	7	34	3	1	4	6
1. 価格改定を行った企業		回答数	90	1	4	19	0	0	1	1
		全回答数に対する割合(%)	43.1	33.3	57.1	55.9	0.0	0.0	25.0	16.7
対象となった通貨	米ドル	回答数	76	1	4	14	0	0	1	1
		割合(%)	84.4	100.0	100.0	73.7			100.0	100.0
	ユーロ	回答数	43	0	3	10	0	0	0	0
		割合(%)	47.8	0.0	75.0	52.6			0.0	0.0
	その他	回答数	14	0	0	3	0	0	0	0
		割合(%)	15.6	0.0	0.0	15.8			0.0	0.0
2. 価格改定を行わなかった企業		回答数	119	2	3	15	3	1	3	5
		全回答数に対する割合(%)	56.9	66.7	42.9	44.1	100.0	100.0	75.0	83.3

		業種	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器	その他製品
		全回答数	6	5	8	36	50	25	14	7
1. 価格改定を行った企業		回答数	0	2	3	18	16	12	8	5
		全回答数に対する割合(%)	0.0	40.0	37.5	50.0	32.0	48.0	57.1	71.4
対象となった通貨	米ドル	回答数	0	1	3	16	15	10	6	4
		割合(%)		50.0	100.0	88.9	93.8	83.3	75.0	80.0
	ユーロ	回答数	0	1	0	11	10	5	3	0
		割合(%)		50.0	0.0	61.1	62.5	41.7	37.5	0.0
	その他	回答数	0	0	0	2	1	5	1	2
		割合(%)		0.0	0.0	11.1	6.3	41.7	12.5	40.0
2. 価格改定を行わなかった企業		回答数	6	3	5	18	34	13	6	2
		全回答数に対する割合(%)	100.0	60.0	62.5	50.0	68.0	52.0	42.9	28.6

表9-2. 2008年度の大幅な為替変動における価格改定の実績(企業階層別)

		連結売上高	大規模 (上位1/3)	中規模 (中位1/3)	小規模 (下位1/3)	海外売上高比率	高 (上位1/3)	中 (中位1/3)	低 (下位1/3)
		全回答数	77	67	65	全回答数	62	67	80
1. 価格改定を行った企業		回答数	41	25	24	回答数	32	28	30
		全回答数に対する割合(%)	53.2	37.3	36.9	全回答数に対する割合(%)	51.6	41.8	37.5
対象となった通貨	米ドル	回答数	35	21	20	回答数	30	22	24
		割合(%)	85.4	84.0	83.3	割合(%)	93.8	78.6	80.0
	ユーロ	回答数	27	7	9	回答数	18	14	11
		割合(%)	65.9	28.0	37.5	割合(%)	56.3	50.0	36.7
	その他	回答数	8	3	3	回答数	5	5	4
		割合(%)	19.5	12.0	12.5	割合(%)	15.6	17.9	13.3
2. 価格改定を行わなかった企業		回答数	36	42	41	回答数	30	39	50
		全回答数に対する割合(%)	46.8	62.7	63.1	全回答数に対する割合(%)	48.4	58.2	62.5

## 5. インボイス通貨選択状況

### 5-1. 日本から世界全体向け輸出におけるインボイス通貨シェア

本社の立地している日本から世界全体向け輸出におけるインボイス通貨別シェアについて、製造業全体及び業種別の平均値としてまとめたのが表 10-1 である。製造業の全回答数 217 社の通貨別シェアの平均値は、円建てが 48.2%と最も高く、次いで米ドル建て(42.1%)、ユーロ建て(7.1%)、その他通貨建て(2.7%)である。業種別で円建ての割合が高いのはガラス・土石製品(57.2%)、金属製品(57.2%)、輸送用機器(56.3%)、機械(56.2%)である。米ドル建ての割合が高いのは石油・石炭製品(100%)、非鉄金属(70.4%)、鉄鋼(63.5%)、ゴム製品(54.3%)であり、一次産品を取り扱っている業種で米ドル建てが高くなる傾向がある。医薬品、機械、電気機器、輸送用機器、精密機器ではユーロ建てとその他通貨建てのシェアの合計が 1 割を越えており多種類のインボイス通貨が使用されていることが分かる。

表10-1. 日本から世界全体向け輸出におけるインボイス通貨のシェア(業種別)

業種	製造業計	食料品	繊維製品	化学	医薬品	石油・石炭製品	ゴム製品	ガラス・土石製品
回答数	217	2	7	36	3	1	4	6
通貨別 シェア	円建て	48.2	50.0	50.0	50.4	0.0	38.0	57.2
	米ドル建て	42.1	50.0	41.3	41.0	100.0	54.3	40.8
	ユーロ建て	7.1	0.0	3.7	7.7	0.0	7.5	1.0
	その他通貨建て	2.7	0.0	5.0	0.9	10.0	0.0	1.0

業種	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	機械	電気機器	輸送用機器	精密機器	その他製品
回答数	6	5	9	38	51	27	14	8
通貨別 シェア	円建て	35.7	23.6	57.2	56.2	38.8	44.4	53.9
	米ドル建て	63.5	70.4	41.7	29.7	50.7	44.3	38.3
	ユーロ建て	0.0	5.0	1.0	11.0	8.2	9.0	5.3
	その他通貨建て	0.8	1.0	0.1	3.2	2.5	5.9	2.6

企業階層別(連結売上高及び海外売上高比率)では、小規模企業ほど「円建て」を回答する割合が高く、大規模企業ほど「米ドル建て」と「ユーロ建て」を回答する割合が高い(表 10-2)。一方、海外売上高比率とインボイス通貨別シェアの明確な関係は観察できない。

**結果 9.** 日本からの輸出総額の大半は円建て取引と米ドル建て取引であり、次いでユーロ建て取引が用いられている。企業規模が大きいほど円建てシェアは低く、米ドル建て、ユーロ建て、その他通貨建てシェアは高い。

表10-2. 日本から世界全体向け輸出におけるインボイス通貨のシェア(企業階層/主要業種別)

回答企業の平均値

回答企業数	連結売上高			海外売上高比率		
	大規模 (上位1/3)	中規模 (中位1/3)	小規模 (下位1/3)	高 (上位1/3)	中 (中位1/3)	低 (下位1/3)
	80	70	67	64	70	83
円建て						
製造業計	38.1	50.0	58.3	41.2	52.2	50.2
化学	33.1	54.2	66.8	52.1	50.1	49.8
機械	36.8	73.8	56.5	47.5	67.3	55.0
電気機器	25.7	36.5	54.3	25.1	48.9	50.7
輸送用機器	49.0	71.9	56.6	47.5	47.0	77.9
精密機器	29.8	40.4	55.0	43.8	63.5	21.3
米ドル建て						
製造業計	47.8	41.7	35.8	45.5	39.0	42.1
化学	55.9	38.7	25.9	39.4	41.7	40.9
機械	41.0	18.0	31.1	31.3	19.8	35.8
電気機器	59.2	51.4	41.5	62.4	41.8	40.7
輸送用機器	35.3	23.4	41.2	40.2	38.0	19.5
精密機器	42.6	51.6	39.2	37.8	27.3	73.8
ユーロ建て						
製造業計	10.5	5.1	5.2	11.0	5.7	5.3
化学	10.5	5.1	7.3	8.4	6.4	9.2
機械	17.5	5.8	10.1	18.5	9.6	5.9
電気機器	12.8	7.8	3.8	10.3	6.8	6.2
輸送用機器	6.1	2.7	2.1	7.0	4.4	1.3
精密機器	25.4	3.0	5.8	16.8	8.5	0.0
その他通貨建て						
製造業計	3.7	3.3	0.7	2.5	3.0	2.5
化学	0.6	2.1	0.0	0.1	1.8	0.1
機械	4.7	2.4	2.5	3.0	3.3	3.2
電気機器	2.3	4.9	0.3	2.6	2.6	2.4
輸送用機器	9.6	2.0	0.1	5.3	10.6	1.3
精密機器	2.2	5.0	0.0	1.6	0.7	5.0

## 5-2. 各国・地域向け輸出におけるインボイス通貨シェア

次に、本社の立地する日本からの輸出先となる各国・地域別のインボイス通貨別シェアの回答結果を報告する。日本から欧米各国（地域）向け輸出（大洋州・アフリカ向け輸出を含む）におけるインボイス通貨選択状況は表 11-1～表 11-3 に、日本からアジア各国向け輸出におけるインボイス通貨選択状況は表 12-1～表 12-3 にまとめられている。

### 欧米・その他各国（地域）向け輸出におけるインボイス別通貨シェア

表 11-1 は、本社（日本）から米州（米国、カナダ、メキシコ、ブラジル）、欧州（ユーロ圏、英国、ロシア、東欧諸国）、及びその他地域（オーストラリア、ニュージーランド、アフリカ諸国）への輸出について、回答企業が当該国（地域）と取引関係のある場合に、使用されているインボイス通貨の通貨別シェアを、回答企業のサンプル平均値として製造業全体と主要業種別（化学、機械、電気機器、輸送用機器、精密機器）に一覧したものである。

日本からの米国向け輸出については、全 227 社の回答企業のうち 168 社（全回答数の 74%）からインボイス通貨の通貨別シェアについての回答が得られた。製造業全体で、米国向け輸出の 77.9%が米ドル建てで行われており、円建ての割合は 21.8%であった。これに対して、ユーロ建てやその他通貨建ての割合はゼロである。業種別にみると、化学、電気機器、輸送用機器において米ドル建ての割合が 80%を超え、円建ての割合が 10%後半に留まる一方で、機械と精密機器においては米ドル建てが 75%未満に留まり、円建てが 25%前後となっている。

ユーロ圏向け輸出については米国向けに次ぐ回答数（133 社・全回答数の 58%）が得られた。製造業全体で、ユーロ圏向け輸出の 51%がユーロ建てで取引されている。円建ては 35.3%であり、米ドル建ては 13.6%に留まっている。その他通貨建てのシェアは 1%未満である。主要業種別にみると、化学と機械においてユーロ建ての割合が約 60%に達しているが、精密機器は約 30%に留まっている。これとは対照的に、円建ての割合は精密機器において約 60%に達しており、ユーロ建ての割合（30%）を大きく上回っている。その他の主要業種ではユーロが最大のシェアを占めている。

以上の結果は、米ドルとユーロという主要通貨を持つ米国とユーロ圏に対しては、日本企業は相手国通貨をインボイス通貨として選択する傾向が顕著であることを示している。

次に、米ドルとユーロ以外の主要通貨を持つ先進国としてカナダ（回答数 50 社）、英国（同 65 社）、オーストラリア（同 70 社）に着目すると、相手国通貨建て取引はある程度の割合（20～30%前後）で行われている。しかし、カナダやオーストラリア向け輸出では円建てや米ドル建ての割合が大きく、両通貨の割合は相手国通貨（カナダドル・豪ドル）建ての割合を上回っている。英国向け輸出においても同様に、円建ての割合が英ポンド建ての割合を若干上回っている。

最後に、新興市場国であるメキシコ、ブラジル、ロシア、発展途上地域である中南米諸国やアフリカ諸国、さらに先進国ではあるが経済規模が比較的小さいニュージーランド向けの輸出では、相手国通貨建て輸出はほとんど行われていない。メキシコ向けでは米ドルの割合が66%に達しているものの、他の地域では円建て輸出の割合が約50%~60%台半ばの割合を占め、円が最も使用されるインボイス通貨となっている。

表11-1. 日本から欧米各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況(主要業種別)

回答企業の平均値

単位:%

	輸出先											
	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーランド	アフリカ諸国
回答企業数	168	50	36	51	39	133	65	34	40	70	37	35
A. 円建て												
製造業計	21.8	29.2	34.0	50.3	50.3	35.3	35.0	63.0	58.9	52.5	56.5	63.3
化学	16.1	27.3	14.3	16.7	40.4	28.6	22.7	30.3	50.0	45.2	46.1	2.3
機械	23.9	25.5	55.0	46.7	56.3	38.4	36.4	79.9	65.6	61.0	66.7	81.4
電気機器	17.0	25.8	35.0	60.4	50.5	33.5	33.7	74.8	79.2	56.4	61.4	74.0
輸送用機器	18.5	37.9	45.0	46.6	69.6	36.6	46.8	73.8	47.0	50.0	80.0	82.8
精密機器	28.5	42.4	50.0	96.1	75.0	61.7	50.0	75.0	66.7	97.2	66.7	66.7
B. 米ドル建て												
製造業計	77.9	48.2	66.0	45.6	45.1	13.6	18.5	29.7	13.1	29.1	32.6	34.7
化学	83.9	55.0	85.7	68.3	59.6	8.6	21.4	69.8	16.7	48.6	41.4	96.7
機械	74.8	46.8	45.0	51.7	43.8	2.1	0.0	16.7	0.0	20.8	16.7	14.3
電気機器	83.4	66.3	65.0	39.6	27.0	22.2	25.3	25.3	11.0	33.9	38.6	23.0
輸送用機器	81.5	32.9	55.0	40.9	30.4	13.9	9.1	16.7	0.0	0.0	0.0	15.8
精密機器	71.5	33.4	50.0	3.9	25.0	8.3	0.0	0.0	0.0	2.8	33.3	33.3
C. ユーロ建て												
製造業計	0.3	1.7	0.0	4.1	4.6	51.0	15.7	8.4	28.0	1.3	0.0	2.0
化学	0.0	10.3	0.0	15.0	0.0	62.1	19.5	0.0	33.3	0.0	0.0	1.0
機械	1.3	0.0	0.0	1.7	0.0	59.0	25.6	3.4	34.4	2.8	0.0	4.3
電気機器	0.0	0.0	0.0	0.0	22.5	44.7	13.2	0.0	9.8	3.7	0.0	3.0
輸送用機器	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	49.1	17.3	9.5	52.8	0.0	0.0	1.3
精密機器	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30.0	50.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
D. 相手国通貨建て												
製造業計	---	20.0	0.0	0.0	0.0	---	32.1	0.0	0.0	18.5	2.7	0.0
化学	---	7.5	0.0	0.0	0.0	---	36.4	0.0	0.0	6.2	0.0	0.0
機械	---	27.7	0.0	0.0	0.0	---	38.0	0.0	0.0	15.4	0.0	0.0
電気機器	---	7.9	0.0	0.0	0.0	---	31.7	0.0	0.0	12.1	0.0	0.0
輸送用機器	---	29.3	0.0	0.0	0.0	---	26.8	0.0	0.3	50.0	0.0	0.0
精密機器	---	9.2	0.0	0.0	0.0	---	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
E. その他通貨建て												
製造業計	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	8.2	0.0
化学	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0
機械	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0
電気機器	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
輸送用機器	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
精密機器	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

表 11-2 は、表 11-1 と同じ回答結果を連結売上高に基づく企業規模別に分類し、算出されたインボイス通貨別シェアのサンプル平均値を示している。

表 11-2 における第一の特徴は、企業規模が大規模なほど円建て取引の割合が小さい傾向が顕著なことである。米州における全ての国地域、ユーロ圏、オーストラリア、そしてアフリカ諸国向け輸出においては、企業規模が大規模になるにつれて円建て取引のシェアが単調減少している。その他の英国、ロシア、東欧諸国、ニュージーランド向け輸出においても大規模・中規模企業の円建て取引の割合は小規模企業と比べて大きく減少している。

第二の特徴は、主要通貨を持つ先進国（地域）向け輸出において、企業規模が大規模になるほど相手国通貨建て取引の割合が大きくなる傾向が顕著なことである。特に、米国、ユーロ圏、オーストラリア向け輸出においては、企業規模が大規模になるにつれて相手国通貨建て取引のシェアが単調に増加している。カナダと英国向け輸出についても大規模・中規模企業の相手国通貨建て取引の割合は小規模企業と比べて大きく増加している。

第三に、米国以外の米州（カナダ、メキシコ、ブラジル、中南米諸国）向け輸出においては、企業規模が大規模になるにつれて、米ドル建て取引のシェアが単調に増加している。ロシア、オーストラリア、ニュージーランド、アフリカ諸国向け輸出についても大規模企業の米ドル建てシェアは小規模企業のそれを大きく上回る傾向がある。

表 11-3 も同様に、表 11-1 と同じ回答結果を連結売上高に基づく海外売上高比率別に分類し、算出されたインボイス通貨別シェアのサンプル平均値を示している。表 11-2 の企業規模別とは対照的に、海外売上高比率の各階層とインボイス通貨別シェアの明確な関係性は観察できない。

**結果 10.** 日本から米国及びユーロ圏向け輸出においては、概ね相手国通貨が選択されている。その他の先進国向けでも、相手国通貨は円に次いで選択されている。企業規模が大きいほど、円建てシェアは低く、相手国通貨建て及び米ドル建てシェアは高い。



表11-2. 日本から欧米各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況(企業規模別)

回答企業の平均値

		輸出先											単位:%
		米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーランド	アフリカ諸国
回答企業数		168	50	36	51	39	133	65	34	40	70	37	35
A. 円建て													
	大規模	16.0	13.7	23.0	37.6	41.7	29.7	30.5	58.8	52.0	42.6	54.3	61.5
	中規模	23.9	45.0	45.7	60.0	55.6	30.1	17.7	37.5	46.8	50.3	33.2	62.5
	小規模	26.5	61.4	57.1	80.0	71.6	49.2	65.0	90.0	88.9	84.6	80.0	75.0
B. 米ドル建て													
	大規模	83.5	59.6	77.0	61.7	54.7	11.4	12.7	30.1	12.5	30.6	32.4	35.4
	中規模	76.1	30.0	54.3	30.0	44.4	16.4	30.0	50.0	15.9	41.4	66.8	37.5
	小規模	72.9	29.5	42.9	11.0	14.4	13.9	21.4	11.1	11.1	7.7	7.5	25.0
C. ユーロ建て													
	大規模	0.7	2.7	0.0	0.6	3.6	58.8	23.6	11.1	35.5	2.4	0.0	3.1
	中規模	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	53.2	10.7	12.5	37.3	0.0	0.0	0.0
	小規模	0.0	0.0	0.0	9.0	14.0	36.9	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
D. 相手国通貨建て													
	大規模	---	22.6	0.0	0.0	0.0	---	35.7	0.0	0.1	25.9	0.0	0.0
	中規模	---	25.0	0.0	0.0	0.0	---	41.7	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0
	小規模	---	9.1	0.0	0.0	0.0	---	12.9	0.0	0.0	7.7	12.5	0.0
E. その他通貨建て													
	大規模	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	13.3	0.0
	中規模	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	小規模	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

表11-3. 日本から欧米各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況(海外売上高比率別)

回答企業の平均値

単位:%

	輸出先											
	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーランド	アフリカ諸国
回答企業数	168	50	36	51	39	133	65	34	40	70	37	
A. 円建て												
高	15.8	26.3	50.7	42.5	60.8	29.2	35.9	68.5	66.8	54.2	79.0	70.7
中	25.4	24.5	14.7	46.8	38.2	40.4	28.2	43.4	47.1	44.0	39.9	58.9
低	23.5	39.3	42.2	71.4	49.3	36.2	44.1	79.8	63.6	60.7	58.3	61.5
B. 米ドル建て												
高	83.7	54.3	49.3	52.2	32.2	18.3	14.0	27.3	8.5	16.8	11.0	22.5
中	74.6	45.1	85.3	48.0	54.4	13.2	23.0	39.9	18.9	36.9	46.4	40.8
低	76.0	46.4	57.8	28.6	50.7	9.0	17.7	20.2	11.5	32.5	33.3	38.5
C. ユーロ建て												
高	0.9	0.0	0.0	5.2	7.0	52.1	18.0	7.0	24.7	1.7	0.0	6.8
中	0.0	4.1	0.0	5.3	7.5	46.4	19.8	16.7	33.9	1.5	0.0	0.3
低	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	54.8	6.2	0.0	24.8	0.7	0.0	0.0
D. 相手国通貨建て												
高	---	19.3	0.0	0.0	0.0	---	35.9	0.0	0.1	27.3	0.0	0.0
中	---	24.3	0.0	0.0	0.0	---	29.0	0.0	0.0	17.7	6.7	0.0
低	---	14.3	0.0	0.0	0.0	---	32.1	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0
E. その他通貨建て												
高	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0
中	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.0	0.0
低	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0

## アジア各国向け輸出におけるインボイス通貨別シェア

表 12-1 は、表 11-1 と同様に、本社（日本）からアジア各国（中国、韓国、台湾、香港、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、インド、中東諸国）について、回答企業が当該国（地域）と取引関係のある場合に、使用されているインボイス通貨の通貨別シェアを、回答企業のサンプル平均値として製造業全体と主要業種（化学、機械、電気機器、輸送用機器、精密機器）に一覧したものである。

アジアにおける日本企業の最大の輸出先である中国向け輸出については、全 227 社の回答企業のうち 174 社（76%）からインボイス通貨の通貨別シェアについての回答が得られた。製造業全体で、中国向け輸出における使用通貨はほぼ円と米ドルのみであり、相手国通貨である元は 1%程度に留まり、ほとんど使用されていない。円建てのシェアは 55.4%を占め、米ドル建てのシェア（43.7%）を上回っている。業種別にみると、機械と輸送用機器において円建ての割合が 80%前後に達している一方で、化学、電気機器、精密機器では 5割前後に留まっている。米ドル建てのシェアは、電気機器（57.0%）と化学（47.7%）において高い。日本からの中国向け輸出において元建て取引はほとんど行われていないものの、輸送用機器の元建てのシェアが 7.6%と比較的高い。

中国に次いで日本企業の輸出先として多くの回答が得られたのは、台湾（150 社、全回答企業の 66%）、韓国（142 社、同 62%）、そしてタイ（122 社、同 53%）である。これに、香港、シンガポール、マレーシア、インドネシアが続いている。中国と同様に、これらのアジア各国に対しても相手国通貨建て取引のシェアは小さい。タイ向け輸出においてタイパーツ建てが 9.4%に達している他は、相手国通貨建てのシェアは概ね 5%未満に留まっている。業種別にみると、中国向け輸出と同様に、輸送用機器における相手国通貨建て取引のシェアが顕著に高く、特に韓国、タイ、インドネシア向け輸出においては 20%前後である。

以上の結果をまとめると、回答企業のアジア各国向け輸出における使用通貨の大半は円と米ドルである。円建て取引のシェアが概ね 60%超であるのに対して、米ドル建てのシェアは概ね 20%～40%前後となっている。製造業全体で、米ドル建てのシェアが円建てを上回るのは香港向け輸出のみである。

表12-1. 日本からアジア各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況(主要業種別)

回答企業の平均値

単位:%

	輸出先											
	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
	174	142	150	106	103	122	94	84	71	61	72	63
A. 円建て												
製造業計	55.4	69.0	62.5	45.6	56.9	60.1	56.1	61.6	63.0	64.9	76.3	51.9
化学	52.3	53.4	51.9	40.3	62.9	64.7	46.4	47.8	50.1	62.0	44.8	21.9
機械	80.4	89.3	84.2	66.2	79.7	75.5	79.1	85.0	76.8	91.3	98.8	68.4
電気機器	42.3	59.8	53.4	37.4	37.1	49.0	43.7	55.5	46.2	53.0	81.0	37.0
輸送用機器	76.5	66.7	81.5	43.9	80.3	58.6	60.4	58.4	83.4	78.0	77.7	86.7
精密機器	56.2	66.6	69.9	50.2	70.7	92.6	79.0	83.3	97.5	82.3	85.8	66.7
B. 米ドル建て												
製造業計	43.7	25.5	35.3	49.4	37.8	30.4	42.4	33.8	35.8	35.1	21.2	42.7
化学	47.7	37.9	46.3	59.7	36.5	28.8	53.6	52.2	49.9	38.0	55.2	73.1
機械	23.7	9.1	17.2	13.8	11.9	10.8	20.9	15.0	24.7	8.7	1.3	26.8
電気機器	57.0	35.3	43.3	62.5	58.4	42.6	51.5	39.2	53.8	47.0	15.1	61.6
輸送用機器	16.0	8.3	9.2	44.4	4.5	21.0	39.6	22.3	1.3	22.0	14.6	4.7
精密機器	38.1	33.4	30.1	37.0	29.3	7.5	21.0	16.7	2.5	17.7	14.2	25.0
C. ユーロ建て												
製造業計	0.5	1.1	0.3	0.0	0.5	0.2	0.3	0.6	0.0	0.0	1.1	4.2
化学	0.0	2.9	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0
機械	0.0	0.9	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4
電気機器	0.7	0.1	0.0	0.0	0.1	0.5	0.8	2.6	0.0	0.0	3.8	0.5
輸送用機器	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7
精密機器	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3
D. 相手国通貨建て												
製造業計	1.3	4.5	2.4	4.8	4.8	9.4	1.1	4.0	1.4	0.0	1.4	2.4
化学	0.0	5.8	0.1	0.0	0.0	6.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
機械	1.6	0.7	0.0	20.1	6.7	13.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1
電気機器	0.0	4.8	3.4	0.1	4.4	7.8	4.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.8
輸送用機器	7.6	25.0	9.2	11.8	13.6	20.2	0.1	19.3	12.5	0.0	7.7	5.0
精密機器	0.0	0.0	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
E. その他通貨建て												
製造業計	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.3
化学	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
機械	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4
電気機器	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
輸送用機器	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0
精密機器	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

表12-2は、表12-1と同じ回答結果を連結売上高によって企業規模別に分類して算出されたインボイス通貨別シェアのサンプル平均値を示している。

表12-2における第一の特徴は、企業規模が大規模なほど円建て取引の割合が小さい傾向が顕著なことである。マレーシアを除くアジアの全ての国(地域)において、企業規模が大規模になるにつれて円建て取引のシェアが単調に減少している。マレーシア向け輸出においても大規模企業の円建て取引の割合は小規模企業と比べて大きく減少している。

第二の特徴は、円建て取引のシェアとは対照的に、企業規模が大規模になるほど米ドル建て取引の割合が大きくなる傾向が顕著なことである。シンガポールとマレーシアを除く全ての国（地域）において、企業規模が大規模になるにつれて米ドル建て取引のシェアが単調に増加している。シンガポールとマレーシア向け輸出についても大規模企業の相手国通貨建て取引の割合は小規模企業と比べて大きく増加している。

第三に、表 11-1 において主要通貨を持つ先進国向け輸出で観察された企業規模が大規模になるにつれて相手国通貨建て取引のシェアが増加する傾向は、アジア各国向け取引では全く観察されない。

表 12-3 は、回答結果を海外売上高比率別に分類し、算出されたインボイス通貨別シェアのサンプル平均値を示している。表 12-2 の企業規模別とは対照的に、海外売上高比率の各階層とインボイス通貨別シェアの明確な関係性は観察できない。

**結果 11.** 日本からアジア各国向け輸出においては、円と米ドルが選択されている。アジア各国通貨はほとんど選択されていない。企業規模が大きいほど、円建てシェアは低く、相手国通貨建て及び米ドル建てシェアは高い。

表12-2. 日本からアジア各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況(企業規模別)

回答企業の平均値

	輸出先												単位:%
	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸 国	
	174	142	150	106	103	122	94	84	71	61	72	63	
A. 円建て													
大規模	45.3	62.5	53.3	33.3	52.0	54.7	51.1	53.3	52.6	67.9	68.6	41.5	
中規模	60.5	68.9	63.0	44.5	54.0	57.3	45.7	66.7	64.7	41.9	81.3	50.3	
小規模	63.4	78.9	75.2	68.3	70.5	75.5	84.1	74.9	82.4	80.9	91.0	73.4	
B. 米ドル建て													
大規模	52.4	32.8	42.6	61.9	42.6	35.4	48.4	41.0	43.9	32.1	29.4	49.4	
中規模	40.9	25.8	35.7	46.7	43.1	32.5	50.7	27.5	35.3	58.1	18.7	49.1	
小規模	34.2	13.8	24.0	30.7	21.2	16.7	15.4	25.1	18.8	19.1	1.9	23.4	
C. ユーロ建て													
大規模	0.4	0.5	0.0	0.0	1.0	0.4	0.5	1.2	0.0	0.0	2.1	6.7	
中規模	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	
小規模	1.2	1.9	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	
D. 相手国通貨建て													
大規模	3.2	4.2	4.1	4.7	4.2	9.5	0.0	4.5	2.9	0.0	0.0	4.9	
中規模	0.0	4.2	2.1	8.9	2.9	10.1	3.6	5.8	0.0	0.0	0.0	0.0	
小規模	0.0	5.4	0.4	0.0	8.4	7.8	0.0	0.1	0.0	0.0	7.1	0.0	
E. その他通貨建て													
大規模	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	0.6	
中規模	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
小規模	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

表12-3. 日本からアジア各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況(海外売上高比率別)

回答企業の平均値

単位:%

	輸出先											
	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
A. 円建て	174	142	150	106	103	122	94	84	71	61	72	63
高	46.6	65.0	58.2	32.4	42.7	67.1	50.6	63.3	61.0	65.3	87.6	69.4
中	61.9	73.0	68.3	48.3	59.2	54.2	50.5	54.2	64.6	69.8	71.2	45.7
低	57.3	68.2	61.1	59.2	71.1	60.0	68.1	68.9	63.5	58.9	70.7	49.8
B. 米ドル建て												
高	53.5	29.2	40.5	62.7	48.7	28.7	49.0	31.9	35.5	34.7	12.4	22.8
中	35.4	22.5	32.3	46.4	37.4	29.5	48.8	38.8	35.4	30.2	26.3	46.2
低	42.8	25.3	33.3	35.6	25.1	32.7	28.6	29.3	36.5	41.1	23.4	48.7
C. ユーロ建て												
高	0.0	0.6	0.0	0.0	1.3	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0
中	1.4	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	1.5	0.0	0.0	2.5	7.3
低	0.1	2.5	0.8	0.0	0.1	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7
D. 相手国通貨建て												
高	0.9	5.2	2.1	4.9	7.3	3.9	0.0	4.8	4.2	0.0	0.0	10.4
中	2.1	4.4	0.1	5.4	3.1	16.3	0.0	5.5	0.0	0.0	0.0	0.8
低	0.9	4.0	4.8	4.0	3.8	7.0	3.3	1.8	0.0	0.0	5.9	0.0
E. その他通貨建て												
高	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0
中	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
低	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8

### 5-3. 輸出ルート別インボイス通貨選択

#### 輸出ルート別シェア

アンケート調査では、日本からの各国（地域）向け輸出が、どのような取引によって輸出されているのかについて、5種類の輸出ルート（①現地法人（生産拠点）向け・②現地法人（販売拠点）向け、③資本関係のない現地の代理店向け、④日本の商社経由、⑤その他の資本関係のない顧客向け）を示し、各輸出ルート別の取引額が当該国（地域）向けの輸出総額に占めるシェア（割合）についての回答を求めた。このうち①と②の輸出ルートは、日本（本社）からの輸出が輸出先に設立された自社の海外現地法人を相手先として行われる企業内貿易であり、③～⑤は、資本関係のない相手先との企業間貿易とみなすことができる。

表 13-1 と表 13-2 は、それぞれ日本から欧米・その他各国・地域向け輸出及び日本からアジア各国・地域向け輸出における輸出ルート別のシェアの回答に基づいて、製造業全体と企業規模別の回答企業のサンプル平均値を一覧したものである。

まず表 13-1 によれば、製造業全体で、米国、ユーロ圏及び英国という日本企業にとって重要な海外市場である国・地域向けの輸出では、輸出総額の 50%超が当該輸出企業の企業内貿易（現地法人（生産拠点及び販売拠点）向けの輸出）となっている。さらに、中南米諸国と英国以外の全ての輸出先において、企業規模が大規模になるほど、単調に現地法人向け輸出のシェアが高まる傾向にある。中南米諸国と英国でも大規模企業の企業内貿易のシェアは、小規模企業のシェアを大きく上回っている。資本関係のない相手先との企業間貿易の中では、米国とメキシコを除く全ての国・地域向け輸出で資本関係のない現地の代理店向けの輸出が最大のシェアを占めている。日本の商社経由の輸出シェアは、中南米諸国・ロシア・東欧諸国・アフリカ諸国という発展途上国（地域）で 20%を超えている。

次にアジア各国・地域向け輸出についての表 13-2 についても、製造業全体で、中国、香港及びタイという日本企業にとって重要な海外市場である国・地域向けの輸出では、輸出総額の 50%超が当該輸出企業の企業内貿易となっている。中国とタイ向けの企業内貿易では、生産拠点向けのシェアが高く、香港向けの企業内貿易の大半は販売拠点向けである。中国とフィリピン向けを除く全てのアジア各国・地域向け輸出において、企業規模が大規模になるほど単調に現地法人向け輸出のシェアが高まる傾向にある。中国とフィリピン向けについても、大規模企業の企業内貿易のシェアは小規模企業のシェアを 20%以上上回っている。資本関係のない相手先との企業間貿易の中では、全てのアジア各国・地域向け輸出で資本関係のない現地の代理店向けの輸出が最大のシェアを占めている。

**結果 12.** 日本からの主要な輸出相手先国・地域向け輸出においては、企業内貿易取引の割合は 50%超に達する。企業規模が大きいほど、輸出における企業内取引の割合は大きい。企業間貿易では、資本関係のない現地の代理店向け輸出のシェアが最大である。

表13-1. 日本から欧米・その他各国(地域)向け輸出における輸出ルート別シェア(製造業計/企業規模別)

回答企業の輸出ルート別シェアの平均値(単位:%)

		輸出先											
		米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージランド	アフリカ諸国
製造業計	回答総数	150	44	32	45	35	117	61	31	34	63	34	33
輸出ルート別シェア(回答企業の平均値)													
	現地法人計	70.8	38.7	38.1	40.5	22.3	52.1	55.6	16.1	30.9	31.5	26.5	12.2
	①現地法人(生産拠点)	20.8	10.0	11.0	28.6	6.0	12.2	15.5	1.0	20.6	6.7	8.8	3.1
	②現地法人(販売拠点)	50.0	28.7	27.1	11.8	16.3	39.8	40.1	15.1	10.3	24.7	17.6	9.1
	現地の代理店(資本関係なし)	10.4	35.6	20.3	33.3	41.3	25.3	23.3	36.7	31.7	37.3	55.9	44.3
	日本の商社経由	7.6	11.6	18.7	16.4	24.9	7.7	1.3	30.7	22.7	16.4	5.6	29.6
	その他	11.0	14.2	22.9	9.8	11.4	15.2	19.8	17.5	15.9	15.8	12.1	13.9
企業規模別													
大規模	回答総数	57	28	22	28	24	52	37	16	18	35	23	21
輸出ルート別シェア(回答企業の平均値)													
	現地法人計	77.1	45.4	46.4	58.4	28.6	69.5	66.0	25.7	46.9	42.5	39.3	19.3
	①現地法人(生産拠点)	26.5	12.2	16.1	39.3	8.9	18.9	20.3	2.0	27.9	9.3	13.1	4.9
	②現地法人(販売拠点)	50.5	33.1	30.4	19.1	19.7	50.6	45.7	23.7	19.1	33.2	26.2	14.4
	現地の代理店(資本関係なし)	4.2	27.2	20.6	17.9	32.4	12.0	16.3	26.8	15.5	30.1	47.9	45.9
	日本の商社経由	7.4	11.8	13.0	11.8	22.7	4.9	1.6	28.5	26.4	15.8	4.4	25.2
	その他	8.9	12.4	16.0	8.6	12.6	12.0	13.7	14.8	7.9	10.8	4.4	5.3
中規模													
	回答総数	49	6	5	8	7	33	12	6	9	17	5	8
輸出ルート別シェア(回答企業の平均値)													
	現地法人計	75.2	39.2	20.0	12.5	0.0	55.3	72.9	16.7	22.2	17.6	0.0	0.0
	①現地法人(生産拠点)	26.8	0.0	0.0	12.5	0.0	8.5	16.7	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0
	②現地法人(販売拠点)	48.4	39.2	20.0	0.0	0.0	46.8	56.3	16.7	0.0	17.6	0.0	0.0
	現地の代理店(資本関係なし)	8.7	34.2	0.0	50.0	52.9	21.7	8.3	16.7	33.3	47.1	80.0	25.0
	日本の商社経由	9.6	10.0	40.0	37.5	32.9	6.6	2.1	50.0	22.2	10.6	0.0	43.8
	その他	6.5	16.7	40.0	0.0	14.3	16.4	16.7	16.7	22.2	24.7	20.0	31.3
小規模													
	回答総数	45	11	6	10	5	33	13	10	8	12	7	5
輸出ルート別シェア(回答企業の平均値)													
	現地法人計	56.6	18.2	16.7	9.0	20.0	20.0	6.2	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0
	①現地法人(生産拠点)	6.7	9.1	0.0	9.0	0.0	5.2	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0
	②現地法人(販売拠点)	49.9	9.1	16.7	0.0	20.0	14.8	6.2	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0
	現地の代理店(資本関係なし)	19.9	54.5	33.3	60.0	60.0	48.8	55.4	60.0	62.5	41.7	57.1	60.0
	日本の商社経由	5.4	10.9	19.2	11.0	20.0	12.9	0.0	19.5	12.5	25.0	12.9	20.0
	その他	18.1	16.4	30.8	20.0	0.0	18.3	38.5	20.5	25.0	16.7	30.0	20.0



表13-2. 日本からアジア各国(地域)向け輸出における輸出ルート別シェア(製造業計/企業規模別)

回答企業の輸出ルート別シェアの平均値(単位:%)

		輸出先											
		中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
製造業計	回答総数	155	131	135	96	93	110	82	77	65	56	65	57
輸出ルート別シェア(回答企業の平均値)													
	現地法人計	59.8	27.2	39.6	54.1	46.2	54.7	44.8	42.2	30.9	32.8	28.4	12.2
	①現地法人(生産拠点)	35.0	9.7	16.7	6.6	6.1	40.4	33.8	32.7	22.5	24.9	18.4	2.6
	②現地法人(販売拠点)	24.8	17.5	22.8	47.6	40.2	14.3	11.0	9.4	8.4	7.9	10.1	9.6
	現地の代理店(資本関係なし)	14.2	38.3	34.6	25.6	30.5	23.2	29.9	25.1	37.9	30.9	29.7	40.6
	日本の商社経由	13.5	12.2	9.7	6.7	9.9	8.6	7.0	16.0	13.5	18.3	17.9	27.2
	その他	13.5	22.2	16.1	13.5	13.4	13.6	19.2	16.7	17.7	20.2	24.0	20.0
企業規模別													
大規模	回答総数	64	56	55	45	43	49	44	40	34	28	36	31
輸出ルート別シェア(回答企業の平均値)													
	現地法人計	63.5	34.8	52.2	63.6	60.3	62.7	54.3	52.1	45.3	41.7	44.5	16.2
	①現地法人(生産拠点)	32.2	10.7	21.4	4.7	8.3	48.6	44.0	36.8	30.9	29.8	27.7	1.7
	②現地法人(販売拠点)	31.2	24.2	30.8	58.9	52.1	14.2	10.4	15.2	14.3	11.9	16.8	14.5
	現地の代理店(資本関係なし)	7.8	24.1	23.9	16.4	19.3	14.4	22.8	17.4	20.5	21.9	24.3	32.4
	日本の商社経由	12.6	14.4	8.6	9.7	8.4	8.5	5.4	13.1	13.8	23.4	15.9	32.3
	その他	14.8	25.2	13.6	8.3	9.9	12.5	15.4	15.2	17.7	13.9	12.8	16.2
中規模													
	回答総数	51	40	43	27	27	39	23	22	16	13	17	12
輸出ルート別シェア(回答企業の平均値)													
	現地法人計	67.0	32.7	36.7	54.3	41.1	60.2	47.4	44.1	10.9	27.9	11.8	8.3
	①現地法人(生産拠点)	44.1	17.0	20.1	11.9	4.1	50.3	27.7	43.2	7.2	27.9	11.8	8.3
	②現地法人(販売拠点)	22.9	15.7	16.6	42.4	37.0	9.9	19.7	0.9	3.8	0.0	0.0	0.0
	現地の代理店(資本関係なし)	8.1	43.7	35.7	23.9	23.3	16.4	20.9	20.0	47.8	19.2	23.8	34.2
	日本の商社経由	16.5	6.0	11.6	0.0	17.0	10.8	10.4	26.4	16.3	19.2	23.2	24.2
	その他	8.9	17.7	16.0	21.8	18.5	12.5	21.3	9.5	25.0	33.6	41.2	33.3
小規模													
	回答総数	41	36	38	25	24	23	16	16	16	16	13	15
輸出ルート別シェア(回答企業の平均値)													
	現地法人計	43.3	8.7	23.6	35.5	25.0	25.9	12.5	12.5	18.8	18.8	3.8	6.7
	①現地法人(生産拠点)	27.0	0.1	5.7	4.0	4.2	4.3	12.5	6.3	18.8	12.5	0.0	0.0
	②現地法人(販売拠点)	16.3	8.6	17.9	31.5	20.8	21.5	0.0	6.3	0.0	6.3	3.8	6.7
	現地の代理店(資本関係なし)	32.1	53.6	48.0	43.2	57.5	52.2	58.8	50.0	62.5	55.0	50.0	60.0
	日本の商社経由	10.9	15.6	9.0	8.4	4.2	4.6	5.9	8.1	9.4	7.2	15.3	17.3
	その他	16.7	22.2	19.5	13.6	13.3	17.4	25.3	29.4	9.4	19.1	30.8	16.0

## 輸出ルート別インボイス通貨選択

アンケート調査では、それぞれの輸出ルートにおいて最も使用頻度（割合）の高いインボイス通貨の回答を求めた。表 14-1 と表 14-2 は、それぞれ日本から欧米・その他各国・地域向け輸出及び日本からアジア各国・地域向けの各輸出ルートにおける最も使用頻度（割合）の高いインボイス通貨の通貨別の回答状況を示したものである。

まず表 14-1 の米国の現地法人（生産拠点）向け輸出においては、回答のあった 51 社のうち、78.4%（40 社）が米ドルを、次いで 21.6%（11 社）が円を最も使用頻度が高い通貨として回答している。米ドルと円以外の通貨を最も使用頻度の高い通貨として回答した企業はゼロである。米国の現地法人（販売拠点）向けにおいても、米ドルを最も使用頻度の高い通貨とする回答が 92.7%に達している。以上から、米国向け輸出において企業内貿易が行われている場合に使用されるインボイス通貨はほぼ米ドル建てで占められていることが分かる。米国以外では、米国と同様に主要通貨を持つユーロ圏・英国・オーストラリアの現地法人（生産拠点及び販売拠点）向け輸出において、相手国通貨を最も使用頻度の高いインボイス通貨として選択している企業の割合が最大である。これに対し、米国以外の北米各国（カナダ、メキシコ、ブラジル、中南米諸国）とロシアでは企業内貿易においても米ドルが最も選択されている。東欧諸国向けの企業内貿易ではユーロが最も多い回答である。

企業内貿易と企業間貿易におけるインボイス通貨選択状況を比較すると、企業間貿易において円建て輸出を選択する傾向が顕著に高い。資本関係のない現地の代理店向けの輸出では、アメリカ、ユーロ圏、英国を除く国・地域向けにおいて円が最も使用頻度が高い企業の割合は 50%を超えている。日本の商社経由の輸出においても、メキシコとユーロ圏を除いてインボイス通貨として円を最も選択している企業の割合は 50%超となっている。

次に表 14-2 のアジア各国・地域向け輸出においては、例え企業内貿易であっても、相手国通貨であるアジア各国通貨を選択する傾向はほとんど観察されない。企業内貿易のうち生産拠点向けでは、円建てと米ドル建てを最も選択している企業の割合が拮抗しており、香港・フィリピン・ベトナム及び中東諸国以外では円が最も使用されるインボイス通貨である。販売拠点向けでは、中国とインドネシア向けでも米ドルの選択が円を上回る傾向にある。アジア各国・地域向け輸出でも同様に、企業内貿易と企業間貿易を比較すると、企業間貿易において円建て輸出を選択する傾向が顕著に高い。資本関係のない現地の代理店向け、日本の商社経由及びその他向けの全ての企業間貿易の輸出ルートにおいて、ほぼ全てのアジア各国・地域向けで、最も使用頻度の高いインボイス通貨として円が米ドルを大きく上回っている。

結果 13. 日本から先進国・地域向けの企業内取引においては相手国通貨が最も選択されている。日本からアジア各国・地域向けの企業内取引においては相手国通貨はほとんど選択されていない。

結果 14. 企業内取引よりも企業間取引において円建て取引のシェアが顕著に高い。

表14-1. 日本から欧米・その他各国(地域)向け輸出における輸出ルート別インボイス通貨選択状況

各輸出ルートにおいて当該通貨を最も使用頻度(割合)の高いインボイス通貨として挙げた回答数の各輸出ルートの回答総数に対する割合(%)

	輸出先											
	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーラ	アフリカ諸国
回答社数	150	44	32	45	35	117	61	31	34	63	34	33
現地法人(生産拠点)向け												
回答総数(社)	51	6	5	17	4	29	12	1	7	5	3	2
1.円	21.6	16.7	0.0	23.5	0.0	24.1	16.7	100.0	28.6	40.0	33.3	50.0
2.米ドル	78.4	66.7	100.0	64.7	100.0	6.9	16.7	0.0	0.0	20.0	66.7	50.0
3.ユーロ	0.0	0.0	0.0	11.8	0.0	69.0	25.0	0.0	71.4	0.0	0.0	0.0
4.相手国通貨	---	16.7	0.0	0.0	0.0	---	41.7	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0
5.その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
現地法人(販売拠点)向け												
回答総数(社)	109	17	11	7	8	62	27	6	6	20	7	4
1.円	7.3	0.0	18.2	14.3	25.0	24.2	22.2	50.0	50.0	25.0	42.9	50.0
2.米ドル	92.7	58.8	72.7	85.7	50.0	11.3	11.1	33.3	0.0	25.0	14.3	50.0
3.ユーロ	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	64.5	18.5	16.7	50.0	5.0	0.0	0.0
4.相手国通貨	---	41.2	9.1	0.0	0.0	---	48.1	0.0	0.0	45.0	0.0	0.0
5.その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	42.9	0.0
現地の代理店(資本関係なし)向け												
回答総数(社)	31	17	8	14	19	46	17	12	14	28	20	15
1.円	38.7	52.9	50.0	85.7	63.2	45.7	47.1	83.3	85.7	53.6	65.0	73.3
2.米ドル	61.3	29.4	50.0	14.3	36.8	6.5	23.5	16.7	7.1	35.7	25.0	26.7
3.ユーロ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	47.8	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0
4.相手国通貨	---	17.6	0.0	0.0	0.0	---	29.4	0.0	0.0	10.7	5.0	0.0
5.その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
日本の商社経由												
回答総数(社)	25	12	8	11	12	20	8	12	11	14	4	15
1.円	56.0	58.3	37.5	54.5	75.0	45.0	62.5	58.3	72.7	78.6	75.0	86.7
2.米ドル	44.0	16.7	62.5	45.5	25.0	0.0	0.0	41.7	9.1	21.4	25.0	13.3
3.ユーロ	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	55.0	25.0	0.0	18.2	0.0	0.0	0.0
4.相手国通貨	---	16.7	0.0	0.0	0.0	---	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
5.その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他向け												
回答総数(社)	30	11	14	10	8	29	15	10	9	14	6	9
1.円	43.3	27.3	50.0	80.0	62.5	48.3	40.0	60.0	55.6	71.4	50.0	66.7
2.米ドル	56.7	54.5	50.0	20.0	37.5	24.1	20.0	30.0	22.2	28.6	33.3	33.3
3.ユーロ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.6	20.0	10.0	22.2	0.0	0.0	0.0
4.相手国通貨	---	18.2	0.0	0.0	0.0	---	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
5.その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

表14-2. 日本からアジア各国(地域)向け輸出における輸出ルート別インボイス通貨選択状況

各輸出ルートにおいて当該通貨を最も使用頻度(割合)の高いインボイス通貨として挙げた回答数の各輸出ルートの回答総数に対する割合(%)

	輸出先											
	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
回答企業数	155	131	135	96	93	110	82	77	65	56	65	57
現地法人(生産拠点)向け												
回答総数(社)	93	23	36	10	12	62	35	30	16	17	15	2
1. 円	51.6	56.5	63.9	20.0	58.3	58.1	51.4	46.7	37.5	29.4	73.3	50.0
2. 米ドル	45.2	30.4	30.6	70.0	41.7	30.6	45.7	43.3	56.3	64.7	20.0	50.0
3. ユーロ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4. 相手国通貨	3.2	13.0	5.6	10.0	0.0	11.3	2.9	10.0	6.3	0.0	6.7	0.0
5. その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
現地法人(販売拠点)向け												
回答総数(社)	75	37	44	53	48	28	14	14	9	9	10	9
1. 円	42.7	64.9	52.3	32.1	37.5	57.1	57.1	35.7	44.4	77.8	60.0	33.3
2. 米ドル	57.3	29.7	40.9	60.4	54.2	32.1	42.9	57.1	55.6	22.2	30.0	66.7
3. ユーロ	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0
4. 相手国通貨	0.0	5.4	6.8	5.7	8.3	10.7	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0
5. その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
現地の代理店(資本関係なし)向け												
回答総数(社)	41	63	65	33	34	31	32	23	26	20	21	25
1. 円	68.3	73.0	66.2	60.6	85.3	87.1	68.8	69.6	76.9	75.0	71.4	68.0
2. 米ドル	29.3	23.8	32.3	39.4	11.8	12.9	31.3	30.4	23.1	25.0	28.6	32.0
3. ユーロ	0.0	1.6	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4. 相手国通貨	2.4	1.6	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
5. その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
日本の商社経由												
回答総数(社)	47	28	29	10	16	21	14	23	16	19	20	26
1. 円	76.6	82.1	79.3	70.0	68.8	76.2	71.4	82.6	87.5	78.9	90.0	65.4
2. 米ドル	21.3	17.9	20.7	20.0	25.0	23.8	28.6	8.7	12.5	21.1	10.0	30.8
3. ユーロ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8
4. 相手国通貨	2.1	0.0	0.0	10.0	6.3	0.0	0.0	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0
5. その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他向け												
回答総数(社)	39	45	33	20	18	27	24	21	19	18	22	16
1. 円	56.4	68.9	60.6	45.0	88.9	70.4	62.5	71.4	68.4	72.2	86.4	37.5
2. 米ドル	43.6	28.9	39.4	50.0	11.1	29.6	37.5	28.6	31.6	27.8	13.6	37.5
3. ユーロ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5
4. 相手国通貨	0.0	2.2	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5
5. その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

#### 5-4. 海外輸出生産拠点におけるインボイス通貨選択

アンケート調査では、本社（日本）から各国・地域への輸出におけるインボイス通貨選択と共に、各国・地域に存在する日本企業の現地法人（生産拠点）における使用通貨についても回答を求めた。調査項目は、現地法人（生産拠点）が現地市場向けに販売する際の使用通貨と、現地法人（生産拠点）から第三国向けに行う輸出先（国・地域）と当該輸出取引におけるインボイス通貨である。

#### 現地市場向け販売におけるインボイス通貨選択

表 15-1 は、米州、欧州、及びその他地域、表 15-2 はアジア各国の生産拠点の現地市場向け販売の使用通貨に関する回答をまとめている。一見して分かるように、現地市場向け販売において使用される通貨の大半は現地通貨である。例外的に使用されている現地通貨以外の通貨としては、米州において米ドル、欧州においてユーロ、その他地域やアジア各国では米ドルが用いられている。

**結果 15.** 生産拠点から現地市場への販売においては、ほぼ現地通貨が取引通貨として使用されている。

表15-1. 欧米(その他)地域の現地法人(生産拠点)の現地市場向け販売における使用通貨の状況

現地法人(生産拠点) の所在国(地域)	「現地市場向け 販売」回答企業 数(社)	現地市場向け販売における使用通貨(回答企業数に占める割合、 その他通貨建て)			
		現地通貨	米ドル	ユーロ	円
米州計	70	68	2		
	(割合%)	97.1	2.9		
米国	49	49	---		
	(割合%)	100.0			
カナダ	6	5	1		
	(割合%)	83.3	16.7		
メキシコ	4	3	1		
	(割合%)	75.0	25.0		
ブラジル	13	13			
	(割合%)	100.0			
中南米諸国	4	3	1		
	(割合%)	75.0	25.0		
欧州計	41	36		5	
	(割合%)	87.8		12.1	
ユーロ圏	25	25		---	
	(割合%)	100.0			
英国	10	9		1	
	(割合%)	90.0		10.0	
ロシア	0				
	(割合%)				
東欧諸国	6	2		4	
	(割合%)	23.3		66.7	
その他計	9	7	2		
	(割合%)	77.8	22.2		
オーストラリア	4	4			
	(割合%)	100			
ニュージーランド	3	2	1		
	(割合%)	66.7	33.3		
アフリカ諸国	2	1	1		
	(割合%)	50.0	50.0		

注1) 米国での米ドルの使用、ユーロ圏でのユーロの使用は、現地通貨の使用として記載している。

表15-2. アジア地域現地法人(生産拠点)の現地市場向け販売における使用通貨の状況

現地法人(生産拠点) の所在国(地域)	「現地市場向け 販売」回答企業 数(社)	現地市場向け販売における使用通貨(回答企業数に占める割合)			
		現地通貨	その他通貨建て <sup>2)</sup>		
			米ドル	ユーロ	円
アジア計	303	271	30		1
	(割合%)	89.4	9.9		0.3
中国	80	76	4		
	(割合%)	95.0	5.0		
韓国	18	15	2		
	(割合%)	83.3	11.1		
台湾	28	24	4		
	(割合%)	85.7	14.2		
香港	8	6	2		
	(割合%)	75.0	25.0		
シンガポール	14	9	4		
	(割合%)	64.2	28.6		
タイ	52	49	3		
	(割合%)	94.2	5.7		
マレーシア	29	25	4		
	(割合%)	86.2	13.7		
インドネシア	30	28	2		
	(割合%)	93.3	6.6		
フィリピン	15	12	3		
	(割合%)	80.0	20.0		
ベトナム	15	14	1 <sup>3)</sup>		1 <sup>3)</sup>
	(割合%)	93.3	6.6		6.6
インド	12	12			
	(割合%)	100.0			
中東諸国	2	1	1		
	(割合%)	50.0	50.0		

注2) 韓国とシンガポールの生産拠点について各1社が、「その他通貨」建てと回答したものの具体的な通貨名を回答しなかった。

注3) ベトナムに現地法人(生産拠点)を持つ回答企業の1社が、ベトナムの現地市場向け販売において米ドルと円を併用していると回答した。



## 輸出生産拠点から日本及び第三国向け輸出の状況

アンケート調査においては、輸出取引のある国（地域）について、当該国（地域）に現地法人（生産拠点）を設立して当該国以外の国（地域）への輸出を行っている場合に、当該生産拠点からの物流上の仕向け先（国・地域名）を輸出額の大きい順に最大3ヶ国挙げて、それぞれの仕向け先別にインボイス通貨の選択状況についての回答を得た。

表16は、各国・地域別に現地法人（生産拠点）を設立していると回答した社数、その生産拠点から他国への輸出がある場合に輸出先を回答した社数、そしてその輸出先を各国・地域別に集計したものである。表16からは、アンケート回答企業は日本企業の主要な輸出先である米国とユーロ圏等に生産拠点としての現地法人を設立しているが、生産拠点の多くはアジア地域に設立されていることが分かる。米国（49社）やユーロ圏（25社）の現地法人（生産拠点）企業数に対して、中国とタイはそれぞれ85社と58社の企業が生産拠点を設立していると回答している。次いで、台湾、マレーシア、インドネシアにも30社超の企業が現地法人（生産拠点）を持っている。回答企業のアジア全体での生産拠点数（1社で複数国に生産拠点を設立しているケースを含む）は330拠点に上り、米州（76拠点）、欧州（45拠点）を大きく上回っている。

こうした生産拠点は、現地市場向けに販売を行っているのみならず、当該国以外への輸出拠点としても機能している。米国に生産拠点を持つ49社のうち、こうした輸出先を1ヶ国（地域）以上回答した企業は半数以下の15社であり、その内訳は、米国以外の米州諸国向けが最も多く（回答数19）、次いでユーロ圏を含む欧州向け（同7）、日本及びアジア向け（共に同4）となっている。同じく、ユーロ圏に生産拠点を持つ25社のうち、ユーロ圏以外への輸出先を1カ国以上回答した企業は半数以下の10社であり、うち7社がユーロ圏以外の欧州各国を輸出先として挙げている。以上の結果から、概ね米州や欧州の各国の生産拠点は、生産拠点の現地市場向けの販売を行うために設置され、他国への輸出を行う場合にも同じ域内を仕向け先とする傾向が顕著であることがわかった。

これに対して、回答企業のアジア地域の生産拠点の第一の特徴は、各国の生産拠点が活発な国外への輸出を行っていることである。中国に生産拠点を持つ85社のうち6割超の55社が輸出先を1ヶ国（地域）以上回答している。次いで多いのがタイであり、タイに生産拠点を持つ58社の6割弱の33社が輸出先を1カ国（地域）以上回答している。このように、インドと中東諸国を除く大半のアジア各国における生産拠点は、その半数以上が他国への輸出拠点として機能していることがわかった。

アジア地域の生産拠点の第二の特徴は、輸出先が日本を含むアジア域内に留まらず、米国やユーロ圏を輸出先とするケースも相当数見られることである。特に、回答企業の2大生産拠点の設置国である中国とタイでこの傾向が顕著である。中国の生産拠点からの輸出先の内訳を見ると、日本向けが回答数35と最大であり、次いで中国以外のアジア諸国（回答数25）向けとなっている。しかし同時に、米国向け（同17）とユーロ圏向け（同14）

も大きい。中国に次いで生産拠点の多いタイにおいても、日本（同 20）及びアジア（同 29）に対して活発な域内輸出が行われる一方で、米国向け（同 9）とユーロ圏向け（同 5）も多い。

表 16. 各国・地域別現地法人（生産拠点）数、及びその輸出先

現地法人(生産拠点)の所在国(地域)	現地法人(生産拠点)回答企業数(社)	「輸出先」回答企業数(社)	輸出先							その他計 (大洋州・ アフリカ諸 国)
			日本	米州計	米国	欧州計	ユーロ圏	アジア計	中国	
米州計(拠点数)	76	28	6	36	9	9	7	5	2	0
米国	49	15	4	19	---	7	5	4	2	0
カナダ	6	3	0	3	3	0	0	1	0	0
メキシコ	4	3	0	3	2	0	0	0	0	0
ブラジル	13	7	2	11	4	2	2	0	0	0
中南米諸国	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0
欧州計(拠点数)	45	21	4	5	4	19	9	5	1	1
ユーロ圏	25	10	3	3	3	7	---	4	1	1
英国	12	7	1	2	1	5	5	1	0	0
ロシア	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
東欧諸国	7	4	0	0	0	7	4	0	0	0
その他計(拠点数)	9	5	0	2	1	0	0	4	0	3
オーストラリア	4	3	0	1	0	0	0	4	0	2
ニュージーランド	3	2	0	1	1	0	0	0	0	1
アフリカ諸国	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
アジア計(拠点数)	330	184	103	41	40	33	31	169	19	5
中国	85	55	35	17	17	15	14	25	---	0
韓国	19	11	8	2	1	2	1	11	3	0
台湾	33	19	7	1	1	1	1	27	8	1
香港	9	6	4	1	1	2	2	5	3	0
シンガポール	14	9	3	3	3	3	3	9	0	1
タイ	58	33	20	9	9	5	5	29	1	2
マレーシア	33	17	9	1	1	1	1	20	1	0
インドネシア	30	14	7	2	2	2	2	23	1	0
フィリピン	16	10	5	3	3	1	1	10	2	0
ベトナム	16	8	5	2	2	1	1	7	0	0
インド	14	1	0	0	0	0	0	1	0	0
中東諸国	3	1	0	0	0	0	0	2	0	1

## 輸出生産拠点のインボイス通貨選択状況

アンケート調査では、以上のように現地法人（生産拠点）が他国への輸出を行っている場合に、当該輸出取引に使用されるインボイス通貨として最も使用頻度（割合）の高い通貨について回答を求めた。表 17-1 から表 17-8 は、米国及びユーロ圏、そして他国への輸出を行う生産拠点数の多いアジア地域の 6 カ国（中国、台湾、韓国、タイ、マレーシア、インドネシア）について、輸出先別のインボイス通貨選択の詳細をまとめたものである。

米国に設置している日本企業の生産拠点からの輸出は、どの輸出先に対してもほぼ米ドルのみをインボイス通貨として選択している（表 17-1）。相手国通貨がインボイス通貨として選択されているのは、メキシコ、ブラジル、中南米諸国、英国の 4 カ国・地域において、1 例ずつ存在するのみである。アジア向け（中国やマレーシア）のみならず、主要通貨を持つ日本やユーロ圏向けの輸出でも相手国通貨をインボイス通貨とする回答はない。ユーロ圏に設置している日本企業の生産拠点からの輸出は、米国向けを除いて、ユーロがインボイス通貨として選択される傾向が一般的である（表 17-2）。日本向けの輸出においても回答が得られた 3 社の全てにおいて、アジア向け輸出についても 3 社全てについてユーロが選択されている。回答数はそれぞれ 1 社に過ぎないもののユーロ圏からロシアやアフリカ諸国向けに輸出する場合は、米ドルが用いられている。

中国の生産拠点からの輸出においては、一部に日本向けでは円、ユーロ圏向けではユーロがインボイス通貨として用いられるケースがあるものの、概ね輸出先に関係なく米ドルがインボイス通貨として使用される傾向が顕著である（表 17-3）。日本企業の中国生産拠点であるにも関わらず、日本向けの輸出においても 35 社のうち円建てを用いると回答したのは 14 社であり、米ドル建て（20 社）を下回っている。中国生産拠点から行われるアジア域内向け輸出においても円建て取引は少数であり（回答数 2）、回答数の大半（同 20）が米ドル建て取引を行っている。元建て取引は台湾と香港向けにそれぞれ 1 例存在するのみである。

中国に次いで回答企業の輸出生産拠点数が多いタイにおいても、生産拠点からの輸出は輸出先に関係なく米ドルが選択されるケースが大半である（表 17-6）。しかし、輸出国通貨であるバーツ建て取引も、日本（回答数 3）、オーストラリア（同 1）、シンガポール（同 1）、インドネシア（同 2）、フィリピン（同 1）向けにおいて選択されており、中国の生産拠点からの輸出における元建て取引と比較すると使用頻度が高い。タイから日本への輸出においては 19 社のうち 5 社が円建てを選択しているが、米ドル建てを選択する企業（11 社）が大きく上回っている。

生産拠点からの輸出において米ドル建て取引が大半を占めるという中国やタイで観察された傾向は、台湾（表 17-4）、韓国（表 17-5）、マレーシア（表 17-7）、インドネシア（表 17-8）の生産拠点からの輸出においても確認され、共通の特徴となっている。このように、アジアの生産拠点の自国通貨がインボイス通貨として選択される事例は稀であり、円建て

取引は日本向けの取引において使用されるケースが散見されるに過ぎない。

**結果 16. アジアの生産拠点からの第三国向け輸出においては、米ドルがインボイス通貨として利用されている。**

表17-1. 米国の生産拠点から各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況

当該通貨を最も使用頻度(割合)の高い通貨として回答した企業数/回答総数

輸出先	日本	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーランド	アフリカ諸国
インボイス通貨回答総数	4	---	7	7	3	2	4	2					
A. 円建て		---											
B. 米ドル建て	[4/4]	---	[7/7]	[6/7]	[2/3]	[1/2]	[4/4]	[1/2]					
C. ユーロ建て		---											
E. 相手国通貨建て		---		[1/7]	[1/3]	[1/2]		[1/2]					

輸出先	アジア計	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
インボイス通貨回答総数	3	2						1					
A. 円建て													
B. 米ドル建て	[3/3]	[2/2]						[1/1]					
C. ユーロ建て													
E. 相手国通貨建て													

表17-2. ユーロ圏の生産拠点から各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況

当該通貨を最も使用頻度(割合)の高い通貨として回答した企業数/回答総数

輸出先	日本	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーランド	アフリカ諸国
インボイス通貨回答総数	3	2					---	2	1	3			1
A. 円建て							---						
B. 米ドル建て		[2/2]					---		[1/1]				[1/1]
C. ユーロ建て	[3/3]						---	[1/2]		[3/3]			
E. 相手国通貨建て							---	[1/2]					

輸出先	アジア計	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
インボイス通貨回答総数	3	1											2
A. 円建て													
B. 米ドル建て													
C. ユーロ建て	[3/3]	[1/1]											[2/2]
E. 相手国通貨建て													

表17-3. 中国の生産拠点から各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況

当該通貨を最も使用頻度(割合)の高い通貨として回答した企業数/回答総数

輸出先	日本	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーランド	アフリカ諸国
インボイス通貨回答総数	35	17					14		1		1		
A. 円建て	[14/35]						[1/14]						
B. 米ドル建て	[20/35]	[17/17]					[8/14]		[1/1]		[1/1]		
C. ユーロ建て	[1/35]						[5/14]						
D. 元建て													
E. 相手国通貨建て													

輸出先	アジア												
	計	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
インボイス通貨回答総数	24	---	4	4	9	2	1	1	1				2
A. 円建て	[2/24]	---	[1/4]		[1/9]								
B. 米ドル建て	[20/24]	---	[3/4]	[3/4]	[7/9]	[2/2]	[1/1]	[1/1]	[1/1]				[2/2]
C. ユーロ建て		---											
D. 元建て	[2/24]	---		[1/4]	[1/9]								
E. 相手国通貨建て		---											

表17-4. 台湾の生産拠点から各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況

当該通貨を最も使用頻度(割合)の高い通貨として回答した企業数/回答総数

輸出先	日本	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーランド	アフリカ諸国
インボイス通貨回答総数	6	1					1				1		
A. 円建て	[1/6]												
B. 米ドル建て	[5/6]	[1/1]					[1/1]				[1/1]		
C. ユーロ建て													
D. 台湾ドル建て													
E. 相手国通貨建て													

輸出先	アジア												
	計	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
インボイス通貨回答総数	20	6		---	4	2	3	1	1	1	1	1	
A. 円建て				---									
B. 米ドル建て	[18/20]	[5/6]		---	[4/4]	[2/2]	[2/3]	[1/1]	[1/1]	[1/1]	[1/1]	[1/1]	
C. ユーロ建て				---									
D. 台湾ドル建て				---									
E. 相手国通貨建て	[2/20]	[1/6]		---			[1/3]						

表17-5. 韓国の生産拠点から各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況

当該通貨を最も使用頻度(割合)の高い通貨として回答した企業数/回答総数

輸出先	日本	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーランド	アフリカ諸国
インボイス通貨回答総数	7	1				1							
A. 円建て	[3/7]												
B. 米ドル建て	[2/7]	[1/1]				[1/1]							
C. ユーロ建て													
D. ウォン建て	[2/7]												
E. 相手国通貨建て													

輸出先	アジア計	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
	インボイス通貨回答総数	9	3	---	2	2			1			1	
A. 円建て			---										
B. 米ドル建て	[8/9]	[3/3]	---	[1/2]	[2/2]			[1/1]			[1/1]		
C. ユーロ建て			---										
D. ウォン建て	[1/9]		---	[1/2]									
E. 相手国通貨建て			---										

表17-6. タイの生産拠点から各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況

当該通貨を最も使用頻度(割合)の高い通貨として回答した企業数/回答総数

輸出先	日本	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーランド	アフリカ諸国
インボイス通貨回答総数	19	9					5				1		
A. 円建て	[5/19]						[1/5]						
B. 米ドル建て	[11/19]	[9/9]					[2/2]						
C. ユーロ建て							[2/2]						
D. パーツ建て	[3/19]										[1/1]		
E. 相手国通貨建て													

輸出先	アジア計	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
	インボイス通貨回答総数	22	1	2	2	4	5	---	1	3	1	2	1
A. 円建て	[1/22]		[1/2]				---						
B. 米ドル建て	[17/22]	[1/1]	[1/2]	[2/2]	[4/4]	[4/5]	---	[1/1]	[1/3]		[2/2]	[1/1]	
C. ユーロ建て							---						
D. パーツ建て	[4/22]					[1/5]	---		[2/3]	[1/1]			
E. 相手国通貨建て							---						

表17-7. マレーシアの生産拠点から各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況

当該通貨を最も使用頻度(割合)の高い通貨として回答した企業数/回答総数

輸出先	日本	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーランド	アフリカ諸国
インボイス通貨回答総数	9	1					1						
A. 円建て													
B. 米ドル建て	[9/9]	[1/1]											
C. ユーロ建て							[1/1]						
D. リング建て													
E. 相手国通貨建て													

輸出先	アジア計	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
インボイス通貨回答総数	18	1			3	7	2	---	3		2		
A. 円建て								---					
B. 米ドル建て	[17/18]	[1/1]			[3/3]	[7/7]	[1/2]	---	[3/3]		[2/2]		
C. ユーロ建て								---					
D. リング建て								---					
E. 相手国通貨建て	[1/2]						[1/2]	---					

表17-8. インドネシアの生産拠点から各国(地域)向け輸出におけるインボイス通貨選択状況

当該通貨を最も使用頻度(割合)の高い通貨として回答した企業数/回答総数

輸出先	日本	米国	カナダ	メキシコ	ブラジル	中南米諸国	ユーロ圏	英国	ロシア	東欧諸国	オーストラリア	ニュージーランド	アフリカ諸国
インボイス通貨回答総数	7						2						
A. 円建て	[2/7]												
B. 米ドル建て	[5/7]	[2/2]					[1/2]						
C. ユーロ建て							[1/2]						
D. ルピア建て													
E. 相手国通貨建て													

輸出先	アジア計	中国	韓国	台湾	香港	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	インド	中東諸国
インボイス通貨回答総数	22	1	1		2	4	3	5	---		3	1	2
A. 円建て	[1/22]						[1/3]		---				
B. 米ドル建て	[20/22]	[1/1]	[1/1]		[2/2]	[4/4]	[1/3]	[5/5]	---		[3/3]	[1/1]	[2/2]
C. ユーロ建て	[1/22]								---				
D. ルピア建て							[1/3]		---				
E. 相手国通貨建て									---				

## 6. 結論

本論文では、海外との貿易取引を行っている製造業の全上場企業 920 社を対象として、2009 年 9 月に調査票を送付して実施した「日本の貿易建値通貨の選択に関するアンケート調査」の回答結果を報告し、既存の研究からの知見を踏まえたファクトファインディングを行った。同アンケート調査は、日本企業の為替リスク管理の実態からインボイス通貨選択まで多岐にわたる調査項目によって構成され、調査対象全体の約 4 分の 1 に当たる 227 社から回答を得た。

回答結果から得られる日本企業の為替リスク管理とインボイス通貨選択の主な特徴は、以下の 5 点である。第一に、貿易取引を行っている日本の製造業の上場企業は複数の外国通貨を取り扱い、直面する為替リスクに関して、市場を通じた為替リスクヘッジ及び企業内でのインボイス通貨の選択を通じたマリー・ネットィングを主な手法として為替リスクの管理を行っている。こうした為替リスク管理は、企業規模が大きくなるほど、海外市場への販売のエクスポージャーが高いほど活発である。第二に、日本からの輸出総額に占めるインボイス通貨の通貨別シェアは、円建てと米ドル建てが拮抗し次いでユーロ建てが用いられている。企業規模が大きくなるほど、円建てのシェアが低下し、米ドル及びユーロ建てのシェアが上昇する傾向がある。業種別では機械と輸送用機器の円建てシェアが高く、電気機器の米ドル建てシェアが高い。第三に、日本から欧米各国（地域）向けの輸出におけるインボイス通貨選択については、米国とユーロ圏向け輸出を中心に、相手国通貨をインボイス通貨として選択する傾向が観察され、この傾向も企業規模が大きくなるほど顕著である。第四に、日本からアジア各国向け輸出におけるインボイス通貨の大半は円と米ドルであり、相手国通貨であるアジア各国通貨はほとんど利用されていない。企業規模が大きくなるほど、円建てのシェアが低下し、米ドル建てのシェアが増加する傾向が顕著である。第五に、日本企業は特にアジア各国に設立した生産拠点としての現地法人からアジア域内及び世界全体に向けて活発な輸出を行っているが、アジア生産拠点からの輸出におけるインボイス通貨選択については、欧米市場のみならず日本及びアジア域内向けにおいても米ドルが最も使用頻度の高いインボイス通貨として選択されている。

以上の調査結果は、1980 年代以来、東アジア域内を中心として世界全体に構築されている日本企業の生産・販売ネットワークにおけるインボイス通貨の実態を精査する最初の試みとして、同分野の研究者のみならず、貿易取引における為替リスクに直面している日本企業の実務担当者、さらに、アジア域内の経済協力を模索している政策担当者に有益かつ新たな視点を提供するものである。

将来の選択肢の一つである東アジア共同体の構築へ向けて、日本はどのようなリーダーシップを発揮すべきだろうか。日本企業の視座に立ってこの重要な政策課題に取り組むためには、企業の為替戦略やインボイス通貨選択の実態を知ることが不可欠である。当プロ

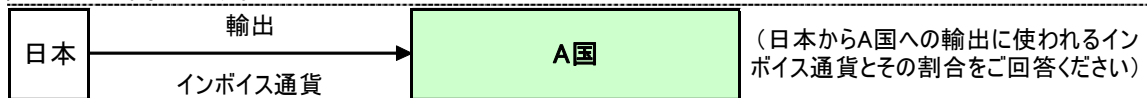


ジェクトが実施したアンケート調査を嚆矢として、定期的に同様のアンケート調査を実施して日本企業のインボイス通貨に関するデータを蓄積し、将来的に多くの研究者が活用できるデータベースへと発展させることが可能であろう。今回の結果報告書が、日本企業のインボイス通貨選択決定の要因解明とともに東アジアにおける新たな為替制度構築の大きな布石となることを期待する。

付論 1. 本社（日本）から各国・地域向け輸出におけるインボイス通貨選択の回答方法

**【第1段階(a表)】⇒全社記入**

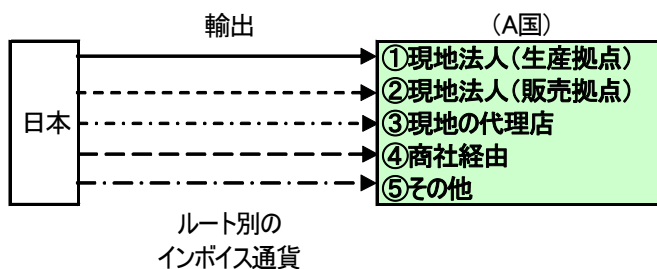
a 表では「本社(日本)から各国(ユーロ圏の場合は地域)への輸出」におけるインボイス通貨の通貨別シェアについてお聞きます。



**【第2段階(b表)】⇒全社記入**

**場合**

b 表では「本社(日本)から各国(ユーロ圏の場合は地域)への輸出」におけるインボイス通貨選択について、輸出ルート別の詳細をお聞きます。

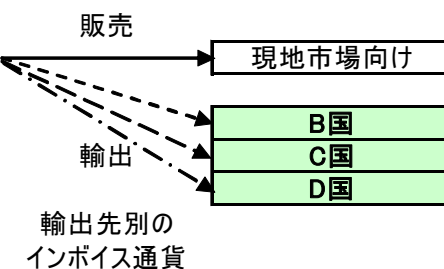


(日本からA国へ輸出される際のルート別に、その割合と主に使われるインボイス通貨をご回答ください)

**【第3段階(c表)】⇒生産拠点がある**

**のみ記入**

c 表は当該国に現地法人(生産拠点)を設立している場合に、「現地の生産拠点からの現地市場向け及び第三国向け輸出」におけるインボイス通貨選択についてお聞きます。



(A国に生産拠点があり、そこからさらに海外に輸出される場合は、そのインボイス通貨をご回答ください)

参考文献：

Donnenfeld, Shabtai and Alfred Haug, 2003, "Currency Invoicing in International Trade: an Empirical Investigation," *Review of International Economics*, 11(2), pp.332-345.

Donnenfeld, Shabtai and Alfred Haug, 2008, "Currency Invoicing of US Imports," *International Journal of Finance and Economics*, 13(2), pp.184-198.

Friberg, Richard and Fredrik Wilander, 2008, "The Currency Denomination of Exports---A Questionnaire Study," *Journal of International Economics*, 75, pp.54-69.

Goldberg, Linda S. and Cédric Tille, 2009, "Micro, Macro, and Strategic Forces in International Trade Invoicing," NBER Working Paper No.15470, National Bureau of Economic Research.

Grassman, Sven, 1973, "A Fundamental Symmetry in International Payments." *Journal of International Economics*, 3, pp.105-16.

Kamps, Annette, 2006, "The Euro as Invoicing Currency in International Trade," ECB Working Paper No.665, European Central Bank.

Page, S. A. B., 1981, "The Choice of Invoicing Currency in Merchandise Trade," *National Institute Economic Review*, 85, pp.60-72.

伊藤隆敏・鯉淵賢・佐々木百合・佐藤清隆・清水順子・早川和伸・吉見太陽 (2008) 「貿易取引通貨の選択と為替戦略：日系企業のケーススタディ」、*RIETI Discussion Paper Series* 08-J-009.

伊藤隆敏・鯉淵賢・佐藤清隆・清水順子 (2009) 「インボイス通貨の決定要因とアジア共通通貨バスケットの課題」、*RIETI Discussion Paper Series* 09-J-013.