

経済産業省委託調査

平成 23 年度アジア拠点化立地推進調査等事業

# 欧米アジアの外国企業の対日投資関心度調査 報告書

平成 24 年 3 月  
アクセンチュア株式会社

## 目次

1. 調査概要 .....	1
2. 調査の背景・目的 .....	3
3. 調査方法 .....	4
3.1. 調査手順 .....	4
3.2. 回答者属性 .....	4
4. 調査結果 .....	7
4.1. 立地競争力 .....	7
4.1.1. 拠点タイプ毎の立地競争力 .....	7
4.1.2. 日本の立地競争力（強みと弱み） .....	12
4.2. 投資動向 .....	17
4.2.1. アジア地域への投資実績 .....	17
4.2.2. アジア地域への投資計画 .....	18
4.2.3. 日本への投資形態 .....	19
4.3. 日本の投資促進策 .....	21
4.3.1. 日本の投資支援サービス .....	21
4.3.2. 日本の投資インセンティブ .....	25
4.3.3. 日本のその他投資促進策 .....	27

# 1. 調査概要

## 外国企業207社のアジア地域への投資関心度を調査

現在、政府においては、グローバル企業の高付加価値拠点の国内立地を促進するため、アジア拠点化施策が推進されている。【→2. 調査の背景・目的】

この施策の推進に際しての参考とするため、欧米アジアの外国企業207社のアジア投資担当者へのインタビュー等により、日本の立地競争力や当該外国企業の投資動向及び日本の投資促進策への見解について、平成19年度及び21年度に引き続き調査を実施した。【→3. 調査方法】

## アジア地域での立地競争力で、中国及びシンガポールが日本より相対的に優位

欧米アジアの外国企業に、外国企業から見たビジネス拠点タイプ毎の投資先として最も魅力的な国・地域はどこか調査した。その結果、R&D 拠点の立地先を日本と回答した企業数は、中国に

次いで2番目に多かった。地域統括拠点については、前回の調査と魅力度は変わらず、引き続きシンガポール及び香港と競い合っている状況である。

アジアの他国・地域では、中国が前回の21年度調査と同様、全てのビジネス拠点タイプにおいて最も魅力的と回答した企業が多く1位となり、シンガポールは、地域統括拠点、金融拠点、物流拠点で2位となっている。【→4.1.1. 拠点タイプ毎の立地競争力】

## 今後の投資計画も中国に集中

今後2~3年間でのアジア地域への投資に関しても、中国への拠点の設置・拡充の予定があると回答した企業が最も多かった。中国においては、製造拠点だけでなく、地域統括拠点やR&D 拠点といった高付加価値拠点の投資予定があると回答した企業も他国・地域に比べ多かった。【→4.2. 投資動向】

### ■ アジア各国・地域の立地競争力

(外国企業から見てビジネス拠点タイプ毎の投資先としてアジアで最も魅力的な国・地域)

	日本		中国		シンガポール		香港		インド		タイ		韓国	
R&D拠点	2	27%	1	48%	3	15%	-	0%	4	6%	-	0%	-	0%
地域統括拠点	4	16%	1	33%	2	17%	3	17%	5	5%	8	2%	-	0%
販売拠点	2	17%	1	34%	4	14%	3	16%	5	5%	7	2%	-	0%
金融拠点	3	14%	1	34%	2	16%	3	14%	5	5%	8	2%	10	1%
バックオフィス	4	10%	1	35%	3	11%	2	13%	5	9%	8	2%	-	0%
物流拠点	3	5%	1	64%	2	6%	6	3%	10	1%	3	5%	-	0%
製造拠点	3	6%	1	67%	5	4%	-	0%	6	3%	2	8%	-	0%

※ ビジネス拠点タイプ毎に、アジアの21カ国・地域から1つ選択。回答企業207社（日本進出済46社含む）から「該当なし」及び「不明」を除く百分率（欧州80社、北米67社、アジア60社）。左側の数字は21カ国・地域での順位であり、3位までをハイライト。なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計。

## 研究開発ビジネスを行う企業と、製造拠点のさらなる高付加価値化を意図する企業が、日本を R&D 拠点の立地先として評価

日本の R&D 拠点の立地競争力を評価する企業の傾向を追加分析すると、大きく二つのタイプに分けられた。

一つ目は、開発ベンチャーや研究開発アウトソーシング企業、研究開発子会社など研究開発自体を主要なビジネスとする日本未進出企業である。二つ目は、国内の製造拠点のさらなる高付加価値化を意図する日本に進出済の企業である。

【→4.1.1. 拠点タイプ毎の立地競争力】

### 「市場の大きさ」が日本のビジネス環境の「強み」であると最も多くの企業が認識

日本の立地競争力を大きく左右するビジネス環境に関し、回答企業が日本の「強み」と認識している項目について調査したところ、「市場の大き

さ」、「社会の安定性」、「高度人材（専門職）の獲得」が上位3位を占めた。

一方で、日本のビジネス環境の「弱み」についても調査したところ、「事業活動コスト」、「英語での円滑なコミュニケーション」、「市場としての成長性」が上位3位を占めた。

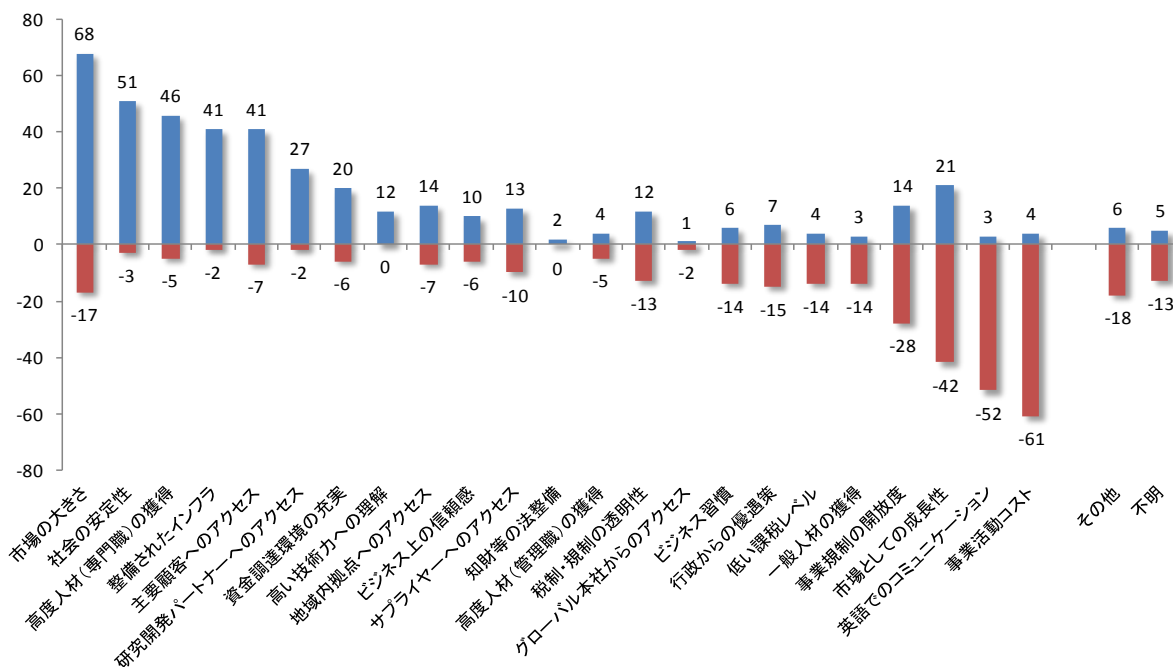
【→4.1.2. 日本の立地競争力（強みと弱み）】

### 市場環境・成功事例の情報提供やビジネスパートナーの紹介へのニーズが存在

外国企業が求める投資支援サービスについても調査を行ったところ、特に「市場環境・成功事例の情報提供」や「ビジネスパートナーの紹介」といったビジネス支援サービスを求める回答が多かった。

また、「法人形態の検討支援」や「法人立ち上げに係る行政手続の支援」などの手続面でのサービスを求める回答も多かった。【→4.3. 日本の投資促進策】

## ■ 日本のビジネス環境の「強み」と「弱み」



※ 「強み」と「弱み」の差分の大きな順に表示。ビジネス環境の「弱み」の「その他」として、行政手続きの煩雑さなどが挙げられた。

## 2. 調査の背景・目的

近年、我が国がアジアの中核拠点としての競争力を急速に失っている中で、震災を契機に企業の海外流出や投資停滞等による産業空洞化の加速も懸念されており、日本のアジア拠点化のさらなる推進が求められている。

このような状況の中、政府においては、アジア拠点化推進法案（第 180 回通常国会にて継続審議中）及び立地補助金等のインセンティブ措置を創設するとともに、平成 23 年 12 月 16 日にはアジア拠点化・対日投資促進プログラムを策定し、欧米アジアのグローバル企業による高付加価値拠点の国内立地促進に取り組んでいるところである。

本調査は、これらアジア拠点化施策の推進に際しての参考として、外国企業から見た日本の立地

競争力や、これら外国企業の投資動向及び日本の投資促進策への見解について、外国企業のアジア投資担当者へのインタビュー等により調査を行ったものである。調査実務については、経済産業省からの事業委託を受けて、アクセンチュア株式会社において実施した。

なお、これまでに同様のテーマでの調査が、平成 19 年度と平成 21 年度にも他社により実施されている。本調査においては、回答企業の本社所在地域、業種、売上規模、従業員数の属性に関し、前回、前々回調査と概ね同様な分布とすることで、これら従前の調査結果を踏まえた分析も実施した。

## 3. 調査方法

### 3.1. 調査手順

まず、本調査における調査対象企業の前提条件として、

- ・ 本社所在地が日本ではない企業
- ・ 本社所在地以外の国・地域にも展開している企業
- ・ アジア地域への投資関心を有している企業
- ・ 対外投資が見込まれる医薬品・医療機器、エネルギー・環境技術、サービス・小売などの業種<sup>1</sup>の企業

の4つを設定した。

その上で、具体的な調査対象企業として、以下のソースから導出される企業にコンタクトした。

- ・ 調査実務を担ったアクセンチュアにおいて、直接的または間接的にコンタクト先を把握している企業
- ・ グローバル企業幹部層に多く購読されているビジネス誌が有するデータベースにおいて、アジアへの投資関心を有していると見込まれる企業

これらの企業に対し、平成23年12月から平成24年2月まで調査への協力を依頼し、欧州、北米、アジアの各エリアに本社を有する企業からの回答が概ね60社を超えるまで、収集を続けた。

回答者については、アジア投資に関する意思決定者やその関係者に限定し、また、回答者の国籍に関係なくあくまでグローバル本社側の判

断基準に基づいて回答するようあらかじめ依頼している。

回答収集方法としては、回答者の都合に合わせて、対面インタビュー、電話インタビュー及びオンラインアンケート方式を併用した。

その結果、欧米アジアの外国企業600社程度に回答への協力を依頼し、207社から回答を得た。

### 3.2. 回答者属性

回答企業の属性については、日本への進出状況、本社所在地、業種、売上規模、従業員数に関し、過去の調査と大きな偏りが生じないように留意した。

その結果、日本への進出状況に関しては、進出実績のない企業（以下、「未進出企業」という）が161社（78%）、進出実績のある企業（以下、「進出済企業」という）が46社（22%）となっている<sup>2</sup>。

回答企業の本社所在地については、欧州が80社（39%）、北米が67社（32%）、アジアが60社（29%）となっている。

---

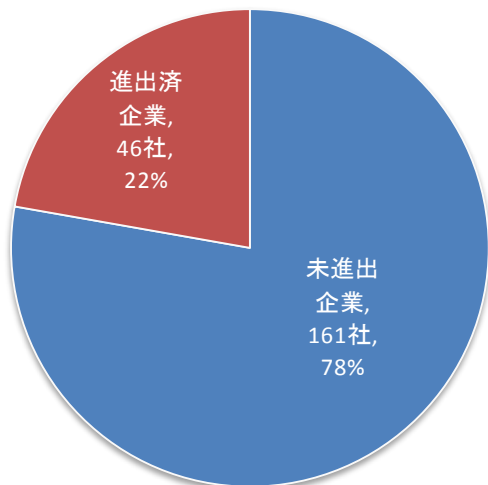
<sup>1</sup> 具体的には、医薬品・医療機器、その他製造、サービス・小売、機械工業（製鉄・輸送機器）、商業銀行、エネルギー・環境技術、情報通信・ハイテク、化学、投資銀行・証券、運輸・輸送、生損保から回答を収集（回答企業の多い順）。

---

<sup>2</sup> 日本への進出実績の有無については、当該外国企業が日本に支店や現地法人を設置していれば進出実績「あり」と認識し、「進出済企業」に分類。日本に何らビジネス拠点を持っていなかったり、駐在員事務所機能しかない場合には、進出実績「なし」と認識し、「未進出企業」に区分。

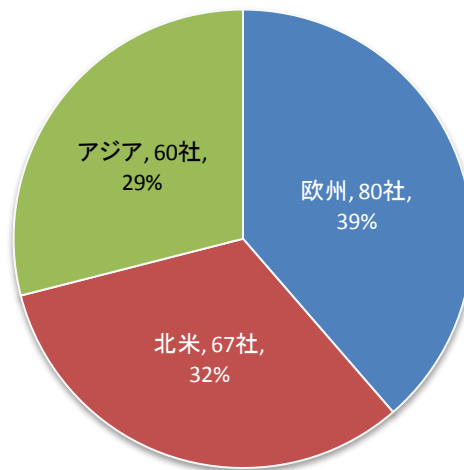
## ■ 回答企業の日本進出状況

回答企業数 207 社



## ■ 回答企業の本社所在地

回答企業数 207 社

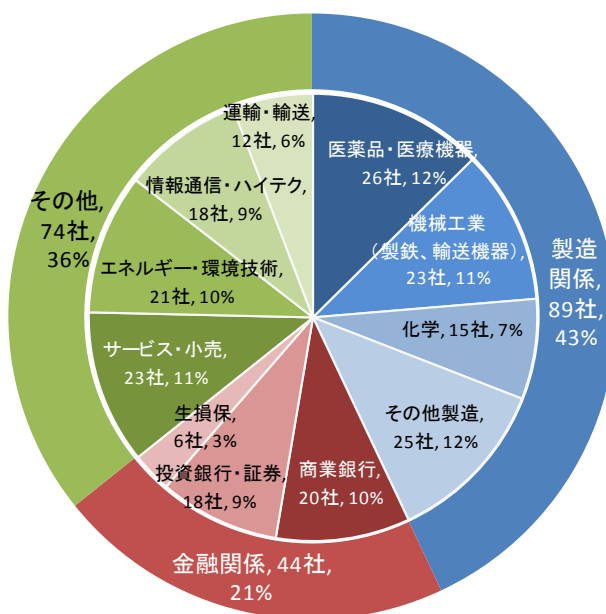


本調査では、これまでの外国企業誘致事業での結果等を踏まえ、対外直接投資の可能性が高いと見込まれる業種の企業から回答を収集した。その結果、医薬品・医療機器、機械工業（製鉄、輸送

機器）、化学など 11 種類の業種から回答を得た。なお、「その他製造」には、建材や排気処理装置を製造する企業等が含まれている。

## ■ 回答企業の業種分布

回答企業数 207 社



※ 「製造関係」は、日本標準産業分類の製造業、建設業に該当し、「金融関係」は、金融業・保険業に該当する。「その他」は、生活関連サービス業、卸売業・小売業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業・郵便業等の業種。

次に回答企業の売上規模についてであるが、5億米ドル以下の中堅企業から、1,000億米ドル以上の巨大企業まで幅広く含まれていることが分かる。

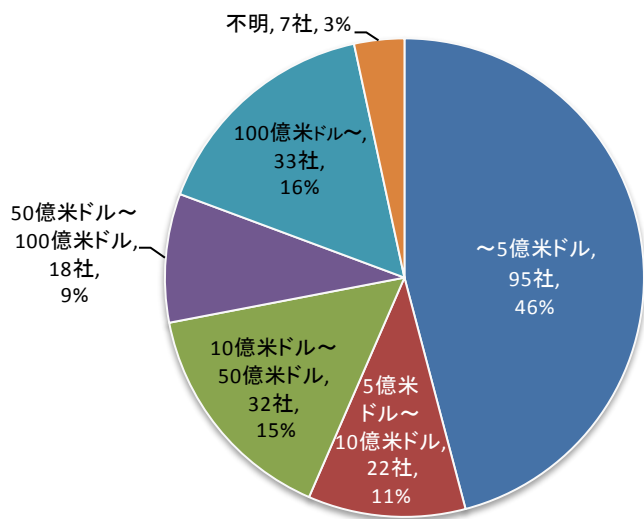
当該データについては企業から提供された情報を基本的に使用したが、当該情報が提供されていない場合や正確性が疑われる場合には、企業情報

提供機関の Dow Jones 社の提供する企業データベースを活用し、登録されている直近の会計年度の数値を使用した。

また、回答企業の従業員数に関しては、300人未満の中堅企業から30,000人以上の大企業まで様々な規模の企業が含まれている。

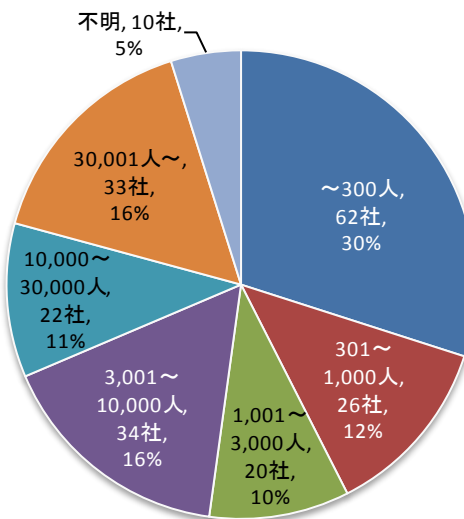
### ■ 回答企業の売上規模（連結）

回答企業数 207 社



### ■ 回答企業の従業員数

回答企業数 207 社





## 4. 調査結果

### 4.1. 立地競争力

#### 4.1.1. 拠点タイプ毎の立地競争力

外国企業に対し、ビジネス拠点タイプ毎の立地競争力について、「R&D 拠点」、「地域統括拠点」、「販売拠点」、「金融拠点」、「バックオフィス」、「物流拠点」及び「製造拠点」の7つに分けて、アジア地域内でどの国・地域が最も魅力的であるか尋ねた。その結果、日本は、高付加価値拠点であるR&D 拠点について27%の企業から評価され、この分野

においては中国に次いで2位の位置を占めている。

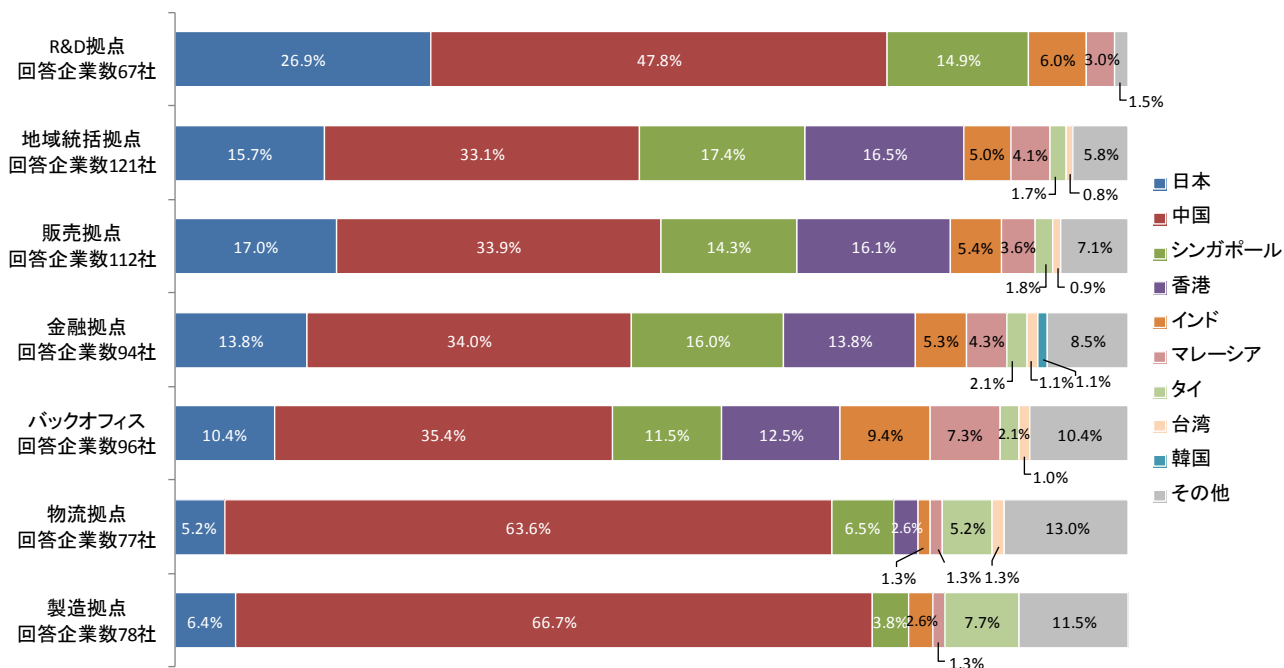
しかしながら、地域統括拠点は、中国、シンガポール、香港に次いで4位という結果になっている（16%）。

その他、販売拠点は17%の評価で2位、金融拠点、バックオフィス、物流拠点、製造拠点については、それぞれ以下の表の通りとなっている。

なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計した。

#### ■ アジア各国・地域の立地競争力

**設問** ビジネス拠点機能を以下のタイプに分類した場合、それぞれのタイプにおいてアジアで最も魅力的であると認識している国・地域はどこですか。



※ ビジネス拠点タイプ毎に、アジアの21カ国・地域から1つ選択。回答企業207社（日本進出済46社含む）から「該当なし」及び「不明」を除く百分率（欧州80社、北米67社、アジア60社）。

「販売拠点」については、営業・販売・マーケティング等を統括する拠点だけでなく、一般的な営業・販売・マーケティングを行うための店舗や事務所等を含む。

なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計した。

ビジネス拠点タイプ毎の立地競争力について、これまで行った2回の調査結果と比較すると、前回平成21年度調査と同様に、日本はR&D拠点で2位を維持したものの、地域統括拠点は前回の調査と魅力度はほとんど変わらず、引き続きシンガポール及び香港と競り合っている状況である。

一方で、前回調査で1位を独占した中国については、今回の調査でも同様に全てのビジネス拠

点タイプで1位を確保した。また、シンガポールは、地域統括拠点、金融拠点、物流拠点で2位となっている。

なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計した。

## ■ アジア各国・地域の立地競争力の推移

(外国企業から見てビジネス拠点タイプ毎の投資先として最も魅力的なアジアの国・地域)

平成19年度調査 対象企業数209社

		日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	回答企業数 154社	1 35%	2 23%	4 11%	5 5%	3 14%	- 0%	7 3%
地域統括拠点	回答企業数 153社	1 27%	4 18%	3 19%	2 20%	5 5%	9 1%	6 3%
販売拠点	回答企業数 -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
金融拠点	回答企業数 -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
バックオフィス	回答企業数 146社	2 18%	1 23%	3 15%	4 14%	4 14%	9 1%	7 3%
物流拠点	回答企業数 150社	2 13%	1 43%	4 11%	2 13%	5 6%	7 4%	6 5%
製造拠点	回答企業数 148社	3 4%	1 66%	7 2%	3 4%	2 11%	7 2%	6 3%

※ ビジネス拠点タイプ毎に、アジアの21カ国・地域から1つ選択。回答企業209社（日本進出済51社含む）から無回答企業を除く百分率（欧州78社、北米74社、アジア57社）。左側の数字は21カ国・地域での順位であり、3位までをハイライト。

平成19年度調査においては、販売拠点、金融拠点に関する立地競争力は調査対象外。

なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計。

平成21年度調査 対象企業数180社

		日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	回答企業数 91社	2 23%	1 33%	4 7%	8 2%	3 18%	- 0%	5 4%
地域統括拠点	回答企業数 110社	4 12%	1 41%	2 15%	2 15%	5 9%	- 0%	7 2%
販売拠点	回答企業数 112社	4 8%	1 47%	3 12%	2 14%	5 6%	- 0%	6 3%
金融拠点	回答企業数 67社	4 12%	1 33%	3 16%	2 24%	5 7%	- 0%	6 3%
バックオフィス	回答企業数 99社	4 9%	1 36%	3 14%	4 9%	2 20%	8 1%	8 1%
物流拠点	回答企業数 92社	5 3%	1 61%	2 12%	4 7%	3 8%	8 1%	8 1%
製造拠点	回答企業数 114社	11 1%	1 64%	7 2%	7 2%	2 13%	7 2%	7 2%

※ ビジネス拠点タイプ毎に、アジアの21カ国・地域から1つ選択。回答企業180社（日本進出済30社含む）から無回答（該当国なしを含む）企業を除く百分率（欧州60社、北米60社、アジア60社）。左側の数字は21カ国・地域での順位であり、3位までをハイライト。

なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計。

平成23年度調査 対象企業数207社

		日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	回答企業数 67社	2 27%	1 48%	3 15%	- 0%	4 6%	- 0%	- 0%
地域統括拠点	回答企業数 121社	4 16%	1 33%	2 17%	3 17%	5 5%	8 2%	- 0%
販売拠点	回答企業数 112社	2 17%	1 34%	4 14%	3 16%	5 5%	7 2%	- 0%
金融拠点	回答企業数 94社	3 14%	1 34%	2 16%	3 14%	5 5%	8 2%	10 1%
バックオフィス	回答企業数 96社	4 10%	1 35%	3 11%	2 13%	5 9%	8 2%	- 0%
物流拠点	回答企業数 77社	3 5%	1 64%	2 6%	6 3%	10 1%	3 5%	- 0%
製造拠点	回答企業数 78社	3 6%	1 67%	5 4%	- 0%	6 3%	2 8%	- 0%

※ ビジネス拠点タイプ毎に、アジアの21カ国・地域から1つ選択。回答企業207社（日本進出済46社含む）から「該当なし」及び「不明」を除く百分率（欧州80社、北米67社、アジア60社）。左側の数字は21カ国・地域での順位であり、3位までをハイライト。

なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計。

次に、企業属性による回答傾向について、追加分析を行った。企業の本社所在地域の違いによる傾向としては、欧米企業の方がアジア企業よりも、日本の立地競争力を評価していた。また、いずれの地域企業においても、中国がほぼ1位になっているものの、アジア企業、欧州企業、北米企業

の順で、中国以外の国・地域に票が分散している状況も見受けられた。

なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計した。

## ■ 企業属性の違いによる立地競争力の違い（地域別）

平成23年度調査（欧州企業） 対象企業数80社

		日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	回答企業数 31社	2 26%	1 42%	3 23%	- 0%	4 6%	- 0%	- 0%
地域統括拠点	回答企業数 62社	4 15%	1 27%	3 18%	2 24%	5 6%	- 0%	- 0%
販売拠点	回答企業数 52社	3 19%	1 25%	4 15%	2 23%	5 6%	- 0%	- 0%
金融拠点	回答企業数 44社	3 18%	1 25%	4 14%	2 23%	5 7%	- 0%	- 0%
バックオフィス	回答企業数 50社	3 14%	1 24%	4 12%	2 18%	5 10%	- 0%	- 0%
物流拠点	回答企業数 20社	2 10%	1 60%	2 10%	4 5%	4 5%	- 0%	- 0%
製造拠点	回答企業数 23社	2 9%	1 70%	2 9%	- 0%	2 9%	- 0%	- 0%

平成23年度調査（北米企業） 対象企業数67社

		日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	回答企業数 31社	2 32%	1 55%	4 3%	- 0%	3 6%	- 0%	- 0%
地域統括拠点	回答企業数 45社	2 18%	1 42%	2 18%	4 7%	7 2%	- 0%	- 0%
販売拠点	回答企業数 42社	2 19%	1 45%	3 17%	4 5%	4 5%	- 0%	- 0%
金融拠点	回答企業数 33社	3 9%	1 55%	2 15%	- 0%	5 3%	- 0%	5 3%
バックオフィス	回答企業数 33社	3 9%	1 55%	2 12%	7 3%	4 6%	- 0%	- 0%
物流拠点	回答企業数 37社	3 3%	1 81%	2 5%	- 0%	- 0%	3 3%	- 0%
製造拠点	回答企業数 37社	2 8%	1 78%	4 3%	- 0%	- 0%	3 5%	- 0%

平成23年度調査（アジア企業） 対象企業数60社

		日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	回答企業数 5社	4 0%	1 40%	1 40%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
地域統括拠点	回答企業数 14社	2 14%	1 29%	2 14%	2 14%	6 7%	2 14%	- 0%
販売拠点	回答企業数 18社	5 6%	1 33%	5 6%	2 22%	5 6%	3 11%	- 0%
金融拠点	回答企業数 17社	4 12%	2 18%	1 24%	2 18%	6 6%	4 12%	- 0%
バックオフィス	回答企業数 13社	7 0%	1 31%	6 8%	2 15%	2 15%	2 15%	- 0%
物流拠点	回答企業数 20社	5 5%	1 35%	5 5%	5 5%	- 0%	2 15%	- 0%
製造拠点	回答企業数 18社	- 0%	1 39%	- 0%	- 0%	- 0%	2 22%	- 0%

※ ビジネス拠点タイプ毎に、アジアの21カ国・地域から1つ選択。回答企業207社（日本進出済46社含む）から「該当なし」及び「不明」を除く百分率（欧州80社、北米67社、アジア60社）。左側の数字は21カ国・地域での順位であり、3位までをハイライト。なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計。

日本への進出状況別の傾向についても追加分析を行ったところ、未進出企業の方が進出済企業よりも日本の相対的評価が高かった。また、進出済企業は、未進出企業と比べると、地域統括拠点、販売拠点、金融拠点で中国よりもシンガポールや香港を選ぶ傾向が見受けられた。

なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計した。

## ■ 企業属性の違いによる立地競争力の違い（進出状況別）

平成23年度調査（未進出企業） 対象企業数161社

		日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	回答企業数 40社	2 25%	1 45%	3 18%	- 0%	4 5%	- 0%	- 0%
地域統括拠点	回答企業数 87社	2 15%	1 38%	3 14%	4 13%	5 7%	7 2%	- 0%
販売拠点	回答企業数 87社	2 17%	1 37%	4 10%	3 14%	5 7%	7 2%	- 0%
金融拠点	回答企業数 75社	2 15%	1 36%	3 12%	3 12%	5 7%	7 3%	10 1%
バックオフィス	回答企業数 76社	2 12%	1 37%	4 11%	2 12%	5 9%	7 3%	- 0%
物流拠点	回答企業数 60社	2 5%	1 63%	2 5%	9 2%	9 2%	2 5%	- 0%
製造拠点	回答企業数 56社	3 5%	1 63%	3 5%	- 0%	6 4%	2 7%	- 0%

平成23年度調査（進出済企業） 対象企業数46社

		日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	回答企業数 27社	2 30%	1 52%	3 11%	- 0%	4 7%	- 0%	- 0%
地域統括拠点	回答企業数 34社	4 18%	3 21%	1 26%	1 26%	- 0%	- 0%	- 0%
販売拠点	回答企業数 25社	4 16%	2 24%	1 28%	2 24%	- 0%	- 0%	- 0%
金融拠点	回答企業数 19社	4 11%	2 26%	1 32%	3 21%	- 0%	- 0%	- 0%
バックオフィス	回答企業数 20社	7 5%	1 30%	2 15%	2 15%	5 10%	- 0%	- 0%
物流拠点	回答企業数 17社	3 6%	1 65%	2 12%	3 6%	- 0%	3 6%	- 0%
製造拠点	回答企業数 22社	2 9%	1 77%	- 0%	- 0%	- 0%	2 9%	- 0%

※ ビジネス拠点タイプ毎に、アジアの21カ国・地域から1つ選択。回答企業207社（日本進出済46社含む）から「該当なし」及び「不明」を除く百分率（欧州80社、北米67社、アジア60社）。左側の数字は21カ国・地域での順位であり、3位までをハイライト。なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計。

さらに、R&D 拠点の立地として日本をアジアの中で最も魅力的であると回答した 18 社の傾向を分析した。

これら日本の R&D 拠点としての立地競争力を評価している企業は、大きく二つに分けることができた。一つ目は、開発ベンチャーや研究開発アウトソーシング企業、研究開発子会社など研究開発自体を主要なビジネスとする日本未進出企業で

あり、業種としては、エネルギー・環境技術、機械工業等となる。

二つ目としては、国内の製造拠点のさらなる高付加価値化を意図する日本進出済企業で、業種としては、化学、医薬品・医療機器等であり、特に国内顧客の要望や国内の規制に対応するための開発を行うものと想定される。

## ■ 日本の R&D 拠点の立地競争力を評価している企業の属性

	企業のビジネス傾向	回答企業の業種
R&Dを主要な ビジネスとする 未進出企業	✓ 新規技術を開発し、その技術を他企業に提供する開発ベンチャー	エネルギー・環境技術 x4社
	✓ 研究開発業務を受託するアウトソーシング企業	機械工業 (製鉄・輸送機器) x3社
	✓ 製造拠点も保有するメーカーの研究開発子会社	医薬品・医療機器 x2社
		小売・サービス x1社
製造拠点のさらなる 高付加価値化を意図 する進出済企業	✓ 国内顧客の要望に対応するためハイエンド品を開発し、日本の製造拠点で生産する方針である企業	化学 x3社
	✓ 日本の規制に対応するため自社製品を日本仕様に変更し、日本の製造拠点で生産する方針である企業	医薬品・医療機器 x3社
		その他製造 x2社

#### 4.1.2. 日本の立地競争力（強みと弱み）

日本の立地競争力を大きく左右するビジネス環境について、回答企業が日本の「強み」と認識している項目について調査したところ、「市場の大きさ」、「社会の安定性」、「高度人材（専門職）の獲得」が上位3位を占めた。

「市場の大きさ」については、「世界第2の市場として北米・欧州と並ぶ3極のひとつを占めている」（アジア・医療）、「ファッションなどのB2Cのビジネスにとっては魅力的な市場」（北米・サービス）という指摘がなされている。

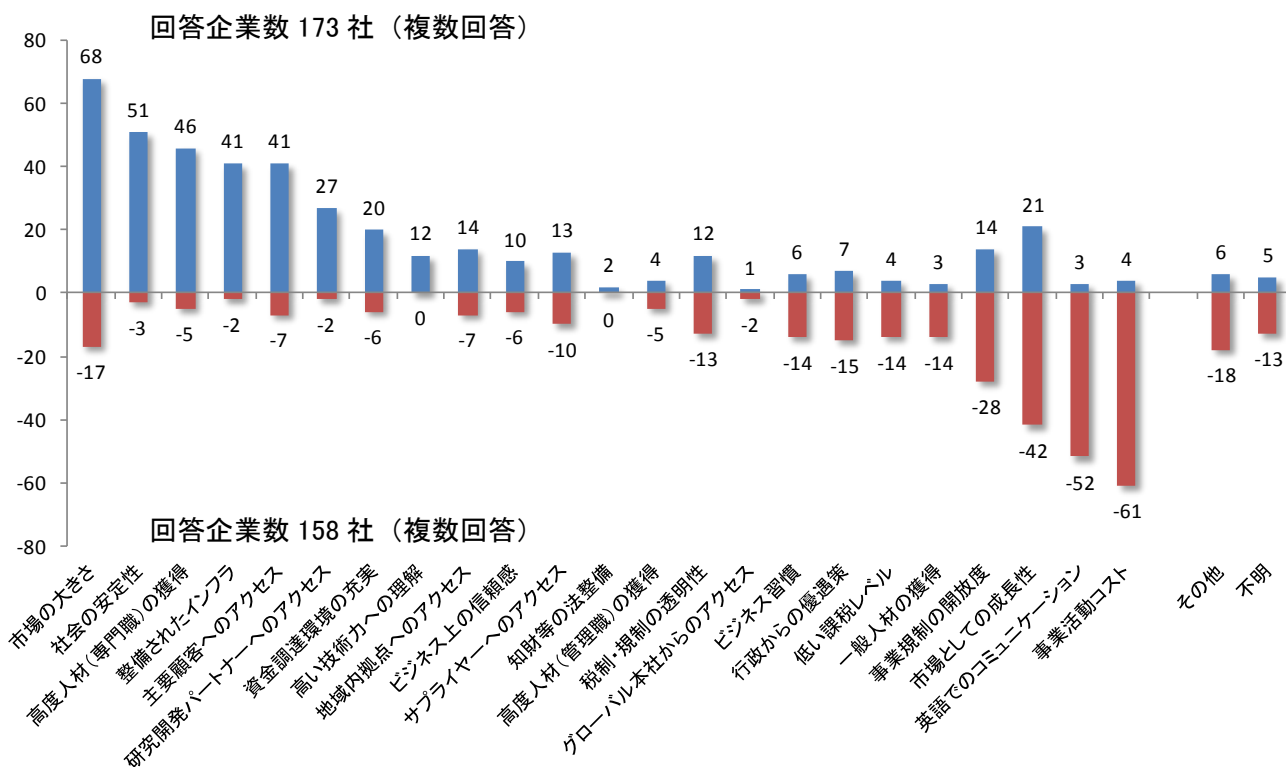
一方で、日本のビジネス環境の「弱み」についても調査したところ、「事業活動コスト」、「英語での円滑なコミュニケーション」、「市場としての成長性」が上位3位を占めた。

「事業活動コスト」については、「円高が余りに進んでしまったために、ここ数年間でポンドに対して円が2倍になってしまった」（欧州・化学）、「絶対額として大きなものでなくても、香港やシンガポールと比べると見劣りし、会社内部での投資優先度が下がってしまう」（北米・サービス）という指摘がなされている。

#### ■ 日本のビジネス環境の「強み」と「弱み」

##### 設問

ビジネス環境について、アジアの他国・地域に比べて日本が強みとする項目と弱みとする項目はそれぞれどれですか。（複数回答）



※ 「強み」と「弱み」の差分の大きな順に表示。  
 ビジネス環境の弱みとしての「その他」として、行政手続きの煩雑さなどが挙げられた。

## ■ 日本のビジネス環境に関するコメント例

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
市場の大きさ	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本は米国、欧州と並んで重要な3極の一つであり、日本での事業展開が会社への信頼やブランド構築につながる。（アジア、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 日本の市場は自国の3~4倍ある。（アジア、その他製造）</li> <li>✓ 電子マネーも普及し、日本の消費者はよく消費するよう感じている。ファッションなどのB2Cのビジネスにとっては魅力的な市場である。（北米、サービス・小売）</li> </ul>
高度人材（専門職）の獲得	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本は特にバイオ技術領域での人材スキルが高く、こうした人材の獲得に魅力を感じている。（欧州・医療）</li> <li>✓ 日本には専門的な知識を持った金融のプロフェッショナルが数多く存在する。また、アジアにおける金融の中心である香港と比較しても、給与水準が高いわけではない。（欧州、投資銀行・証券）</li> </ul>
主要顧客へのアクセス	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本は代表的な自動車メーカーの存立する世界的なハブである。（北米、機械工業）</li> <li>✓ 顧客となる大手製薬企業とのパートナーシップを形成するために、日本市場は重要。（欧州、医薬品・医療機器）</li> </ul>
研究開発パートナーへのアクセス	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 東京に研究開発機関が集中しており、先端研究者との会議をセッティングしやすい。（北米、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 日本のパートナーは、新たなテクノロジーに興味を持ち、迅速に取り入れる傾向がある。（北米、エネルギー・環境技術）</li> </ul>
税制・規制の透明性 事業規制の開放度	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本のビジネス関係の規制の開放度は、重要な差別化要素となりうる。逆に中国市場ではこの点を憂慮している。（アジア、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ 日本の契約ルールや規制に関しては透明性が高いと考える。（北米、機械工業）</li> </ul>
	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 派遣規制など制約が多くて柔軟に従業員を雇用できず、外国企業にとって非常に不便。（北米、化学）</li> <li>✓ 業界団体に登録して部材の認証を受けようとした際、順番待ちしなければならず、審査に1年間もかかってしまった。（アジア、その他製造）</li> </ul>
ビジネス習慣	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本では顧客との関係がアンバランスで、取引先をパートナーとして見做して仕事をしていない。（欧州、その他製造）</li> <li>✓ 日本では顧客とビジネス関係を構築するのに、欧米と比べ、より長い時間がかかり、その間にキャッシュフローが圧迫されてしまう。（欧州、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 日本の顧客は日系のベンダーを選定する傾向が強く、よりコスト競争力のある外国のベンダーを、時には選定しないこともある。（アジア、情報通信・ハイテク）</li> </ul>
市場としての成長性	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 住宅リフォーム市場の伸びに期待している。（アジア、その他製造）</li> <li>✓ オンライン取引は年25%で伸びている。また、1人あたりの可処分所得も高く、自社サービスへの需要も旺盛。（北米、運輸・輸送）</li> </ul>
	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本の購買力が中国と比べ圧倒的に低下してきている。（欧州、サービス・小売）</li> <li>✓ 日本はバブル以降、成熟市場とみなされており、失われた20年となっている。（アジア、商業銀行）</li> </ul>
英語でのコミュニケーション	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 文句をはっきりと言わない日本特有のコミュニケーションスタイルのため、グローバル本社からは日本で何を考えているのか不透明と指摘されることが多い。（欧州、化学）</li> <li>✓ シンガポールが産業集積に成功しているのは、英語でのコミュニケーションが容易であることも大きな要素となっている。（北米、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 仕事のやり方やコミュニケーションのとり方が北米の本社とは異なっており、年配の日本人スタッフは英語でのコミュニケーションを避ける傾向がある。（北米、化学）</li> </ul>
事業活動コスト	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 企業設立に手間とコストが大きくかかる。絶対額としては大きなものではないが、香港やシンガポールと比べると見劣りし、会社内部での投資優先度が下がってしまう。（北米、サービス・小売）</li> <li>✓ グローバル本社では、常に中国とのコスト比較がされており、日本のコストが高いことが問題となってしまう。（北米、その他製造）</li> <li>✓ 円高があまりに進んでしまったために、ここ数年でポンドに対して円が2倍になってしまった。投資計画を練る際にこれが一番のネックになる。（欧州、化学）</li> </ul>

これらの回答をもとに、日本のビジネス環境の「強み」及び「弱み」について、業種別の回答傾向を分析した。

その結果、日本の「高度人材（専門職）の獲得」を高く評価しているのは、生損保、機械工業（製鉄、輸送機器）、化学であった。また、「主要顧

客へのアクセス」や「市場の大きさ」を評価しているのは、化学、エネルギー・環境技術、医薬品・医療機器、その他製造、サービス・小売、情報通信・ハイテク、運輸・輸送。さらに、「社会の安定性」を評価しているのは、商業銀行、投資銀行・証券、運輸・輸送であった。

## ■ 業種別の日本のビジネス環境に対する評価

	回答企業数	日本の「強み」						日本の「弱み」					
		市場性関係		人材能力関係		社会条件関係		市場性関係		人材能力関係		行政関係	
		市場の大きさ (プラス評価)	主要顧客へのアクセス	高度人材(専門職)の獲得	研究開発パートナーへのアクセス	社会の安定性	整備されたインフラ	事業活動コスト	市場としての成長性	市場の大きさ(マイナス評価)	英語のコミュニケーション	事業規制の開放度	行政からの優遇策
	回答数68社	回答数41社	回答数46社	回答数27社	回答数51社	回答数41社	回答数61社	回答数42社	回答数17社	回答数52社	回答数28社	回答数15社	
生損保	6社	0%	0%	50%	17%	33%	33%	0%	17%	17%	17%	17%	17%
機械工業(製鉄、輸送機器)	23社	9%	17%	30%	17%	17%	4%	17%	17%	4%	17%	9%	13%
化学	15社	13%	40%	40%	33%	27%	20%	53%	27%	7%	27%	13%	0%
エネルギー・環境技術	21社	24%	38%	29%	24%	19%	10%	38%	33%	14%	19%	14%	5%
医薬品・医療機器	26社	54%	19%	19%	23%	12%	23%	31%	12%	4%	23%	23%	8%
その他製造	25社	32%	4%	28%	4%	16%	20%	40%	12%	4%	20%	8%	4%
サービス・小売	25社	40%	20%	4%	4%	16%	24%	16%	12%	16%	40%	4%	12%
情報通信・ハイテク	18社	72%	22%	22%	11%	44%	22%	50%	22%	0%	33%	17%	6%
商業銀行	19社	32%	11%	16%	5%	37%	16%	21%	21%	11%	16%	16%	5%
投資銀行・証券	17社	35%	18%	18%	6%	47%	41%	29%	47%	12%	47%	24%	12%
運輸・輸送	12社	17%	25%	8%	0%	25%	17%	8%	8%	8%	8%	8%	0%

※ 回答数の多い「強み」「弱み」をそれぞれ6項目抽出し、業種毎に回答率の高い2つの項目をハイライト。ただし、同着が3つ以上ある場合は、ハイライトせず。



次に、日本の立地競争力のもう一つの側面である生活環境について、外国企業から見て「強み」とする項目と「弱み」とする項目を調査した。

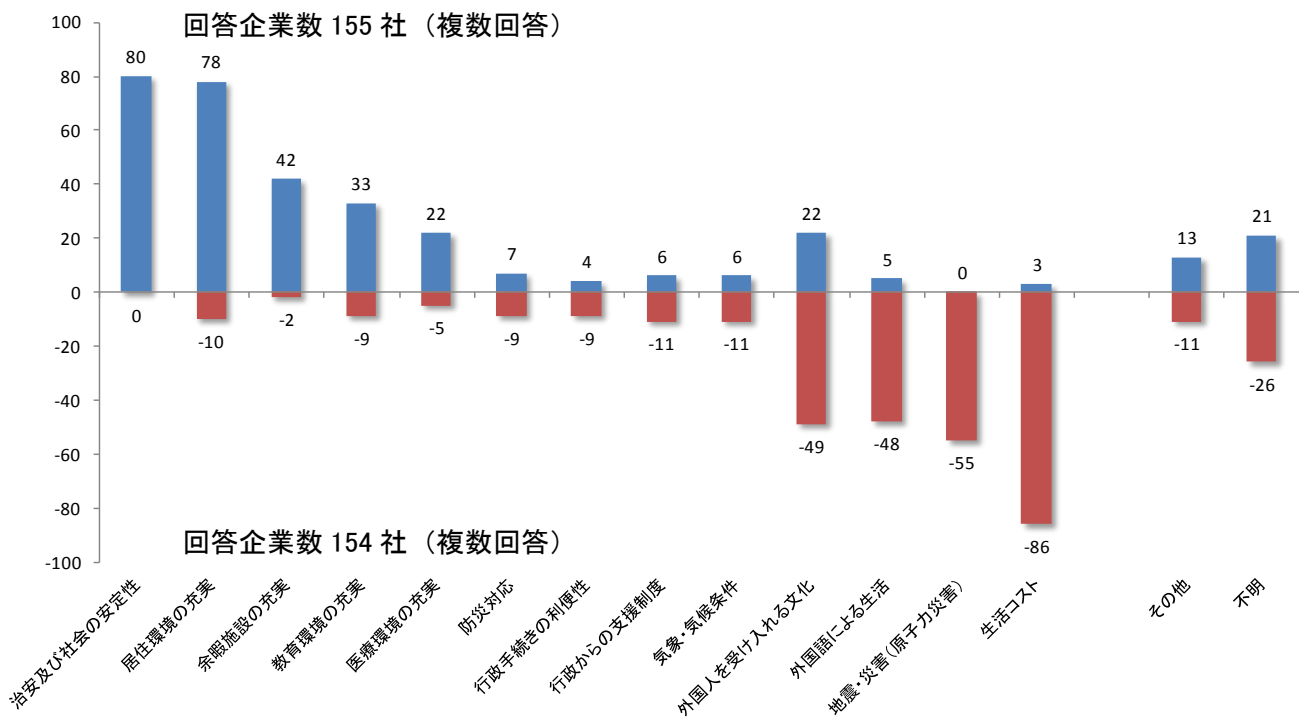
日本の生活環境の「強み」としては、「治安及び社会の安定性」、「居住環境の充実」、「余暇施設の充実」が上位3位を占めた。

一方で、日本の生活環境の「弱み」としては、「生活コスト」、「地震・災害（原子力災害）」、

「外国人を受け入れる文化」が上位3位を占めた。このうち、「地震・災害（原子力災害）」に関しては、「原子力災害に関する情報や、その重大性について、より透明性高く提供する必要がある」（欧州、サービス・小売）という正確な情報発信への要望等があった。

## ■ 日本の生活環境の「強み」と「弱み」

**設問** 生活環境について、アジアの他国・地域に比べて日本が強みとする項目と弱みとする項目はそれぞれどれですか。（複数回答）



※ 「強み」と「弱み」の差分の大きな順に表示。

「その他」の回答内には、「強み」として交通インフラの発達や誠実な国民性が、「弱み」として欧州本社との時差や外国人参政権の非付与などが含まれる。また「不明」の回答内には、駐在員がいないため判断できないという回答が含まれる。

## ■ 日本の生活環境に関するコメント例

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
治安及び社会の安定性	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 治安もよいため、日本では子供だけで遠出させても心配ない。米国の場合は親が車で連れ出さねばならない。（北米、化学）</li> <li>✓ 日本の生活環境が清潔で安全なところが非常に気に入っている。（北米、機械工業）</li> </ul>
居住環境の充実	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本、特に東京については、安全で暮らしやすい環境が整っているように思える。（北米、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 上海と比べて東京は住みやすいという印象。（欧州、化学）</li> <li>✓ 安全、清潔、便利。（北米、サービス・小売）</li> </ul>
余暇活動の充実	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本に赴任している駐在員は、レストランや文化施設も充実した日本での生活に非常に満足している。（北米、化学）</li> <li>✓ 日本に一度でも訪れたことのある人は、日本のおもてなしの文化を非常に気に入ることになる。（欧州、医薬品・医療機器）</li> </ul>
教育環境の充実	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ハイクオリティなインターナショナルスクールに子供を入れることができる。（欧州、機械工業）</li> </ul>
外国人を受け入れる文化	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 外国人は不動産を借りづらい。連帯保証人を求められるが、日本で連帯保証人を探すのは非常に困難。（アジア、その他製造）</li> <li>✓ 日本人はタマネギのようなものだと思う。親しくなったと思っても、次々に皮が現れて、なかなか本心からの付き合いが出来ない。仕事を一緒に行っても、勤務時間が終わると別々になってしまい、友人を作るのが非常に難しい。（アジア、その他製造）</li> </ul>
外国語による生活	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 特にタクシー運転手に関しては、もっと英語が通じるようになってほしい。（北米、エネルギー・環境技術）</li> <li>✓ 英語によるコミュニケーションの問題は大きい。（欧州、医薬品・医療機器）</li> </ul>
地震・災害（原子力災害）	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 原子力災害に関する情報や、その重大性について、より透明性高く提供する必要がある。（欧州、サービス・小売）</li> <li>✓ 外国人従業員本人は放射能を気にしていなかったが、その家族が日本への渡航を引きとめることがある。（北米、医薬品・医療機器）</li> </ul>
生活コスト	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 生活コストが高く、外国人駐在員派遣は、かなりハードルが高い。（北米、その他製造）</li> <li>✓ 日本円でのインフレはほとんどないが、ドルベースではここ 20 年で物価が 3 倍以上、上昇したことになる。（北米、サービス・小売）</li> <li>✓ 生活コストの高さは大きな弱みとなってしまう。特に、住宅費やインターナショナルスクール費、水道光熱費は他国と比べて高い。（欧州、サービス・小売）</li> </ul>

## 4.2. 投資動向

### 4.2.1. アジア地域への投資実績

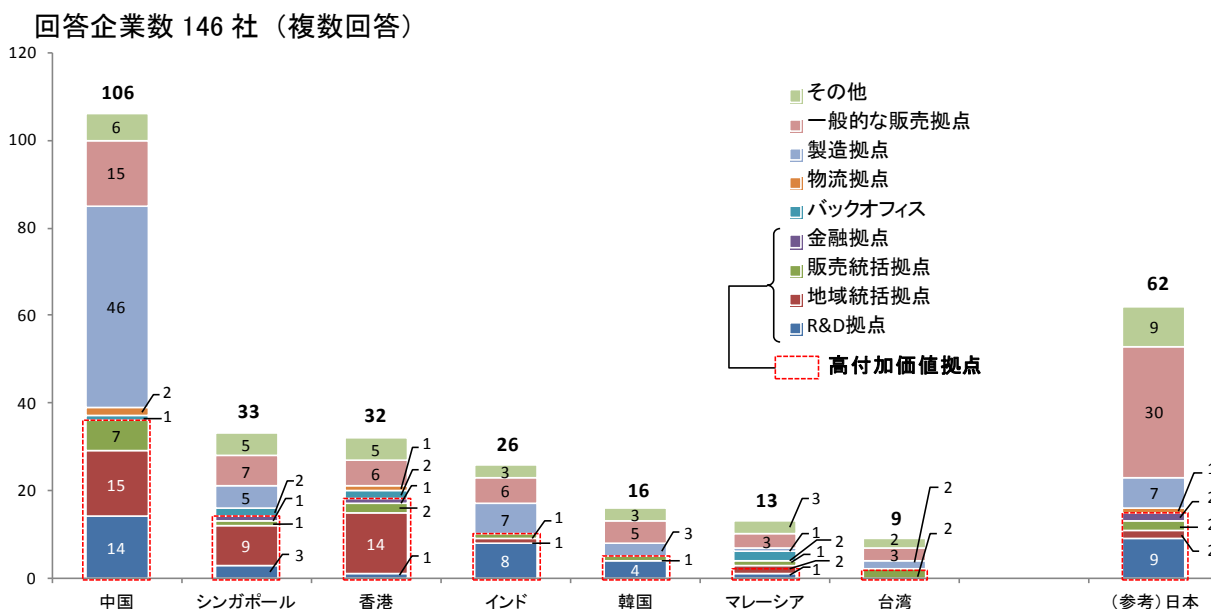
回答企業が、アジア域内のどの国・地域にビジネス拠点を現在設置しているか調査したところ、中国が最も多く、シンガポール、香港がこれに続いた。中国においては特に製造拠点多く設置さ

れているが、R&D 拠点や地域統括拠点などの高付加価値拠点も他国・地域と比べ多く有している。また、シンガポールと香港は地域統括拠点の比率が大きくなっている。なお、日本においては、高付加価値拠点では R&D 拠点多く、また、一般的な販売拠点が大きな比率を占めていることも特徴として挙げられる。

### ■ 外国企業のアジア地域への投資実績（上位7カ国・地域を掲載）

#### 設問

アジア地域に設置している拠点（現地法人）について、日本の拠点も含め主要な拠点5つの立地を記載下さい。（複数回答）



※ 回答収集に際し、日本への拠点設置状況を優先して尋ねているため、他の国・地域よりも多く回答が集まる傾向がある。そのため、参考扱いとしている。

「販売統括拠点」は営業・販売・マーケティング等を統括する拠点とし、「一般的な販売拠点」は営業・販売・マーケティングを行うための店舗や事務所等で統括機能を有しない拠点と定義した。

なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計。

### ■ 拠点設置後の感想

#### 設問

上記拠点の立地条件について、当初想定していたよりも良かった面や悪かった面などあれば記入してください。

項目	コメント例（カッコ内は企業情報）
拠点設置後の感想	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 中国のコストの低さは魅力的であるが、知的財産の流出防止が難しい。中国の工場長が退職して同業を立ち上げた上に、元々の顧客に対して廉価版として類似製品をセールスしていたことがあり、知的財産管理の難しさや従業員の意識の低さを感じたことがあった。（北米、その他製造）</li> <li>✓ 運営コストの安さからタイにコールセンターを設置したが、英語/中国語の対応を行う上ではあまりメリットが見い出せなかった。コスト増だったが結果的にシンガポールに移設した。（北米、化学）</li> <li>✓ 中国は外国人駐在員がビジネス・生活する環境としては厳しいものがある。（欧州、機械工業）</li> </ul>

## 4.2.2. アジア地域への投資計画

回答企業が、今後2～3年間でアジア地域へのビジネス拠点の新設や拠点機能の拡充予定があるか調査したところ、設置実績と同様に、中国向けの投資計画があると回答した企業が最も多く、次いで、シンガポール、インドと続いた。中国においては特に製造拠点の投資計画が多いが、R&D

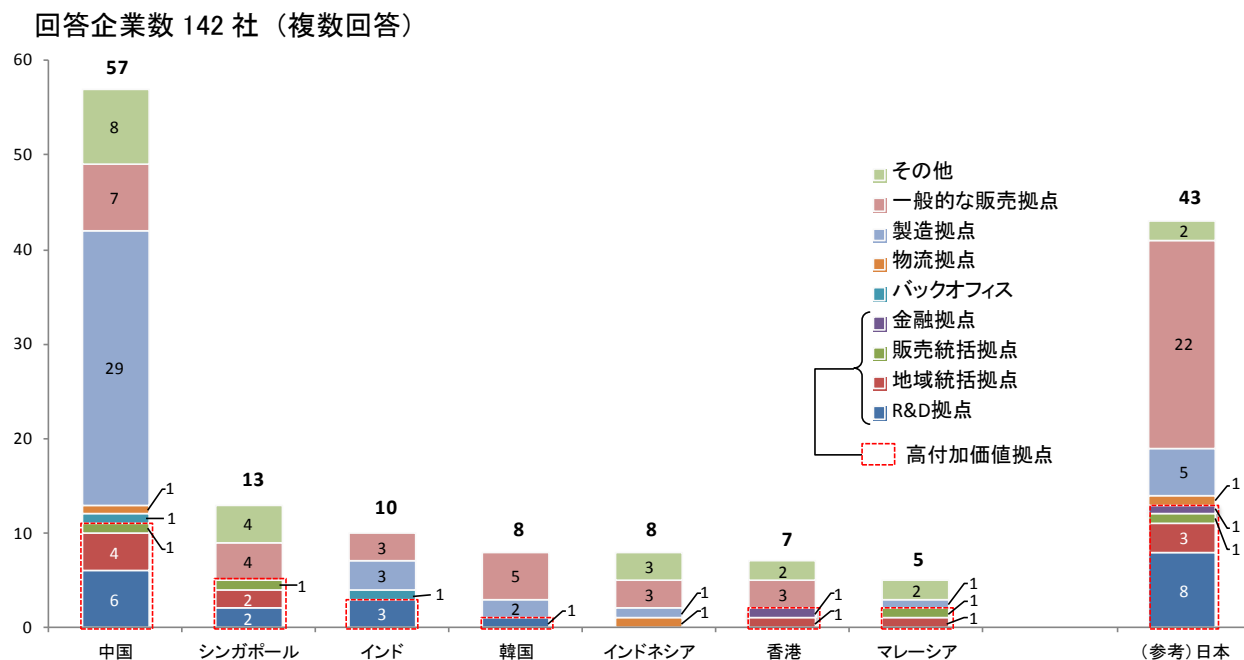
拠点、地域統括拠点といった高付加価値拠点の計画も他国・地域に比べ多くなっている。

日本向けの投資計画については、投資実績と同様に一般的な販売拠点が大きな比率を占めており、次に、R&D拠点が続いている。

### ■ アジア地域への投資計画（新設及び拡充）（上位7カ国・地域を掲載）

#### 設問

今後2～3年間で、アジア地域で新たに拠点を設置、または拠点機能の拡充をする予定や意向がありますか。（複数回答）



※ 回答収集に際し、日本への拠点設置計画を優先して尋ねているため、他の国・地域よりも多く回答が集まる傾向がある。そのため、参考扱いとしている。

「販売統括拠点」は営業・販売・マーケティング等を統括する拠点とし、「一般的な販売拠点」は営業・販売・マーケティングを行うための店舗や事務所等で統括機能を有しない拠点と定義した。

なお、本調査は海外への投資意欲に関する調査であることから、アジア企業による自国・地域票は除いて集計。

### 4.2.3. 日本への投資形態

日本市場への参入又は日本市場での投資拡大に当たり、どのような投資形態が望ましいか調査し

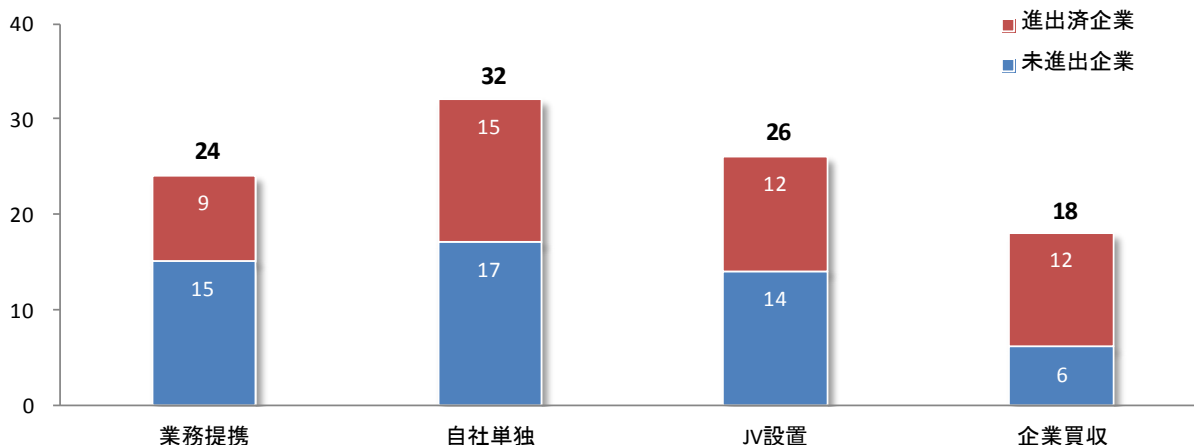
たところ、日系企業との業務提携や自社単独での投資だけでなく、ジョイント・ベンチャー（JV）の設置や企業買収の形態を望む外国企業も存在した。

#### ■ 日本への投資形態

##### 設問

日本市場への参入または日本市場での投資拡大に当たって、どのような形態で行うことが貴社にとって望ましいと考えますか？（複数回答）

回答企業数 81 社（複数回答）



#### ■ 日本への投資に当たっての阻害要因

##### 設問

日本において上記の投資を行うに当たり、法律・規制・商習慣等なんらかの阻害要因がありますか？

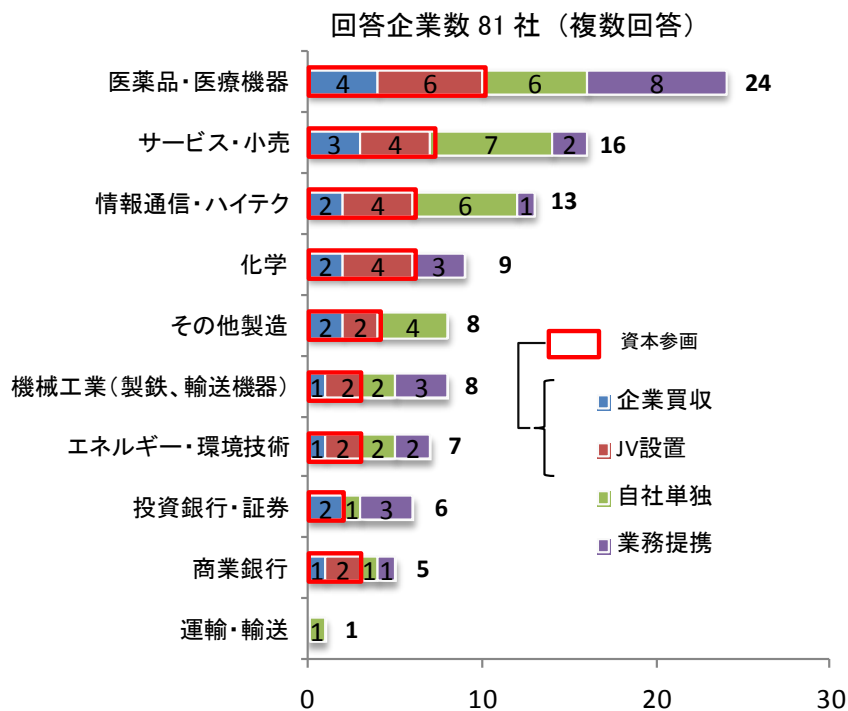
項目	コメント例（カッコ内は企業情報）
阻害要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 外国人にとって、現行の法人登記の方法は複雑すぎる。印鑑が必要であったり、代表者が日本に居住していないと法人登記出来ないのは非常にやりづらい。（北米、サービス・小売）</li> <li>✓ M&amp;A で買収される側の日本企業の従業員が、買収する側である外国企業に対して心理的な障壁を持っている。（北米、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ 銀行口座の開設の際、支社や支店を日本に有していても審査が厳しく、なかなか外国企業の口座を開設させてもらえない。（アジア、その他製造）</li> <li>✓ 日本企業に関するネガティブな報道もあり、経営の透明性を高めないと安心して投資することができない。（欧州、医薬品・医療機器）</li> </ul>

これらの回答をもとに、日本市場への参入又は日本市場での投資拡大に当たっての投資形態について、業種別の回答傾向を分析した。

その結果、業務提携や自社単独での投資といった以前から意識されてきた投資形態だけでなく、

JV 設置や企業買収といった資本参画についても、多くの回答が寄せられた。特に化学、商業銀行、その他製造の各業種において、回答の半数以上を占めている。

## ■ 業種別の投資形態



### 4.3. 日本の投資促進策

#### 4.3.1. 日本の投資支援サービス

日本でビジネスを行う際に、外国企業が何らかの外部サポート業務を求めているか調査したところ、ビジネス関連支援サービスを外部機関に求めると回答した企業は、174社だった。

具体的にどのようなサービスを期待するのを見ると、「市場環境・成功事例の情報提供」や

「ビジネスパートナーの紹介」と回答した企業が多かった。

また、「市場環境・成功事例の情報提供」や「ビジネス戦略の策定支援」は、主にコンサルティング会社に期待し、「ビジネスパートナーの紹介」や「補助金・税制優遇等の活用支援」、「日本での立地条件の情報提供」については、主にJETRO等日本の投資誘致機関に期待していると回答した企業が多かった。

#### ■ 外国企業の求めるビジネス支援関連サービス

##### 設問

ビジネス支援関連サービスについて、外部サポートが必須となる業務はどれですか？また、どこの機関・企業にサービスを提供してもらおうのが適切だと考えますか。（複数回答）

回答企業数 174社（複数回答）



※ 支援サービス毎に最も多くの票を得た提供主体の部分を赤枠で囲んだ。ただし、10回答未満のものは含まず。

#### ■ 外国企業の求めるビジネス支援関連サービスに関するコメント

項目	コメント例（カッコ内は企業情報）
ビジネス支援関連サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本の投資誘致機関の提供するビジネスパートナー紹介サイトは、非常に使い勝手がよい。（アジア、その他製造）</li> <li>✓ 海外の部品メーカーと日本の自動車会社との提携取り付けなど、企業が真に必要なサービスまで公的投資誘致機関が踏み込むことをせず、通り一遍の情報提供しかしてくれない。（北米、機械工業）</li> <li>✓ 自社に深く絡んだビジネスは日本の投資誘致機関では把握しきれないと思うので、マーケット調査は自力で行う（欧州、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 韓国の投資誘致機関からは毎月電話でコンタクトがある。しかしながら、日本で5年ビジネスをしていても、日本の投資誘致機関から連絡があったことはない。（欧州、サービス・小売）</li> </ul>

次に手続関連支援サービスについて、外部機関に外部サポートを求めると回答した企業は、165社だった。

具体的にどのようなサービスを期待するのを見ると、「法人形態の検討支援」や「法人立ち上げに係る行政手続の支援」と回答した企業が多かった。

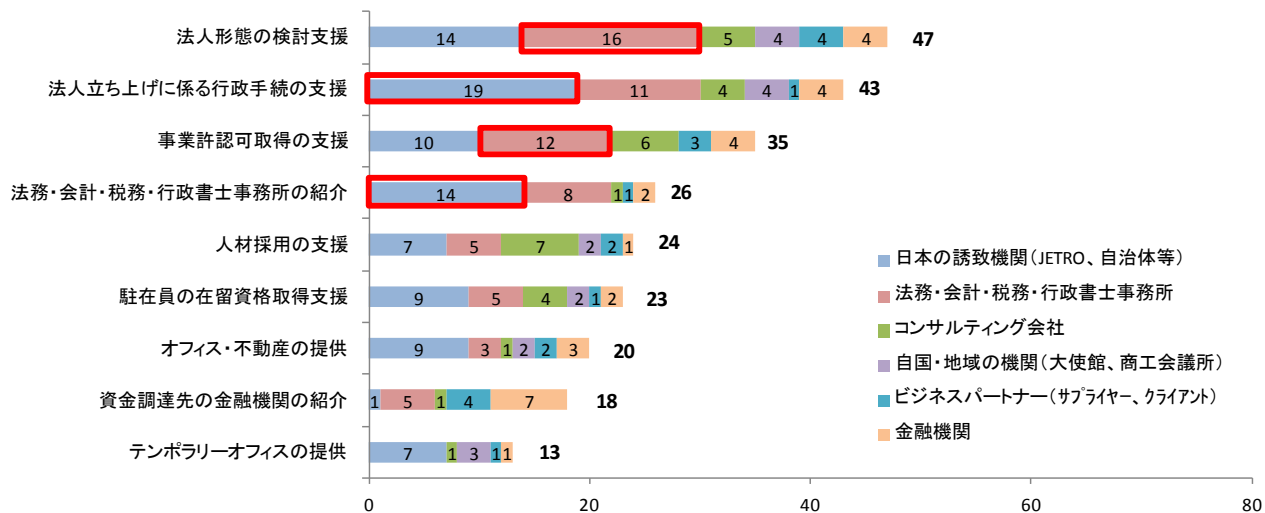
また、「法人形態の検討支援」や「事業許認可取得の支援」は、主に法務・会計・税務・行政書士事務所からのサポートに期待し、「法人立ち上げに係る行政手続の支援」や「法務・会計・税務・行政書士事務所の紹介」については、主にJETRO等日本の投資誘致機関に期待していると回答した企業が多かった。

## ■ 外国企業の求める手続支援関連サービス

### 設問

手続支援関連サービスについて、外部サポートが必須となる業務はどれですか？また、どこの機関・企業にサービスを提供してもらうのが適切だと考えますか。（複数回答）

回答企業数 165社（複数回答）



※ 支援サービス毎に最も多くの票を得た提供主体の部分を赤枠で囲んだ。ただし、10回答未満のものは含まず。

## ■ 外国企業の求める手続支援関連サービスに関するコメント

項目	コメント例（カッコ内は企業情報）
手続支援関連サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人事・経理・総務業務の共通事務センター機能や、会社設立支援サービスを、安価に適切な品質で提供してくれると、スタートアップの会社にとって助かる。過去に品質悪く値段の高い会計事務所／法律事務所と契約してしまった経緯があった。（北米、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 外資系企業の日本法人設立を行うのは、法律・会計・労務などに詳しくない営業・マーケティングの経験者が手掛けることが多いと思われるため、法律・会計・労務事務所の紹介サービスは有効だろう。（欧州、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 政府はワンストップサービス機関を設置し、外資系企業が進出する際に必要な情報や手続きが1か所で済ませるようにしてほしい。実際、過去に投資を決めた国の中には、現地政府の手続きスピードが速かったために投資意思決定を行ったケースもある。（欧州、化学）</li> <li>✓ JETROのテンポラリーオフィス提供などよい試みだと思うが、自社までは情報が届いておらず知らなかったのが残念。（北米、医薬品・医療機器）</li> </ul>



最後に、生活関連支援サービスについて、外部機関にサポートを求めると回答した企業は、137社だった。

具体的にどのようなサービスを期待するのを見ると、「駐在員の転居手続支援」、「駐在員家族への教育機関の紹介」と回答した企業が多かった。

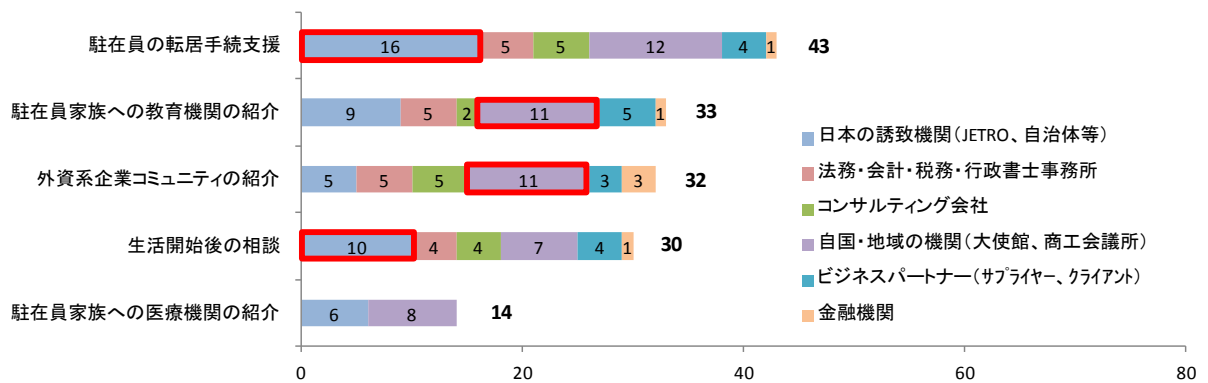
また、「駐在員の転居手続支援」や「生活開始後の相談」は、主にJETRO等日本の投資誘致機関に期待し、「駐在員家族への教育機関の紹介」、「外資系企業コミュニティの紹介」については、主に大使館等自国・地域の機関に期待していると回答した企業が多かった。

## ■ 外国企業の求める生活支援関連サービス

### 設問

生活支援関連サービスについて、外部サポートが必須となる業務はどれですか？  
また、どここの機関・企業にサービスを提供してもらうのが適切だと考えますか。（複数回答）

回答企業数 137社（複数回答）



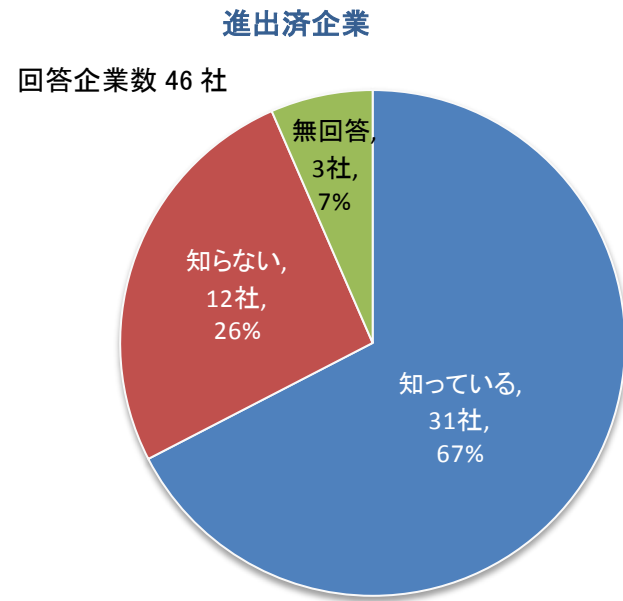
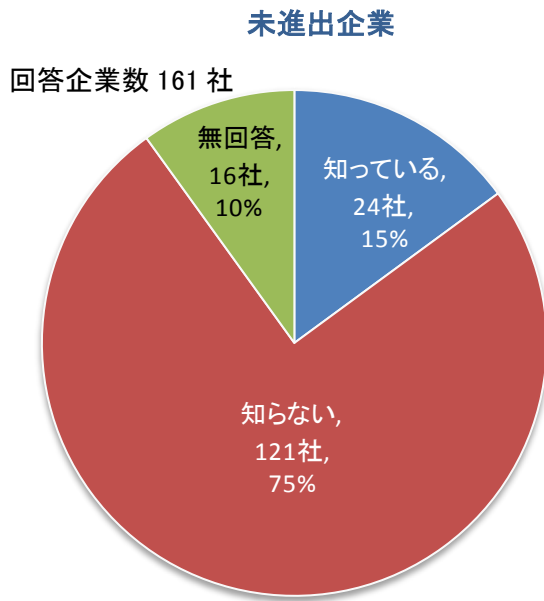
※ 支援サービス毎に最も多くの票を得た提供主体の部分を赤枠で囲んだ。ただし、10回答未満のものは含まず。

なお、日本の投資誘致機関に関する認知度も調査したところ、何らかの投資誘致機関を認識していた企業は、未進出企業で 15%、進出済企業で

67%だった。具体的な機関としては JETRO が大半を占め、それ以外に地方自治体や自国・地域の海外進出支援機関などが挙げられている。

## ■ 日本の投資誘致機関の認識

設問 日本の投資誘致機関の存在についてご存知ですか？



### 4.3.2. 日本の投資インセンティブ

日本の投資インセンティブに関する認知度を調査したところ、「知っている」と回答した企業は、35社だった。

既存のインセンティブについて、「対外的な信用力の向上」（アジア、医薬品・医療機器）や、「社内でのグローバル本社説得材料」（北米、化学）等の有効性が挙げられている。一方で、「補

助対象の要件が厳しすぎるため、大半の企業の投資が申請できなくなってしまう」（北米・その他製造）として対象案件の要件緩和を求める声も存在した。

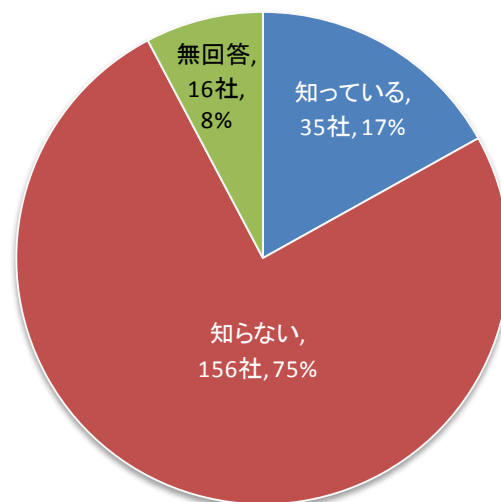
新たなインセンティブへの要望として、トレーニング費用や人件費を支援する制度創設の提案もあった。

#### ■ 投資インセンティブの認識

##### 設問

日本の行政機関から提供している投資促進のためのインセンティブ制度をご存知ですか？

回答企業数 207 社



## ■ 日本の投資インセンティブに関するコメント

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
既存インセンティブへの評価	有効性	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 金額としての魅力もあるが、お墨付き効果があり、対外的な信用力が高められる。（アジア、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 補助金に採択されれば、日本への投資に対してグローバル本社が興味を示してくれると考える。（北米、化学）</li> <li>✓ グローバル本社に事業申請する際に、コスト面で有利になり、承認が得やすくなる（北米、医薬品・医療機器）</li> </ul>
	課題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 申請書が日本語であると、グローバル本社からの承認を通せない。これを英語に翻訳するとなると翻訳コストが大きくなり、補助金を受けるメリットがなくなってしまう。（北米、サービス・小売）</li> <li>✓ 補助金の使途の自由度を高め、報告義務も最低限度にとどめてほしい。そうでないと、補助金申請のための計画策定となってしまう、そこまで莫大なコストがかかってしまう。（欧州、化学）</li> </ul>
新たなインセンティブへの要望		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ シンガポール政府から従業員のトレーニング費用への補助の話があり、シンガポール拠点を開設する計画が持ち上がった。従業員のトレーニング費用補助というのは、誘致した企業を根付かせるために効果的な手法ではないか。（欧州、サービス・小売）</li> <li>✓ 継続的な成長を支援する制度もほしい。参入時は本社の意思で投資しきれが、その後の育成段階で資金が薄くなってしまふ。（アジア、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 初期費用のかかる産業はあまり日本に投資しないはずで、それ以外の企業を呼び込むためには、人件費等へのインセンティブが効果的ではないか。（北米、機械工業）</li> </ul>

### 4.3.3. 日本のその他投資促進策

最後に、インセンティブ以外の日本政府の投資促進施策全般に関するコメントを募ったところ、

「外国企業の日本法人は海外市場という逃げ場もなく日本市場で奮闘している。日本企業以上に真摯に日本市場に向き合っていることを理解してほしい」（北米・その他製造）と、まず政府側の外資系企業への理解増強を求める声があった。

また、投資促進施策の周知に関しては、「日本の投資環境についてインターネットなどで正確な

情報発信を行い、震災後も以前と変わりなくビジネスができる環境であることを、キチンと世界に伝えるべき。」（北米・医薬品・医療機器）との声もあった。

また、人材育成の必要性に関しては、「専門的知識と英語コミュニケーション力のあるプロフェッショナル人材、本社役員ともディベートできるマネジメント人材の育成が必要」（欧州・医療）という声がある。

## ■ 日本の投資促進施策に関するコメント

### 設問

日本の投資環境に関して日本政府に期待することは何ですか。

項目	コメント例（カッコ内は企業情報）
対日投資政策全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 外資系企業 3,000 社の日本法人は、海外という逃げ場もなく日本市場で奮闘している。外資企業は日系企業よりも、日本市場に真摯に向き合っていることを理解してほしい。（北米、その他製造）</li> <li>✓ 経済産業省は国内企業支援が中心で、外資企業誘致をしているとは思わなかった。そのため、アジア拠点化補助金の話聞いた時、大変驚いた。（北米、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ アジア各国で英語でのコミュニケーションが当たり前になる中で、日本で英語が通用しないのは大きな欠点となる。英語が使えるだけで人材コストがかかってしまうのであれば、他のアジア諸国との比較で劣勢になってしまう。英語教育や英語でのインフラ整備など行うべき。（北米、運輸・輸送）</li> </ul>
プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本の投資環境についてインターネットなどで正確な情報発信を行い、震災後も以前と変わりなくビジネスができる環境であることを、キチンと世界に伝えるべき。（北米、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 日本からの積極的な誘致活動もないために、印象を修正する機会もなく実態が十分伝わらないまま、日本でのビジネスが難しいという印象を持たれてしまう。誘致活動を通じた日本のビジネスの認識向上が必要。（欧州、サービス・小売）</li> <li>✓ 会社同士のネットワーキングを促進するため、ビジネスマッチングイベントをもっと開催すべきである。（欧州、サービス・小売）</li> </ul>
規制・制度	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 安全確保のため過度な規制となっているところがあり、国民経済の観点から業規制を見直すべきだと考える。（アジア、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 外国企業にとって、日本の規制や制度を把握するのが難しい。日本の規制には透明性が足りないと感じている。（欧州、機械工業）</li> <li>✓ 日本の業法が消費者保護に寄りすぎている、グローバルの業務手順を準用する意味でも、基本的に米国の業法に従ってグローバル統一の業務手順でビジネスを行っている。（北米、運輸・輸送）</li> </ul>

---

経済産業省委託調査

平成 23 年度アジア拠点化立地推進調査等事業

欧米アジアの外国企業の対日投資関心度調査 報告書

発行日 平成 24 年 3 月

編集 アクセンチュア株式会社

〒107-8672 東京都港区赤坂 1-11-44 赤坂インターシティ

電話：03-3588-3000（代表） FAX：03-3588-3001

---