

経済産業省委託調査

平成 25 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 26 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	9
3. 調査方法	10
3.1. 調査手順	10
3.2. 回答者属性	11
4. 調査結果	13
4.1. アジア地域における日本の投資環境の優位性	13
4.1.1. 現在、アジア地域に拠点を置く外国企業による当該立地国の投資環境の評価.....	13
4.1.2. アジア地域の投資魅力度および投資計画.....	23
4.1.3. 日本の投資環境の「強み」と「弱み」	35
4.1.4. 日本への投資形態.....	45
4.2. 日本の投資促進策	49
4.2.1. 外国企業の求める投資支援サービス	49
4.2.2. 日本の対内直接投資促進策に関する外国企業の考え方	53
4.2.3. 日本の対内直接投資促進策等に対する外国企業の評価	54
(参考)	59
「日本」と聞いて思い浮かべるキーワードに見る日本の事業環境の評価	59

1. 調査概要

外国企業214社に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。

今後の対内直接投資活性化策立案における示唆を得るため、欧米アジアの外国企業214社のアジア投資担当者へのインタビュー等を実施し、日本の投資環境の変化に対する評価、アジアの国・地域と比較した日本の投資魅力度、ならびに日本の投資促進施策への見解について、平成19年度、21年度及び23年度に引き続いて調査を行った。

投資魅力度をビジネス拠点タイプ毎にみると、シンガポール、香港は多くの部門で評価を高める一方で、中国は多くの部門で評価を下げた。日本は総合的に評価すれば4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アジアの国・地域はどこかについて調査した。

前々回及び前回調査では、全ての拠点タイプにおいて中国が最も魅力的であるとする回答が最も多かったが、今回の調査では、シンガポールと香港とで地域統括拠点、金融拠点、バックオフィスにおいて1位、2位を占め、また、物流拠点においてもシンガポールが1位、中国と僅差で香港が3位となるなど、アジア地域におけるシンガポール、香港の相対的な優位性は高まっている。

アジア地域における日本の投資魅力度を敢えて総合的に評価すると、中国、シンガポール、香港に次いで4位。

R & D拠点の立地先としての日本の評価は中国と並び1位となるも、アジア地域における相対的な優位性は低下。地域統括拠点では4位から3位に上昇するも、シンガポール・香港に対する劣後が顕在化

R & D拠点の立地先として日本が最も魅力的であるとする外国企業の回答は、前回調査に比して大きく落ち込んだ中国と並んで第1位となった。しかしながら、過去の調査結果が示すとおり、日本が最も魅力的であると回答した外国企業の割合は低下の傾向にある。

地域統括拠点については前回調査の4位から3位に上昇した。しかしながら、日本が最も魅力的であるとする外国企業の割合をみると、今回調査で1位のシンガポール（前回調査2位）と同2位の香港（同3位）に対し、前回調査においてはその差は僅かであったが、今回調査を見るとその差は拡大し、明らかに水をあけられた状況となった。

■ 国別・拠点別立地競争力の推移（平成19年度、21年度、23年度、今年度）

（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）

- ① ビジネス拠点タイプ毎に、アジアの21カ国・地域から投資先として最も魅力的な国・地域を1つ選択。
- ② 百分率の左側の数字は21カ国・地域における順位。（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%

※ 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）。

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%

※ 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）

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%

※ 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）

平成25年度調査 対象企業214社

		日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	81社	1 20%	1 20%	3 17%	5 11%	4 12%	- 0%	8 1%
地域統括拠点	125社	3 19%	4 15%	1 27%	2 25%	6 2%	10 1%	- 0%
販売拠点	199社	1 26%	2 19%	4 12%	3 13%	5 6%	8 3%	12 2%
金融拠点	75社	3 12%	4 11%	2 25%	1 35%	6 5%	- 0%	- 0%
バックオフィス	82社	5 11%	4 13%	2 17%	1 22%	3 16%	9 1%	- 0%
物流拠点	85社	4 9%	2 22%	1 24%	3 21%	7 4%	8 2%	- 0%
製造拠点	134社	6 5%	1 41%	8 3%	11 1%	2 12%	5 6%	9 2%

※ 回答企業 214 社（日本進出済 81 社含む）から「該当なし」及び「不明」を除く百分率（欧州 87 社、北米 69 社、アジア 58 社）。

外国企業のアジア地域への投資計画をみると、投資先としてシンガポール、インド、香港の優勢が見てとれる

今後2～3年間におけるアジア地域への拠点の新設や同地域にある既存拠点の拡充に向けた投資計画について調査した。

中国向けに投資計画があると回答した外国企業数は前回調査に比して横ばいである。一方、シンガポール、香港及びインド向けは大きく増加した。この結果、今後のアジア地域への投資は、中国に集中するとした前回調査結果の構図に変化がみられる。このことは、前述のアジア地域における投資魅力度の調査結果と符号する。

アジア各国への投資計画の特徴をビジネス拠点タイプ別にみると、日本、シンガポール及び香港はいわゆる高付加価値拠点（R&D拠点、地域統括拠点、販売統括拠点）の投資計画の割合がそれぞれ6割超と高い水準となっており、一方、中国及びインドは製造拠点の割合が高い。

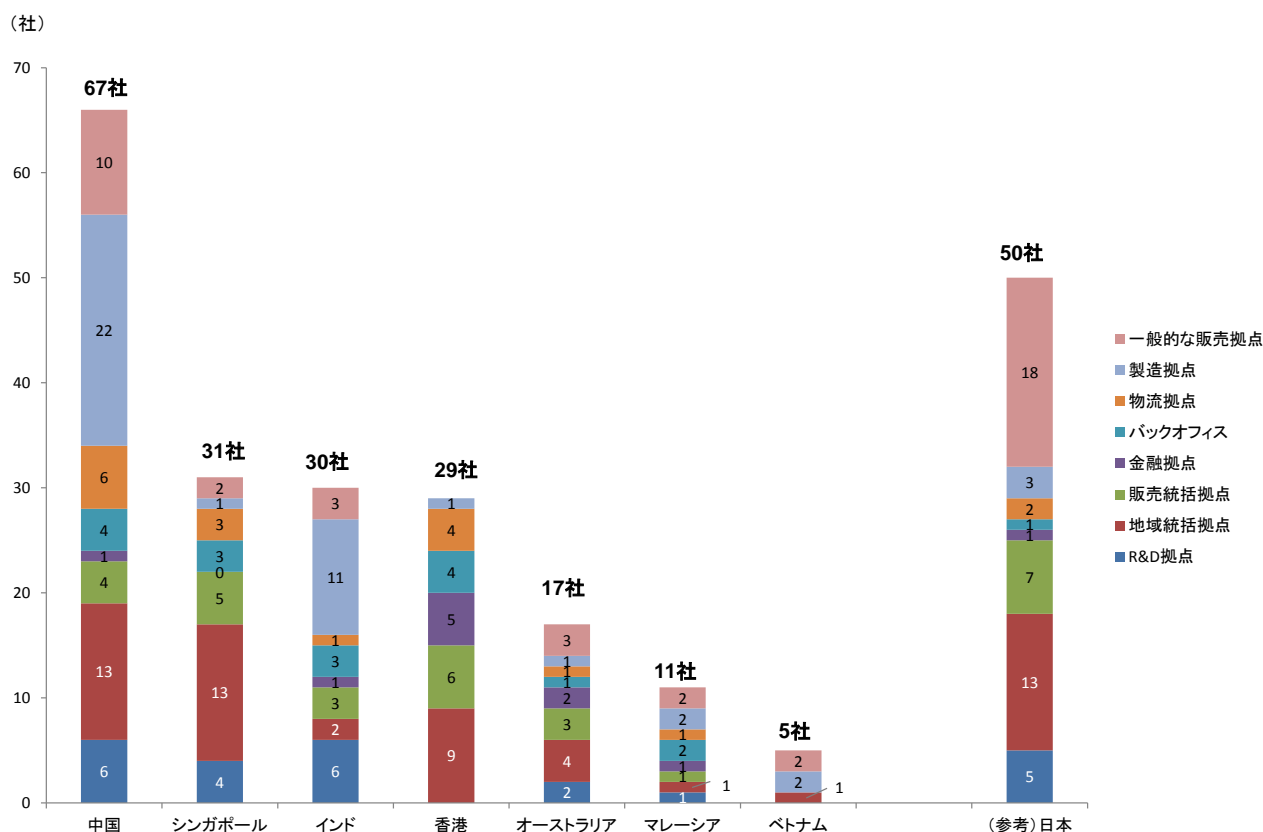
■ アジア地域への投資計画（新設および拡充）

設問

魅力的であると認識しているアジアの国・地域について、具体的な拠点設立する計画の有無をお答えください。（複数回答）

<今年度調査>

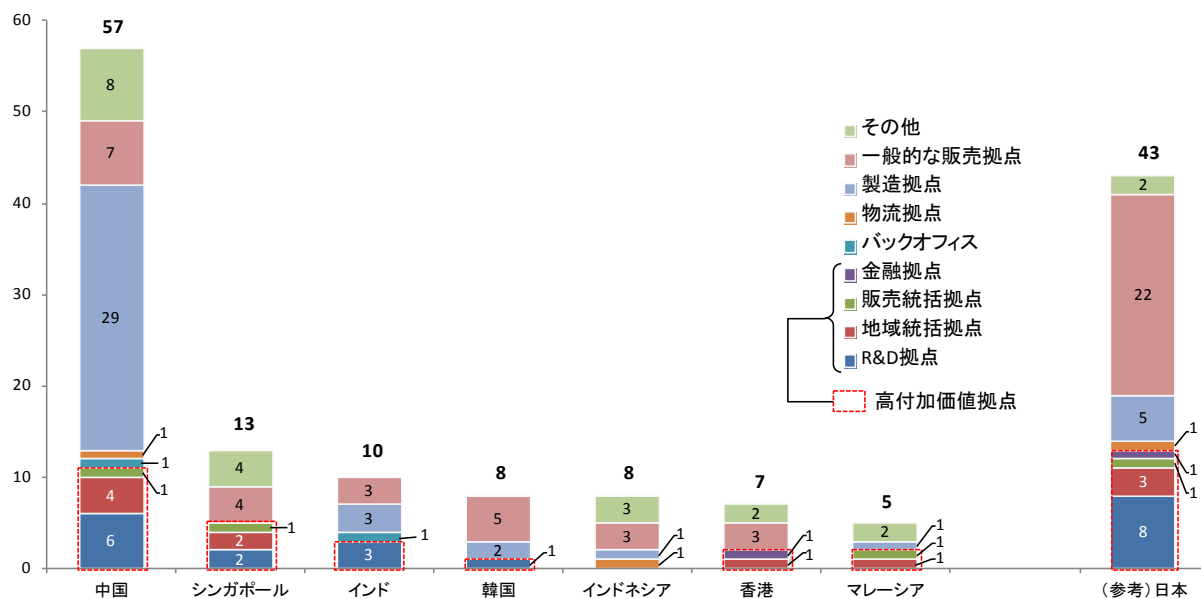
回答企業数：94社（投資計画「有」と回答した企業のみ）



- ※①販売統括拠点：営業・販売・マーケティング等を統括する拠点
 一般的な販売拠点：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
 ②本調査の主旨を踏まえ、本社所在地がアジア地域の企業による当該本社所在国（地域）への回答は除外した。
 ③日本への投資計画の調査については他のアジア地域の国・地域に比べ特に重点的に行ったため、当該数値において日本と他の国・地域との比較は適さないとの判断から参考扱いとした。

<参考：平成 23 年度調査>

回答企業数：142 社（投資計画「有」と回答した企業のみ）



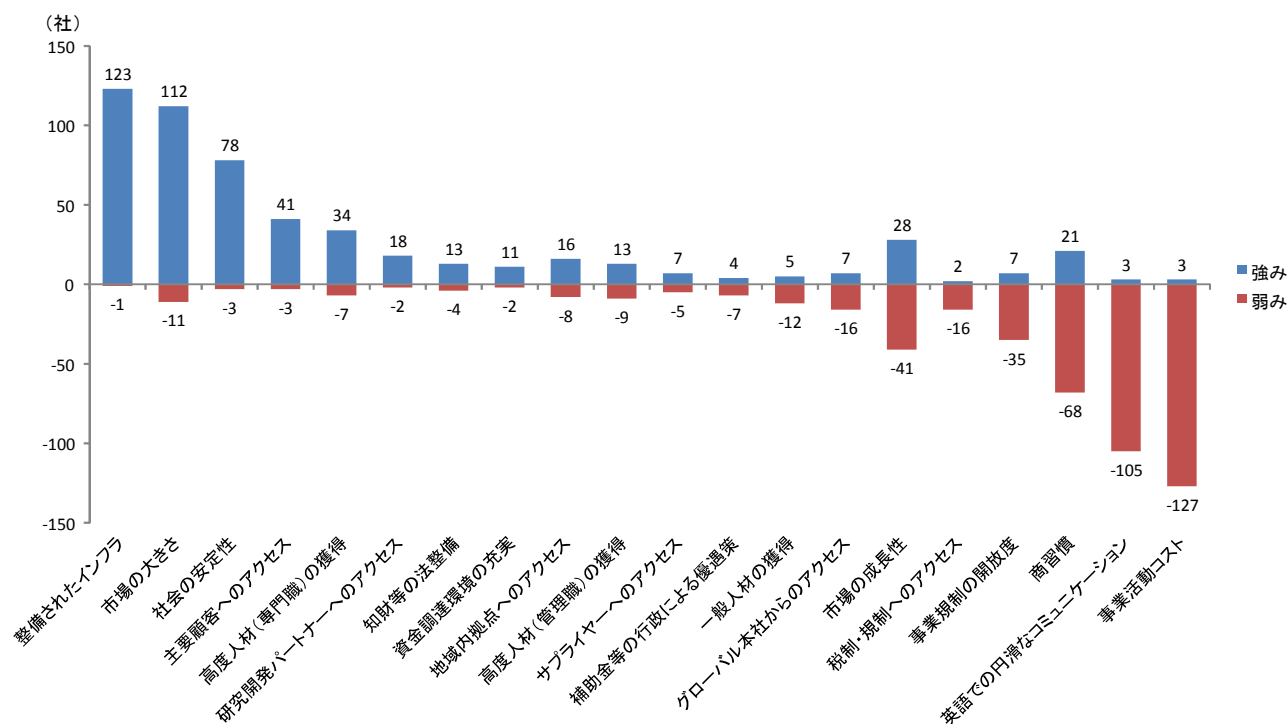
- ※①販売統括拠点：営業・販売・マーケティング等を統括する拠点
一般的な販売拠点：営業・販売・マーケティングを行うための店舗や事務所等で統括機能を有しない拠点
- ②本調査の主旨を踏まえ、本社所在地がアジア地域の企業による当該本社所在国（地域）への回答は除外した。
- ③日本への投資計画の調査については他のアジア地域の国・地域に比べ特に重点的に行ったため、当該数値において日本と他の国・地域との比較は適さないとの判断から参考扱いとした。

外国企業が認識する日本のビジネス環境の「強み」の1位は「整備されたインフラ」、2位は「市場の大きさ」。「弱み」の1位は「事業活動コスト」

日本のビジネス環境に関する外国企業の認識について調査した。

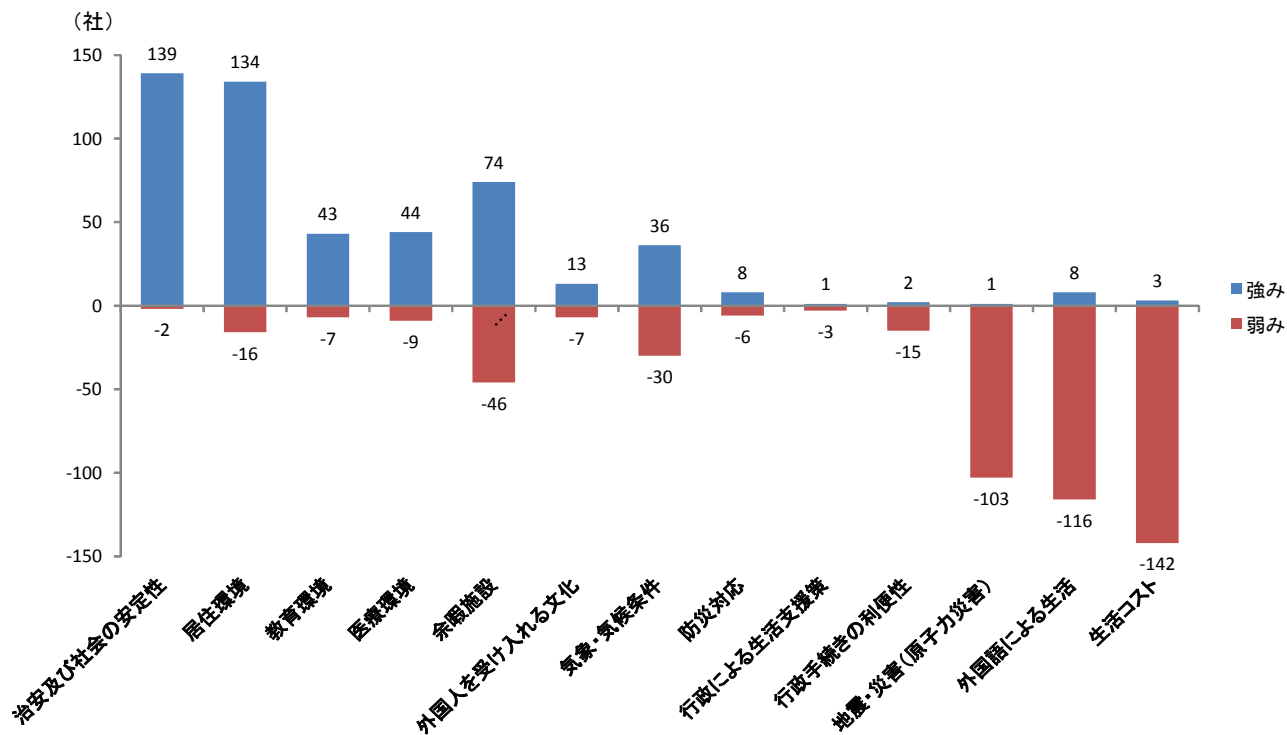
その結果、「強み」であると認識している項目は、「整備されたインフラ」「市場の大きさ」「社会の安定性」とする外国企業の回答が上位3位を占めた。一方、「弱み」であると認識している項目は、「事業活動コスト」「英語での円滑なコミュニケーション」「商習慣」の回答が上位3位を占めた。

■日本のビジネス環境の「強み」と「弱み」



※ 「強み」と回答した企業数から「弱み」と回答した企業数を引いた値が大きな項目を左から順に表示。なお、「強み」と回答した企業数は延べ203社、「弱み」と回答した企業数は延べ199社（いずれも複数回答）

■ (参考) 日本の生活環境の「強み」と「弱み」



※「強み」と回答した企業数から「弱み」と回答した企業数を引いた値が大きな項目を左から順に表示。なお、「強み」と回答した企業数は延べ197社、「弱み」と回答した企業数は延べ194社（いずれも複数回答）

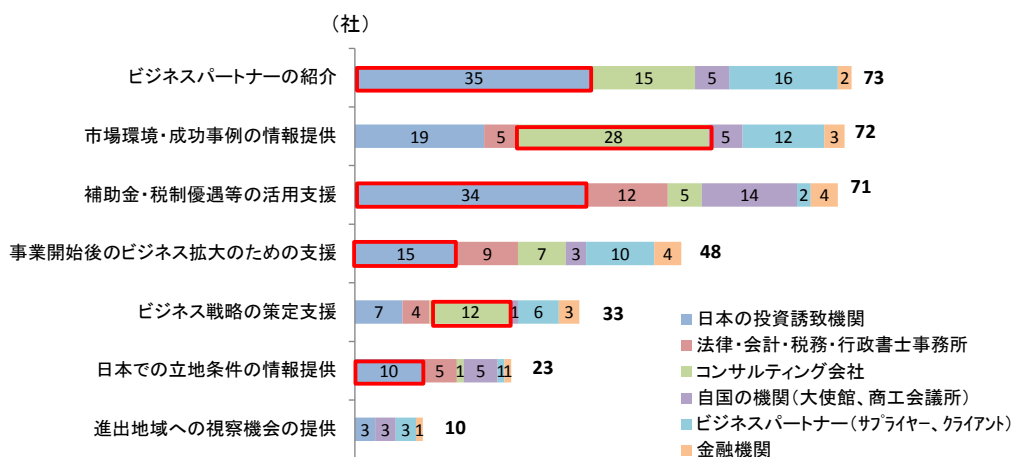
外国企業が求めるビジネス支援サービスは「市場環境・成功事例の情報提供」・「ビジネスパートナーの紹介」、 手続関連支援サービスは「法人形態の検討」・「法人立ち上げに係る行政手続」へのニーズが特に高い

外国企業が求める投資支援サービスについて調査した。

ビジネス支援サービスでは、特に「市場環境・成功事例の情報提供」、「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」を求める外国企業の回答が目立った。手続関連支援サービスでは、「法人形態の検討」や「法人立ち上げに係る行政手続」に関するサービスを求める回答が多数であった。また、生活支援関連サービスでは「駐在員の転居手続き支援」や「教育機関・医療機関の紹介」を求める声が目立った。

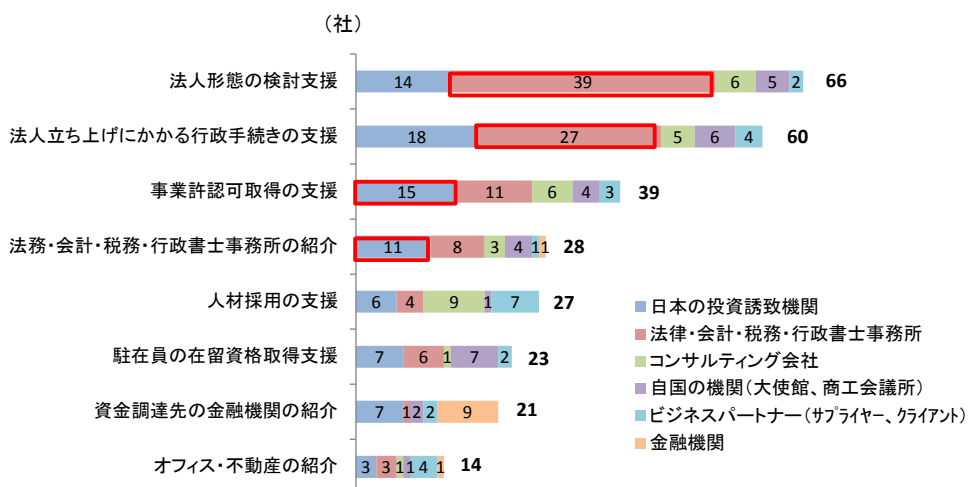
■ 外国企業の求める（以下同）ビジネス支援関連サービスおよびサービス提供機関

回答企業数：158社



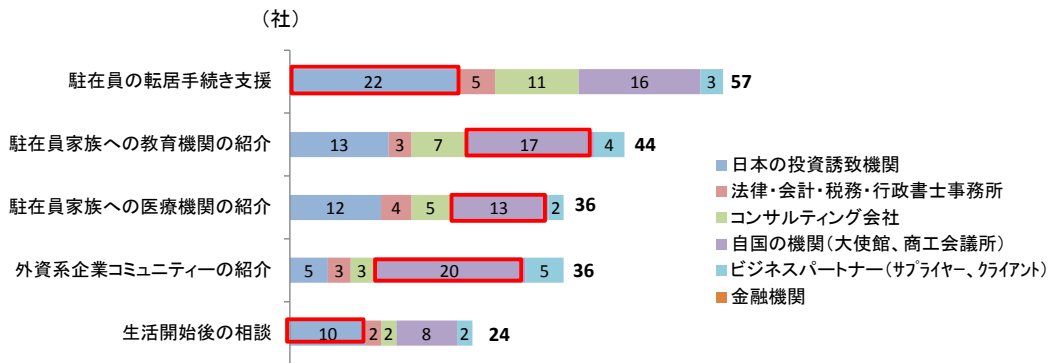
■ 手続支援関連サービスおよびサービス提供機関

回答企業数：138社



■ 生活支援関連サービスおよびサービス提供機関

回答企業数：110社



2. 調査の背景・目的

近年、アジア新興国の経済成長に伴う我が国市場の相対的な縮小やアジア新興国の海外企業誘致支援策の強化等により、従来我が国においていた R&D 拠点や地域統括本部を他のアジア諸国に移転する外国企業が相次いでいるなど、我が国はアジア地域における国際的な事業活動拠点としての地位を喪失しつつある。

こうした強い危機感を背景とし、平成 25 年 6 月に閣議決定された「日本再生戦略」の一つ、「国際展開戦略」では、『海外の優れた人材や技術を日本に呼び込み、雇用やイノベーションの創出を図るため、日本国内の徹底したグローバル化を進める。2020 年における対内直接投資残高を 35 兆円（2012 年末時点 17.8 兆円）へと倍増することを目指す。』ため、対内直接投資の活性化を図るとしている。

本調査は、対内直接投資の活性化策の基礎資料とするため、我が国を含めたアジア各国等の投資環境の現状と我が国の投資環境の課題について、欧米アジアの外国企業 214 社のアジア投資担当者へのインタビュー等による調査を行った。調査実務については、経済産業省からの事業委託によりアクセント株式会社を実施した。

なお、これまでに同様のテーマでの調査が、平成 19 年度、平成 21 年度、平成 23 年度に実施されている。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、過去の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、下記4点を設定した。

- ・ 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¹の企業

その上で、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できた企業を調査対象とした。一部企業については、企業データベースを使用し企業ならびにコンタクト情報を得た。

これらの企業に対し、平成25年11月から平成26年2月まで、欧米アジアに本社を置く外国企業、約2400社に回答への協力を依頼し214社から回答を得た。

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・勤務地等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。

調査手法としては、事前に調査票を提示し、回答者の都合に合わせて対面インタビューまたは電話インタビューにより実施した。

¹ 前回調査同様、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（前回調査報告書の掲載順）。

3.2. 回答者属性

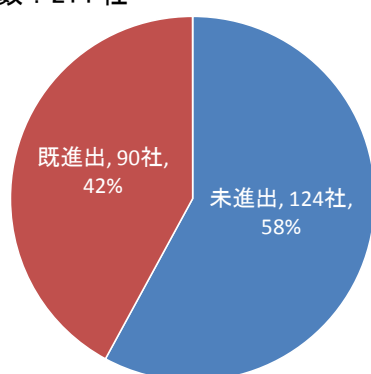
回答企業の属性については、日本への進出状況、本社所在地、業種、売上規模、従業員数に関し、過去の調査と大きな偏りが生じないように留意した。

その結果、日本への進出状況に関しては、現在日本に法人を持たない企業（以下、「未進出企業」という）が 124 社（58%）、現在日本に法人を持っている企業（以下、「進出済企業」という）が 90 社（42%）となっている。

回答企業の本社所在地については、欧州が 87 社（41%）、北米が 69 社（32%）、アジアが 58 社（27%）となっている。

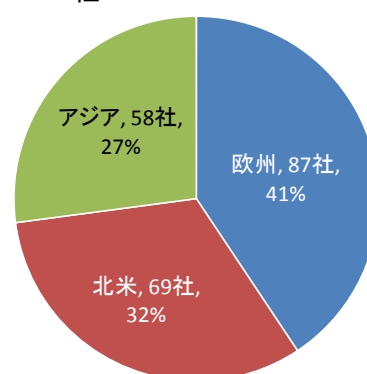
■ 回答企業の日本進出状況

回答企業数：214 社



■ 回答企業の本社所在地

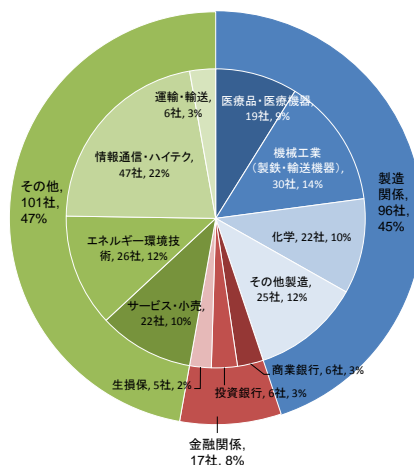
回答企業数：214 社



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、情報通信・ハイテク、機械工業（製鉄、輸送機器）、エネルギー・環境、サービス・小売、化学など 11 種類の業種から回答を得た。なお、「その他製造」25 社の内訳は、建築材料 8 社、食料品・飲料 7 社、繊維 2 社、金属 2 社、スポーツ用品 1 社、パルプ・紙 1 社、機械工具 1 社、フィルター 1 社、業務用手袋 1 社、包装材 1 社 である。

■ 回答企業の業種分布

回答企業数：214 社



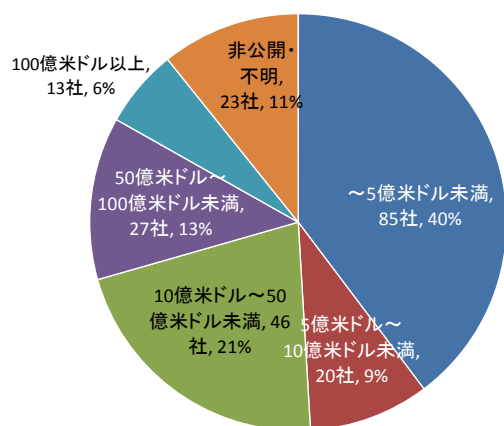
※ 日本への進出状況については、当該外国企業が現に日本に現地法人や支店を設置している場合は「既進出」に分類。また、当該外国企業が現に日本に事業拠点を設置している場合であっても、当該事業拠点の機能が駐在員事務所程度の場合には「未進出」に分類。

回答企業の売上規模については、5 億米ドル以下の中小企業から、100 億米ドル以上の大企業まで、従業員数に関しては、300 人未満の中小企業から 30,000 人以上の大企業まで、その範囲は広範である。

当該データについては、基本的に企業から提供された情報を使用したが、企業から情報が提供されなかった場合や正確性が疑われる場合には、外部企業情報提供機関が提供する企業データベース（Dow Jones Factiva）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。

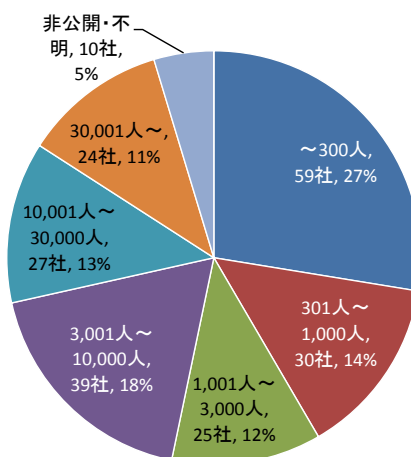
■ 回答企業の売上規模（連結）

回答企業数：214 社



■ 回答企業の従業員数

回答企業数：214 社



4. 調査結果

4.1. アジア地域における日本の投資環境の優位性

4.1.1. 現在、アジア地域に拠点を置く外国企業による当該立地国の投資環境の評価

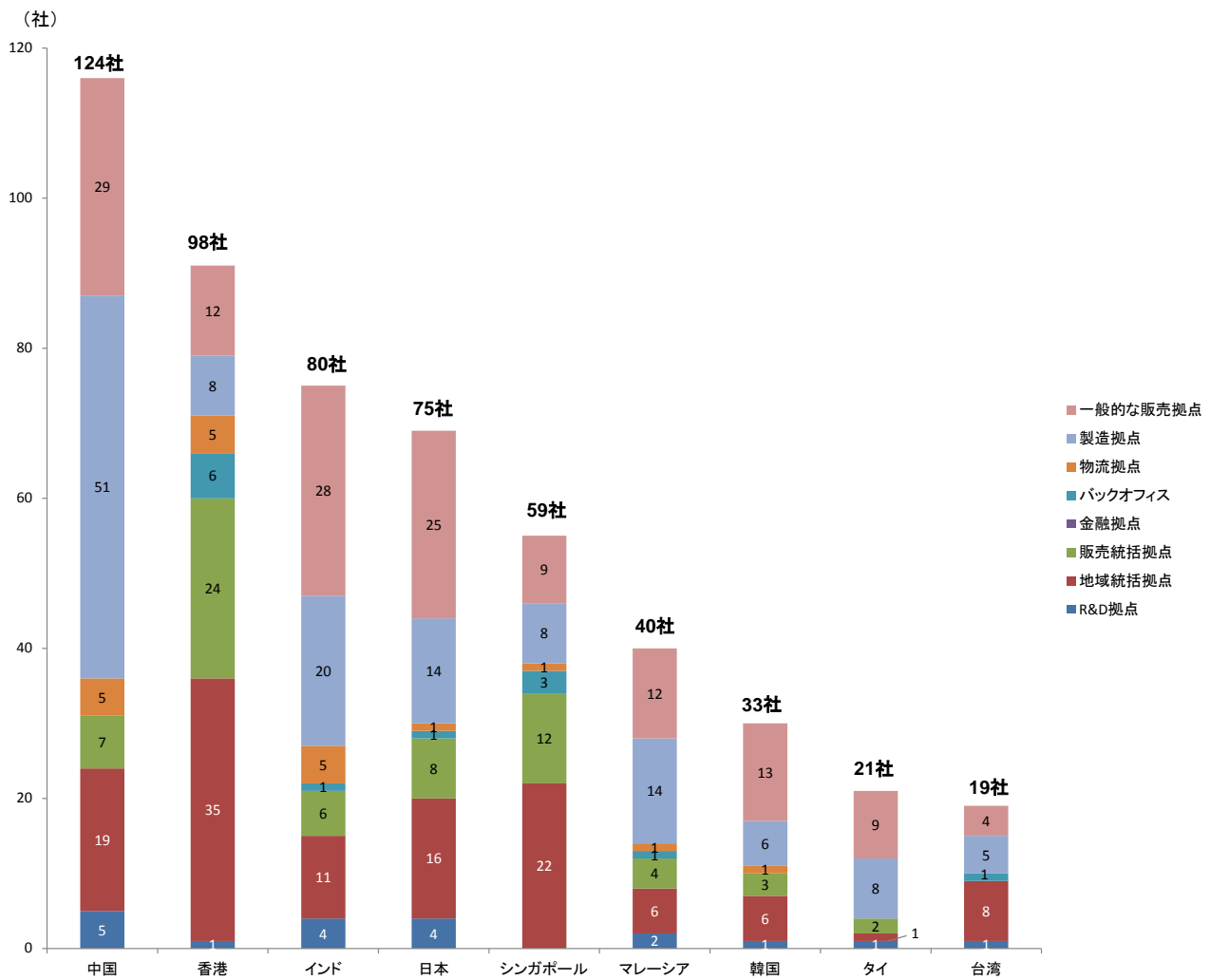
現在、アジア地域にビジネス拠点を置く外国企業を対象に、ビジネス拠点の立地後の当該立地国の投資環境の評価について、当初想定していたよりも良かった面や悪かった面の観点から調査した。

各ビジネス拠点タイプ別にみた、アジア地域で当該拠点の設置数が多い国・地域に対する外国企業の評価は次表のとおりであるが、ここでは主として立地国としての日本の投資環境の評価をみる。

- ① 「R&D拠点」では、日本の良い面として「日本のパートナーと R&D を実施しており、新たな需要を生んでいる。」（欧州、機械工業）が挙げられた。
- ② 「地域統括拠点」は、日本の良い面として「多くの潜在顧客がいる。」（北米・電子機器）、「技術のあるエンジニアやその他有能な人材が豊富。」（北米、情報通信）や「日本には、航空ファイナンスを含む強固なビジネス基盤がある。銀行間の協力において、中心的な位置にある。」（欧州、投資銀行）が挙げられた。
なお、当該拠点への投資魅力度が高い香港及びシンガポールについては、外国企業は「税制・規制面」を良い面として評価している。
 - ◆ 香港：「明朗な税制であり、コンプライアンスにかかる費用も低い。」（欧州、生損保）
「税制、雇用の自由度が高い。」（北米、商業銀行）
 - ◆ シンガポール：「法人税が低い。」（欧州、環境）
「制度の透明性が高い。」（欧州、化学）
- ③ 「販売統括拠点」は、「市場の大きさや成長性」を良い面と指摘する声が多い。一方、悪い面としては「法人税制、労働法等、法人の設立に関わる部分は全て悪い。」（アジア、情報通信）との指摘があった。
- ④ 「一般的な販売拠点」は、総じて「市場の大きさや成長性」を良い面と指摘する声が多い。

■回答外国企業のアジア地域における拠点の設置状況（拠点タイプ別）

回答企業数：108社



※ 販売統括拠点：営業・販売・マーケティング等を統括する拠点

一般的な販売拠点：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

■ 既存拠点の立地条件に関する評価

設問

既存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。（複数回答）

※ 対象国は、各拠点タイプ毎に、回答外国企業が設置している当該拠点合計数の上位3立地国とした。
なお、地域統括拠点については4位の中国についても掲載した。

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）	
R&D 拠点	中国	良い面	<p>【主要顧客へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 現地事情を吸い上げることができ、コスト競争力が高い。（北米、自動車） ✓ 顧客へのアクセスが容易になった。中国国内だけでなく、海外からの需要もあり成長の余地がある。（欧州、自動車） <p>【市場の成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 急速な事業拡大に伴い R&D 機能を拡充している。（北米、自動車） <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中国に R&D 拠点を設けたことで US 本社との時差を補完するサポート体制が拡大した。（北米、電子機器）
		悪い面	<p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中国は、コストメリットがあったが、徐々にコストが高くなり、問題が顕在化しつつある。（北米、化学） <p>【知財等の法整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 新たな研究開発を行う上では知的財産権の漏洩リスクはとても大きい。（北米、化学） <p>【一般人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 離職率が高い。中国人従業員はあまりに頻繁に退職する。（欧州、自動車）
	日本	良い面	<p>【需要の創出】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本のパートナーと R&D を実施しており、新たな需要を生んでいる。（欧州、機械工業）
		悪い面	<p>【行政手続きの利便性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 外国人研究員の赴任手続きが煩雑だった。（欧州、化学）
	インド	良い面	<p>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 非常に有能な人材がそろっている。（北米、電子機器）
		悪い面	<p>【補助金等の行政による優遇策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 政府の優遇策もなく、外資誘致に向けた環境整備が不十分。（北米、電子機器）

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）		
香港	良い面	<p>【税制・規制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 明朗な税制であり、コンプライアンスにかかる費用も低い。（欧州、生損保） ✓ 香港は、税制、雇用の自由度が高い。（北米、商業銀行） <p>【アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 地理的にアジアの中央に位置している。（北米、情報通信） ✓ 統括拠点として好ましい位置にある。（欧州、生損保） <p>【主要顧客・パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ サプライヤや地域のパートナーへのアクセスが容易。（北米、小売） <p>【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 英語が広く使われており、アメリカの企業にやさしい。（北米、情報通信） <p>【整備されたインフラ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 香港はインフラが整い、専門的な支援も得られる。（欧州、生損保） 		
	悪い面	<p>【規制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 従来、自由度が高いと思われてきた香港の金融当局の動向は要注視。（北米、商業銀行） 		
地域統括拠点	シンガポール	良い面	<p>【アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ アジア太平洋地域中でよい立地にあり、ロジスティクス面の利便性が高い。良い港を持っている。（欧州、化学） ✓ アジア諸国へのアクセスがしやすい。（欧州、電子機器／欧州、環境） ✓ アジアの中心地であり国際都市である。（欧州、その他製造） <p>【税制・規制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 法人税が低い。（欧州、環境） ✓ 制度の透明性が高い。（欧州、化学） <p>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ スキルのある人材が豊富。（欧州、電子機器／欧州、環境） <p>【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 英語が通じるのでコミュニケーションがしやすい。（欧州、電子機器（複数）／欧州、環境／北米、電子機器） <p>【居住環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 生活が便利。（欧州、化学） <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポールに拠点を置いたおかげで、製造、販売、研究開発など、早速好影響が表れている。（北米、医療機器） 	
	悪い面	<p>【地理的条件】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ アジアのハブとしては米国本社からは遠い。（北米、電子機器） <p>【生活コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 生活費が高い。（欧州、化学） 		
日本	良い面	<p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 多くの潜在顧客がいる。（北米、電子機器） ✓ 日本の全量買取制度を受け、市場が想定以上に拡大したため、業績も想定以上となった。（北米、環境） <p>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 技術のあるエンジニアやその他有能な人材が豊富。（北米、情報通信） <p>【資金調達環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 航空機の購入代金を融資したり、リースしたりする金融モデル「航空機ファイナンス」を含む強固なビジネス基盤がある。銀行間取引において日本は中心的な存在である。（欧州、投資銀行） 		
	悪い面	<p>【商習慣】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本企業は保守的で意思決定が遅い。（北米、情報通信） 		

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）	
地域 統括 拠点	中国	良い面	<p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ アジア最大の市場規模。（欧州、サービス） ✓ 市場成長が見込める。（北米、小売） ✓ 市場と利益の伸び率が大きい。（欧州、機械工業） ✓ 中国は、アジア地域（インドも含む）で60%の売り上げを上げており、成長の柱となっている。（北米、商業銀行） ✓ 事業を成長させる機会が多く、品質、労働人口ともに安定している。（北米、化学） ✓ 経済成長が著しく、投資が奨励されている。（北米、化学） <p>【規制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 雇用に関して日本より柔軟性がある。（北米、商業銀行） <p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ オペレーションコストが安い。（欧州、機械工業） <p>【主要顧客・パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客基盤に近い。（北米、機械工業） <p>【アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ アジア各地へのアクセスが容易。（欧州、機械工業）
	中国	悪い面	<p>【一般人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 社員のリテンションに問題がある。（北米、商業銀行） <p>【知財等の法整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 技術や顧客情報の流出に問題がある。（北米、商業銀行） <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中国でのビジネスには、通常の実業戦略は適さない。中国はハード面（インフラ、重工業などのマクロレベル）の発展は先進国と同様であるが、ソフト面（スキル、品質、微調整、常識、ロジック、率先性、創造性、独自性）の発展は10-15年遅れである。このため、ビジネス機会はあるが企業は単に過去の成功方程式を真似するだけではだめである。ビジネス戦略、オペレーション戦略、人脈作りのロジック全てが現地化されるべきである。（アジア、投資銀行）

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
販売 統括 拠点	香港	良い面 【アジア諸国へのアクセス】 ✓ 域内販売拠点へのアクセスが容易。（欧州、投資銀行） 【高度人材の獲得】 ✓ 人材を確保しやすい。（北米、情報通信／欧州、投資銀行） 【高度人材の獲得】【規制】 ✓ ある程度の官僚制は避けられないが、ビジネスはとてもしやすい。対応しやすい労働法のもと、良質な人材を雇っている。（欧州、機械工業）
		悪い面 【市場の大きさ・成長性】 ✓ 市場規模が小さい。（北米、情報通信） ✓ 堅固なビジネスを行っているが、あまり大きな成長はしていない。（北米、その他製造） 【生活コスト】 ✓ 以前はアジア統括拠点だったが、現在は一部を残し上海に移行した。家賃等の高騰に問題有り。（北米、化学）
	シンガポール	良い面 【高度人材の獲得】 ✓ 国際都市。2か国語を話せる人材が豊富。強いリーダーシップがある。協業しやすい。（北米、情報通信） ✓ 英語が使えて知的で勤勉な人材が豊富。（アジア、その他製造） ✓ 有能な人材が確保できる。（北米、情報通信） 【居住環境】 ✓ 生活の質が高い。（北米、情報通信） 【その他】 ✓ シンガポールに販売拠点を設けたことで、本社から管理していた頃と比べ迅速に対応を受けられるようになり、国際的な対応がしやすい。（アジア、化学）
		悪い面 【事業活動コスト・生活コスト】 ✓ 人材はよいがオペレーションコストは高い。（欧州、機械工業） ✓ 立地条件は良いがコストが年々上がっている。（アジア、化学） ✓ 賃借料が高い。（北米、情報通信） ✓ シンガポールは対内直接投資を推進しているが、生活費と人件費が高く、営業やテクニカルサポートに業務範囲を限らざるを得ない。（北米、化学）
	日本	良い面 【市場の大きさ・成長性】 ✓ 日本市場はEU市場よりも重要。海外売上を牽引しているのは日本であり、欧州にある本社ではない。（欧州、環境） ✓ 本社からの評価は高い、ヨーロッパからの直接の販売よりスムーズで、拠点設立後売り上げが非常に伸びた。（欧州、機械工業） ✓ 市場の重要性が高い。（欧州、その他製造） 【整備されたインフラ】 ✓ タイムゾーンとインフラがよい。（アジア、情報通信）
		悪い面 【規制】 ✓ 法人税制、労働法等、法人の設立に関わる部分は全て悪い。（アジア、情報通信）
	中国	良い面 【市場の大きさ・成長性】 ✓ 市場規模、消費者数の伸びは確実である。中国における当社の製薬、化粧品、消費財関連製品の大きな伸びを期待している。（欧州、機械工業） ✓ 相当長期的にビジネスチャンスが存在すると思われる。（北米、その他製造） 【規制】 ✓ 人材管理は難しいが、柔軟な労働法があるためあまり問題にはならない（欧州、機械工業）
		悪い面 【一般人材の獲得】 ✓ 市場の成長性は高いが、人材管理が難しい。（北米、情報通信） ✓ ビジネスは繁盛しているが、バブルがはじけそうな予感がする。（欧州、機械工業） 【規制情報へのアクセス】 ✓ 行政関連の透明性が低い。（欧州、その他製造）

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）	
一般的な販売拠点	中国	良い面	<p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 市場規模はアジア最大。（北米、電子機器） ✓ 潜在性が極めて大きい。（北米、小売／北米、生損保） ✓ 事業開発の実現可能性と潜在性が高い。（アジア、その他製造） ✓ ここ近年ヨーロッパへの旅行者が急伸している。（欧州、運輸・輸送） <p>【主要顧客へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 現地の顧客にアクセスしやすくなった。（北米、小売） ✓ 顧客との距離が近くなった。現地の言語に対応する事によって現地のニーズをカバーできるようになった。（欧州、その他製造） ✓ 拠点を構えたことで、マーケットへの参入がしやすくなった。（北米、電気電子） ✓ 中国国内のメディア関連企業・機関と取引するためには拠点設置が必須。（欧州、サービス）
		悪い面	<p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 成長性の高い世界最大の市場ではあるが、製品が市場に受け入れられるまでには時間を要する。（アジア、その他製造） <p>【規制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 全般的に高評価だが、規制対応に関わるコンプライアンス費用が増加している。（欧州、生損保） <p>【行政機関の対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 現地政府機関は官僚的で行政手続きに時間がかかり、ビジネスの拡大を遅らせる可能性がある。（アジア、その他製造） <p>【一般人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 離職率が高く従業員が安定しない。（北米、小売）
	インド	良い面	<p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 成長性が極めて高い。（欧州、化学／欧州、サービス） ✓ 将来的なビジネス拡大が見込める。アジアの地域統括本部がある日本からインドは遠いため拠点を設置した。（欧州、機械工業） ✓ 市場規模が巨大であり、地元企業との競争がない点が良い。（欧州、電子機器） ✓ ジョイントベンチャーが成功し、売上が好調。（欧州、化学） ✓ 貿易会社の協力もあって業績が好調。近く製造機能も設ける予定である。（北米、医療機器） <p>【主要顧客へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 主要顧客へのアクセスがしやすい。（欧州、電子機器） <p>【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 英語が広く通じる。（欧州、電子機器）
		悪い面	<p>【商習慣】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 意思決定が遅い。（欧州、環境） <p>【収益性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ よい市場と思われたが、閉鎖的でコストに敏感な市場であった。（欧州、環境） <p>【為替】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ルピー安により販売が厳しい。販売拠点としての価値が下がっている。（欧州、環境）

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）	
一般的な販売拠点	日本	良い面	<p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 市場が大きく成熟している。（北米、生損保） <p>【市場の大きさ・成長性】【地理的条件】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 大規模な市場と当社の多くのプロジェクトが存在している地域に近い。（欧州、環境） <p>【収益性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本の顧客は質の高いものには高い値段を払ってくれる。（欧州、自動車） <p>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 知性が高く勤勉な人材を確保できる。（アジア、その他製造） <p>【技術レベル】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 卓越した技術を有する。（欧州、自動車／アジア・その他製造） <p>【商習慣】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 支払期限を厳格に守ってくれる。（欧州、自動車）
		悪い面	<p>【顧客ニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本の顧客は正確性にうるさく、要求が込み入っている。（欧州、電子機器） ✓ 顧客の条件が厳しい。参入がしにくい。（北米、電子機器） <p>【事業・生活コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 消費地としての魅力はあるが、物価が高い。（欧州、環境） <p>【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 英語が話せる人材が少ない等、参入障壁が大きかった。（欧州、環境）

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）	
物流拠点	中国	良い面	<p>【事業活動コスト】【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 低コスト、かつ、スキルの高い人材を雇用できるため、アジア全域に存在するサプライヤからの納品を本拠点で統合している。（欧州、電子機器）
	香港	良い面	<p>【全般】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 海外メディアへのコンテンツ配信拠点として日本に次ぐアジアで二番目に重要なハブである。（欧州、サービス）
	インド	悪い面	<p>【全般】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 物流状況をフォローアップするのが困難。（欧州、化学）

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）	
製造拠点	中国	良い面	<p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 世界最大の市場規模であり、新しいビジネスチャンスが多い。（アジア、電子機器） ✓ 市場が大きい。（欧州、機械工業／アジア、自動車／アジア、化学／欧州、化学） ✓ 市場の成長スピードが速く持続することが見込める。（欧州、環境） ✓ 人口が多く成長の余地が大きい。（北米、医薬品） ✓ 潜在性が高い。（アジア、その他製造／アジア、自動車（複数）／欧州、化学） ✓ 中国には治験を行う国内外の企業が多数おり、治験薬の受託製造サービスの事業機会が多い。（北米、医薬品） <p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 事業活動コストが全般的に安い。（欧州、化学／北米、運輸・輸送） ✓ 人件費が安い。（アジア、その他製造／欧州、機械工業／欧州、サービス） ✓ 賃借料が安い。（アジア、その他製造） ✓ 巨大な労働人口を持ち、製造コストが安い。（欧州、機械工業） <p>【主要顧客・パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 主要顧客に近い。（欧州、化学） ✓ サプライヤに近い。（北米、自動車） <p>【補助金等の行政による優遇策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 外国企業による直接投資に対して強力な支援が得られる。（北米、化学） ✓ 現地にジョイントベンチャーのパートナーがいたため、生産設備の立ち上げの際に承認を得るための複雑な手続きを全てパートナーに対応してもらえたことが良かった。（欧州、その他製造） <p>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 高い専門性を持った人材が確保しやすい。（北米、電子機器） <p>【グローバル本社からのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ グローバル統括拠点から近い。（アジア、その他製造）
		悪い面	<p>【一般人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 質が高く低コストで労働力を確保できるが、離職率が高い。（北米、電子機器） ✓ 従業員の定着が不安定。（欧州、化学） ✓ 概して高評価ではあるが、人事には課題がある。（欧州、自動車） <p>【高度人材の獲得】【規制】【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 優秀な人材確保の難しさ、特有の法制度、急激な賃金上昇により製造拠点としての魅力が薄れてきている。（北米、電子機器） <p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ コストが急速に上昇している。（アジア、その他製造／北米、電子機器） <p>【規制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 医療機器の製品認証取得にかかる時間が想定よりも長引いた。非公式な要求がある点も好ましくない。（北米、医療機器） <p>【技術レベル】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 品質維持が困難。（北米、化学） <p>【主要顧客へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ （貿易業者以外の）中国国内企業へのアクセスが困難。（北米、医療機器）

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）	
製造拠点	インド	良い面	<p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 市場の成長性が高い。（アジア、自動車／北米、電子機器） ✓ 安定的に事業拡大している。（北米、自動車） ✓ 高評価。急速な経済成長を背景に潜在需要が大きい。海外直接投資先として魅力的。（アジア、その他製造） ✓ 成長は期待していた程のペースではなく、ビジネスを行うには困難な場所だと痛感しているが、長期的には大きな成長機会を有している。（欧州、環境） <p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 製造とエンジニアリングを行っているが、事業活動コストが低い。（北米、運輸・輸送） <p>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 有能な人材が豊富（アジア、その他製造／欧州、機械工業） <p>【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 英語が通じる。（アジア、その他製造／欧州、機械工業） <p>【補助金等の行政による優遇策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 工場設立支援として、インド政府より補助金を受給した。（欧州、自動車） <p>【規制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 労働法が実用的。（欧州、機械工業）
		悪い面	<p>【法整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 法律面では課題がある。（欧州、環境） <p>【商習慣】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 複雑な官僚主義がある。（欧州、機械工業） <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 事業目標の達成において課題がある。（北米、その他製造）

4.1.2. アジア地域の投資魅力度および投資計画

外国企業に対し「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つのビジネス拠点の立地先について、それぞれアジア地域内で最も魅力的な国はどこであるかを調査した。

前々回及び前回調査では、全ての拠点タイプにおいて中国が最も魅力的であるとする回答が最も多かったが、今回の調査では、シンガポールと香港とで地域統括拠点、金融拠点、バックオフィスにおいて1位、2位を占め、また、物流拠点においてもシンガポールが1位、中国と僅差で香港が3位となるなど、アジア地域におけるシンガポール、香港の相対的な優位性が高まっているとの結果となった。

中国に対する投資魅力度について着目すると、前回調査では7つのビジネス拠点全ての立地競争力が1位であったが、今回調査では全てのビジネス拠点でポイントを低下させ、前述の「R&D 拠点」と「製造拠点」以外は1位から後退する結果となった。

なお、インドにおいては、製造拠点における順位が中国について2位に位置している。

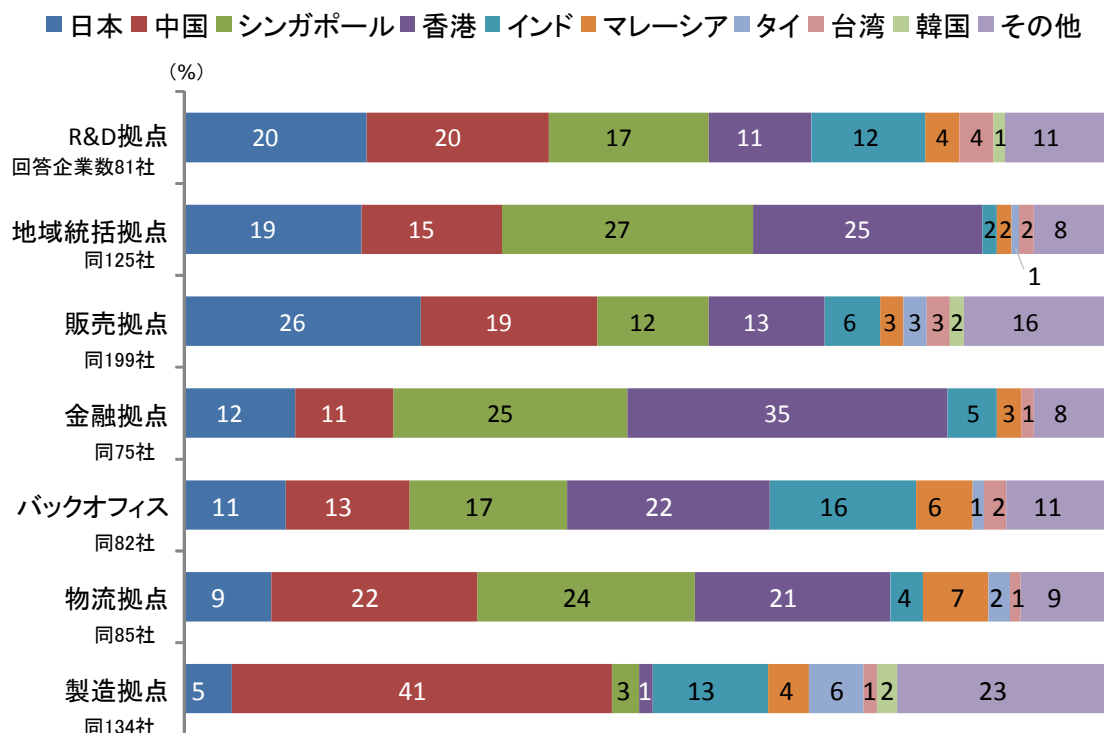
アジア地域における日本の投資魅力度については、一部の拠点タイプでポイントを上げたものの、敢えて、全ての拠点タイプを積み上げて総合的に評価すると、中国、シンガポール、香港に次いで4位となる。

■ 国別・拠点別立地競争力

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最も魅力的であると認識しているアジアの国・地域はどこですか。（複数回答）

対象企業数：214 社



※ ①各ビジネス拠点の定義は次のとおり。

R&D 拠点：産業技術の研究・応用開発、製品試験等による産業化等の研究開発を行うための拠点（単なる性能評価センターなどは含まない）

地域統括拠点：2以上の国・地域における被統括会社が行う事業の方針の決定又は調整に係る業務を統括するための拠点

販売拠点：営業・販売・マーケティング等を統括する拠点及び一般的な販売・サービスの提供を行うための拠点（営業・販売・マーケティングを行うための店舗や事務所等）

金融拠点：財務やキャッシュマネジメントを集中的に行うための拠点

バックオフィス：経理・人事などの管理業務や事務処理（共通事務処理センターなど）を行うための拠点

物流拠点：ハブとしての機能を有する当該企業グループの物流を行うための拠点（単なる倉庫等は含まない）

製造拠点：製品を生産する拠点（工場等）（小規模なものは含まない）

②ビジネス拠点タイプ毎に、アジアの21カ国・地域から投資先として最も魅力的な国・地域を1つ選択

③回答企業214社（日本進出済81社含む）から「該当なし」及び「不明」を除く百分率（欧州87社、北米69社、アジア58社）。

今後2~3年間におけるアジア地域への拠点の新設や同地域にある既存拠点の拡充に向けた投資計画について調査した。

中国向けに投資計画があると回答した外国企業は前回調査とほぼ同数、これに対してシンガポール、香港及びインド向けは大きく増加した。この結果、今後のアジア地域への投資は、前回調査の『今後、アジア地域への投資は中国に集中する』とした構図に変化がみられる。このことは、前述のアジア地域における投資魅力度の調査結果と符号する。

各国への投資計画の特徴をビジネス拠点タイプ別にみる。

日本、シンガポール及び香港はいわゆる高付加価値拠点（R&D拠点、地域統括拠点、販売統括拠点）への投資計画の割合がそれぞれ6割超と高い水準となっている。

一方、製造拠点の投資魅力度の高い中国（1位）及びインド（2位）の当該投資分野への投資計画の割合は他国に比べ突出（ほぼ5割の水準）している。

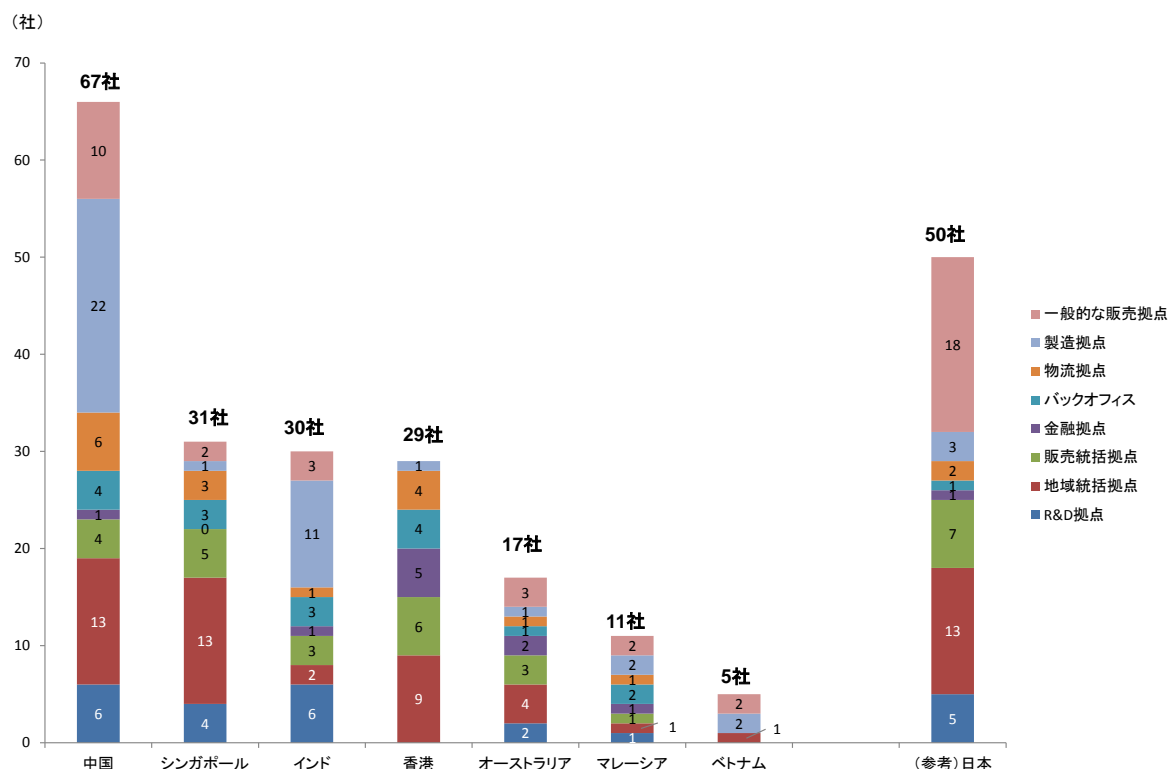
なお、日本に製造拠点の投資計画があると回答した企業は、環境、医薬品及び自動車の計3社と僅少である。

■アジア地域への投資計画（新設および拡充）

設問

魅力的であると認識しているアジアの国・地域について、具体的な拠点設立する計画の有無をお答えください。（複数回答）

回答企業数：94社（投資計画「有」と回答した企業のみ）



※①販売統括拠点：営業・販売・マーケティング等を統括する拠点

一般的な販売拠点：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

②本調査の主旨を踏まえ、本社所在地がアジア試合地域の企業による当該本社所在国（地域）への回答は除外した。

③日本への投資計画の調査については他のアジア地域の国・地域に比べ特に重点的に行ったため、当該数値において日本と他の国・地域との比較は適さないとの判断から参考扱いとした。

回答外国企業をその本社所在地から欧州企業、北米企業及びアジア企業に分類し、それぞれの企業群によるアジア各国の投資魅力度をビジネス拠点タイプ別にみると下表のとおり。

高付加価値拠点の日本の投資魅力度をみると、地域全体で1位であった「R&D拠点」については、欧州企業群が2位であったものの、ポイントにおいて他の企業群と大きな乖離は見られない。

地域全体で3位であった「地域統括拠点」は、3地域の企業群全てが3位の評価であったが、このうちアジア企業群は他の企業群に比べその評価が低い。

■ 企業属性の違いによる立地競争力の違い（本社所在地域別）

平成25年度調査（欧州企業） 対象企業87社

回答企業数	日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点 33社	2 15%	1 27%	2 15%	4 12%	4 12%	- 0%	- 0%
地域統括拠点 56社	3 20%	4 18%	2 25%	1 27%	6 2%	- 0%	- 0%
販売拠点 82社	2 23%	1 27%	4 10%	3 15%	5 6%	7 4%	8 2%
金融拠点 31社	4 10%	3 13%	2 26%	1 39%	5 3%	- 0%	- 0%
バックオフィス 32社	4 13%	4 13%	3 19%	1 28%	2 22%	- 0%	- 0%
物流拠点 36社	4 8%	2 25%	3 22%	1 28%	5 6%	- 0%	- 0%
製造拠点 55社	5 5%	1 45%	6 4%	7 2%	2 18%	7 2%	6 4%

平成25年度調査（北米企業） 対象企業69社

回答企業数	日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点 40社	1 23%	3 13%	1 23%	3 13%	3 13%	- 0%	- 0%
地域統括拠点 60社	3 20%	4 9%	1 28%	2 26%	7 2%	7 2%	- 0%
販売拠点 55社	1 29%	2 15%	5 10%	3 14%	6 6%	9 1%	9 1%
金融拠点 49社	3 16%	4 11%	1 26%	1 26%	6 8%	- 0%	- 0%
バックオフィス 53社	4 13%	1 18%	3 15%	1 18%	5 10%	8 3%	- 0%
物流拠点 56社	3 14%	1 22%	2 19%	3 14%	7 3%	7 3%	- 0%
製造拠点 53社	2 8%	1 47%	5 4%	10 2%	5 4%	5 4%	10 2%

平成25年度調査（アジア企業） 対象企業58社

回答企業数	日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国	ベトナム
R&D拠点 8社	1 25%	1 25%	- 0%	- 0%	2 13%	- 0%	2 13%	- 0%
地域統括拠点 15社	3 13%	2 27%	1 33%	3 13%	- 0%	- 0%	- 0%	5 7%
販売拠点 38社	1 24%	3 11%	2 21%	4 5%	4 5%	11 3%	- 0%	11 3%
金融拠点 6社	- 0%	- 0%	2 17%	1 67%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
バックオフィス 11社	- 0%	- 0%	1 18%	1 18%	1 18%	- 0%	- 0%	5 9%
物流拠点 12社	- 0%	3 17%	1 42%	2 25%	- 0%	4 8%	- 0%	- 0%
製造拠点 26社	- 0%	2 19%	- 0%	- 0%	4 15%	2 19%	- 0%	1 23%

※①販売統括拠点：営業・販売・マーケティング等を統括する拠点

一般的な販売拠点：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

②本調査の主旨を踏まえ、本社所在地がアジア試合地域の企業による当該本社所在地（地域）への回答は除外した。

③日本への投資計画の調査については他のアジア地域の国・地域に比べ特に重点的に行ったため、当該数値において日本と他の国・地域との比較は適さないと判断から参考扱いとした。

回答外国企業を日本への「未進出企業」と「進出企業」とに分類し、それぞれの企業群によるアジア各国の投資魅力度をビジネス拠点タイプ別にみると下表のとおり。

日本への投資魅力度をビジネス拠点タイプ別にみると、全ての拠点タイプにおいて進出企業群による評価が未進出企業群を凌駕している。

すなわち、高付加価値拠点の「R&D拠点」と「地域統括拠点」については、日本を最も魅力的であるとする企業の割合は、進出企業群が未進出企業群のほぼ倍の比率を示した。

さらに、「製造拠点」についてはその乖離が小さいものの、他のビジネス拠点については高付加価値拠点を上回る乖離幅となっている。

■ 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25年度調査(未進出企業) 対象企業124社

回答企業数	日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	42社	3 12%	1 21%	2 17%	3 12%	3 12%	7 2%
地域統括拠点	64社	4 14%	3 22%	1 25%	2 23%	5 3%	9 2%
販売拠点	108社	1 23%	2 22%	3 15%	4 11%	5 7%	9 2%
金融拠点	37社	5 3%	3 11%	2 22%	1 46%	4 8%	0%
物流拠点	48社	4 6%	1 25%	2 23%	2 23%	4 6%	8 2%
バックオフィス	42社	5 7%	4 12%	3 14%	1 26%	2 24%	0%
製造拠点	73社	7 3%	1 44%	0%	7 3%	2 14%	4 8%

平成25年度調査(進出済企業) 対象企業90社

回答企業数	日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	39社	1 28%	2 18%	2 18%	5 10%	4 13%	0%
地域統括拠点	61社	3 25%	4 8%	1 30%	2 26%	0%	0%
販売拠点	91社	1 29%	2 15%	4 9%	3 14%	7 4%	8 3%
金融拠点	38社	3 21%	4 11%	1 29%	2 24%	0%	6 0%
物流拠点	37社	4 14%	2 19%	1 24%	2 19%	0%	6 3%
バックオフィス	40社	3 15%	3 15%	1 20%	2 18%	6 8%	8 3%
製造拠点	61社	3 8%	1 38%	4 7%	0%	2 10%	7 3%

※①販売統括拠点：営業・販売・マーケティング等を統括する拠点

一般的な販売拠点：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

②本調査の主旨を踏まえ、本社所在地がアジア試合地域の企業による当該本社所在国（地域）への回答は除外した。

③日本への投資計画の調査については他のアジア地域の国・地域に比べ特に重点的に行ったため、当該数値において日本と他の国・地域との比較は適さないとの判断から参考扱いとした。

高付加価値拠点について、外国企業が投資先として最も魅力的であるとするアジアの国・地域の評価を過去の調査結果を踏まえ、今回の調査結果を概観する。

「R&D拠点」について

当該拠点の立地先として日本が最も魅力的であるとした外国企業の回答数は、前回調査に比べ大きく落ち込んだ中国と並んで第1位となった。しかしながら、過去の調査結果が示すとおり、日本が最も魅力的であると回答した外国企業の割合は低下の傾向にある。

中国は1位を確保したものの、最も魅力的であると回答する外国企業の割合は前回調査の半分の比率にも満たない水準にまで低下している。中国にR&D拠点を設置している外国企業の評価をみると、コストの上昇（「中国はコストメリットがあったが、徐々にコストが高くなり、問題が顕在化しつつある。新たな研究開発を行う上では知的財産権の漏洩リスクはとても大きい。」（北米、化学））や知的財産権の漏洩リスクを懸念する声がある。

今回調査で3位のシンガポールは、魅力的であると回答した企業の約8割が「高度人材（専門職）の獲得」を評価しており、また、「英語での円滑なコミュニケーション」や「整備されたインフラ」についても魅力的な理由として挙げている。

「地域統括拠点」について

当該拠点の立地先として日本が最も魅力的であるとした外国企業の回答数は、前回調査の4位から3位に上昇した。しかしながら、日本が最も魅力的であるとする外国企業の割合をみると、今回調査で1位のシンガポール（前回調査2位）と同2位の香港（同3位）に対しては、前回調査においてはその差は僅かであったが、今回の調査ではその差は顕著なものとなった。

中国は、最も魅力的であると回答する外国企業の割合は前回調査に比して半減し、順位も1位から4位となった。なお、中国に地域統括拠点を設置している外国企業は、「社員のリテンションに問題がある。（北米、商業銀行）」、「技術や顧客情報の流出に問題がある。（北米、商業銀行）」、「中国でのビジネスには、通常のオペレーション戦略は適さない。ハード面（インフラ、重工業などのマクロレベル）の発展は先進国と同様であるが、ソフト面（スキル、品質、微調整、常識、ロジック、率先性、創造性、独自性）の発展は10-15年遅れである。このため、ビジネス機会はあるが企業は単に過去の成功方程式を真似するだけではだめである。ビジネス戦略、オペレーション戦略、人脈作りのロジック全てが現地化されるべきである。（アジア、投資銀行）」を中国の悪い面として指摘している。

また、当該分野で投資魅力度を上昇させたシンガポールと香港について、外国企業はシンガポールについては「地域内拠点へのアクセス」「英語での円滑なコミュニケーション」「高度人材（専門職）の獲得」などを、香港については「英語での円滑なコミュニケーション」「地域内拠点へのアクセス」、「事業活動コスト」「事業規制の開放度」などを魅力的な理由として挙げている。

「販売拠点」については、日本は前回調査の2位から1位に順位を上げ、アジアの国・地域において最も魅力的な国とする回答割合も上昇させた。日本が魅力的な理由としては、63%の企業が「市

場の大きさ」、41%の企業が「市場の成長性」を挙げている。特に情報通信ハイテク企業やエネルギー・環境技術企業における評価が高い（「日本のエレクトロニクス市場はいまだ大きく、高度に発展し安定した社会はビジネスを行うのに適している。」（欧州、電子機器）・「日本の太陽光発電市場は大きく、急速に成長している。」（北米、環境））。

■ 国別・拠点別立地競争力の推移（平成19年度、21年度、23年度、今年度）

（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）

- ① ビジネス拠点タイプ毎に、アジアの21カ国・地域から投資先として最も魅力的な国・地域を1つ選択。
- ② 百分率の左側の数字は21カ国・地域における順位。（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%

※ 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）。

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%

※ 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）

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%

※ 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）

平成25年度調査 対象企業214社

回答企業数		日本	中国	シンガポール	香港	インド	タイ	韓国
R&D拠点	81社	1 20%	1 20%	3 17%	5 11%	4 12%	- 0%	8 1%
地域統括拠点	125社	3 19%	4 15%	1 27%	2 25%	6 2%	10 1%	- 0%
販売拠点	199社	1 26%	2 19%	4 12%	3 13%	5 6%	8 3%	12 2%
金融拠点	75社	3 12%	4 11%	2 25%	1 35%	6 5%	- 0%	- 0%
バックオフィス	82社	5 11%	4 13%	2 17%	1 22%	3 16%	9 1%	- 0%
物流拠点	85社	4 9%	2 22%	1 24%	3 21%	7 4%	8 2%	- 0%
製造拠点	134社	6 5%	1 41%	8 3%	11 1%	2 12%	5 6%	9 2%

※ 回答企業 214 社（日本進出済 81 社含む）から「該当なし」及び「不明」を除く百分率（欧州 87 社、北米 69 社、アジア 58 社）。

■ 魅力的な拠点についてのコメント例

項目	コメント例（カッコ内は企業情報）
地域統括拠点	<p>【市場の大きさ・成長性】【アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本の原子力/エネルギー市場は大きく、成長も見込める。アジア諸国へのアクセスも良いため、投資計画を策定中である。（欧州、環境） ✓ 欧州にあるグローバル本社とアジア間の移動費削減のため、将来、アジアに拠点を設けようと考えている。日本は市場の成長性とアジア諸国へのアクセスが良い。（欧州、電子機器） ✓ 市場拡大が予測でき、アジア諸国へのアクセスも便利。（北米、電子機器/アジア、電子機器） ✓ 再生可能エネルギー促進に向けた政府インセンティブが良い。当該市場の拡大を見込んでいる。（欧州、環境） ✓ 日本は市場規模が大きく、インフラも発展しており、アジア他国へのアクセスも良いため、日系および韓国系自動車メーカー向けに日本の既存拠点の機能拡大を検討している。（北米、自動車） <p>【市場の大きさ・成長性】【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本はアジア地域で最も大きなポテンシャルを持つ市場。高い能力を持ったハード、ソフト両領域のエンジニアの雇用もしやすい。（北米、情報通信） <p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本の医薬品市場は世界第2位の規模を誇る大きな市場。日本市場で展開する事業範囲の拡大に向けて継続的な人材及び設備投資等を行っていく方針。（北米、医薬品） ✓ 日本の太陽光市場は注目している市場の一つ。（欧州、環境） <p>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本の社会は発展しており、優秀な管理職人材も備えている。（欧州、その他製造） <p>【主要顧客・パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本にはハイテク関連企業が集積しており、研究開発パートナー、サプライヤ、顧客へのアクセスが良い。（欧州、機械工業）
日本 販売統括拠点	<p>【市場の大きさ・成長性】【高度人材の獲得】【アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本はIT市場の規模が大きく、高度人材も豊富で、アジア他国へのアクセスも良いため、当該市場が比較的小さい韓国や台湾、今後の成長が見込まれる中国の営業活動を支えるのに適している。（北米、情報通信） <p>【市場の大きさ・成長性】【主要顧客へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本は市場規模が大きく成長性も見込めるのに加え、当社がグローバル・レベルでお付き合いしている主要顧客が複数いる。（北米、自動車）
R&D 拠点	<p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本のエネルギー関連市場は大きく成長性もある。日本にR&D拠点を設けることについては、現時点ではただのアイデアに過ぎないが、R&D向けの財政支援や税制優遇があれば良い。（欧州、環境） ✓ 日本の自動車関連市場は大きく、成長性もあり、当社の顧客基盤がある。当社顧客のため、日本のR&D機能を向上させる予定である。（北米、自動車） <p>【高度人材の獲得】【主要顧客・パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本には専門性の高い人材が豊富で、R&Dパートナーにアクセスしやすい。日本は、技術、市場規模、市場占有率の面で、世界の自動車産業におけるリーダーとしての地位を確立しており、日本の自動車メーカーは多くの最新技術を有している。（アジア、その他製造） <p>【高度人材の獲得】【主要顧客・パートナーへのアクセス】【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本は引き続き高機能材料、環境技術等における研究開発をリードしており、この分野で日本に研究開発拠点を持つことは、複数のパートナーとの協業、高度人材の確保、市場の成長性という意味で魅力的である。（北米、サービス） <p>【高度人材の獲得】【主要顧客・パートナーへのアクセス】【知財等の法整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ R&Dを行うエンジニア人材がどれだけいるかが、知財等の法整備と同じくらい重要。当社は日本の主要IT企業を、パートナーまたは顧客と捉えており、当該企業のR&D部門にアクセスできることの意義は大きい。（北米、情報通信） ✓ 日本は知財等の法整備や、顧客やR&Dパートナーの面で優れている。英語ができる人材が豊富にいれば、日本はR&D拠点の立地先として最適と言える。当社では常に言語が問題となっている。（北米、化学）

項目	コメント例（カッコ内は企業情報）
中国	<p>地域統括拠点</p> <p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中国には巨大市場と大きなポテンシャルがある。（北米、小売） ✓ 中国の成長を確信している。アジアにおける最重要地域だと考えている。（アジア、情報通信） ✓ 高品質の医療機器に対する需要は急速に伸びると信じている。（欧州、電子機器） ✓ 以前は日本にアジア地域本部を設けていたが、市場の成長性の違いから中国に移した。（北米、化学） <p>【主要顧客・パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ サプライヤや顧客に近い。（北米、自動車） ✓ 顧客や市場に近づくため中国に支社を設立した。中国にも当然、多数の外資優遇策がある。それらの恩恵に授かるのは容易ではないが、重要な問題ではない。（アジア、電子機器） <p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中国は、人件費、賃借料、全てのビジネスコストが安い。（欧州、機械工業）
中国	<p>販売統括拠点</p> <p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社は国によって大きな違いがあるため、地域統括拠点という組織形態はとっておらず、今後もそのような形態をとるつもりはない。営業機能のみを統括する拠点であれば、市場規模が最も大きい中国が最有力候補。（北米、化学） ✓ 市場規模が大きい。（欧州、その他製造） <p>【市場の大きさ・成長性】【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ アジアの中で中国の売上が最も大きい。中国は市場規模が大きく、成長性が高いのに加え、事業活動コストが安いので販売統括拠点に適している。（欧州、サービス） <p>【市場の大きさ・成長性】【商習慣】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 主要顧客が集積しており、市場の成長性が見込めるのに加え、経営者の意思決定が迅速なため。（欧州、機械工業） <p>【市場の大きさ・成長性】【アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 市場規模が大きく、他のアジア市場へのアクセスが容易。（北米、その他製造）
中国	<p>R&D 拠点</p> <p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ R&D は成長市場の近くで行うべき。中国の自動車市場の成長は著しく、主要顧客がいるため。（欧州、自動車） ✓ R&D 拠点は、製造拠点および顧客に近いことが望ましい。（北米、電子機器／欧州、サービス） <p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中国への R&D 拠点設置によりコスト削減と地域での知の集積を目指している。（北米、自動車）

項目	コメント例（カッコ内は企業情報）
シンガポール	<p>地域統括拠点</p> <p>【事業活動コスト】【アジア諸国からのアクセス】【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 税率が低く、アジア諸国へのアクセスが便利で英語も通じるため、シンガポールに地域統括拠点を設置予定。（北米、情報通信） ✓ シンガポールに30年以上地域統括拠点を設置しているが、アジア諸国にいる主要顧客やサプライヤーへのアクセスがよいことに加え、税制優遇や英語スキル等が優れていることから投資を続けている。（北米、医療機器） ✓ 税率の低さ、英語でのコミュニケーションが立地上の優位点。（北米、医療機器） <p>【行政からの優遇策】【高度人材の獲得】【アジア諸国からのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポール政府からの手厚いインセンティブが受けられる。優れた管理職人材が獲得しやすく、働きやすい環境。地理的に地域のハブに適している。（北米、医療機器） <p>【行政からの優遇策】【高度人材の獲得】【パートナーへのアクセス】【英語等での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポールは英語と中国語でのコミュニケーションが容易。教育レベルも高く、外国企業に対する税制面での優遇策がある。当社が製造を委託しているパートナー会社の管理も容易。（北米、電子機器） <p>【事業活動コスト】【高度人材の獲得】【主要顧客・アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポールは税率が低いのに加え、専門性の高い人材が豊富で、主要顧客やアジア諸国へのアクセスが良い。（欧州、サービス） <p>【外国語による生活】【アジア諸国からのアクセス】【治安および社会の安定性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 一般市民と英語でコミュニケーションがとれ、アジア諸国からのアクセスが良く、街が綺麗で安全なため、経営者を呼び寄せやすい。アジア地域のハブに適している。（北米、情報通信） <p>【地域内拠点へのアクセス】【英語での円滑なコミュニケーション】【外国人を受け入れる文化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 多くの多国籍企業のアジア統括拠点が集結している。アジア各拠点へのアクセスがほぼ6時間以内であり、国外の製造やR&D拠点へのアクセスにも不便がない。英語が公用語のひとつであると同時に人種的・文化的に多様性を有する国であることからグローバル企業に求められるダイバーシティとも合致する。（北米、サービス） <p>【社会・経済の安定性】【経済の開放度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポールは、香港、台湾、韓国等との政治リスクがなく、経済が強固で安定しており、オープンである。（北米、環境） <p>【資金調達環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポールには、多くの国際銀行が進出しており、ビジネスがしやすい。（欧州、その他製造） <p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポールには、輸出入への関税がない。（欧州、化学） <p>【居住環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポールは安全で生活水準が高く、駐在員が順応しやすい国。 <p>【アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ アジアの中心に位置し、アジアの全ての国・地域へのアクセスが便利。（アジア、電子機器／欧州、サービス／欧州、自動車）
	<p>販売統括拠点</p> <p>【アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ アジア諸国へのアクセスが容易で便利な立地。（北米、小売／欧州、化学（複数）／欧州、情報通信／アジア、電子機器／アジア、自動車） <p>【グローバル本社からのアクセス】【英語での円滑なコミュニケーション】【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポールはグローバル本社がある米国からのアクセスが良く、英語も通じ、優れた管理職人材がいるためアジア地域の販売統括に適している。（北米、電子機器） <p>【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 英語が通じるためアジア太平洋地域のハブ拠点にしている。（北米、小売）

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
シンガポール	R&D 拠点	<p>【高度人材の獲得】【R&D パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 優れた管理職人材や専門性の高い人材が豊富で、R&D パートナーもいるため、シンガポールにラボを新設予定（北米、医薬品） <p>【高度人材の獲得】【行政からの優遇策】【整備されたインフラ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 優れた研究職人材が豊富で、インフラも整備されており、直接投資優遇策があるため、シンガポールにイノベーションセンターを設置予定。（北米、生損保） <p>【高度人材の獲得】【行政からの優遇策】【英語でのコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 優れた研究職人材が豊富で、英語が通じ、直接投資優遇策があるため、長期的なスパンで投資を考えている。（欧州、化学） <p>【全般】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポールは、主要顧客へのアクセスや高度人材の獲得のしやすさ、英語が通じる点が優れているが、投資先の選定においては、それら以外にも様々な要素が複雑に絡み合っている。例えば、対内直接投資は投資時のみならず投資後においても歓迎されるべきで、投資を決定しその市場で成功を収めた場合でも歓迎され続けるかどうか、また現地の法慣習や言語に通じているかどうか、税制優遇があるか等も、投資先を決める上で重要な要素である。（北米、医療機器）
	地域統括拠点	<p>【アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 香港は中国の窓口であり、中国ビジネスのパイオニアである。（アジア、環境） ✓ 香港は、全てのアジア諸国および当社のサプライヤへのアクセスが良い。（北米、小売） ✓ アジアの中心に位置しており、英語も通じてインフラも整備されている。（欧州、その他製造） ✓ 香港の市場自体は小さいが、アジア諸国へのアクセスが優れているためアジア初の拠点を香港に設置した。（北米、サービス） <p>【パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 香港には多くの米国企業や欧州企業が拠点を構えており、協業の機会が豊富。（欧州、その他製造） ✓ 中国にいるパートナーやサプライヤへのアクセスが容易。（北米、小売） <p>【事業活動コスト】【資金調達環境】【整備されたインフラ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 貿易関税が低く、欧州系の銀行や保険企業が多数存在する。輸送インフラも整っており、物流拠点としても適しているかもしれない。（欧州、化学） <p>【高度人材の獲得】【英語での円滑なコミュニケーション】【事業規制の開放度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 英語ができる優秀な人材が豊富で、規制面もオープンなので、香港は地域統括拠点として最適だと思う。（北米、商業銀行） <p>【商習慣】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 香港は、西洋の文化をよく理解しており、官僚制の度合いが低い。（欧州、機械工業）
香港	販売統括拠点	<p>【アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ アジアの中心に位置しており、アジア事業に適したロケーション。（欧州、その他製造（複数）／北米、サービス／北米、電子機器） <p>【事業規制の開放度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 香港は、数年以内に世界最大の市場に発展する潜在力をもっている中国市場への登竜門だと認識している。中国本土と比べ規制や制度の透明性が高いため、中国貿易の最適な拠点である。（アジア、その他製造）
	R&D 拠点	<p>【パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 世界中の R&D パートナーやサプライヤにアクセスできる。（北米、小売）
インド	地域統括拠点	<p>【事業活動コスト】【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 安価で豊富な労働力、民主的な社会構造が強み。英語が通じるかはさほど問題ではない。（北米、電子機器）
	販売統括拠点	<p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 法人税率が妥当。（アジア、環境）
	R&D 拠点	<p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 事業活動コストが安い。安価で豊富な労働力があり英語も通じる。（欧州、その他製造）

4.1.3. 日本の投資環境の「強み」と「弱み」

日本のビジネス環境について、外国企業が日本の「強み」「弱み」と認識している項目について調査した。

外国企業が挙げる日本の「強み」は、「整備されたインフラ」「市場の大きさ」「社会の安定性」が上位（「強み」－「弱み」の値が大きい項目）となった。

「整備されたインフラ」については、「停電の少なさ、電車等の交通インフラの品質が高く、アジア諸国より充実している。」（北米、医療機器）、「安定したインフラにより、業務に支障をきたさない。」（北米、環境）などの評価があった。

「市場の大きさ」については、「日本は世界第三位の市場規模。自動車製造においても世界三位、電子部品においては世界最大である。」（アジア、商業銀行）、「単にアジア第二位の市場規模であるだけでなく、付加価値の高い製品に思い切った投資ができる洗練された市場である。（アジア、その他製造）」などの評価があった。

「社会の安定性」については、「安定した社会で、秩序も守られており、経済活動を行うのに適している。（アジア、電子機器）」などと評価している。

一方で、日本のビジネス環境の「弱み」としては、「事業活動コスト」、「英語での円滑なコミュニケーション」、「商習慣」が上位（「弱み」－「強み」の値が大きい項目）を占めた。

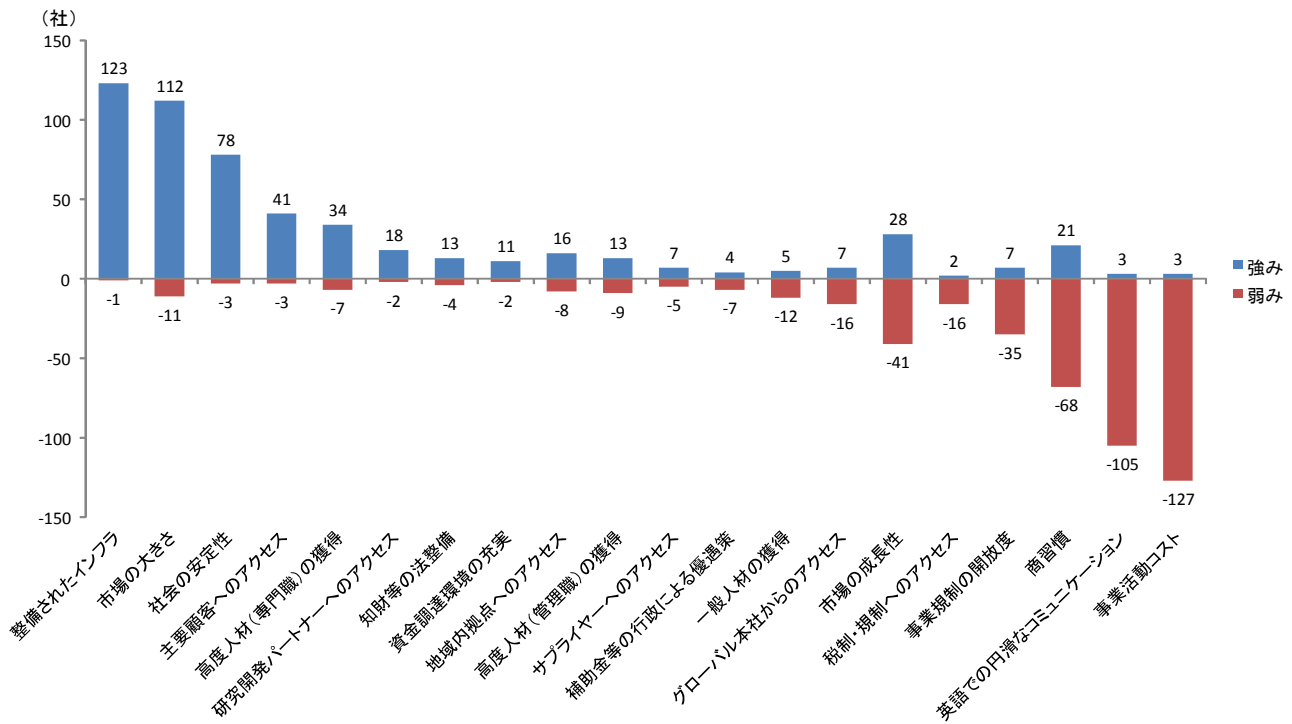
「事業活動コスト」については、「事業活動コストが世界一高い。税率については ASEAN 諸国のどの国よりも高い」（アジア・商業銀行）、「こんなに高い税金を課されては利益を得るのが困難、商売にならない」（北米・医療機器）、「対日ビジネスは好調なのだが、事業活動コストが高いため直接投資をするのはためらう」（欧州・その他製造）という指摘があった。

4位の「事業規制の開放度」についての外国企業の評価をみると「デバイスラグ」を引き起こしている医療機器関連規制は、医療機器メーカーにとって日本で事業を行う上での阻害要因となっている。（北米、医療機器）、「透明性が低く、統合されていない、行政機関の承認プロセスが長く遅い。」（欧州、化学）、「規制が国際基準と異なり対応が面倒。更に自治体レベルの規制は複雑。外資系に対する壁があると感じる。」（欧州、化学）や「業務手続を複雑化し、既得権益を保持している。」（アジア、運輸・輸送）などの指摘があった。

■日本のビジネス環境の「強み」と「弱み」

設問

アジアの他国・地域に比べて、日本の強みと弱みは何だと思いますか。【ビジネス環境】と【生活環境】それぞれについてお答えください。（複数回答）



※「強み」と回答した企業数から「弱み」と回答した企業数を引いた値が大きな項目を左から順に表示。なお、「強み」と回答した企業数は延べ203社、「弱み」と回答した企業数は延べ199社（いずれも複数回答）

■ 日本のビジネス環境に関するコメント

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
整備されたインフラ	強み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 輸送インフラにより、国内のサプライチェーン網が整備されている。（北米、その他製造） ✓ 完璧に整っている。時間通りに来る公共交通機関、通信状態もよい。（北米、医薬品） ✓ 停電の少なさ、電車等の交通インフラの品質が高く、アジア諸国より充実している。郵便・配送業についても配達の実績において優れている。（北米、医療機器） ✓ 安定したインフラにより業務に支障をきたさない。（北米、環境）
市場の大きさ	強み	<p>【その他製造】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 単にアジア第二位の市場規模であるだけでなく、付加価値の高い製品に思い切った投資ができる洗練された市場である。（アジア） ✓ 日本は先進国で裕福であり、洗練された市場である。（欧州） ✓ 日本は大変裕福な国である。品質へのこだわりが強い。（欧州） ✓ 日本事業は当社の中でも最も大きい事業の一つである。（北米） <p>【情報通信ハイテク】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 市場規模が大きく、顧客の購買力も高い。（北米、電子機器） ✓ 日本の市場は大きいので、既に多くの米国企業が参入している。（北米、情報通信） ✓ 当社製品のユーザーとなりうるメディア関連企業が日本には多く存在する。（北米、情報通信） <p>【機械工業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本は先進国ではあるが、かといって発展が止まったわけではない。小売りからヘルスケアに至るまで、海外企業には多くのビジネスチャンスがある。（アジア） ✓ 現時点では中国や韓国よりビジネス規模が大きい。但しアメリカには及ばない。（欧州） ✓ 日本には複数のグローバル・レベルで取引をしている顧客がいる。（北米） ✓ ビジネスを行うのにちょうどよい規模。（欧州） <p>【環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 再生可能エネルギー（風力発電）において、日本の市場規模および成長可能性には注目している。規制と法的枠組みの安定性が、他の市場と比較してもよいと考えている。（欧州） ✓ 日本は当社製品の世界最大の輸出国である。（北米） <p>【化学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 市場規模は依然として大きい。（欧州） <p>【医療】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本市場は大きい。医薬品市場について言えば世界第二位である（北米、医薬品） <p>【金融】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本は世界第三位の市場規模。自動車製造においても世界三位、電子部品においては世界最大である。（アジア、商業銀行） ✓ 日本の保険市場は世界第二位である。但し、成長の見通しは暗い。（欧州、生損保） <p>【運輸・輸送】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ アジアを代表するマーケットである。（アジア） <p>【小売・サービス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本は世界3位の経済規模である。（欧州）
	弱み	<p>【化学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 市場規模はそう大きくなく、他国と比べ魅力は少ない。（欧州） <p>【その他製造】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 少子高齢化により市場規模は縮小傾向にある。（欧州） <p>【運輸・輸送】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 市場規模が小さい。（北米）

※「強み」、「弱み」それぞれについて、回答企業数の多い上位6のビジネス環境項目を掲載。（「市場の大きさ」の項目については、「弱み」に関するコメントも掲載。）

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
社会の安定性	強み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本の社会の安定性は、他のアジア諸国にはない魅力である。（欧州、サービス） ✓ 日本の社会は安定しており「規則順守と組織優先」の考え方が根付いている。ビジネスを築く際の基礎となる重要な要素である。（欧州、機械工業） ✓ 政治情勢が安定しており、政権交代にまつわるリスクが低い。（欧州、電子機器） ✓ 社会が安定しているため、他のアジア諸国と比べ投資リスクが低い。（北米、その他製造） ✓ 社会情勢が安定しているため、将来的な見通しがつきやすい。（欧州、医薬品） ✓ 安定した社会であり、安定したビジネス関係を築ける社会。一度ビジネスパートナーとの信頼関係を築いてしまえば手堅く事業を進めていける。（欧州、その他製造） ✓ 社会的な質が高く、人々が協力的。（欧州、化学） ✓ 安全性が高い。（アジア、その他製造／北米、電子機器） ✓ あらゆるところが体系立てられて整っている。（アジア、機械工業）
主要顧客へのアクセス	強み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 多くの業界で、世界的に有名な顧客は日本企業である。（欧州、機械工業） ✓ 日本には大手企業が多数存在する。（欧州、機械工業） ✓ 日本には数多くの大手エレクトロニクス企業がある。（欧州、電子機器） ✓ 日本にはアジア地域で事業展開する大手企業が多数集積しているため、主要顧客にアクセスしやすい。（アジア、その他製造） ✓ 多くの大口顧客が日本にいる。（欧州、生損保／北米、自動車／アジア、その他製造）
高度人材（専門職）の獲得	強み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 研究開発活動発の技術（シーズ）、需要があり生まれた技術（ニーズ）のいずれも高レベルで、専門性の高い人材が豊富。（アジア、環境） ✓ 教育水準が高く良い教育を受けた人材が多い。（欧州／北米／アジア、複数企業） ✓ 日英両語を使える有能な人材が多い。（北米、情報通信）
研究開発パートナーへのアクセス	強み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本は先端科学の最前線にいる。中でもエレクトロニクス業界、通信業界、その他の製造業界は素晴らしいR&D資源を有する。（欧州、機械工業） ✓ 日本は技術が発展している。日本の技術を受入れ、高度な製品を製造する機会を他国にもたらしている。（アジア、その他製造） ✓ 機能材料、エネルギー、自動車、医療、環境などの分野で高度な技術を有する企業・大学などとの連携が期待できる。またアジアの他諸国に比べてコンプライアンスに対する意識が高い。（北米、サービス） ✓ 当社は日本で高い技術力をもつR&Dパートナーを見つけることができた。（欧州、機械工業）

項目	コメント例（カッコ内は企業情報）
事業活動コスト	<p>弱み</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 外国企業が参入するかどうかは、日本で利益が上げられるか否かに尽きる。その点では、事業活動コストが高いため日本に製造拠点等を設置することは考えにくく、販売拠点が中心となるだろうが、その際に法人税などが高いと利益が薄くなり、参入メリットが減少する。せめて他国と同じレベルでないとい外国企業が参入を検討する際にマイナスに映りうる。（北米、電子機器） ✓ 事業活動コストが高い。対日ビジネスは好調なのだが直接投資をするのはためらう。（欧州、その他製造） ✓ グローバル諸国と戦うには日本の事業活動コストは高すぎる。（北米、電子機器） ✓ 他のアジア諸国と比べて日本の事業活動コストは依然高く、アジアにあるグループ企業との競争の中で、大型投資を伴う戦略を日本に立てるのが困難。（北米、サービス） ✓ 事業活動コストを勘案すると、中国の方が投資先として、かなり優位な選択肢となる。（北米、自動車） ✓ 全ての事業活動コストが高い。エネルギー費、人件費、賃借料等。（欧州、化学／欧州、機械工業／欧州、その他製造／北米、化学／アジア、電子機器） ✓ 人件費と賃借料が高い。（欧州、情報通信／欧州、その他製造／北米、医療機器） ✓ 人件費や地代が高い。（アジア、その他製造） ✓ 人件費とエネルギー費が高い。（北米、その他製造） ✓ 人件費や通信費が高い。（欧州、機械工業） ✓ 人件費や法人税等が高い。（アジア、運輸・輸送） ✓ 人件費、住居費、日用品が高い。（欧州、サービス） ✓ 許容範囲ではあるが、採用費、賃借料、日用品の価格が高い。（欧州、その他製造） ✓ オフィス賃料を始め、日本の事業活動コストはとても高い。（欧州、環境） ✓ 台湾と比べて事業活動コストが高い。（アジア、電子機器） ✓ 日本の製造コストは他国・地域に比べ高く、日本が持つ先端技術の活用メリットと相殺される。（アジア、その他製造） ✓ 日本の主要都市では土地不足に伴って事業活動コストが高くなっている。（欧州、機械工業） ✓ 品質とのトレードオフの関係になるが、経費は上昇傾向にある。（北米、環境） ✓ 台湾の法人税率約17%と比べて日本の法人税は高い。（アジア、医薬品） ✓ 法人税率は他のアジア諸国よりも高い。20%-25%が競争力を保てるレベルである。（北米、情報通信） ✓ こんなに高い税金を課されては利益を得るのが困難。商売にならない。（北米、医療機器）

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
英語での円滑なコミュニケーション	弱み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本人の英語力は明らかな「弱み」。(欧州、化学) ✓ 意思疎通に支障をきたしている。(欧州、化学/欧州、機械工業/欧州、電子機器/欧州、その他製造(複数)/北米、自動車/アジア、その他製造/アジア、機械工業) ✓ 海外本社の人員と社内外の関係者とのコミュニケーションに若干の障害がある。(北米、環境) ✓ 英語力の差により外国人の取引先との間にしょっちゅう誤解が生じている。(アジア、その他製造) ✓ 言葉が通じるまでに一苦労する。(欧州、電子機器) ✓ 他に日本人がいない多国籍な環境で、うまく意思疎通を図りながら働ける日本人は極めて少ない。(欧州、サービス) ✓ 国内市場を熟知して英語が堪能な人材に限られている。(アジア、化学) ✓ 英語で専門分野(医薬品原料)についての議論やビジネス交渉ができる人が限られている。(アジア、医薬品) ✓ 英語が話せるエンジニアは首都圏に限られている。外国企業向けのR&D施設は、東京のベイエリア等に設置すべき。(北米、自動車) ✓ 高度人材はまだ良いが、普通の日本人の英語力は低い。(欧州、サービス) ✓ 展示会場でさえ、日本語のみの表示のところがある。(欧州、化学) ✓ 以前よりは良くなったが、もっと英語力の向上が必要。(北米、電子機器) ✓ 英語力の低さが、外国企業の日本参入をより困難なものにしている。(欧州、投資銀行) ✓ 日本がアジア太平洋地域のリーダーになるには、国内市場の成長に加え、英語が話せる世界に通用する人材が必要。(北米、化学)
商習慣	弱み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本には強く根付く商習慣があり、今後も改善するつもりがないように感じる。集団での意思決定(誰も責任をとらない)や支払に係る部分については、日本が改めるべき商習慣である。(北米、情報通信) ✓ 非関税障壁があり、日本市場へのアクセスが困難。個人的なコネクションが必要。(欧州、その他製造) ✓ 日本は「閉じたビジネス」。開かれてはいない。官僚主義。(アジア、環境) ✓ 意思決定が遅すぎる。(欧州、機械工業/欧州、化学/欧州、その他製造/北米、化学/北米、運輸・輸送) ✓ 意思決定プロセスが官僚主義的で、多くの段階を経る必要がある。(アジア、機械工業/北米、化学) ✓ 取引を始めるには個人的な関係が必要で、中国以上にコネクションが重要。(欧州、その他製造) ✓ 独特な商習慣があり、交渉が困難。(欧州、化学) ✓ 外資系企業は新規の客先に受け入れられるまでに時間がかかる。(カナダ、環境/欧州、環境) ✓ 契約に至るのが困難。当社は世界市場の60-70%のシェアがあるが、日本は含まれていない。日本市場に参入する糸口が見えない。(欧州、自動車) ✓ 閉鎖的な企業環境、技術をオープンにして共同研究を行う等の意識が欠如している(特に海外との研究開発)。(欧州、機械工業) ✓ 新しい事に取り組むことに消極的。ベンチャー企業や小規模な企業を育てる環境に乏しい。(北米、電子機器) ✓ 商習慣の国際化が必要。若年層や向上心のある人材の育成をもっと促進すべき。(北米、電子機器) ✓ 保守的。書類は日本語でしか作られない。(欧州、その他製造) ✓ 日本製品以外は売れにくい。(欧州、環境) ✓ 日本企業は日本メーカーのものを好む。よって、当社が時間とお金をかけて日本市場に入るのは意味がないと考えている。(欧州、機械工業) ✓ 細かい部分にこだわりすぎる。必要以上の品質を求める。(欧州、電子機器) ✓ 社会的マナーに沿った行動を強く求める。形式を重視する。(アジア、その他製造) ✓ 輸出審査に日数がかかりすぎる。(北米・化学) ✓ 投資回収期間を短期化し効率的な投資を行うために、施設の賃貸や在庫管理・配送等に係るサービスの改善が必要。(北米、自動車)
事業規制の開放度	弱み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「デバイ斯拉グ」を引き起こしている医療機器関連規制は、医療機器メーカーにとって日本で事業を行う上での阻害要因となっている。(北米、医療機器) ✓ 透明性が低く、統合されていない、行政機関の承認プロセスが長く遅い。(欧州、化学) ✓ 金融関連の規制は開放度や透明度が高いとはいえない。(北米、商業銀行) ✓ 規制が国際基準と異なり対応が面倒。更に自治体レベルの規制は複雑。外資系に対する壁があると感じる。(欧州、化学) ✓ 業務手続を複雑化し、既得権益を保持している。(アジア、運輸・輸送)

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
税制・規制情報へのアクセス	弱み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 海外、特に欧米の現状と異なる税制、労働規制等について、外国企業、外国の本社からの理解を得にくい。（北米、サービス） ✓ 法人税はシンガポールではゼロだが、日本は種類も多く、徴収対象が判らないなど透明性にも欠ける。（欧州、環境） ✓ 多くの規制は日本語のみで記載されており、従うのが難しい。（欧州、医薬品） ✓ 新エネルギーは成長市場であるが未成熟市場のため、電力会社と発電所との連携など、どのように物事が進んでいくかが不透明で説明もない。日本市場の参入のために必要な手続きが不透明で説明もない。このような非関税障壁が高すぎる。（欧州、環境）
市場の成長性	弱み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本市場の成長可能性は全くないか、あったとしてもわずかである。（北米、環境） ✓ 市場は既に成熟しているため、今後、飛躍的に成長するには限度があり、あまり期待できない。（欧州、生損保） ✓ 市場規模が広がっておらず、国内競合他社は弱ってきているのでビジネスチャンスはあるが、顧客が海外へ設計、製造移転を進めているので、日本での売上げ規模を増大させるのは難しくなっている。（北米、電子機器） ✓ 日本の国自体が成長していないことから、市場の成長可能性には疑問がある。最近の政府主導の改革の効果が出るまでには時間がかかる。（アジア、その他製造） ✓ 超高齢化社会と少子化に伴う人口減、特に労働人口の減少は経済成長にマイナスの影響を与えている。（北米、サービス） ✓ 日本のメディアに国際的な視点が欠けていることで、当社の業界の成長を大きく阻んでいる。（欧州、サービス）

次に、日本のビジネス環境の「強み」及び「弱み」を業種別にみた。

日本のビジネス環境の「強み」については、「市場の大きさ」「整備されたインフラ」が業種分野に関わらず評価されている。中でも「市場の大きさ」は、金融及び医療（商業銀行・投資銀行・生損保）における評価が高い（金融分野においては 8 割強、医療分野においては約 7 割が日本の「強み」として評価。）。具体的な評価としては、金融分野では「世界 3 位の市場規模。自動車関連製造業は世界 3 位であり、巨大な電子関連産業集積がある。」（アジア・商業銀行）、「成長性には陰りがあるが、日本の保険市場は世界 2 位」（欧州・生損保）など、医療分野では「世界第 2 の医薬品市場」（複数地域・医薬品）、「高価格帯マーケット」（欧州・医薬品）など。

また、「整備されたインフラ」については、中でも小売・サービス企業における評価が高く、9 割の企業が評価している。

日本のビジネス環境の「弱み」については、「事業活動コスト」と「英語での円滑なコミュニケーション」を外国企業は業種の別を問わず「弱み」として捉えている。

「事業活動コスト」については、「事業活動コストを勘案すると、中国の方が投資先として、かなり優れた選択肢となる。」（北米、自動車）や、「他のアジア諸国と比べて日本の事業活動コストは依然高く、アジアにあるグループ企業との競争の中で、大型投資を伴う戦略を日本に立てるのが困難。」（北米、サービス）という指摘があった。

なお、外国企業の日本のビジネス環境の評価として「弱み」とする回答数が上回っているものの、「強み」の回答も多かった「市場の成長性」に着目すると、特に「弱み」が「強み」を凌駕した分野は「サービス・小売」、「化学」及び「運輸・輸送」、一方、特に「強み」が「弱み」を上回った分野は「エネルギー・環境」が挙げられる。

■ 日本のビジネス環境に対する評価（業種別）

業種	回答企業数	日本の強み						日本の弱み					
		市場性関連			人材能力関連	社会条件関連		市場性関連		人材能力関連	文化関連	行政関連	
		市場の大きさ	主要顧客へのアクセス	市場の成長性	高度人材（専門職）の獲得	整備されたインフラ（交通、エネルギー、情報通信）	社会の安定性	事業活動コスト	市場の成長性	英語での円滑なコミュニケーション	商習慣	事業規制の開放度	税制・規制情報へのアクセス
医療	17社	71%	24%	18%	29%	59%	41%	88%	18%	65%	29%	29%	12%
エネルギー・環境技術	26社	50%	19%	35%	23%	50%	38%	65%	8%	65%	50%	15%	4%
化学	22社	45%	18%	5%	14%	68%	36%	50%	32%	55%	36%	18%	0%
情報通信・ハイテク	43社	53%	19%	14%	14%	58%	35%	58%	21%	44%	35%	12%	7%
サービス・小売	21社	43%	10%	10%	14%	90%	48%	71%	33%	38%	14%	10%	10%
運輸・輸送	5社	40%	20%	0%	0%	40%	60%	100%	20%	40%	20%	40%	0%
機械工業（製鉄・輸送機器）	30社	43%	33%	13%	27%	47%	37%	47%	10%	50%	37%	17%	10%
その他製造	25社	64%	16%	4%	8%	64%	36%	60%	28%	52%	32%	12%	8%
商業銀行	5社	100%	40%	20%	0%	40%	20%	100%	20%	60%	0%	0%	20%
投資銀行	5社	80%	0%	20%	0%	60%	20%	60%	0%	60%	40%	60%	20%
生損保	5社	100%	20%	0%	20%	80%	60%	40%	20%	40%	40%	40%	20%

※ ビジネス環境項目は、「強み」、「弱み」それぞれについて、回答企業数の多い上位 6 項目を表示。

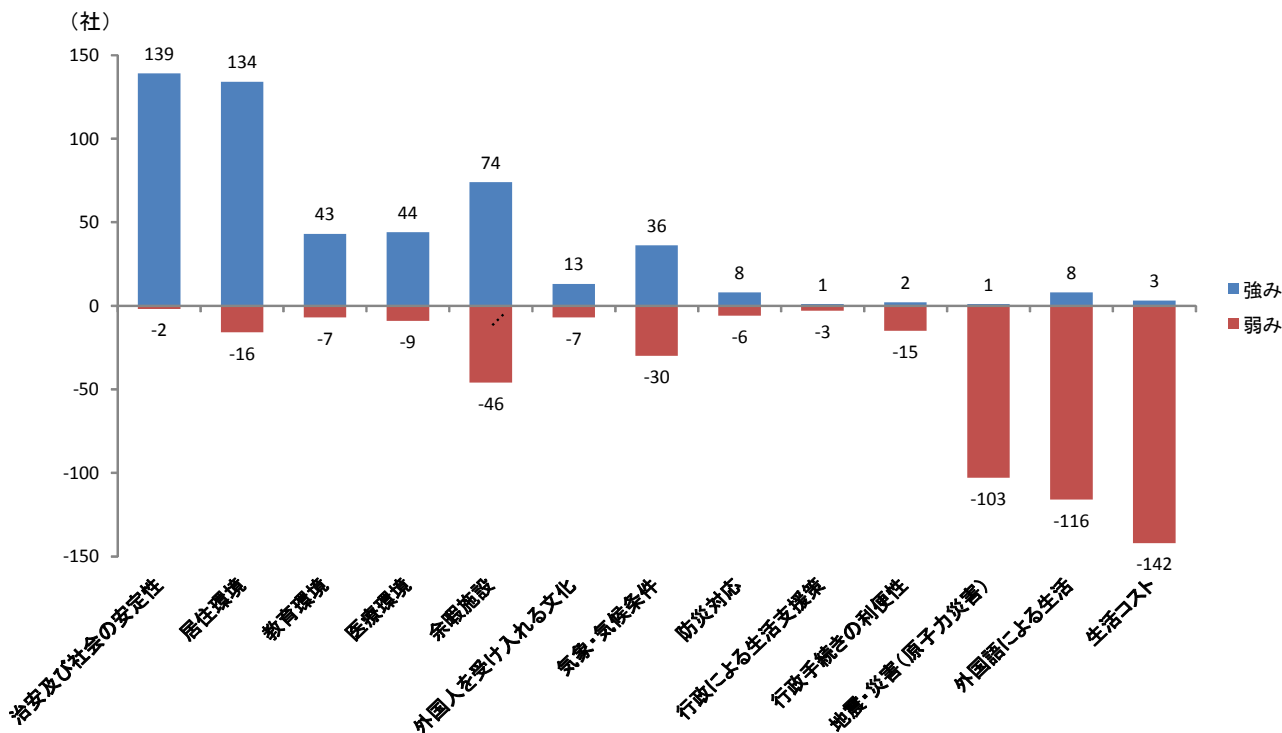
次に、日本の生活環境について、外国企業から見た「強み」と「弱み」について調査した。

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」「教育環境」が上位を占めた。

一方で、「弱み」としては、「生活コスト」「外国語による生活」「地震・災害（原子力災害）」が上位を占めた。

■ 日本の生活環境の「強み」と「弱み」

設問 アジアの他国・地域に比べて、日本の強みと弱みは何だと思いますか。【ビジネス環境】と【生活環境】それぞれについてお答えください。（複数回答）



※「強み」と回答した企業数から「弱み」と回答した企業数を引いた値が大きな項目を左から順に表示。なお、「強み」と回答した企業数は延べ 197 社、「弱み」と回答した企業数は延べ 194 社（いずれも複数回答）

■ 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"> ✓ 他国よりも犯罪率が低い。（北米、その他製造）
居住環境	強み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 交通等の便利さを含めてすべてが便利。（アジア、電子機器） ✓ 道路の掃除も行き届いており、全てが整然としている（欧州、その他製造） ✓ 安全、快適、便利な住環境。（北米、医薬品） ✓ 相応の生活コストはかかるものの、居住環境は欧米と大差ないといえる。（北米、サービス） ✓ 日本は、安全性、インフラの質、文化、医療の選択肢に優れており、アジアの中でも生活しやすい国の一つである。（欧州、環境） ✓ 生活水準の高さや食や文化から日本に滞在を望む人は多い。（北米、化学） ✓ 空気、水が他のアジア諸国よりもよい。（北米、情報通信） ✓ 全てが衛生的。（欧州、電子機器） ✓ 居住環境が高く、気候も温暖。（欧州、化学）
教育環境	強み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 良質な学校教育を受けられる。（北米、環境） ✓ 洗練された文化環境がある。（アジア、運輸・輸送）
医療環境	強み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 主要都市では病院への便がよく、先端医療での治療を受けられる。（北米、医薬品） ✓ 他アジアの国々と比べて高いレベル。（アジア、化学）
生活コスト	弱み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 生活費が他のアジア諸国と比較して高い。（欧州、環境） ✓ EU諸国に比べ非常に高い。住居が手狭。（欧州、電子機器） ✓ 日本は世界で最も高い国の一つである。（欧州、情報通信） ✓ 生活費と医療費がとて高い。（北米、環境） ✓ 日用品や電気代が高い。（北米、その他製造） ✓ 食費は安い、公共料金、家賃、交通費が高い。（北米、自動車） ✓ 多くの人が、生活費が割高と感じており、日本に住む際の障壁となっている。（アジア、その他製造） ✓ 円高により日本での生活はとて高くつく（北米、情報通信）
外国語による生活	弱み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 英語レベルが「普通に生活できる」レベルではない。（欧州、医薬品） ✓ 日常生活で英語が問題なく通じる場面は限られている。（北米、医薬品） ✓ 都市圏でもまだ英語での生活には不自由が残り、日本での生活にサポートが必要。（北米、サービス） ✓ 英語だけでは国内旅行も不便。（アジア、化学） ✓ 医療、教育について外国人の方から不自由という声を聴く。英語対応していない、制度が判りにくい。（欧州、環境）
地震・災害（原子力災害）	弱み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 被災地で事業を継続するのは難しく、問題になりうる。（欧州、機械工業） ✓ 海外における原発災害に対する敏感さは、日本人にはあまり知られていないのではないか。（北米、化学） ✓ 外国駐在員の中で、原発の問題を気にしている面は多い。これが原因で日本への赴任をとりやめた人もいる。但し、現在では多数の外国人に現状が受け入れられているとも言える。（北米、化学） ✓ 地震・原子力災害は日本のほぼ全土にわたって発生しうる問題であり、日本で生活しようとする外国人にとっては脅威であるといえる。（北米、サービス） ✓ 自然災害により、ビジネスリスクやカントリーリスクが増える。（アジア、その他製造）
行政手続きの利便性	弱み	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 行政が日本語以外に対応していない、標識などの整備もやっと始まったばかり。（欧州、機械工業）

4.1.4. 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あたって、どのような投資形態が望ましいか調査した。

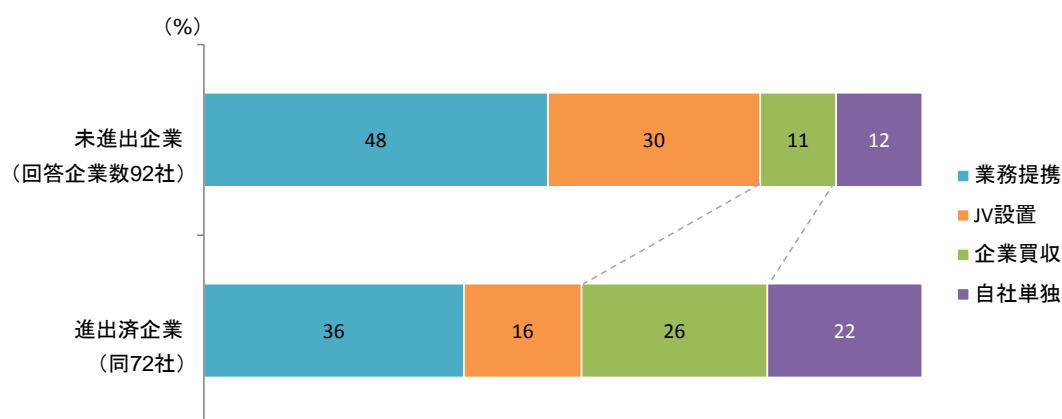
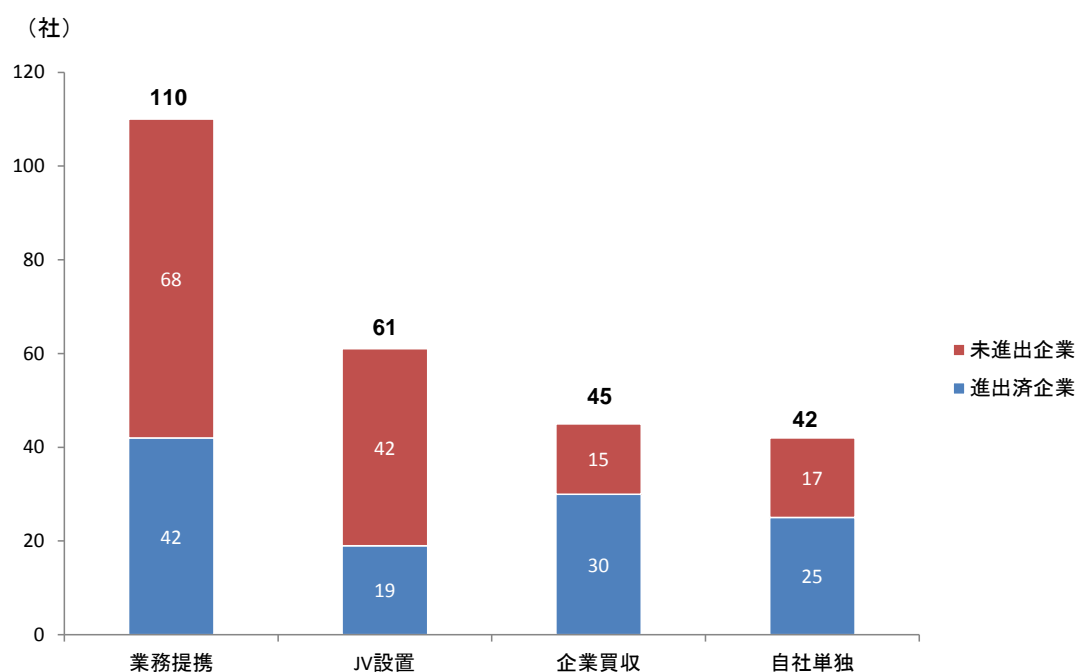
日本への進出状況別にみると、未進出企業が望ましいとする投資形態は、「業務提携」が約5割、次いで「JV 設置」の割合が高い。進出済企業では未進出と同様、「業務提携」の割合が最も高いが、「企業買収」と「自社単独」の比率が未進出企業に比べ高い。

■日本への投資形態

設問

日本市場へ参入するまたは日本市場での投資拡大する場合、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：164 社

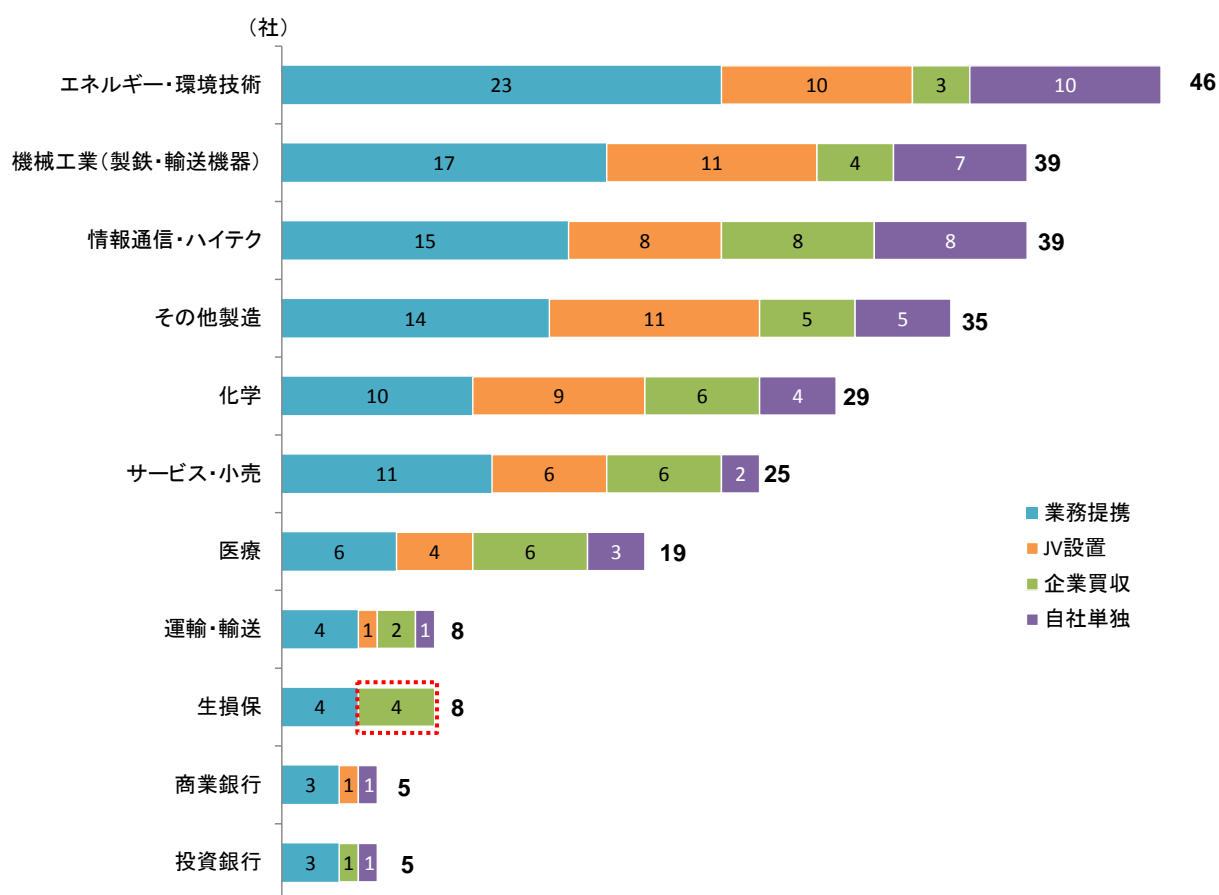


次に、業種別に日本市場への参入或いは日本市場での投資拡大にあたって望ましいとする投資形態について調査した。

投資形態の構成をみると、「企業買収」が5割を占めた「生損保」が、調査標本数は少ないものの特徴的と言える。他の業種については、特記するような構成上の特徴は見られない。

■業種別の投資形態

回答企業数：164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）
事業活動コスト	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 企業買収による参入が適していると思われるが、日本は新株発行税、個人投資家向けの税率が高い。（アジア、情報通信） ✓ 生活コストと事業活動コストの高さが懸念である。これらのせいで他の市場に参入するよりも障壁が高くなっている。（欧州、環境）
規制・手続き	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 買収の効果を出す際に、労働法により守られている雇用を削減することが出来ない。（北米、医療機器） ✓ 大きな懸念は、日本で投資機会を得ることが難しいことである。風力発電プロジェクトは日本企業によりつくられ、日本政府の支援なしに事業を広げるのは難しい。他にも、風力発電に関するプロジェクトの規制があり、承認プロセスが長いことが懸念である。（欧州、環境） ✓ 当社は何年も前に日本に拠点があったが、撤退した。理由は、高い事業活動コストと、外国製の製品を日本で販売するには日本の基準に厳密に適合させる必要があり、日本で販売するのが難しかったため。また、多くの日本企業は、例え海外企業の製品の方が安い場合でも日本ブランドを好む。（アジア、機械工業） ✓ 株式会社の形態の場合、最低でも1名の役員が日本に住む必要があるが、欧州の企業にとっては負担が大きい。（欧州、環境） ✓ 当社の業務にどの法や規制が該当するのか、またその詳細について学ぶのが困難。情報は日本語でしか入手できず、翻訳が難しい形式で記載されている。日本への投資を検討する際には、日本の重要な規制の見過ごしや、意味の取り違えがないかを大いに懸念した。（北米、環境） ✓ ストックオプションに関する規制、債務の株式化に関する規則等がある。（アジア、情報通信） ✓ 法律や規制の変更が、会社の戦略に影響を及ぼす可能性があること。（欧州、化学） ✓ 輸入商品の国内での販売事例が無い、もしくは少ない場合の少数特例申請が大変。（アジア、機械工業） ✓ 規制により、国内産業と企業が保護されており、海外企業にとっては参入しにくい。（欧州、その他製造） ✓ 規制面においては日本はどちらかと言うと閉鎖的で、新しいアイデアやアプローチを頑なに受け入れない。日本企業は政府との対話を恐れているようで、政府から民間への一方での対話に終始している。そのため、政府側は現状の事業環境を受け入れられなくなっている。（アジア、医薬品） ✓ 不動産契約にまつわる慣習（敷金礼金、鍵交換費など）が煩雑。（アジア、情報通信） ✓ 当社の場合、本国政府の支援もあって、日本の誘致機関や自治体のサポートを受けられたので、拠点の開設や登記などがスムーズに行えた。逆に、こうしたサポートがなければ日本の手続きは非常に煩雑で、そもそも進出を考えなかったかもしれない。（欧州、機械工業）
商習慣・市場の閉鎖性	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社では買収機会を模索している。日本投資の理由は、法の支配が行き届いており、規制が過去に遡って変更されることがないからである。他方、日本では海外企業と取引することに抵抗をもつ閉鎖的なマインドに懸念を持っている。（北米、環境） ✓ ビジネスを始めるまでに時間を要する。準備だけで数年を要する。（欧州、その他製造） ✓ 保護主義的な市場。（欧州、環境） ✓ 日本はまだ外国に向けて非常に閉鎖的。（アジア、機械工業） ✓ 商習慣により海外企業の新規参入には慎重な姿勢を見せる企業が多く、ある程度の信頼を得るまでに労力を要する。（北米、環境） ✓ 日本は「コネと学歴」が重要な、非常に「閉鎖的」な社会であり、外国人が共にビジネスをするのは簡単ではない。（アジア、医薬品） ✓ 日本の経済は強いが、日本人は日の丸ブランドを購入しがちである。新規参入企業は「特別な市場」にのみ入り、通常の市場は鈍化し、日本企業が占有している。（アジア、電子機器） ✓ 日本企業との業務提携にて参入を望むも、ビジネスパートナーを探すのが大変。（アジア、電子機器） ✓ 日本企業との関係構築が課題。（欧州、機械工業）
人材確保の難しさ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社は既に日本に拠点を持っており、新規顧客開拓と既存顧客支援を実施している。懸念は社員一人当たりの人件費、人材の流動性が限られていること、管理職の決断力の低さや、現場の率先力が足りないことである。スタッフは指示に従うのは得意であるが、自分で考えることは得意ではない。パフォーマンスが低いので、人件費が割高に感じる。（欧州、機械工業） ✓ 日本人の雇用が困難（適切な人材を探すのが難しい）。（欧州、環境） ✓ ビジネスに必要な適切な人材が確保できるならば、それ以外の懸念はない。（欧州、投資銀行）

項目	コメント例（カッコ内は企業情報）
その他	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社の技術開発拠点に適した施設設備を見つけるのが難しい。日本の世界規模の顧客向けに、よりより製品やサービスを提供するため、技術や機器に対し投資を行いたいと考えている。（北米、自動車） ✓ 為替レートが急激に変わることで、ビジネスの見通しが立てにくく、困難になる。（欧州、環境） ✓ 自社に参入に際しての十分なノウハウがない。（欧州、情報通信）

4.2. 日本の投資促進策

4.2.1. 外国企業の求める投資支援サービス

外国企業が日本でビジネスを行う際のビジネス支援関連サービスのニーズについて調査したところ、本調査における回答企業 214 社中 158 社が「何らかの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。

具体的にどのようなサービスを求めているかについては、「ビジネスパートナーの紹介」、「市場環境・成功事例の情報提供」及び「補助金・税制優遇等の活用支援」とする回答が突出して多い。

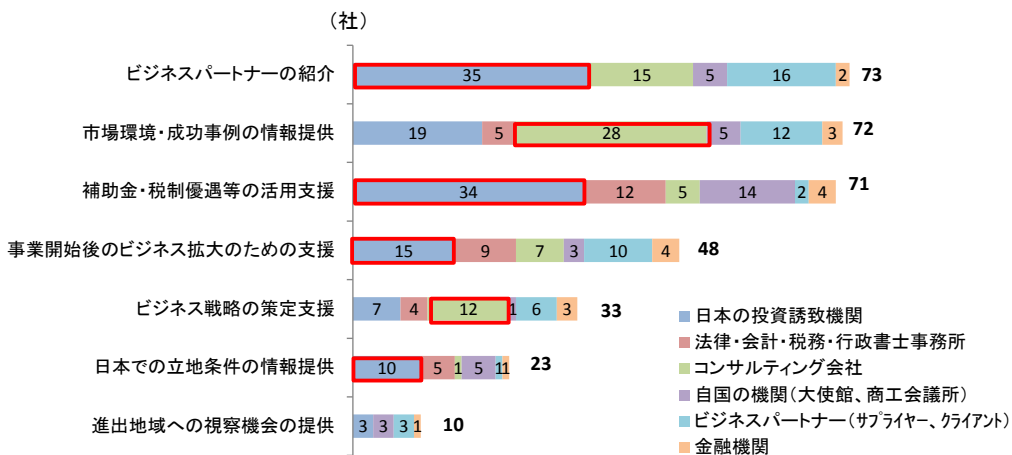
なお、「ビジネスパートナーの紹介」、「補助金・税制優遇等の活用支援」、「事業開始後のビジネス拡大のための支援」及び「日本での立地条件の情報提供」については日本の投資誘致機関にそのサービスを期待しているとの回答が多く、「市場環境・成功事例の情報提供」や「ビジネス戦略の策定支援」についてはコンサルティング会社にその役割を求めるとの回答が多かった。

■外国企業の求める（以下同）ビジネス支援関連サービスおよびサービス提供機関

設問

日本に参入する場合や日本でのビジネスを拡大する場合、どのような外部サポートが必要ですか？また、どこの機関・企業がサポートを提供するのが適切だと考えますか？（複数回答）

回答企業数：158 社



■ 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	<p>【補助金等の優遇策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 海外直接投資を促進するためには、他国と競争力のある税率にするべきだ。日本の生活費は他のアジア諸国と比べて高いため、日本は対日直接投資のメリットを示す必要がある。法人税を現在の36%から20-25%に引き下げるべきである。（アジア、環境） ✓ 法人税をさげて欲しい。台湾は17%程度である。（アジア、医薬品） ✓ 税の改革。たとえば、香港のように、全ての企業の税率を11%にするとよい。（欧州、サービス） ✓ 実効税率は韓国と同率くらいまで下げてもらえばありがたい。（北米、化学） ✓ 返済義務のない財務支援と日本に永続的な拠点を設置する場合に適用される優遇策を提供して欲しい。（欧州、情報通信） <p>【規制緩和】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 金融、雇用、住宅用物件の使用、税率において、規制の緩和あるいは排除を行うべき。（アジア、商業銀行） <p>【パートナー発掘支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ パートナー紹介プログラムや日本視察プログラム等、日本企業と知り合う機会が持てるプログラムを拡充して欲しい。（アジア、サービス） ✓ 海外と日本の商工会議所はもっと積極的に先回りして動く必要がある。例えば、日本がスイス企業や投資家を誘致したいとすれば、まず、日本とスイスの商工会議所が魅力的な企業や投資家を探す。そして、プレゼン、セミナー、イベント等の、海外企業との提携や資金投入を求める日本企業と知り合う場を作るといった具合である。（欧州、機械工業） <p>【資金調達支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 海外企業でも国内金融機関から資金を得られるように、日本の政府機関に支援してほしい。（欧州、環境） <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 法人立ち上げ、ビジネスパートナーの紹介、生活関連サポート等について総合的にサポートしてもらえる公の機関があれば良い。（北米、電子機器） ✓ 商工会議所や誘致支援機関はもっと多くの支援を提供すべき。（欧州、化学） ✓ 展示会の際の看板が英語のみで書かれているのは残念なので、他の言語にも対応すべき。（政府や展示会主催者が翻訳費用を負担すべき）（欧州、化学）

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、本調査の回答企業 214 社中 138 社であった。

具体的にどのようなサービスを期待しているかを見ると、「法人形態の検討支援」や「法人立ち上げにかかる行政手続の支援」と回答した企業が突出している。

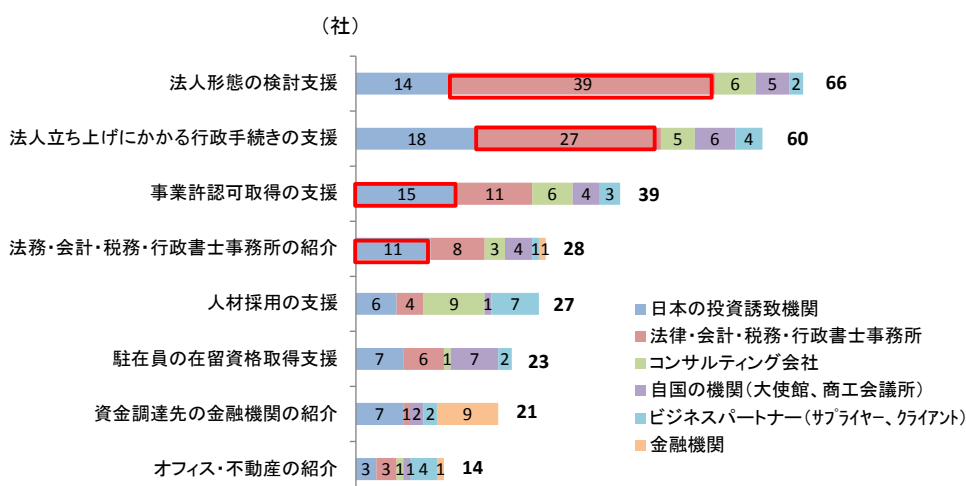
なお、「法人形態の検討支援」や「法人立ち上げにかかる行政手続の支援」は、法務・会計・税務・行政書士事務所によるサポートに期待し、「事業許認可取得の支援」や「法務・会計・税務・行政書士事務所の紹介」については、日本の投資誘致機関に期待していると回答した企業が多かった。

■ 手続支援関連サービスおよびサービス提供機関

設問

日本に参入する場合や日本でのビジネスを拡大する場合、どのような外部サポートが必要ですか？また、どこの機関・企業がサポートを提供するのが適切だと考えますか？（複数回答）

回答企業数：138 社



■ 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）
手続支援関連ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 英語で柔軟に行政手続きが行えるようにしてほしい。（欧州、医薬品） ✓ 法令の英語訳の整備を進めるという報道があったが、公的機関が提供する資料について、すべて英語訳を提供する等のサポートがあるとよい。また英語訳の有無に係らず、制度等の中身自体が分かりにくい。情報量が膨大で、どこにアクセスすればよいのか分からないという面もあり、そうしたアクセスのしやすさも求められる。（北米、医療機器） ✓ 日本語のみでなく英語でも、登録、ライセンス税の還付について政府が情報提供すべき。（北米、情報通信） ✓ 非関税障壁、規制が理解しにくい。窓製造業でいうと、日本特有の火災防止に関わる規制があり、それへの対応が事業を展開する上での重荷になっている。また、外国企業が日本でビジネスを開始するには、最初に何をしたらよいか、どこから情報を入手すればよいのかが分かりにくい。以前、日本政府系の誘致機関に問い合わせた際には、日本政府のホームページのトップページのリンクだけが送られてきた。しかもリンクを開くと日本語のみだった。必ずしも全てのサービスが無料である必要はないので（有料でも良い）、あらゆる情報を英語で提供する統合的なサービスが欲しい。（欧州、その他製造） ✓ 金融機関の対応が悪い。法人設立手続きについて、ワンストップで行ってくれるところが必要。（欧州、環境）

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、本調査の回答企業 214 社中 110 社であった。

具体的にどのようなサービスを期待しているかを見ると、「駐在員の転居手続き支援」が最も多く、次いで「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。

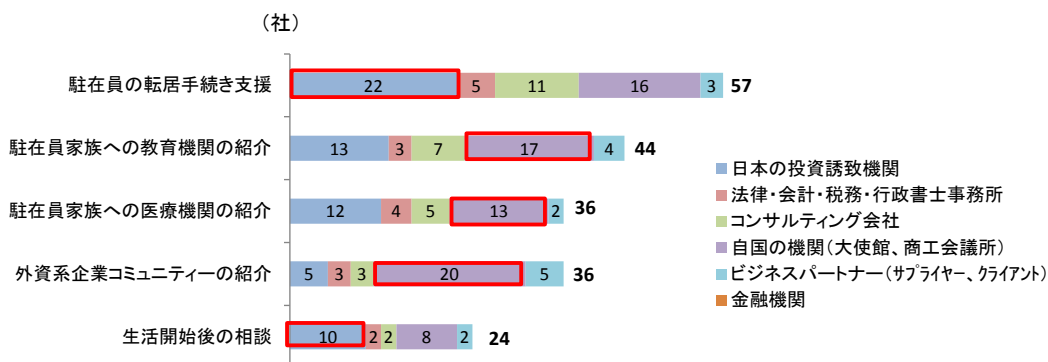
なお、「駐在員家族への教育機関の紹介」「駐在員家族への医療機関の紹介」「外資系企業コミュニティの紹介」については、主に大使館等の自国・地域の機関に期待し、「駐在員の転居手続き支援」「生活開始後の相談」は、主に日本の投資誘致機関に期待していると回答した企業が多かった。

■ 生活支援関連サービスおよびサービス提供機関

設問

日本に参入する場合や日本でのビジネスを拡大する場合、どのような外部サポートが必要ですか？また、どこの機関・企業がサポートを提供するのが適切だと考えますか？（複数回答）

回答企業数：110 社



■ 生活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）
生活支援関連サービス	✓ 医療、教育についての英語対応。制度をわかりやすく英語で説明してほしい。（欧州、環境）

4.2.2. 日本の対内直接投資促進策に関する外国企業の考え方

■ 日本の対内直接投資促進策に対するコメント

項目	コメント例（カッコ内は企業情報）
対日投資全般	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 労働市場がより柔軟になるための支援、日本企業が買収されたり買収する取引が増えることは国や企業の経済が健全だという文化が根づくような支援をしてほしい。（欧州、化学） ✓ 日本はアジア地域統括組織として好ましい条件を備えてはいるものの、多くの企業が調査を行った結果、日本を避け、香港かシンガポールを選択する。会社組織、賃借料、採用、優遇措置、税率などが、日本でのビジネスのハードルを上げている。世界銀行の「ビジネスのしやすさランキング」で日本が27位であることをみると、日本を拠点に選ぶのは容易な選択ではないことは明白。提案の一つに過ぎないが、日本は、海外企業に対し下記のような対策ができる。不動産契約支援、新株発行費の適用免除、ストックオプション法をアメリカと合わせる、キャピタルゲイン税の低減、のれんの償却のルールの変更、債務の株式化に関する税の条項の除外。（アジア、情報通信） ✓ 今後、日本を浮上させていくような気概のある政策が必要。（欧州、環境） ✓ 国・地方自治体など様々なレベルでの投資促進施策と海外企業の日本への投資計画のマッチングをより効果的に行うことができる仕掛けがあるとよい。各種規制の緩和など、特区のような施策を積極的に導入すべきだ。（北米、サービス） ✓ 日本には世界に誇れる領域が多く存在している。世界にそれらを発信し、貢献するには英語力がカギとなるのではないか。（北米、自動車） ✓ 海外ビジネス界からの意見やフィードバックを得るために、このようなアンケートを多く実施してほしい。（欧州、生損保）
プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 海外企業に対して市場を開放し、頻繁に対話すること。そして日本を積極的に宣伝し、ビジネス情報を提供するセッションを開くこと。（欧州、機械工業） ✓ テレビや漫画を売っている場合でなく、ビジネス環境の魅力を切実に訴えていくべき。このままでは、日本の優位を次第に食いつぶしていきただけになる。（欧州、環境） ✓ 海外企業に対して市場を開放し頻繁に対話すること、日本を全般的に宣伝し、ビジネス情報のセッションを開くこと。（欧州、機械工業） ✓ ビジネス拠点設置のためのガイダンスを行う。長期の投資として、市場情報、見込み顧客リストを提供する。（北米、情報通信） ✓ 外国企業誘致に際しては、たとえば、国のトップや知事といった人が、トップセールスで外国（外国本社）に赴いて、アピールすることが重要。現状は、イメージとしては、地方の県の誘致担当者が、東京本社でなく地方支社にアピールしているようなもので、意思決定者は本社・本国にあるのだから、そちらへの働きかけが重要。（特区制度といったものは、アピールを行う好例になるかもしれない。）（北米、医療機器） ✓ 政策を作るだけでなく、政策を作ったら、歩いて営業を行っていくようなことも役所は行っていく必要がある（国・自治体への「営業部」の創設といったイメージ）。政策を作っても、民間が注目してくれる・利用してくれるとは限らない。（北米、医療機器） ✓ 対日直接投資についての認知度が低い。海外へのアピールをもっとすべき。（欧州、環境） ✓ 新規参入にあたる各種規制を明確にして、もっと分かりやすく海外に発信すべき。（アジア、機械工業） ✓ 対日投資を行うにあたっての他国と比べた時のメリットを、海外のマネジメントから見た時にわかりやすく理解できるような形で示してほしい。（北米、化学）
規制・制度	<ul style="list-style-type: none"> ✓ シンガポールなどの例を参考にすべき。シンガポールでは、誘致したい産業を特定し、誘致に向けた法的、財務的インフラを整えた。高いレベルでの透明性、国内外で働ける専門スキルと言語力を備えた人材を育成している。シンガポールをロールモデルにするべき。（欧州、サービス） ✓ 貿易の障壁は可能な限り低くするべき（輸入税など）（欧州、化学） ✓ 外国企業には理解できない、日本独自のルールがありすぎる。既得権益にしばられない制度の確立が必要である。（アジア、運輸・輸送） ✓ 各種補助金は、書類等の作成と報告に手間暇かかり使いづらい。それについて、国としての支援体制をつくり、税金で賄うというのはいかがなものかと思う。（北米、化学） ✓ 参入障壁となる業事法をグローバルスタンダードに改正し、先端医療技術を導入しやすい環境に変えていく必要があるのではないか。日系企業の多くもヨーロッパやアメリカで医療機器の承認を得た後に、日本市場用に別途申請することを余儀なくされており、国際競争力の観点からも更なる規制緩和が求められる。（欧州、医療機器） ✓ 日本独特のビジネス習慣（例：口座開設や支払い条件）がグローバルスタンダードに近付き、官民ともにスピーディーな判断や施策を実施することが必要。（北米、電子機器）

4.2.3. 日本の対内直接投資促進策等に対する外国企業の評価

日本の対内直接投資の促進に関する施策や日本の対内直接投資の動向に影響を与え得る施策・事象に対する外国企業の評価について聞いた。

次にその結果を概観する。

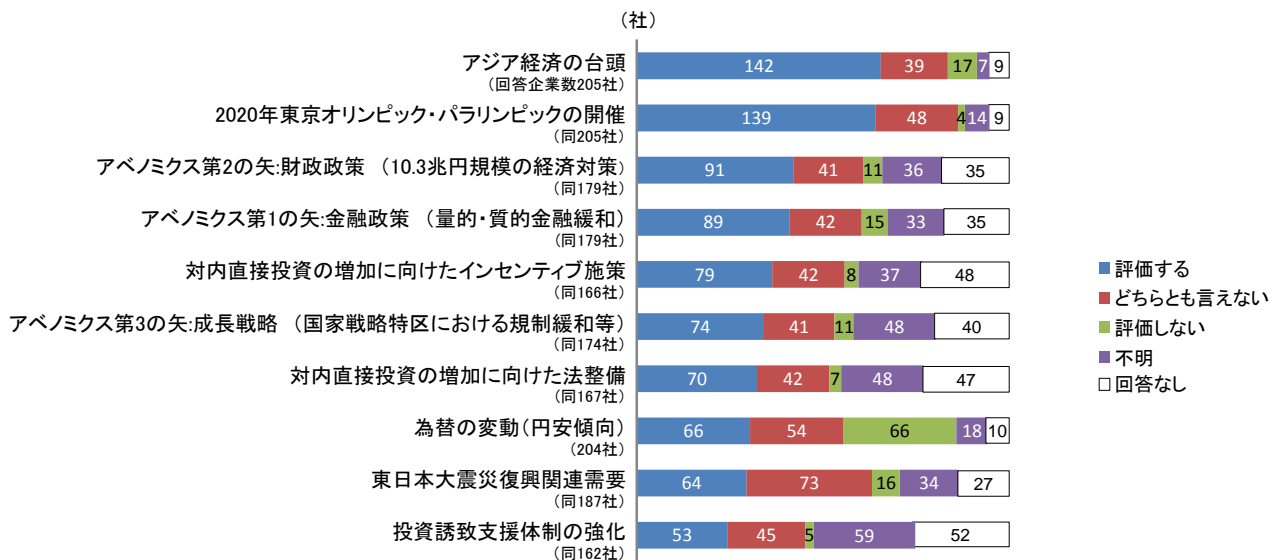
- ① 「アジア経済の台頭」と「2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催」が日本の対内直接投資の促進に関して「評価する」とする回答割合が最も高い。
- ② 「アベノミクス第2の矢:財政政策（10.3兆円規模の経済対策）」、「アベノミクス第1の矢:金融政策（量的・質的金融緩和）」、「対内直接投資の増加に向けたインセンティブ施策」、「アベノミクス第3の矢:成長戦略（国家戦略特区における規制緩和等）」、「対内直接投資の増加に向けた法整備」及び「投資誘致支援体制の強化」については「評価する」が「評価しない」を大きく上回ったものの、当該項目に対する認知度の低さを背景に「回答なし」とする割合が高い。「対内直接投資の増加に向けたインセンティブ施策」については「他のアジア諸国と比較すると不十分。」（北米、情報通信）、「日本も法人税率を多少下げているが、シンガポールや香港の低税率の方が魅力的。」（欧州、投資銀行）、「外国企業が参入しやすいように法人税率を引き下げてはどうか。雇用を積極的に進める外資企業に対するインセンティブがあれば尚良い。」（アジア、機械工業）といったコメントが挙げられている。
- ③ 「為替の変動（円安傾向）」については、当該外国企業の業態等の属性の違いから「評価する」、「どちらともいえない」、「評価しない」とで回答がほぼ3分された。

■ 日本の対内直接投資促進策等に対する評価

設問

近年の日本経済に影響を与え得る要因のうち知っているものについて、それらがもたらし得る変化に対する評価とその理由をご回答下さい。

回答企業数：214社



■ 日本の対内直接投資促進策等に対する評価

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
アジア経済の台頭	評価する	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アジア地域内のビジネスチャンスを刺激するから。（欧州、サービス） ✓ 輸出拡大につながるようになるため、アジア経済の台頭は好ましい状況といえる。（欧州、医療機器） ✓ 販売先としてのアジア市場、観光客受け入れ先としてのアジア諸国の台頭は歓迎すべきこと。特に、発展段階が進んでくるに従い、日本で先行しているインフラや、仕組みを輸出する可能性も広がるなど、香港、シンガポール以外の国々と一段進んだレベルの交流が図れるのではないかと。（北米、商業銀行） ✓ 日本法人から見ると現地の仕入れが圧迫される要因にもなるが、グループ企業全体では底上げ要因となっている。（欧州、運輸・輸送） ✓ 中国、日本、インドは潜在力を持っている。国の政策次第で、再生可能エネルギー産業が大きく発展する可能性がある。（アジア、環境） ✓ 日本が将来的にアジア市場の中心拠点になる可能性があるため、日本に投資する意味が増す。（欧州、環境）
	どちらでもない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新たな市場拡大の可能性があり、日本国内で培ったビジネスモデルを展開できるよう期待している。（北米、環境） ✓ 中国、東南アジアでの売上増は目を見張る勢いではあるが、昨今の過剰設備投資による、市場での過当競争は持続的成長を妨げている。（北米、化学） ✓ アウト・アウトのビジネスが増え、日本顧客の流出を懸念。（北米、電子機器） ✓ アジア経済の台頭により日本企業の競争力が削がれるというマイナス効果は否めない。アジア全体における日本の立場を差別化し、より付加価値のある製品やサービスをアジアや全世界に向けて提供できるのであれば、アジア全体の経済力の向上は日本にとってもプラスであるといえる。（北米、サービス）
	評価しない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アジア諸国の台頭により、外国企業が日本以外のアジア市場への参入しやすくなっている。アジアには、日本より安い人件費と豊富な原材料(資源)がある。（アジア、環境） ✓ 日本の多国籍企業は、(世界経済情勢)変化のスピードについていくことや、品質の均質化、高い事業活動コストに苦戦している。（北米、電子機器）
2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催	評価する	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 観光事業の促進と日本のイメージ向上につながる。（アジア、商業銀行） ✓ 日本への観光客の増加が見込まれる。（アジア、情報通信） ✓ 投資と需要の促進が見込まれる。（欧州、電子機器） ✓ 多くの新しいビジネスが生まれるチャンスであり、特に建設業界にとって良いチャンスである。（欧州、自動車）
	どちらでもない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ オリンピックによる観光とイメージアップは常に重要なことだが、日本経済全体にもたらされる効果はほぼないとみている。（欧州、機械工業） ✓ おそらく、政治的な親善や観光事業の点で、重要なイベントだろうが、産業的重要性については疑問が残る。（北米、医療機器） ✓ 日本に注目が集まり、日本への直接/間接投資促進が進む点はよいが、インフラ整備コストがかさむ点や、東京以外の地域の資源が東京に集約される点は問題だと考えている。（欧州、医薬品） ✓ 新エネルギーの導入ができ、日本にとってよい機会となる。（中国、電子機器）
	評価しない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ オリンピックによって、太陽光発電所を含む他のインフラ計画の建設費用はつり上がる。また、建設業界の労働力需要が高まるなか、わかりにくい日本の労働法によって、建設企業が柔軟に労働力を活用するのを阻まれる。（北米、環境）
アベノミクス第2の矢:財政政策(10.3兆円規模の経済対策)	評価する	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 強い経済を作れる。（欧州、環境）
	どちらでもない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 一時的には日本にとって良いが、抜本的な解決は見られない。（アジア、自動車） ✓ 小規模企業への効果はない。（欧州、医薬品）
	評価しない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本の借金が増える。（欧州、環境） ✓ 外国企業にとってはよくない。（欧州、その他製造）

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
アベノミクス 第1の矢:金融政策 (量的・質的金融緩和)	評価する	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 金利上昇は保険業者にとって好ましい。(欧州、生損保) ✓ 産業上プラスの決定事項。(欧州、医薬品) ✓ 経済安定をもたらし、日本が不況に陥るのを防いでいる。(欧州、環境) ✓ 利率が安いのは事業上好ましい。(北米、環境) ✓ 投資を促進する。(アジア、小売)
	どちらでもない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 景気は良くなっていると言われるが、その実感、恩恵はない。(欧州、化学) ✓ 特に現段階で影響が感じられない。(北米、電子機器)
	評価しない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本の借金が増加すれば、デフォルトのリスクを生み出す。(欧州、環境) ✓ 輸入商品のマージンを圧迫する。(欧州、その他製造) ✓ 短期的にはプラスだが、長期的にみても、円安は海外直接投資に悪影響を及ぼすのでは、と心配している。(北米、医療機器) ✓ 一時的には日本にとってプラスだが、日本の周辺諸国から見ると不公平であり、輸入と輸出の不均衡を生み出す。(アジア、自動車) ✓ ユーロ建て商品を円で輸入するのに不都合。(欧州、医薬品)
対内直接投資の増加に向けたインセンティブ 施策	評価する	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 金融支援および、コンサルティング会社による日本での拠点設置の支援が受けられるとさらによい。(北米、医療機器) ✓ 日本の発展にとってかなり良い。R&Dに重点をおくだけでなく、有能な研究者達が自己の研究分野だけではなく、他の分野においても日本企業と共同して働けるようにすることが、日本の発展に役立つと考えている。(アジア、情報通信)
	どちらでもない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 一部の国に対して、肯定的で有効なイメージを再度作っていく必要がある。中国に代わる選択肢として見られるようにすべき。(欧州、サービス) ✓ 近隣アジア諸国が用意しているインセンティブも、日本の代替先として選ぶに値する競争力がある。(北米、電子機器)
	評価しない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本も法人税率を多少下げてはいるが、シンガポール、香港の低税率の方が魅力的。(欧州、投資銀行)
アベノミクス 第3の矢:成長戦略 (国家戦略特区における規制緩和等)	評価する	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 以前と比較して日本は、投資先として投資しやすくなった。(北米、医療機器) ✓ 特区制度、医療機器業界への規制緩和による効果は期待できる。(北米、医療機器) ✓ 海外企業が日本に足がかりを置くため、拠点を新規開設、再度開設する際にもインセンティブがあれば、長期的によい影響があると考えている。(欧州、環境) ✓ 実際に履行されれば効果的だと考えている。(北米、環境) ✓ 規制緩和は成長に良い影響を与える。(北米、電子機器) ✓ 経済再生のため、複数の政策を組み合わせ、適切な政策をつくり出すために、より多くの実験的試みが必要とされるので、これはよい第一歩だと考えている。(北米、情報通信) ✓ 第3の矢は、最も重要な矢である。労働法の規制緩和と、日本の系列企業によって支配された市場の開放は、日本の世界的な競争力を高める鍵となる。(欧州、機械工業) ✓ 電力セクターにおける規制緩和によって、電気代を抑え、消費経済を促進することで、国際競争力を高められると考えている。(北米、環境)
	どちらでもない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 情報が十分に公開されていないため、多くの投資家は様子見の姿勢でいる。第三の矢が成果を出すことを納得してもらうためには詳細な情報と、実行計画が必要である。(欧州、生損保) ✓ 判定は難しいが、アジアにおける競争(特にシンガポールとの)が激しくなるので、大きな影響は期待できないように思う。(欧州、情報通信) ✓ 当社は規制緩和に期待しているが、特定の部分に限られた規制緩和では、うまく機能しないと考えている。(北米、化学) ✓ 動員できる手段は全てやってみるという姿勢は必要。時限的措置だけでなく、恒久的措置を入れることにより、進出外国企業により安心感を与えることが出来ないか。(北米、商業銀行)

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
アベノミクス 第3の矢:成長戦略 (国家戦略特区における規制緩和等)	評価しない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 具体的/詳細な点に欠けるため、効果は限定的。(北米、生損保) ✓ 短期的には経済成長につながるが、抜本的解決にはならない。(アジア、その他製造) ✓ 成長戦略の具体的な姿がはっきりしない。労働市場の規制緩和など、日本企業の国際競争力の維持強化に不可欠な項目についてのビジョンが見えない。第1の矢、第2の矢が的中したかのように見えていただけに、第3の矢に対する期待は大きかったが、現時点では第3の矢に対する政府の姿勢は慎重すぎるように思える。(北米、サービス) ✓ 相変わらず省利省益優先の官僚をコントロール出来ていないように感じられる。(北米、医薬品) ✓ 海外と長期的な提携関係を作ろうとしているが、実際には海外との多くの論争が起こると思われる。(アジア、自動車) ✓ 明らかに政策の勢いが弱かったと認識している。日本市場にはもっと大胆な金融緩和が必要である。(アジア、商業銀行) ✓ 日本全体の投資を促進する、もっと全体的な規制緩和と柔軟化が望まれる。もし規制緩和が局地的なものなら、企業が地理的にどこに位置しているかが効果を左右するため。(北米、化学)
対内直接投資の増加に向けた法整備	評価する	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 輸入のためのインフラの強化は当社製品の輸入にも寄与すると考える。(北米、環境) ✓ 在留資格審査の迅速化は良い。(アジア、運輸・輸送) ✓ 日本の強みを活かすための施策として有効。(北米、化学) ✓ 日本経済、日本企業の成長力に対する期待が薄れていく中で、法整備により外国企業誘致を推進することは、国内産業の競争力の活性化につながることを期待する。日本に投資を考えている外国企業にとっても投資判断の好材料になり得る。(北米、サービス) ✓ 日本政府が打ち出す優遇策やプログラムの内容によると思うが、日本の法整備は何らかの効果があると感じる。(北米、環境) ✓ 実体を伴うなら、日本とアジアの貿易提携国との間に、良好な関係を生み出す。また、海外直接投資も促進され、日本企業とアジアの他の国の企業との間で投資競争が生じるため、良い効果が生まれると思われる。(北米、医療機器) ✓ 当社はまだアジアに進出していないが、法整備によって、日本で事業を始めたり、日本に投資する可能性が広がる。(欧州、環境)
	どちらでもない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ より具体的に打ち出す必要がある。(北米、医薬品) ✓ 日本の法律をビジネスで日本に訪れる外国人に融通が利くようにするべきである。例えば、現在は難しい外国人の日本滞在期間の延長などをより柔軟にするべき。(アジア、情報通信) ✓ アジアにおける日本の近隣諸国は日本よりもっと柔軟で、外国企業を誘致しようと積極的である。(北米、電子機器)
	評価しない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本の法整備、特にコンプライアンスに対する認識は国際的に見ても低すぎる。海外では当たり前のことが日本人にとっては、法の秩序という表面だって表現されるものに抵抗がありすぎるのではないか。(アジア、機械工業) ✓ 多くの問題・困難が予想される。(アジア、自動車)
東日本大震災復興 関連需要	評価する	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社のビジネス経験上、プラスに働くと感じている。(北米、化学) ✓ 復興事業が市場の需要を促進するものとみている。(アジア、サービス) ✓ 一層のストレステストの実施やインフラ整備が必要だが、復興需要はこれまでのところプラスに働き、今後も良い影響を与えると予測される。(アジア、商業銀行)
	どちらでもない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 経済構造を根本的に変えるようなものではない。(欧州、化学) ✓ ある特定の産業にはプラスかもしれないが、これまでのところ復興の進行は遅い。(北米、化学) ✓ 短期的には、インフラ整備のための投資が増えるだろうが、外国企業からの投資は減り、日本企業さえも投資を減らす可能性がある。(アジア、その他製造) ✓ 需要の増加自体はよいことだが、震災によって需要が増えたというのはよくない。(欧州、電子機器) ✓ 元の状態にもどすための、ただの一時的なカンフル剤にすぎない。また、福島第一原発を安定した状態に戻すのは、日本にとって間違いなく長期的重荷になる。(北米、電子機器)

項目		コメント例（カッコ内は企業情報）
東日本大震災復興 関連需要	評価 しない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 復興支援の具体策が見えてこなく、実際に稼働する労働者も少なく工事費なども急騰していると認識している。それにも増して原発関連のニュースが偏って報道されている気がする。（欧州、運輸・輸送） ✓ 建設費の高騰やインフレ傾向は悪影響。復興予算の一部が向けられた分は恩恵があるが、建設費増大による悪影響の面がより強い。（欧州、環境） ✓ 一部の日本の顧客は、海外に拠点を移転したり、日本の事業規模を縮小しており、需要が下がっている。（北米、その他製造）
投資誘致支援体制の強化	評価する	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本の海外直接投資の支援機関は、世界中で、日本の投資を確実に支援しており、高い評価を得ている。（欧州、商業銀行） ✓ 日本の国内企業や内需を生み出せるなら、間違いなく好ましいことである。（欧州、情報通信）
	どちらでも ない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 適切な投資対象がどれだけ確保できるかが重要である。（欧州、化学）
	評価 しない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 特に変化を生むと思えない。（欧州、電子機器） ✓ 輸出入を刺激するのに良いが、自国への投資も同様に必要とされる。（北米、電子機器）
為替の変動 （円安傾向）	評価する	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 円安は日本経済復興にプラスであり、内需拡大に寄与するであろう。医療分野においても設備投資の機会を増やすことになり、医療産業全般にも良い影響をもたらすものと思われる。（欧州、医療機器） ✓ 長く厳しい円高により蓄積された、円高対応力が輸出産業中心に業績等の結果に結びついている。同時に輸入産業にとっては円安対応力を培う良い機会。日本のサービス産業がコスト競争力を増し、外国人従業員が増えるなどして世界的に大きく見直される可能性も期待できる。（北米、商業銀行） ✓ 日本政府が円安を推し進めることは、欧州、アメリカの経済のゆるやかな回復に寄与する。（アジア、自動車） ✓ 当社の日本での事業費用は主にドル建てのため。（北米、その他製造） ✓ 円安により、固定費用を約3割抑えることができた。品質を考慮すれば、日本は最も低コストで高品質を実現できる国の一つである。（北米、化学）
	どちらでも ない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 輸入販売においては円高が当社の売上増に繋がりプラスとなるが、国全体の景気についてはマイナスと成るため、どちらともいえない。（北米、化学） ✓ 円安は輸出産業にはよいが、日本は原材料の輸入に大きく依存しているため、結果的には経済全体の上昇にはあまり大きく寄与しない。（北米、その他製造） ✓ 当社では製造と販売を同一国で行う傾向にあり、為替レートは問題にならない。（北米、その他製造） ✓ 日本で製造しているため、影響はない。（欧州、環境） ✓ 一般に円安傾向は当社の顧客である輸出企業の業績を押し上げる効果があるといわれているが、円安＝輸出企業の業績向上という単純な図式ではないと実感している。円安であっても、海外で売れる商品でなければ外国企業と勝負できない。（北米、サービス） ✓ 当社の海外工場に開発・製造を委託する場合には、円安が日本企業にとって負の影響を及ぼす可能性がある。（北米、医薬品）
	評価 しない	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社の事業であるアウトソーシング業では、円安になればなるほど、日本の顧客が負担する費用が増える。（アジア、サービス） ✓ 外貨で輸入している企業にとって、数年にわたる緩やかな円安方向は好ましいが、2013年のような1年の決算期間内で急激に円安が進んでも、すでに海外の工場でのコストは決まった価格で製造を進めており、為替変動に柔軟に対応が出来ない。かつ値下げ競争によって国内の販売単価に転嫁できないため、輸入企業は利益率が大幅に下落する。（アジア、機械工業） ✓ 当社は円建てで支払が行われているので、円安になると収入を圧迫する。（欧州、環境）

(参考)

「日本」と聞いて思い浮かべるキーワードに見る日本の事業環境の評価

自社の事業活動から「日本」と聞いて思い浮かぶ日本の経済・社会事情に関するキーワードと、当該キーワードとの関連で日本の事業環境への評価を聞いた。次表は、外国企業が挙げたキーワードを「経済関連」と「社会関連」とに区分のうえ、当該評価に基づき「評価する」「どちらとも言えない」「評価しない」に分類したものである。

まず、外国企業が挙げた「経済関連」のキーワードとその評価についてみることにする。

- ① 技術力・品質をキーワードとして挙げた外国企業が最も多い。うち、肯定的（評価する）に捉えたキーワードとして「イノベーション」「高付加価値」「スペックセンター／テクノロジーハブ」など日本を「ハイテク・高品質」とイメージするワードが目立った。一方で、「顧客の品質欲求が高すぎる」「品質にこだわるあまり事業機会を逃しがち」など、品質へのこだわり起因した否定的（評価しない）に捉えるキーワードも提示された。
- ② 「市場の成長性」に関するキーワードについては、肯定的なものとの否定的なものが2対1の割合となった。これを業種別にみると、概ね、環境、情報通信、電子機器、医療、ナノテク関連業種が肯定的な評価、建築、旅行業、不動産、食品・飲料、医療機器関連業種が否定的な評価をしている。
- ③ 「市場規模」については、その殆どが肯定化するワードで占められた。
- ④ 「競争環境」については、その全部が否定的なワード。また、「コスト・収益性」も殆どが否定的なワードで占められた。

《「競争環境」・「コスト・収益性」に関し、否定的なキーワードを挙げた外国企業のコメント例》

- ・ 「素晴らしく洗練された市場ではあるが、顧客にアクセスするのは難しく、とても高い品質を求めてくる。結果的に収益性が低くなり、税金も高い。」（北米、医療機器）
- ・ 「ビジネスの場所として日本は、高度なテクノロジーを持つ一方、高いコストがかかる。例えば、人件費、賃借料、高い法人税などである。日本は他国の強みや優位性を知りながらも、自国の市場を外国に開こうとしない。だから諸外国の対日投資に対する関心は、減るのである。」（アジア、その他製造）
- ・ 「日本の高い品質が、世界の製品管理プロセスや最終製品の品質に変革をもたらした。そして、それにより日本は世界経済において大きな成功を収めた。しかしそのせいで日本の人件費は高くなり、海外の製造業を始めとする様々な産業にとって、日本は魅力のない国になってしまった。」（北米、その他製造）。

同様に「社会関連」のキーワードについてみることにする。

外国企業が挙げたキーワードで最も多数であった「文化・商習慣」については、肯定的なものとしては「まじめ／勤勉」、「プロフェッショナリズム」など日本人の仕事に対する姿勢や「良きパートナー」、「ビジネスがしやすい」など自社の事業相手としての評価が目立った。他方、否定的なものとして「意思決定が遅い」、「保守的」、「官僚的／柔軟性がない」等の商習慣に関するものや、「ハイコンテクスト文化／何を考えているか不可解」と言ったコミュニケーションスタイルに関わるキーワードも少なくない。なお、「社会の安定性・インフラ」については総じて肯定的に評価されている。

■ 自社のビジネスを考えた場合、日本と聞いて思い浮かぶ言葉

設問

自社のビジネスにとって『日本』を考えると、最初にどんな言葉が頭に浮かんできますか？
またそれについてどういう印象・意見をお持ちですか？（複数回答）

回答企業数：203社

	評価する	どちらとも言えない	評価しない	
経済関連	全般	<ul style="list-style-type: none"> Attractive / Interesting Market (医療機器、環境、小売、運輸・輸送、サービス) Developed / Sophisticated (電子機器、医療機器、食品) 21件 Important Market (医薬品) Efficient (自動車部品) Reliable / Stable Business Environment (運輸・輸送、環境) 	<ul style="list-style-type: none"> 回答なし 	<ul style="list-style-type: none"> Challenging / Difficult (情報通信、電子機器、自動車、産業機器、銀行、サービス(建設)) 7件
	市場規模	<ul style="list-style-type: none"> Big / Large / Prominent Market (全般) 18件 Population with significant purchasing power(情報通信) 	<ul style="list-style-type: none"> 回答なし 	<ul style="list-style-type: none"> No Market (サービス(灌漑インフラ)) 1件
	市場の成長性	<ul style="list-style-type: none"> Growth (環境、情報通信、サービス(医療)) Potential (医薬品、環境、化学(ナノテク)、電子機器、小売、投資銀行) 25件 Opportunity / Promising (情報通信、生損保、投資銀行) Incentive (環境) 	<ul style="list-style-type: none"> 回答なし 	<ul style="list-style-type: none"> Mature / Saturate (化学、サービス(建築)、運輸・輸送(旅行業)、産業機器、食品) Low Growth / Stagnation (医療機器、化学、サービス(不動産)、飲料) 12件
	コスト・収益性	<ul style="list-style-type: none"> High Profit / lucrative (化学) 2件 	<ul style="list-style-type: none"> 回答なし 	<ul style="list-style-type: none"> Expensive (全般) High Labor cost (製造全般) Unprofitable / Underperforming (医療機器、電子機器) High Taxation / High Corporate Tax (化学、産業機器、運輸・輸送) 22件
	競争環境	<ul style="list-style-type: none"> 回答なし 	<ul style="list-style-type: none"> 回答なし 	<ul style="list-style-type: none"> Competition / Price Competition (電子機器・産業機器) Local Presence / Strong Brands (情報通信、化学) Complicated (化学) Economy of Scale (電子機器) Domestic Protection / Protected / Limited (産業機器、情報通信、サービス(メディア)) Trade Barriers (投資銀行) Regulation (産業機器)
	技術力・品質(要求)	<ul style="list-style-type: none"> Technology / High Technology (全般) Innovative / R&D Capability (医薬品、化学、電子機器、自動車) High Value / Value Added (食品、サービス(医療)) Specification Center / Technology Hub (化学) 51件 Quality / High Quality (製造業全般) Reliability / Accuracy / Precise / Perfection (医薬品、自動車、建材、投資銀行) Continuous Improvement and Kaizen (紙) Professional Service (小売) 	<ul style="list-style-type: none"> Quality and Service / Quality Mindset (自動車、電子機器、産業機器) 品質管理 (電子機器) 	<ul style="list-style-type: none"> Demanding (医薬品、医療機器、化学、産業機器、食品) Quality (コメントにて品質を追うあまりのネガティブ面を指摘)(電子機器) Galapagos (産業機器)
	その他	<ul style="list-style-type: none"> Abenomics (投資銀行) Financially developed and has lots of investors(自動車) Link Indonesian-Japan Cooperation (銀行) Weak Yen (自動車) PV (環境、サービス(建設)) 6件 	<ul style="list-style-type: none"> Automobiles / 産業機械 / Embedded Systems (自動車、電子機器、情報通信) Business Model / 既存のビジネスモデルからの転換 (情報通信、サービス(認証)) 9件 Licensing (サービス(ゲーム)) Investor (鉄鋼) Industry / Knowledge (自動車) 	<ul style="list-style-type: none"> 回答なし

		評価する	どちらとも言えない	評価しない			
社会関連	人材	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Skilled / Well Educated Professionals</i> (化学、情報通信、小売、銀行) 	6件	<ul style="list-style-type: none"> • (回答なし) 	0件	<ul style="list-style-type: none"> • (回答なし) 	0件
	文化・商習慣	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Diligent / Loyalty to Company / Discipline / Respect</i> (全産業) • <i>Consistent</i> (環境) • <i>Professionalism</i> (医薬品) • <i>Friendly / Nice Partner / Comfortable to do Business</i> (医療機器、環境、小売) • <i>チームワーク</i> (電子機器) 	12件	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Strategic / Methodological</i> (情報通信、産業機器) • <i>Long-term</i> (医療機器、情報通信) • <i>Different / Unique</i> (環境、産業機器) • <i>Culture / Traditional</i> (産業機器) 	8件	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Slow / Long-time Decision Making / Patient</i> (化学、情報通信、サービス(アウトソーシング)、自動車) • <i>Conservative / Prudent</i> (電子機器、情報通信、食品、紙) • <i>Bureaucratic / Inflexible</i> (医薬品、産業機器、食品) • <i>High Content Culture / Inscrutable (不可解な)</i> (産業機器、電子機器) • <i>Culture Shock</i> (環境、小売) 	18件
	外国企業・製品受容性	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Open (investor friendly)</i> (卸) 	1件	<ul style="list-style-type: none"> • (回答なし) 	0件	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Closed</i> (医療機器、環境、化学、運輸・輸送、産業機器) • <i>Difficult / High Barriers to Entry</i> (環境、情報通信、電子機器、自動車、建材、アルミニウム製品、サービス(不動産、エンターテインメント、建設)) • <i>Need Localization</i> (玩具) 	18件
	言語	<ul style="list-style-type: none"> • (回答なし) 	0件	<ul style="list-style-type: none"> • (回答なし) 	0件	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Language Barrier</i> 	4件
	社会の安定性・インフラ	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Safe / Clean</i> (環境、電子機器、情報通信) • <i>Developed Infrastructure</i> (環境、化学、情報通信、電子機器、サービス) • <i>Stable Government</i> (化学) • <i>High Live Standards</i> (電子機器) 	9件	<ul style="list-style-type: none"> • (回答なし) 	0件	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Nuclear</i> (環境) 	1件
	地理	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Good Location / Asian Hub (geographically)</i> (医薬品、サービス(不動産)) • <i>Tokyo / Tokyo or Nagoya or Osaka</i> (情報通信、生損保) 	4件	<ul style="list-style-type: none"> • (回答なし) 	0件	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Far / Isolated</i> (情報通信、環境) 	2件
その他	<ul style="list-style-type: none"> • (回答なし) 	0件	<ul style="list-style-type: none"> • <i>金融資産</i> (銀行) • <i>桜、富士山、スーツ、電車</i> (環境) 	2件	<ul style="list-style-type: none"> • <i>High National Debt</i> (産業機器) 	1件	

経済産業省委託調査
平成 25 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 26 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
