

経済産業省委託調査

令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済  
調査事業(欧米アジアの外国企業の対日投資関心度調査)

## 令和元年度欧米アジアの外国企業の対日投資関心度調査

### 報告書

令和2年3月

株式会社 野村総合研究所

# 目次

I. 調査結果のポイント.....	1
II. 調査及び得られた結果の概要.....	9
1. 調査の背景と目的 .....	9
2. 調査方法 .....	10
2.1. 調査手順 .....	10
2.2. 回答者属性.....	11
3. 調査結果の概要 .....	15
3.1. アジア地域における日本の投資環境の優位性 .....	15
3.1.1. アジア地域における拠点タイプ別の投資魅力度.....	15
3.1.2. 日本の投資環境の魅力度 .....	26
3.1.3. 日本の投資環境の「強み」と「弱み」 .....	28
3.1.4. 日本に期待される機能 .....	39
3.2. 日本の企業・大学との協業及び日本における投資形態 .....	42
3.2.1. 日本の企業との協業に関する外国企業の考え方 .....	42
3.2.2. 日本の大学との協業に関する外国企業の考え方 .....	46
3.2.3. 日本への参入又は投資拡大時の投資形態 .....	50
3.3. 日本の投資促進策 .....	52
3.3.1. 外国企業の求める投資支援サービス .....	52
3.3.2. 日本の対内直接投資促進策に関する外国企業の考え方 .....	54
4. 日本及びアジアを取り巻く経済社会状況の変化の影響 .....	60
5. 今後の国及び自治体の取り組みについての考え方 .....	65
5.1. 国の取り組みについての考え方 .....	65
5.2. 自治体の取り組みについての考え方 .....	66

## I. 調査結果のポイント

### 外国企業 116 社にアジア地域への投資関心度を調査

対内直接投資の拡大は、経営ノウハウや技術、人材などの外国企業の高度な経営資源が流入することにより、我が国における生産性の向上や雇用の創出に資するものである。

2013 年 6 月に閣議決定された「日本再興戦略」に掲げられた成長実現に向けた 3 つのアクションプラン（「日本産業再興プラン」、「戦略市場創造プラン」、「国際展開戦略」）の一つ、「国際展開戦略」では、対内直接投資拡大等を通じ、世界のヒト、モノ、カネを日本に惹きつけ、世界の経済成長を取り込むことの重要性が示された。具体的には、『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 兆円へ倍増（2012 年末時点 17.8 兆円）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。これらの取組が功を奏し、我が国の対日直接投資残高は 2013 年以降 5 年連続で過去最高額を更新している。一方、対内直接投資誘致をめぐる流れは、量的な拡大から、質的な貢献を求めるものへと変わりつつある。特に、第四次産業革命に関するデジタル技術を活用し、既存産業や社会の構造変革を促すイノベーションや、その担い手として躍動するスタートアップ企業の支援に焦点を当てる動きが世界的に強まっている。

本事業では、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、平成 19 年度、平成 21 年度、平成 23 年度、平成 25 年度、平成 27 年度、平成 29 年度に引き続いだ調査を実施した。

日本は、ビジネス拠点タイプ別の投資魅力度で、「R&D 拠点」について前回に続き 1 位を獲得（4 回連続）。「物流拠点」「製造拠点」は前回同様の 3 位、「地域統括拠点」は前回の 5 位から 3 位に、「販売拠点」は前回の 6 位から 3 位に上昇

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別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。ビジネス拠点のタイプは、前回までの調査を継承し、以下の区分・定義とした。

- ・ 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査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行うための拠点
- ・ 金 融 拠 点 : アジア地域等における資産管理の中核となる国際金融拠点
- ・ バックオフィス : 国内の総務・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 : アジア地域等における物流の中核となる国際物流拠点
- ・ 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。）

日本は、「R&D 拠点」の立地先として、前回調査に引き続いで 1 位となった。

「製造拠点」については、日本は本調査では 8%と、前回調査(4%)よりも多くの支持を集め、前回調査から引き続き 3 位となった。「物流拠点」は 8%と前回調査(10%)から僅かに得票率が減少したが、前回調査から引き続き 3 位であった。

「地域統括拠点」は前回の 5 位から 3 位に、「販売拠点」は同じく 6 位から 3 位に、「バックオフィス」は 6 位から 4 位に上昇した。一方で、「金融拠点」は前回調査から順位を落とした。

### ■国別・拠点別立地競争力の推移(平成 21 年度、23 年度、25 年度、27 年度、29 年度、令和元年度)

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

平成21年度調査 対象企業180社

拠点タイプ	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	91社	2 23%	1 33%	4 7%	8 2%	3 18%	- 0%	5 4%
地域統括拠点	110社	4 12%	1 41%	2 15%	5 9%	- 0%	7 2%	
販売拠点	112社	4 8%	1 47%	3 12%	2 14%	5 6%	- 0%	6 3%
金融拠点	67社	4 12%	1 33%	3 16%	2 24%	5 7%	- 0%	6 3%
バックオフィス	99社	4 9%	1 36%	3 14%	4 9%	2 20%	8 1%	8 1%
物流拠点	92社	5 3%	1 61%	2 12%	4 7%	3 8%	8 1%	8 1%
製造拠点	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207社

拠点タイプ	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	67社	2 27%	1 48%	3 15%	- 0%	4 6%	- 0%	- 0%
地域統括拠点	121社	4 16%	1 33%	2 17%	3 17%	5 5%	8 2%	- 0%
販売拠点	112社	2 17%	1 34%	4 14%	3 16%	5 5%	7 2%	- 0%
金融拠点	94社	3 14%	1 34%	2 16%	3 14%	5 5%	8 2%	10 1%
バックオフィス	96社	4 10%	1 35%	3 11%	2 13%	5 9%	8 2%	- 0%
物流拠点	77社	3 5%	1 64%	2 6%	6 3%	10 1%	3 5%	- 0%
製造拠点	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

拠点タイプ	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)。

平成27年度調査 対象企業222社

拠点タイプ	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	105社	1 43%	4 10%	2 15%	7 2%	2 15%	11 0%	7 2%	11 1%
地域統括拠点	172社	2 20%	4 10%	1 42%	3 13%	9 1%	6 2%	6 2%	6 2%
販売拠点	162社	1 32%	3 18%	2 20%	5 5%	6 4%	9 2%	8 2%	11 1%
金融拠点	73社	3 10%	5 1%	1 51%	2 30%	- 0%	5 1%	- 0%	- 0%
バックオフィス	69社	2 19%	7 4%	4 13%	5 12%	1 20%	- 0%	0 0%	- 0%
物流拠点	73社	4 10%	2 18%	1 36%	3 16%	10 1%	5 5%	- 0%	6 3%
製造拠点	90社	6 4%	1 46%	6 4%	12 1%	4 6%	4 6%	- 0%	2 14%

※ 回答企業222社(日本進出済106社含む)から「該当なし」及び「不明」を除く百分率(欧州82社、北米67社、アジア73社)。

平成29年度調査 対象企業201社

拠点タイプ	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	インドネシア
R&D拠点	138社	1 36%	3 7%	4 5%	12 8%	2 24%	- 0%	12 5%	- 0%	7 1%
地域統括拠点	143社	3 6%	3 1%	1 29%	3 16%	2 12%	6 1%	12 4%	12 1%	8 6%
販売拠点	142社	3 6%	1 16%	4 13%	7 9%	2 23%	12 2%	12 1%	7 2%	7 4%
金融拠点	149社	4 14%	- 0%	1 43%	5 14%	2 6%	12 1%	12 1%	- 0%	12 1%
バックオフィス	120社	5 5%	7 1%	2 8%	5 3%	1 33%	8 3%	12 4%	8 2%	8 5%
物流拠点	110社	3 10%	1 18%	2 9%	7 6%	3 11%	12 10%	6 3%	- 0%	14 4%
製造拠点	121社	3 4%	1 75%	7 2%	7 0%	2 16%	5 0%	5 1%	- 0%	7 0%

※ 回答企業201社(日本進出済118社含む)から「該当なし」及び「不明」を除く百分率(欧州56社、北米83社、アジア62社)。

令和元年度調査 対象企業113社

拠点タイプ	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	インドネシア
R&D拠点	91社	1 38%	3 15%	4 10%	- 0%	2 25%	- 0%	0%	8 1%	8 1%
地域統括拠点	94社	3 10%	3 10%	1 49%	3 10%	2 14%	6 2%	- 0%	0%	9 1%
販売拠点	85社	3 15%	1 42%	4 9%	7 1%	2 19%	- 0%	0%	8 1%	8 1%
金融拠点	76社	4 8%	3 13%	1 46%	5 5%	2 20%	- 0%	0%	- 0%	- 0%
バックオフィス	77社	4 4%	5 3%	2 12%	5 4%	1 56%	8 1%	0%	12 1%	12 1%
物流拠点	77社	3 8%	1 36%	2 21%	10 3%	3 8%	13 1%	6 5%	7 3%	- 0%
製造拠点	84社	3 8%	1 55%	7 1%	6 1%	2 15%	5 4%	5 4%	4 6%	7 1%

※ 回答企業113社(日本進出済64社含む)から「該当なし」及び「不明」を除く百分率(欧州41社、北米34社、アジア38社)。

※1 ビジネス拠点タイプ別に、アジアの 19 国・地域から投資先として最も魅力的な国・地域を 1 つ選択して回答

※2 百分率の左側の数字は 19 国・地域の中での順位

※3 本調査は日本を含むアジア地域への投資意欲に関する調査であることから、アジア・オセアニア企業による当該企業の本社所在国・地域への票(自国・地域への票)は除いて集計した。

## 約半数の外国企業が、現在の日本のビジネス環境を「魅力的である」と評価

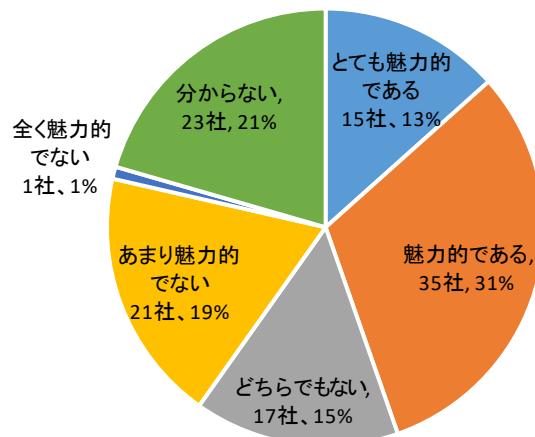
日本の投資環境について、現在の魅力度と過去数年の変化、という 2 つの観点から外国企業の認識を調査した。

日本の現在の投資環境に対する印象として最も多かったのは、31%で「魅力的である」で、次いで 21%で「分からぬ」であった。全体では、「魅力的である」もしくは「とても魅力的である」と回答した企業が約半数(44%)を占めた。自由回答のコメントと併せて見ると、「高齢化などの人口構造の変化による将来的な市場規模の縮小」、「台頭するアジア地域の新興国と比べ相対的に魅力度が低下している」等のネガティブな意見も見られたが、同時に「米中に次ぐ世界 3 位の経済規模」、「新たな技術の開発、導入に熱心」等のポジティブな意見も多く寄せられた。

また、過去数年にわたる投資環境の変化に関しては、45%の企業が改善を評価した(「とても改善がみえる」「改善がみえる」「少し改善がみえる」の合計)。一方で、「分からぬ」と回答した企業も 37%と多く、アジア地域における新興国の台頭によって、外国人投資家の間で日本の投資環境に対する注目度が低下していることが懸念される。また、「日本の対内投資誘致のための政策や様々な取組が外国人投資家の間で正しく認知されていない」と海外企業に対する周知不足が原因だと指摘する声もあった。

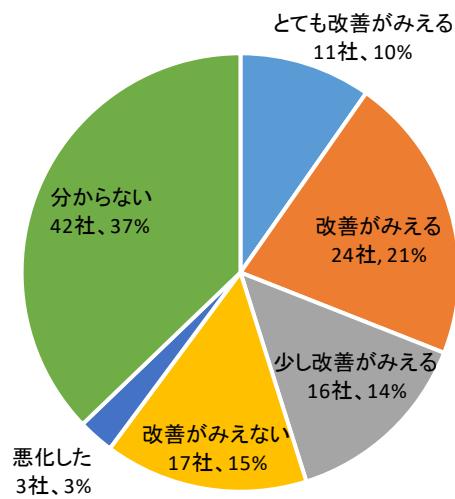
### ■現在の日本のビジネス環境に対する評価

回答企業数:112社



### ■過去数年の日本のビジネス環境の変化に対する印象

回答企業数:113社

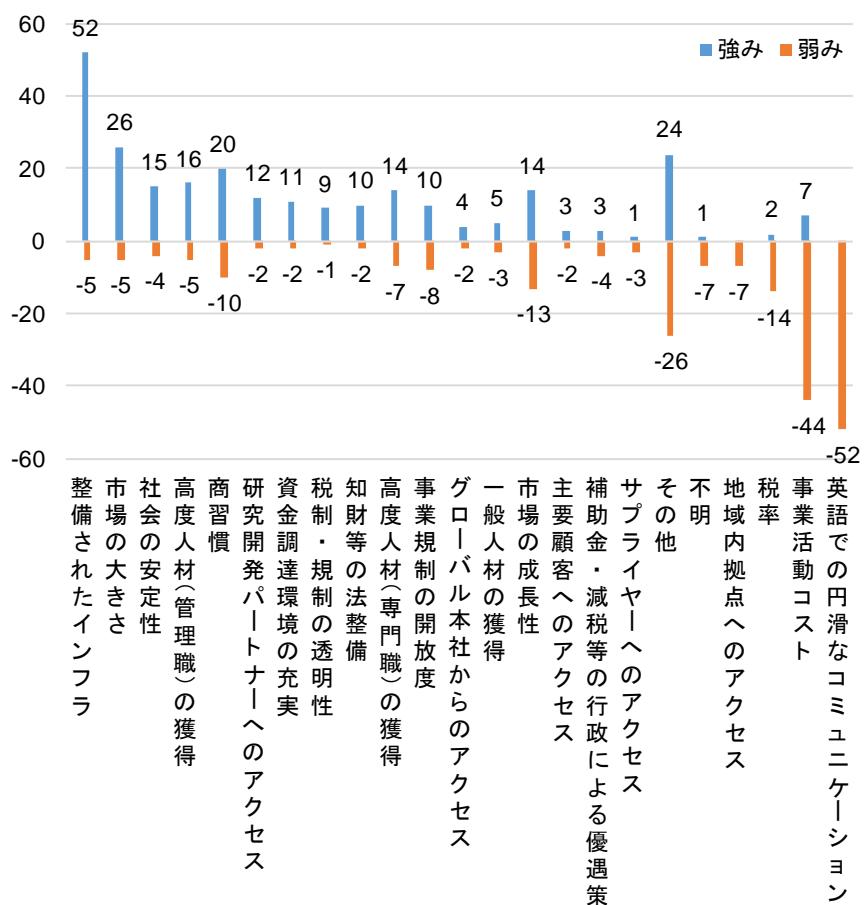


## 日本のビジネス環境の「強み」の1位は「整備されたインフラ」、2位は「市場の大きさ」、「弱み」の1位は「英語での円滑なコミュニケーション」、2位は「事業活動コスト」

日本のビジネス環境の「強み」と「弱み」に関する外国企業の認識について調査した。  
日本のビジネス環境の「強み」としては、「整備されたインフラ」、「市場の大きさ」、「社会の安定性」、「高度人材(管理職)の獲得」の順に回答数が多かった。  
一方、日本のビジネス環境の「弱み」としては、「英語での円滑なコミュニケーション」、「事業活動コスト」、「税率」の順に回答数が多かった。

### ■日本のビジネス環境の「強み」と「弱み」(それぞれ3つまで選択可)

回答企業数: 114社



※「強み」と回答した企業数から「弱み」と回答した企業数を差し引いた値が大きな項目を左から順に表示。なお、「強み」について回答した企業数は113社、「弱み」について回答した企業は108社であった。(いずれも複数回答)

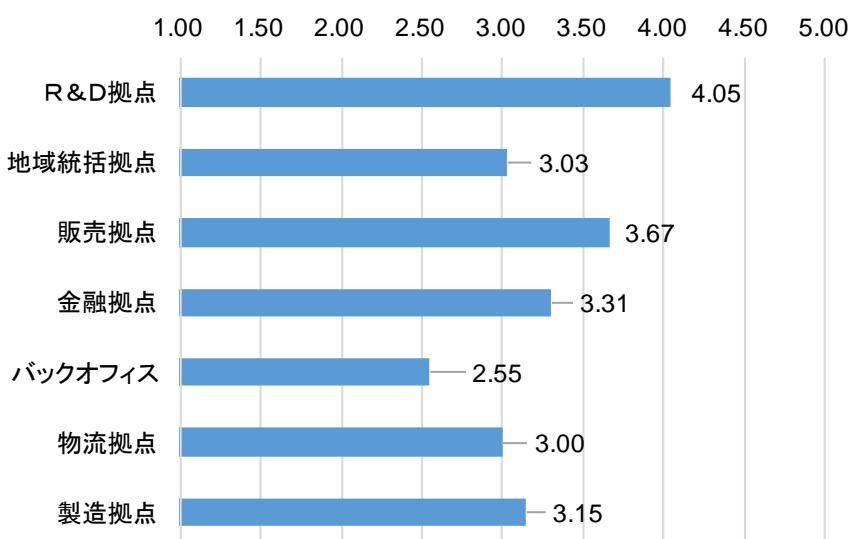
## 日本への設置が最も向いているビジネス拠点は「R&D 拠点」

日本がどういったビジネス拠点を設置するのに向いているか、5段階(5=最高評価～1=最低評価)で評価してもらったところ、「R&D 拠点」が最も高く、4.05点となった。続けて、「販売拠点」が3.67点、「金融拠点」が3.31点、「製造拠点」が3.15点、「地域統括拠点」が3.03点となった。唯一、平均の3点を下回ったのは「バックオフィス」で、2.55点であった。

日本にビジネス拠点を設置する場合は「R&D 拠点」が最も適切であると考えている企業が多いことが示されているが、言語や日本の立地状況から「バックオフィス」として相応しいと考える企業は少なかった。

### ■日本への設置が向いているビジネス拠点

回答企業数:115社



## 外国企業が日本の企業との協業において魅力的だと考える技術ドメインは「人工知能(AI)」、協業目的は「応用研究」

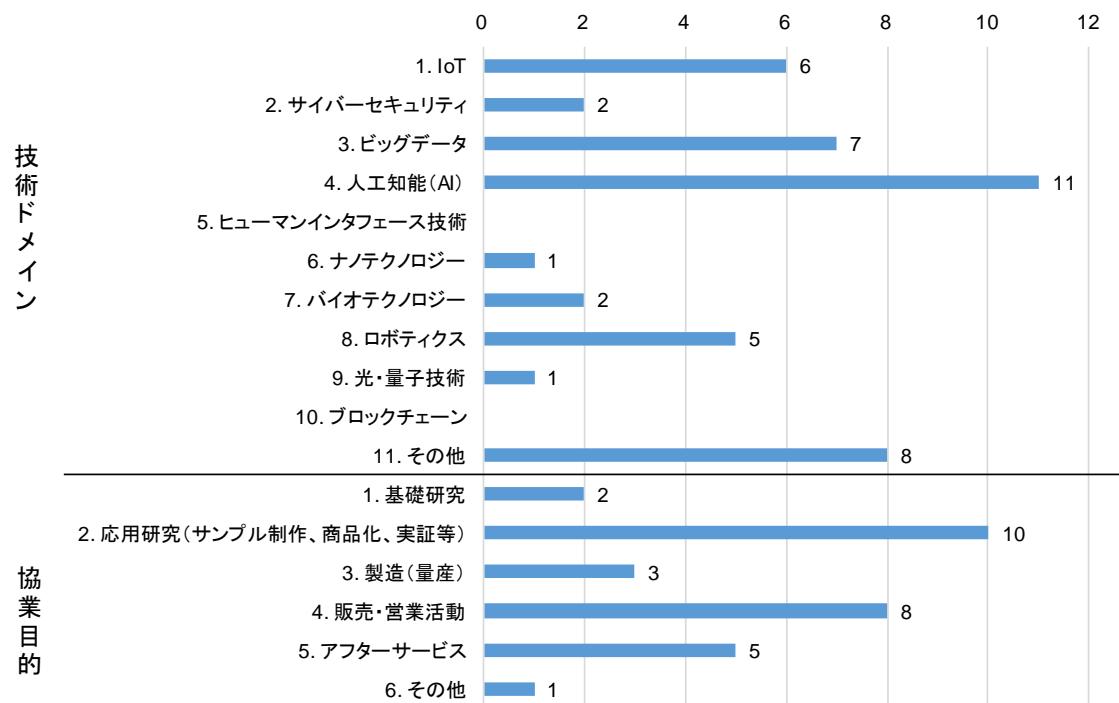
日本の企業と協業を行う場合に魅力的だと感じる技術ドメイン、目的を調査した。

技術ドメインに関しては、「人工知能(AI)」が 11 社で最も多く、次点が「その他」で 8 社であった。「その他」としては、自動運転等に関連する技術が挙がった。

協業目的においては、「応用研究」が 10 社で最も多く、「販売・営業活動」が 8 社で次に多かった。

### ■日本の企業と協業するうえで魅力的な技術ドメイン、目的(各項目につき 2 つまで選択可)

回答企業数: 42 社



## 外国企業が日本の大学との協業において魅力的だと考える技術ドメインは「人工知能(AI)」、協業目的は「応用研究」

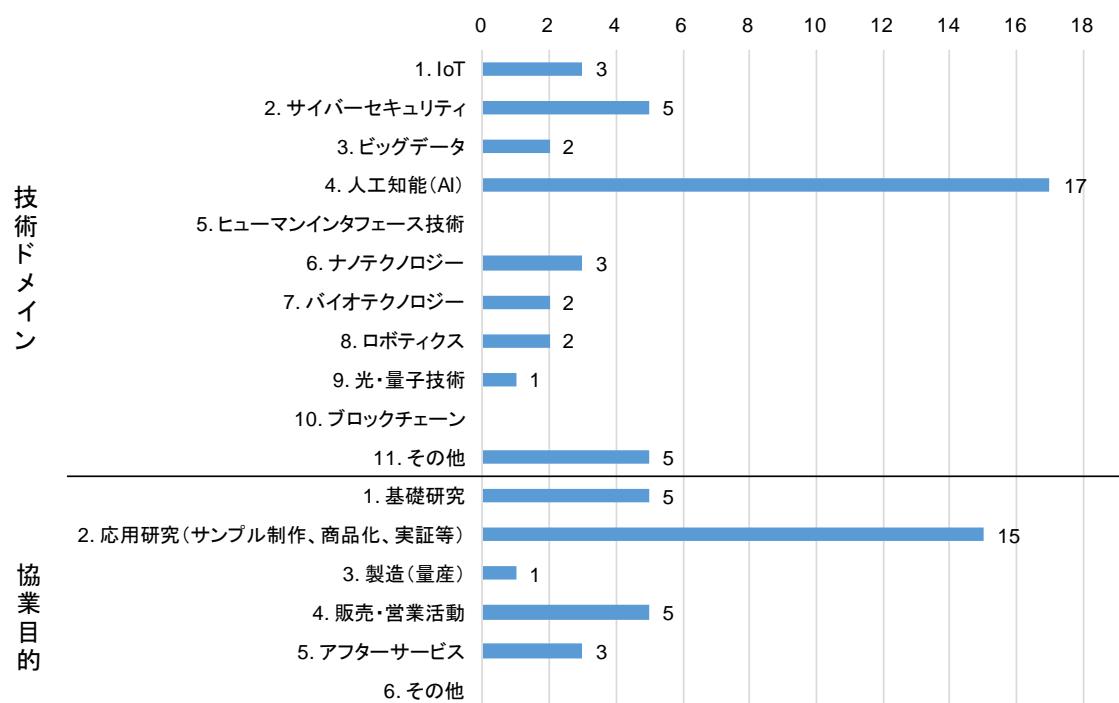
日本の大学と協業を行う場合に魅力的だと感じる技術ドメイン、目的を調査した。

技術ドメインは、「人工知能(AI)」が 17 社で、他に大差をつけての 1 位となった。

協業目的においては、「応用研究」が 15 社で、こちらも 2 位以降に大差をつけての 1 位となった。

### ■日本の大学と協業するうえで魅力的な技術ドメイン、目的(各項目につき 2 つまで選択可)

回答企業数: 40 社



## II. 調査及び得られた結果の概要

### 1. 調査の背景と目的

我が国への外国企業・資本の呼び込みは、優れた技術や新たなノウハウをもたらし、我が国のイノベーション創造や技術集積の高付加価値化を促進させる可能性を有しているが、近年の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外国企業誘致支援策の強化等により、従来我が国に置いていた研究開発拠点やアジア本社を他のアジア諸国に移転する外国企業も見られるなど、グローバル企業の誘致に向けた立地競争力の強化は喫緊の課題となっている。

こうした強い危機感を背景とし、2013年6月に閣議決定された「日本再興戦略」に掲げられた成長実現に向けた3つのアクションプラン（「日本産業再興プラン」、「戦略市場創造プラン」、「国際展開戦略」）の一つ、「国際展開戦略」では、対内直接投資拡大等を通じ、世界のヒト、モノ、カネを日本に惹きつけ、世界の経済成長を取り込むことの重要性が示された。具体的には、『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35兆円へ倍増（2012年末時点17.8兆円）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。これらの取組が功を奏し、我が国の対日直接投資残高は2013年以降5年連続で過去最高額を更新している。

一方で、対内直接投資誘致をめぐる流れは、量的な拡大から、質的な貢献を求めるものへと変わりつつある。特に、モノのインターネット（IoT）、人工知能（AI）、ブロックチェーンなどの第四次産業革命に関するデジタル技術を活用し、既存産業や社会の構造変革を促すイノベーションや、その担い手として躍動するスタートアップ企業の支援に焦点を当てる動きが世界的に強まっている。

本事業では、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調査を実施した。また、近年の対内直接投資をめぐるトレンドの変化を受け、今年度調査からは「日本の企業・大学との協業」、「スタートアップ企業の誘致」などの観点を新たに加えた。

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、平成25年度、平成27年度、平成29年度に実施されている。

## 2. 調査方法

### 2.1. 調査手順

本調査では、対象企業の抽出に当たり、以下のとおり前提条件 4 点を設定した。

- ・ 本社所在地が欧州、北米又はアジア・オセアニアにあるグローバル企業
- ・ 本社所在地以外の 2 つ以上の国・地域においても実態のある事業を展開している企業（もしくは、一つの国で急速に事業を拡大している企業）
- ・ 潜在的にアジアの各国等への投資意欲が高いと見込まれる企業
- ・ 技術やシステムにおいて高い優位性を有すると見込まれる企業

その上で、調査実務を担当した野村総合研究所及びノムラ・リサーチ・インスティテュート・コンサルティング・アンド・ソリューションズ・インディアにおいて、直接的又は間接的に適切な回答者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、Web サイトや企業データベース等を使用し、企業及びそのコンタクト情報を得た。

令和元年 11 月から令和 2 年 1 月にかけて、約 700 社の候補企業に対して本調査への協力を依頼し、このうち、116 社から有効回答を得た。

各企業の回答者は、日本を含むアジア地域への投資に関する意思決定者や、その所管部署の関係者とし、回答者の国籍・勤務地によらず、当該企業のグローバル本社側の意向や判断基準に基づいて回答するように依頼した。

調査は、事前に調査票を提示した上で、電話インタビューを行うか、あるいは文書、ウェブアンケートなどを用いて行った。なお、調査はすべて英語で行っている。

なお、過年度の調査結果を踏まえた分析を行うため、回答企業の日本進出状況、本社所在地、業種、売上規模、従業員数について、過年度調査の回答者属性と比較して大きな偏りが生じないような企業抽出を行った。

## 2.2. 回答者属性

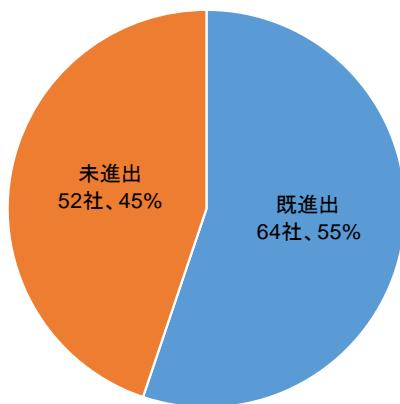
回答企業の属性は、日本への進出状況、本社が所在している地域、業種、売上規模、従業員数に関し、過去の調査と大きな偏りが生じないように留意した。

その結果、日本への進出状況については、現在日本に法人や支店を持つ企業(以下、「既進出企業」という)が 64 社(55%)、現在日本に法人や支店を持たない企業(以下、「未進出企業」という)が 52 社(45%)となっている。

回答企業の本社所在地は、北米が 34 社(29%)、アジア・オセアニアが 41 社(35%)、欧州が 41 社(35%)、であった。

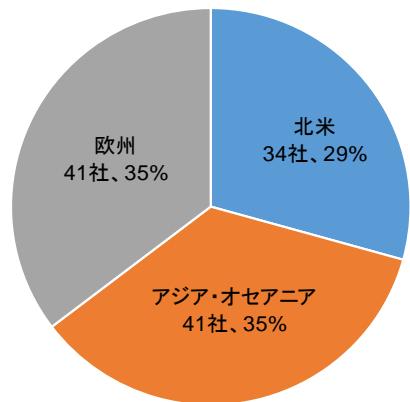
■ 回答企業の日本進出状況

回答企業数 116 社



■ 回答企業の本社所在地

回答企業数 116 社



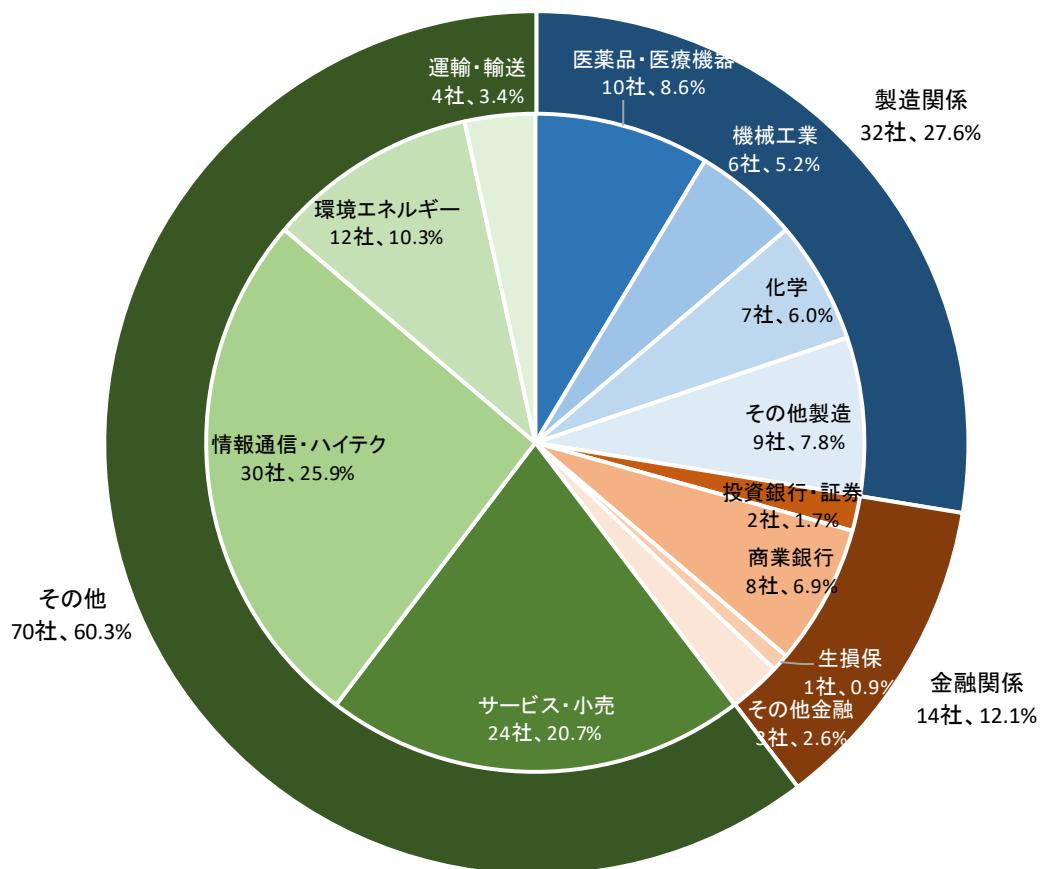
業種については、前回までの調査で用いられていた 11 業種(医薬品・医療機器、機械工業(製鉄、輸送機器)、化学、その他製造、商業銀行、投資銀行・証券、生損保、サービス・小売、エネルギー・環境技術、情報通信・ハイテク、運輸・輸送)にその他金融(オンライン送金、QR コード決済サービスなど従来の金融業の分類に適合しない企業)を加えた計 12 業種の企業から回答を得た。

上記 12 業種を製造関係／金融関係／その他で再度分類すると、製造業 27.6%、金融機関 12.1%、その他 60.3%となっている。

製造業の内訳は、医薬品・医療機器 8.6%、機械工業(製鉄、輸送機器)5.2%、化学 6.0%、その他製造 7.8%となっている。その他製造の内訳は、食料品・飲料(2 社)、機械部品・電気製品(5 社)、衣服・衣類(2 社)となっている。

■ 回答企業の業種分布

回答企業数 116 社

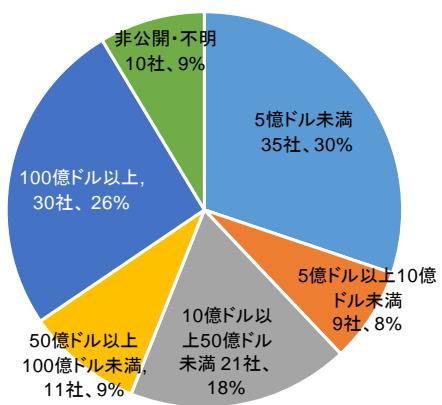


売上規模(連結)については、前回調査を踏襲し、年間で 5 億米ドル未満の中堅・中小企業から、100 億米ドル以上の大企業までを広く対象とした。

従業員数(グループ企業全体)についても、従業員総数が 300 人以下の中小企業から、100,000 人以上の大企業まで幅広く対象とした。

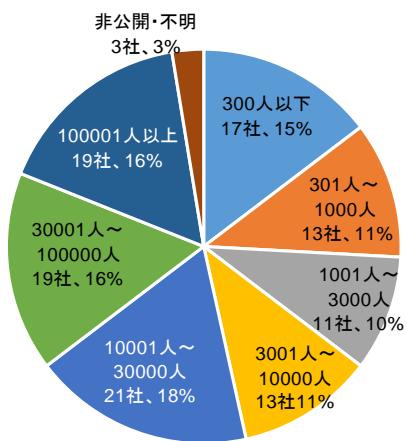
■ 回答企業の売上規模(連結)

回答企業数 116 社



■ 回答企業の従業員数(連結)

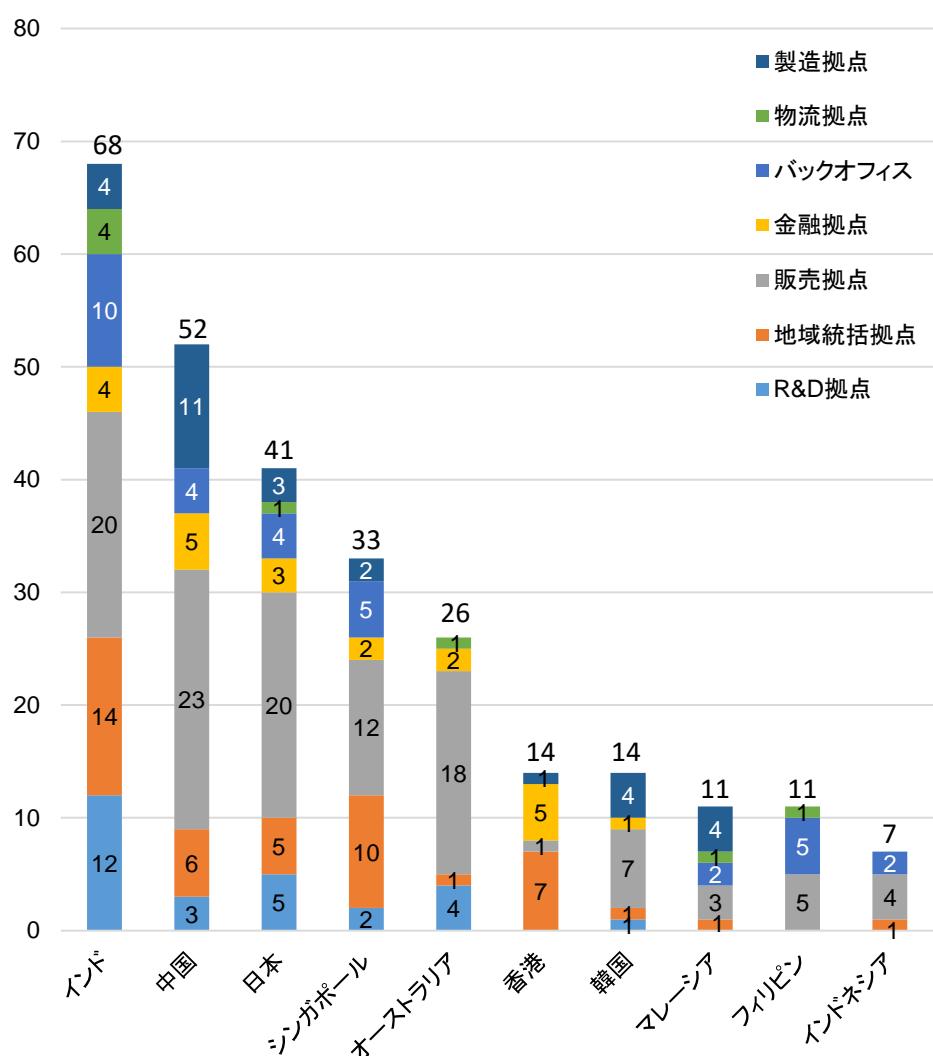
回答企業数 116 社



回答企業のアジアにおける拠点設置状況を国別にみると、上位 3 力国は前回調査と同じく「イ  
ンド」「中国」「日本」の順であった。拠点タイプ別では、前回に引き続き「販売拠点」が最多であつ  
た。

■ 回答企業のアジア地域における拠点の設置状況

回答企業数 114 社(1 力国以上に回答した企業数)



### 3. 調査結果の概要

### 3.1. アジア地域における日本の投資環境の優位性

### 3.1.1. アジア地域における拠点タイプ別の投資魅力度

次に、アジア地域における拠点タイプ別の投資魅力度について整理する。

前回調査に引き続き、日本が「R&D拠点」において1位になるとともに、「地域統括拠点」「販売拠点」「物流拠点」「製造拠点」で3位となった。

日本以外の主な国・地域については以下のとおり。

中国については、本調査では「販売拠点」「物流拠点」「製造拠点」が 1 位となり、特に「製造拠点」の得票率が高かった。

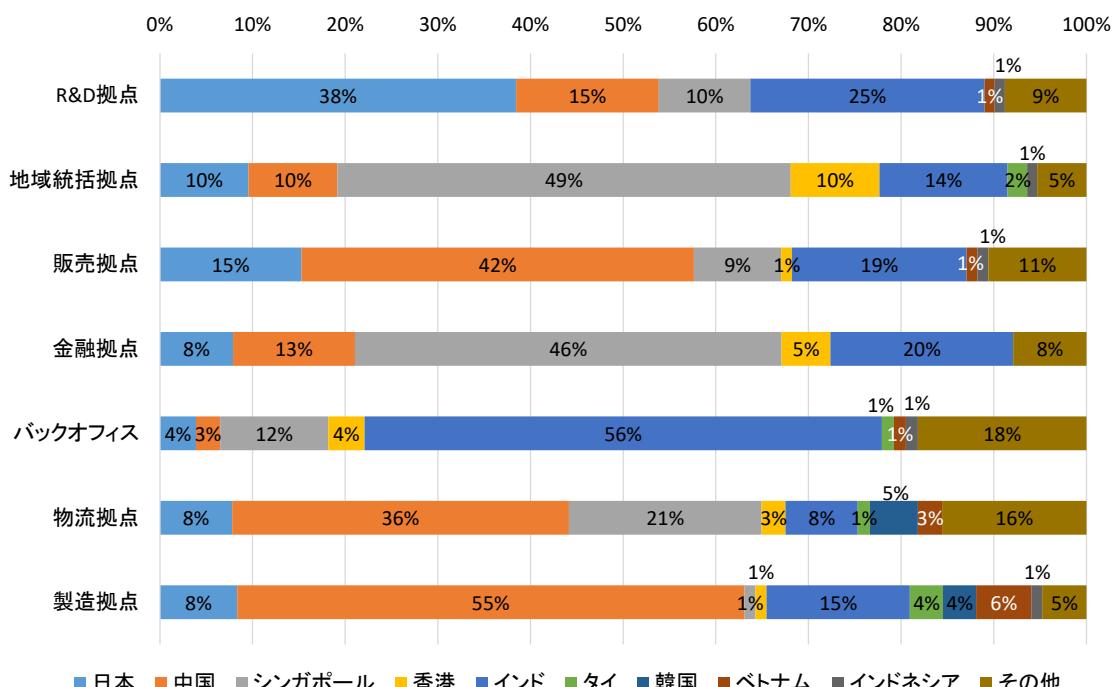
シンガポールについては、「地域統括拠点」、「金融拠点」で1位となった。

インドについては、「バックオフィス」で1位となった。

## ■ 国別・拠点別立地競争力

設問	ビジネス拠点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。
----	---

回答企業数 113 社（1 括点以上に回答した企業数）



※1 ビジネス拠点タイプ別に、アジアの 19 国・地域から投資先として最も魅力的な国・地域を 1 つ選択して回答  
※2 百分率の左側の数字は 19 国・地域の中での順位

※2 百分率の左側の数字は19万国・地域の中での順位  
※3 本調査は日本を含むアジア地域への投資意欲に関する

※3 本調査は日本を含むアフリカ地域への投票意欲に関する調査であることから、アフリカ・オセアニア正業による当該企業の本社所在国・地域への票（自国・地域への票）は除いて集計した。

回答企業をその本社所在国・地域から「欧州」、「北米」及び「アジア・オセアニア」に分類した上で、アジア地域における投資魅力度をビジネス拠点タイプ別に下表にまとめた。

日本の評価は、アジア・オセアニアでおおむね高い結果となった。また、シンガポールも、「地域統括拠点」「金融拠点」「バックオフィス」で1位を獲得するなどアジア・オセアニア企業からの評価が特に高かった。

### ■企業属性の違いによる立地競争力の違い(本社所在地別)

令和元年度調査(欧州企業)		対象企業41社									
拠点タイプ	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	インドネシア	
R&D拠点	40社	1 40%	2 20%	4 10%	0%	3 18%	—	0%	—	5 3%	— 3%
地域統括拠点	39社	4 5%	3 15%	1 41%	2 18%	3 15%	5 3%	—	0%	—	0% — 0%
販売拠点	36社	2 17%	1 47%	3 6%	4 3%	2 17%	—	0%	—	0%	— 0% — 0%
金融拠点	33社	4 6%	2 18%	1 27%	4 6%	2 18%	—	0%	—	0%	— 0% — 0%
バックオフィス	35社	3 3%	3 3%	— 0%	— 0%	1 69%	3 3%	—	0%	—	0% — 0%
物流拠点	35社	4 6%	1 31%	2 17%	4 6%	3 9%	—	0%	3 9%	—	0% — 0%
製造拠点	36社	5 3%	1 50%	5 3%	5 3%	2 14%	3 6%	5 3%	3 6%	7 0%	—

令和元年度調査(北米企業)		対象企業34社									
拠点タイプ	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	インドネシア	
R&D拠点	31社	2 23%	3 16%	6 3%	— 0%	1 42%	— 0%	0% —	0% —	0% —	0% — 0%
地域統括拠点	33社	3 12%	4 3%	1 52%	— 0%	2 18%	4 3%	— 0%	0% —	0% —	0% 4 3%
販売拠点	30社	3 17%	3 17%	2 20%	— 0%	1 30%	— 0%	0% —	0% —	0% —	0% — 0%
金融拠点	31社	4 3%	3 6%	1 42%	4 3%	2 29%	— 0%	0% —	0% —	0% —	0% — 0%
バックオフィス	31社	4 6%	— 0%	3 10%	5 3%	1 52%	— 0%	0% —	0% —	0% —	0% — 0%
物流拠点	25社	3 8%	1 28%	2 24%	— 0%	3 8%	4 4%	— 0%	4 4%	— 0%	4 4% — 0%
製造拠点	29社	3 10%	1 41%	— 0%	— 0%	2 21%	3 3%	5 3%	3 3%	7 3%	— 0%

令和元年度調査(アジア・オセアニア企業)		対象企業38社									
拠点タイプ	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	インドネシア	
R&D拠点	26社	1 46%	4 4%	2 15%	— 0%	3 12%	— 0%	0% —	0% —	0% —	0% — 0%
地域統括拠点	24社	2 13%	3 8%	1 54%	3 8%	4 4%	— 0%	0% —	0% —	0% —	0% — 0%
販売拠点	22社	2 9%	1 64%	— 0%	— 0%	4 5%	— 0%	0% —	4 5%	— 4 5%	— 0% — 0%
金融拠点	24社	2 13%	3 8%	1 54%	4 4%	— 0%	0% —	0% —	0% —	0% —	0% — 0%
バックオフィス	20社	— 0%	5 5%	1 30%	3 10%	2 15%	— 0%	0% —	0% 5 5%	— 5 5%	— 0% — 0%
物流拠点	24社	3 8%	1 42%	2 17%	— 0%	5 4%	— 0%	5 4%	5 4%	5 4%	— 0% — 0%
製造拠点	27社	2 11%	1 59%	— 0%	— 0%	3 7%	— 0%	5 4%	3 7%	— 0%	— 0% — 0%

※1 百分率の左側の数字は19力国・地域の中での順位

※2 本調査の主旨を踏まえ、本社所在地がアジア・オセアニア地域の企業による当該企業の本社所在国・地域への回答は除外した。

回答企業を日本への進出状況から「既進出」と「未進出」とに分類した上で、アジア地域における投資魅力度をビジネス拠点タイプ別に下表にまとめた。

日本は、「R&D 拠点」において、既進出企業と未進出企業の両方で 1 位となった。一方で、「販売拠点」「物流拠点」において既進出企業と未進出企業の間で評価が分かれた。

#### ■企業属性の違いによる立地競争力の違い(進出状況別)

令和元年度調査(既進出企業)		対象企業64社									
拠点タイプ	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	インドネシア	
R&D 拠点	57社	1 25%	2 23%	4 12%	- 0%	2 23%	- 0%	0% -	6 2%	6 2%	
地域統括拠点	61社	4 11%	5 8%	1 41%	3 15%	2 16%	- 0%	0% -	0% -	0% 6 2%	
販売拠点	57社	3 16%	1 35%	5 5%	4 7%	2 21%	- 0%	0% -	0% 7	2%	
金融拠点	51社	4 6%	3 10%	1 39%	4 2%	2 22%	- 0%	0% -	0% -	0% -	
バックオフィス	53社	7 2%	4 4%	4 4%	4 4%	1 55%	- 0%	0% -	7 2%	7 2%	
物流拠点	47社	5 4%	1 32%	2 17%	4 6%	3 9%	8 2%	5 4%	- 0%	- 0%	
製造拠点	54社	3 7%	1 50%	5 2%	5 2%	2 17%	5 2%	4 4%	5 2%	- 0%	

令和元年度調査(未進出企業)		対象企業49社									
拠点タイプ	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	インドネシア	
R&D 拠点	49社	1 41%	4 4%	3 6%	- 2%	2 27%	- 0%	4 4%	- 0%	- 0%	
地域統括拠点	49社	5 4%	4 8%	1 45%	3 10%	2 18%	5 4%	- 0%	- 0%	- 0%	
販売拠点	48社	4 8%	1 35%	3 13%	- 0%	2 29%	- 0%	6 2%	6 2%	- 0%	
金融拠点	44社	5 7%	3 11%	1 36%	3 11%	2 14%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%	
バックオフィス	45社	5 4%	5 0%	2 18%	4 7%	1 47%	6 2%	- 0%	- 0%	- 0%	
物流拠点	41社	3 10%	1 34%	2 20%	- 0%	3 10%	- 0%	5 5%	5 5%	- 0%	
製造拠点	44社	4 7%	1 45%	- 0%	- 0%	2 18%	5 5%	6 2%	3 9%	6 2%	

※1 百分率の左側の数字は 19 力国・地域の中での順位

※2 本調査の主旨を踏まえ、本社所在地がアジア・オセアニア地域の企業による当該企業の本社所在国・地域への回答は除外した。

回答企業を業種別に「製造業」「情報通信・ハイテク」「サービス・小売」の3つに分類した上で、アジア地域における投資魅力度をビジネス拠点タイプ別に下表にまとめた。

日本は、全業種について「R&D 拠点」としての評価が1位となった。特に、「情報通信・ハイテク」で得票率が高かったほか、「販売拠点」でも1位を獲得した。

### ■企業属性の違いによる立地競争力の違い(業種)

令和元年度調査(製造業) 対象企業30社

拠点タイプ	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	インドネシア
R&D 拠点	24社	1 33%	2 25%	- 0%	- 0%	2 25%	- 0%	- 0%	- 0%	5 4%
地域統括拠点	26社	2 12%	5 4%	1 54%	4 8%	2 12%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
販売拠点	25社	4 4%	1 48%	4 4%	- 0%	2 28%	- 0%	- 0%	- 0%	4 4%
金融拠点	20社	4 5%	2 20%	1 40%	4 5%	3 15%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
バックオフィス	21社	- 0%	- 0%	2 14%	- 0%	1 48%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
物流拠点	23社	5 4%	1 30%	2 22%	- 0%	4 9%	- 0%	3 17%	- 0%	- 0%
製造拠点	23社	2 13%	1 48%	5 4%	- 0%	3 9%	- 0%	3 9%	5 4%	- 0%

令和元年度調査(情報通信・ハイテク) 対象企業29社

拠点タイプ	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	インドネシア
R&D 拠点	29社	1 41%	3 14%	4 7%	- 0%	2 24%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
地域統括拠点	29社	3 10%	3 10%	1 34%	5 7%	2 24%	5 7%	- 0%	- 0%	- 0%
販売拠点	25社	1 32%	2 28%	4 12%	- 0%	3 20%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
金融拠点	25社	3 8%	3 8%	1 36%	- 0%	2 28%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
バックオフィス	26社	4 4%	4 4%	2 8%	4 4%	1 62%	- 0%	- 0%	4 4%	- 0%
物流拠点	22社	3 9%	2 36%	5 5%	5 5%	3 9%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
製造拠点	26社	3 12%	1 38%	- 0%	- 0%	2 27%	2 4%	- 0%	- 0%	- 0%

令和元年度調査(サービス・小売) 対象企業23社

拠点タイプ	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	インドネシア
R&D 拠点	21社	1 29%	4 5%	2 19%	4 5%	2 19%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
地域統括拠点	22社	5 4%	4 8%	1 38%	2 21%	2 21%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
販売拠点	23社	6 4%	1 26%	3 13%	- 9%	1 26%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
金融拠点	20社	3 10%	4 5%	1 30%	4 5%	2 20%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
バックオフィス	21社	3 10%	- 0%	- 0%	3 10%	1 48%	- 0%	- 0%	- 0%	5 5%
物流拠点	19社	- 0%	1 37%	3 11%	- 0%	2 16%	5 5%	- 0%	5 5%	- 0%
製造拠点	18社	- 0%	1 56%	- 0%	3 6%	2 17%	3 6%	- 0%	- 0%	3 6%

※1 百分率の左側の数字は19カ国・地域の中での順位

※2 本調査の主旨を踏まえ、本社所在地がアジア・オセアニア地域の企業による当該企業の本社所在国・地域への回答は除外した。

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・地域の評価について、ここでは日本が3位以上にランクインした「R&D拠点」、「地域統括拠点」、「販売拠点」、「物流拠点」、「製造拠点」について、それぞれの上位3カ国・地域における本調査の結果と過去からの変遷をみる。

➤ 「R&D拠点」について

前回調査に引き続いて日本が高得票率(38%)で1位となった(平成25年度調査から継続)。また、インドが前回調査に引き続き2位、中国は前回調査4位から今回3位に上昇した。前回調査で3位だった香港は、今回得票はなかった。

日本は、北米企業を除く全ての企業属性による分析で「R&D拠点」において1位を獲得した。得票率は、本拠地所在地別の分析におけるアジア・オセアニアでもっとも高く(46%)、2位のシンガポール(15%)に30ポイント以上の差をつけた。

日本が魅力的な理由として、「日本は、そのインフラと社会文化ゆえに、研究開発にとって最高の国である。自らのイノベーションに注力し、他社製品のコピーには関与しない。研究開発に対する政府支出は、他の先進国の中で最も高い」(イギリス、医薬品・医療機器)、「日本の技術とエンジニアは非常に優れている。GDPから見ても、日本は最も生産性の高い経済だと言える。また、日本政府は税務問題でも企業を支援する」(香港、機械工業)、「研究開発を支える企業や技術・インフラの研究開発拠点が多い」(インド、商業銀行)、「日本は基本的なリサーチ能力が高いことに加え、特許技術を尊重する制度・文化がある」(イギリス、機械工業)等、整備されたインフラ、高度人材、共同研究パートナーへのアクセス、知財等の法制度を評価する声があった。

前回に引き続き2位だったインドについては、優秀で安価な人材へのアクセスや、行政の優遇策を評価する声があった。

➤ 「地域統括拠点」について

シンガポールが平成25年度調査から連続して1位となった。2位はインド、日本と中国が同率で3位となった。日本は前回の5位から順位を上げた。

日本への評価は、本社所在地別ではアジア・オセアニア企業(13%)、進出状況別では既進出企業(11%)、業種別では製造業(12%)においてそれぞれ比較的高かった。

日本が魅力的な理由としては、高齢者人口増加に伴う医薬品・医療機器市場の成長見通しや、多国籍企業の本社が多く立地していることを評価する声があった。

1位のシンガポールは、外資企業に対する政府の支援策、金融・税務・人材面での仕事のしやすさを評価する声があった。

➤ 「販売拠点」について

前回 2 位の中国が高得票率(42%)で 1 位に返り咲いた。2 位はインド(19%)、前回 6 位だった日本が順位を上げ、3 位となった。得票率は 15%と、前回の 6%から大幅に上がった。

日本への評価は、本社所在地別では欧州、北米企業(ともに 17%)、進出状況別では既進出企業(16%)、業種別では情報通信・ハイテク(32%)においてそれぞれ比較的高かった。

日本が魅力的な理由として、充実したインフラや人材の専門知識、金融・法律・規制の安定性、主要顧客へのアクセスのしやすさ等を評価する声があった。

➤ 「物流拠点」について

中国が前回調査から連続して 1 位(36%)となった。2 位はシンガポール(21%)、日本とインドが同率で 3 位(8%)となった。

日本への評価は、本社所在地別では北米、アジア・オセアニア企業(ともに 8%)、進出状況別では未進出企業(10%)、業種別では情報通信・ハイテク(9%)においてそれぞれ比較的高かった。

日本が魅力的な理由として、充実した交通インフラ(陸海空)に加えて、それぞれの交通インフラの接続性を評価する声があった。

1 位の中国は、多くの海外企業が製造拠点と販売拠点の両方を有していることから、市場へのアクセス及び輸送コストを評価する声があった。

➤ 「製造拠点」について

中国が前回調査から連続して 1 位(55%)となった。2 位はインド(15%)、日本は 3 位(8%)となった。日本の順位は前回調査と同じだったが、得票率は前回の 4%から増加した。

日本への評価は、本社所在地別ではアジア・オセアニア企業(11%)、業種別では製造業(13%)、においてそれぞれ比較的高かった。

日本が魅力的な理由として、優れたインフラや技術力に加え、品質を第一とする日本の商習慣を評価する声があった。

1 位の中国は、比較的安価な人件費、土地取得費用などの費用対効果を評価する声があった。

■国別・拠点別立地競争力の推移(平成21年度、23年度、25年度、27年度、29年度、令和元年度)  
(外国企業から見てビジネス拠点タイプ別の投資先として最も魅力的なアジアの国・地域)

平成21年度調査 対象企業180社

拠点タイプ	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	91社	2 23%	1 33%	4 7%	8 2%	3 18%	- 0%	5 4%
地域統括拠点	110社	4 12%	1 41%	2 15%	2 15%	5 9%	- 0%	7 2%
販売拠点	112社	4 8%	1 47%	3 12%	2 14%	5 6%	- 0%	6 3%
金融拠点	67社	4 12%	1 33%	3 16%	2 24%	5 7%	- 0%	6 3%
バックオフィス	99社	4 9%	1 36%	3 14%	4 9%	2 20%	8 1%	8 1%
物流拠点	92社	5 3%	1 61%	2 12%	4 7%	3 8%	8 1%	8 1%
製造拠点	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207社

拠点タイプ	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	67社	2 27%	1 48%	3 15%	- 0%	4 6%	- 0%	- 0%
地域統括拠点	121社	4 16%	1 33%	2 17%	3 17%	5 5%	8 2%	- 0%
販売拠点	112社	2 17%	1 34%	4 14%	3 16%	5 5%	7 2%	- 0%
金融拠点	94社	3 14%	1 34%	2 16%	3 14%	5 5%	8 2%	10 1%
バックオフィス	96社	4 10%	1 35%	3 11%	2 13%	5 9%	8 2%	- 0%
物流拠点	77社	3 5%	1 64%	2 6%	6 3%	10 1%	3 5%	- 0%
製造拠点	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

拠点タイプ	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)。

平成27年度調査 対象企業222社

拠点タイプ	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	105社	1 43%	4 10%	2 15%	7 2%	2 15%	11 0%	7 2%	11 1%
地域統括拠点	172社	2 20%	4 10%	1 42%	3 13%	9 1%	6 2%	6 2%	6 2%
販売拠点	162社	1 32%	3 18%	2 20%	5 5%	6 4%	9 2%	8 2%	11 1%
金融拠点	73社	3 10%	5 1%	1 51%	2 30%	- 0%	5 1%	- 0%	- 0%
バックオフィス	69社	2 19%	7 4%	4 13%	5 12%	1 20%	- 0%	- 0%	- 0%
物流拠点	73社	4 10%	2 18%	1 36%	3 16%	10 1%	5 5%	- 0%	6 3%
製造拠点	90社	6 4%	1 46%	6 4%	12 1%	4 6%	4 6%	- 0%	2 14%

※ 回答企業222社(日本進出済106社含む)から「該当なし」及び「不明」を除く百分率(欧州82社、北米67社、アジア73社)。

平成29年度調査 対象企業201社

拠点タイプ	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	インドネシア
R&D拠点	138社	1 36%	3 7%	4 5%	12 8%	2 24%	- 0%	12 5%	- 0%	7 1%
地域統括拠点	143社	3 6%	3 1%	1 28%	3 16%	2 12%	6 1%	12 4%	12 1%	8 6%
販売拠点	142社	3 6%	1 16%	4 13%	7 9%	2 23%	12 2%	12 1%	7 2%	7 4%
金融拠点	149社	4 14%	- 0%	1 43%	5 14%	2 6%	12 1%	12 1%	- 0%	12 1%
バックオフィス	120社	5 5%	7 1%	2 8%	5 3%	1 33%	8 3%	12 4%	8 2%	8 5%
物流拠点	110社	3 10%	1 18%	2 9%	7 6%	3 11%	12 10%	6 3%	- 0%	14 4%
製造拠点	121社	3 4%	1 75%	7 2%	7 0%	2 16%	5 0%	5 1%	- 0%	7 0%

※ 回答企業201社(日本進出済118社含む)から「該当なし」及び「不明」を除く百分率(欧州56社、北米83社、アジア62社)。

令和元年度調査 対象企業113社

拠点タイプ	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	インドネシア
R&D拠点	91社	1 38%	3 15%	4 10%	- 0%	2 25%	- 0%	- 0%	8 1%	8 1%
地域統括拠点	94社	3 10%	3 10%	1 49%	3 10%	2 14%	6 2%	- 0%	9 1%	9 1%
販売拠点	85社	3 15%	1 42%	4 9%	7 1%	2 19%	- 0%	- 0%	8 1%	8 1%
金融拠点	76社	4 8%	3 13%	1 46%	5 5%	2 20%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%
バックオフィス	77社	4 4%	5 3%	2 12%	5 4%	1 56%	8 1%	- 0%	12 1%	12 1%
物流拠点	77社	3 8%	1 36%	2 21%	10 3%	3 8%	13 1%	6 5%	7 3%	- 0%
製造拠点	84社	3 8%	1 55%	7 1%	6 1%	2 15%	5 4%	5 4%	4 6%	7 1%

※ 回答企業113社(日本進出済64社含む)から「該当なし」及び「不明」を除く百分率(欧州41社、北米34社、アジア38社)。

※1 ビジネス拠点タイプ別に、アジアの19カ国・地域から投資先として最も魅力的な国・地域を1つ選択して回答

※2 百分率の左側の数字は19カ国・地域の中での順位

※3 本調査は日本を含むアジア地域への投資意欲に関する調査であることから、アジア・オセアニア企業による当該企業の本社所在国・地域への票(自国・地域への票)は除いて集計した。

### ■魅力的な拠点についてのコメント例

※日本が3位までにランクインしている拠点（「R&D拠点」、「地域統括拠点」、「販売拠点」、「物流拠点」「製造拠点」）について整理した。また、参考として他国の評価コメントについても整理した。

		コメント例（カッコ内は企業情報）
日本	R&D 拠点	<p><b>【整備されたインフラ】【商習慣】</b></p> <p>✓ 日本は、そのインフラと社会文化ゆえに、研究開発にとって最高の国である。自らのイノベーションに注力し、他社製品のコピーには関与しない。研究開発に対する政府支出は、他の先進国の中で最も高い。オートメーションを中心に、エレクトロニクス業界や自動車業界に特化した製品知識は、その中核的な強みの一つであり、人手不足やコストという課題の克服に役立つだろう。（イギリス、医薬品・医療機器）</p> <p><b>【高度人材の獲得】【税率】</b></p> <p>✓ 日本の技術とエンジニアは非常に優れている。GDPから見ても、日本は最も生産性の高い経済だと言える。また、日本政府は税務問題でも企業を支援する。（香港、機械工業）</p> <p><b>【共同研究パートナーへのアクセス】</b></p> <p>✓ 研究開発を支える企業や技術・インフラの研究開発拠点が多いことから、日本は研究開発に適している。（インド、商業銀行）</p> <p><b>【知財等の法整備】</b></p> <p>✓ 日本は基本的なリサーチ能力が高いことに加え、特許技術を尊重する制度・文化がある。（イギリス、機械工業）</p>
	地域 統括 拠点	<p><b>【市場の大きさ】【整備されたインフラ】</b></p> <p>✓ 先進国では、医療への関心が高まり、医療インフラ、技術、高度な製薬企業が増えている。日本はより健康な生活をしているが、高齢者の人口は大きく、当社にとっては魅力的である。（インド、医薬品・医療機器）</p> <p><b>【グローバル本社からのアクセス】</b></p> <p>✓ 東京都には多国籍企業の本社が多数ある。（イギリス、商業銀行）</p>

		コメント例(カッコ内は企業情報)
日本	販売拠点	<p>【整備されたインフラ】【一般人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場の魅力は、製品が何かによって決まる。果物や食品の販売なら東南アジア・西アジア諸国の方が割安だが、インフラの充実と専門知識を必要とする製品の場合、日本、韓国、台湾が候補になる。(カナダ、環境・エネルギー)</li> </ul> <p>【その他:市場環境一般】【市場の成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本、韓国、シンガポールが上位 3 市場である。金融・法律・規制の安定性が非常に重要であり、日本市場はよく整備されている。(アメリカ、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p>【主要顧客へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本にはクライアントがいるので、販売拠点と地域統括本部に適している。(カナダ、サービス・小売)</li> </ul>
	物流拠点	<p>【整備されたインフラ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本の交通インフラは陸、海、空の全てにおいて発達している(インド、化学)</li> <li>✓ 中国を始め、アジア諸国のインフラは近年大きく改善している。しかし、日本はアジア諸国においてインフラの面では数歩先を行っている。(インド、商業銀行)</li> </ul>
	製造拠点	<p>【商習慣】【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 時間・品質への配慮が優れている。(アメリカ、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p>【整備されたインフラ】【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本固有の優れたインフラとイノベーション能力が高いことが魅力である。(インド、化学)</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 製造業向けソフトウェアツールが使われる日本の製造拠点は魅力である。中国、韓国も日本からフォローできる。(アメリカ、情報通信・ハイテク)</li> </ul>

		コメント例(カッコ内は企業情報)
中国	R&D 拠点	<p><b>【市場の成長性】</b></p> <p>✓ 中国は、ネットワーク機器の成長ポテンシャルが非常に大きい。この市場は、ネットワーク機器メーカーのホットスポットとして台頭しており、イノベーション、新興の先端技術、国内のハードウェア・ソフトウェア及びサービスの品質に関して、より多くの機会を提供している。ネットワーク利用者が過去 10 年間で急増し、高速ネットワークへの需要が高まったことから、研究開発センターを設置し、中国全土で高度な技術者を採用している。(台湾、情報通信・ハイテク)</p> <p><b>【高度人材の獲得】【事業活動コスト】</b></p> <p>✓ 機械、情報技術、熟練労働力の組み合わせにおいて、中国は優れている。中国、特に上海に R&amp;D センターを持つことは、外資系企業にとって税制優遇措置を得られるため、魅力的な選択肢である。また、単純労働者は安価に雇用可能である。(ノルウェー、環境・エネルギー)</p>
	物流 拠点	<p><b>【整備されたインフラ】【グローバル本社からのアクセス】</b></p> <p>✓ 海上輸送は島国が多いアジア地域においては最も費用対効果が高い輸送方法である。我が社の生産拠点の多くは中国沿岸部に位置している為、中国に物流拠点を構えることは、コスト面及びアジア諸国へのアクセスを考えると最も合理的である。(フィンランド、情報通信・ハイテク)</p> <p><b>【サプライヤーへのアクセス】</b></p> <p>✓ 中国は我が社にとって最大の市場である。そのため、物流拠点を設置するうえで、中国が輸送コスト、輸送時間の面から最も魅力的な国である。</p>
	製造 拠点	<p><b>【高度人材の獲得】【グローバル本社からのアクセス】</b></p> <p>✓ 中国は、アジア太平洋(APAC) 地域における当社の地理的なプレゼンスを拡大するのに都合の良い立地にある。労働は知識集約型であり、国内製造業はイノベーションによる生産性向上の途上にある。土地の取得・リース費用、人件費の安さは、中国が提供する政策の効果の一部と理解している。(スウェーデン、化学)</p> <p><b>【事業活動コスト】</b></p> <p>✓ 中国は、安価な労働力と費用対効果が高く、物流活動と製造に優れている。(カナダ、サービス・小売)</p>

		コメント例(カッコ内は企業情報)
シンガポール	地域統括拠点	<p>【事業規制の開放度】【その他:ロケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 外資企業に対する政府の支援策が充実しており、アジアの中央に位置しているため、アジアの地域統括拠点の選択肢として魅力的である。(イギリス、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>【高度人材の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 銀行口座の開設が容易で、税務もわかりやすく、人材も確保しやすい。日本は先進国の中では銀行口座を開設しにくい国の一。(中国、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
	物流拠点	<p>【整備されたインフラ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ シンガポールは、物流のための優れたインフラと国際港との接続性を備えており、貿易価格と製品を市場に供給するリードタイムを削減している。(韓国、商業銀行)</li> </ul> <p>【地域内拠点へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ シンガポールには良好な出荷経路が整備されている。(イギリス、機械工業)</li> </ul>

		コメント例(カッコ内は企業情報)
インド	R&D拠点	<p>【事業活動コスト】【行政の優遇策】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ インドは費用対効果が高い。ゆっくりと徐々に、仕事のスキルは高まってきている。(インドネシア、輸送・運輸)</li> </ul> <p>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本や中国に比べ、言語の問題が小さい。(ドイツ、その他製造)</li> </ul> <p>【高度人材の獲得】【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 取得・研修にかかるコストは小さく、事業活動コストも他国に比べて少ない。(アメリカ、商業銀行)</li> </ul>
	販売拠点	<p>【市場の大きさ】【市場の成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 大きな人口ベースと成長性の高さにより、今後潜在的な顧客が増加する見通しある。(イギリス、投資銀行・証券)</li> <li>✓ インド市場はまだ発展途上である。厳しい競争が続いているものの、マーケティングと販売の選択肢は広く、魅力的な市場である。(アメリカ、機械工業)</li> </ul>

### 3.1.2. 日本の投資環境の魅力度

日本の投資環境について、現在の魅力度と過去数年の変化、という 2 つの観点から外国企業の認識を調査した。この設問は、日本の投資環境に対する外国人投資家の率直な第一印象を明らかにすることを目的としている。なお、同設問は本調査から新設されたため、過年度調査との比較は行っていない。

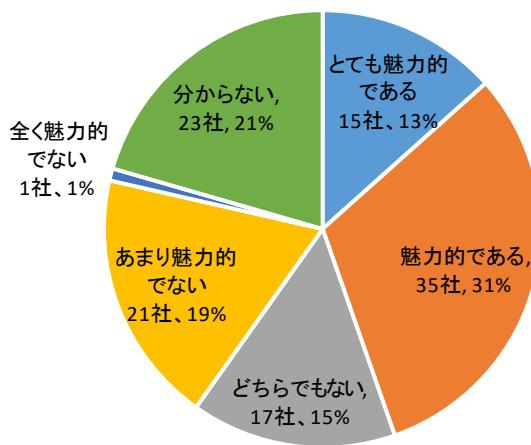
日本の現在の投資環境に対する印象として最も多かったのは、31%で「魅力的である」で、次いで 20%で「分からぬ」であった。全体では、「魅力的である」もしくは「とても魅力的である」と回答した企業が約半数(44%)を占めた。自由回答のコメントと併せて見ると、「高齢化などの人口構造の変化による将来的な市場規模の縮小」、「台頭するアジア地域の新興国と比べ相対的に魅力度が低下している」等のネガティブな意見も見られたが、同時に「米中に次ぐ世界 3 位の経済規模」、「新たな技術の開発、導入に熱心」等のポジティブな意見も多く寄せられた。

また、過去数年にわたる投資環境の変化に関しては、45%の企業が改善を評価した(「とても改善がみえる」「改善がみえる」「少し改善がみえる」の合計)。一方で、「分からぬ」と回答した企業も 37%と多く、アジア地域における新興国の台頭によって、外国人投資家の間で日本の投資環境に対する注目度が低下していることが懸念される。また、「日本の対内投資誘致のための政策や様々な取組が外国人投資家の間で正しく認知されていない」、と海外企業に対する周知不足が原因だと指摘する声もあった。

■日本を取り巻く投資環境の現状・変化に関する質問

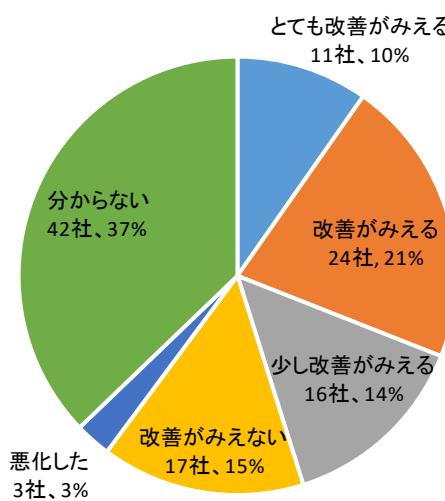
設問	現在の日本の投資環境に対するあなたの印象をお聞かせください
----	-------------------------------

回答企業数 112 社



設問	過去数年にわたる日本の投資環境の変化に対するあなたの印象をお聞かせください
----	---------------------------------------

回答企業数 113 社



### 3.1.3. 日本の投資環境の「強み」と「弱み」

日本の投資環境について、ビジネス環境と生活環境の 2 つの観点から、外国企業が「強み」「弱み」と認識している項目について調査を行った。結果については、同じ項目において「強み」と回答した企業数から「弱み」と回答した企業数を減じた値を算出し、当該値が大きいほど「強み」、小さいほど「弱み」として評価した。

日本のビジネス環境の「強み」として最も高く評価されたのは、「整備されたインフラ」であった。自由回答のコメントと併せて見ると、「技術力が高い」、「情報インフラが整備されている」といった回答が多く、ビジネス環境として優れているという見方が多かった。

次に評価が高いのは「市場の大きさ」であった。前回調査ではこれを弱みと回答した企業数が 3 番目に多かったが、今回の調査では大きく順位を伸ばした。高齢化による将来的な市場縮小や経済停滞を指摘する声は引き続き見られたものの、それ以上に洗練された消費者、世界第三位の経済規模などを評価する声が多くかった。

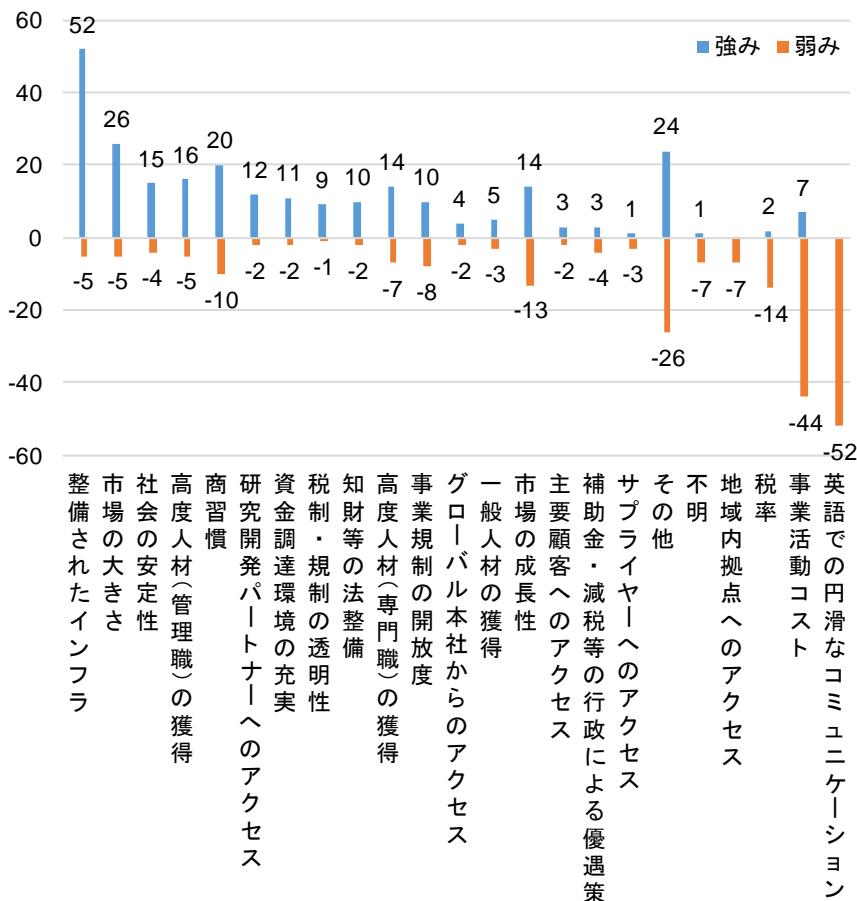
一方で、日本のビジネス環境の「弱み」としては、「英語での円滑なコミュニケーション」が前々回、前回調査に続き最も多かった。コメントの傾向も今までと変わりなく、言語の壁、ビジネスシーンにおける日本語・日本語人材の重用等が挙げられた。次に多かったのは、こちらも前回と同様、「事業活動コスト」であった。高い人件費やオフィス賃料などがボトルネックとなり、日本の投資先としての魅力度を下げていると指摘する声が多くかった。

なお、「市場の成長性」については、前回、前々回と同じく、「強み」と「弱み」の両面からの評価があった。「強み」としての回答は全項目のうち 7 番目に多かったが、「弱み」という回答も 5 番目に多い結果となった。「強み」と回答した企業からは「高い消費者購買力と高付加価値製品に対する需要」が、「弱み」と回答した企業からは「人口が減少している」ことが主な理由として挙げられている。

## ■日本の投資環境の「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。(3つまで回答可)
----	--

回答企業数 114社（「強み」又は「弱み」のどちらかに回答した企業数）



※「強み」と回答した企業数から「弱み」と回答した企業数を差し引いた値が大きな項目を左から順に表示。なお、「強み」について回答した企業数は113社、「弱み」について回答した企業は108社であった。(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

※回答数の多かった項目について、「強み」から 6 項目、「弱み」からは 4 項目に関するコメントを整理した。加えて、「強み」「弱み」の両方に関して「その他」のコメントも整理した。

### (強み)

コメント例(カッコ内は企業情報)	
整備されたインフラ	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本は先進国であり、基本的なインフラが良く整備されている。(カナダ、情報通信・ハイテク、未進出)</li> <li>✓ 度重なる災害に見舞われているにも関わらず、インフラが強固である。高い技術力をしていていることが分かる。(アメリカ、その他製造、未進出)</li> <li>✓ 情報通信分野における官民双方の積極的な投資、政府によるクラウド推進など技術が文化によく根付いている。(スイス、機械工業、既進出)</li> <li>✓ 日本の技術力は高い。また、新たな技術の開発にも積極的だと感じる。(ドイツ、情報通信・ハイテク、既進出)</li> <li>✓ 情報インフラが発達しており、働きやすい環境。(イギリス、情報通信・ハイテク、既進出)</li> <li>✓ 交通インフラは世界でも屈指。また、交通機関の接続性も良い。(インド、化学、未進出)</li> </ul>
市場の大きさ	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ アジア地域には進出していないが、日本のヘルスケア業界は機会が大きいと考えている。また、事業に必要なインフラも整っている。(アメリカ、医薬品・医療機器、未進出)</li> <li>✓ 日本の消費者は価格だけでなく、安全性や環境負荷等も製品の付加価値としてとらえるため、我が社のプレミア製品にとって大きな市場である。(ドイツ、機械工業、未進出)</li> <li>✓ 日本の市場は競争が激しいが、市場規模が大きいため魅力的である。(中国、情報通信・ハイテク、既進出)</li> <li>✓ 日本市場は規模が大きく、成熟している。また、消費者の趣向は洗練されている。(ドイツ、サービス・小売、既進出)</li> </ul>
社会の安定性	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本は経済・社会情勢が安定しているため、ホテルビジネスにとっては魅力的である。(アメリカ、サービス・小売、既進出)</li> <li>✓ アジアで最も社会が安定している国で、想定外の事態が起きることは少ない。(韓国、環境エネルギー、未進出)</li> </ul>
商習慣	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人々は常に品質の追求を意識している。(イギリス、環境エネルギー、既進出)</li> <li>✓ 誠実さ、細部へのこだわりが日本の商習慣の特徴である。また、人材は経験が豊富で能力が高い。(カナダ、環境エネルギー、未進出)</li> <li>✓ 仕事に対する倫理観が非常に強いため、インドよりも事業の運営が容易だと推測する。(インド、情報通信・ハイテク、未進出)</li> <li>✓ 日本人と働いたことがあるが、労働環境は良いと感じた。(香港、機械工業、未進出)</li> <li>✓ 日本人は倫理や規則にきちんと従う。(インド、医薬品・医療機器、既進出)</li> <li>✓ 日本人はハードワーカーで、時間、規律、品質に対する意識が非常に高い。(中国、その他製造、既進出)</li> </ul>
研究開発パートナーへのアクセス	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 優れた研究開発パートナーが多いと聞く。(イギリス、生損保、未進出)</li> <li>✓ 提携の選択肢となる優れたパートナー候補が多い。(香港、サービス・小売、既進出)</li> <li>✓ 多くの企業が R&amp;D 拠点を日本に構えていることから、魅力的に映る。(ドイツ、その他製造、未進出)</li> <li>✓ 日本の企業・大学の基礎研究のレベルは高い。また、特許がしっかりと尊重されている。(イギリス、その他製造、既進出)</li> </ul>
高度人材(管理職)の獲得	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 近年日本では外国人高度人材の受け入れを推奨してきたため、特にサービス業界にお</li> </ul>

	<p>いて優秀な外国人高度人材を獲得できるようになった(フランス、輸送・運輸、既進出)</p> <p>✓ 日本人は経験・知識が豊富で且つハーハードワーカーである(インド、その他金融、未進出)</p>
その他	<p>✓ 日本政府は多額の外貨準備高を有しており、海外投資において多くの国をリードしている。(オーストラリア、商業銀行、既進出)</p> <p>✓ 日本政府は汚職が少なく、信頼できる。(オランダ、環境エネルギー、未進出)</p> <p>✓ 日本の市場と消費者は厳しいが、信頼できる。そのため、新商品を試す試験的な市場として適している。(アイルランド、サービス・小売、既進出)</p> <p>✓ 日本はアジアの中でも国家としての信頼性が高いため、格付けも高い。それは、銀行業を営む我々にとっては魅力的である。(オーストラリア、商業銀行、未進出)</p>

(弱み)

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	<p>✓ 英語でのコミュニケーションは難しい。また、日本のビジネスシーンでは日本語が非常に好んで使われている。(イギリス、環境エネルギー、既進出)</p> <p>✓ 言語の壁は日本でビジネスをするうえで最大の難関。(アメリカ、商業銀行、既進出)</p> <p>✓ ビジネスで英語が使われることが少ないので、結局日本語話者や日本人が企業で重宝される傾向にある。(イギリス、情報通信・ハイテク、既進出)</p> <p>✓ 英語でもなんとか意思疎通をとることが可能だが、情報の多くが日本語でしか入手できないことはより大きな問題である。(韓国、環境エネルギー、未進出)</p>
事業活動コスト	<p>✓ 日本の競争は激しいため、日本で成功するためには多額の設備投資が求められる。(台湾、情報通信・ハイテク、既進出)</p> <p>✓ 高い初期投資額が進出のボトルネックである。(イギリス、情報通信・ハイテク、既進出)</p> <p>✓ 日本の空港利用料は世界でも最も高い。加え、熾烈な競争のせいで企業は薄利多売モデルをとらざるをえない。(フランス、輸送・運輸、既進出)</p> <p>✓ 人件費が高いことから、製造拠点及びバックオフィスとしての魅力度は非常に低い。(オランダ、環境エネルギー、未進出)</p>
税率	<p>✓ 日本の税制は整っているが、香港やシンガポールと比べると法人税が依然として企業の大きな負担となっている。(フィンランド、情報通信・ハイテク、未進出)</p> <p>✓ 税率が非常に高い。(イギリス、情報通信・ハイテク、既進出)</p> <p>✓ 日本の課税制度は公平ではない。(インド、サービス・小売、既進出)</p>
地域内拠点へのアクセス	<p>✓ アジアの物流拠点としては立地的に向いていない。(アメリカ、サービス・小売、既進出)</p> <p>✓ 他のアジア諸国と物理的に離れているほか、時差もあるため地域統括拠点としては相応しくない。(イギリス、環境エネルギー、既進出)</p> <p>✓ 位置の関係上、物流コストが高い。例えば、日本からオーストラリアへの送料は日本から欧州よりも高い。(イギリス、情報通信・ハイテク、未進出)</p>
その他	<p>✓ 人口減少、米中貿易戦争、北朝鮮の核武装など地政学的なリスクが多い。(ノルウェー、情報通信・ハイテク、既進出)</p> <p>✓ 技術にせよ、社会にせよ、新たなものを取り入れる速度が遅い。(アメリカ、情報通信・ハイテク、既進出)</p>

次に、日本のビジネス環境の「強み」「弱み」について、回答企業の属性別に傾向をみた。

まず、回答企業の本社所在地別に見ると、欧州企業は、他の地域の企業に比べ、「資金調達環境の充実」「研究開発パートナーへのアクセス」を日本の強みと評価する意見が多かった。一方で、弱みに関しては、どの地域でも全体の傾向と同じであった。

日本への進出状況別に見ると、強みについては、既進出企業と未進出企業とで上位3位が同じである等、大きな傾向の違いはなかったものの、弱みについては、既進出企業は、未進出企業に比べ、「英語でのコミュニケーション」「事業活動コスト」を弱みに挙げる企業がより多かった。

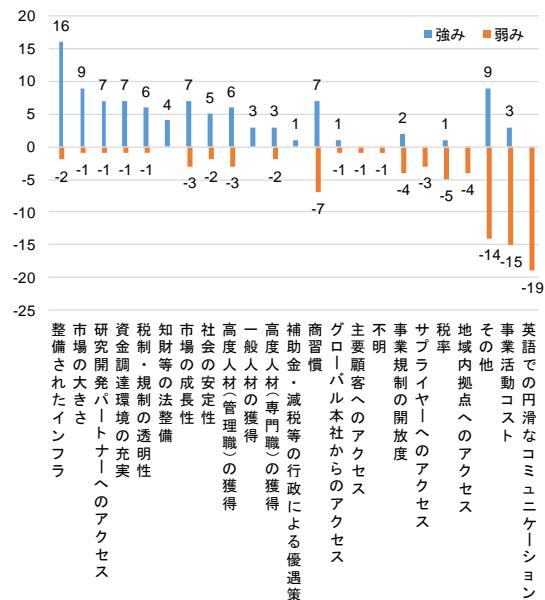
業種別に見ると、全ての業種において強みは「整備されたインフラ」が1位で、「市場の大きさ」が2位であった。3位に関しては、製造業が「商習慣」、情報通信・ハイテクが「高度人材(管理職)の獲得」、サービス・小売が「研究開発パートナーへのアクセス」と業種によって違いが出た。

一方で、弱みとして多かったのは、業種に関係なく「英語による円滑なコミュニケーション」「事業活動コスト」の2項目であった。

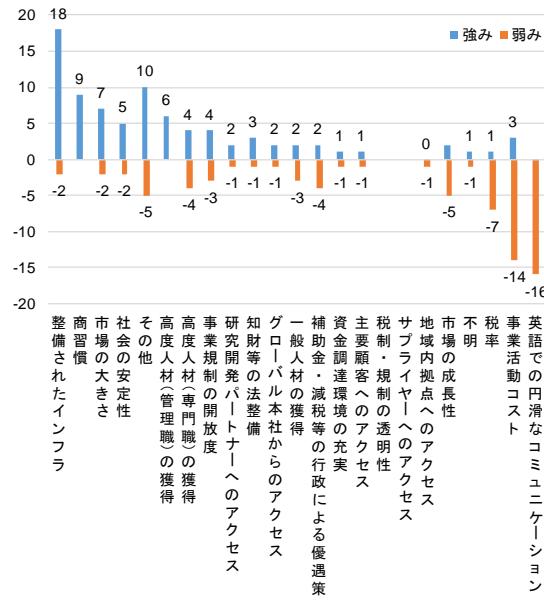
以上のように、企業属性により、日本の事業環境の「強み」「弱み」に対する認識に若干の相違が認められる結果となった。

### (地域別)

#### (欧州)



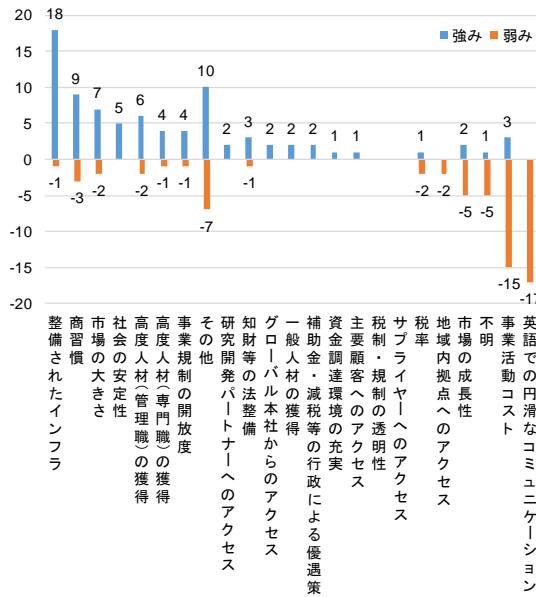
#### (北米)



(回答企業数)強み:41社、弱み:40社

(回答企業数)強み:34社、弱み:34社

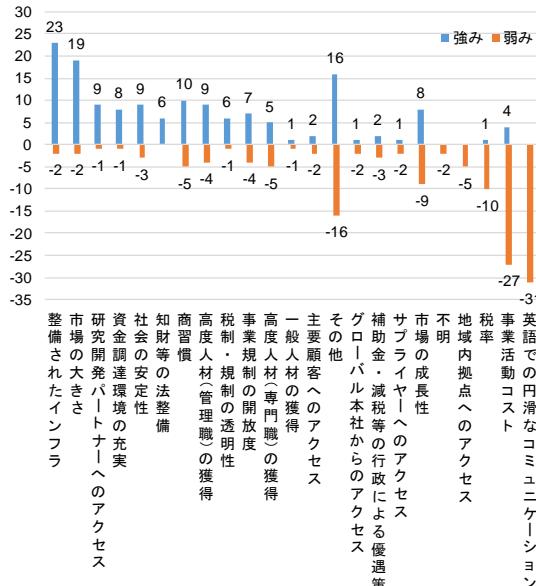
### (アジア・オセアニア)



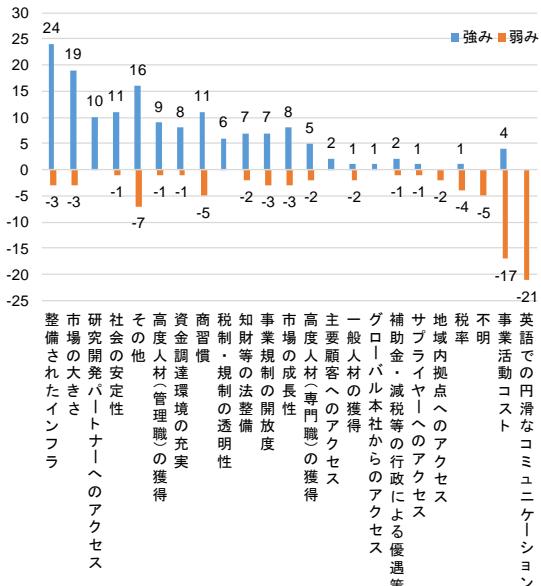
(回答企業数)強み:38社、弱み:34社

### (進出状況別)

#### (既進出)

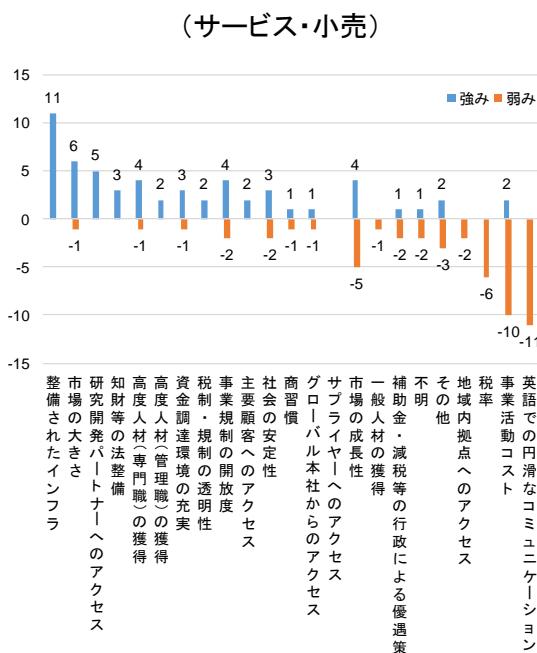
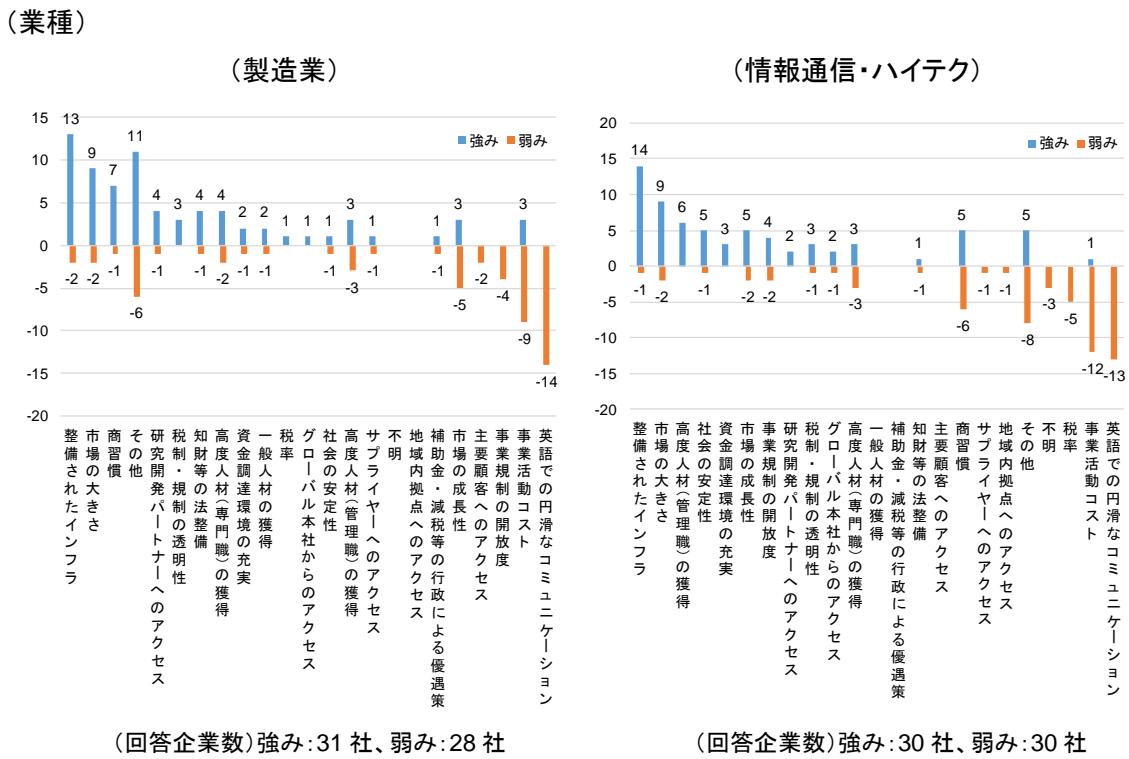


#### (未進出)



(回答企業数)強み:64社、弱み:62社

(回答企業数)強み:49社、弱み:46社



次に、日本の生活環境の「強み」「弱み」についての調査結果の分析を行う。日本の生活環境の「強み」としては、1位に「生活の質」、2位に「余暇施設等の充実」、3位に「治安及び社会の安定性」、4位に「医療環境の充実」が挙げられた。一方で、日本の生活環境の「弱み」として多く挙がったのは、回答数の多かった順に「外国語による生活」、「防災対応」、「外国人を受け入れる文化」であった。

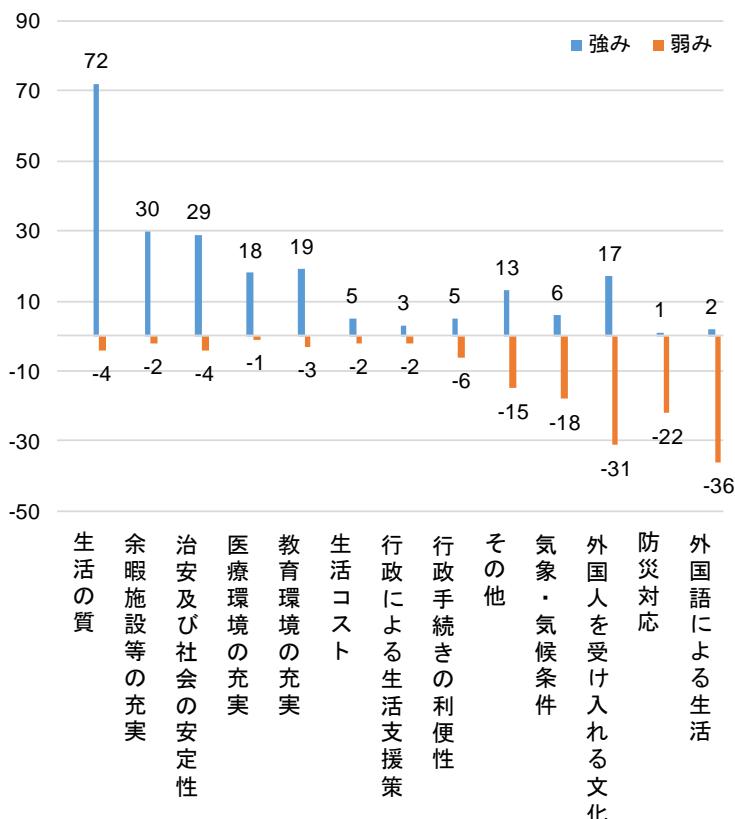
「強み」は項目、順位ともに前回調査と全く同じ結果となった。特定の項目に回答が集中する、という基本的なトレンドも変わっていない。

「弱み」については、前回調査では「生活コスト」が最も多いかったが、今回の調査では「外国語による生活」が最も多いかった。「日本人独特のニュアンスなどが分かりにくい」「多くの人が日本語に拘る傾向がある」等のコメントが多くみられた。前回、前々回調査と比べて「生活コスト」を弱みと回答した企業数は減少したが、生活費が高いという記述は他の設問も含め随所に見られたため、実際に大幅な改善があったとは言い難い。

#### ■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)
----	---

回答企業数 106社（「強み」又は「弱み」のどちらかに回答した企業数）



※「強み」と回答した企業数から「弱み」と回答した企業数を差し引いた値が大きな項目を左から順に表示。なお、「強み」について回答した企業数は104社、「弱み」について回答した企業は102社であった。(いずれも複数回答)

## ■日本の生活環境に関するコメント例

※本報告書では、前頁の回答企業数に基づき、「強み」の上位 4 項目、「弱み」の上位 3 項目を整理した。

(強み)

コメント例(カッコ内は企業情報)	
生活の質	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 東京の物価は高いが、その分製品・サービスの品質も高い。(アメリカ、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 日本は海外駐在員にとって快適に生活を送れる場所である。(台湾、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 日本の生活の質は高い。他のアジア諸国と比べても、ライフスタイル、食事、犯罪率、失業率など多くの点で優れている。(インド、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 環境保全の取組が進んでおり、空気や自然が美しい。(オランダ、環境エネルギー)</li> <li>✓ 交通インフラがよく発達しており、費用も欧米と比べても高くはない。また、治安、水質も優れている。(カナダ、環境エネルギー)</li> <li>✓ 鉄道は便利、時間に正確、効率的、また革新的である。(フィンランド、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
余暇施設等の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本では、一年を通して様々な催事が行われる。また、文化遺産や自然遺産も多く訪れたい場所が多い。(ドイツ、サービス・小売)</li> <li>✓ 明確な四季、それに伴う食材、風景の変化が素晴らしい。(インド、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 映画館、カラオケ、ゲームセンター等娯楽施設は日本全国至る所に存在する。また、スーパーマーケット等買い物ができる場所もある。コンビニは町中であればどこにでもあり大変利便性が高い。(フランス、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
治安及び社会の安定性	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高齢化社会の対策として様々な制度が刷新されている。また、日本政府は国際社会において平和促進や途上国支援を積極的に行っている。(フランス、運輸・輸送)</li> <li>✓ 日本の治安はとても良い。外国人、女性が一人で歩いても特に心配する必要はない。(フランス、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 東京や大阪のような主要都市の治安はとても良い。また、言論の自由やプライバシーは非常に重視されていると感じる。(台湾、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
教育環境の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 先進国として、日本の教育水準は高いと聞く。(アメリカ、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 教育機関のレベルが高い。また、欧米よりも学費が安い。(ドイツ、サービス・小売)</li> </ul>

(弱み)

コメント例(カッコ内は企業情報)	
外国語による生活	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 日本語を必ず話す必要性はないが、会話では日本語が好まれる。また、日本人独特のニュアンスや常識がコミュニケーションを難しくしている。(ドイツ、サービス・小売)</li><li>✓ 日本で暮らすには日本語を学ばなければいけない。(アメリカ、サービス・小売)</li><li>✓ 中国と同様に、言語が海外のビジネスや人材の流入を妨げる大きな要因となっている。(スイス、その他製造)</li><li>✓ 若い世代の間では、英語力及び英語を話すことへの抵抗という面で改善がみられる。一方で、日本で外国人として暮らすことは依然として容易ではない。(フィンランド、情報通信・ハイテク)</li></ul>
防災対応	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 日本は島国で頻繁に台風や地震などの自然災害に襲われている。日本に拠点(特に製造拠点)を設置する際は、これは大きな懸念材料になる。(アメリカ、情報通信・ハイテク)</li><li>✓ 自然災害が多い環境は、生活にとって大きなリスクである。(スウェーデン、情報通信・ハイテク)</li></ul>
外国人を受け入れる文化	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 日本人は自国の文化に誇りを持っているため、外の文化を受け入れにくい雰囲気がある。(スペイン、環境エネルギー)</li><li>✓ 言語は特に問題だと感じない。一方で、外国人にとっては地域社会に馴染むことが最も難しいと感じる。(インド、情報通信・ハイテク)</li><li>✓ 外国人はたとえ長年日本に住んでも、社会の一員になることは難しい。(オーストラリア、サービス・小売)</li></ul>

## (コラム) ユニコーン企業からみた日本の投資環境

冒頭の調査の背景と目的でも述べたように、近年スタートアップ企業はイノベーション創出の重要な担い手として存在感を強めている。よって、本年度の調査から新たに「スタートアップ企業の誘致」を調査の観点として加えた。

本調査を通して明らかになった、日本の投資環境に対するユニコーン企業（時価総額が10億米ドル以上で未上場のスタートアップ企業）の意見を整理する。

まず、本年度の調査で回答を得た116社の内、9社がユニコーン企業であった。加えて、1社のユニコーン企業からは電話ヒアリングを通じて日本の投資環境に関するコメントを得た。

調査の結果、ユニコーン企業計10社のうち、日本に進出済の企業、及び日本の企業と協業しているユニコーン企業の数は、それぞれ2社に留まり、日本の大学と協業している企業はなかった。サンプル数は少ないものの、日本がユニコーン企業のイノベーションとそれに伴う成長を上手く取り込めていけるとは言い難い。具体的には、「複雑な規制環境」「コミュニケーションの難しさ」の2点が主な要因だと考える。

### （複雑な規制環境）

今回の調査では、複雑な規制環境（事務手続き、税制等）は日本の事業環境の「弱み」として多くの企業から指摘が挙がった。この傾向はユニコーン企業の間でも同様である。しかし、技術・製品の開発サイクルが速いユニコーン企業にとって、この点は他の企業と比べてより死活問題になってくる。実際に、本調査では「日本に進出する上で大きな足かせは、言語の壁と複雑な規制である。日本へ参入したときは、法的手手続きや要件の厳しさに大変苦労した。（香港、サービス・小売）」、「シンガポールは日本よりも手続き、税制面において企業に対する優遇措置が優れている。また、外資にも広く門戸を開いているため参入が容易である。（インド、情報通信・ハイテク）」と日本の規制環境の厳しさを指摘する声が多かった。

このような規制や言語の壁という厳しさが実際にあることは間違いない。しかし、それと同時に、改善する気があるのか、どのように改善していくかといった点などについて、日本としてうまく伝えられえていないことも、日本に対する投資を控える理由となっていると考える。

### （コミュニケーションの難しさ）

イノベーティブなビジネスモデルを有するユニコーン企業にとって、物理的な拠点（製造設備、オフィス等）の設置は市場への新規参入に当たり必ずしも必要ではない。よって、日本がユニコーン企業の成長を取り込むには、日本の企業・大学との協業を推進することが重要だと考えられる。

「近年のアジア諸国の成長は目覚ましいものがあるが、それでもR&Dにおいては日本が最も高い技術力、優れた人材を有している。（スウェーデン、情報通信・ハイテク）」のように日本の技術力は評価されている。しかし、「文化的な違いからか、日本人とコミュニケーションをとることは非常に難しい。（インド、情報通信・ハイテク）」のようにコミュニケーションの難しさから協業先としての魅力度が低下していると考えられる。

上記の点は、以前からよく聞かれる点でもある。一般的に、日本人は、プロセス重視、細部にこだわるといった特徴が指摘されるが、これらの違いに問題意識を感じる日本人が少ないことが、なかなか変化・改善が進まない背景となっていると考えられる。

### 3.1.4. 日本に期待される機能

日本がどういったビジネス機能を設置するのに向いているかを調査した。調査は5~1の5段階評価で各機能について回答する形式で実施し、平均得点を算出することでどの機能を日本に設置することを企業が望んでいるかについて分析を行った。結果は最高が5点、最低が1点であり、平均の評価は3点となる。

調査の結果、前回に引き続き「R&D拠点」が最も高く、4.05点となった。理由としては「高い技術力」「優秀な人材のプール」などが挙げられた。続けて「販売拠点」が3.67点、「金融拠点」が3.31点、「製造拠点」が3.15点となっている。さらに、「地域統括拠点」が3.03点となっている。「バックオフィス機能」は2.55点で、前回に引き続き唯一平均の3点を下回った。

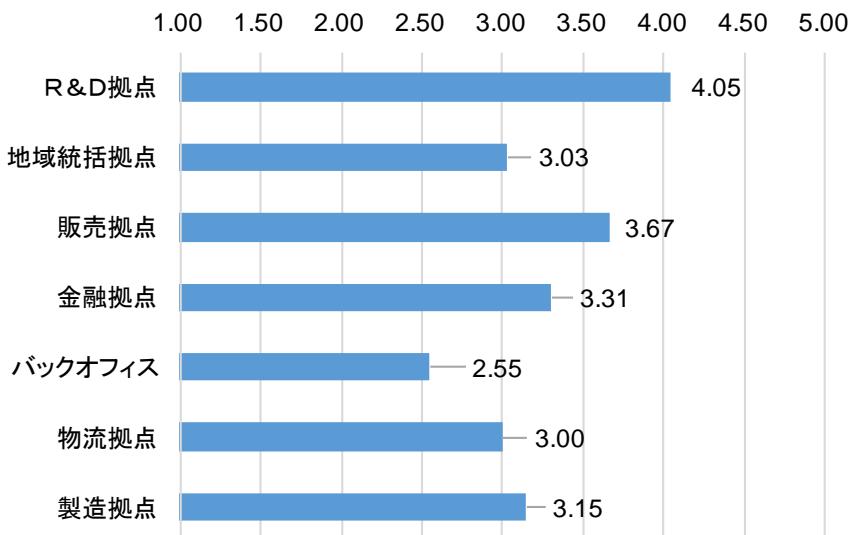
今回の調査で、日本にビジネス機能を設置する場合は「R&D拠点」が最も適切であると考えている企業が多いことが示された。また、「販売拠点」としての評価は前述したような市場への期待感から大きく改善した。一方で、他のビジネス機能において評価は僅かに減少した。

#### ■日本への投資形態

設問	日本はどういったビジネス機能を設置するのに向いていると思いますか。機能毎に5段階(1=最低評価~5=最高評価)で評価してください。
----	---

回答企業数:115社(1拠点以上に回答した企業数)

(全体)



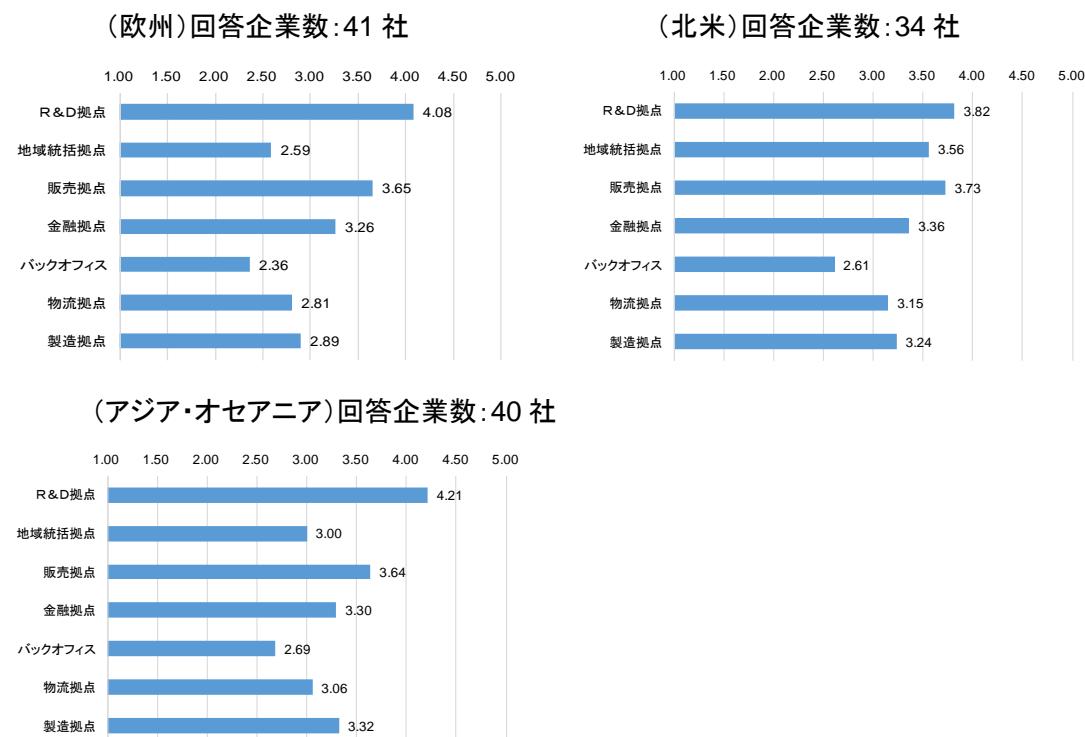
※ 平均得点を算出する際は、「分からない」と回答した回答者を除いた母数から計算を行った

回答企業の属性別に見ると、地域別では、「R&D 拠点」としての評価が、欧州及びアジア・オセアニアと北米で微妙に異なる。また、「地域統括拠点」としての評価は北米企業の評価が比較的高い。

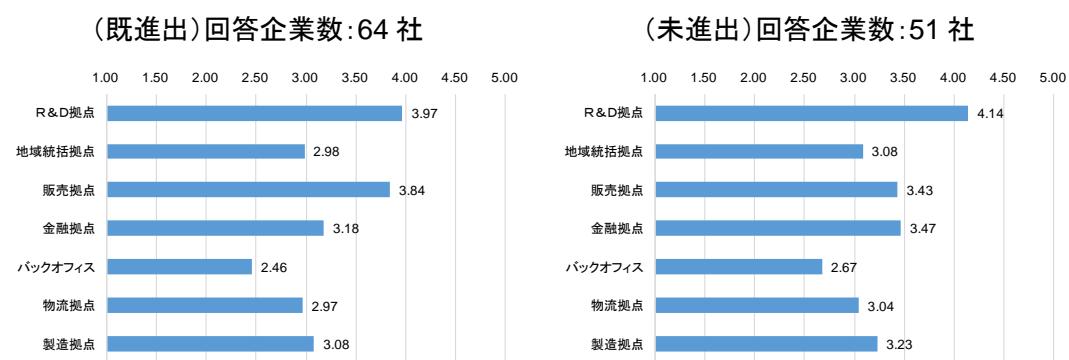
進出状況別では、既進出企業と未進出企業の評価の全体的な傾向は似通っている。未進出企業は、既進出企業よりもおおむね評価が高い。一方で、「販売拠点」としての評価は既進出企業の方が高い。

業種別に見ると、製造業及びサービス・小売の間では「R&D 拠点」としての評価が最も高かつたが、情報通信・ハイテクの間では僅差ではあるが「販売拠点」が最も高かった。

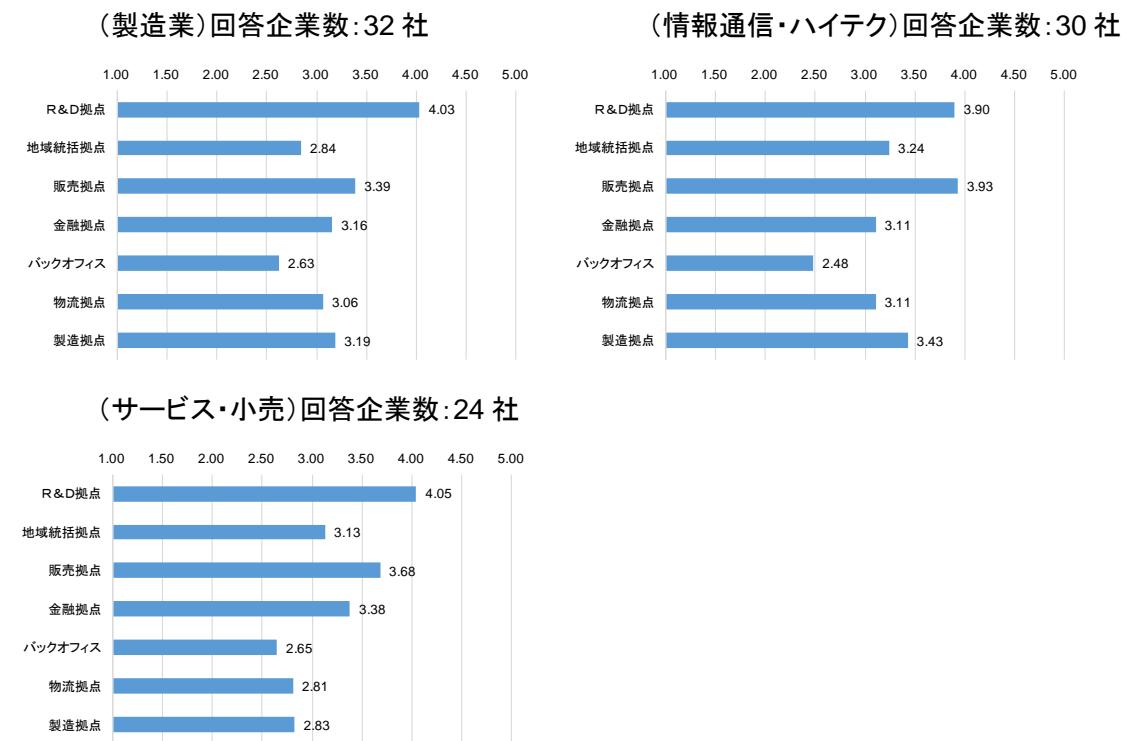
#### (本社所在地別)



#### (日本への進出状況別)



(業種別)



### 3.2. 日本の企業・大学との協業及び日本における投資形態

#### 3.2.1. 日本の企業との協業に関する外国企業の考え方

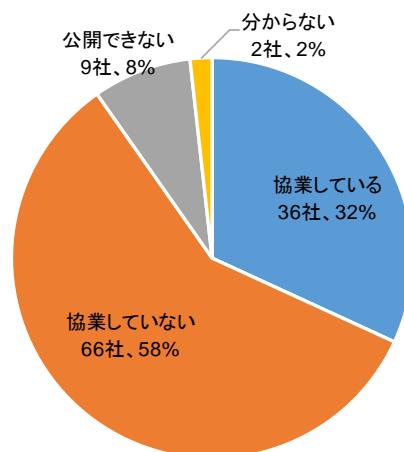
日本の企業と外国企業の協業実態(協業関係の有無、技術ドメイン、協業目的)を調査した。また、現在日本の企業と協業を行っていない企業については、協業を行っていない理由、魅力的だと考える技術ドメイン、協業目的の3点に関して調査を行った。

調査の結果、「協業していない」が66社(58%)で最も多く、「協業している」と答えた企業は36社(32%)であった。また、「協業していない」と回答した企業に対して理由を尋ねたところ、「日本に進出していない／する予定がない」が40社と最も多く、次が「十分な技術力、開発力を保持しているため、協業の必要性がない」の9社であった。

##### ■日本の企業との協業及び日本における投資形態

設問	貴社では現在、日本の企業と協業を行っていますか？
----	--------------------------

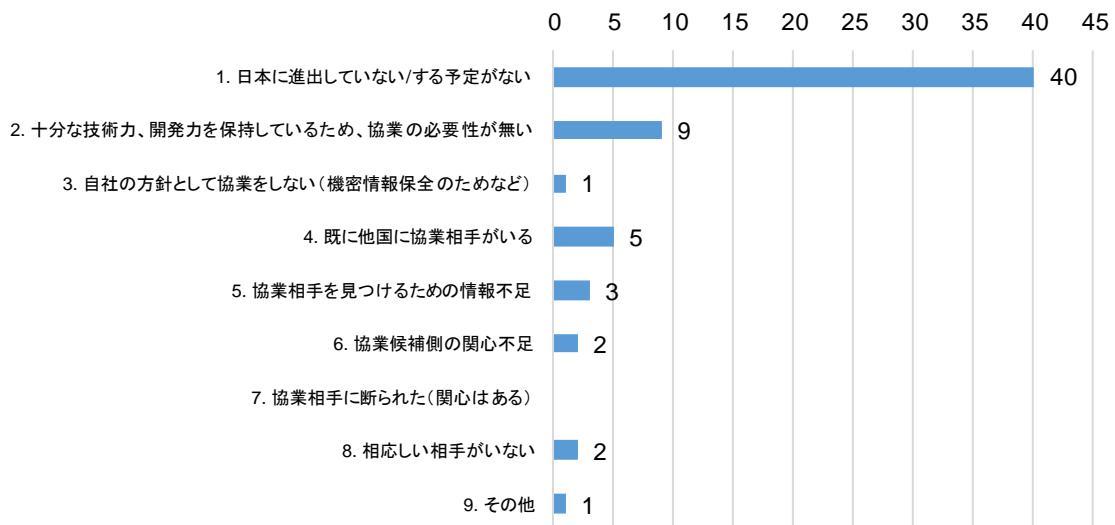
回答企業数: 113社



## ■日本の企業との協業及び日本における投資形態

設問	日本の企業と協業を行っていない場合、その理由をお答えください。(複数回答可)
----	--

回答企業数: 56 社



日本の企業と「協業している」と回答した企業に対して、技術ドメイン、協業目的の 2 点を調査した。

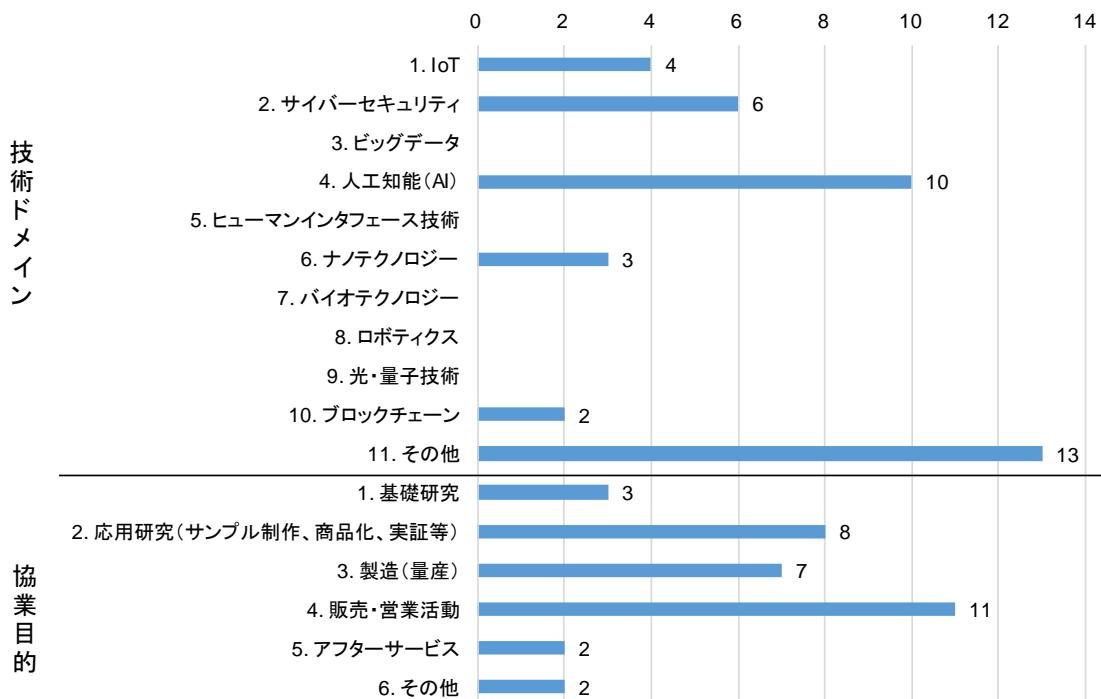
現在日本の企業と協業している技術ドメインに関しては、「その他」を除くと、「人工知能(AI)」が 10 社と、最も多かった。「その他」に関してはソフトウェアや情報通信関連技術に関する回答が多くみられた。

協業目的としては、「販売・営業活動」が 11 社で最も多く、次に「応用研究」が 8 社で多かった。それ以外では、「製造(量産)」が 7 社と多かった。一方で、「基礎研究」は 3 社、「アフターサービス」は 2 社と回答が少なかった。

■日本の企業との協業及び日本における投資形態

設問	もし日本の企業と協業を行っている場合、技術ドメイン・協業目的をお答えください。 (2つまで選択可)
----	--

回答企業数: 34 社(1つ以上回答した企業数)



日本の企業と「協業していない」と回答した企業に対して、もし協業を行うなら魅力的だと感じる技術ドメイン、協業目的の 2 点を調査した。

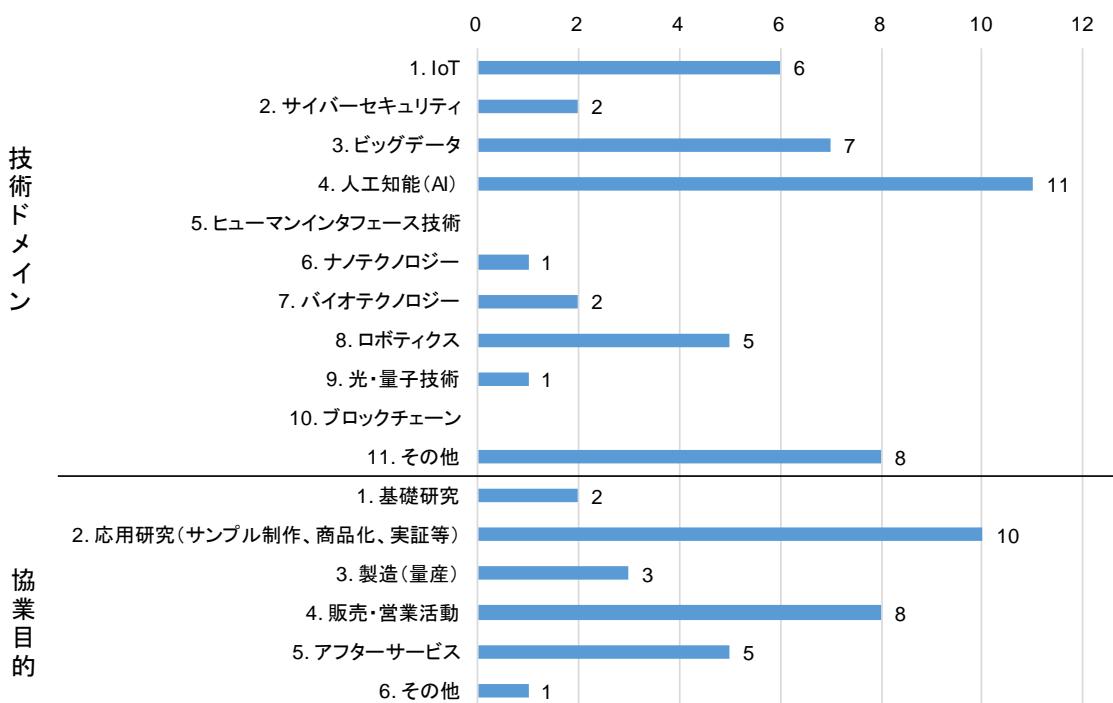
技術ドメインに関しては、「人工知能(AI)」が 11 社で最も多く、次点が「その他」で 8 社であった。「その他」としては、自動運転等に関連する技術が挙がった。

協業目的においては、「協業している」と回答した企業と上位 2 位の順位が逆で、「応用研究」が 10 社で最も多く、「販売・営業活動」が 8 社で次に多かった。

#### ■日本の企業との協業及び日本における投資形態

設問	(協業を行っていないと回答した企業が対象) 日本の企業と協業を行う場合に最も魅力的だと思う、協業を行っている技術ドメイン・協業目的をお答えください。(2 つまで選択可)
----	---

回答企業数: 42 社



### 3.2.2. 日本の大学との協業に関する外国企業の考え方

日本の大学と外国企業の協業実態(協業関係の有無、技術ドメイン、協業目的)を調査した。また、現在日本の大学と協業を行っていない企業については、協業を行っていない理由、魅力的だと考える技術ドメイン、協業目的の3点に関して調査を行った。

日本の大学との協業有無に関しては、「協業していない」と回答した企業が84社(79%)で最も多く、「協業している」と答えた企業は僅か9社(8%)に留まっている。

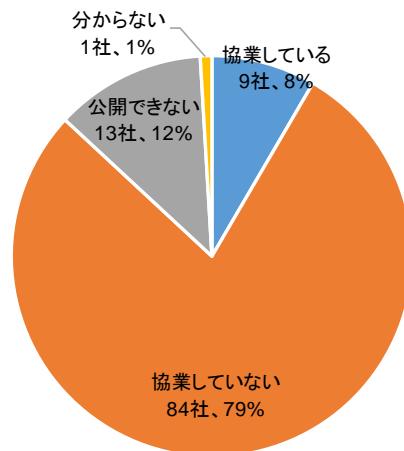
また、「協業していない」と回答した企業に対して、協業を行っていない理由を尋ねたところ、「日本に進出していない／する予定がない」が38社で最も多く、次が「十分な技術力、開発力を保持しているため、協業の必要性がない」「既に他国に協業相手がいる」の10社であった。企業との協業にも通じるが、日本に進出しない限り、多くの外国企業が日本の企業・大学と協業することに対して消極的であることが分かった。

また、少数意見ではあるものの、「協業相手を見つけるための情報不足」と回答した企業も7社あった。

#### ■日本の大学との協業及び日本における投資形態

設問	貴社では現在、日本の大学と協業を行っていますか？
----	--------------------------

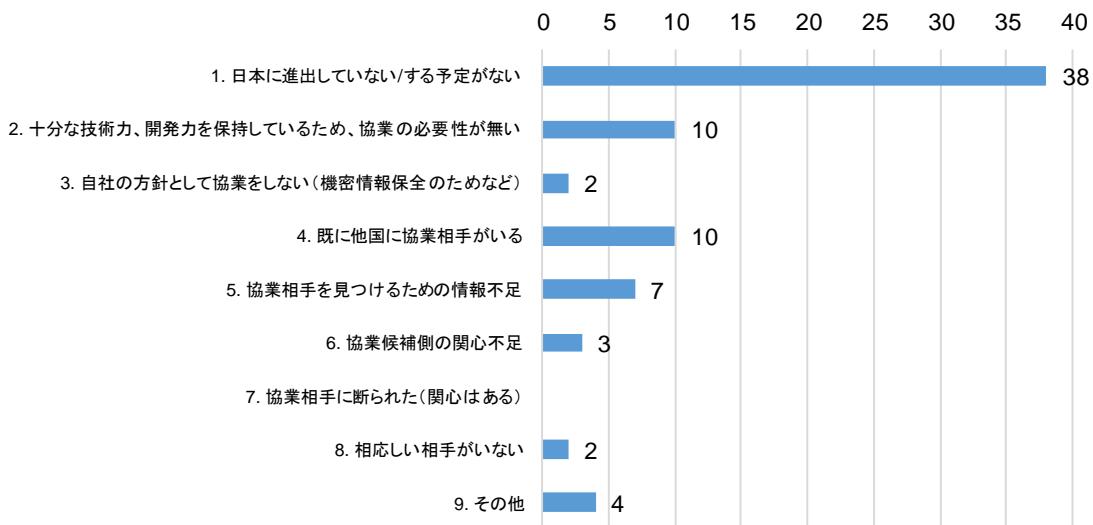
回答企業数: 107社



## ■日本の大学との協業及び日本における投資形態

設問	日本の大学と協業を行っていない場合、その理由をお答えください。(複数回答可)
----	--

回答企業数: 69 社



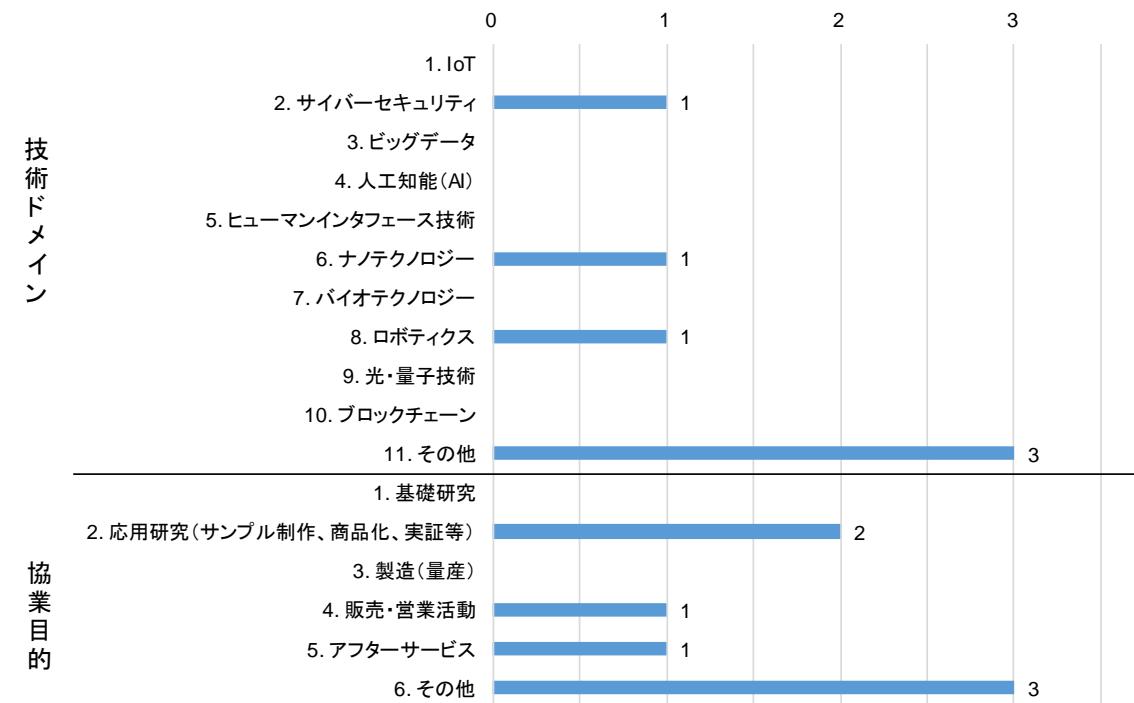
日本の大学と「協業している」と回答した企業に対して、技術ドメイン、協業目的の 2 点を調査した。

回答数が少ないが、「その他」を除くと、技術ドメインは、「サイバーセキュリティ」「ナノテクノロジー」「ロボティクス」がそれぞれ 1 社であった。また、協業目的は、「応用研究」が 2 社、「販売・営業活動」「アフターサービス」がそれぞれ 1 社であった。

■日本の大学との協業及び日本における投資形態

設問	もし日本の大学と協業を行っている場合、技術ドメイン・協業目的をお答えください。 (2つまで選択可)
----	--

回答企業数: 6社(1つ以上回答した企業数)



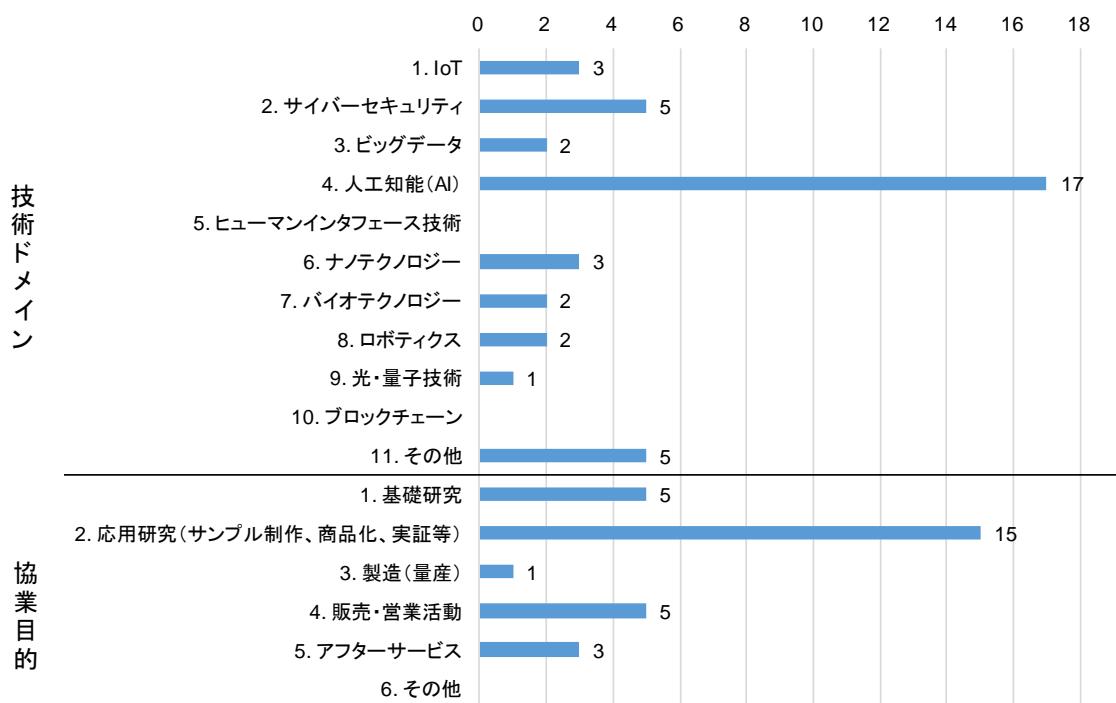
日本の大学と「協業していない」と回答した企業に対して、日本の大学と協業を行う場合に最も魅力的だと思う技術ドメイン・協業目的の 2 点を調査した。技術ドメインは、「人工知能(AI)」が 17 社で、他に大差をつけての 1 位となつた。

協業目的においては、「応用研究」が 15 社で、こちらも 2 位以降に大差をつけての 1 位となつた。

■日本の大学との協業及び日本における投資形態

設問	(協業を行っていないと回答した企業が対象) 日本の大学と協業を行う場合に最も魅力的だと思う、技術ドメイン・協業目的をお答えください。(2つまで選択可)
----	--

回答企業数: 40 社



### 3.2.3. 日本への参入又は投資拡大時の投資形態

日本への新規参入又は投資拡大に当たり、どのような投資形態が望ましいかについて調査を行った。

最も多くの企業が望ましいと考えている投資形態は「日本企業との業務提携」(40 社)で、次に、「JV 設置による投資」(37 社)が多かった。一方で、「少数株式取得による投資」(2 社)は望ましいとする回答は少なかった。「日本市場に新規参入する際には、現地パートナーの存在が不可欠である(インド、商業銀行)」、「日本市場はその他のアジア諸国と比べて、難しい。そのため合弁によって現地に精通するパートナーが必要(アメリカ、情報通信・ハイテク)」など、日本市場に新規参入する際のリスク低減を目的として、提携及び合資を志向する企業が多いことが要因として考えられる。

前回の調査では、「JV 設置による投資」が最も多く「日本企業との業務提携」が次点であったが、今回の調査では順位が入れ替わった。ただ、前回調査に引き続き、二つの選択肢の得票率にとりわけ有意な差はなかった。

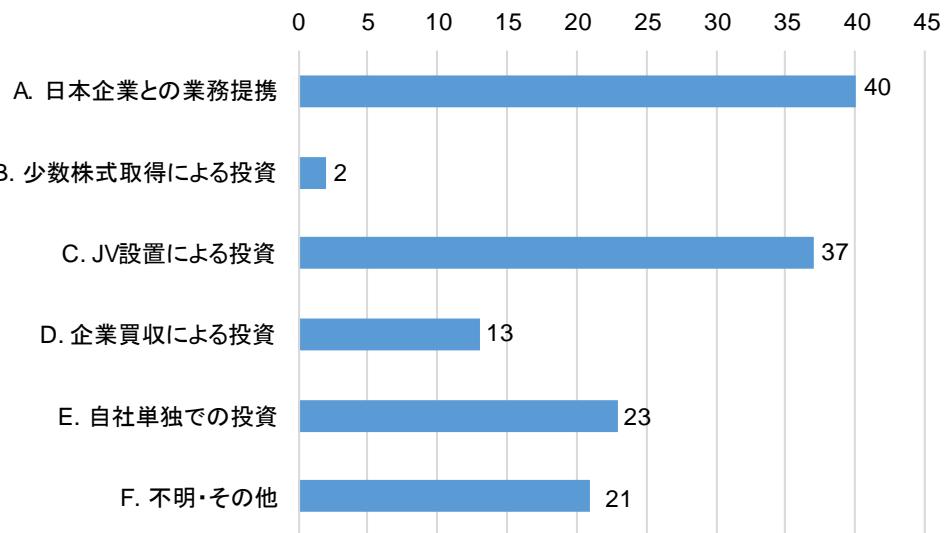
具体的な検討段階にある企業に対してその手法を尋ねた調査でも、望ましいとする投資形態は「日本企業との業務提携」が最も多かった。一方で、それ以外では「JV 設置による投資」の割合が相対的に減少し、「企業買収による投資」「自社単独での投資」などの独資による投資計画を検討している企業の割合が相対的に増えた。これは、具体的な検討段階にある企業の間で、日本での投資拡大を検討する既進出企業が多かったことが要因として考えられる。

■日本への投資形態

設問	日本市場へ参入する、又は日本市場での投資を拡大する場合、どのような投資形態で行うことが望ましいと考えますか。(複数回答)
----	--

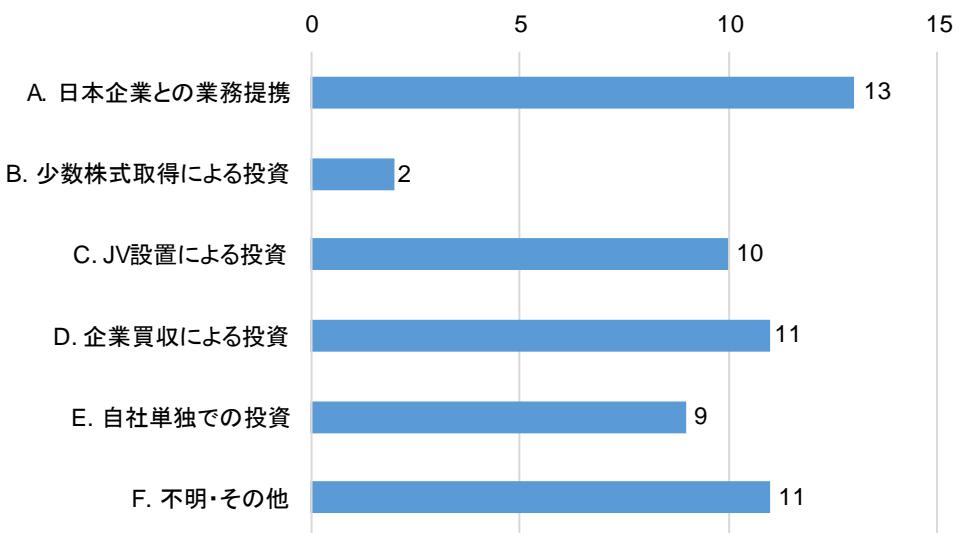
(全体)

回答企業数: 100 社 (2つまで選択可)



(投資形態について具体的な検討段階にある企業)

回答企業数: 42 社 (2つまで選択可)



### 3.3. 日本の投資促進策

#### 3.3.1. 外国企業の求める投資支援サービス

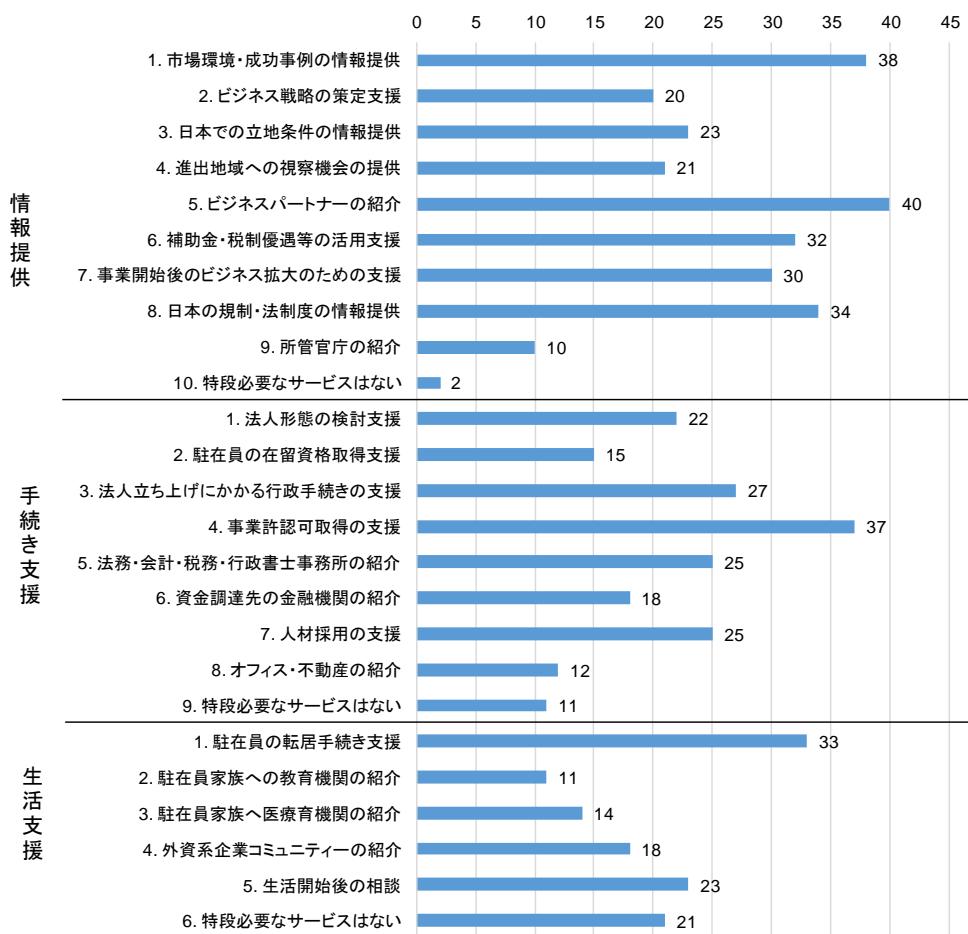
外国企業が求める支援サービス及び期待されるサービス提供者について調査した。

前回調査に引き続き、全体では情報提供サービスに対するニーズが最も高かった。情報提供サービスのうちでは、40社が「ビジネスパートナーの紹介」と回答した。手続き支援においては、「事業許認可取得の支援」が37社で最も多かった。これは情報提供における規制・法制度の情報提供と同様の意向が示された結果であり、規制や法整備を知り、理解した上で手続きまで行う一気通貫のサービスにニーズがあると考えられる。生活支援においては、33社が「駐在員の転居手続き支援」と回答した。

#### ■外国企業の求めるビジネス支援サービス及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？（複数選択可）
----	---

回答企業数：108社（1つ以上回答した企業数）



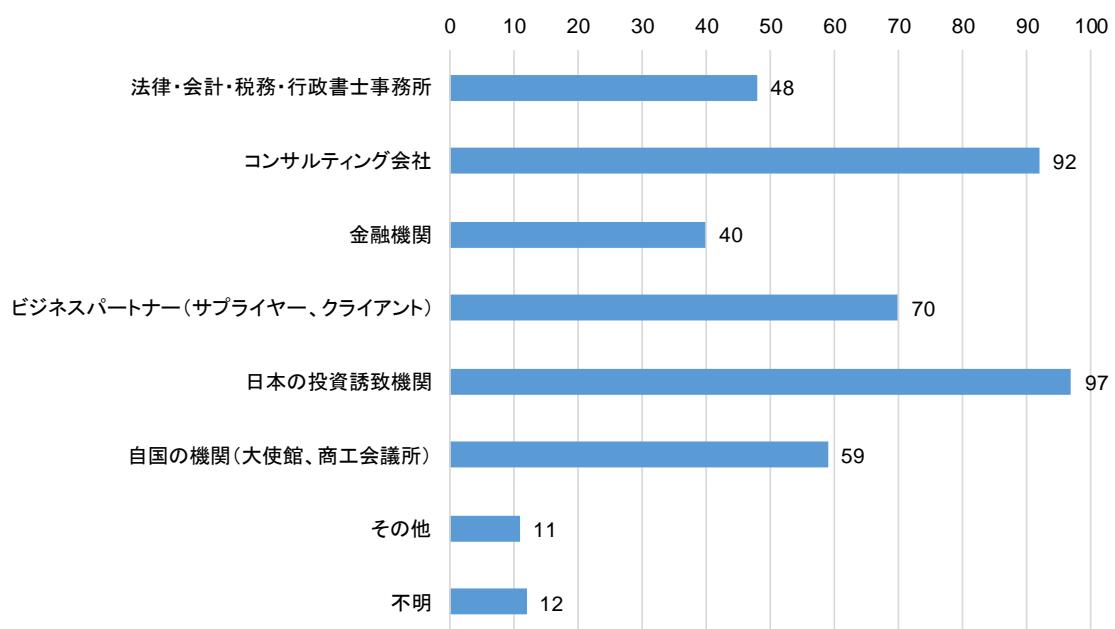
支援サービスの提供者としては、「日本の投資誘致機関」を想定している企業が97社で最も多かった。公的機関はこれらのサービスを基本的に無料で提供することが多いことが要因と考えられる。

一方で、民間の支援機関としては「コンサルティング会社」が92社と多かった。コンサルティング会社については、特にグローバルな支援を提供できる事業者は世界各国に拠点を持っていることから日本においても本社所在地においても支援を提供できることが要因と考えられる。また、今回の調査では、「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」等の事業の実務的な側面における情報提供サービスに対するニーズが高かったことも一因として考えられる。

#### ■外国企業の求めるビジネス支援サービスの提供機関

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？(複数回答可)
----	---

回答企業数：107社



### 3.3.2. 日本の対内直接投資促進策に関する外国企業の考え方

日本の投資環境改善へ向けた具体的な意見・示唆を得るため、今回の調査では以下の投資促進政策に関して個別に、1)政策の認知度、2)政策の評価、3)政策の使用実績の3点を調査した。(前回調査までは日本の投資促進政策全般に関わる意見を求めた。)

(本調査の対象となった投資促進政策)

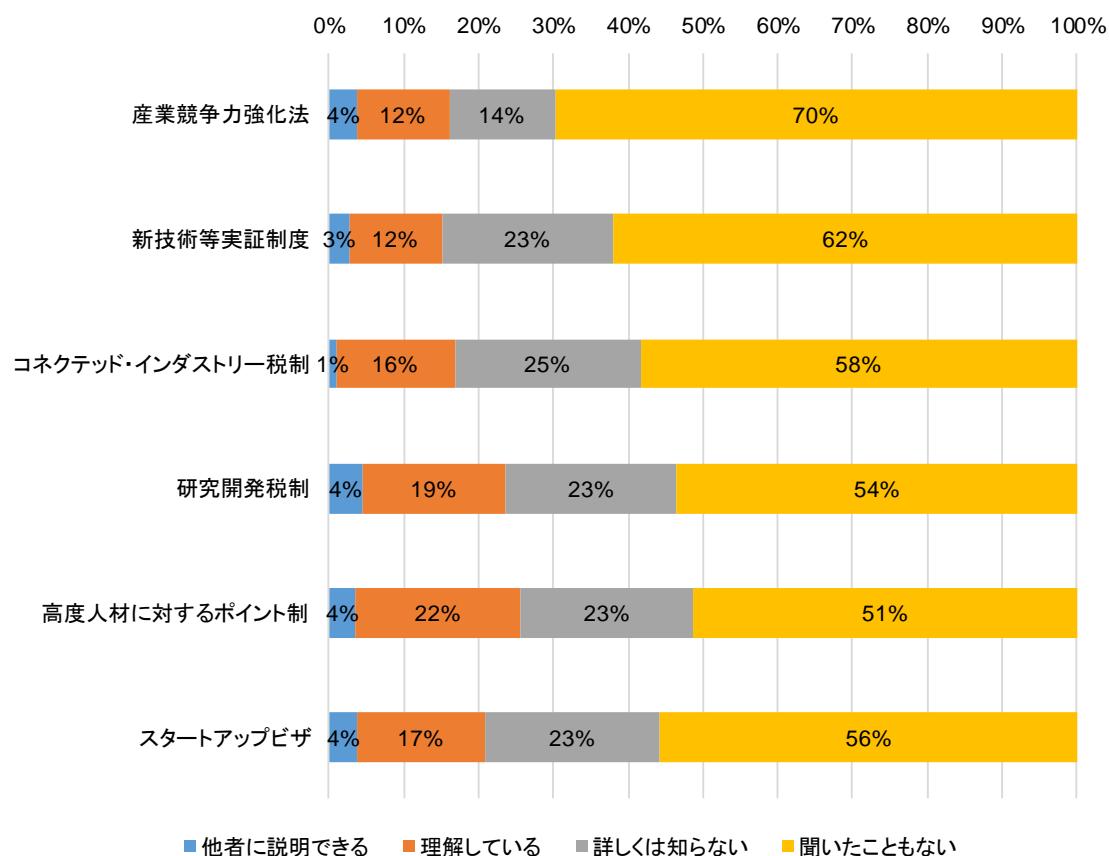
政策名	政策の概要
産業競争力強化法 (グレーゾーン解消制度)	事業計画に即して規制の解釈、適用の有無を確認できる制度等
新技術等実証制度 (サンドボックス制度)	既存の規制にとらわれることなく新しい技術やビジネスモデル等の実証を行うことができる環境を整備、迅速な実証及び規制改革につながるデータの収集を可能とする制度
コネクテッド・ インダストリー税制	データ連携・利活用により、生産性を向上させる取組に必要となるシステムや、センサー・ロボット等の導入を支援する税制措置
研究開発税制	民間企業が業務上行う試験研究費の一定割合の金額をその事業年度の法人税額(国税)から控除できる制度
高度人材に対する ポイント制	高度な能力や資質を有する「高度人材外国人」に対して出入国管理上の優遇措置を講ずる制度
スタートアップビザ	外国人が日本で起業時に本来必要な「経営・管理」の資格がない場合でも、半年から1年の間起業準備のために在留資格を得られる制度 ※資格の取得条件は事業所の確保及び500万円以上の投資又は2人以上の常勤職員の雇用等

全体として、外国企業の間での投資推進政策の認知度はなく、全ての政策において「聞いたこともない」が過半数を占めた。最も認知度が高かったのは「高度人材に対するポイント制」で、49%が認識(「他者に説明できる」「理解している」「詳しくは知らない」の合計)していた。次いで、「研究開発税制」が46%と高かった。差は大きくないものの、全体として免税や手続きの簡易化を目的とした政策の周知度がより高いことが分かった。

## ■日本における投資サポート、投資促進政策

設問	日本政府が実施している以下の投資促進政策に対するあなたの理解度を選択肢からお選びください。また、各政策に対する評価、それらの政策を実際に使用したことがあるかも併せてお答えください。
----	--

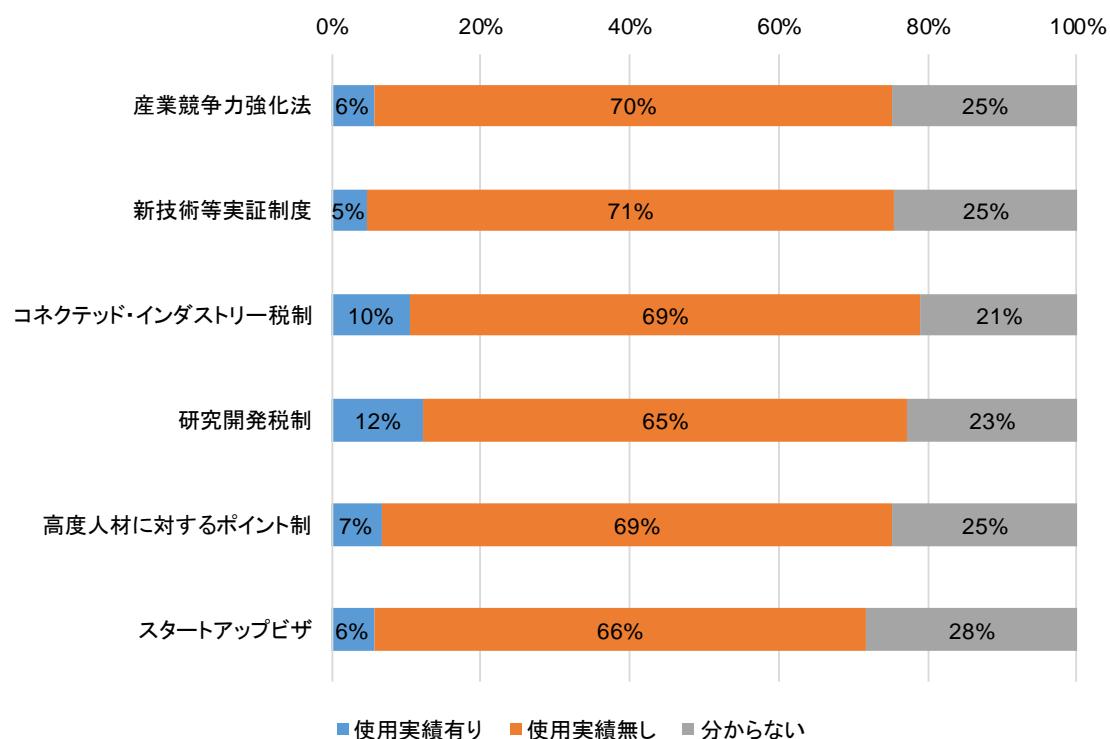
(政策の認知度)回答企業数: 115 社(1つ以上回答した企業数)



投資促進政策の使用実績をみると、「使用実績無し」と回答しており、「使用実績有り」は10%前後に留まっている。要因としては、そもそも今回の調査対象企業の45%が未進出企業であることに加えて、前述した通り政策の認知度が低かったことが挙げられる。

「コネクテッド・インダストリー税制」「研究開発税制」のような免税にかかる政策は、企業の業種に関わらず関連性が高いため、「使用実績有り」の割合が僅かではあるが、他の政策よりも高かった。

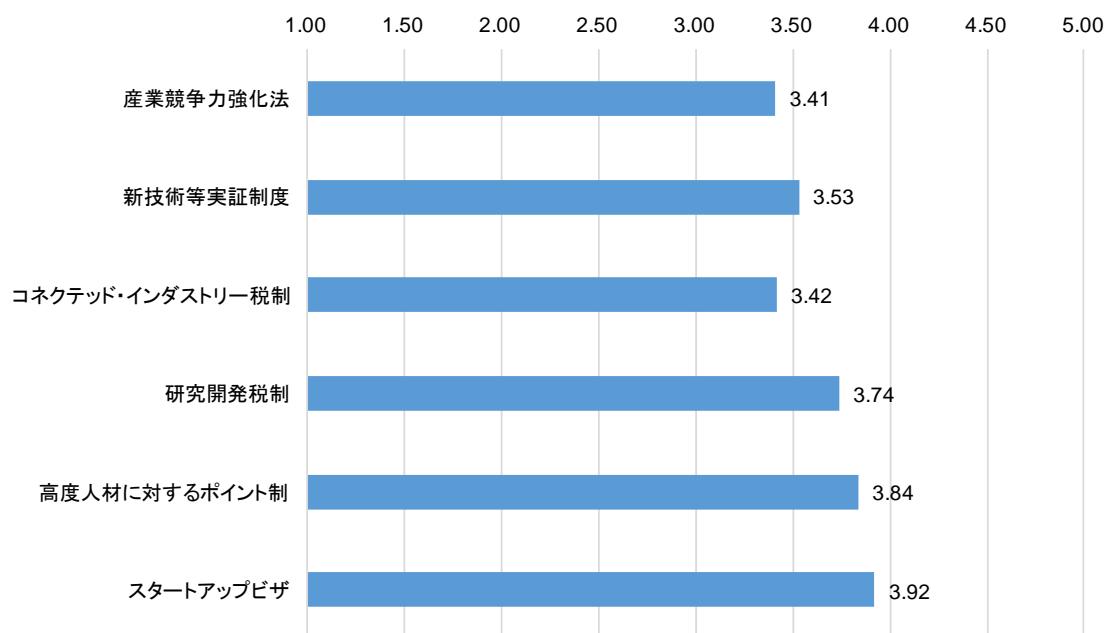
(使用実績)回答企業数:106社(1つ以上回答した企業数)



日本の各投資促進政策に対する評価を5段階(5=最高評価～1=最低評価)で質問し、平均得点を算出した。

本調査の対象とした全ての政策において平均3.0(どちらでもない)を上回る結果となった。個別の政策をみると、「スタートアップビザ」が3.92点で最も高く、続いて「高度人材に対するポイント制」が3.84点で次いで評価が高かった。外国企業が日本へ投資をする際に、入管手続きなどの手続き上の課題に直面することが多いことが要因として考えられる。

(政策の評価)回答企業:113社(1つ以上回答した企業数)



設問の最後に、1)日本の事業環境の有効性や改善点、2)対日投資政策の有効性や改善点、3)新設すべき政策に関する自由記述欄を設けた。

	コメント例(カッコ内は企業情報)
事業環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本の投資環境は信用度が高く知財の侵害等のリスクは低いが、意思決定は非常に遅く、商標登録などの手続きも非常に煩雑である。しかし、品質の高いサービス、商品を継続的に市場に送り出すことで、確実にサプライヤーや顧客の信頼を得ることができる。その点から、一度事業基盤を固めることができれば、アジア諸国の中では魅力的な事業環境だといえる。(イギリス、商業銀行)</li> <li>✓ 日本国政府は問題を認識しており、近年は改善も見えるが、高い税率と面倒な税務手続きは非常に厄介である。(インド、化学)</li> <li>✓ 日本の製薬市場は質が高く、魅力的である。ただ、複雑で厳しい規制により、新規参入企業にとって既存の大手企業と競合することが難しい。(インド、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 日本の製薬業界の規制は欧米などにおける国際的なスタンダードから独自の発展を遂げている。よって、新規参入を行う外国企業にとっては、規制の理解と適応が大きなコストになっている。(インド、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 日本の法制度は、国境を越えたモノ、サービスの取引という世界的なスタンダードへ向かいつつある。(フランス、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ ワークライフバランスに係る不名誉な評判を払拭すべきである。さもなければ、外国企業が事業を設立しても、誰も日本へ来て働きたいとは思わないからだ。(ドイツ、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 人々は対面のコミュニケーションを好むため、意思決定速度が更に遅れる。(ドイツ、情報通信・ハイテク)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本企業の意思決定速度は遅い。これは、意思決定速度が企業の明暗に大きな影響を与える昨今のビジネス環境においては致命的である。特に、我々のようなスタートアップ企業にとっては、投資・提携に際して大きなボトルネックとなる。(シンガポール、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 日本企業は意思決定が遅く、時代に取り残されている。(カナダ、環境エネルギー)</li> <li>✓ 言語と高い事業運営コストは外国企業の主要課題である。(スイス、環境エネルギー)</li> <li>✓ 日本企業は重要な仕事をさせる際に、日本人を好む傾向が強い。これは、信用の問題かもしれない。ただ、これ以外は特に問題は感じない。(韓国、商業銀行)</li> <li>✓ 日本のインフラはよく整備されているが、時代とともに近代化及びアップグレードが求められている。また、不必要的手続きや非関税障壁を撤廃すべきである。(ノルウェー、環境エネルギー)</li> <li>✓ 日本では一定以上の金額の契約に印紙をつけることを義務化しているが、これは非常に時代遅れで廃止すべきである。(ノルウェー、環境エネルギー)</li> <li>✓ 日本人と働いて分かったことは、彼らは効率が悪いということである。長時間労働が常態化しているのは、そのせいだと考える。(ドイツ、その他製造)</li> <li>✓ 日本の労働倫理は我々とは全く異なる。だが、日本人は仕事に情熱を持っており、規律がある。そのような環境で事業を行うことは、我々にとっても実りのあることだと思う。(アメリカ、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
投資促進政策について	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ イノベーティブな企業を支援・誘致するための「スタートアップビザ」の政策的な方向性は正しいと思う。ただ、市場で事業を設立し、軌道にのせるまでは長い時間が必要になるため、現在の1年間は短すぎる。(イギリス、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 更なるプロモーションが必要である。良い政策があっても、周知されていなければ、意味がない。(インドネシア、輸送・運輸)</li> <li>✓ このような政策が更に周知されれば、日本に対して投資を行う人はたくさんいる。また、プロモーションを行う際には、日本単独で行うのではなく、諸外国とのコラボレーションの中で推進すべきである。(中国、その他製造)</li> <li>✓ 投資促進政策とは少し異なるが、政府は人々が外国人やその文化に対して更にオープンになるような社会づくりを推進すべきである。(アメリカ、サービス・小売)</li> <li>✓ インドは日本で不足しているIT人材を大量に有する、日本にとって良きパートナー候補である。二国間の経済交流を加速させるためにも、特定分野に従事する労働者のビザ発給手続きの簡易化、二国間租税条約における「技術サービス」の明確化などの実務的な改革を進めるべきである。(インド、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 「高度人材に対するポイント制」は今後の日本の経済にとって重要となる海外の人材の誘致に非常に有効だと考える。また、日本政府がこのようにコンサルティング会社を用いて投資環境改善のための事業を行っていることは非常に前向きに評価できる。(アメリカ、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 米中と違い、日本では資金調達を行うためのVC、エンジェル投資家を見つけることが難しい。スタートアップにとって投資促進政策自体はあまり役に立たないため、VCなどを構造的に支援する仕組みをつくるべきである。(アメリカ、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 日本の投資促進政策について情報を得ようと思ってもどの機関が適切か分からぬ。また、そのような機関を見つけたとしても、日本の場合は日本語と英語の記載内容が大きく異なることが多く混乱する。(香港、投資銀行・証券)</li> </ul>
新たな政策	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本政府は常に新しいプロジェクトの立ち上げに熱心であるが、その成果を徹底的に調査することはあまりしていない。イノベーションを促進し、同国での事業を支援するための資金は、ほぼ横ばいであり、不足しているケースは少ない。政府は代わりに、日本国外でのキャリアを築くために、大学生や大学院生を支援するための手厚い支援を提供すべきである。自立した個人として海外にいることは非常に重要であり、将来の日本の最大の資産となるだろう。(フランス、情報通信・ハイテク)</li> </ul>

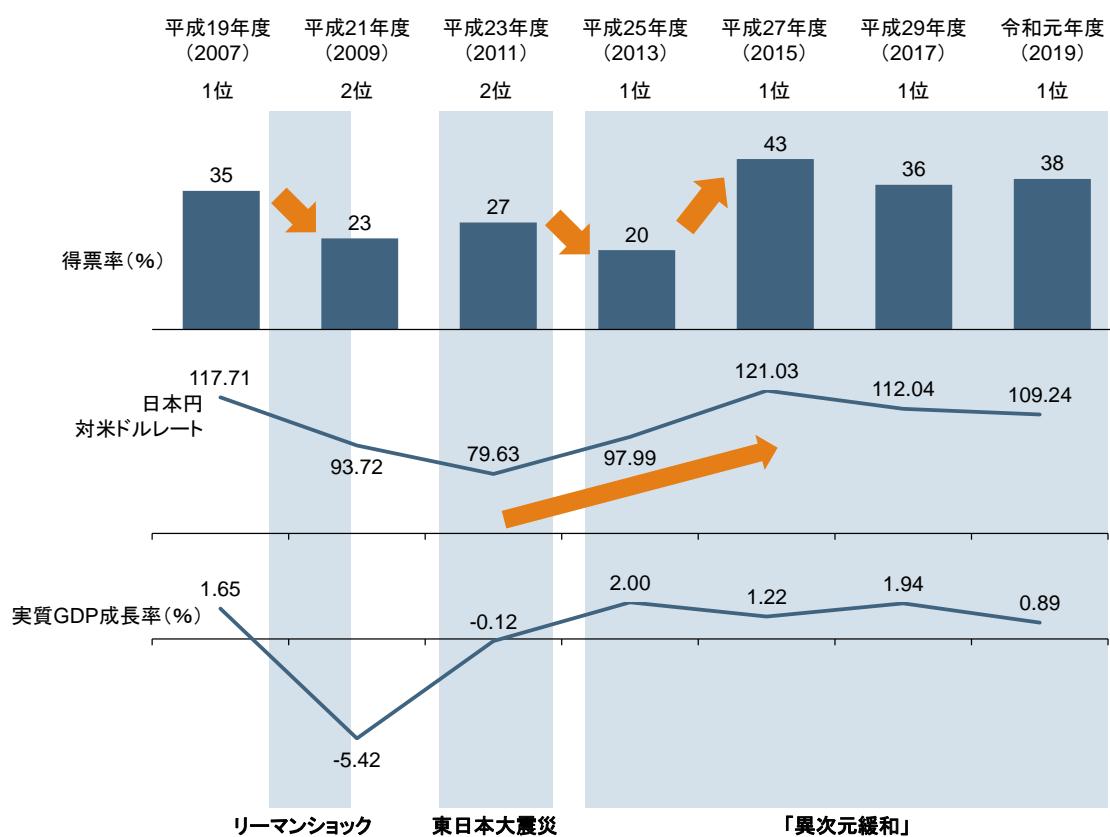
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 法人税及び所得税の水準は香港やシンガポールなどと比較して非常に高い。また、企業や高度なスキルを有する労働者に対する税金の控除を中心としたインセンティブ制度を強化すべきである。(オーストラリア、その他金融)</li> <li>✓ 日本政府は、現行の航空産業の刷新を行う必要がある。外資に対する規制や高い事業コストの削減を始めとする門戸開放政策を推進することで、企業と顧客の双方が利益を得るための構造ができる。(フランス、運輸・輸送)</li> <li>✓ 高額なオフィス賃料、人件費は進出を検討する際に大きな障壁となる。この点に対して日本政府の更なる支援が必要である。(イギリス、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 人材育成は経済成長にとって重要であるが、海外のトップ大学における日本人学生の数は年々減少している。政府は学生の海外進出の推進、また金銭的な支援を強化すべきである。(ノルウェー、環境エネルギー)</li> <li>✓ 外国人駐在員が日本の地域社会に馴染むための支援策をとるべき。(香港、投資銀行・証券)</li> <li>✓ 外国企業からの問い合わせ窓口を一本化すべき。また、その窓口でライセンスやクリアランスを委託できる第三者と繋がることができれば外国企業の事業立ち上げにかかるコストと時間は大きく削減できる。また、日本政府は外国人居住者に対する課税制度を簡易化するとともに、税率を下げるべきである。(イギリス、医療品・医療機器)</li> </ul>
--	--

#### 4. 日本及びアジアを取り巻く経済社会状況の変化の影響

本章では、立地優位性が高いとされた国・拠点を対象に、為替、マクロ経済指標、社会事象が順位・得票率に与える影響を分析し、立地競争力が生まれる要因について分析・考察する。ここでは、分析の対象を、拠点タイプ別の投資魅力度で1位を取得したものの中から、日本・R&D拠点、中国・製造拠点、シンガポール・地域統括拠点、インド・バックオフィスを、また、今回大きな傾向変化があったものとして、香港・金融拠点を対象とする。

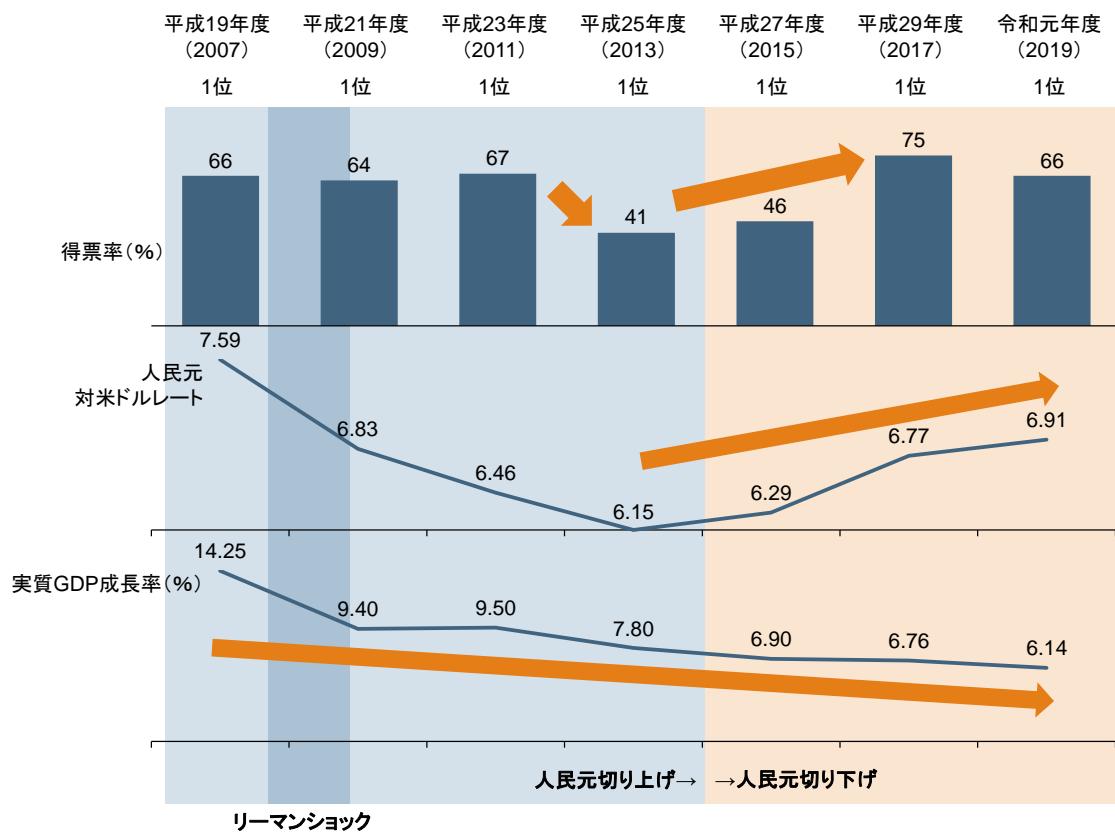
まず、日本・R&D拠点については、リーマンショック後、東日本大震災後のそれぞれにおいて得票率が下がっており、世界の経済事象、並びに国内の自然災害に影響を受けたことが分かる。また、平成27年度には得票率が大きく伸びているが、これは「異次元緩和」を背景とする日本円の急激な切り下げとタイミングが合致しており、事業コストに直結する為替レートも、立地競争力の要因として重要であることが示唆される。本傾向は、引き続き今年度の調査結果にも現れた。

##### ■日本・R&D拠点



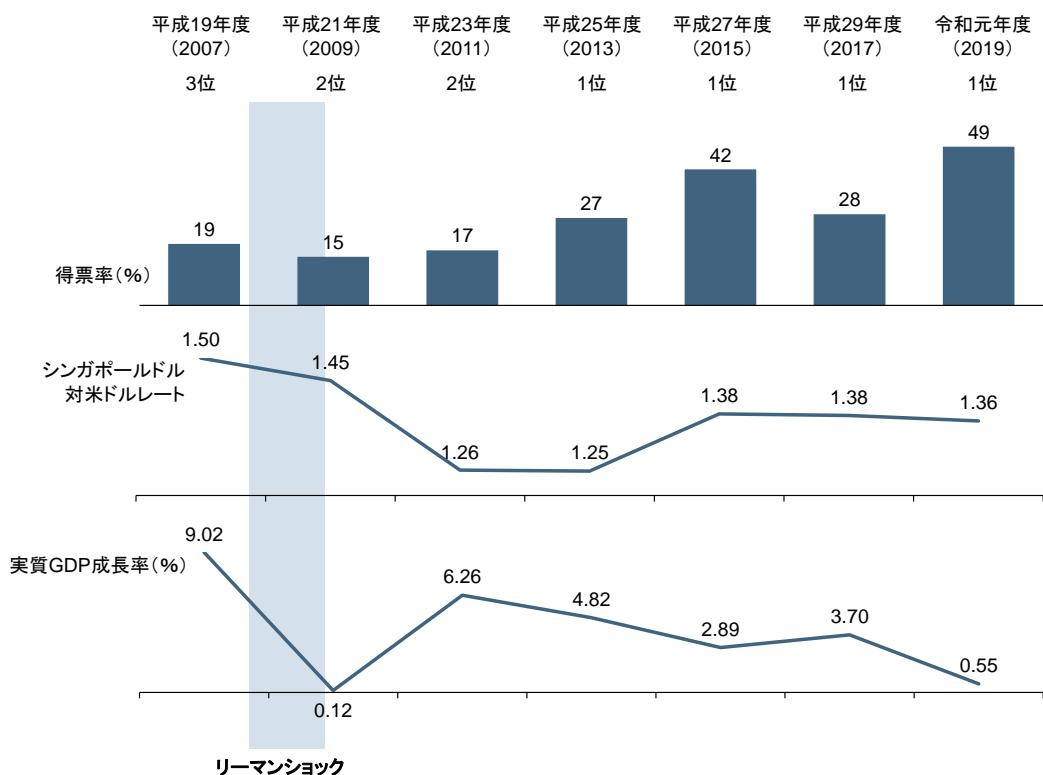
中国・製造拠点については、人民元の切り上げ期間中、リーマンショックの時期を含め、平成23年度までは大きな変動はなかったものの、経済成長が減速し始めた平成25年度には得票率が大きく低下した。その後、経済成長の状況は変わらないものの、中国政府が人民元の切り下げに踏み切った後、傾向が逆転し、平成29年度調査では、75%と非常に高い得票率となった。今年度の調査結果においても、人民元安の傾向は続いているが、得票率も66%と、前回調査を下回りつつも、高水準を維持しており、昨今の米中貿易摩擦の影響はさほど出なかった。中国のケースでも、為替政策の動向が立地競争力に大きく影響していると考えられる。

### ■中国・製造拠点



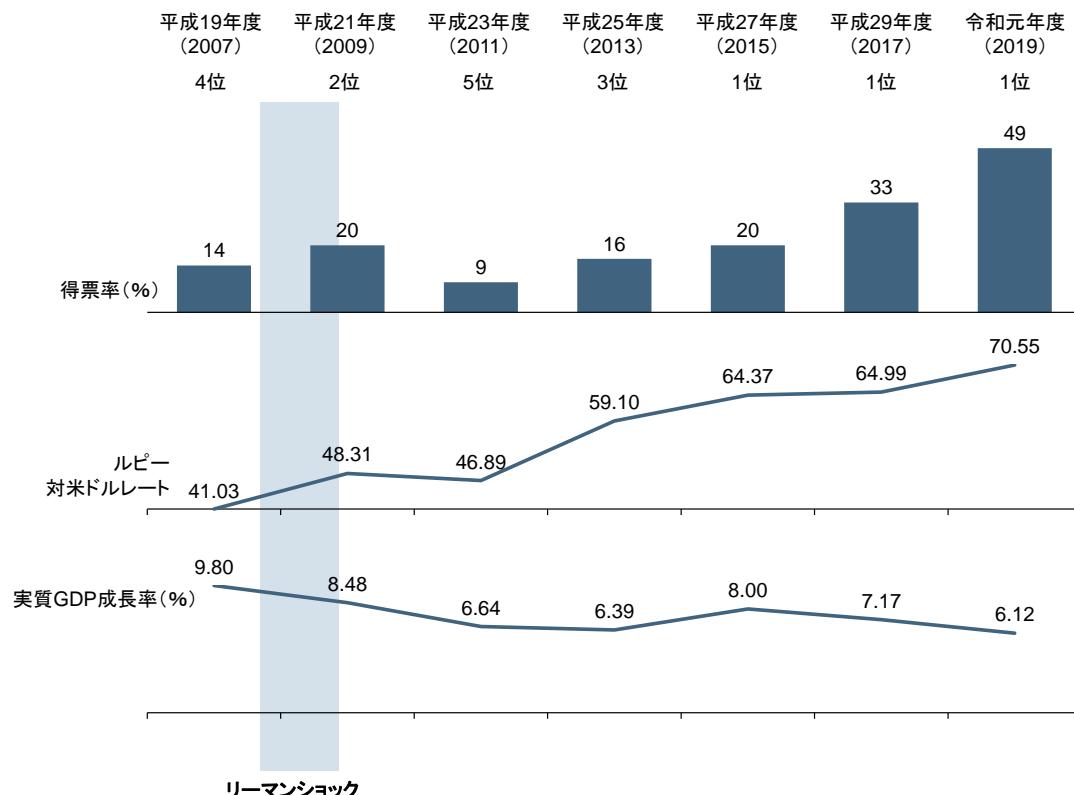
シンガポール・地域統括拠点については、リーマンショック後得票率が下がっているものの、その後は為替・経済成長に関わらず平成27年度調査までは得票率を延ばした。以後、得票率1位を維持し、特に今年度は得票率が49%と、過去最高水準となった。

#### ■シンガポール・地域統括拠点



インド・バックオフィスについては、リーマンショックの影響はほぼ見られず、また、為替の切り下げ傾向とともに、平成23年度調査以降得票率は伸び続け、今年度調査では得票率が過去最高の49%となっている。目立った政情不安要素が見られない中、経済成長が比較的高水準なまま安定的に継続していることが、評価を高めている可能性が高い。

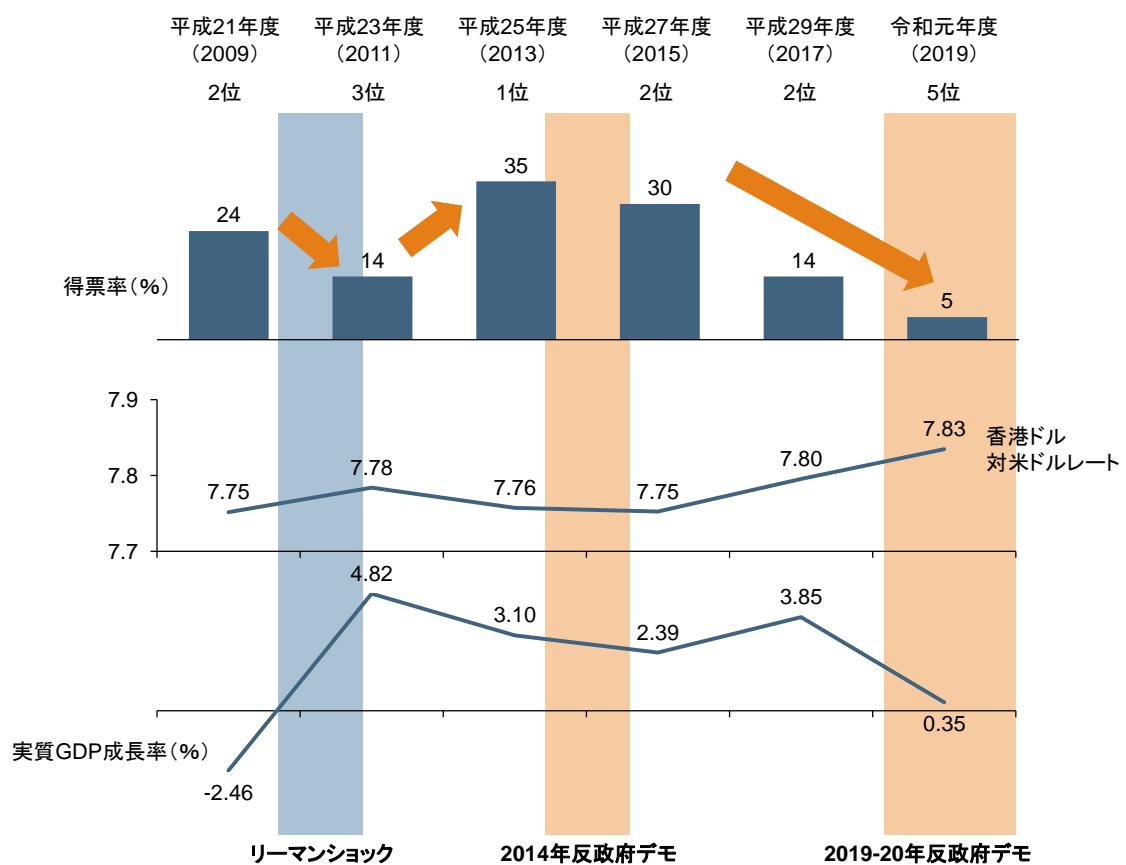
#### ■インド・バックオフィス



今年度、特に大きな傾向の変化が見られたのが、香港・金融拠点である。2014 年の反政府デモ(いわゆる「雨傘運動」)前の 2013 年度に得票率が 1 位となって以降、得票率は下がり続けている。今年度は得票率が大きく低下しているが、再度問題化し、現在も続いている反政府デモが影響していると考えられる。香港ドルは切り下がっており、この点は通常プラスに作用するものの、マイナス要因となる政情不安の影響がそれを大きく上回る結果となっている。

政情や経済の安定性が、外資企業の投資意向に与える影響が大きいことを改めて示す事象である。

### ■香港・金融拠点



## 5. 今後の国及び自治体の取り組みについての考え方

### 5.1. 国の取り組みについての考え方

本節では、本調査結果から、今後国が取り組むべき事項について、改善すべき点を中心に考察する。

#### (対内直接投資促進策)

今年度調査では、新たに日本の対内直接投資促進策に関する外国企業の考え方について調査を行った。この結果、ビザ要件を始めとする投資促進策に対しては評価する声が寄せられたものの、各投資促進策について使用実績はもちろんのこと、認知度も高くない事実が浮き彫りとなつた。今後はこれら投資促進策の認知度向上を目指したプロモーション活動に更に注力する必要がある。実際に、関連施策の認知度の低さやプロモーション活動の重要性を指摘するコメントも複数あつた。

今年度調査では、外国企業に対する支援サービス提供者として、「日本の投資誘致機関」を想定している企業が最多であった。このことから、上記の投資促進策のプロモーションについては、ジェトロや対外公館等を通じて行うことの効果が高いことが示唆される。

#### (日本企業・大学との協業)

今年度調査では、日本の企業や大学との協業状況についての設問を新たに設けた。この結果、3割の外国企業が日本企業と協業している一方、日本の大学と協業する外国企業は1割に満たなかつた。日本の大学と協業しない理由としては、「日本に進出していない／する予定がない」とする回答を除くと、「自社で十分な技術力・開発力を保持している」「既に他国に協業相手がいる」との回答が多かつたが、「協業相手を見つけるための情報不足」とする回答も多かつた。この点は、外国企業が必要とする情報提供として「ビジネスパートナーに関する情報」に対するニーズが最も大きかつたこととも整合する。

日本の企業と協業している外国企業、並びに現在日本の企業・大学と協業していない外国企業が魅力を感じる技術ドメインは、いずれも「人工知能(AI)」が最多で、その他「ビッグデータ」「IoT」「ロボティクス」「サイバーセキュリティ」等先進技術分野に期待する声が多かつたことから、当該分野の本邦企業や大学に関するプロモーションが今後の課題と言える。

#### (事業活動コスト、規制緩和)

事業活動コストについて、日本の事業環境の弱みとして2番目に評価が低く、関連するコメントも多数寄せられた。高コストの主要因の一つとなっている物価そのものを政策的に下げるることは難しいものの、税制優遇や補助金等により事業活動コストを軽減することは有効と考えられる。

また、外国企業の日本の投資環境に関するコメントで目立つたのは、複雑な規制や税務等行政手続き等に関する内容であった。この点への対応として、産業競争力強化法や新技術等実証制度の方向性は適切ではあるものの、上記したとおり、認知度の向上が目下の課題である。

## 5.2. 自治体の取り組みについての考え方

本調査では個別自治体に関する設問は設けていないものの、調査結果から、自治体の取り組みによって、更に「強み」を伸ばすことや改善が期待できる点について考察する。具体的には、①地元大学・企業等とのマッチング支援、②生活支援の2点である。

### (地元大学・企業等とのマッチング)

パートナー候補へのアクセスについても、地元大学との関係性を活用したプロモーションを強化すべきである。前節でも紹介したとおり、今年度新たに実施した大学との協業状況の調査結果から、外国企業と本邦大学との協業が進まない理由の一つに、協業先となる大学に関する情報が十分に周知されていない可能性があることが分かった。人工知能(AI)等先端技術に対する協業の期待があるところ、地域の大学の該当分野の研究内容や強みに関する情報についてのプロモーションが重要であることが示唆される。

人材の確保や地元エコシステムとのマッチングについても、自治体と地元の大学や関連施設・サービス等との関係性を活用できる。人材については、専門性や言語等、企業のニーズにあった必要な人材のマッチングを行うことで、企業の人材確保をより容易にすることが出来ると考えられる。また、インキュベーション施設やシェアオフィス、関連する展示会等のイベント等の紹介においても、自治体の役割は大きい。

また、外国企業と本邦企業との協業についても引き続き期待は高く、自治体による地域の企業や商工会議所等との関係性を生かしたマッチング支援等は引き続き推進すべきである。

### (生活支援)

生活環境の整備については、外国企業による支援ニーズがあることが前回以上に明確になった。自治体が外国人への生活支援の一環として、地域のインターナショナルスクール等教育機関の紹介、医療機関の紹介や通訳の同行、行政手続きのサポート等のサービスを提供しているケースがあり、外国人が生活を立ち上げる際に役立っている。生活環境上の英語対応(公共施設の英語表記等)も、自治体の役割として重要である。また、日本の自然災害を懸念する回答も多くあるところ、地域の防災計画や防災訓練等の取り組み、電力・ガス・水道・交通等地域のインフラの事業継続計画(BCP)等をアピールすることも有効と考えられる。