

経済産業省委託調査

平成27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(対内直接投資促進体制整備等調査)

# 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28年2月

PwCあらた監査法人

## 目次

I.	調査結果のポイント.....	2
II.	調査及び得られた結果の概要.....	9
1.	調査の背景・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.....	13
3.1.	アジア地域における日本の投資環境の優位性.....	13
3.1.1.	現在のアジア地域における拠点設置状況とその評価.....	13
3.1.2.	アジア地域における今後の投資計画及び拠点タイプ別の投資魅力度.....	25
3.1.3.	日本の投資環境の「強み」と「弱み」.....	45
3.1.4.	日本への参入又は投資拡大時の投資形態.....	59
3.2.	日本の投資促進策.....	62
3.2.1.	外国企業の求める投資支援サービス.....	62
3.2.2.	日本の対内直接投資促進策に関する外国企業の考え方.....	69

## I. 調査結果のポイント

### 外国企業 222 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。

政府は、対内直接投資拡大に向けた取組として、「日本再興戦略 -JAPAN is BACK-」(平成 25 年 6 月 14 日閣議決定)において、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とともに、「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」との政府目標を決定し、さらに、「日本再興戦略改訂版」(平成 26 年 6 月 24 日閣議決定)により、投資案件の発掘・誘致活動、必要な制度改革の実現に政府横断で取り組むこと等、対内直接投資残高倍増に向けた推進体制の強化を新たに決定した。

かかる状況の下、効果的かつ効率的な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 222 社のアジア投資担当者へのインタビュー等を実施し、近年の日本の投資環境の変化に対する評価、アジアの他の国・地域と比較した際の日本の投資魅力度、ならびに現在の日本の投資促進施策等への見解や要望等について、平成 19 年度、平成 21 年度、平成 23 年度及び平成 25 年度に引き続いて調査を実施した。

日本は、ビジネス拠点タイプ別の投資魅力度で、「R&D拠点」と「販売拠点」について前回到続き1位を獲得。「地域統括拠点」は前回の3位から2位に、「バックオフィス」は前回の5位から2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」と「販売拠点」の立地先として、前回調査に引き続いて 1 位となった。

「R&D 拠点」は、回答企業の得票率で見ると、前回調査では日本は中国と同じ得票率(20%)での 1 位であったが、今回調査では前回の得票率の 2 倍以上となる 43%を獲得し、2 位以下を大きく引き離しての 1 位となった(2 位はシンガポール・インド(ともに 15%)、4 位は中国(10%))。

「販売拠点」についても、日本は今回調査では 32%と、前回調査(26%)よりも多くの支持を集め、2 位のシンガポール(20%)との差をさらに広げる形で、前回調査から引き続き 1 位となった。

また、「地域統括拠点」は前回の 3 位から 2 位に、「バックオフィス」は同じく 5 位から 2 位に上昇した。

**シンガポール、インドが多くの拠点タイプで評価を高める一方で、中国、香港は多くの拠点タイプで評価を下げた。**

シンガポールは、前回 1 位の評価を獲得した「地域統括拠点」と「物流拠点」について今回も引き続き 1 位となり、「金融拠点」について前回の 2 位から 1 位となった。また、「R&D 拠点」、「販売拠点」及び「製造拠点」についても順位を上げている。インドは、「バックオフィス」で 3 位から 1 位に、「R&D 拠点」で 4 位から 2 位に順位を上げた。

他方、中国は、「製造拠点」で前回に続き 1 位であったものの、「R&D 拠点」、「販売拠点」、「金融拠点」及び「バックオフィス」の 4 つの拠点タイプで順位を下げ、香港は、前回と同じく 3 位となった「物流拠点」以外の全ての拠点タイプで順位を下げた。

■国別・拠点別立地競争力の推移(平成19年度、21年度、23年度、25年度、27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19年度調査 対象企業209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	154社	1	35%	2	23%	4	11%	5	5%	3	14%	-	0%	7	3%
地域統括拠点	153社	1	27%	4	18%	3	19%	2	20%	5	5%	9	1%	6	3%
販売拠点	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
金融拠点	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
バックオフィス	146社	2	18%	1	23%	3	15%	4	14%	4	14%	9	1%	7	3%
物流拠点	150社	2	13%	1	43%	4	11%	2	13%	5	6%	7	4%	6	5%
製造拠点	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(今回の調査)

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	1%	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)。

※1 ビジネス拠点タイプ別に、アジアの21か国・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21か国・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。

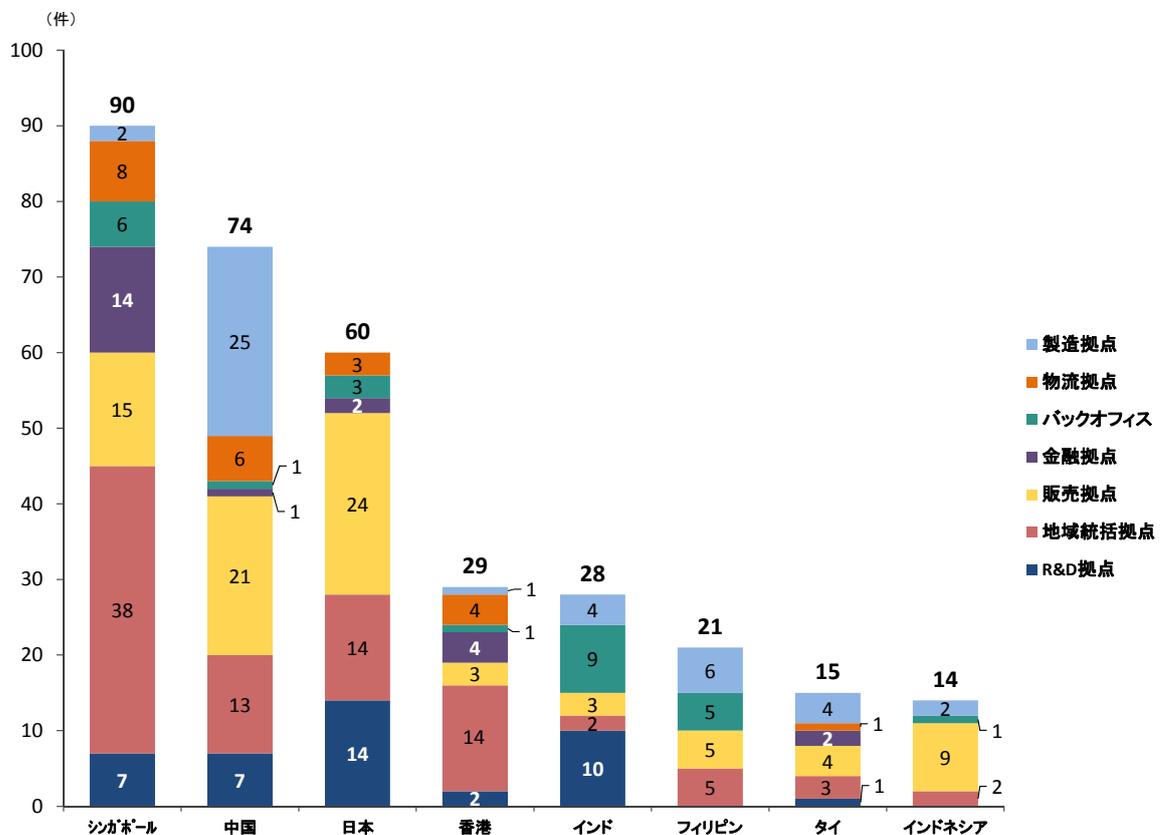
## 外国企業のアジア地域への投資計画(新設及び拡充)をみると、日本は3位。シンガポールが中国を抜いて1位

次に、アジア地域への拠点設立に関する投資計画(新設及び拡充)の有無を調査した。投資計画を有すると回答した企業に対しては、その国・地域と拠点のタイプも調査した。

投資計画件数で日本は3位、シンガポールは前回1位の中国を抜いて1位となった。日本への投資計画については、前回調査と比較して、全体に占める「R&D拠点」の割合が増加している。

### ■アジア地域への投資計画(新設及び拡充)

回答企業数： 221社 (投資計画「有」と回答した企業)



※ 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。

日本のビジネス環境の「強み」の1位は「市場の大きさ」、2位は「整備されたインフラ」

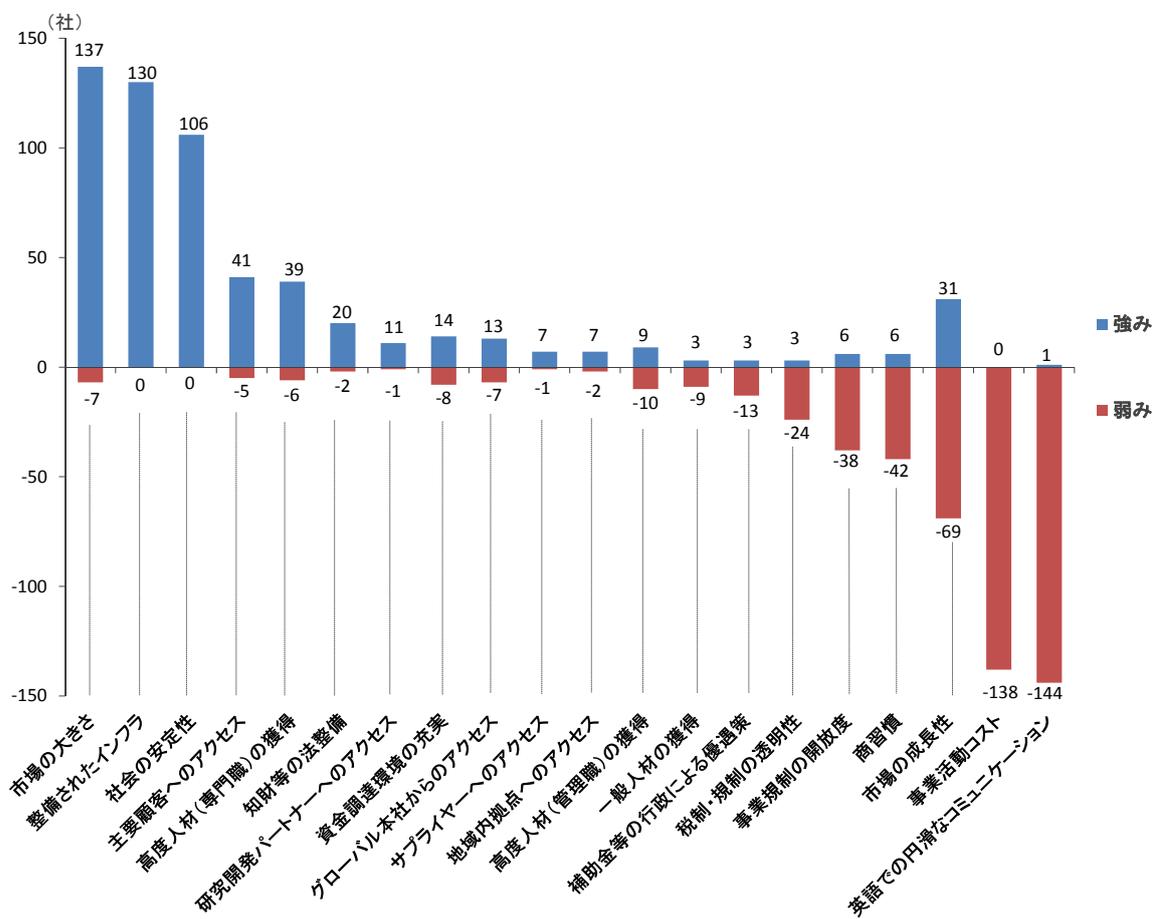
「弱み」の1位は、「英語での円滑なコミュニケーション」、2位は「事業活動コスト」

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、「市場の大きさ」、「整備されたインフラ」、「社会の安定性」が上位3項目となった。

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」、「市場の成長性」が上位3項目となった。

### ■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220社、「弱み」について回答した企業は209社であった。(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「ビジネスパートナーの紹介」、手続支援サービスは「事業許認可取得の支援」、生活支援サービスは「駐在員の転居手続き支援」へのニーズが特に高い。**

外国企業が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に求める主な支援サービスについて調査した。

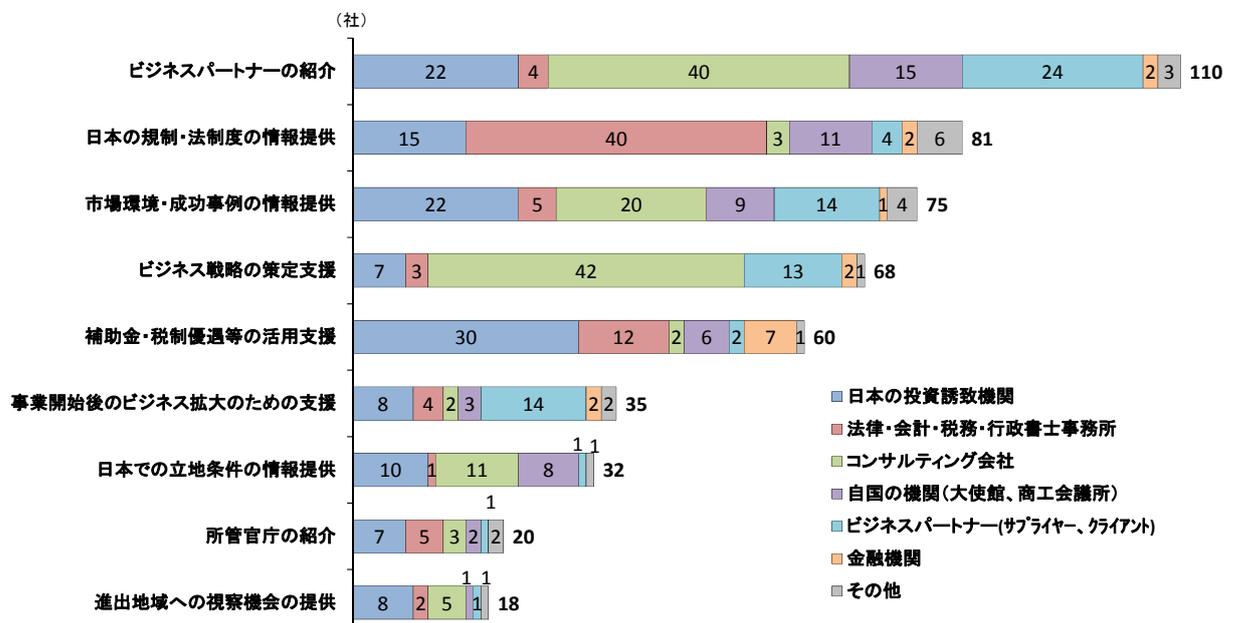
ビジネス支援サービスでは、1位が「ビジネスパートナーの紹介」、2位に「日本の規制・法制度の情報提供」、3位に「市場環境・成功事例の情報提供」が挙げられた。

手続支援サービスでは、1位、2位がほぼ同数で「事業許認可取得の支援」と「法人立ち上げにかかる行政手続きの支援」となり、以下、3位に「人材採用の支援」、4位に「法務・会計・税務・行政書士事務所を紹介」を求める声が多かった。

生活支援サービスでは、1位に「駐在員の転居手続き支援」、2位と3位がほぼ同数で「駐在員家族への医療機関の紹介」と「駐在員家族への教育機関の紹介」となり、4位に「外資系企業コミュニティーの紹介」が挙げられた。

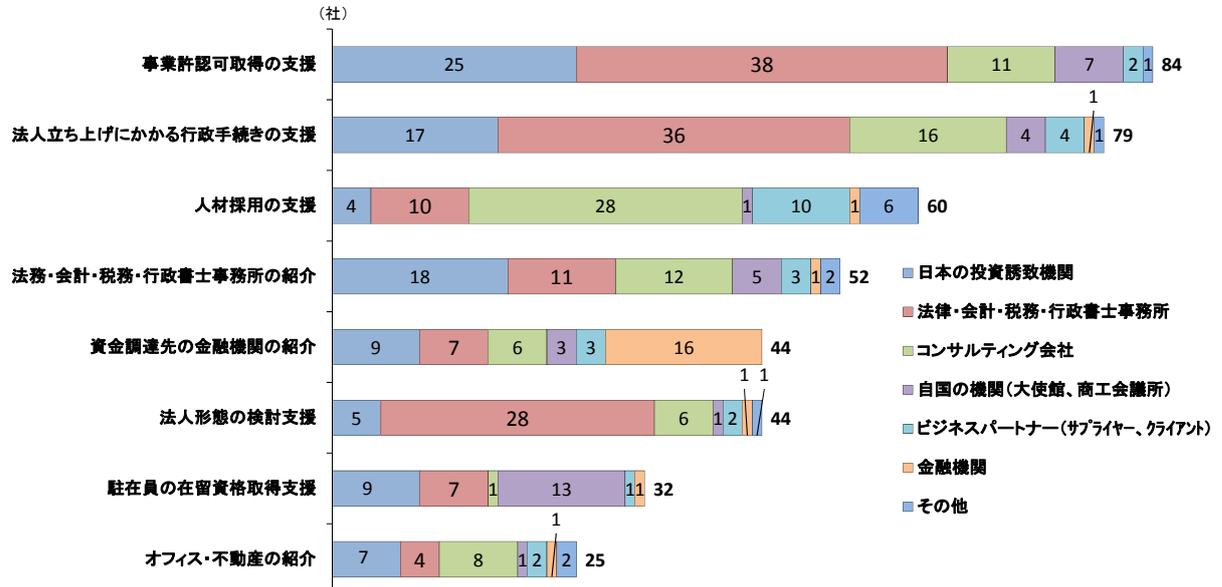
**■外国企業の求めるビジネス支援サービス及びサービス提供機関**

回答企業数： 215社（3つまで選択可）



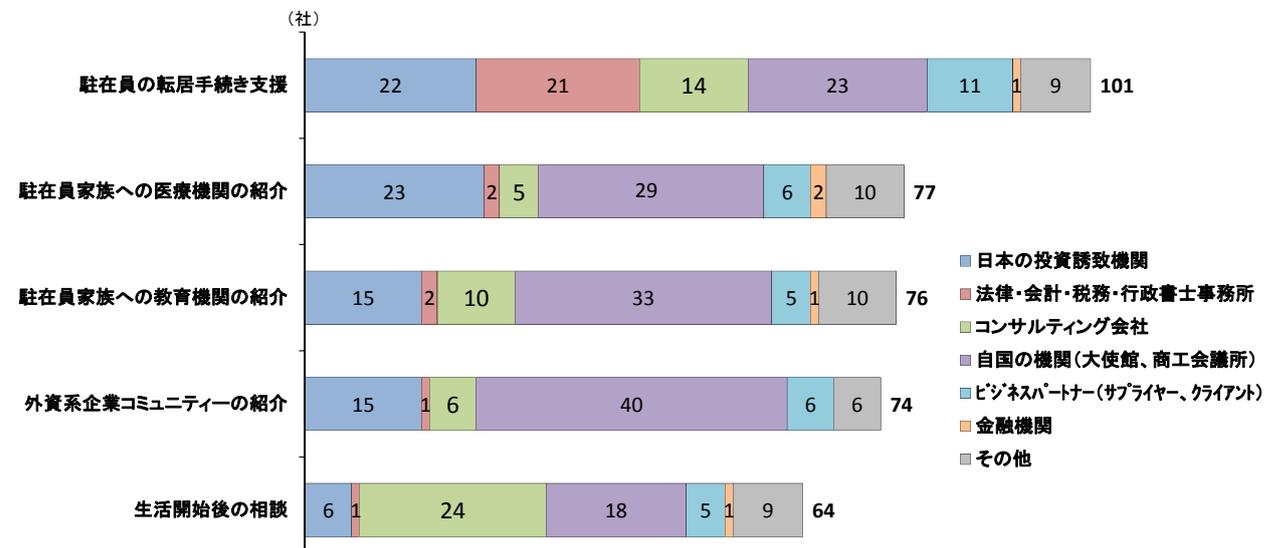
### ■外国企業の求める手続支援サービス及びサービス提供機関

回答企業数：209社（3つまで選択可）



### ■外国企業の求める生活支援サービス及びサービス提供機関

回答企業数：208社（3つまで選択可）



## II. 調査及び得られた結果の概要

### 1. 調査の背景・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、GDPに対する対内直接投資残高の比率は諸外国と比べて低い水準にとどまっている。加えて、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、従来我が国に置いていたR&D拠点や地域統括拠点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、平成25年6月に閣議決定された「日本再興戦略-JAPAN is BACK-」における成長実現に向けた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、「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（平成32年）における対内直接投資残高を35兆円へ倍増（2012年末（平成24年末）時点17.8兆円）することを目指す。」こととされた。この方向性はその後も堅持され、平成26年6月の「日本再興戦略 改訂版2014」及び平成27年6月の「日本再興戦略 改訂版2015」においても、対内直接投資推進に向けた事業環境の改善及び誘致体制の進化について明記されているところである。

これを受け、本事業では、平成26年3月の「欧米アジアの外国企業の対日投資関心度調査報告書」（以下、「前回調査」という。）を継承する形で、対内直接投資の活性化策立案の基礎資料とするため、我が国を含めたアジア各国等のビジネス拠点タイプ別の魅力度と、我が国の投資環境に対する外国企業の見方について多角的に調査を実施した。

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、平成25年度に実施されている。

## 2. 調査方法

### 2.1. 調査手順

本調査における対象企業の抽出にあたり、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
- ・ 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 PwC あらた監査法人において、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、企業データベース等を使用して、企業、及びそのコンタクト情報を得た。

平成 27 年 10 月から平成 28 年 1 月にかけて、約 450 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、222 社から有効な回答を得た。

各企業の回答者としては、日本を含むアジア地域への投資に関する意思決定者や、その所管部署等の関係者とし、回答者の国籍・勤務地に依らず、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依頼した。

調査手法としては、事前に調査票を提示し、回答者の都合に応じて対面又は電話でのインタビューにより実施した。

なお、前回調査の結果も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、前回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企業抽出を行った。

## 2.2. 回答者属性

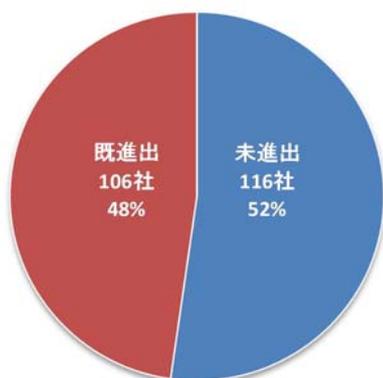
回答企業の属性については、日本への進出状況、グローバル本社所在地、業種、売上規模(連結)、従業員数(グループ企業全体)に関し、前回調査と大きな偏りが生じないように留意して抽出した。

日本への進出状況<sup>1</sup>に関しては、現在日本に現地法人や支店を持たない企業(以下、「未進出企業」という)が116社(52%)、現在日本に現地法人や拠点を有する企業(以下、「既進出企業」という)が106社(48%)となった。

グローバル本社所在地については、欧州が82社(37%)、北米が67社(30%)、アジア・オセアニアが73社(33%)となった。

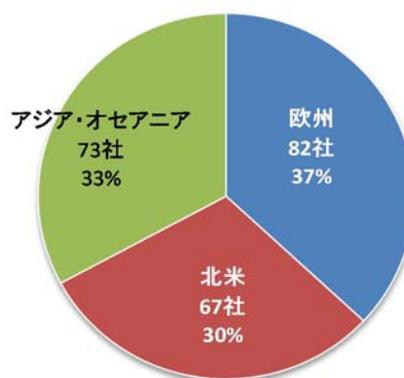
■ 回答企業の日本進出状況

回答企業数：222社



■ 回答企業の本社所在地

回答企業数：222社



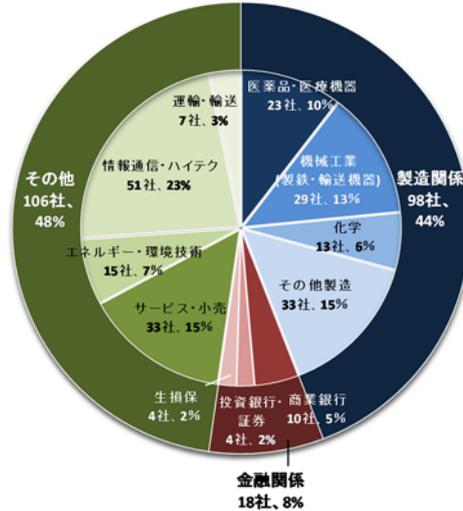
業種については、前回調査に準じ、これまでの外国企業誘致事業での結果等も踏まえた上で、11業種(医薬品・医療機器、機械工業(製鉄、輸送機器)、化学、その他製造、商業銀行、投資銀行・証券、生損保、サービス・小売、エネルギー・環境技術、情報通信・ハイテク、運輸・輸送)の企業から回答を得た。

なお、「その他製造」33社の内訳は、食料品・飲料12社、繊維・衣類3社、半導体3社、建築・建設3社、ゴム・プラスチック製品3社、機械部品・電気製品等3社、素材・素材加工2社、家具・装飾品2社、工業用機器・製品等2社である。

<sup>1</sup> 日本への進出状況については、前回調査に倣い、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

■回答企業の業種分布

回答企業数：222社



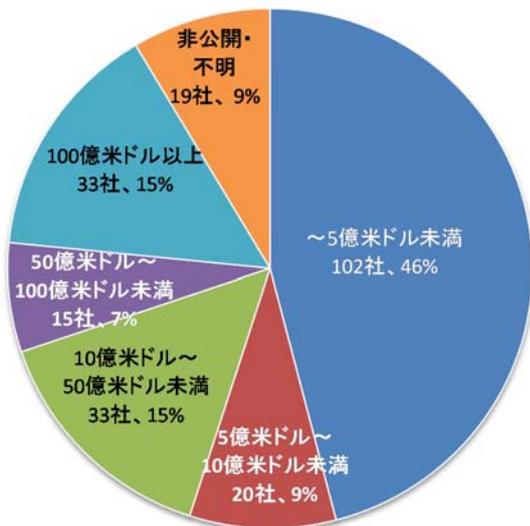
売上規模(連結)については、前回調査を踏襲し、年間で5億米ドル以下の中小企業から、100億米ドル以上の大企業までを広く対象とした。

従業員数(グループ企業全体)については、従業員総数が300人未満の中小企業から、30,000人以上の大企業までを広く対象とした。

当該データについては、原則として回答企業から提供された情報をもとにしているが、当該情報が提供されなかった場合や、一部、提供された情報の正確性が疑われる場合等には、外部の企業情報提供機関が提供する企業データベース(SPEEDA: <http://www.ub-speeda.com/>)を活用し、当該データベースに登録されている直近の会計年度の数値を使用した。

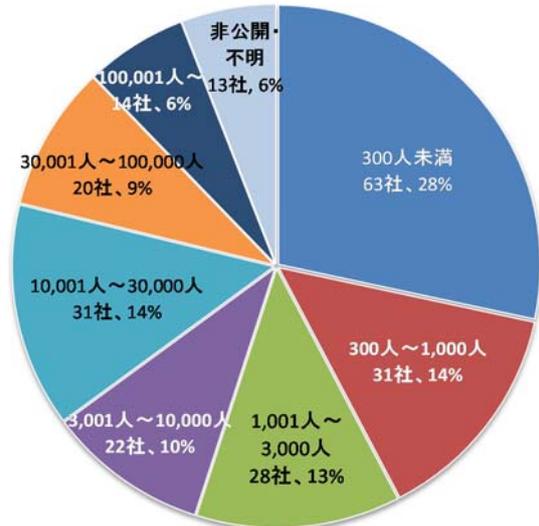
■回答企業の売上規模(連結)

回答企業数：222社



■回答企業の従業員数

回答企業数：222社



### 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. 現在のアジア地域における拠点設置状況とその評価

ビジネス拠点タイプ別に、現在の拠点設置状況とその評価について調査した。

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に対する評価をみる。

① 「R&D拠点」では、日本の良い面として、「研究開発に関するインフラが整備されており、人材的にも優れている。」(北米、医薬品・医療機器)や「大学や企業の研究開発が成功している点や緻密で精度の高い製品を製造できる点を高く評価。」(欧州、機械工業)等が挙げられた。一方、悪い面としては、「施設・オフィス賃料、人件費が高く拠点開設時での初期投資コストがかさむ。」(北米、医薬品・医療機器)や、「人件費の高さ、英語力の不足により高度人材の獲得に苦労。」(欧州、医薬品・医療機器)等の声があった。

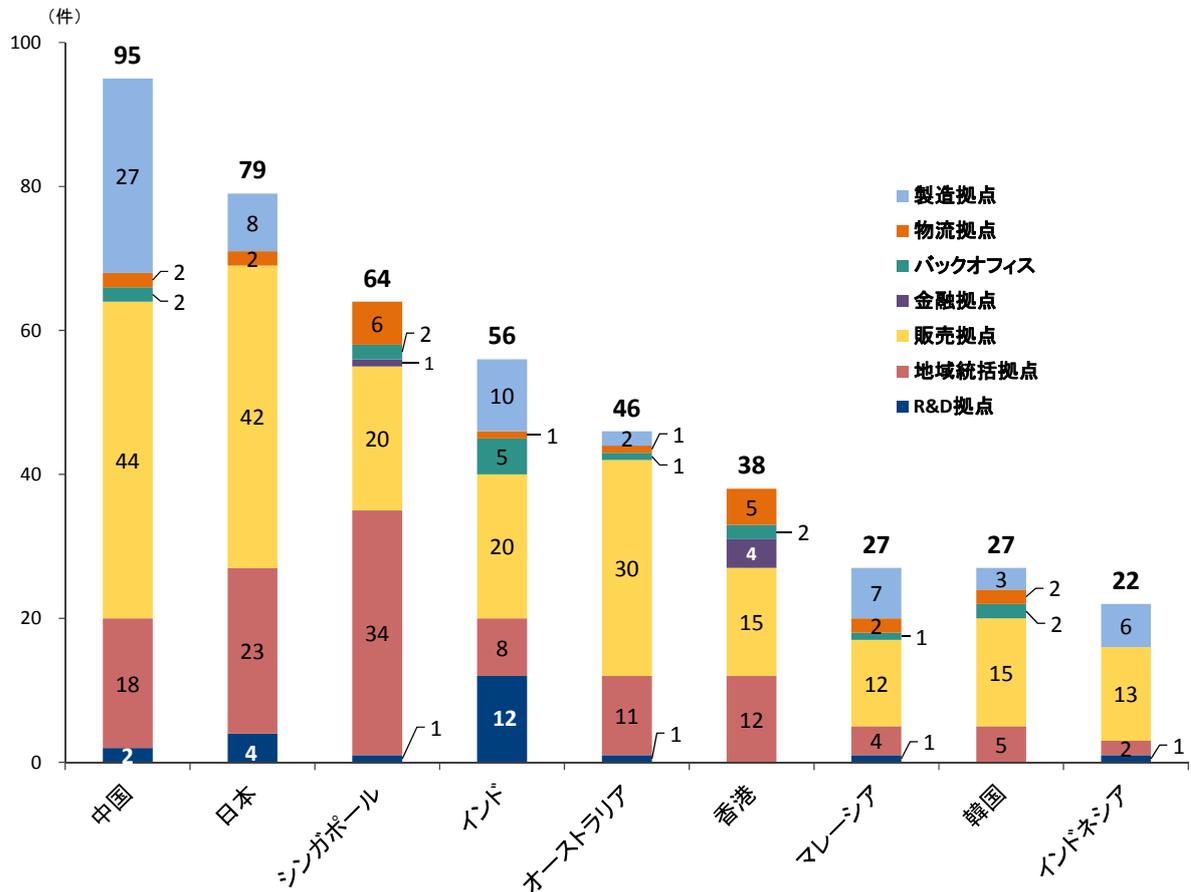
② 「地域統括拠点」では、日本の良い面として、「アジア地域の医療ビジネスの中心的な拠点と位置づけており、特に東京は素晴らしい技術をもった人材や企業が多く、地域統括体制の構築が当初の想定より容易であった。」(欧州、医薬品・医療機器)や「日本を含むアジア地域の様々な企業と連携することにより、多くのイノベーションを起こし事業化できた。豊富な特許技術を有する日本は、特許戦略においてもアジア地域における重要な拠点。」(北米、その他製造)等が挙げられた。一方、悪い面としては、日本市場の成長拡大の伸び悩み等の声があった。

なお、当該拠点の設置が最も多かったシンガポールについては、「法人税減免等の優遇制度の魅力が高い。」(欧州、化学)、「アジア・オセアニア地域で事業拡大において地理的条件が良く、周辺国へのビジネス展開が行える。」(欧州、その他製造)等、外国企業は主に「投資誘致支援体制」や「周辺国へのアクセスの良さ」を良い面として評価している。

③ 「販売拠点」では、日本の良い面として、「市場が大きく安定しており、計画的な利益確保が可能。」(欧州、医薬品・医療機器)や「ビジネス環境が良く安定している。」(欧州、情報通信・ハイテク)等、市場の大きさやビジネス環境が、また、「物流網や通信インフラが発達しタイムリーな輸送が可能。製品の紛失や破損の発生も少ない。」(欧州、その他製造)や「非常に安全であり、交通機関・情報通信環境の効率・整備状況が良い。」(欧州、情報通信・ハイテク)等、インフラの整備状況が挙げられた。一方、悪い面としては、「オフィス等の賃借料、人件費が高い。」(アジア、情報通信・ハイテク)、「能力のある人材の確保が難しい。」(北米、投資銀行・証券)等が挙げられた。

■ 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： 187社



■ 既存拠点の立地条件に関する評価

<b>設問</b>	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)
-----------	--

※本報告書では、前頁の拠点設置回答数に基づき、拠点タイプ別に設置拠点数の上位3か国・地域について整理した。(ただし、回答数が2社以下である場合を除く。)

		コメント例 (カッコ内は企業情報)	
R&D 拠点	インド	良い面	<p>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ インドは、数多くの IT エンジニアやデザイナーがいるので、研究開発拠点として必要な人材を獲得するにあたり望ましい立地である。(北米、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p>【高度人材の獲得】【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ インドは IT 技術の高いエンジニアが多く存在し、英語が堪能であるため人材確保の観点から母集団が大きいことが強みである。(北米、情報通信・ハイテク)</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>✓ 多くの高度人材がいることが企業にとっては好条件である。研究開発の対象領域や開発ステージに応じて、それぞれに特化した分野・領域の技術・経験を有する人材を確保することができる。また、母集団が大きいため、高度人材であっても人件費等の交渉・選択の余地もあることが魅力。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
		悪い面	<p>【インフラの整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ インフラがより整備されれば、ビジネス全体のプロセスが今よりも効率的に進められる。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 改善されつつあるが突然の停電など、電力供給が安定していない。また、都市部での大気汚染も深刻。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p>【インフラの整備】【商習慣】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ インドは能力の高い IT エンジニアが多くなる国だが、インフラが整っておらず、また、実際のビジネスにおいて汚職が見られるケースがあり、透明性をもたせたやり方でビジネスが円滑に進まない。(北米、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
	日本	良い面	<p>【整備されたインフラ】【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 研究開発に関するインフラが整備されており、人材的にも優れている。(北米、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>【高度人材の獲得】【研究開発パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高度な技術力、製品、サービスを持つ企業が多いため、日本に研究開発拠点を設置し、日本企業の顧客との共同開発を進める予定である。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 日本はハイテク国家であり、大学や企業の研究開発事業が非常に成功している点や、緻密で精度の高い製品を製造できる点について高く評価している。(欧州、機械工業)</li> </ul> <p>【研究開発から製造・販売へつながる市場】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 研究開発拠点として、当初期待した日本国内市場向けに適した製品の開発が順調に進んでいる。また、研究開発後の新商品の製造及び流通・販売拠点としても十分に機能している。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul>

			コメント例（カッコ内は企業情報）
R&D 拠点	日本	良い面	<p>【研究開発パートナーとの連携】</p> <p>✓ 半導体製造装置の分野において日本はすべての工程での装置で世界のトップシェアを持っている。半導体の設計・開発では、装置メーカーとの連携が大変重要となり、関連企業が集約している日本は、半導体製品設計のための研究開発拠点とその製造拠点として優れている。（北米、情報通信・ハイテク）</p>
		悪い面	<p>【事業活動コスト】</p> <p>✓ 拠点の開設時に必要となる施設・オフィスの賃貸料や日本で雇用する際の人件費が高い等、初期投資がかさむことが参入時の大きな課題である。（北米、医薬品・医療機器）</p> <p>【事業活動コスト】【高度人材の獲得】【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <p>✓ インドや中国等と同じレベルのエンジニアを探そうとすると人件費が大変高くなる。また、能力が高くても英語力が無いなど、研究開発に適した人材の獲得に苦勞する。（欧州、医薬品・医療機器）</p>

			コメント例（カッコ内は企業情報）
地域 統括 拠点	シンガポ ール	良い面	<p>【補助金・減税策などの行政による優遇策】</p> <p>✓ 外国企業にとって魅力ある誘致政策がある。中でも特に法人税減税等の優遇制度の魅力度が高い。（欧州、化学）</p> <p>【投資支援体制】</p> <p>✓ 海外からの投資に対する支援体制が整っており、外国企業向けオフィス等の不動産物件の数も十分ある。政府もアジア地域での拠点化に向けた外国企業に対する誘致政策を積極的に展開しているため、アジア地域の事業展開・活動のハブとして適地であり、また、政府とも良好な関係構築ができる。（アジア、その他製造）</p> <p>【主要顧客へのアクセス】【整備されたインフラ】</p> <p>✓ アジア諸国の中では最も投資環境が整っている国の一つであり、主要顧客へのアクセスや整備されたインフラ、グローバル企業の統括拠点が集中しているため、アジア地域に設置する各国拠点を統括するハブとして最も相応しい立地国である。（アジア、情報通信・ハイテク）</p> <p>【ハブ機能】【高度人材の獲得】</p> <p>✓ 投資家にとって、投資環境、地理的アクセス等の面でアジア地域での魅力的なハブとなる拠点であり、有能な人材がいる。（アジア、サービス・小売）</p> <p>【周辺国へのアクセス】【主要な顧客へのアクセス】</p> <p>✓ アジア・オセアニア地域で、事業拡大路線を描く上での地理的条件が良い。既存のシンガポールのビジネス市場・顧客を土台として、周辺国へのビジネス展開が行えるという点が強みとなった。（欧州、その他製造）</p> <p>【ハブ機能】</p> <p>✓ シンガポールに拠点開設後、業績が好調であったことから、当該拠点の役割と範囲をより重視して地域統括拠点とした。現在はオーストラリア、ニュージーランドを含むアジア大洋州の地域統括拠点としてハブ機能を果たしている。（欧州、機械工業）</p>

		コメント例 (カッコ内は企業情報)	
地域 統括 拠点	シンガ ポール	良い面	<p>【高度人材の獲得】【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 専門職から一般人材に至るまで英語によるコミュニケーションが円滑に行えるため、事業実施のみならず、駐在員の現地生活の立ち上げが容易にでき、日常生活も充実しており、アジア地域のハブ拠点として魅力的である。(欧州、機械工業)</li> </ul> <p>【事業と政策の親和性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ アジア地域の中で特に環境保護の面で最も進んだ国であり、当社の事業との親和性が高く事業を発展させることができた。環境分野の国家政策も企業に対する優遇政策も整っており円滑に事業が拡大できているため、地域を統括する拠点として上手く機能している。(アジア、エネルギー・環境技術)</li> </ul>
		悪い面	<p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 英語で支障なく業務が遂行でき生活を送れる環境が整っている点で欧州人にとってのメリットはあるが、これまで魅力的であった物価安や人件費、生活費のコスト面での優位性は、近年徐々に薄れてきている。(欧州、機械工業)</li> <li>✓ 賃金の高騰が問題視されている。(欧州、化学)</li> </ul> <p>【市場の成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 数年前と比べると輸出が不調で、全体的な小売業の売上の伸びが鈍いため、GDP の伸びが想定より低い。(欧州、サービス・小売)</li> </ul>
	日本	良い面	<p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 現在のところ、顧客需要も順調に伸びており事業も順調であることから設置拠点としての評価は高いが、競合他社も多いため、今後数年の間に、さらなる拠点機能の強化が必要であると考えている。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>【商習慣】【主要な顧客へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 進出当初の売上の伸びは比較的低調であったが、その後、日本独特の商習慣に慣れるとともに、統括拠点としての機能効率化も図られ、アジア地域での顧客も安定して増加しているため、現時点では当初の想定以上の成長であると評価している。(欧州、エネルギー・環境技術)</li> </ul> <p>【高度人材の獲得】【主要なビジネスパートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本法人を設立・開設して間もないものの、アジア地域の医療(高齢者ケアを含む)ビジネスの中心的な拠点と位置付けている。特に東京は素晴らしい技術を持った人材や企業が多く、地域統括体制の構築が当初の想定より容易であった。日本を基点とした今後の成長ビジネスに期待している。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>【パートナーとの連携】【豊富な特許技術】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本のオフィスは地域の統括拠点として、日本を含むアジア地域の様々な企業と連携することにより、多くのイノベーションを起こし事業化してきた。また、豊富な特許技術を有する日本は、特許戦略においてもアジア地域における重要な拠点である。(北米、その他製造)</li> </ul> <p>【整備されたインフラ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本は IT やソフトウェア業界の中心地として通信インフラだけでなく周辺サービスのプロバイダー等も大変充実している。また、アフターケアとしてのサポートサービスも充実しており、それが社会にも浸透していることから、今後も多くのビジネスチャンスがあると考えられる。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> </ul>

			コメント例 (カッコ内は企業情報)
地域 統括 拠点	日本	悪い面	<p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 賃貸料や人件費等が高い。(アジア、情報通信・ハイテク)、(欧州、その他製造)</li> </ul> <p>【市場の成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本国内でのサービス提供の拠点としては期待どおりに機能しているが、当初期待していたアジアでの市場を拡大し地域を統括するという目的については、アジア市場の成長拡大が伸び悩んでおり達成できていない。(アジア、サービス・小売)</li> </ul> <p>【市場の大きさ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 初期の拠点設置・運営の後、思ったほどには市場が成長せず、新規顧客の開拓が伸びなかった。(アジア、医薬品・医療機器)</li> </ul>
	中国	良い面	<p>【市場の大きさ・成長性】【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場規模の優位性はもちろん、当初の想定以上に中国経済が成長しており、事業拡大に必要なエンジニア人材についても十分に確保できている。(欧州、エネルギー・環境技術)</li> <li>✓ 人口規模・経済規模ともに成長し続けている市場なので、事業成果に対する評価も当初の想定どおり高い。(欧州、サービス・小売)</li> <li>✓ ここ数年の経済成長は期待以上であった。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>【競合他社の少なさ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 自国(地場)の競合企業が国際ビジネスに疎いため、外国企業である当社のサービスの需要は非常に大きい。(アジア、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>【市場の大きさ】【整備されたインフラ】【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場の大きさ、市場環境、情報インフラ設備、人材の確保のしやすさ等諸条件が想定以上に有利で業績の伸びにつながっている。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 製品の企画・開発・販売について現地でも十分に優秀な人材が確保でき、本社からの権限移譲によって、より迅速な判断と運営が可能となったことで市場ニーズの取り込みが迅速化され、高い成長率を実現している。(欧州、その他製造)</li> </ul> <p>【整備されたインフラ】【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ビジネスにとって基礎的なインフラ(交通事情、通信事情、施設・設備・サービス等)については中国に全て揃っており、かつ、アジアの周辺国と比較しても質の割に安価に利用できる。また、融資環境が充実している。(アジア、化学)</li> <li>✓ アジア地域のハブとして、上海をビジネスの基軸として、事業展開をしていく計画である。また、進出当時は人件費が日本の 1/3~1/5 程度で研究開発拠点としても機能し想定以上の成果が上がっている。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul>
		悪い面	<p>【事業規制の開放度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 外国企業に対する規制が厳しく、政府関係機関は、他国のビジネス基準に合わせられるような調整を急ぐべきだと思う。(アジア、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人口規模・経済規模ともに成長し続けている市場なので、事業成果に対する評価も当初の想定どおり高い。(欧州、サービス・小売)</li> <li>✓ ここ数年の経済成長は期待以上であった。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul>

			コメント例（カッコ内は企業情報）
販売 拠点	中国	良い面	<p>【市場の安定性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 多額の投資をしている分野が現在まで安定した高度成長をしているため、非常に良い業績を上げている。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 昨今、経済成長の鈍化・低迷のニュースはあるものの、現時点では安定したパフォーマンスをみせており、十分に成長市場であるといっていると思う。(北米、機械工業)</li> </ul> <p>【市場の成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 国内市場として期待以上に順調に成長している。(アジア、商業銀行)</li> <li>✓ 非常に大きな市場であり今後の成長性に期待できる。(アジア、エネルギー・環境技術)</li> </ul> <p>【ビジネスの機会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ビジネスの機会が著しく増加し、市場とともに事業も成長している。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p>【市場の安定性・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 政治情勢への配慮、継続的な観察は必要だが、市場の大きさや成長性は想定以上であり、売上も概して良い。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p>【商習慣】【主要なビジネスパートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 中国との貿易、投資市場への参入にあたっては、現地の重要企業や投資機関との良好な関係を維持することが大きな成功の鍵ともなるため、拠点を設置することでこの関係構築が円滑に図られ、市場参入、拡大に成功し、売上、利益ともに想定以上となっている。(アジア、商業銀行)</li> </ul>
		悪い面	<p>【商習慣】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 汚職などを含め、商習慣上の対応が難しい局面などがある。(欧州、その他製造)</li> </ul> <p>【税制・規制の開放度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 外国企業への出資規制や資本金に関する規制が厳しく、想定よりも収益に結びつかず市場として伸び悩んでいる。(北米、サービス・小売)</li> </ul> <p>【インフラの整備】【市場の安定性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 国内交通網や情報通信網が一部未整備で、広い国土の主要な顧客へのアクセスが円滑でないなど、ビジネス環境は未完成である。また、経済発展のスピードは速いものの、市場は安定しておらず、このため業績にも波がある。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p>【成長の鈍化・低迷】【人件費の高騰】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 急激な経済成長を遂げ、これまでは右肩上がりの旺盛な需要を謳歌していたが、昨今の経済の減速、人件費の高騰などで、魅力が薄れてきている。(アジア、サービス・小売)</li> </ul> <p>【商習慣】【規制の透明性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 中国市場には当局の突然の規制等のリスクや独特のビジネス文化・商習慣があるため、外国企業にとっては理解が困難な点がある。(アジア、その他製造)</li> </ul> <p>【自国企業の優位性】【成長の鈍化・低迷】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 中国は大きな可能性を秘めた市場であるが、自国の企業が幅をきかせており、外国企業にとっては新たに中国市場に参入することは容易ではない。(アジア、その他製造)</li> <li>✓ 現地ブランド(自国の企業)が価格面で競争力を持っている点と、中国自体の経済低迷の要素があり、事業方針は消極的な方向に向かっている。(欧州、サービス・小売)</li> </ul> <p>【市場の大きさ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場が大きく安定しており、計画的な利益確保が可能。(欧州、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 一定規模以上の市場が確保されていることは魅力である。(欧州、その他製造)</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
販売 拠点	日本	<p><b>【整備されたインフラ】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 物流網や通信インフラが隔々まで発達しており、タイムリーな輸送及び追跡が可能で、製品の紛失や破損が発生しにくい。(欧州、その他製造)</li> </ul> <p><b>【市場の成長性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 現状は成熟市場であるものの、今後、新しい事業領域等の開拓が期待されるため、市場としての成長機会はあるとみている。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p><b>【市場の大きさ・成長性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 販売路線の開拓・拡大の面で、当初の想定以上の市場規模が確保できている。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 国内市場の予想以上の成長とともに、拠点を増やしていく趨勢にある。(北米、その他製造)</li> <li>✓ 一定規模以上の市場が確保されていることは魅力である。(欧州、その他製造)</li> <li>✓ 現状は成熟市場であるものの、今後、新しい事業領域等の開拓が期待されるため、市場としての成長機会はあるとみている。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p><b>【市場の競争力】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場が閉鎖的ではない。業界が成熟しており、ビジネス環境も良く、安定している。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 閉鎖的ではない、成熟した市場である。(アジア、商業銀行)</li> </ul> <p><b>【整備されたインフラ】【社会の安定性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 主要拠点の中でも整備されたインフラと社会の安定性から、アジア地域では現時点では日本が営業拠点として最も評価が高い。(北米、その他製造)</li> <li>✓ 世間一般的に「日本」という国に対するイメージが良く、実際、非常に安全で、公共交通機関や情報通信環境の効率や整備状況も良い。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p><b>【主要顧客・パートナーへのアクセス】【高度人材の獲得】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ グローバルビジネスにおける大変重要なパートナーである。主要な日本企業や金融機関との関係構築のため、日本に拠点を設置することは重要な判断であり、日本の商習慣での営業活動(優秀な日本人従業員による)によって現時点では期待通りの業績を上げている。(アジア、商業銀行)</li> </ul> <p><b>【「日本」「東京」の知名度・ブランド力】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本は非常に重要な拠点であり自社製品の評価が試される市場である。日本人の求める製品要求を満たせば、その製品については世界中どの国でも売れる製品となる。(欧州、機械工業)</li> <li>✓ 東京に展開することにより日本での知名度と信頼度が高まり、日本以外の国の事業所においても、日本人顧客が増加した。(アジア、サービス・小売)</li> </ul>
	悪い面	<p><b>【事業活動コスト】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 賃貸料や人件費等が高い。(欧州、その他製造)</li> <li>✓ オフィス等の賃貸料や人件費等が高い。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p><b>【市場の成長性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 小売業の業績が不振なため、その余波を受けて小売業界全体に景況が良くないという停滞感がある。(欧州、サービス・小売)</li> </ul> <p><b>【法制度】【手続き】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 土地に関する賃貸や売買に関する法制度と手続きが複雑で、時間と事務手続きのコストが余計にかかり、事業管理が難しい市場。将来の事業拡大のペースは下がるだろうと予測している。(欧州、サービス・小売)</li> </ul> <p><b>【自国企業との競合】【商習慣】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場の大きさは魅力的であるが、国内メーカー(日本メーカー)の本拠地であり、競争は激</li> </ul>

			コメント例 (カッコ内は企業情報)
販売 拠点	日本	悪い面	<p>しい。製品の技術的優位性が競合上の優位性に必ずしもつながらない風土がある。(北米、情報通信・ハイテク)</p> <p>✓ 1970年代より現地法人を設置しているが、日本独特の商習慣(在庫、納品等)や市場(価格、サービス等)には長年苦戦している。(欧州、その他製造)</p> <p>【高度人材の獲得】</p> <p>✓ 能力のある人材を確保することが難しい。(北米、投資銀行・証券)</p> <p>【その他】</p> <p>✓ 消費税の増税分を補填できるほど売上の伸びがない。(欧州、サービス・小売)</p>
	オーストラリア	良い面	<p>【市場の成長性】</p> <p>✓ 売上の伸びは期待以上で、管理・運営面も含め非常に良い成果を上げている。(欧州、その他製造)</p> <p>✓ 売上、利益ともに想定以上に伸びており、拠点として十分に機能している。(欧州、医薬品・医療機器)</p> <p>【主要顧客へのアクセス】【英語での円滑なコミュニケーション】【事業活動コスト】</p> <p>✓ サービス利用者数は順調に伸びてきており、それがそのまま売上の伸びにもつながっている。英語でのサポート体制が十分であるのでサポートコストが抑えられ非常に好評価である。(北米、情報通信・ハイテク)</p> <p>【整備されたインフラ】</p> <p>✓ 事業展開に非常に重要となる通信インフラが十分整備されている。(欧州、情報通信・ハイテク)</p> <p>【整備された情報インフラ】【市場の成長性】</p> <p>✓ クラウド、インターネットビジネス等が早くから立ち上がっており、当社事業にとって参入市場として適している。(北米、情報通信・ハイテク)</p> <p>【市場の安定性・成長性】</p> <p>✓ 資源や採掘量の減少にともなう景況不安はあるが概して安定した市場であり、一定の市場規模が保たれるため、順調な成長性が期待できる。(欧州、情報通信・ハイテク)</p> <p>✓ 当該国内の営業、製品の設置、アフターケアなどの業務を行うにあたって、顧客が安定して獲得でき、一定の売上を確保できている。(北米、その他製造)</p>
		悪い面	<p>【市場の成長性】</p> <p>✓ 資源立国として安定した市場であったが、新興国経済の減速、また通貨安により需要減退に見舞われている。(北米、情報通信・ハイテク)</p> <p>✓ 市場成長性はあるものの、経済成長は中程度であり、貿易・投資等の経済面で中国依存が大きい部分で懸念がある。(アジア、サービス・小売)</p> <p>【その他】</p> <p>✓ 資源価格の暴落を受けて、GDPの伸びが良くない。(欧州、サービス・小売)</p>

			コメント例（カッコ内は企業情報）
金融 拠点	香港	良い面	<p>【整備されたインフラ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 香港は金融都市としての歴史が長く、サービスやインフラが整備されている。（アジア、商業銀行）</li> </ul> <p>【整備されたインフラ】【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 金融機関の拠点を設置する場所として、インフラが整っており、優秀な人材も確保しやすい。（北米、生損保）</li> </ul>
		悪い面	<p>【市場の大きさ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 金融サービスにおいて競合が多く、競争が激しくなっている。（アジア、商業銀行）</li> </ul>

			コメント例（カッコ内は企業情報）
バック オフィ ス	インド	良い面	<p>【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 学歴が高く、英語力のある人材の確保が比較的容易である。（北米、機械工業）（北米、その他製造）</li> </ul> <p>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ビジネスプロセスアウトソーシング（BPO）サービスが充実しており、優秀な人材を確保することができる。（欧州、化学）</li> </ul>
		悪い面	<p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 優秀な人材は確保できるが、近年人件費が上昇している。（欧州、化学）</li> </ul>

			コメント例（カッコ内は企業情報）
物流 拠点	シンガ ポール	良い面	<p>【地域内拠点へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ アジアのほぼ中心に位置し、優良な港湾システムを有しているため、アジアの各地域への物流に適している。（北米、その他製造）</li> <li>✓ シンガポールは当社の事業に関して近隣のアジア諸国へのゲートウェイとなっており、物流の効率化をはかる最適な物流拠点の機能を果たしている。（北米、医薬品・医療機器）</li> </ul> <p>【多様な外国企業・人材のハブ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ シンガポールは、多様な国・地域から企業や人材が集まってきているため、当社の顧客のいるそれぞれの国の経済成長の過程に応じて変化するニーズや事業環境を鑑みた、適切なサービスを提供できる拠点である。（アジア、投資銀行・証券）</li> </ul>
	香港	良い面	<p>【地域内拠点・主要顧客へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 海外から日本市場へ製品を輸入するという観点では、他の地域に物流拠点を置くよりも香港の方が輸入のリードタイムも比較的短く済むため、在庫管理もしやすい。（北米、その他製造）</li> </ul>

			コメント例(カッコ内は企業情報)
製造 拠点	中国	良い面	<p><b>【事業活動コスト】【人材の獲得】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人件費が比較的安い。(アジア、その他製造)</li> <li>✓ 人件費が安い。優秀な人材が豊富。(北米、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p><b>【市場の大きさ・成長性】【事業活動コスト】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 現在の市場の大きさ、将来的な成長性、また、事業コストの面では人件費が比較的安いことが強み。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p><b>【市場の大きさ】【主要顧客へのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 経済がやや停滞気味ではあるが、市場が大きく、顧客に近いという点で評価できる。(欧州、機械工業)</li> <li>✓ 世界最大の人口を有する魅力的な市場であり、そこに製造拠点を設けることで、製造コストの削減、納期の短縮、物流の効率化が効率的に図られた。(欧州、その他製造)</li> </ul> <p><b>【市場の成長性・競争性】【事業活動コスト】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場の成長力、競争性が高い。(欧州、その他製造)</li> <li>✓ 中国市場向けのノックダウン生産で生産・物流の効率化につながり、当初計画よりも事業費が安くなったことで安定した成長が期待できる。(欧州、機械工業)</li> </ul> <p><b>【事業活動コスト】【主要顧客へのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人件費が安く、また、主要顧客へのアクセスが良い。製造コストも安く、生産効率・品質もしっかりと保たれている。(北米、その他製造)</li> </ul> <p><b>【政府の政策・支援策】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 半導体の製造・組立を行う拠点として評価は良好である。政府の強力な支援(政府系ファンドによる資金支援等)もあって、当初の想定通りの業績を上げている。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 政府による誘致制度等の整備が進み、市場への参入が想定より円滑かつ迅速に行えた。また、それによって迅速に事業を開始できたため当初の想定よりも良い業績を上げている。(欧州、機械工業)</li> </ul> <p><b>【人材の獲得】【整備されたインフラ】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 労働力の質が良い。製造インフラが良い。(アジア、サービス・小売)</li> </ul>
		悪い面	<p><b>【市場の成長性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 国内市場が低迷しているため、業績を上げることが年々難しくなっている。(欧州、その他製造)</li> </ul> <p><b>【事業活動コスト】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 最近の経済成長にともなって物価・人件費が上がりはじめ、近年は製造拠点としてあまり芳しくない。(北米、サービス・小売)</li> <li>✓ 拠点移設の検討をせざるを得ないほど、中国沿岸部のコスト上昇が深刻である。(北米、その他製造)</li> </ul> <p><b>【事業活動コスト】【法規制】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 賃金の高騰及び化学製品への規制強化が足かせとなっている。(欧州、化学)</li> </ul> <p><b>【景気の停滞】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 景気状況が下降気味なので、企業経営側としては市場停滞の懸念と業績維持のプレッシャーを抱えている。(欧州、機械工業)</li> </ul>

			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"> <li>✓ インドの経済成長は長期的な事業拡大の観点から良いビジネス機会であると捉えており、市場の大きさと成長性に期待して製造拠点を配置しているが、想定以上に市場が拡大しており順調に業績を上げている。(欧州、化学)</li> <li>✓ 製造拠点や消費市場という観点からみると、大きな可能性をもつ成長市場といえる。(アジア、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>✓ 優秀な人材の雇用ができ、設備投資コストも低い。(欧州、化学)</li> </ul> <p>【主要顧客へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 顧客に近いという点で評価できる。(欧州、機械工業)</li> </ul>
		悪い面	<p>【市場の大きさ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 国内需要・市場が小さい。(欧州、化学)</li> </ul> <p>【政治の安定性】【成長の持続性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 近年の経済成長は、政治が強力に牽引したところが大きいと感じており、今後、この成長が持続可能なものであるか、政府の牽引なしに成長曲線が維持できるかという点に懸念をもっている。(アジア、その他製造)</li> </ul> <p>【インフラの整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 電力の安定供給が行われない等の問題がある。(欧州、機械工業)</li> </ul>
	日本	良い面	<p>【市場の大きさ】【中国市場へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本は、単独の市場としてみても市場の大きさに魅力があるが、さらに巨大な中国市場へも地理的に近いことが強みである。(北米、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p>【品質の高さ】【部品供給等の事業体制の安定性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 品質面の問題も特になく、製造プロセスにおけるサプライチェーンが確立しており、高品質の部品を低コスト・短納期で調達できる。(欧州、機械工業)</li> <li>✓ 精度の高い生産ができ、賃金レベルも安定している。(欧州、化学)</li> </ul> <p>【高度人材の獲得】【教育水準の高さ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高い教育水準の下、高度専門人材の獲得が可能であるため、半導体製品の設計と製造拠点として評価は高く、業績は良好である。(北米、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
		悪い面	<p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 賃貸料や人件費等が高く、当初予定していたとおりの収益は上がっていない。(アジア、その他製造)</li> <li>✓ 物価や人件費が高く、事業コスト削減という点では他のアジア諸国に遅れをとっている。(北米、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p>【商習慣】【意思決定】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 現在、事業は発展段階にあるが、現地パートナーや顧客の意思決定が遅く、当初の予想よりも事業が軌道に乗るまでに時間を要している。(アジア、エネルギー・環境技術)</li> </ul>

### 3.1.2.アジア地域における今後の投資計画及び拠点タイプ別の投資魅力度

アジア地域における今後の投資計画と拠点タイプ別にアジア地域内で最も魅力的な立地先はどこであるかについて調査した。

アジア地域への投資計画(拠点新設又は既存拠点の拡充)については、対象企業222社のうち、221社がアジア地域への具体的な投資計画を有しており、残る1社については、関心はあるものの具体的な投資計画までは策定していないと回答した。本設問は拠点タイプ別に計画の有無を確認したため、回答の総数は391件となった。

投資計画件数で日本は3位、シンガポールは前回首位の中国を逆転して1位となった。

各国への投資計画の特徴を拠点別にみる。

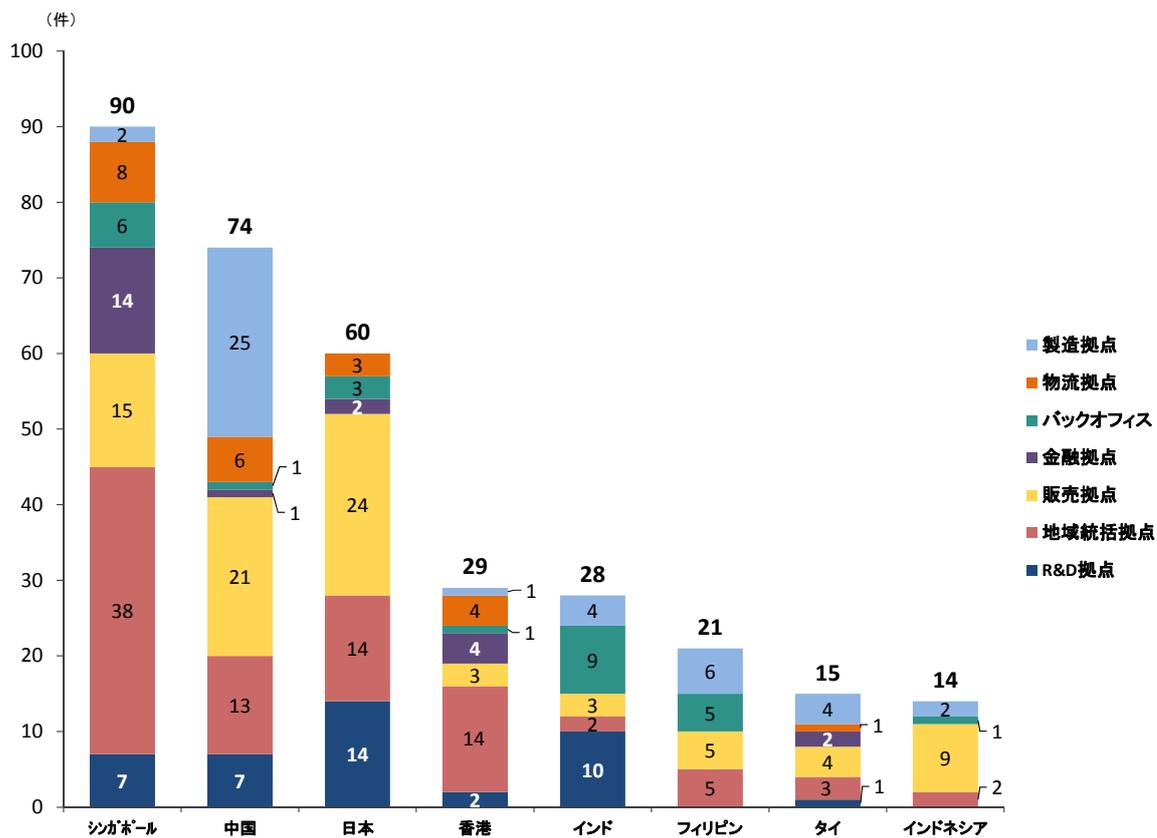
日本は前回調査と比較して、全体に占める「R&D拠点」の割合が増加しているが、後述のとおり、日本の「R&D拠点」としての魅力として「高度人材を確保できる。」(北米、機械工業)等の声が多く、「高度人材の獲得」の面で評価されている結果と考えられる。なお、日本に「製造拠点」の投資計画があると回答した企業は、前回調査時点においても3社のみと僅かであったが、今回調査では回答がゼロであった。

投資計画件数が最も多いシンガポールについては、前回調査と比較して、全体に占める「金融拠点」の割合が増加している。

■アジア地域への投資計画(新設又は拡充)

<b>設問</b>	魅力的であると認識しているアジアの国・地域について、具体的な投資計画の有無をお答えください。(複数回答)
-----------	--

回答企業数： 221社 (投資計画「有」と回答した企業数)



※ 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。

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」と「販売拠点」において1位となるとともに、「地域統括拠点」で2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、平成21年度と23年度調査時には、7拠点全てにおいて中国が1位を占めていたが、前回調査では「R&D拠点」と「製造拠点」以外の拠点では1位を他国に譲っていた。さらに、今回調査では1位は「製造拠点」のみとなった。

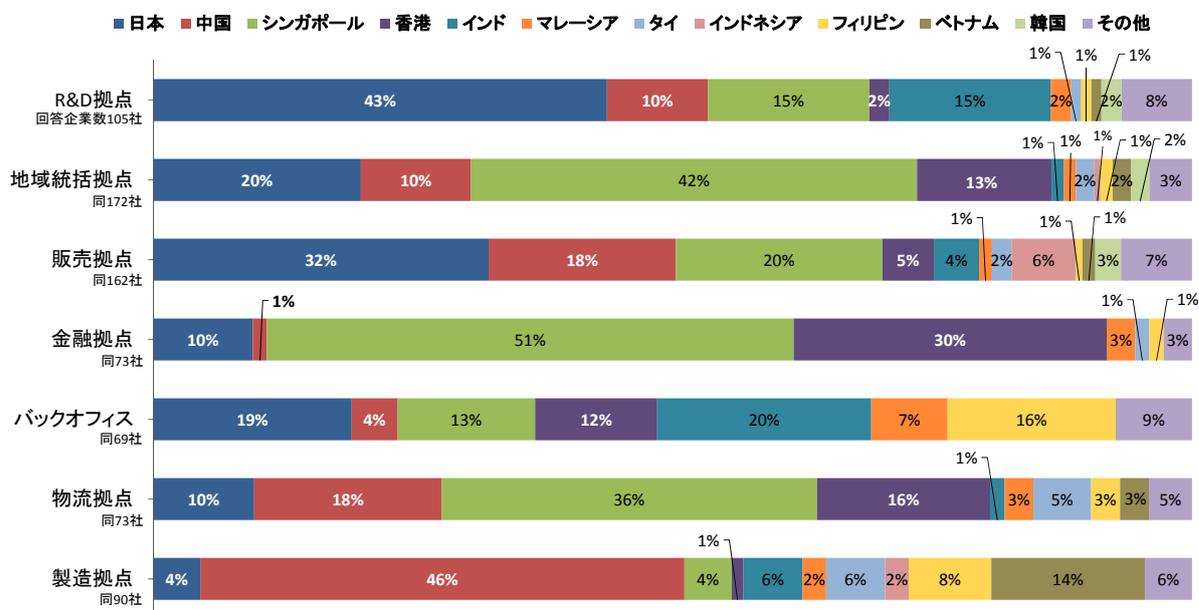
シンガポールについては、「地域統括拠点」、「金融拠点」、「物流拠点」で1位、「R&D拠点」と「販売拠点」で2位となった。

インドについては、「バックオフィス」で1位、「R&D拠点」で2位となった。

### ■ 国別・拠点別立地競争力

<b>設問</b>	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： 221社（1拠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21か国・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 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・地域への回答はグラフから除外した。

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。

ここでは特に拠点別にみた日本の投資魅力度に注目する。

「R&D 拠点」については、3 地域（「欧州」、「北米」、「アジア・オセアニア」）の合計でも 1 位であったが、地域別に見ても全ての地域において 1 位であった。

「地域統括拠点」については、同 3 地域の合計で 2 位、地域別でも全地域で 2 位となった。

「販売拠点」については、同 3 地域の合計では 1 位であったが、地域別にみると「欧州」、「北米」において 1 位、「アジア・オセアニア」において 2 位であった。

### ■ 企業属性の違いによる立地競争力の違い（本社所在地域別）

平成27年度調査（欧州企業） 対象企業82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	
		順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合
R&D拠点	42社	1	45%	3	14%	2	17%	-	0%	3	14%	-	0%	5	2%	-	0%
地域統括拠点	73社	2	21%	3	16%	1	41%	4	12%	-	0%	5	3%	7	1%	7	1%
販売拠点	69社	1	36%	3	19%	2	20%	5	4%	4	6%	10	1%	7	3%	7	3%
金融拠点	25社	3	8%	4	4%	1	64%	2	20%	-	0%	4	4%	-	0%	-	0%
バックオフィス	34社	3	12%	5	6%	2	15%	5	6%	1	29%	-	0%	-	0%	-	0%
物流拠点	31社	4	13%	2	23%	1	32%	3	16%	-	0%	5	6%	-	0%	6	3%
製造拠点	40社	-	0%	1	58%	7	3%	-	0%	5	5%	2	10%	-	0%	2	10%

平成27年度調査（北米企業） 対象企業67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	
		順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合
R&D拠点	28社	1	46%	4	4%	3	7%	-	0%	2	25%	-	0%	4	4%	-	0%
地域統括拠点	46社	2	22%	-	0%	1	46%	3	13%	5	4%	-	0%	-	0%	-	0%
販売拠点	55社	1	38%	2	18%	2	18%	6	2%	5	5%	6	2%	6	2%	-	0%
金融拠点	19社	3	16%	-	0%	1	42%	2	32%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%
バックオフィス	19社	1	37%	4	5%	3	11%	4	5%	4	5%	-	0%	-	0%	-	0%
物流拠点	19社	3	11%	6	5%	1	42%	2	16%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%
製造拠点	29社	2	10%	1	41%	5	7%	-	0%	5	7%	-	0%	-	0%	2	10%

平成27年度調査（アジア・オセアニア企業） 対象企業73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	
		順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合
R&D拠点	35社	1	37%	3	9%	2	20%	5	6%	3	9%	7	3%	-	0%	7	3%
地域統括拠点	53社	2	17%	4	11%	1	42%	3	13%	-	0%	8	2%	5	4%	5	4%
販売拠点	38社	2	16%	2	16%	1	21%	5	11%	-	0%	9	3%	9	3%	-	0%
金融拠点	29社	3	7%	-	0%	1	45%	2	38%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%
バックオフィス	16社	3	13%	-	0%	3	13%	1	31%	2	19%	-	0%	-	0%	-	0%
物流拠点	23社	5	4%	2	22%	1	35%	3	17%	5	4%	4	9%	-	0%	5	4%
製造拠点	21社	4	5%	1	29%	4	5%	4	5%	4	5%	4	5%	-	0%	1	29%

※1 百分率の左側の数字は21か国・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「未進出」と「既進出」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みると下表のとおり。

ここで、日本の投資魅力度についてみると、全てのビジネス拠点タイプにおける評価が、未進出企業群よりも既進出企業群で順位が同位あるいは上位となる結果となった。

### ■ 企業属性の違いによる立地競争力の違い(進出状況別)

平成27年度調査(未進出企業) 対象企業116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	50社	1	40%	8	2%	3	16%	4	4%	2	20%	8	2%	4	4%	-	0%
地域統括拠点	90社	2	21%	4	8%	1	40%	3	14%	6	2%	11	1%	6	2%	5	3%
販売拠点	64社	1	33%	2	22%	3	11%	4	8%	6	3%	10	2%	-	0%	10	2%
金融拠点	30社	3	13%	-	0%	1	43%	2	33%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%
バックオフィス	22社	2	18%	7	5%	4	14%	2	18%	1	23%	-	0%	-	0%	-	0%
物流拠点	30社	8	3%	2	23%	1	27%	3	13%	8	3%	4	7%	-	0%	4	7%
製造拠点	35社	6	3%	1	34%	6	3%	6	3%	4	6%	6	3%	-	0%	2	26%

平成27年度調査(既進出企業) 対象企業106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	55社	1	45%	2	16%	3	15%	-	0%	4	11%	-	0%	-	0%	7	2%
地域統括拠点	82社	2	18%	3	13%	1	45%	4	11%	-	0%	6	2%	9	1%	-	0%
販売拠点	98社	1	32%	3	15%	2	26%	7	3%	4	5%	9	2%	6	4%	11	1%
金融拠点	43社	3	7%	4	2%	1	56%	2	28%	-	0%	4	2%	-	0%	-	0%
バックオフィス	47社	1	19%	7	4%	4	13%	6	9%	1	19%	-	0%	-	0%	-	0%
物流拠点	43社	3	14%	3	14%	1	42%	2	19%	-	0%	5	5%	-	0%	-	0%
製造拠点	55社	5	5%	1	53%	5	5%	-	0%	5	5%	2	7%	-	0%	2	7%

※1 百分率の左側の数字は21か国・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「R&D拠点」、「地域統括拠点」、「販売拠点」について、それぞれの上位3か国・地域における今回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1位(得票率:43%)となった。また、シンガポールとインドが同率で2位(同:15%)となった。

前回調査では、日本と中国は同率の1位(同:20%)であったが、日本がさらに得票率を伸ばしたのに対して、中国は過去3回の調査で維持した1位から、今回は4位(同:10%)に評価を下げた。

日本についてみると、本社所在国・地域別の3地域それぞれにおいて、また、日本への進出状況別の2タイプ(未進出・既進出)それぞれにおいても1位となっており、いずれの得票率も全回答の4割前後を占めており、2位以下に17%~29%程度の差をつけた。日本が魅力的な理由としては、「人材の面から高度な技術力を有しているため、新技術の開発力がある。」(欧州、化学)、「高度な医療技術と人材を有し、商品を厳しく判定する一定規模以上の顧客がいる日本で研究開発を行うことは有力な投資戦略となる。」(欧州、医薬品・医療機器)等「高度人材の獲得」の面で高い評価が多く挙げられている。

シンガポールについてみると、平成19年度の初回調査から徐々に順位を上げ、今回調査では過去最高の2位(得票率:15%)となった。

インドについてみると、シンガポールと同様に今回が過去最高順位となり、シンガポールと同率2位となった。インドの評価が上がった理由として、今回調査でIT分野で優秀なエンジニアが豊富である等「高度人材の獲得」の面で高い評価が多かったことや、インドでは投資奨励業種を設定しており研究開発への投資もこの対象となっていること等が考えられる。

➤ 「地域統括拠点」について

前回調査に続いてシンガポールが1位(得票率:42%)、一つ順位を上げた日本が2位(同:20%)、一つ順位を下げた香港が3位(同:13%)となった。

シンガポールについてみると、平成19年度の初回調査から徐々に順位を上げ、前回調査から1位を維持している。本社所在国・地域別においても3地域すべてで1位となった。

日本についてみると、平成19年度の初回調査で1位(同:35%)であったものの、その後評価は高くなかったが、今回調査では2位(同:20%)と順位を上げ、僅かながら得票率も伸ばした。

香港についてみると、平成19年度の調査以降、安定して2位あるいは3位、得票率では15%~25%の幅で変遷してきたが、今回調査では得票率が過去最低の13%となった。なお、香港は、全7拠点タイプ中「金融拠点」以外の6拠点タイプにおいて前回調査よりも得票率が下がっている。

- 「販売拠点」について

前回調査に引き続いて日本が1位(得票率:32%)となった。また、シンガポールが2位(同:20%)、中国が2位と僅差で3位(同:18%)となった。

日本についてみると、平成19年度の初回調査から徐々に順位を上げ、今回調査では1位を維持するとともに、得票率については過去最高の32%となった。日本が魅力的な理由としては、「日本市場は巨大であり個別の拠点を設置するコストを負担してでも参入する価値がある。」(欧州、情報通信・ハイテク)、「一定規模以上の安定した市場と顧客が存在するため、販売拠点として重視。」(欧州、機械工業)、「インフラが高度に整備されており、参入した企業が個別にインフラ整備に投資・整備を行う必要がない。政情不安によるリスクも低いため、安心して投資・事業拡大を行える。」(北米、その他製造)等、総じて「市場の大きさ・成長性」や「整備されたインフラ」を評価する声が多い。

シンガポールについてみると、過去2回の調査では4位であったところ、今回調査では2位(同:20%)に順位を上げた。本社所在国・地域別にみると、欧州、北米では2位、アジア・オセアニアでは1位となっている。一人当たりGDPが伸びるにつれて、かつては安い労働力から製造業の生産拠点としての機能が中心であったASEAN諸国には、今では販売市場としての価値が加わりつつあり、シンガポールはそれら多くのASEAN諸国へ1~2時間程度でアクセス可能な立地を有し、販売拠点としてより重視されるようになったと考えられる。実際、今回の調査では、周辺のアジア諸国やインド、中東へのアクセスがよいことや、英語での円滑なコミュニケーションがとれることによりビジネスが円滑に進む点で高く評価する声が多い。

中国についてみると、前回調査から順位を落として3位となった。得票率をみると、平成21年度は47%、平成23年度は34%、平成25年度は19%と逡減してきており、今回調査では得票率が過去最低の18%であった。なお、中国は、他の拠点タイプのうち「製造拠点」を除く全ての拠点において、前回調査よりも1%~10%の幅で得票率を下げている(「製造拠点」についても平成23年度調査以前の高い得票率には及ばない)。近年の中国経済の停滞等が背景にあると考えられるが、今回調査では、外国企業に対して出資等規制が厳しいことや人件費の高騰、制度の透明性が十分ではない等が挙げられている。

■ 国別・拠点別立地競争力の推移(平成19年度、21年度、23年度、25年度、27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19年度調査 対象企業209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	154社	1	35%	2	23%	4	11%	5	5%	3	14%	-	0%	7	3%
地域統括拠点	153社	1	27%	4	18%	3	19%	2	20%	5	5%	9	1%	6	3%
販売拠点	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
金融拠点	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
バックオフィス	146社	2	18%	1	23%	3	15%	4	14%	4	14%	9	1%	7	3%
物流拠点	150社	2	13%	1	43%	4	11%	2	13%	5	6%	7	4%	6	5%
製造拠点	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(今回の調査)

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	1%	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)。

※1 ビジネス拠点タイプ別に、アジアの21か国・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21か国・地域の中の順位

※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

※本報告書では、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」、「金融拠点」、「バックオフィス」）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>【高度人材の獲得】【社会の安定性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 安定した社会であり、人材の面からも高度な技術力を有しているため、新技術の開発力があると見込んでいる。（欧州、化学）</li> <li>✓ これまで安定した運営体制を敷くことができ安定した業績を上げてきている。社会や経済の安定は今後も継続することが見込まれ、継続的な投資が可能であると考えている。（北米、その他製造）</li> </ul> <p><b>【高度人材の獲得】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 実際に日本で事業を行った際に、技術開発における現地スタッフの能力に驚いた経験がある。現在は日本でビジネスを展開していないものの、アジアの研究開発拠点としては日本に比較優位性があると感じている。（北米、エネルギー・環境技術）</li> <li>✓ 事業に十分な高度人材を確保できている。今後、人員増とともに新たに試験装置の増設を計画している。（北米、機械工業）</li> <li>✓ 研究開発センターへの投資を検討しているため、高度人材の獲得に有利な日本を候補としている。（アジア、機械工業）</li> <li>✓ 日本は半導体産業の転換期にあり、市場では優秀な人材が流動的になっている。（北米、情報通信・ハイテク）</li> </ul> <p><b>【高度人材の獲得】【市場の大きさ・成長性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高度な医療技術と人材を有し、市場においては商品を厳しく判定する一定規模以上の顧客がいる日本で研究開発を行うことは有力な投資戦略となる。（欧州、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 優れた技術を有し、品質に厳しい日本市場において当社の商品開発・試作に関する投資をしたい。（欧州、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ アジア諸国のなかで最も品質に厳しい日本で研究開発を行うことで、ここで販売を開始できた製品、サービスは自信をもってアジアに展開することができる。（欧州、医薬品・医療機器）</li> </ul> <p><b>【高度人材の獲得】【整備されたインフラ】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 低価格スマートフォンや格安 SIM の普及に伴う MVNO（仮想移動体サービス事業者）市場への新ソフトウェア開発にかかる協業事業について、顧客に近く、通信事業やインフラ整備の進んでいる日本を技術開発事業のパートナーとして選択した。（欧州、情報通信・ハイテク）</li> </ul> <p><b>【市場の大きさ・成長性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 昨今の大きなビジネス機会となっている訪日旅行商品の開発拠点として、アジア地域へのサービス新設・拡大に向けた“研究開発拠点”と位置づけている。（アジア、サービス・小売）</li> <li>✓ 日本はデジタル印刷の技術、市場規模ともにアジアでは最先端。優秀なエンジニアも多く、日本のインクジェット分野の研究への投資を検討している。（欧州、機械工業）</li> </ul> <p><b>【主要顧客・研究パートナーへのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本の薬科大学と医薬品開発の面で強く連携している。また、日本は再生医療で先行しているため、日本で臨床開発しアジアに展開することも可能であると見込んでいる。（北米、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 産学連携のプロセスが充実している。また大学等の研究機関が優秀な外国人学生の誘致に積極的になっているため、共同研究がやりやすくなってきている。（北米、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 優良かつ重要な主要顧客へのアクセス、高い水準での製品分析ができるため、既存の研究開発</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
日本	R&D 拠点	<p>拠点の拡大を検討している。(欧州、化学)</p> <p><b>【研究パートナーへのアクセス】【市場の大きさ】【整備されたインフラ】【社会の安定性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本の国立大学の特定研究グループと連携し、研究開発を行っている。日本は経済大国のひとつであり、世界第3位の製薬市場でもある。その市場の大きさと高度に整備されたインフラ、ビジネスや生活を行う上で欠かせない社会の安定性が魅力である。(欧州、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 研究開発に必要な設備や材料のサプライチェーンが既に確立しており、調達が容易で、メンテナンスサービスも充実している。(欧州、機械工業)</li> </ul> <p><b>【その他】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本発のアイデアで研究開発を行い、特殊な技術が必要なものは日本で生産するといったように、アジア諸国とは価格競争ではないところで勝負をする戦略が必要である。(欧州、化学)</li> </ul>
	地域 統括 拠点	<p><b>【市場の大きさ・成長性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高齢化が進む日本であるが、その平均寿命の世界的な高さを鑑みるに、高齢者(特に後期高齢者)への医療サービスの需要は増加の一途をたどることが予測され、当該領域の成長市場であると考えられる。この事業機会を逃すことなく、日本市場を重点市場として位置づけ、地域統括拠点を設置し、欧米よりも高齢化が早く進むといわれるアジア地域への事業拡大を図っていきたい。(欧州、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 日本は、これまでハードウェア部門において地域を牽引する国として長年発展を遂げてきているが、今後は特にソフトウェア部門に注目しており、情報通信・ハイテクの分野、さらにスマートグリッド等の通信を活用した省エネ分野といった領域において、新製品の開発や試行市場として同地域を担う大きな可能性を秘めている拠点として捉えている。(欧州、情報・ハイテク)</li> <li>✓ 既存市場が大きく、事業規制等はよく整っており魅力的である。(アジア、サービス・小売)</li> </ul> <p><b>【主要顧客へのアクセス】【ビジネスパートナーへのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 当社のソリューションは主に自動車部門向けであり、日本は多くの自動車製造工場及びサプライチェーンに含まれる企業が多数あるため、地域統括拠点として設置し、連携強化と効率化を図っている。(アジア、情報・ハイテク)</li> <li>✓ ターゲットとしている顧客に近い立地を求めて地域統括拠点の設置を検討している。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 日本市場については商品販売、現地化、そしてマーケティングにおいて協力してくれる適切なパートナーが多くいると認識しており、日本市場を通じたアジア地域への販路拡大といったビジネス展開の可能性に非常に魅力を感じている。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p><b>【高度人材の獲得】【研究開発パートナーへのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 適切な技能を備えた人材を確保・育成できる見込みが高く、情報セキュリティに対する意識も高いという点で、ソフトウェア開発とIT教育のための地域オフィス設立を計画している。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p><b>【主要顧客・パートナーへのアクセス】【整備された情報インフラ】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ITインフラが整備されており、事業の立ち上げは容易。また高い技術をもった部品メーカーが多い。また、具体的な投資計画の作成前に投資関連の情報や適切なパートナー選びが重要となるが、日本市場には多くのビジネスパートナーが集まっている。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p><b>【整備されたインフラ】【アジア諸国へのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本での事業展開と並行して日本を拠点としたアジア地域への事業拡大を検討している。地域の運営体制を統括・拡大するうえで整備されたインフラ(交通、エネルギー、情報通信等)は必須であり、日本を地域統括拠点とする計画である。(欧州、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 地域統括拠点として機能するために安定したインフラが必要であり、電力、通信、運輸のインフラの安定度は他のアジア諸国と比較して非常に高い。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
日本	地域統括拠点	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ アジア地域への事業拡大にあたり、半導体業のサプライチェーンが整備されている日本に地域統括拠点の設置を検討している。（北米、情報通信・ハイテク）</li> </ul>
	販売拠点	<p>【アジア地域へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ グローバルな物流インフラを生かし、今後は地域統括拠点として日本発のアジア地域への営業活動、事業展開を行っていく予定である。（欧州、医薬品・医療機器）</li> </ul> <p>【整備されたインフラ】【社会の安定性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 公共事業や民間企業等によってビジネスインフラが既に高度に整備されており、参入した企業が個別に基本的なインフラ整備に投資・整備を行う必要がない。また、政情不安によるリスクも低いいため、安心して投資・事業拡大を行える。（北米、その他製造）</li> </ul> <p>【市場の大きさ】【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場の大きさと専門分野の高度人材の獲得が容易である点が魅力。（北米、医薬品・医療機器）</li> </ul> <p>【市場の大きさ】【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本への投資を決めたきっかけは、市場の規模と投資のしやすさである。口座開設の一部の手続きを除いては、とてもスムーズに進められた。投資環境の良さを PR すれば、より多くの企業の投資につながると思われる。（アジア、情報通信・ハイテク）</li> </ul> <p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 一定規模以上の安定した市場と顧客が存在するため、販売拠点として重視している。（欧州、機械工業）</li> <li>✓ 言語や商習慣の特殊性等から現地拠点の設置と日本特有の市場知識に対する理解が必要ではあるものの、日本市場は巨大であり個別の拠点を設置するコストを負担してでも参入する価値があると考えている。（欧州、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ 日本は少子高齢化が進んでいるため、今後一層の高度医療の発展や社会福祉制度の成熟が見込まれており、当社ビジネスにおいては市場の成長が見込める。（北米、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ アジア地域では特に日本市場の規模が大きいことに鑑み重点拠点としている。合わせてインフラ整備状況や主要な顧客へのアクセスの良さも評価が高い理由である。（欧州、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ 日本は多様な食文化があり、食にかかわる一人当たりの消費金額が大きく、市場の大きさと今後の成長性に期待している。（北米、情報通信・ハイテク）</li> </ul> <p>【主要顧客・パートナーへのアクセス】【アジア諸国へのアクセス】【グローバル本社へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ アジア地域への事業拡大や更なるビジネスチャンスの拡大のためにサポートが必要な国々に対して、日本の販売実績や日本市場における評価・教訓等を活用している。また、そうした国々とのビジネスの連携体制（パートナーシップ）を構築している。（欧州、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ 多くの日本企業・外国企業が東京を中心とした主要都市に集約しており、そうしたビジネスパートナーやアジア市場へのアクセスが容易である。さらに、本社のある米国とのコミュニケーションが良好である点（良好な国交・米国企業や社会への日本国民の理解が深い点・ビジネスマンが利用しやすいルートや十分な就航便数等）、本社所在国やアジア他国との行き来がしやすい点についても評価している。（北米、エネルギー・環境技術）</li> </ul> <p>【整備されたインフラ】【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"> <li>✓ 最新のデジタル技術の導入において、日本は情報通信のインフラ環境がよく整備されている点と、最新の技術を問題なく扱える人材が豊富な点、そしてその価値を理解できる顧客がいる大きな市場である点が魅力である。（北米、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ コンピューターゲーム市場が流通面も含めて成熟しているため、ビジネスが容易に行える。（北</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
日本	販売 拠点	米、情報通信・ハイテク <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ クレジットカード決済や他の電子決済等のシステムやサービスに関する市場が大きく、成長性も見込めるので重要視している。（欧州、情報通信・ハイテク）</li> </ul> <p>【整備されたインフラ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 宅配便やコンビニエンスストアでの荷物の受け取りなど、商品の配達サービスが充実しており、消費者のネット通販も普及している。衣料品メーカーである当社にとって流通網の種類が多いのは魅力的。（北米、その他製造）</li> </ul>
	金融 拠点	<p>【市場の大きさ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 景気の動向を注視する必要があるが、そもそも市場規模は大きく、ビジネスチャンスはあると考えている。（アジア、運輸・輸送）</li> </ul> <p>【市場の大きさ】【高度人材の獲得】【社会の安定性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本の市場規模は魅力で、高度な教育を受けた人材が確保できる。また、治安が良いのも、海外拠点を考える上で重要な要素である。（北米 医薬品・医療機器）</li> </ul> <p>【整備されたインフラ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 通信環境や交通インフラが安定しており、信頼性の高いビジネスができる。（北米、サービス・小売）</li> </ul>
	バック オフィ ス	<p>【商習慣】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 他の国とは商習慣が異なるため、日本国内に独自のバックオフィスを設置する必要がある。（欧州、機械工業）</li> </ul> <p>【高度人材の獲得】【税制・規制の透明性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高度人材の獲得が比較的容易で、ビジネス環境や税制・規制に透明性があり、中長期計画が立てやすい。（アジア、サービス・小売）</li> </ul> <p>【市場の大きさ】【一般人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 比較的柔軟にバックオフィス業務を行う一般人材を獲得できる。（北米、医薬品・医療機器）</li> </ul> <p>【高度人材の獲得】【商習慣】【事業規制の開放度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高度人材の獲得によりビジネスを効率的に管理することができる。（北米、エネルギー・環境技術）（北米、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>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 新製品の研究・開発については、特に専門人材確保の点から中国市場が魅力的であると感じている。（北米、情報通信・ハイテク）</li> </ul> <p>【市場の大きさ・成長性】【主要顧客・パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 今後のアジア市場の成長性とその規模を視野に入れると、現在のアジア地域における主要顧客である中国に、より近いところで新製品の開発等を行うことが中期的には安定した事業運営に有利に展開すると感じている。（欧州、機械工業）</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
中国	R&D 拠点	<p>【市場の大きさ・成長性】【事業規制の開放度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 事業に関する規制の開放度や市場の成長性と規模の点で、他の周辺アジア諸国に比べて、現時点では中国が最も魅力的な拠点であると考えている。(欧州、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 当社にとって中国は最大の市場であり、その中国に研究開発機能を持たせることで、顧客の需要をタイムリーに、かつ、肌感覚で把握することができ、新製品開発に活かしている。(北米、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
	地域 統括 拠点	<p>【市場の成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場の成長性という観点からは、特に中国市場が大きな可能性を持っている。(欧州、エネルギー・環境技術)</li> </ul> <p>【市場の大きさ・成長性】【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場の大きさ・成長性、事業活動コストの安さが大きな魅力であることから、中国市場の本格的な開拓に向けて、徹底的に現地化した支店及び法人の設立を行うとともに、地域統括拠点としての機能を持たせる計画である。(アジア、医薬品・医療機器)</li> </ul> <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"> <li>✓ 市場の大きさや成長性ととも、地域内拠点へのアクセスの利便性の観点から、上海をアジア地域の事業のハブとして展開している。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 中国は人口が多く競争が激しいため、高度人材の獲得は買い手市場であり、英語力がありグローバル目線の人材の獲得が容易。(欧州、その他製造)</li> </ul>
	販売 拠点	<p>【市場の大きさ・成長性】【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場の大きさが魅力的である。生産、卸し、販売の各拠点を設置する。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 中国の魅力としては市場の大きさ・成長性、事業活動コストの安さが挙げられる。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>【市場の大きさ・成長性】【主要顧客・パートナーへのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場の大きさと成長性が魅力であり、今後、中国国内と周辺地域を対象とした営業、サービス拠点を、引き続き中国本土に増設していく計画であるため、顧客へのアクセスについても評価している。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>✓</p> <p>【市場の大きさ・成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場規模と成長性の観点からは世界一の市場である。(欧州、その他製造)</li> <li>✓ 今後の成長性から見て非常に重要な市場と考えており、投資先として魅力的である。(アジア、その他製造)</li> </ul> <p>【市場の大きさ・成長性】【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 近年の中国経済の躍進と安定により事業の中期的な展望が立てやすくなる。中国政府の税制優遇策も魅力的である。(北米、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 営業拠点や販売拠点の増設にあたり、事業コストならびに人件費が安く抑えられるため、ビジネスの機会を逃さず臨機応変な拠点拡大が決断できる。(北米、情報通信・ハイテク)、(欧州、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	販売拠点	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 様々な障害があるが中国は世界最大の市場規模であるため、市場の成長性、主要顧客へのアクセスを考慮すると中国に拠点を構えることは重要。（北米、その他製造）</li> </ul> <p>【整備されたインフラ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 中国国内の物流ネットワークは急速に発展してビジネスに支障のないレベルに到達しており、より迅速に市場の要求に応えることができる。（北米、その他製造）</li> </ul>
	金融拠点	<p>【市場の大きさ・成長性】【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場の大きさと成長性が見込める。人件費等の事業活動コストは徐々に上がっているものの、先進国と比較するとまだまだ安い。（欧州、医薬品・医療機器）</li> </ul> <p>【市場の成長性】【地域拠点へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 以前の勢いはないものの市場の成長性を感じている。地域拠点へのアクセスも含め、重要な拠点として考えている。（アジア、サービス・小売）、（アジア、機械工業）</li> </ul>
	バックオフィス	<p>【高度人材の獲得】【一般人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 優秀な人材の確保が容易である。（欧州、その他製造）</li> </ul> <p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人件費は上がりつつあるが、全体を見ると他国に比べ事業コストを抑えることができる。（北米、情報通信・ハイテク）</li> </ul>

		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】【研究開発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"> <li>✓ 各国に適したカスタマイズ製品の研究開発拠点として設置した。高度人材の獲得や研究開発パートナーへのアクセスの良さはもちろん、知的財産権等の法整備という観点からも安心して研究開発の事業を実施できる。（欧州、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ 教育レベルが高く、専門的な知識のある従業員が多い点が魅力である。（アジア、サービス・小売）</li> </ul> <p>【主要顧客・パートナーへのアクセス】【アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 当社はASEAN各国に向けた商品・サービスの紹介と展開を検討しており、開発段階における優良なパートナーの確保や、流通段階におけるサプライヤー等へのアクセスの良さを踏まえて、シンガポールに開発センターの設置計画を有している。（アジア、情報通信・ハイテク）</li> </ul>
	地域統括拠点	<p>【アジア諸国へのアクセス】【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 周辺国を含む他地域へのアクセスの良さと英語での円滑なコミュニケーションが大きな魅力である。（欧州、機械工業）</li> </ul> <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】【行政からの優遇策】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 現地で雇用する従業員のレベルが均一で高く、英語で問題なくコミュニケーションが取れる。また、政府による外国企業誘致のための事業規制の開放施策や税制優遇政策、事業拠点設置時に必要となるサポート体制等もしっかりしている。（アジア、サービス・小売）</li> </ul>

		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>✓ 効果的な運営ができ、グローバル本社に対し言語能力・ビジネス能力的にも円滑なコミュニケーションのとれる質の良い従業員がいる。また、国家政策として積極的に海外からの投資誘致に取り組んでおり、非常に協力的なビジネス環境である。（アジア、その他製造）</p> <p>【税率】【法規制の開放度】【高度人材の獲得】</p> <p>✓ 税率、法規制の観点から他のアジア諸国に比べて優位性があり、適切な人材も集めやすい。（欧州、化学）</p> <p>【行政からの優遇策】【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <p>✓ シンガポールは外国企業の誘致に関する優遇政策や制度に柔軟性があり、かつ国家としてこうした企業誘致に積極的な姿勢を表明している。また、多民族・多言語国家であることから、英語でのコミュニケーションに支障がなく、外国人に対する受け入れ態勢も問題ない。（北米、商業銀行）</p> <p>【アジア諸国へのアクセス】【主要顧客・パートナーへのアクセス】【整備されたインフラ】</p> <p>✓ アジア進出の橋頭堡として、地理的に主要な顧客・ビジネスパートナーへのアクセスが便利であり、かつビジネスインフラの整備が進んでいる。（アジア、情報通信・ハイテク）</p> <p>【主要顧客・パートナーへのアクセス】【社会の安定性】【整備されたインフラ】【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <p>✓ 今後、当社が展開を予定している多くの市場へのアクセスが容易であり、政治情勢が安定している。インフラが整っており、英語が話せる従業員がいる。（欧州、情報通信・ハイテク）</p> <p>【主要顧客・地域内拠点へのアクセス】</p> <p>✓ アジアの 2 大ハブ拠点の一つ。シンガポールは南・東南アジアと日本をカバーしており、香港は中国をカバーしている。シンガポールの既存顧客サポートと周辺国への貿易金融やアセットファイナンス等の主要業務部門における投資の拡大を目的として地域統括拠点を設置した。（アジア、商業銀行）</p>
	販売拠点	<p>【アジア諸国へのアクセス】【英語での円滑なコミュニケーション】【グローバルな商習慣】</p> <p>✓ 周辺のアジア諸国へのアクセスが容易で、拠点を有していない国への営業活動のハブとして有効に機能している。（欧州、化学）</p> <p>✓ 世界各地から人が集まってきているシンガポールは人種のるつぼであり、さまざまな文化が混ざり合ったグローバルなビジネス環境である。周辺の東南アジア地域へのアクセスの良さと円滑な英語でのコミュニケーションが魅力。（欧州、機械工業）</p> <p>✓ 英語で問題なくコミュニケーションが取れビジネスが円滑に進み、また商習慣も柔軟に対応できている。（アジア、サービス・小売）</p> <p>✓ 周辺市場のアクセスと英語でのビジネスが可能のため、これまでの事業と収益の拡大に貢献してきた。今後は、新しい ASEAN と南アジアの営業本社としての位置づけとして、さらなる事業拡大を目指す。（北米、医薬品・医療機器）</p> <p>✓ 周辺市場へのアクセスが容易で、現在、事業単位ごとに既に地域の中核（ハブ）がある。（欧州、エネルギー・環境技術）</p> <p>✓ 周辺諸国へのハブとしての機能がシンガポールの魅力。当社の場合、グループ会社から、シンガポールにあるアジア本社を通じアジアのクライアントへ提携販売をすることが出来る。（アジア、その他製造）</p> <p>✓ 今後展開する市場へのアクセスが良い、安定していてインフラが整っている、英語が話せる従業員の確保が出来る、この地域にいる多くの顧客の地域本社がシンガポールにある。（欧州、情報通信・ハイテク）</p> <p>✓ 周辺の東南アジア諸国だけでなく、インド、中東へのアクセスの良さも強み。（北米、機械工業）</p>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
シンガポール	販売拠点	<p>✓ 周辺の市場へのアクセスが容易で、グローバルな商習慣に対応している。アジア進出の拠点として機能している。（アジア、情報通信・ハイテク）</p> <p><b>【主要顧客へのアクセス】</b></p> <p>✓ 主要顧客へのアクセスが魅力。ビジネス責任者や起業家に対してさらに効果的な営業活動をするために今後も継続的な投資を検討している。（北米、情報通信・ハイテク）</p> <p><b>【法規制の開放度】</b></p> <p>✓ 実際のビジネス環境に即した合理的な事業規制がされており、非常に柔軟かつ開放的である。それによりあらゆるマーケティング施策を講じる事が出来る。（北米、情報通信・ハイテク）</p> <p><b>【英語での円滑なコミュニケーション】【事業規制の開放度】【商習慣】【事業活動コスト】</b></p> <p>✓ アジア地域での営業拠点開設にあたっては、候補地として日本との比較検討も行ったが、言語（英語）、法制度、商習慣、事業コスト（法人税、関税、人件費、設備費、原材料、流通コスト等）等の観点からシンガポールを選択した。（北米、その他製造）</p> <p><b>【主要顧客・パートナーへのアクセス】【商習慣】【英語での円滑なコミュニケーション】</b></p> <p>✓ 主要顧客へのアクセスが良く、ビジネスパートナーも多く集まっているため、事業パートナー探しに不自由しない。加えて、商習慣も外国籍の企業にとって大きな違和感がないことが営業拠点の設置を容易にしていると思う。また、英語が支障なく通じる環境から、営業・販売拠点の人材確保とグローバル本社との円滑なコミュニケーションが強みである。（欧州、サービス・小売）</p> <p><b>【専門人材の獲得】</b></p> <p>✓ 当社の事業においては、営業拠点であっても専門知識を備えた人材確保が重要となる。その点、シンガポールは英語でのコミュニケーションのみならず専門職の人材確保がしやすい。（北米、医薬品・医療機器）</p>
	金融拠点	<p><b>【資金調達環境の充実】【英語での円滑なコミュニケーション】</b></p> <p>✓ 資金調達システムの発達したシンガポールは金融拠点として相応しい。社会経済が比較的安定していることに加えて、多言語・多民族国家でもあり、外国企業にとっては言語・文化ともに受入れやすい環境が整っている。（欧州、医薬品・医療機器）</p> <p><b>【市場の大きさ】</b></p> <p>✓ 金融の拠点としての地位を築き、すでに多くの企業が集まっている。（欧州、化学）</p> <p><b>【インフラの整備】</b></p> <p>✓ 金融拠点の地域のハブとして十分なインフラと制度が整備されている。（欧州、機械工業）</p> <p><b>【法規制の開放度】【インフラの整備】</b></p> <p>✓ 税制面で優位である。（欧州、化学）</p> <p>✓ インフラが整っている。税率が低い。高学歴で英語が話せる従業員が確保できる。（欧州、情報通信・ハイテク）</p> <p>✓ インフラが整っている。また、税の優遇策がある。（北米、情報通信・ハイテク）</p> <p><b>【高度人材の獲得】【事業規制の開放度】</b></p> <p>✓ IT 企業にとって有利な税制措置となっており、スペシャリストや専門職人材が豊富なため、金融センターとして機能している。（北米、情報通信・ハイテク）</p> <p>✓ 会計方針がわかりやすく、事務的負担が最小限で済む。会計管理のための ICT プラットホームがしっかりしており、また、会計管理をするのに適した有能なスタッフがいる。（アジア、その他製造）</p>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
シンガポール	金融拠点	<p>【行政による優遇策】【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 投資ファンドのためのベストな税制がある。また、英語を話すグローバルな人材がいる。（北米 投資銀行・証券）</li> </ul>
	バックオフィス	<p>【整備されたインフラ】【英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ビジネス環境が整っており、また英語で円滑にコミュニケーションができるため、他のアジア諸国と比較するとビジネスの容易さは際立っている。（欧州、その他製造）</li> <li>✓ 事業単位ごとにすでに地域の中核がある。インフラが高度に整備されており、また英語でのコミュニケーションが可能のため、本社と密に連携できる。（欧州、エネルギー・環境技術）</li> </ul> <p>【地域内拠点へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 周辺地域へのアクセスが容易で、バックオフィス業務を集約しやすい。（アジア、その他製造）</li> </ul> <p>【市場の成長性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ シンガポールでの生産増加により、バックオフィスへの投資につながる。（北米、情報通信・ハイテク）</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
香港	R&D拠点	<p>【市場の大きさ・成長性】【高度人材の獲得】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 当社の商品（漢方薬）にとって香港市場は主要市場の一つである。国によっては難しい当該分野における専門人材の獲得も容易であり、研究開発拠点として最も適切であると考えている。また、香港で品質の良い商品を開発し、それが香港市場で試されれば、商品の質の担保や信頼、高い評判を得ることができる。（アジア、サービス・小売）</li> </ul> <p>【補助金等の行政による優遇策】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 政府の補助金・税金の優遇策が魅力的である。（アジア、サービス・小売）</li> </ul> <p>【高度人材の獲得】【整備されたインフラ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高度な人材を確保することが可能であり、インフラ面も整備されているため、研究開発拠点として重視している。（アジア、情報通信・ハイテク）</li> </ul>
	地域統括拠点	<p>【主要顧客・アジア諸国へのアクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 当社の主要顧客がアジア大洋州地域に位置しており、香港はそうした顧客へのアクセス面で優れている。また、中国本土へ事業参入を検討するにあたって、まず、入り口として最初の拠点を設置する価値がある。（欧州、情報通信・ハイテク）</li> </ul> <p>【商習慣】【事業規制の開放度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 商習慣や規制等の観点から自由にビジネスを展開することが可能である。新規投資や投資拡大を検討する際にも、迅速かつ容易に設備投資を行える環境が整っている。（アジア、その他製造）</li> </ul> <p>【地域内拠点へのアクセス】【整備されたインフラ】【税率】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 補助金、優遇政策等の投資誘致の支援や、香港の既存顧客へのアクセスが良い。また地域内拠点の設置を検討する際に重視される十分なインフラ整備や税率も同様に魅力である。（北米、生損保）</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
香港	販売拠点	<p><b>【整備されたインフラ】【地域内拠点へのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 整備されたインフラと地域内拠点へのアクセスが魅力である。（アジア、情報通信・ハイテク）</li> </ul> <p><b>【主要顧客へのアクセス】【ビジネスパートナーへのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 重要な顧客へのアクセスの良さとともに、税理士法人等も多く集まり、適切なビジネスパートナーに不自由しない。（欧州、サービス・小売）</li> </ul> <p><b>【主要顧客・アジア諸国へのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 簡単に各国へ移動することが出来るため、統括拠点として地の利がある。また、多くの企業の地域本社が香港にあることもあり、そうした企業に対する営業活動から、周辺国への販路拡大につながっている。（北米、エネルギー・環境技術）</li> <li>✓ 当社が主要なターゲットとしている中国市場の需要に対して、中国本土よりも参入しやすく、かつ、本土の顧客の意向がリアルタイムで把握できる香港は重要な拠点と考えている。既存の商品やサービスラインを中国市場の需要に沿うようにカスタマイズすることが容易であり、市場規模も成長性も大きな中国本土への導入・拡大を見据えた地域統括拠点として、特に営業機能を重視したオフィスの設置を計画中である。（北米、情報通信・ハイテク）</li> </ul> <p><b>【高度人材の獲得】【主要顧客へのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 販売統括拠点においては人材の能力育成と現地と本社とを結ぶクロスボーダーネットワークの構築を目的としている。その点で、香港市場は高度人材の獲得と、中国国内にいる主要顧客へのアクセスの良さが魅力である。（アジア、商業銀行）</li> </ul>
	金融拠点	<p><b>【高度人材の獲得】【事業規制の開放度】【グローバル本社からのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 金融業という点では非常に発達しており、高度人材の獲得も比較的容易。中国本土への経済活動のハブとして機能している。（アジア、サービス・小売）</li> </ul> <p><b>【事業規制の開放度】【高度人材の獲得】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 中国本土への大規模投資及び管理業務は、香港で行っている。金融都市として事業規制が開放されており、英語でコミュニケーションできる高度人材の獲得が可能。（北米、機械工業）</li> </ul> <p><b>【整備されたインフラ】【市場の大きさ】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ アジアを統括しているファイナンシャルグループが数多くある。また、インフラ、金融サービスが充実しておりビジネス環境が安定している。（北米、エネルギー・環境技術）</li> </ul>
	バックオフィス	<p><b>【整備されたインフラ】【高度人材の獲得】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 中国本土への玄関口として長い歴史があるため、既存のインフラが整備されている。また、人材の獲得が容易。（アジア、情報通信・ハイテク）</li> </ul> <p><b>【一般人材の獲得】【主要顧客へのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ バックオフィスに必要な一般人材の獲得が容易であり、主要顧客へのアクセスも容易なため、業務が円滑に行える。（アジア、その他製造）</li> </ul> <p><b>【高度人材の獲得】【市場の大きさ】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 管理職、エンジニア等の高度人材の獲得が容易で、バックオフィス業務関連のサービスも充実している。（欧州、その他製造）</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
インド	R&D 拠点	<p><b>【高度人材の獲得】【整備されたインフラ】【事業活動コスト】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 優秀なエンジニアが多数存在し、高度な人材を確保することに困らない。また、SSC(シェアード・サービス・センター)機能が低コストで運営できることは研究開発拠点としてのみならず、バックオフィス機能としても重宝している。(欧州、化学)</li> <li>✓ ソフトウェアの開発チームを創設予定であるが、ITの高度な専門職の人材が豊富であり、かつ、人件費や事業コストが安価である。IT業界では開発や商品化に高度な専門知識とともにスピード感が要求されるが、双方兼ね備えた環境が整っている。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p><b>【高度人材の獲得】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ IT企業が集約するインド南部の世界都市バンガロールに開発拠点があり、高度人材(専門職)の確保が可能である。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 基礎研究は米国で行っているが、インドの応用技術の強さに魅了を感じており、現有施設・設備・機能の拡張を随時計画している。(北米、その他製造)</li> <li>✓ インドは北米企業にとってBPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング)サービスの拠点であり、北米企業のビジネスプロセスを理解した上で、新しいネットワークソリューションを開発できる高度なIT人材の確保が比較的容易に行える。(北米、機械工業)</li> </ul> <p><b>【主要顧客・パートナーへのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 特にIT分野においては、国内外の様々な企業や研究開発パートナーが集まっており、新しい知見やネットワークを融合させる基盤となっている。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ インドは、ITインフラの開発に大きな可能性を秘めているだけでなく、他のASEAN諸国や南アジア市場にアクセスしやすく、ビジネスの今後の展開を見据えた開発拠点を設置する上で魅力的である。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
	地域 統括 拠点	<p><b>【事業活動コスト】【整備されたインフラ】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 事業活動コストが安く投資対効果の更なる利益向上が見込まれる点、整備されたインフラにより不自由なく広範に事業が展開できる点が地域統括拠点に適している。(北米、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
	販売 拠点	<p><b>【市場の大きさ・成長性】【事業活動コスト】【高度人材の獲得】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 急速に成長するインド市場の大きさと今後の成長性は魅力。また、安い人件費で優秀な人材が確保できるので事業活動コストを抑えることができる。(北米、サービス・小売)</li> </ul> <p><b>【市場の大きさ・成長性】【主要顧客へのアクセス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ インド市場は巨大かつ成長途中であり、当社の製品に対する現地の顧客やパートナーのフィードバックをもとに市場の需要にマッチした製品の企画・開発がタイムリーに実施できている。(欧州、その他製造)</li> <li>✓ インド市場は拡大とともに確実に成長してきており、主要顧客へのアクセスとしても利便性が高いため新たに拠点を設置する計画である。(北米、機械工業)</li> </ul> <p><b>【事業活動コスト】【市場の大きさ・成長性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 周辺国の中にはインドよりもさらに事業コストが安価な国が存在するものの、一定規模以上の顧客を有しており、今後とも人口増加による顧客層の拡大が見込まれる成長市場としては事業コストが割安であり、魅力的である。(欧州、その他製造)</li> </ul> <p><b>【高度人材の獲得】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ インド大手企業との協業事業を実施中である。通信事業社向けである点と新クラウドサービス領域の新事業であるため、双方に高度人材を有し、かつ当該業種の投資環境の整ったインドを選択した。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
インド	バック オフィ ス	<p>【事業活動コスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人件費等が安いため、シェアードサービスセンター機能が低コストで運営できる。(欧州、化学)</li> </ul> <p>【事業活動コスト】【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ インドはICTを活用したビジネスプロセスアウトソーシング(BPO)の拠点であり、バックオフィス業務をサポートする企業が多く、また英語によるサポートサービスが受けられる。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul>

### 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両面から、外国企業が「強み」「弱み」と認識している項目について調査した。また、その結果については、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」としては、1位が「市場の大きさ」と「整備されたインフラ」、3位が「社会の安定性」となった。

「強み」の1位の「市場の大きさ」については、「アジアで最も経済規模の大きい国の一つであり、技術も優れていて、価格競争のみならず品質の良いものが売れる市場である。」(欧州、情報通信・ハイテク)、「GDP世界3位の規模が、非常にコンパクトな地域にまとまって立地している。」(欧州、運輸・輸送)等の評価があった。

同じく1位の「整備されたインフラ」については、「世界に誇るインフラと設備が整っている。」(欧州、サービス・小売)、「電力供給や通信網の遮断等のリスクが非常に低く、安定したビジネスを行うことができる。」(北米、情報通信・ハイテク)等の評価があった。

「強み」の3位の「社会の安定性」については、「法規制や政府の体制に急変がないため、長期的展望が立てやすい。」(欧州、機械工業)、「日本の社会システムは長年安定しており、予想外の事態への備えが最小限で済む。」(北米、情報通信・ハイテク)等の評価があった。

一方で、日本のビジネス環境の「弱み」としては、1位が「英語での円滑なコミュニケーション」、僅かな差で2位が「事業活動コスト」、3位が「市場の成長性」となった。

「弱み」の1位の「英語での円滑なコミュニケーション」については、「大企業が発行しているものですら、文書が日本語で書かれていて、英語が話せる人の数が限られている。」(アジア、エネルギー・環境技術)、「対日投資を検討するにあたって商談やプレゼンテーション、ビジネスメール等は欠かせないものだが、外国語の能力に欠けていると感じることが多く商機を逸しているのではないか。」(欧州、運輸・輸送)等の評価があった。

「弱み」の2位の「事業活動コスト」については、「東京の不動産賃料の上昇、従業員の人件費の高さは障壁となる。」(欧州、投資銀行・証券)、「不動産賃料、人件費(特に英語が話せる人材)、駐在員の居住費用が高い。」(欧州、運輸・輸送)や、「日本で会社を設立する際、外国企業に対する税金の優遇があまりない。それにより日本で事業を開始する際に敷居が高くなっていると思う。」(アジア、情報通信・ハイテク)、「法人税率の一層の低減が望まれる。」(北米、情報通信・ハイテク)等税率についての声が多くあった。

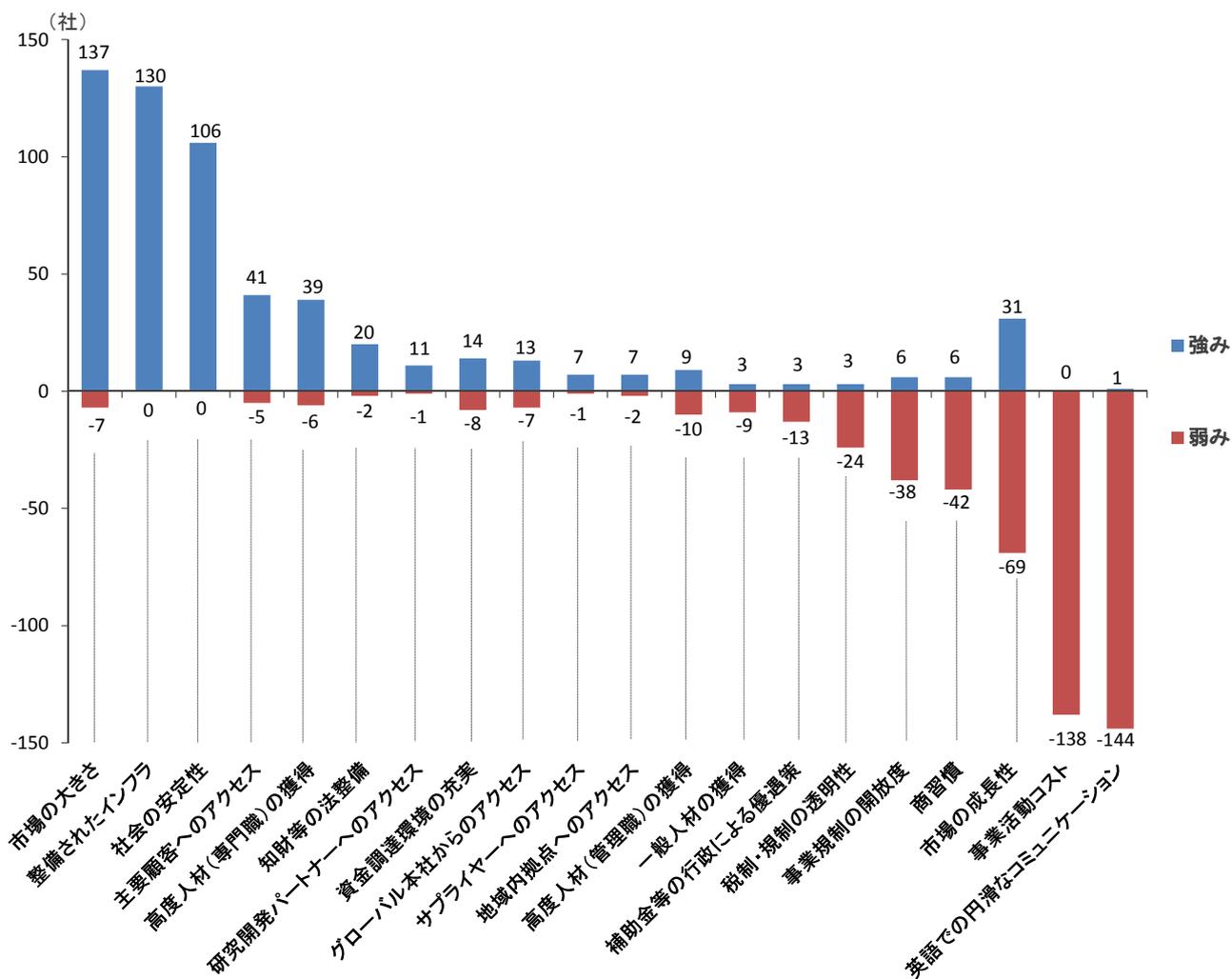
また、「弱み」の3位の「市場の成長性」については、「強み」と「弱み」の両面から意見が多数得られており、「強み」と回答した企業が31社、「弱み」と回答した企業が69社であった。「強み」と回答した企業からは、「東京オリンピック・パラリンピックやアベノミクスによる地方創生等、新しいビジネスの機会に期待が高まる。」(北米、情報通信・ハイテク)、「他国に比べて収入の多い中流階層の高齢者が多く、かつ、高齢者人口の増加に伴って今後ますます市場の成長性が期待できる。」(欧州、医薬品・医療機器)等の声があった。なお、「強み」と回答した31社の業種の内訳は、「情報通信・ハイテク」(9社)、「医薬品・医療機器」(5社)、「エネルギー・環境技術」(4社)、「その他製造」(4社)、「サービス・小売」(3社)、「商業銀行」(2社)、「運輸・輸送」(2社)、「生損保」(1社)、「機械工業」(1社)となっている。また、「弱み」と回答した企業からは、「人口増加が著しい他のアジア諸国に比べて、将来的な市場性については弱み。」(北米、情報通信・ハイテク)、「成長力が周囲のアジア諸国と比べて見劣りする。成長する市場に投資をする企業の原則からするとこの点が最大の弱み。」(北米、その他製造)といった声があった。

今回調査では、市場に関する選択肢の一つである「市場の大きさ」については、日本のビジネス環境の「強み」の1位と評価されている。この「市場の成長性」との評価に差が出た要因として、日本の中長期的な人口予測に伴う、市場規模の縮小や購買力の低下、労働力不足による経済活動の低迷等に対する懸念が影響しているのではないかと考えられる。

## ■日本のビジネス環境の「強み」と「弱み」

<b>設問</b>	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えますか。【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： 220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220社、「弱み」について回答した企業は212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

※本報告書では、前頁の回答企業数に基づき、「強み」の上位6項目、「弱み」の上位6項目を整理した。

		コメント例（カッコ内は企業情報）
市場の大きさ	強み	<p><b>【医薬品・医療機器】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本は高齢化により成長が確実な、世界第3位の規模のヘルスケア市場である。(欧州)</li> <li>✓ ヘルスケア分野においてはアメリカに次ぐ世界第2の市場であり、成長している。(北米)</li> <li>✓ 日本は人口が大きい上に平均所得や生活水準も高いため、医療分野でのビジネスチャンスは多く市場が大きいことが魅力である。(アジア)(欧州)</li> </ul> <p><b>【機械工業】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 一定規模の人口と需要のある安定した市場である。(北米)</li> <li>✓ 当社の事業分野において日本は多くの顧客を有しており、主要市場である。(欧州)</li> <li>✓ 当社にとって世界第2位の売上規模を誇る市場である。(欧州)</li> </ul> <p><b>【化学】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ アジア地域の新興国の成長も著しいが、日本市場は依然として大きく強みといえる。(欧州)</li> <li>✓ 基礎科学の技術の高さとバイオ技術の発展により他のアジア諸国よりも市場の規模が大きい。(アジア)</li> <li>✓ 当社にとっては米国、中国に次いで世界で3番目に大きな主要な顧客市場である。(北米)</li> </ul> <p><b>【その他製造】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本は当社グループ企業全体にとって最も大きな市場である。(アジア)</li> <li>✓ 日本は経済大国であり規模も安定しているため魅力的な市場である。(北米)</li> <li>✓ 景気回復のスピードは決して速くはないが市場規模は大きく魅力的である。(欧州)</li> </ul> <p><b>【商業銀行】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本は世界で最大規模の金融市場をもつ国の一つである。(アジア)</li> <li>✓ 当行にとって、中国、インドに続いて日本はアジア地域で第3位の市場規模を誇る主要拠点である。(アジア)</li> <li>✓ 長年の安定した経済成長を経て形成された日本の市場の大きさには安定感がある。(アジア)</li> </ul> <p><b>【投資銀行・証券】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 一か国の市場・経済規模としては巨大である。(欧州)</li> </ul> <p><b>【生損保】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 当社事業の主要な顧客となる年代層の人口・収入が大きく市場規模が大きい。(欧州)</li> </ul> <p><b>【サービス・小売】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 今後の人口増は見込めないが、既に一定規模の市場が存在している。(欧州)</li> <li>✓ 経済成長は鈍化しつつあるが、市場規模は大きい。(北米)</li> <li>✓ 人口が1億人を超えており、当社市場として大変大きい。(アジア)</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
市場の大きさ	強み	<p>【エネルギー・環境技術】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場は非常に大きく、多くの企業がオフィスや本社を構えている。(北米)</li> <li>✓ 日本の電力市場は、東日本大震災以来のエネルギー転換政策によって大きな市場となっている。(アジア)</li> <li>✓ 日本のエネルギー関連市場は当社にとって非常に大きい。(欧州)</li> </ul> <p>【情報通信・ハイテク】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ アジアで最も経済規模の大きい国の一つであり、技術も優れていて、品質の良いものにお金を出す人々がいる。(欧州)</li> <li>✓ 巨大な市場成長性を秘めており、かつ、競合他社が市場を独占していない。(欧州)</li> <li>✓ 特定分野(クラウドサービスなど)については、成長市場であると考えており、期待が高い国。(北米)</li> </ul> <p>【運輸・輸送】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ GDP 世界 3 位の規模が、非常にコンパクトな地域にまとまって立地していること。(欧州)</li> </ul>
整備されたインフラ (交通、エネルギー、情報通信等)	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 整備されたインフラを基盤とし、技術面での成長エンジンを確保できる。(アジア、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 基礎的インフラ設備の全てが充実している。(アジア、エネルギー・環境技術)</li> <li>✓ 世界に誇るインフラと設備が整っている。(欧州、サービス・小売)</li> <li>✓ 電力供給途絶、通信網遮断等のリスクは非常に低く、安定したビジネスを行うことができる。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 交通が発達している。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 国内のインフラが整っていることにより、人口減少や高齢化社会の傾向にあってもなお、市場の持つ可能性を最大限に生かすことができる。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 整備されたインフラは、モノの輸送やサービス提供の鍵である。(北米、商業銀行)</li> <li>✓ 安全であるとともに物流システムが発展している。(欧州、その他製造)</li> <li>✓ 通信事業会社間の競争によりインフラ整備投資が見込まれる。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
社会の安定性	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 法規制や政府の体制が大幅に変更されることがないため、長期的展望が立てやすい。(欧州、機械工業)</li> <li>✓ テロやストライキ・暴動などが少ない。治安が良い。(欧州、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 盗難・紛失等の少なさ、時間厳守、国民性としての従業員の勤勉さ。(欧州、運輸・輸送)</li> <li>✓ 犯罪等の発生件数が非常に低く、安定したビジネスを行うことができる。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ アジアの国の中では、社会の安定性は群を抜いており、事業を営む上で社会的リスクが最も少ない。(北米、その他製造)</li> <li>✓ 日本の社会システムは長年安定しており、予想外の事態への備えが最小限で済む。(北米、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
主要顧客へのアクセス	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本に拠点を持つことは、東南アジア諸国の市場に参入する上で、大きな利点である。(欧州、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 主要な金融機関、多国籍企業、富裕層へのアクセスが可能であるという点で強みがある。(アジア、商業銀行)</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
主要顧客へのアクセス	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本の医療市場は非常に発展して安定しており、今後の顧客開拓についても大きな可能性がある。（欧州、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 主要顧客のオフィスが全て東京にあるため集約性が高く効率的である。（欧州、情報通信・ハイテク）</li> </ul>
高度人材（専門職）の獲得	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高水準の教育が浸透しており、教育水準は非常に良い。インターンシップのようなシステムにより、労働者は良い経験を積み、知識をつけることができる。（アジア、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 高学歴に裏付けされた技術者が多く、新規技術の開発力がある。（欧州、化学）</li> <li>✓ 日本製品は、勤勉で高い専門性を有する人材により、品質が高いものが多いと感じている。（アジア、サービス・小売）</li> <li>✓ 合弁企業設立のパートナー企業の人材は、マネージメント、技術的スキルのどちらも持ち合わせている。（アジア、サービス・小売）</li> <li>✓ 高度なIT技術やロボットシステム等の応用技術がすでに一般的になっており、それを調査・研究できる人材が豊富にいる。（北米、サービス・小売）</li> <li>✓ 半導体設計の専門家が豊富にいる。（北米・情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ 日本には多くの優秀なエンジニアがいる。（北米、情報通信・ハイテク）</li> </ul>
知財等の法整備	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 知的財産という点では日本の国民の意識は概して高く安心できる。（欧州、機械工業）</li> <li>✓ IT モラルや知的財産権の保護が浸透している一定規模以上の市場を有していることが、アジア周辺国に比べた日本市場の最大の魅力といえる。（北米、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ コンテンツビジネスの企業にとって、知的財産権が保持されることは非常に重要である。（北米、情報通信・ハイテク）</li> </ul>
英語での円滑なコミュニケーション	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 英語が使える人材に限られており、そうした人材の確保を考えるとビジネスを始められる場所に限られてくる。（欧州、機械工業）</li> <li>✓ 主要な観光地にいる観光施設の従業員や商店等の店員について、一般的に日本では英語が話されていない印象を受ける。（アジア、医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 英語でビジネスをするのが難しく、物事を進めるためには時間がかかる。（欧州、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ 大企業が発行しているものですら、全ての書類が日本語で書かれていて、英語が話せる人の数が限られている。（アジア、エネルギー・環境技術）</li> <li>✓ 若年層は英語でのコミュニケーションも円滑にできるようになってきていると思うが、一般的には英語ができない人材が多い。（北米、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ EU諸国のように、英語基準のグローバルなビジネス文化がない。（北米、商業銀行）</li> <li>✓ 対日投資について検討するにあたって事前商談やプレゼンテーション、ビジネスメール等は欠かせないものであるが、特に、日本の管理職層については外国語の能力に欠けていると感じることが多く、せっかくの商機を逸していると感じる。（欧州、運輸・輸送）</li> <li>✓ 明らかに日本の大きな弱みであると思う。契約書から報告書まで多くのビジネス文書の日本語翻訳が要求される。翻訳料が安価であればよいがむしろ周辺のアジア諸国よりも割高であり事業コストが余分にかかる。（欧州、エネルギー・環境技術）</li> <li>✓ 英語力不足はアジアや世界での日本の立ち位置に影響している。（欧州、情報通信・ハイテク）</li> </ul>

		コメント例 (カッコ内は企業情報)
事業活動コスト	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 基本的にコスト高の国だという認識があるので、日本への大幅な事業拡大は躊躇するところがある。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ アジア太平洋地域の中で、日本は事業活動コストが一番かかる国だと言われている。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 東京の不動産賃料の上昇、従業員の人件費の高さは障壁となる。(欧州、投資銀行・証券)</li> <li>✓ 日本はコスト高で事業が難しい。そのためにアジアに拠点を移してしまう企業も多い。(欧州、投資銀行・証券)</li> <li>✓ 不動産賃料、人件費(特に英語が話せる人材)、駐在員の居住費用が高い。(欧州、運輸・輸送)</li> <li>✓ 製品を市場に投入する際に必要となるプロセスが多い。多くの書類手続きや許認可が必要で、高い関税がかかる。(欧州、その他製造)</li> <li>✓ 他の先進国に比べてコスト高。加えて、手形等日本独自の商習慣がある。(欧州、機械工業)</li> <li>✓ 税率が高いため、日本に地域を統括するような拠点を設置する際の足かせとなる。(アジア、その他製造)</li> <li>✓ アジア太平洋地域の他国と比べ、法人税、従業員コストが総じて高い。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 税率が高く、会社運営上の税負担が大きい。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 法人税率の一層の低減が望まれる。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 高所得者は所得税が高く、それに加えて消費税 8%も負担となる。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 日本で会社を設立する際、外国企業に対する税金の優遇があまりない。それにより、外国企業が日本で事業を開始する際に、より敷居が高くなっていると思う。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 法人税率が海外の方が低い。(北米、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 日本の法人税や所得税は高く、金融改革によって世界 4 大金融センターとして数えられるシンガポールや香港とは競争できない。(アジア、投資銀行・証券)</li> <li>✓ 企業の税率が海外と比べて大変高い。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
市場の成長性	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 少子高齢化に伴い、市場の成長性という観点からの魅力度の減少は避けられない。(欧州、機械工業)</li> <li>✓ 人口増加が著しい他のアジア諸国に比べて、将来的な市場性については弱みと考えざるを得ない。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 成長力が周囲のアジア諸国と比べて見劣りする。成長する市場に将来のための投資をするという企業の原則からすると、この点が最大の弱み。(北米、その他製造)</li> <li>✓ 高成長をしている他のアジア諸国と比べると、日本市場の成長性はどうしても見劣りする。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 今後の人口展望を踏まえて、市場の成長性については懸念される。(北米、機械工業)</li> <li>✓ この 20 年間、国内医薬品産業の成長はほぼ止まっている。(欧州、医薬品・医療機器)</li> </ul>
	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 未開の市場があるため新規開拓が期待できる。(アジア、商業銀行)</li> <li>✓ 他国に比べて収入の多い中流階層の高齢者が多く、かつ、日本の高齢者人口の増加に伴って、今後ますます市場の成長性が期待できる。(欧州、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 高齢化社会や高度医療の発展等により、メディカルケアの需要が高まっている。(アジア、医薬品・医療機器)</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
市場の成長性	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本既存の情報通信インフラや ICT を生かし、運用していくことで更なる市場の成長が見込まれる。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 東京オリンピック・パラリンピックやアベノミクスによる地方創生等により、新しいビジネスの機会に期待が高まる。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 高齢化社会において健康食品やサプリメント市場の成長性は高い。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 海外から日本への旅行者が急速に増加した。その傾向はしばらく続く見込みであり、訪日旅行産業はさらなる伸びが期待できる(北米、サービス・小売)</li> <li>✓ 日本の医療業界は特に技術力が高く優れており、高齢化社会によって高まる医療ニーズとともに今後の日本の重要な成長産業である。(北米、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 少子高齢化により需要が増加し、市場拡大が期待できる。(北米、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 飲料業界では様々なイノベーションが活発に行われており、市場が活性化している。パッケージング技術も高い。(欧州、その他製造)</li> </ul>
商習慣	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本独自の商習慣(問屋等)に関する知識と、市場における知名度(ブランド力)が必要である。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 古いビジネス習慣を変えるのが難しい。日本独特の商習慣(根回しや稟議などの決定プロセス)がまだまだ根強く定着している。(北米、エネルギー・環境技術)</li> <li>✓ ビジネスパートナーとコネクションを持つのが難しく、取引をするのに非常に長い時間がかかる。(欧州、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 日本の顧客は、外国企業の基準以上のものを要求してくるのでグローバルチームはその調整に非常に苦労する。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 商社システムがネックである。(欧州、エネルギー・環境技術)</li> <li>✓ 日本は意思決定に時間が長くかかりすぎるので非常に効率が悪い。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 主要な商社が市場の大半を握っているため、日本国内での調達先を増やし、販売網を構築することが難しい。(アジア、その他製造)</li> <li>✓ 市場が比較的閉鎖的であると感じる。(アジア、エネルギー・環境技術)</li> <li>✓ 相手との対話を重視する友好的な姿勢は評価できるが、より積極的な起業志向とリスクを恐れない精神で、闊達な議論を交わすことも重要である。(欧州、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 日本は大口顧客からの声に流される傾向があり、製品を販売するにあたり、現地企業の組織を指示、コントロールしていくのが難しい。(アジア、その他製造)</li> <li>✓ ビジネスリーダーはいまだ保守的であり、新しい事に挑戦をしようとなし。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ ヨーロッパ人からみると日本人の微妙で繊細な感情を理解することが難しく、明文化や明言されないビジネスの機微を理解しきれない。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul>
事業規制の開放度	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 行政手続きが煩雑で、JIS 規格や業界基準など規制のハードルが高い。(アジア、その他製造)</li> <li>✓ 金融規制が多く、日本に地域統括拠点を置くことができない。(北米、生損保)</li> <li>✓ ほとんど全ての事業分野において細かく事業規制がされており、関係省庁も異なる。それにより新規市場参入にかかわる手続き、認可制度が複雑で大きな参入障壁がある。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 外国資本に開放的でない。サプリメントの商品登録のハードルが高いことが難点である。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 新しい規制について、日本語のみでしか書かれていない。(欧州、エネルギー・環境技術)</li> </ul>

		コメント例（カッコ内は企業情報）
事業規制の開放度	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 経団連を通じて、規制緩和（雇用規制等）の要望がいくつも出されているが、なかなか前に進まない。他国で問題が無いようなものでも、日本では規制対象となってしまうものもある。また、慣習化している見えないルールも障害となる。（北米、その他製造）</li> <li>✓ 規制緩和は一部分野において進展しているが、全く進んでいない分野もある。医療の分野は特に遅い。（欧州、その他製造）</li> <li>✓ 外国企業に対する規制緩和等について政府のイニシアティブが足りない。（北米、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ 規制当局は、国内企業の利益の保護を目的とした規制について段階的に廃止していく必要がある。（アジア、医薬品・医療機器）</li> </ul>
税制・規制の透明性	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 税制が非常に不透明であり、米国スタイルの有限責任会社（LLC）は運営が難しい。（欧州、情報通信・ハイテク）</li> <li>✓ 税制や規制の仕組みを理解するのが困難。（アジア 商業銀行）</li> <li>✓ エネルギー・環境ビジネスにおいて、関係機関の動きや決定について不明確な部分がある。（アジア エネルギー・環境技術）</li> <li>✓ 医療機器業界の規制が多い。承認審査が複雑で欧米に比べて時間がかかる。（北米 医薬品・医療機器）</li> <li>✓ 規制や規格など様々な情報が日本語でしか提供されていないことがある。英語で各種情報に簡単にアクセスできるようにしてほしい。（アジア 情報通信・ハイテク）</li> </ul>

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

全体の集計で「強み」の1位と2位を占めた「市場の大きさ」、「整備されたインフラ」については、11業種のうち10業種において同じく1位と2位を占めている。特に「市場の大きさ」は、少子・高齢化社会を新市場と捉えたと考えられる「生損保」、「医薬品・医療機器」や技術大国として大きな市場規模を持つと考えられる「情報通信・ハイテク」等で評価が高い。また、「整備されたインフラ」は、物流網が重要な「サービス・小売」、「機械工業」や通信網を含む基盤整備が重要となる「エネルギー・環境技術」、「情報通信・ハイテク」等で高く評価されている。

全体の集計で「弱み」の1位と2位を占めた「英語での円滑なコミュニケーション」、「事業活動コスト」については、11業種全てにおいて1位又は2位となっている。特に「英語での円滑なコミュニケーション」は、「情報通信・ハイテク」、「投資銀行・証券」、「医薬品・医療機器」等において割合が高く、当該業種において、特に英語での状況判断やコミュニケーションが重視される傾向が窺える。

過去の調査をみると、全業種を通じて「強み」「弱み」の1位、2位に挙げられている項目に大きな変化はなく、日本のビジネス環境に対する評価として共通した認識であることが窺える。

なお、「市場の成長性」を日本の「弱み」と回答した企業が一社もなかった業種として、「商業銀行」、「生損保」、「運輸・輸送」があった。

#### ■ 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					
		市場の大きさ	整備されたインフラ(交通、エネルギー、情報通信等)	社会の安定性	主要顧客へのアクセス	高度人材(専門職)の獲得	知財等の法整備	英語での円滑なコミュニケーション	事業活動コスト	市場の成長性	商習慣	事業規制の開放度	税制・規制の透明性
医薬品・医療機器	26社	85%	54%	42%	4%	23%	15%	73%	65%	31%	23%	15%	12%
機械工業(製鉄、輸送機器)	23社	35%	61%	61%	30%	17%	9%	52%	65%	43%	0%	30%	9%
化学	9社	56%	56%	22%	33%	33%	0%	33%	56%	44%	0%	0%	11%
その他製造	35社	57%	57%	71%	14%	14%	14%	60%	63%	31%	23%	23%	9%
商業銀行	9社	56%	56%	33%	33%	22%	0%	56%	33%	0%	22%	0%	0%
投資銀行・証券	4社	50%	25%	25%	50%	0%	0%	75%	75%	25%	25%	0%	0%
生損保	4社	100%	25%	0%	0%	50%	0%	25%	50%	0%	25%	50%	0%
サービス・小売	29社	52%	66%	52%	7%	28%	3%	62%	69%	38%	21%	7%	10%
エネルギー・環境技術	16社	44%	69%	50%	25%	6%	0%	69%	50%	25%	31%	44%	13%
情報通信・ハイテク	58社	78%	66%	41%	21%	14%	14%	81%	67%	34%	19%	12%	14%
運輸・輸送	7社	57%	29%	43%	29%	0%	0%	57%	57%	0%	29%	14%	0%

※ ビジネス環境項目は、「強み」、「弱み」それぞれの上位6項目を掲載(したがって、百分率の合計が100%に満たない項目もある)。

次に、日本の生活環境についての「強み」と「弱み」について調査した。

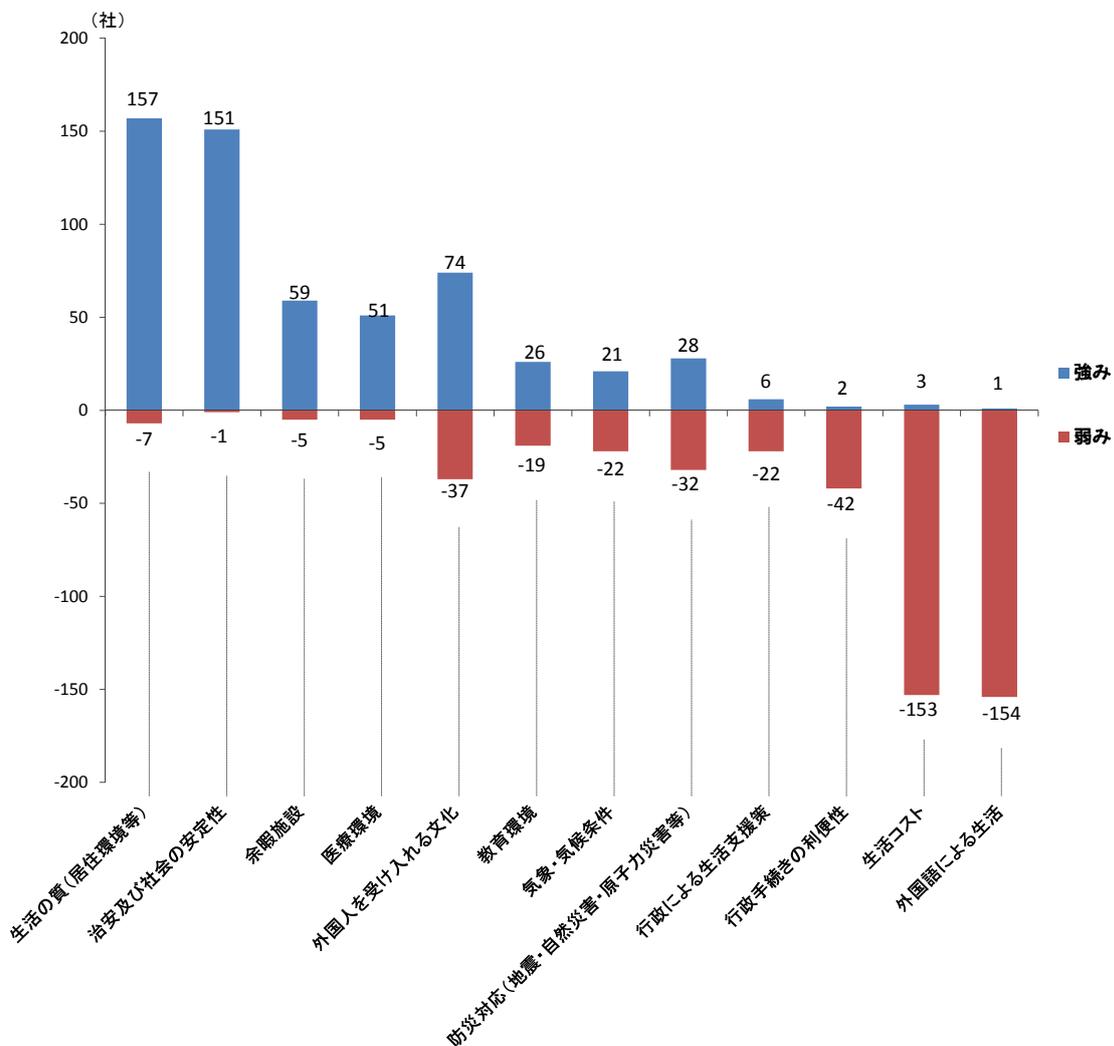
日本の生活環境の「強み」としては、1位に「生活の質(居住環境等)」と「治安及び社会の安定性」が挙げられ、3位に「余暇施設等の充実(飲食、エンタメ、文化施設等)」、4位に「医療環境の充実」が挙げられた。

また、日本の生活環境の「弱み」としては、1位に「外国語による生活」、2位に「生活コスト」がほぼ同数で選ばれ、次いで3位に「行政手続きの利便性」が挙げられた。

### ■日本の生活環境の「強み」と「弱み」

<b>設問</b> (再掲)	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： 219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219社、「弱み」について回答した企業は209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4項目を整理した。

		コメント例(カッコ内は企業情報)
生活の質(居住環境等)	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 公共交通機関など生活全般において非常に素晴らしい。(欧州、情報・ハイテク)</li> <li>✓ 医療保険制度、年金制度等の社会基盤が整備されており、他国と比べても生活水準は高いと思われる。(北米、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 住居の質が非常に良く、清潔で安全な環境。医療レベルも公共交通機関の設備も最も良い。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ コストはかかるが、日本で手に入らないものは無いと言ってよい。また、食品や家庭用品の品質も極めて高く、安心して生活ができる。(北米、その他製造)</li> <li>✓ 日本の生活インフラは高度に整備されており管理も行き届いているため、生活の質が保証されている。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 欧米の先進諸国と同等の生活の質を維持できる。(北米、化学)</li> </ul>
治安及び社会の安定性	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 明らかに世界で最も安全な国の一つだと言える。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ テロやストライキ・暴動などが少ない。治安が大変良い。(欧州、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 日本は社会的にも政治的にも安定していて、世界で最も安全に暮らすことのできる国である。(アジア、投資銀行・証券)</li> <li>✓ 世界一と言える治安の良さや、社会的安定性、生活の質など、生活環境は優れている。(北米、その他製造)</li> <li>✓ 犯罪等の発生件数が非常に低く、従業員は安定した生活を送ることができる。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 外国人が家族同伴で赴任したとしても、安心して生活できる環境である。(欧州、化学)</li> <li>✓ 日本は安定した国で、日本人はまじめな人々だという認識がある。(欧州、その他製造)</li> </ul>
余暇施設	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 余暇を過ごすにあたってバラエティーに富んだ観光名所や文化・芸術関連の施設等が充実している。(欧州、機械工業)</li> <li>✓ 特色ある文化を持ち、テーマパークや祭典なども多い。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ アート、文化的強みがある。色々な国の食事を楽しむことができ、国内をあらゆる手段で旅行することができる。(アジア、その他製造)</li> <li>✓ 食事は、東京であれば概ねどの国籍(人種・宗教)であっても困ることは無い。(欧州、運輸・輸送)</li> <li>✓ 日本は文化遺産をうまく残していると思う。日本で食べられるものやレストランの種類が特にそれを物語っていると思う。(アジア、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 近隣エリアでは余暇を楽しめる場所が多く、生活が充実している。暮らすには最適な国である。(北米、エネルギー・環境技術)</li> <li>✓ 東京、大阪のような大都市であれば、余暇として訪れる先や楽しむこと、見るべきものは膨大にあるだろう。(北米、その他製造)</li> </ul>
医療環境	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 保険制度・医療費の補助等を含め、家族・子供への医療補助が手厚い。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 全国いつでも誰でも一定の医療が受けられる。(北米、医薬品・医療機器)</li> </ul>

		コメント例(カッコ内は企業情報)
医療環境	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 全国民が平等な医療へのアクセスを持っている。(北米、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 医療環境は世界最高水準の一つ。(アジア、商業銀行)</li> <li>✓ 腕の良い医師がいて、多くの病院には専門的な医療設備が整っている。(アジア、投資銀行・証券)</li> <li>✓ 非常にレベルの高いメディカルケアを受けることができる。(アジア、投資銀行・証券)</li> <li>✓ 事業主負担の毎年の健康診断も、日本で働く従業員にとって大きなベネフィットと言える。(アジア、投資銀行・証券)</li> </ul>
外国語による生活	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ほとんどの看板やラベルが日本語で書かれている。日本人は英語を理解することができても、あまり積極的にコミュニケーションをとることができない。(アジア、エネルギー・環境技術)</li> <li>✓ 日本語が分からないと生活するのが難しい。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 教育レベルが高い割には英語力が低い。日本語ができないと生活できない。(欧州、機械工業)</li> <li>✓ 一般的な公共交通機関や公共の施設案内等には英語表記があるが、それ以外のコミュニケーション部分では、外国語による生活が非常に困難だと感じる。(アジア、商業銀行)</li> <li>✓ 病院、学校など生活における重要な公的機関の対応者が英語で十分なコミュニケーションをとれない。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 他のアジア諸国に比べると、英語が話せる日本人の数は比較的少ない。(アジア、投資銀行・証券)</li> </ul>
生活コスト	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 特に、日本の外国企業が集まる東京の生活コストは、世界で最も高い国(街)の一つである。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 都内の賃料は異常だと思う。不動産価格についても同じ。食べ物、移動交通費、ホテルなども全て高い。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 東京の不動産価格が高く、郊外に居住した場合は、遠距離で辛い通勤を余儀なくされる。(北米、その他製造)</li> <li>✓ 不動産価格が高い、食べ物が高い、移動コストが高い、税金が高い。(欧州、投資銀行・証券)</li> <li>✓ 物価高は世界的にも有名。(北米、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ 外国人向けに特別に提供されている医療施設や子供向けの運動施設の利用料、また賃料や固定資産のコストが日本人向けのものに比べて割高であるように感じる。(アジア、商業銀行)</li> <li>✓ 石油やその他エネルギー資源等の輸入コストが生活コストに転嫁されており、電気代やガソリン代だけでなく、様々な製品の価格にも転嫁されている。(アジア、化学)</li> <li>✓ 生活必需品も含め物価水準は高い。生活必需品の値段が下がるとより暮らしが充実して満足度も高まる。(欧州、機械工業)</li> </ul>
行政手続きの利便性	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 以前よりは改善したが、ほとんどの行政関連書類を日本語で作らなくてはならず、未だに不便・非効率である。(アジア、エネルギー・環境技術)</li> <li>✓ 市役所、区役所で英語が通じないことが、行政の利便性と信頼性を損なっている可能性がある。(北米、その他製造)</li> <li>✓ 外国語での情報開示など、より一層の外国語でのサポート体制の充実が望まれる。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 簡単に利用できる英語インフラや、外国語サポートがないため、政府の提供するサービス等を利用するのが非常に難しい。(アジア、商業銀行)</li> </ul>

		コメント例(カッコ内は企業情報)
行政による生活支援策	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 所得税などの個人税が非常に高い。(欧州、機械工業)</li> <li>✓ 行政による支援策があったとしても、それについて知る機会や媒体がわかりやすく整備・発信されておらず、どのように情報を集めるのかもわからない。外国語による情報提供が非常に限られている。(北米、その他製造)</li> <li>✓ 役所での手続きは手順や必要書類等の決まりが大変細かく、外国人には語学の面でさらに理解が困難であるため複雑と感じる。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 文化の違いがあるが、生活支援策が少ないと感じている。(アジア、商業銀行)</li> <li>✓ 日本政府は、外国人の長期滞在者に対する状況改善に取り組んでいない。(欧州、機械工業)</li> <li>✓ 地域によっては、まだまだ外国人を受け入れる体制(英語での窓口対応やマニュアルの整備)が整っていない所が多い。(北米、医薬品・医療機器)</li> </ul>

### 3.1.4.日本への参入又は投資拡大時の投資形態

日本市場への新規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」、「JV設置」が多く、これら2項目で未進出企業の回答102社の76%を占める。既進出企業が望ましいとする投資形態は、「業務提携」、「企業買収」、「自社単独」の順に多い。

投資形態別にみると、「業務提携」、「JV設置」は、既進出企業よりも未進出企業から多く選ばれており、「企業買収」、「自社単独」については、未進出企業よりも既進出企業から多く選ばれている。

上述した傾向については、前回調査でも同様の傾向が示されていた。日本への進出状況によって回答に差がみられる投資形態については、進出状況に応じた誘致策や支援策の推進と拡大、及びその情報発信が有効と考えられる。

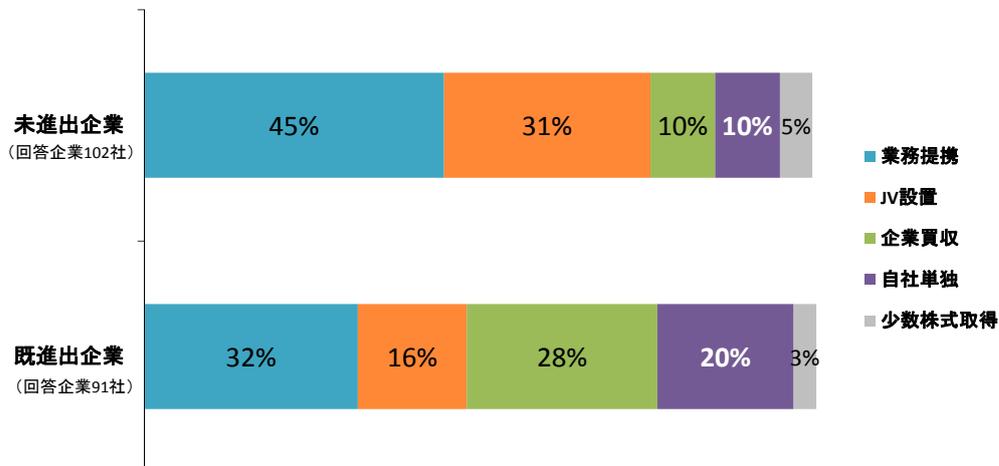
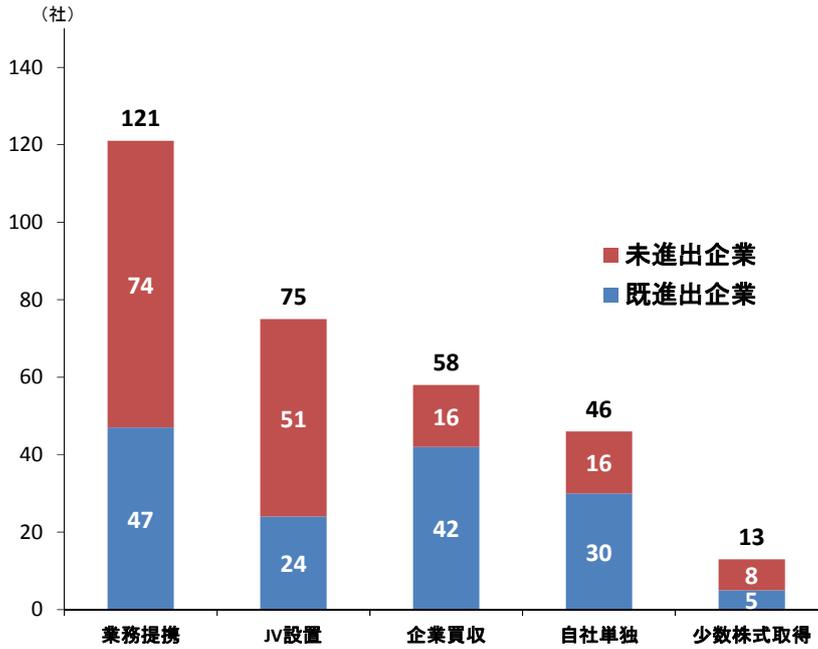
同様に、日本への参入時の投資形態とは異なる形態で、事業や投資拡大を検討する企業も少なくないため、後述の「外国企業の求める投資支援サービス」における「事業開始後のビジネス拡大のための支援」等を活用し、外国企業の新規参入時点から当該企業に対してその後の投資拡大を想定した情報や支援サービスを提供することにより、迅速な事業の立ち上げとともに中長期的な投資促進にもつながることが期待できる。

なお、業種別にみると、「情報通信・ハイテク」、「その他製造」、「エネルギー・環境技術」では「業務提携」の割合が他業種に比べて高い。

## ■日本への投資形態

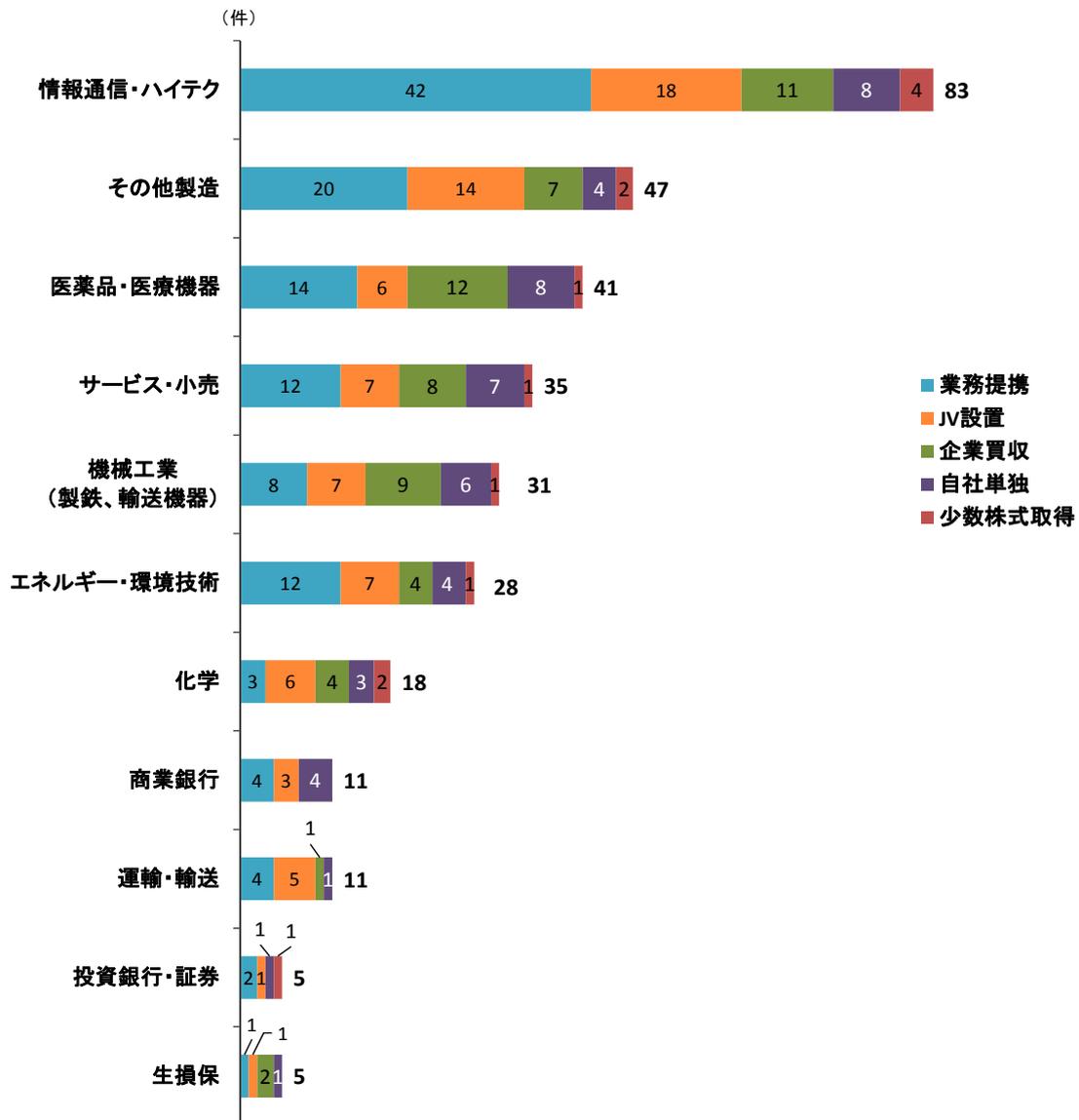
<b>設問</b>	日本市場へ参入する、又は日本市場での投資を拡大する場合、どのような投資形態で行うことが望ましいと考えますか。(複数回答)
-----------	--

回答企業数：193社（2つまで選択可）



## ■業種別の投資形態

回答企業数：193社



## 3.2.日本の投資促進策

### 3.2.1.外国企業の求める投資支援サービス

外国企業が日本に参入する場合や日本でのビジネスを拡大する場合にどのような外部サポートが必要かについて調査した。

日本でビジネスを行う際のビジネス支援サービスの需要について調査したところ、対象企業 222 社のうち、9 割以上の 215 社が、何らかの支援サービスを必要としていると回答した。

支援サービス別にみると、「ビジネスパートナーの紹介」が前回調査よりも 2 位に差をつけて最も多く、次いで、「日本の規制・法制度の情報提供」、「市場環境・成功事例の情報提供」が多い。

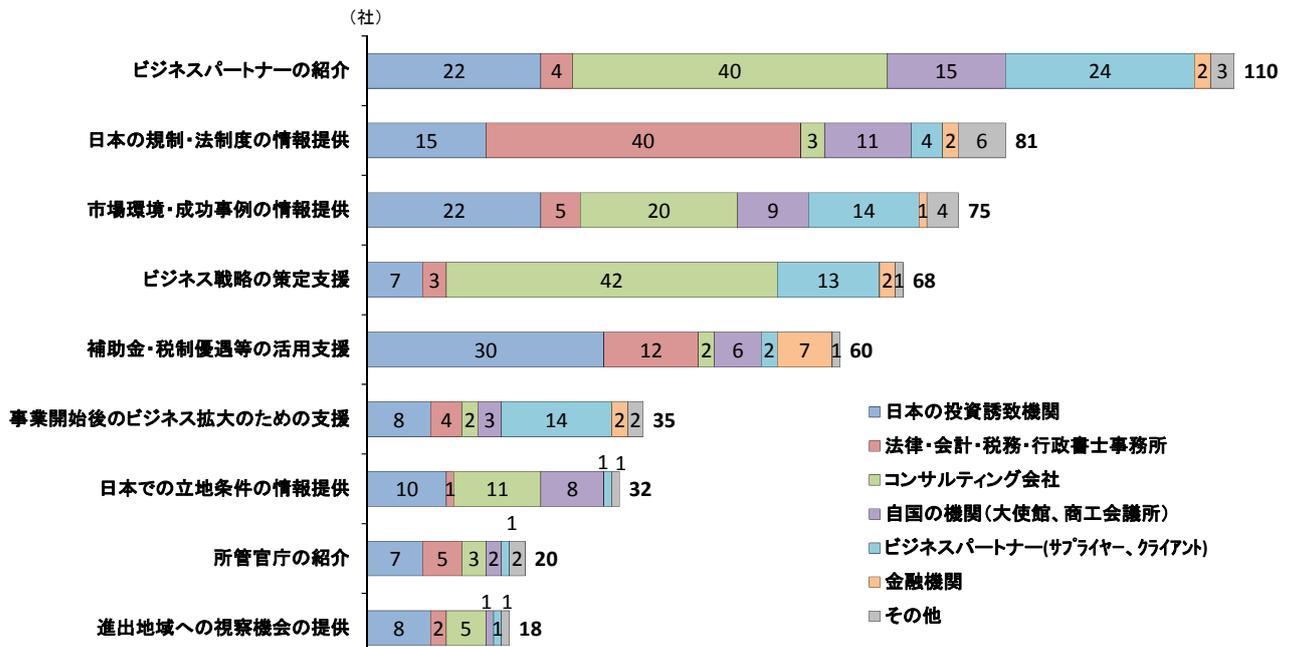
また、支援サービスを提供してほしい機関についてみると、「ビジネスパートナーの紹介」や「ビジネス戦略の策定支援」については「コンサルティング会社」と回答する企業が最も多く、その割合も前回調査より増えている。「補助金・税制優遇等の活用支援」や「市場環境・成功事例の情報提供」については「日本の投資誘致機関」が最も多い。

他方、「ビジネスパートナー（サプライヤー、クライアント）」に期待される項目としては「事業開始後のビジネス拡大のための支援」と「ビジネスパートナーの紹介」を挙げる企業が多かった。

## ■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

<b>設問</b>	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： 215社（3つまで選択可）



## ■ビジネス支援サービスに関するコメント

	コメント例(カッコ内は企業情報)
ビジネス支援サービス	<p>【ビジネス関連情報の提供】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本市場へ参入する際に、英語で投資促進(プロモーション)の情報を入手しにくい。(北米、医薬品・医療機器)</li> <li>✓ ビジネスパートナーの構築として、例えば大手自動車メーカーや、自動車部品のサプライヤーへどのようにつながりをもてるのかについて情報や詳細を知りたい。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 法人設立費用などについての情報をもっと得たい。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 補助金活用の資格が当社にもあるならば是非活用したいが、外国企業側にそういった情報が十分には伝わっていないと思われる。(アジア、サービス・小売)</li> </ul> <p>【ビジネス戦略支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 当社は、中小企業向けの市場参入を図っているため、日本の中小企業市場や業界動向情報等に関する英語の情報提供があれば、利益を算出して参入戦略を練ることができるだろう。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 日本のビジネス環境に関する情報をもっとあれば非常に便利だと思う。欧州の企業はあまり日本市場の魅力や可能性について認識できていない。時に、市場参入に非常にコストのかかる国という印象が先行してしまう場面がある。(欧州、その他製造)</li> </ul>

	コメント例(カッコ内は企業情報)
ビジネス支援サービス	<p><b>【ビジネスパートナーの紹介】【ビジネス戦略支援】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本市場への参入に興味があるので、当社の技術に何らかの形で共同出資が可能、あるいは日本の拠点からアジア市場への拡大に向けて協力体制が敷ける対等なパートナーの情報がほしい。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 日本の通信分野は既存企業が独占している現状であるが、対日投資の支援機関や優良なビジネスパートナーの紹介等、市場参入にあたって役立つ情報を入手し、ビジネス戦略を策定していきたい。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p><b>【市場環境の情報】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 最近の日本の経済政策や最新の市場調査の結果について興味があり、そうした情報提供先について知りたい。(北米、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p><b>【補助金・税制等の優遇策】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 補助金を受けたいと思うが、会社が補助金対象にならない規模、従業員数であるために、これまでは条件に合致せず申請することができない。受給条件を緩和してほしい。(欧州、化学)</li> <li>✓ 東京は物価も高く、ビジネスも溢れているので、東京から離れたところで IT センター(拠点)を設立したい企業を誘致する、などといった優遇制度や特区があると良い。(北米、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 外国企業が日本で事業を開始したり、投資額を増やす際に、シンガポール政府のように日本政府が税の優遇措置を取ったり、銀行関連の法律の見直し(外国銀行代理業務制度: Foreign Bank Agency Business regime など)をすれば、海外の金融機関は日本で事業がしやすくなるだろう。(アジア、投資銀行・証券)</li> <li>✓ さらになる税制改革を行い、補助金やインセンティブを通して海外投資家に働きかけるのも効果的だと思う。(アジア、商業銀行)</li> </ul> <p><b>【所管官庁の紹介】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 当社の事業に関係する官庁との交流を深め意見交換等も活発化したい。たとえば、日本では当社事業と深く関連する政策目標等が掲げられているが、その政策立案の背景などの基礎的な情報も含めて投資検討にあたって関心がある。(アジア、サービス・小売)</li> </ul> <p><b>【その他】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 外国企業の日本進出を受け入れるものの、参入後の当該事業分野の管轄官庁との間の行政手続きや、ビジネスパートナーとなる日本現地会社とのやり取りがうまく行かないことが多いため、サポートが必要。(アジア、その他製造)</li> <li>✓ 日本のビジネス環境についての詳しいコンサルティングやアドバイスがあれば、大きな力になると思う。日本の IT 業界のチャンネルやパートナーなど、ビジネスパートナーを探すのにも相当な時間とコストがかかるため、このような側面についてサポートしてもらえるのなら、より多くの企業が日本進出を前向きに検討するのではないかと思う。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> </ul>

日本でビジネスを行う際の手続支援サービスの需要について調査したところ、対象企業 222 社のうち、9 割以上の 209 社が、何らかの支援サービスを必要としていると回答した。

支援サービス別にみると、「事業許認可取得の支援」、「法人立ち上げにかかる行政手続きの支援」がほぼ同数で 1 位、2 位となっており、「人材採用の支援」が 3 位であった。

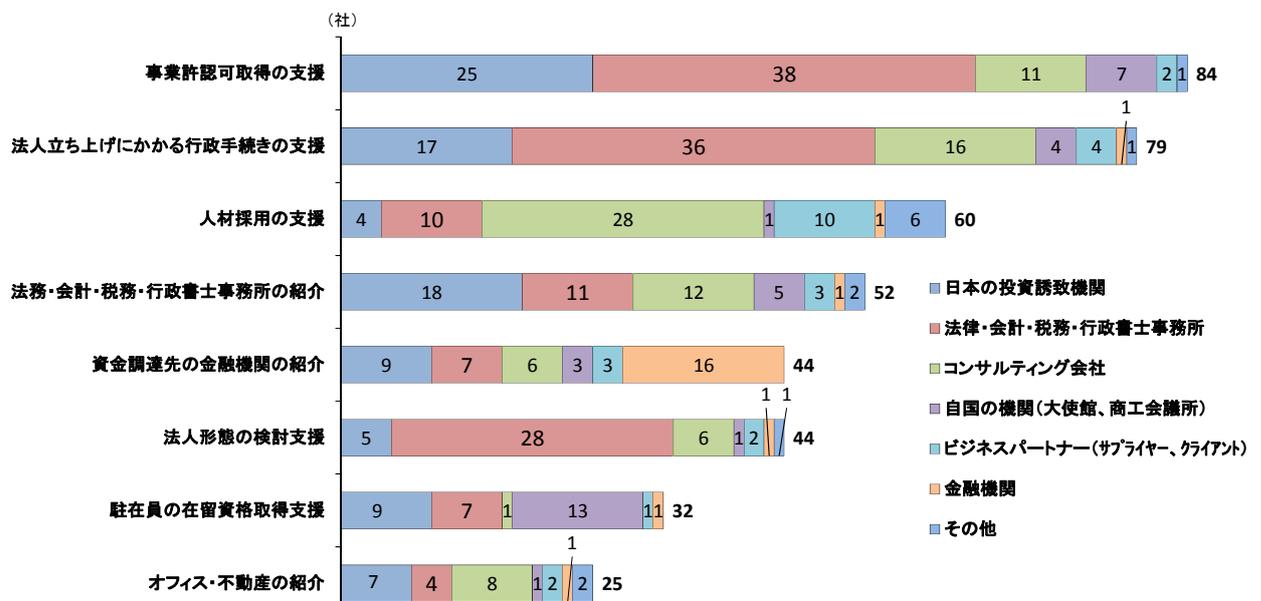
また、支援サービスを提供してほしい機関についてみると、「事業許認可取得の支援」、「法人立ち上げにかかる行政手続きの支援」、「法人形態の検討支援」については「法律・会計・税務・行政書士事務所」が最も多いが、こうした「法務・会計・税務・行政書士事務所の紹介」については、「日本の投資誘致機関」からの提供を望む声が多い。

さらに、「人材採用の支援」については「コンサルティング会社」が、「資金調達先の金融機関の紹介」については「金融機関」が、「駐在員の在留資格取得支援」については「自国の機関(大使館、商工会議所)」が提供すべきという回答が最も多かった。

### ■ 外国企業の求める手続支援サービス及びサービス提供機関

設問 (再掲)	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： 209社 (3つまで選択可)



## ■ 手続支援サービスに関するコメント

	コメント例(カッコ内は企業情報)
手続支援サービス	<p>【法人設立に関する手続支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 法人設立に関する情報を英語で提供してほしい。法律や会計部門のプロフェッショナルサービスを提供している企業とのつながりを持ちたい。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 法人立ち上げにかかる行政手続きの詳細とこれに対する支援制度について、もっと周知してほしい。(アジア、運輸・輸送)</li> <li>✓ 会社設立のコストと税金について明確でないと感じる。(アジア、化学)</li> </ul> <p>【人材採用に関する支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人材採用支援制度の利用に興味がある。(欧州、化学)</li> </ul> <p>【オフィス不動産の紹介や資金援助】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ オフィスを立ち上げる際、不動産の紹介サービスや資金的な支援などがあると良い。必要手続きの簡略化も希望する。(アジア、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p>【税務・法務の手続支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 税務、法務等の行政手続き支援が必要だが、現時点でどこがそういった支援機関(窓口)であるのかが分かりにくい。(北米、その他製造)</li> </ul>

日本でビジネスを行う際の生活支援サービスの需要について調査したところ、対象企業222社のうち、9割以上の208社が、何らかの支援サービスを必要としていると回答した。

支援サービス別にみると、「駐在員の転居手続き支援」が最も多く、次いで、2位と3位がほぼ同数の「駐在員家族への医療機関の紹介」と「駐在員家族への教育機関の紹介」となっている。

また、支援サービスを提供してほしい機関についてみると、「駐在員の転居手続き支援」については「自国の機関(大使館、商工会議所)」、「日本の投資誘致機関」、「法律・会計・税務・行政書士事務所」に期待していると回答した企業がほぼ同数であった。

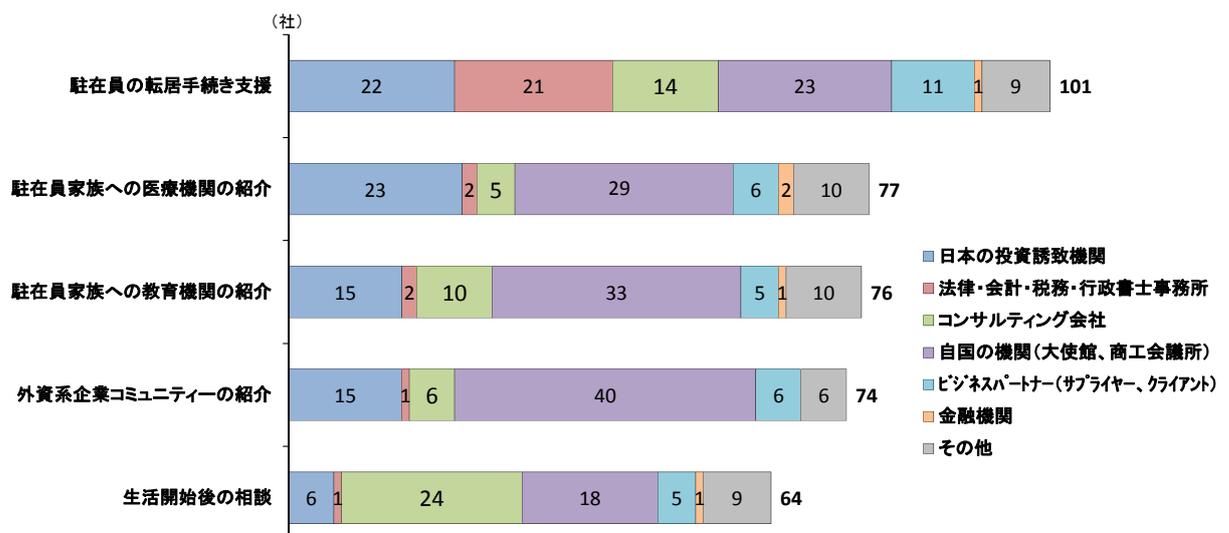
また、「駐在員家族への医療機関の紹介」と「駐在員家族への教育機関の紹介」、「外資系企業コミュニティの紹介」については、いずれも「自国の機関(大使館、商工会議所)」からの支援を求める声が多く、自国の文化や制度等に精通している安心感からか他の提供先をいずれも上回っている。

なお、前回調査結果と比較して、「生活開始後の相談」のサポートについては、日本の環境や社会事情等に精通していることが求められるためか、「コンサルティング会社」が「自国の機関(大使館、商工会議所)」を上回る結果となった。

#### ■外国企業の求める生活支援サービス及びサービス提供機関

<b>設問</b> (再掲)	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： 208社 (3つまで選択可)



## ■生活支援サービスに関するコメント

	コメント例(カッコ内は企業情報)
生活支援サービス	<p>【情報発信のIT化】</p> <p>✓ 役所、手続きなどについて IT による情報提供サービス(アプリ)があると良い。(北米、情報通信・ハイテク)</p> <p>【英語が話せる地域人材】</p> <p>✓ 不動産屋、販売代理店、旅行エージェントや日常生活を送る上で関わりあう地域コミュニティーや各種地域団体との英語によるコミュニケーションの促進が必要。また、英語が話せて、外国人を診察した経験のある優良な医師が不足していることは大きな懸念である。(欧州、サービス・小売)</p> <p>【英語媒体の情報発信】</p> <p>✓ 標識、新聞、広告、テレビなどの媒体での外国語サービスの提供が増加することを希望する。(アジア、エネルギー・環境技術)</p> <p>【住民登録手続支援】</p> <p>✓ 社員の住民登録等の支援が必要。現時点でどこがそういった支援機関(窓口)であるかといった情報が不足している。(北米、その他製造)</p>

### 3.2.2.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

	コメント例(カッコ内は企業情報)
対日投資全般	<p>【対日投資関連情報へのアクセス向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 対日投資を検討するにあたって日本に来なくても情報収集できるような仕組み(政府関係機関が主要な対日投資候補国に拠点を持って海外と国内を緊密につなぐ、より積極的なPRイベントを開催するなど)を作ると良いのではないかと。(欧州、サービス・小売)</li> </ul> <p>【貿易協定】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 二国間及び地域貿易協定など、貿易や投資の障壁を低くしようという最近の日本の努力は、当社にとっても非常にありがたい。(アジア、商業銀行)</li> </ul> <p>【コーポレート・ガバナンスの強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 企業の事業再構築、コーポレート・ガバナンスの強化等に、もっと取り組むべきであると思う。(アジア、医薬品・医療機器)</li> </ul> <p>【商習慣の国際化・英語での円滑なコミュニケーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本には価値の高い技術が山のようにあるが、会計制度や政府の誘致政策・優遇政策等が国際的にみてスタンダードな枠組みや基準ではないために対日投資を妨げてしまっている。また、日本語のみを使用するという文化・環境的な障壁を取り払うこともさらなる投資促進の鍵であると思う。(欧州、投資銀行・証券)</li> </ul>
プロモーション	<p>【海外への投資誘致・プロモーション活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 今後も継続して海外の企業に魅力的な市場であるためには、自国産業を守ることより、海外からの投資、インバウンド需要などを積極的に伸ばすことを基本に、積極的に海外でマーケティング、プロモーションを行っていくことが重要ではないかと考える。(欧州、機械工業)(アジア、その他製造)</li> <li>✓ 日本の強みである高い技術や安全な社会、そして外国人を受け入れやすいシステムについて、現在では十分に日本の魅力を海外へ発信できていないと感じている。このままでは、昨今の訪日観光ブームで日本の文化や生活には興味を示せても、不動産以外のビジネス投資に対する関心は引き続き低いままであると考えられる。(北米、サービス・小売)</li> <li>✓ ヨーロッパ諸国の企業を日本へ誘致するために、投資プロモーションイベントなどを開催することが非常に重要だと思う。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ シンガポール等、アジアの他の先進国に比べ、日本の生活コストは低くなってきている。しかし、多くの企業がどうやって日本法人設立し、ビジネスをすればよいか分からない。経済産業省が日本への投資促進のためのプロモーションをすることが非常に重要だと思う。(アジア、サービス・小売)</li> </ul>
規則・制度	<p>【就労ビザ・滞在ビザ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 外国人就労者の家族の滞在ビザの期限を現行の3ヶ月からの延長を検討してほしい。外国人就労者、特に年齢とともに両親の健康も気になり、家族と離れて日本で生活、仕事を続けていくうえで心配事項である。1年の半分、6ヶ月程度は家族を日本に呼んで生活できるとよい。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 就労ビザの取得や課税免除についてより柔軟な制度になると良い。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul>

	コメント例(カッコ内は企業情報)
規則・制度	<p><b>【規制・法制度の国際化基準】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 規制がグローバルスタンダードになっていない。具体的には ASTM 規格(American Society for Testing and Materials:米国試験材料協会)、ISO 規格(International Organization for Standardization:国際標準化機構)、欧州規格(European Standards)を取得していても JIS 規格(Japanese Industrial Standards:日本工業規格)が要求される。本来はこうした問題を回避するために ISO を取り入れているはずだが、あまり意味がない状態になっている。(欧州、その他製造)</li> </ul> <p><b>【税制】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本に居住を始めた初日から日本の相続税の対象になっているということだけでなく、日本に居住している間に死亡した場合、相続税は他国にある資産にまで適用されるということに非常に驚きショックを受けた。類似するものとして「出国税」というまた別の税金があり、これは海外から日本に来る外国人を抑制するもので、日本で事業を行っている外国企業が外国人スタッフを日本に配置させる必要がある際にそこに投資をするかどうかの決断に影響する点である。これら 2 つの税金廃止により日本への直接投資がしやすくなるだろう。(アジア、投資銀行・証券)</li> <li>✓ 高い出国税は投資誘致の成功につながらない。(欧州、サービス・小売)</li> <li>✓ 税制について分かりやすくしてほしい。税率を改善してほしい。(欧州、その他製造)</li> </ul> <p><b>【その他】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 対日直接投資を増やすためには外国の持株(出資)比率をコントロールしている外為法の規制を緩和すべき。(欧州、サービス・小売)</li> </ul>

## ■日本の事業環境に対するコメント

	コメント例(カッコ内は企業情報)
日本の事業環境	<p><b>【商習慣】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日系企業は利益率が低く、グローバル企業でもマインドセットや組織風土が保守的であり国際化が図られていない。(欧州、化学)</li> <li>✓ 欧米では四半期ごとに利益が発表され、それに株価が連動するが、日本では経営目標やそれに対する事業活動が連動していない。(欧州、化学)</li> <li>✓ 日本文化に基づく考えあるいは形式でものごとが進められ、先進国であるというイメージと相違がある。例えば、稟議など日本独自の意志決定システムによりビジネス判断が遅くなる傾向がある。(アジア、その他製造)</li> <li>✓ 日本のビジネス習慣では、慣例的に買い手の力が強いことがありグローバルな基準とは程遠い。例えば、サービス品質保証(SLA)で合意した内容の範囲外の対応を求められたり、急な仕様変更を求められたりする。グローバルなビジネス環境にもっと身を置くべきである。(欧州、情報通信・ハイテク)</li> </ul> <p><b>【英語での円滑なコミュニケーション】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 英語という言語の壁や、国際的なビジネスを行った経験が少ないことから、文化・風習等の異なる外国企業の責任者や経営層人と対等に商談・対話できる人材が少ない。(欧州、化学)(アジア、情報通信・ハイテク)</li> <li>✓ 日本で外国人がビジネスをする上で最大の課題は、言語、文化の違いである。中でもビジネスの会話がほとんど日本語で行われていることが障壁となっている。(欧州、機械工業)</li> </ul>

	コメント例(カッコ内は企業情報)
日本の事業環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 仕事も生活も円滑なコミュニケーションが取れるかどうか投資検討にあたって非常に大切な要因の一つである。海外勤務経験のある人材等をさらに活用できればいいと思う。(北米、機械工業)</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ いまだ外国製品への信頼度が低く、品質基準、ビジネスプロセスが異なるという点から日本市場への浸透は特に難しいと感じている。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 日本市場には競合が多く、GDP の伸びが非常に小さいことから日本でビジネスをするのは非常に難しいと考えている。(アジア、サービス・小売)</li> <li>✓ 日本は社員の解雇が難しいため事業の状況に応じて柔軟に労働力を獲得することが難しい。(北米、サービス・小売)</li> </ul>

#### 免責事項

本文書は、貴省と当法人との間で平成 27 年 8 月 28 日に締結した「経済産業省委託調査平成 27 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(対内直接投資促進体制整備等調査)『欧米アジアの外国企業の対日投資関心度調査』に関する委託契約書」に基づき作成されたものです。本件業務以外の目的や貴省以外の第三者に本報告書が開示された、あるいは本報告書を利用した場合、何らの契約上又はその他の責任を負いません。

本報告書の内容は、受託期間において、実施した作業を通じて入手した情報、仕様書、及び貴省の支持に基づいてのみ作成されています。当法人の業務は日本公認会計士協会其他会計基準委員会によって制定された基準に従って監査、レビュー、証明、その他の保証をしたものではありません。