

経済産業省委託調査
平成 29 年度対日直接投資
促進体制整備等調査

平成 29 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

平成 30 年 2 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.....	7
1. 調査の背景と目的.....	7
2. 調査方法.....	8
2.1. 調査手順.....	8
2.2. 回答者属性.....	9
3. 調査結果の概要.....	11
3.1. アジア地域における日本の投資環境の優位性.....	11
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.....	11
3.1.2. アジア地域における拠点タイプ別の投資魅力度.....	24
3.1.3. 日本の投資環境の「強み」と「弱み」.....	34
3.1.4. 日本への参入又は投資拡大時の投資形態.....	44
3.1.5. 日本に期待される機能.....	46
3.2. 日本の投資促進策.....	49
3.2.1. 外国企業の求める投資支援サービス.....	49
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.....	53
4. 要因に関する分析.....	56
4.1. 海外拠点数と日本への進出状況の関係.....	56
4.2. 日本及びアジアを取り巻く経済社会状況の変化の影響.....	57
5. 今後の国及び自治体の取り組みについての考え方.....	60
5.1. 国の取り組みについての考え方.....	60
5.2. 自治体の取り組みについての考え方.....	61

1. 調査結果のポイント

外国企業 201 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。

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」について前回に続き 1 位を獲得。「金融拠点」は前回同様の 3 位、物流拠点は前回の 4 位から 3 位に、「製造拠点」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て 1 位となった。

「金融拠点」については、日本は今回調査では 14%と、前回調査（10%）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」は前回の4位から3位に、「製造拠点」は同じく6位から3位に上昇した。
一方で、「地域統括拠点」「販売拠点」「バックオフィス」は去年に比べ順位を落とした。

■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、29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%	—	0%
販売拠点	112社	2 17%	1 34%	4 14%	3 16%	5 5%	7 2%	—	0%	—	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%	—	0%
物流拠点	77社	3 5%	1 64%	2 6%	6 3%	10 1%	3 5%	—	0%	—	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%	—	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%	—	0%
物流拠点	85社	4 9%	2 22%	1 24%	3 21%	7 4%	8 2%	—	0%	—	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%
バックオフィス	69社	2 19%	7 4%	4 13%	5 12%	1 20%	—	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%	4 7%	5 5%	3 8%	2 24%	—	0%	5	5%	—
地域統括拠点	143社	5 6%	13 1%	1 28%	2 16%	3 12%	16 1%	8	4%	16	1%
販売拠点	142社	6 6%	2 16%	4 13%	5 9%	1 23%	10 2%	12	1%	10	2%
金融拠点	149社	3 14%	—	0%	1 43%	2 14%	6 6%	8	1%	8	1%
バックオフィス	120社	6 5%	15 1%	3 8%	12 3%	1 33%	10 3%	8	4%	13	2%
物流拠点	110社	3 10%	1 18%	5 9%	8 6%	2 11%	3 10%	11	3%	—	0%
製造拠点	121社	3 4%	1 75%	4 2%	9 0%	2 16%	9 0%	5	1%	—	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）。

※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。

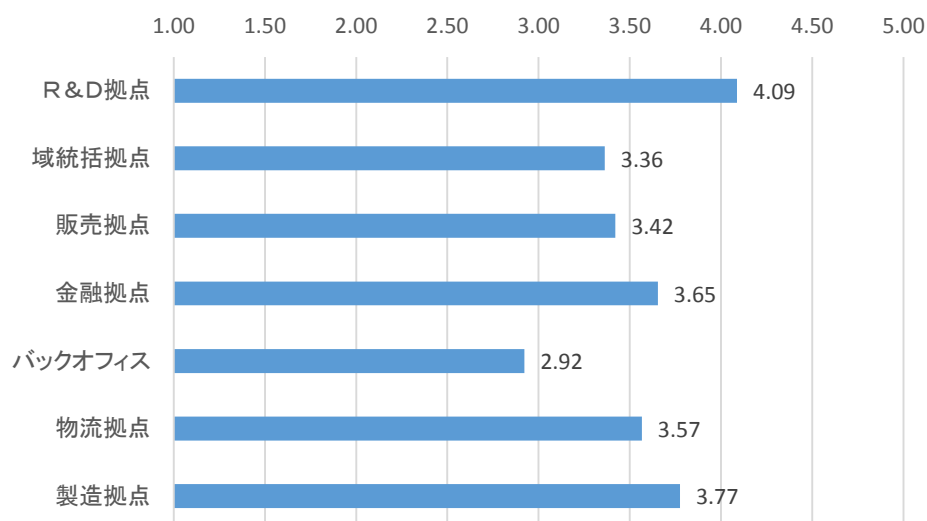
日本への設置が最も向いているビジネス機能は R&D 拠点

日本がこういったビジネス機能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、4.09 点となった。続けて、製造拠点が 3.77 点、金融拠点が 3.65、物流拠点が 3.57 点、販売拠点が 3.42 点となった。唯一、平均の 3 点をわずかではあるが下回ったのはバックオフィス機能で、2.92 点であった。

日本にビジネス機能を設置する場合は R&D 拠点機能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、バックオフィス機能を除く他の機能についても、一定程度評価されている。

■ 日本への設置が向いているビジネス機能

回答企業数：183 社

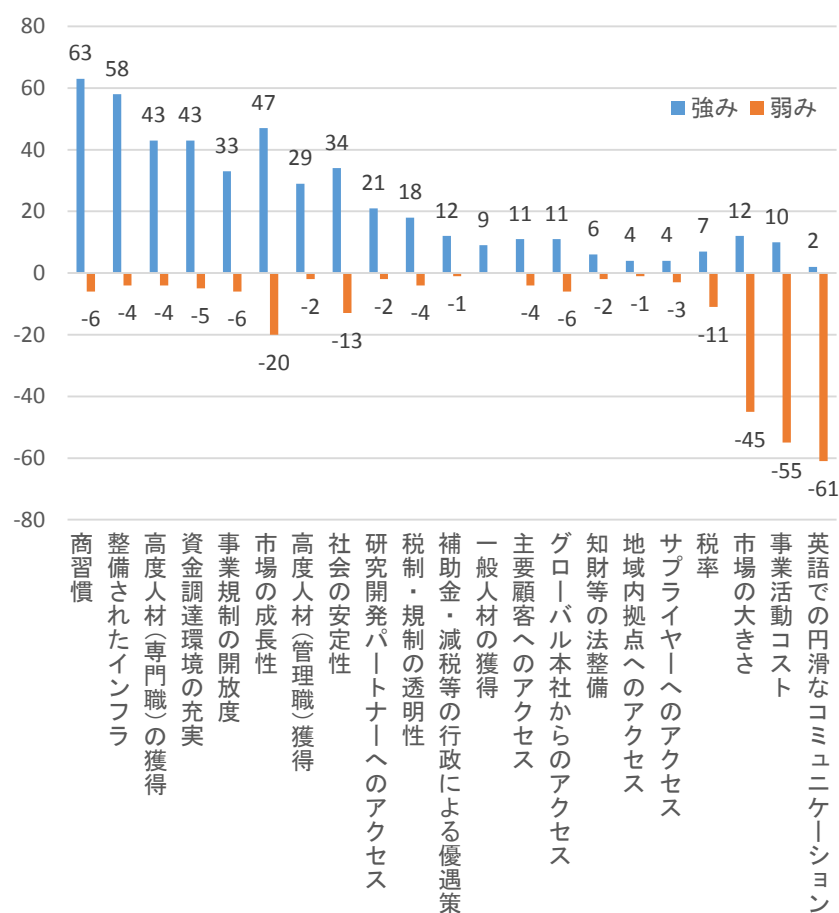


日本のビジネス環境の「強み」の1位は「商習慣」、2位は「整備されたインフラ」、「弱み」の1位は、「英語での円滑なコミュニケーション」、2位は「事業活動コスト」

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、「商習慣」、「整備されたインフラ」、「高度人材（専門職）の獲得」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」、「市場の大きさ」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193社、「弱み」について回答した企業は183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、手続きの支援や生活支援よりも情報提供。

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。

多様な情報提供を求める声が比較的強く、手続きの支援や生活環境に対し優先することが示された。

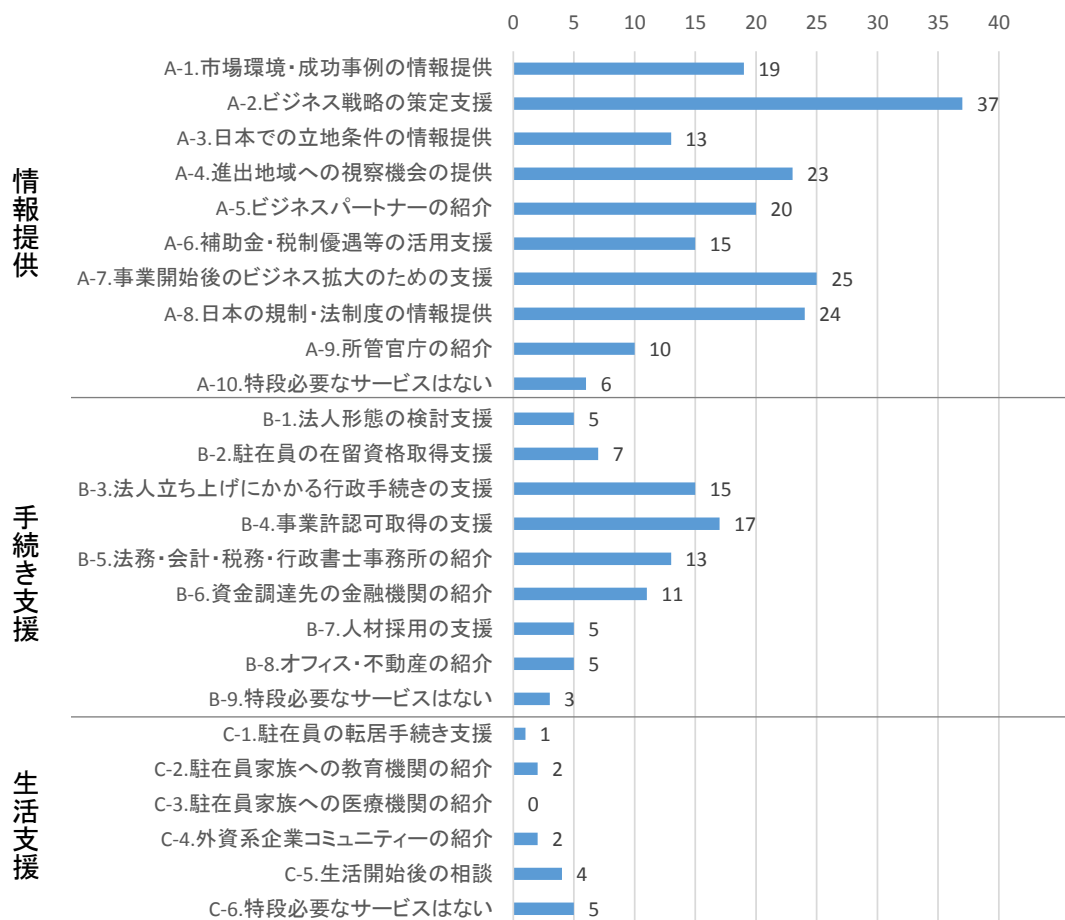
情報提供のサービスのうちでは、「ビジネス戦略の策定支援」が最も多く、2割弱（37社）の企業が求めている。

手続き支援においては、事業許認可の手続きのための支援のニーズが最も高いが、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志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。

支援サービスの提供者として想定されているのは民間の支援機関が多く、「コンサルティング会社」及び「金融機関」の回答が多かった。「日本の投資誘致機関」（ジェトロ）、「自国の機関」といった回答は少なく、公的機関に支援を求めるという考え方は強くない。

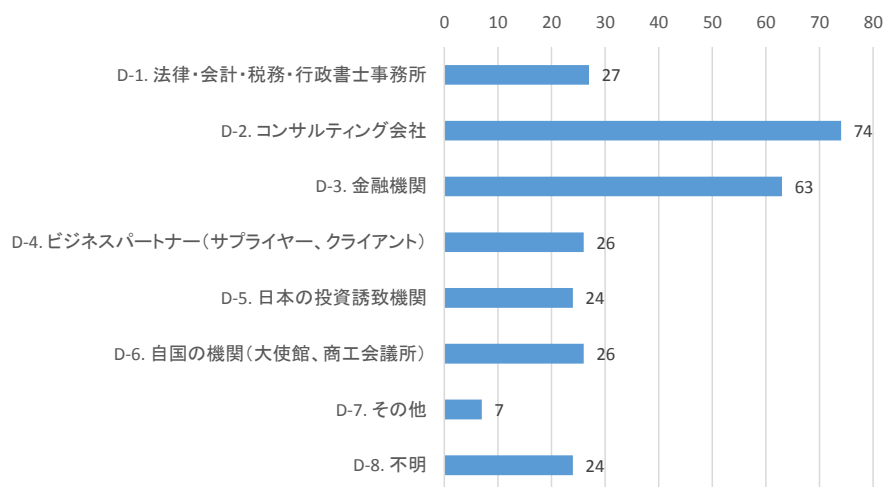
■外国企業の求めるビジネス支援サービス（3 つまで選択可）

回答企業数： 166 社



■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： 149 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、対内直接投資残高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。

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、平成27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
- ・ 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。

平成29年10月から平成29年12月にかけて、約1,000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、201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。

調査手法は、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、あるいは文書での回答後、必要事項について電話で確認を行う方法で行った。なお、調査はすべて英語で行っている。

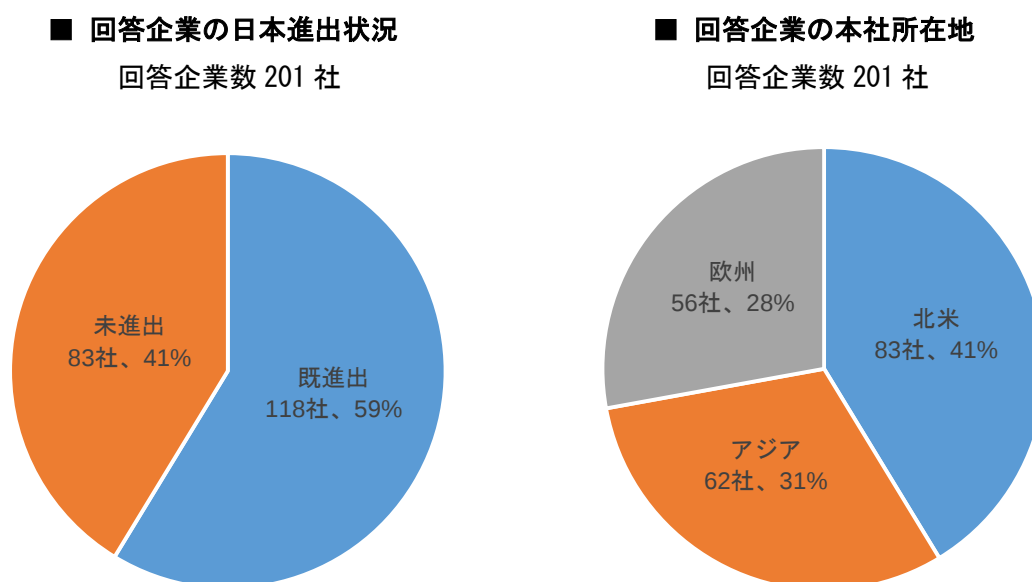
なお、過年度の調査結果を踏まえた分析を行うため、回答企業の日本進出状況、本社所在地、業種、売上規模、従業員数について、過年度調査の回答者属性と比較して大きな偏りが生じないような企業抽出を行った。

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118社（59%）、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83社（41%）となっている。また、既進出企業には日本から撤退した事のある企業が5社（2%）含まれている。¹

回答企業の本社所在地は、北米が83社（41%）、アジアが62社（31%）、欧州が56社（28%）、であった。



業種については、前回までの調査に準じ、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。

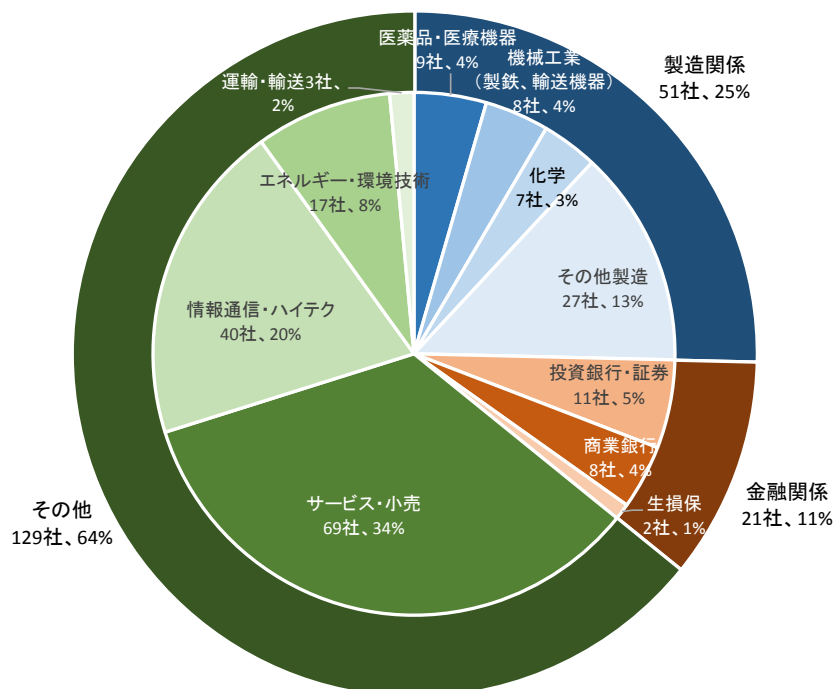
上記11業種を製造業／金融機関／その他で再度分類すると、製造業25%、金融機関11%、その他64%となっている。

製造業の内訳は、医薬品・医療機器4%、機械工業（製鉄、輸送機器）4%、化学3%、その他製造13%となっている。その他製造の内訳は、食料品・飲料（12社）、機械部品・電気製品（10社）、建築・建設（3社）、ゴム・プラスチック製品（2社）である。

¹ 撤退理由を直接回答してもらう設問は設けなかったものの、自由記述欄のコメントから、日本市場内の競争の厳しさが主因と推測される。

■ 回答企業の業種分布

回答企業数 201 社

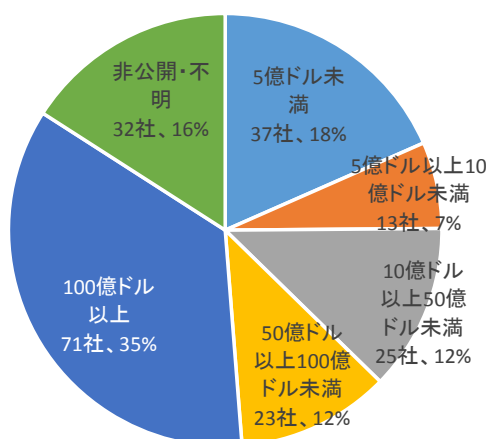


売上規模（連結）については、前回調査を踏襲し、年間で5億米ドル以下の中小企業から、100億米ドル以上の大企業までを広く対象とした。

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

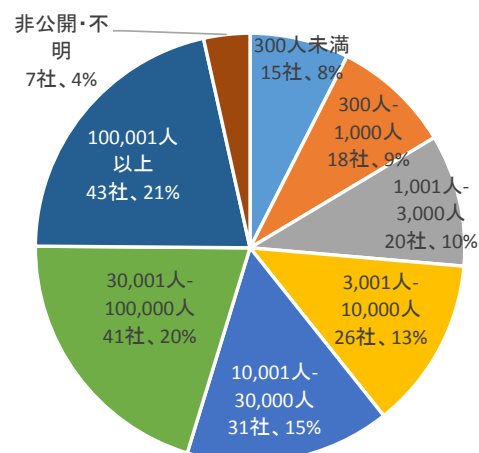
■ 回答企業の売上規模（連結）

回答企業数 201 社



■ 回答企業の従業員数

回答企業数 201 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を行った。評価は次表のとおりであるが、立地国としての日本の投資環境についての評価を以下に記載する。

- ① 「R&D 拠点」については、日本の良い面として、「日本において R&D プロジェクトを進める際に、パートナーとして適切な企業や大学が見つかり、一度きちんとした合意が取れば、その後はスムーズに共同研究ができることが多い」（カナダ、その他製造）や、「専門的な技術力だけでなく、広く分野・領域をリサーチしたいときに、日本にはそのようなリサーチスキルを身につけている人材が多い。専門性と合わせて、日本は R&D の面で他国よりも競争力を持っている」（フィンランド、その他製造）等の声があった。

一方、悪い面としては、「日本人はとても慎重で、外国人に対して警戒しているところがあるように思う。プロジェクトを進める前に、日本人の信頼を得るのは非常に難しく、時間がかかる」（英国、機械工業（製鉄、輸送機器））や、「各種のインフラのコストは非常に高く（品質も高いが）、日本においては新たにサービスを検討したり試したりする際の運用コストは安くない」（米国、サービス・小売）等が挙げられた。

- ② 「地域統括拠点」については、「日本はグローバルに重要な国で、テスト市場とみなしている。日本市場で認定された製品は、他の国々からも高品質なブランドとして認められやすい」と評価される一方、同じ回答者から、「日本には、企業経営上様々なビジネスパートナーが存在し、アクセスもできるが、彼らの信頼を得るには時間がかかる」（オランダ、情報通信・ハイテク）とのコメントがあった。

今回調査で、当該拠点の設置がもっとも多かったオーストラリアについては、「法律及び規制等の制度はよく整備されており、透明性も高い。ここで統括拠点を設けることは、自社の事業の円滑な運営に役立っている」（米国、情報通信・ハイテク）と、法律・規制の透明性が評価された。

- ③ 「販売拠点」については、良い面として、「日本の観光資源は豊富。政府は、ビジットジャパンキャンペーンのようなプログラムを採用して、外国人観光客を誘致しており、今後市場が伸びると考えている」（米国、サービス・小売）、「日本は他のアジア諸国と比較しても石油を輸入に頼っている。また、日本の経済規模はまだまだ小さくない」（米国、エネルギー・環境技術）、「日本政府は新薬承認のために制度を見直しており、新薬が発売にいたる確率が高まることを期待している」（英国、医薬品・医療機器）など、特定の産業分野の市場の大きさや成長性を評価するコメントがあった。

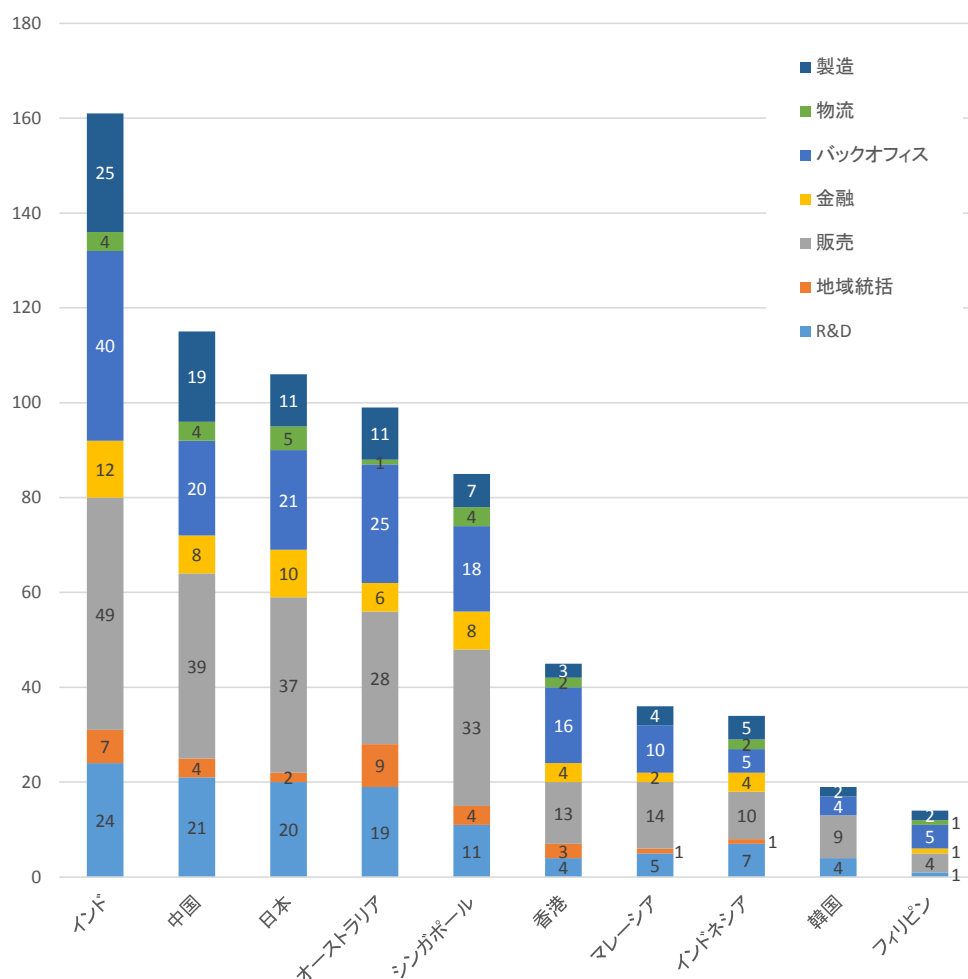
一方、「日本の人々は、支出に関しては非常に保守的。日本人には、まだまだ将来不安が強く、より多くを節約する傾向がある。日本人向けのサービスはこの心理との戦いになる」（米国、サービス・小売）」との消費心理の冷え込みを懸念する声があった。

- ④ 「物流拠点」については、「日本は、アジア諸国はもちろん、米国など先進国との輸送の接続性が優れており、物流拠点として機能する立地にある」（スイス、運輸・輸送）とロケーションを評価する声や、「日本の輸送インフラは世界的に見て、高い品質にあり、輸送施設としての要件を満たす。さらに、e コマース需要の増加は、アジア・日本における物流需要を押し上げる要因である」（米国、サービス・小売）と、インフラや市場の成長性を評価する声があった。

一方、「日本の物流拠点の建設コストやメンテナンスコストは高く、また上昇傾向にもある。日本での拠点維持に関する懸念事項となっている」（スイス、運輸・輸送）と、ここでも、事業活動コストを懸念する声があった。

■ 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 171 社



■既存拠点の立地条件に関する評価

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

※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	【高度人材の獲得】 ✓ インド人は、プロジェクト管理スキルと R&D 部門の難しい仕事をやりきる能力を持っており、途中難しい局面はあっても最終的にはうまくいくことが多いと考えている。(米国、サービス・小売) ✓ インド工科大学 (IIT) といった理工系大学は、評判どおり人材の質が高く、インドが理工系人材のプールとして機能している。(韓国、情報通信・ハイテク) 【行政による優遇策】 ✓ インド政府（中央政府・州政府）は、R&D プロジェクトの資金調達支援、又は税金還付と輸入関税例外措置などを用意しており、これがインセンティブとなっている。(米国、その他製造) 【主要顧客へのアクセス】【市場の成長性】 ✓ インドで新しい通信技術の需要が高まっていることから、通信会社は同国に R&D センターを設立することが合理的である。(フィンランド、その他製造)
		悪い面	【事業活動コスト】 ✓ 外国企業の多くがインドにオフィスを開設しており、企業向けのコンサルティングサービスを考え出す上でインドは良いが、都心部ではオフィスの需給がひっ迫し、オフィスの賃料が上昇している。(米国、サービス・小売) 【整備されたインフラ】 ✓ 研究開発の内容によっては、物流網の不備から、配達のスปีードと配送の品質が問題になる。(米国、その他製造) 【高度人材の獲得】 ✓ インド人の中で、製品開発のスキルを磨く必要性は理解されており、実際に向上してきているが、まだ研究開発のマインドセットにおいて、他国をしのぐレベルにはない。(韓国、情報通信・ハイテク)

			コメント例（カッコ内は企業情報）
R&D 拠点	中国	良い面	【行政による優遇策】 ✓ 中国における研究開発投資の伸びは、米国と比較しても大きく、（このような勢いのある中国の事情を踏まえて）自社としても中国への支出を増やすつもりである。（カナダ、その他製造） ✓ 中国政府が税制優遇措置を講じており、同社の研究開発費を削減することができる。（ドイツ、医薬品・医療機器）
		悪い面	【行政による優遇策】【税制・規制の透明性】 ✓ 政府の優遇措置を受けようとする、円滑に進まないことも多く、かなりの時間を要する点は困っている。（ドイツ、医薬品・医療機器） 【地財等の法整備】 ✓ 医薬分野でいうと関連企業が中国での研究開発を増やしているので魅力もあるが、それ以上に医薬品の開発・製造における知的財産権の保護の制度は整っていない。（ドイツ、医薬品・医療機器）
	日本	良い面	【研究開発パートナーへのアクセス】 ✓ 日本において R&D プロジェクトを進める際に、パートナーとして適切な企業や大学が見つかり、一度きちんとした合意が取れれば、その後はスムーズに共同研究ができることが多い。（カナダ、その他製造） 【高度人材の獲得】 ✓ 専門的な技術力だけでなく、広く分野・領域をリサーチしたいときに、日本にはそのようなリサーチスキルを身につけている人材が多い。専門性と合わせて、日本は R&D の面で他国よりも競争力を持っている。（フィンランド、その他製造） ✓ 日本の研究開発を実施する理由の一つは、日本人の優れた感覚と、それを理解した日本人研究者の優れた分析能力からである。日本でのイノベーションは、他国に展開できる可能性がある。（米国、その他製造）
		悪い面	【商習慣】 ✓ 日本人はとても慎重で、外国人に対して警戒しているところがあるように思う。プロジェクトを進める前に、日本人の信頼を得るのは非常に難しく、時間がかかる。（カナダ、その他製造） ✓ 日本人は堅実であり仕事をやりきるために、仕事に長い時間をかける。時に、このような労働慣行は、グローバルパートナーにとって不便に感じる。（英国、機械工業（製鉄、輸送機器）） 【事業活動コスト】 ✓ 各種のインフラのコストは非常に高く（品質も高いが）、日本においては新たにサービスを検討したり試したりする際の運用コストは安くない。（米国、サービス・小売）

			コメント例（カッコ内は企業情報）
地域 統括 拠点	オーストラリア	良い面	【税制・規制の透明性】 ✓ 法律及び規制等の制度はよく整備されており、透明性も高い。ここで統括拠点を設けることは、自社の事業の円滑な運営に役立っている。（米国、情報通信・ハイテク）
		悪い面	【その他：ロケーション、文化】 ✓ オーストラリアの位置や文化的な背景は、アジア諸国とは異なっている。このため、オーストラリアとアジア圏とのつながりは、シンガポールや香港と比べると、遠い存在になっている。（米国、情報通信・ハイテク）
	インド	良い面	【その他：ロケーション】 ✓ 管轄エリアにもよるが、アジア・インド洋の各国にアクセスしやすい場所にインドは位置している。また、インド国内市場向けにも、統括拠点があることで、素早い意思決定ができる。（フィンランド、エネルギー・環境技術）
		悪い面	【事業活動コスト】 ✓ インドの特に都市部・中心地では、オフィススペースのコストは、かなり高く、しかも年々上昇する。（フィンランド、エネルギー・環境技術）
	シンガポール	良い面	【行政による優遇策】 ✓ シンガポール政府は、バイオ・メディカル分野の企業を支援するための多くの予算をつけている。また、同国はインフラ面でも優れているし、多方面の優秀な人材確保も可能である。（ドイツ、医薬品・医療機器） 【その他：ロケーション】 ✓ 主要な東南アジア諸国とのつながりが強く、物理的な距離も近い。東南アジアの新興国での事業においては、シンガポールに地域統括拠点があることが、会社の信用アップにもつながっている。（ドイツ、医薬品・医療機器）
		悪い面	【事業活動コスト】 ✓ 地代・賃料は、世界で最も高い都市の1つであるため、事業運営コストが増加する。（ドイツ、医薬品・医療機器）
	日本	良い面	【主要顧客へのアクセス】 ✓ 日本はグローバルに重要な国で、テスト市場とみなしている。日本市場で認定された製品は、他の国々からも高品質なブランドとして認められやすい。（オランダ、情報通信・ハイテク）
		悪い面	【商習慣】 ✓ 日本には、企業経営上様々なビジネスパートナーが存在し、アクセスもできるが、彼らの信頼を得るには時間がかかる。（オランダ、情報通信・ハイテク）

			コメント例（カッコ内は企業情報）
販売 拠点	インド	良い面	【市場の成長性】 ✓ インドは 1 人当たり所得の増加が売上の増加に寄与している。特に、中産階級の労働者数が増加してきており、販売拠点を設立する意義は大きい。（米国、その他製造） ✓ 人々の健康に関する意識が高まっているため、医療用品への支出が増加している。このトレンドは中長期的に継続すると考えている。（ドイツ、医薬品・医療機器） 【市場の大きさ】 ✓ インドの人口の大部分が燃料としてガソリンに依存している。また、自動車の保有も確実に上昇しており、インドは巨大な石油消費国である。（米国、エネルギー・環境技術） ✓ 各種のインフラプロジェクト、産業、住宅建設のブームが、自社製品の需要を押し上げており、販売拠点は必要である。（インド、化学）
		悪い面	【市場の大きさ】【市場の成長性】 ✓ インドといっても全土を見ることは不可能であり、特に農村部については、古い生活様式のままであり商品を浸透させるのは難しい。意識を変えるところからはじめないといけないので、時間もかかる。（米国、その他製造） 【税制・規制の透明性】【行政による優遇策】 ✓ インドにおける税制改革により GST が導入されたが、当社においては増税として働き、その結果、薬の市場価格が上昇した。（ドイツ、医薬品・医療機器） 【事業活動コスト】【整備されたインフラ】【事業規制の開放度】 ✓ インドでは輸送が高価で遅いため、原材料や完成品の輸送に問題が生じる。また、化学品の販売に関する規制は、他国と比較して厳格である。（韓国、化学）
	中国	良い面	【市場の大きさ】【整備されたインフラ】 ✓ いうまでもなく中国の消費市場は巨大であるが、加えて、物流センター、卸売業、小売店などのシステムを含む、全国的なサプライチェーンがあり、巨大な市場を狙うことが可能となっている。（米国、その他製造） 【市場の成長性】 ✓ 中国では、政府が急速に保険範囲を拡大しており、公的及び私的医療支出の増加が起きている。販売拠点を開設し、情報収集に当たるとともに、これらに備えることが重要である。（英国、医薬品・医療機器）

			コメント例（カッコ内は企業情報）
販売 拠点	中国	悪い面	【事業規制の開放度】【税制・規制の透明性】 ✓ 中国における医薬品の承認遅延は製薬企業にとって大きな課題。これは製品発売のめどが立たず、特許有効性まで低下させる可能性があるからである。（英国、医薬品・医療機器） 【税制・規制の透明性】【事業活動コスト】 ✓ 中国では、いまだに規制の解釈をめぐり不透明な点が残る。また、国内の産業政策からの圧力の高まり、ビジネスのコスト上昇などにより、事業を行うのは困難である。（米国、機械工業（製鉄、輸送機器））
	日本	良い面	【市場の大きさ】 ✓ 日本は他のアジア諸国と比較しても石油を輸入に頼っている。また、日本の経済規模はまだまだ小さくないことから、日本における販売の重要性を意識している。（米国、エネルギー・環境技術） ✓ 日本は成熟した経済であり、成長のために日本企業の中には、顕在的・潜在的を問わずに M&A の機運がある。投資銀行にとってはチャンスである。（米国、投資銀行・証券） 【市場の成長性】 ✓ 日本の観光資源は豊富。政府は、ビジットジャパンキャンペーンのようなプログラムを採用して、外国人観光客を誘致しており、今後市場が伸びると考えている。（米国、サービス・小売） 【事業規制の開放度】 ✓ 日本政府は新薬承認のために制度を見直しており、新薬が発売にいたる確率が高まることを期待している。（英国、医薬品・医療機器）
		悪い面	【市場の大きさ】 ✓ 日本人の環境意識は高く、消費者の嗜好の変化による、石油需要の減少が懸念される。石油から天然ガスなどの代替エネルギーに移行する動きもあり気にしている。（米国、エネルギー・環境技術） ✓ 急速な高齢化が政府の医療費支出を圧迫しているため、薬価を低く維持したいという日本政府の意向が強い。（英国、医薬品・医療機器） 【市場の成長性】 ✓ 日本の人々は、支出に関しては非常に保守的。日本人には、まだまだ将来不安が強く、より多くを節約する傾向がある。日本人向けのサービスはこの心理との戦いになる。（米国、サービス・小売） 【商習慣】 ✓ 他の先進諸国と比較して、日本の企業は投資判断に多くの時間を要す。投資銀行としてクライアントに優れた提案を持ち込んでも、M&A 等が円滑に決定されない。（米国、投資銀行・証券）

			コメント例（カッコ内は企業情報）
金融 拠点	インド	良い面	【高度人材の獲得】【英語での円滑なコミュニケーション】 ✓ インドでは、財務及び分析スキルを学ぶ大学・MBA が多数あり、財務知識のある人材が獲得しやすい。英語でコミュニケーションが取れるのも良い。（米国、投資銀行・証券） 【市場の成長性】 ✓ インドは急成長を遂げており、企業は M&A やアウトソーシングを通じて多額の投資を行っており、投資銀行にとって大きなチャンスとなっている。（英国、投資銀行・証券）
		悪い面	【その他：時差】 ✓ インドと本社とのタイムゾーンの違いは、リアルタイムでインドの事務所と通信するのが難しい。（米国、投資銀行・証券） 【資金調達環境の充実】 ✓ インドにおいて不良債権比率の上昇が問題となっており、金融機関のストレス・レベルは高まっている。（英国、投資銀行・証券）
	日本	良い面	【高度人材の獲得】 ✓ 日本には、金融関係のセミナーや資格が多くある。日本人で金融分野の人は、優れた金融分野の専門知識と経験を持っている割合が高い。（米国、投資銀行・証券） 【事業活動コスト】 ✓ 日本は長らく非常に低い金利となっている。資金調達する際には、日本の低金利がプラスになる。（米国、投資銀行・証券） 【行政による優遇策】 ✓ インド政府と日本政府の間で、日系企業のインドへの投資を促進することが合意されている。日本企業からの投資を促進するために、当行は日本に支店を開設した。（インド、商業銀行）
		悪い面	【商習慣】 ✓ 日本企業とのビジネスにおいては、時には文化と経営スタイルの違いから衝突がある。金融面での協力をスムーズに実現できないリスクを感じる。（米国、投資銀行・証券） ✓ 金融面に限らないかもしれないが、日本は、国外の企業と仕事をする上で、オープンな雰囲気ではない。（インド、商業銀行） 【高度人材の獲得】 ✓ 欧米先進国に比べると、インベストメントバンカーの社会的地位や評判は日本ではあまり高くない。このため人材獲得などで苦労することがある。（米国、投資銀行・証券）
	シンガポール	良い面	【英語での円滑なコミュニケーション】【資金調達環境の充実】 ✓ 英語で世界標準の金融機能・サービスに常時アクセスできる。シンガポールにおける金融市場は公正で信頼できる。（米国、サービス・小売）

			コメント例（カッコ内は企業情報）
金融 拠点	中国	良い面	【高度人材の獲得】 ✓ 中国人は、金融知識・スキルの習得に貪欲であり、少しのトレーニングで戦力化することができる。（米国、投資銀行・証券） 【整備されたインフラ】 ✓ 中国ではいち早くオンラインプラットフォーム、クラウドコンピューティング、ブロックチェーンなどの金融テクノロジーに対応し、パフォーマンス向上につながった。（米国、投資銀行・証券）
		悪い面	【整備されたインフラ】【資金調達環境の充実】 ✓ 投機的な資本市場と銀行システムの脆弱性のために、国内金融状況が不安定になるリスクがある。（米国、投資銀行・証券） 【事業規制の開放度】 ✓ 政府の規制政策は厳しく、投資銀行業務の円滑な遂行の支障になることがある。（英国、投資銀行・証券）

			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	【高度人材の獲得】 ✓ インドでは、一定の頭脳・スキルを有する専門家を、他国に比べればまだまだ安い給与で大量かつ柔軟に採用することができる。インドにバックオフィスを持っていることは、営業面でもアピールできる。（米国、サービス・小売） 【市場の成長性】 ✓ インドでは、通信環境や水やエネルギー資源の安定的な利用に関して、まだ懸念が残っている。インド国内市場を攻略するために、バックオフィスもまたインドに置くことが必要であった。（英国、エネルギー・環境技術） ✓ ここ数年でインドの経済・市場が急速に拡大している。国内の人口・潜在顧客の増加にあわせて、適切な支援を提供できるように、バックオフィスを設置する必要がある。（英国、生損保）
		悪い面	【一般人材の獲得】 ✓ 平均的なインド人のスキル開発は途上段階にある。インドでは基本的なコーディングまでは扱うことができるが、それ以外の設計と開発はインドでは対応できない。（米国、情報通信・ハイテク） 【事業活動コスト】 ✓ 外国企業の多くがインドにオフィスを開設していることとつながるが、オフィススペースの需要増に伴い、オフィスの賃料が上昇している。（米国、サービス・小売） 【地財等の法整備】【整備されたインフラ】 ✓ インドでの運営はコスト面で有利だが、情報の機密性については深刻な懸念がある。機密情報を扱う我々としては、インドが情報保護に関する政策・制度を整備すべきだと思っている。（英国、生損保）

			コメント例（カッコ内は企業情報）
バック オフィス	オース トラリ ア	良い面	【その他：ロケーション】 ✓ オーストラリアは他のアジアの太平洋諸国の間とは距離があるので、国内の顧客に対応するために、国内にバックオフィスを設置した。（米国、サービス・小売）
		悪い面	【事業規制の開放度】 ✓ 州ごとに不動産承認プロセスが異なっており、特に、州特有の規制は理解と対処に苦勞する。（米国、サービス・小売）
	日本	良い面	【市場の大きさ】 ✓ 日本の市場は十分大きいので、日本国内の顧客にサービスを提供するバックオフィスを設置し、日本語対応を行うことに十分な合理性がある。（米国、サービス・小売）
		悪い面	【英語での円滑なコミュニケーション】 ✓ バックオフィス業務間の連携においては、日本人は、ほとんどの人が英語を使おうとしないので、本国をはじめとする日本以外の地域とのコミュニケーションは円滑でない。（米国、情報通信・ハイテク） 【事業活動コスト】 ✓ 単純な業務への対応しか要求していない場合でも、日本の人材採用のコストは、非常に高い。（米国、サービス・小売）

			コメント例（カッコ内は企業情報）
物流 拠点	日本	良い面	【その他：ロケーション】 ✓ 日本は、アジア諸国はもちろん、米国など先進国との輸送の接続性が優れており、物流拠点として機能する立地にある。（スイス、運輸・輸送） 【整備されたインフラ】【市場の成長性】 ✓ 日本の輸送インフラは世界的に見て、高い品質にあり、輸送施設としての要件を満たす。さらに、eコマース需要の増加は、アジア・日本における物流需要を押し上げる要因である。（米国、サービス・小売）
		悪い面	【事業活動コスト】 ✓ 日本の物流拠点の建設コストやメンテナンスコストは高く、また上昇傾向にもある。日本での拠点維持に関する懸念事項となっている。（スイス、運輸・輸送）

			コメント例（カッコ内は企業情報）
物流拠点	インド	良い面	【市場の成長性】 ✓ インドにおける電子商取引ビジネスが急成長している。これにより、物流サービスに対する需要は大いに増加しており、インドに拠点を置きこれに対応することの意義は大きい。（スイス、運輸・輸送）
		悪い面	【整備されたインフラ】 ✓ インドの各地・各機能の輸送ネットワークが適切に連結できていないため、ものの流れを結合させることが、インドでは他国以上に難しい。（スイス、運輸・輸送）
	中国	良い面	【市場の成長性】 ✓ 中国がこれからの電子商取引時代では中核になると考えている。中国は十分な物流支援を必要としており、また中国に拠点を置くことで、事業創造につながると考えている。（シンガポール、情報通信・ハイテク） 【行政による優遇策】 ✓ 中国政府は、物流分野のコストと税金を削減するインセンティブを設けている。拠点を設置し、これをうまく活用できれば、大きな利益をもたらすと考えている。（米国、サービス・小売）
		悪い面	【事業活動コスト】 ✓ 物流に関する料金は、統一的かつ適切なレベルに設定されていないため、結果的に物流費が増加することがある。（シンガポール、情報通信・ハイテク） 【整備されたインフラ】 ✓ 中国の道路事情、特に交通安全に関しては、以前から懸念ではあったが、依然として解消されていない。（米国、サービス・小売）

			コメント例（カッコ内は企業情報）
製造拠点	インド	良い面	【行政による優遇策】 ✓ 政府はインドでの製造活動を促進するために “Make in India” を強力に推進しており、支援を受ける形であれば、インドの製造拠点を開設することは比較的容易であった。（英国、機械工業（製鉄、輸送機器）） 【行政による優遇策】【事業規制の開放度】 ✓ 政府は、外国企業がインドに進出しやすくするために、法人税を削減したり、化学工業の環境基準を緩和し、化学企業が製造工場を設立しやすくしている。これらが製造拠点設立のインセンティブとなった。（米国、化学） 【主要顧客へのアクセス】 ✓ 首都ニューデリーにある関係省庁と円滑に通信するために、インドの Noida にモバイル製造施設を設立した。（韓国、情報通信・ハイテク）

			コメント例（カッコ内は企業情報）
製造拠点	インド	悪い面	【整備されたインフラ】 ✓ 電力不足がいまだに問題として起きている。電力アクセスがインドでの製造にとって大きな問題である。通常 24 時間連続して電力供給されないため、生産性と効率性が低下する。（英国、機械工業（製鉄、輸送機器）） 【その他：生産性】 ✓ インドにおける生産性は中国と比較して依然として低い。（韓国、情報通信・ハイテク） 【商習慣】 ✓ インドの業界構造は複雑であり、インドにおいて化学品の製造等に関して、正確で詳細な情報を得ることは困難である。インド人を使って調べてもなかなか解明しない。（韓国、化学）
	中国	良い面	【整備されたインフラ】 ✓ 中国においては、コンポーネントや産業機器のサプライが一大市場を形成しており、製造に必要なものが迅速に納品される。（カナダ、その他製造） 【事業活動コスト】 ✓ 中国は、開発や試験よりも、製品を量産することに適しており、工場の総コストを下げるのに役立っている。（ドイツ、医薬品・医療機器）
		悪い面	【事業規制の開放度】 ✓ 中国は、資本主義国家に比べれば閉鎖経済。中国に事務所や製造拠点を設立するための政府規制がたくさんあり、時間も手間もかかっている。（韓国、情報通信・ハイテク） ✓ 2015 年以降、政府の規制を受けて、中国で製造したものの輸出量が減少している。（韓国、化学）
	日本	良い面	【その他：品質】 ✓ 日本では世界の標準と照らして高品質な製品を提供することで知られている。実際に製造現場を見ると、日本人はとてもよく集中し、専念して仕事をしている。（カナダ、その他製造） 【高度人材の獲得】 ✓ 日本人は新技術の導入に関して前向きであり、対応するのも早い。そのことが、日本の工場には技術的知識が蓄積され、工場の生産効率が高い原因となっている。（ドイツ、医薬品・医療機器）
		悪い面	【事業活動コスト】 ✓ 日本においては、環境面や用地面積確保の観点から、製造拠点到活用できる候補は限られる。結果として、製造拠点向けに、土地を取得するコストは高くなる。（カナダ、その他製造） ✓ 日本は土地や労働コストが高いため、多くの企業が製造拠点を中国やインドなどの他の国に移転させる理由となっている。米国と比べても工場の設立費用は高いという話を聞いたことがある。（英国、機械工業（製鉄、輸送機器））

			コメント例（カッコ内は企業情報）
製造 拠点	オースト ラリア	良い面	【市場の成長性】 ✓ オーストラリアでの製造業にはまだ成長の余地があり、可能性を感じる部分もある。これからの様々な半導体活用の場面を考えると、オーストラリアは潜在的な市場でもある。（オランダ、情報通信・ハイテク）
		悪い面	【行政による優遇策】【事業活動コスト】 ✓ 他国に比べると、オーストラリア政府は製造業の誘致への熱意は不十分。また、生産コストはインドや中国と比較して高い。（オランダ、情報通信・ハイテク）

3.1.2. 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位となるとともに、「金融拠点」「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、今回調査では「製造拠点」と「物流拠点」が1位となり、特に「製造拠点」の得票率が高かった。

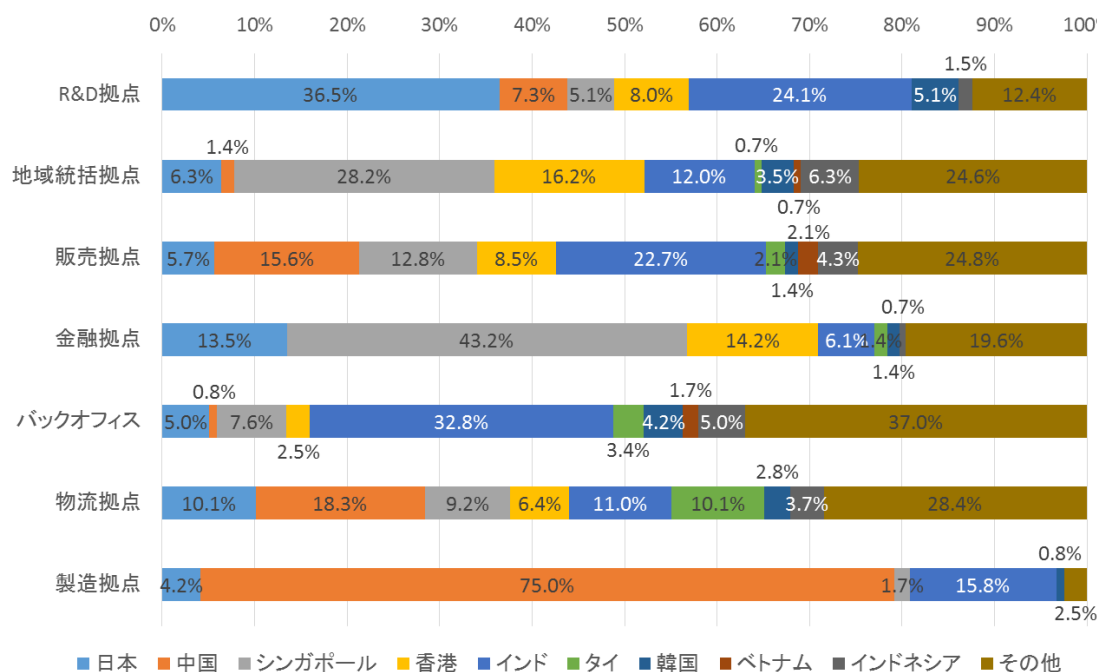
シンガポールについては、「地域統括拠点」、「金融拠点」で1位となった。

インドについては、「販売拠点」と「バックオフィス」で1位、「R&D 拠点」「物流拠点」「製造拠点」で2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 182 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。

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。R&D 拠点では全地域で日本が1位となったほか、北米企業は物流拠点として、アジア・オセアニア企業はバックオフィスとしても1位となった。

■企業属性の違いによる立地競争力の違い（本社所在地別）

平成29年度調査（欧州企業） 対象企業56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	47社	1 34%	3 9%	5 6%	3 9%	2 28%	10 0%	5 6%	10 0%	10 0%
地域統括拠点	44社	6 5%	13 0%	1 39%	2 14%	2 14%	13 0%	8 2%	8 2%	4 7%
販売拠点	41社	10 0%	1 24%	3 17%	4 12%	2 22%	10 0%	10 0%	8 2%	6 5%
金融拠点	38社	2 18%	9 0%	1 47%	3 13%	4 8%	6 3%	6 3%	9 0%	9 0%
バックオフィス	33社	12 0%	5 3%	5 3%	12 0%	1 42%	5 3%	5 3%	5 3%	4 9%
物流拠点	32社	4 9%	1 28%	6 6%	7 3%	2 16%	4 9%	7 3%	13 0%	7 3%
製造拠点	37社	3 3%	1 65%	7 0%	7 0%	2 24%	7 0%	3 3%	7 0%	7 0%

平成29年度調査（北米企業） 対象企業83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	67社	1 34%	4 7%	8 3%	3 9%	2 25%	12 0%	6 4%	12 0%	10 1%
地域統括拠点	70社	8 4%	10 3%	1 23%	2 16%	3 13%	13 1%	7 6%	15 0%	5 7%
販売拠点	71社	4 8%	3 11%	4 8%	6 7%	1 28%	7 3%	11 1%	7 3%	7 3%
金融拠点	69社	2 12%	11 0%	1 41%	2 12%	6 7%	11 0%	8 1%	11 0%	11 0%
バックオフィス	62社	9 3%	14 0%	2 11%	6 5%	1 35%	12 2%	5 6%	14 0%	9 3%
物流拠点	48社	1 13%	5 10%	1 13%	7 8%	1 13%	1 13%	9 4%	13 0%	9 4%
製造拠点	53社	3 6%	1 77%	4 2%	5 0%	2 15%	5 0%	5 0%	5 0%	5 0%

平成29年度調査（アジア・オセアニア企業） 対象企業62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	23社	1 48%	4 4%	3 9%	4 4%	2 13%	11 0%	4 4%	11 0%	4 4%
地域統括拠点	28社	3 14%	12 0%	1 25%	2 21%	4 7%	12 0%	12 0%	12 0%	7 4%
販売拠点	29社	6 7%	3 14%	1 17%	6 7%	4 10%	9 3%	9 3%	12 0%	6 7%
金融拠点	41社	3 12%	10 0%	1 44%	2 20%	6 2%	6 2%	10 0%	10 0%	6 2%
バックオフィス	24社	1 17%	14 0%	7 4%	14 0%	2 13%	5 8%	14 0%	7 4%	7 4%
物流拠点	29社	5 7%	1 21%	5 7%	5 7%	9 3%	5 7%	15 0%	15 0%	9 3%
製造拠点	30社	3 3%	1 83%	3 3%	6 0%	2 7%	6 0%	6 0%	6 0%	6 0%

※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「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。

日本の評価は、既進出企業でおおむね同水準が高い結果となった。特に、物流拠点としての評価が分かれる結果となった。

■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29年度調査(既進出企業) 対象企業118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	88社	1 36%	4 7%	5 6%	3 10%	2 24%	14 0%	6 5%	14 0%	9 1%
地域統括拠点	93社	5 6%	10 2%	1 25%	2 17%	3 15%	13 1%	7 4%	13 1%	4 8%
販売拠点	92社	6 5%	3 13%	4 12%	5 8%	1 25%	9 2%	9 2%	11 1%	6 5%
金融拠点	89社	2 16%	11 0%	1 44%	3 13%	6 4%	9 1%	7 2%	11 0%	11 0%
バックオフィス	75社	7 5%	15 1%	4 8%	11 3%	1 27%	11 3%	9 4%	11 3%	5 7%
物流拠点	72社	2 14%	1 15%	5 10%	8 7%	3 13%	4 11%	11 1%	16 0%	9 3%
製造拠点	80社	3 4%	1 73%	4 1%	9 0%	2 18%	9 0%	4 1%	9 0%	9 0%

平成29年度調査(未進出企業) 対象企業83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 37%	3 8%	5 4%	5 4%	2 24%	14 0%	4 6%	14 0%	8 2%
地域統括拠点	49社	5 6%	14 0%	1 35%	2 14%	5 6%	14 0%	10 2%	14 0%	7 4%
販売拠点	49社	7 6%	1 20%	3 14%	5 10%	2 18%	9 2%	12 0%	8 4%	9 2%
金融拠点	59社	3 10%	12 0%	1 42%	2 15%	4 8%	8 2%	12 0%	12 0%	8 2%
バックオフィス	44社	5 5%	14 0%	3 7%	9 2%	1 43%	5 5%	5 5%	14 0%	9 2%
物流拠点	37社	11 3%	1 24%	2 8%	8 5%	2 8%	2 8%	8 5%	15 0%	8 5%
製造拠点	40社	3 5%	1 80%	4 3%	5 0%	2 13%	5 0%	5 0%	5 0%	5 0%

※1 百分率の左側の数字は21 各国・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。物流拠点としての評価は、製造業で高かった。域統括拠点としての評価は、情報通信・ハイテクで高かった。

■企業属性の違いによる立地競争力の違い（業種）

平成29年度調査（製造業） 対象企業51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	32社	1 41%	2 16%	8 0%	5 9%	2 16%	8 0%	4 13%	8 0%	8 0%
地域統括拠点	31社	4 10%	8 3%	1 23%	2 19%	3 13%	13 0%	8 3%	8 3%	5 6%
販売拠点	31社	6 6%	1 23%	3 16%	10 0%	1 23%	7 3%	10 0%	10 0%	4 13%
金融拠点	31社	3 19%	9 0%	1 29%	2 23%	4 6%	9 0%	4 6%	9 0%	9 0%
バックオフィス	21社	4 5%	4 5%	4 5%	13 0%	1 33%	4 5%	13 0%	13 0%	4 5%
物流拠点	28社	3 11%	1 36%	10 0%	10 0%	2 18%	7 4%	7 4%	10 0%	10 0%
製造拠点	35社	5 0%	1 71%	5 0%	5 0%	2 23%	5 0%	3 3%	5 0%	5 0%

平成29年度調査（情報通信・ハイテク） 対象企業40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 58%	5 4%	3 12%	7 0%	2 15%	7 0%	7 0%	7 0%	7 0%
地域統括拠点	26社	3 8%	7 4%	1 35%	2 15%	3 8%	12 0%	12 0%	12 0%	7 4%
販売拠点	22社	7 5%	1 27%	4 9%	2 18%	4 9%	10 0%	7 5%	7 5%	10 0%
金融拠点	26社	2 12%	8 0%	1 50%	2 12%	2 12%	6 4%	8 0%	8 0%	8 0%
バックオフィス	21社	6 5%	10 0%	6 5%	10 0%	1 24%	10 0%	10 0%	6 5%	6 5%
物流拠点	19社	6 5%	3 11%	1 16%	1 16%	6 5%	3 11%	6 5%	13 0%	6 5%
製造拠点	18社	2 11%	1 83%	4 0%	4 0%	3 6%	4 0%	4 0%	4 0%	4 0%

平成29年度調査（サービス・小売） 対象企業69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	50社	1 28%	9 2%	5 4%	3 12%	1 28%	14 0%	5 4%	14 0%	5 4%
地域統括拠点	50社	14 0%	14 0%	1 24%	2 14%	2 14%	9 2%	6 8%	14 0%	5 10%
販売拠点	53社	5 8%	4 9%	3 11%	5 8%	1 28%	9 2%	14 0%	9 2%	7 4%
金融拠点	55社	2 13%	9 0%	1 47%	4 11%	6 4%	9 0%	9 0%	9 0%	9 0%
バックオフィス	52社	3 6%	15 0%	3 6%	3 6%	1 38%	8 4%	11 2%	11 2%	3 6%
物流拠点	38社	4 11%	1 13%	4 11%	4 11%	1 13%	4 11%	13 0%	13 0%	8 5%
製造拠点	43社	3 7%	1 72%	4 5%	6 0%	2 14%	6 0%	6 0%	6 0%	6 0%

※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」、「金融拠点」、「物流拠点」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

前々回、前回調査に引き続いて日本が高得票率（36%）で 1 位となった。また、インドが前回調査に引き続き 2 位、香港は前回調査 7 位から今回 3 位に上昇した。前回調査で 2 位だったシンガポールは、今回は 5 位であり、得票率も前回 15%から今回 5%と落とした。

日本は企業属性のいずれの分析でも 1 位を獲得しており、得票率は、業種別分析における情報通信・ハイテクでもっとも高く（58%）、2 位のインド（15%）に 40%以上の差をつけた。

日本が魅力的な理由として、「世界レベルのインフラがあり、高度に熟練した労働力・革新の文化がある」（オランダ、情報通信・ハイテク）、「日本政府は、日本再興戦略を掲げ、研究開発インフラ整備に多大な支出を行い、研究開発を推進している。また、R&D 分野での誘致にも積極的である」（英国、機械工業（製鉄、輸送機器））、「日本は、企業だけでなく大学が比較的情報を開示してくれるオープンネスを持っている。共同研究の機会を探りやすいと感じている」（ドイツ、医薬品・医療機器）等、整備されたインフラ、高度人材、行政による研究開発インフラ整備、共同研究パートナーへのアクセス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。

➤ 「金融拠点」について

シンガポールが前回調査に続き高得票率（43%）で 1 位となった。2 位は香港（14%）、得票率で僅差の日本は前々回、前回調査に引き続いて 3 位となった。得票率は 14%と、前々回の 12%、前回の 10%より高かった。

日本が魅力的な理由として、日本の人材の金融リテラシーの高さ、仕事に打ち込むことが推奨されている労働慣行、アジア諸国へのアクセスがしやすい点等を評価する声があった。

➤ 「物流拠点」について

中国が前々回・前回から 1 つ順位を上げて 1 位となった。2 位はインド、日本とタイが同率で 3 位となった。日本は前々回・前回とも 4 位だったものが、今回 1 つ順位を上げた。

日本への評価は、本社所在地別では米国企業からの得票率が 1 位、進出状況別では既進出企業で 2 位と、業種別では製造業で 3 位と、それぞれ比較的高かった。

日本が魅力的な理由としては、道路や港湾、倉庫、国内輸送インフラ並びに急成長する電子商取引業界の存在を評価する声があった。

1 位の中国は、安価な運搬コストや人件費、大規模な港湾の存在が評価された。

■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、29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

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%	4 7%	5 5%	3 8%	2 24%	— 0%	5 5%	— 0%	10 1%
地域統括拠点	143社	5 6%	13 1%	1 28%	2 16%	3 12%	16 1%	8 4%	16 1%	5 6%
販売拠点	142社	6 6%	2 16%	4 13%	5 9%	1 23%	10 2%	12 1%	10 2%	7 4%
金融拠点	149社	3 14%	— 0%	1 43%	2 14%	6 6%	8 1%	8 1%	— 0%	10 1%
バックオフィス	120社	6 5%	15 1%	3 8%	12 3%	1 33%	10 3%	8 4%	13 2%	6 5%
物流拠点	110社	3 10%	1 18%	5 9%	8 6%	2 11%	3 10%	11 3%	— 0%	9 4%
製造拠点	121社	3 4%	1 75%	4 2%	9 0%	2 16%	9 0%	5 1%	— 0%	9 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）。

※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。

■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、10%以上の票を獲得している拠点（「R&D 拠点」、「金融拠点」、「物流拠点」）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	【整備されたインフラ】【高度人材の獲得】 ✓ 世界レベルのインフラがあり、高度に熟練した労働力・革新の文化がある。（オランダ、情報通信・ハイテク） 【行政による優遇策】 ✓ 日本政府は、日本再興戦略を掲げ、研究開発インフラ整備に多大な支出を行い研究開発を推進している。また、R&D 分野での誘致にも積極的である。日本の研究開発部門への投資は、一国レベルで見れば多くの OECD 諸国よりもはるかに多く、魅力的である。（英国、機械工業（製鉄、輸送機器）） 【共同研究パートナーへのアクセス】 ✓ イノベーションを創出しようと考えれば適切かつ適度に他者との連携が必要になるが、日本は、企業だけでなく大学が比較的情報を開示してくれるオープンネスを持っている。共同研究の機会を探りやすいと感じている。（ドイツ、医薬品・医療機器） ✓ 日本企業も新たな技術・開発のテーマを渴望しているように伺える。そのような背景からか、近年の日本企業は、外国企業との研究・開発面での提携の話を歓迎しているように感じる。パートナーシップや技術ライセンスについて、以前よりも柔軟になっている。（英国、エネルギー・環境技術）
	金融 拠点	【高度人材の獲得】 ✓ 日本のビジネスパーソンは、すべからく一定の数学的知識、財務・会計面への理解を有している。また、金融分野で働く人は、大学院や資格取得など勉強熱心でファイナンス知識を高めている人が多い。金融拠点としての機能強化には人材強化が欠かせないが、日本はこの点でレベルが高い。（英国、医薬品・医療機器） 【商慣行】 ✓ 日本での労働慣行では、仕事に打ち込むことが推奨されている。これを体現している日本人は多く、日々の業務改善や生産性向上に不断的な努力が期待できる。金融技術の学習や導入も比較的やりやすい。（米国、その他製造） 【その他：ロケーション】 ✓ 日本に金融拠点があると、アジア諸国へアクセスができる。東京や日本に対する信頼は高いように感じており、日本に拠点があることで事業がやりやすいと思うことがある。（米国、投資銀行・証券）

		コメント例（カッコ内は企業情報）
日本	物流拠点	【整備されたインフラ】 ✓ 日本は物流環境においても高いインフラを提供している。道路や港湾等、整備もオペレーションも高い水準を維持している。新しい技術も取り込みやすく、倉庫管理にロボティクスの活用を考えているが、日本で導入できる環境がある。（カナダ、その他製造） ✓ 日本の都市間交通インフラはとても効率的である。したがって、国内輸送では時間は節約できるし予測も立てやすい。結果、エンドクライアントに品質の高い商品を提供できる。（米国、エネルギー・環境技術） 【市場の成長性】 ✓ 日本においても電子商取引業界は急成長している。まずはこの需要を取り込むために、将来的には近隣国への展開を考えるために、日本に物流拠点を置くことは魅力である。（米国、投資銀行・証券）

		コメント例（カッコ内は企業情報）
中国	R&D拠点	【高度人材へのアクセス】 ✓ これまで各社が投資してきたこともあり、中国では一定のスキルをもつ技術者が育っており、比較的安価に雇用できる。また、その裾野は広く人数も適宜拡充しやすい。今後は研究開発拠点としての中国の魅力が高まってくると感じる。（インド、化学） 【行政による優遇】 ✓ 中国政府は、研究開発インフラを改善するために支出を増やしている。特に、知的財産権保護をはじめとする制度の整備、また、知的財産権の商業活用の促進などを強化する新しい政策が出てきている。（米国、機械工業（製鉄、輸送機器））
	物流拠点	【事業活動コスト】 ✓ 中国は他国と比べ生産・運搬コストが安い（スウェーデン、その他製造） ✓ 安い労働力（米国、サービス・小売） 【整備されたインフラ】 ✓ 大規模な沿岸港があるのでアクセスが容易。（韓国、その他製造）

		コメント例（カッコ内は企業情報）
シンガポール	R&D拠点	【その他：ロケーション】 ✓ アジアパシフィックの多くの国でシンガポールとビジネス上の関係がある。ハイテク分野のアジアパシフィックエリアでの動向を把握するためにはシンガポールを軸に調査すれば間違いがない。（ベルギー、情報通信・ハイテク） 【高度人材の確保】 ✓ 多国籍なビジネス環境であるシンガポールにおいては、ホワイトカラー人材は、国際感覚・国際常識を持った人材が大半である。サービスを考える上で、シンガポールでの検討をもとに他国展開が期待できる。（インド、サービス・小売）

		コメント例（カッコ内は企業情報）
シンガポール	金融拠点	【英語での円滑なコミュニケーション】 ✓ 金融の中心地であり、コネクションが良く、かつ英語話者がいる。（韓国、その他製造） 【市場の成長性】【市場の大きさ】【事業規制の開放度】 ✓ ほとんどの企業は、市場の可能性、接続性、開放性の理由からシンガポールを金融ハブとして選んでいる。（米国、サービス・小売） 【行政による優遇策】 ✓ シンガポールは財務サポートが素晴らしい。（米国、サービス・小売）

		コメント例（カッコ内は企業情報）
香港	R&D拠点	【高度人材へのアクセス】 ✓ 研究開発の技術者が素晴らしい。（米国、サービス・小売） 【市場の成長性】 ✓ 香港では、高齢化の進展、疾病負担の増大が確認できる。また、国民の可処分所得が増加しており、ヘルスケア分野で市場が拡大することが期待できる。また、香港での対応・ノウハウが他国に適用できる可能性もあり、ここで市場ニーズを踏まえた開発を行う意義はある。（英国、医薬品・医療機器） 【行政による優遇策】 ✓ 香港政府は、応用研究と知的財産保護を支援する R&D センタープログラムを推進している。研究開発に限らず香港はビジネスフレンドリーな環境を用意してくれている。（米国、その他製造）
	金融拠点	【英語での円滑なコミュニケーション】 ✓ 金融拠点であり、英語話者が多い。（インド、化学） 【税制・規制の透明性】 ✓ 財務報告基準とプラクティスは、中国、台湾などの他のアジア諸国よりも厳格であり、信頼できる。（英国、機械工業（製鉄、輸送機器）） 【整備されたインフラ】【その他：ロケーション】 ✓ 香港は既に確立された金融センターであると認識している。成熟した資本市場があり、さらに中国に近接することから、中国ビジネスに関する幅広いサービスを提供している。（米国、情報通信・ハイテク）

		コメント例（カッコ内は企業情報）
インド	R&D 拠点	【高度人材の確保】 ✓ 洗練されたプロフェッショナルがいる。（米国、化学） ✓ 理工系人材が豊富である。レベルはそこそこで安価な人材から、ハイレベルでもそれほど高額でない人材まで幅広い。総じて、研究開発向けの人材に関して言うと、レベルの割には安く雇用できる。（インド、その他製造） 【行政の優遇策】 ✓ 電力インフラは磐石ではないが、バックアップ装置や工業団地や政府支援を活用すれば、事業としては問題にならない。むしろ、インドでの支援スキームを活用して用地確保などを受けることができる。（インド、化学） ✓ “Invest India” や “Make in India” といった中央政府の方針があり、州政府も独自に支援を打ち出している。中央・州政府の重層的な支援を活用したい。（英国、サービス・小売）
	金融 拠点	【事業活動コスト】 ✓ 事業コストが安い。（英国、投資銀行・証券）
	物流 拠点	【事業活動コスト】 ✓ 輸送費が安いので、コストを削減することが出来る。（インド、その他製造） ✓ インフラと労働力が安価である。（英国、サービス・小売）

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、商習慣であった。自由回答のコメントと併せて見ると、「期限を守る」「契約がしっかりしている」といった回答が多く、しっかりしたビジネスができるということが評価されている。

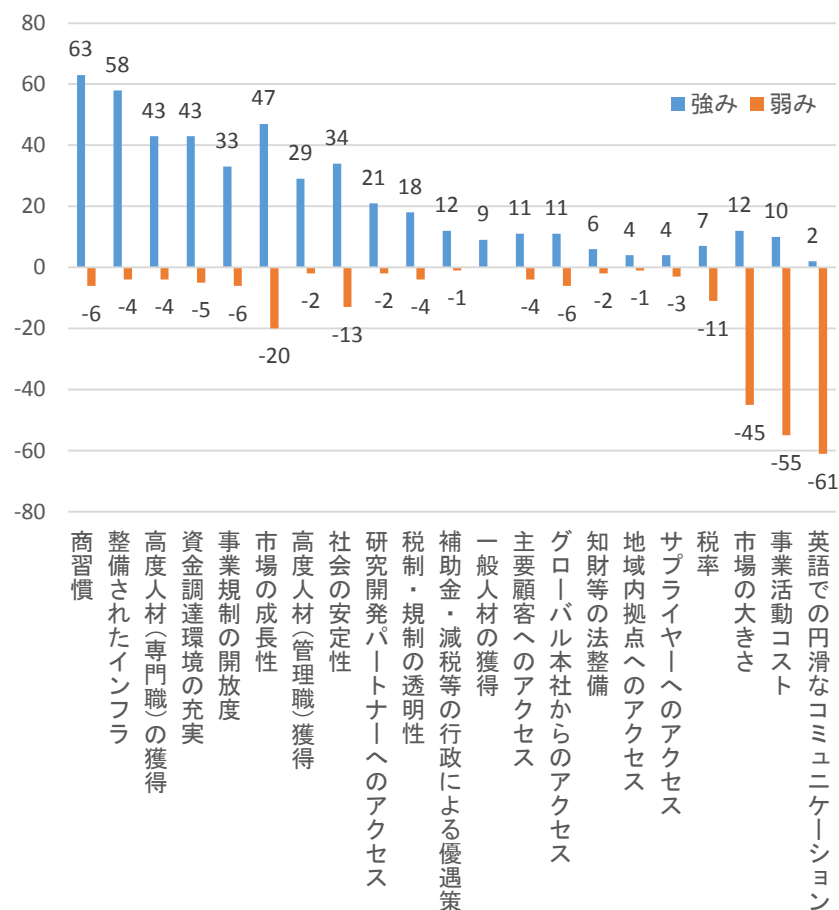
次に評価が高いのは「整備されたインフラ」であった。交通網や電力・通信網の整備がなされており、ビジネスをする上での必要な基盤がそろっていること、またその点についてのリスクが低いことが評価されている。

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、2位が事業活動コストであった。英語のコミュニケーションについては前回の平成27年度調査においても弱みの1位として挙げられており、評価は変わっていない。「英語が話せる人がいない」「言葉のバリアがある」というコメントが複数見られ、評価が低い結果となっている。3位の市場の大きさは、中国、インドといった人口ではまったくかなわない国が近隣にあることに加え、「人口が減少している」といった評価もなされている。

なお、「市場の成長性」については、平成27年度調査と同様、「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3番目に高かったが、「弱み」という回答も4番目と高い結果になった。「強み」と回答した企業からは「人口規模が大きく、成熟した社会である」こと、「弱み」と回答した企業からは「人口が減少している」ことが理由として挙げられている。

■日本のビジネス環境の「強み」と「弱み」

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



※ 「強み」と回答した企業数から「弱み」と回答した企業数を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 193 社、「弱み」について回答した企業は 183 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4項目を整理した。

(強み)

コメント例（カッコ内は企業情報）	
商習慣	✓ 職場環境が非常に良い。(米国、機械工業（製鉄・輸送機器）) ✓ 高度な技術を持った専門家が長時間集中して労働してくれる。(仏、サービス・小売) ✓ 時間管理・正確性・献身的な姿勢、成果物の質が統一されている。(米国、サービス・小売) ✓ 人々が勤勉である。(米国、サービス・小売) ✓ 日本人は関係性を築くことに長け、一度信頼を得られれば長年に良い関係を維持できる。(英国、その他製造) ✓ 倫理観が高い。(英国、エネルギー・環境技術)
整備されたインフラ	✓ 日本は最先端で使い勝手の良いインフラが整備されている。(アイルランド、サービス・小売) ✓ 日本はインフラの整備という観点では世界トップである。(米国、サービス・小売) ✓ 公共交通機関、低犯罪率等、素晴らしいインフラがある。(英国、エネルギー・環境技術) ✓ 世界レベルのインフラ、高度に熟練した人々がおり、技術レベルも絶えず進歩している。(オランダ、サービス・小売)
市場の成長性	✓ 日本は既に成長した規模の大きい市場であるが、さらなる成長が見込まれる。(米国、サービス・小売) ✓ 日本の経済的な基盤は強固であり、安心できる。(米国、投資銀行・証券) ✓ 経済規模が大きい。(米国、その他製造) ✓ 技術的に優れているので、市場成長の可能性が高い。(インド、エネルギー・環境技術)
社会の安定性	✓ 経済危機のリスクが比較的低い。(米国、サービス・小売)
高度人材（専門職）の獲得	✓ 研究者の技術力が高く、集中力がある。(仏、サービス・小売) ✓ 人々の知識量が多い。(独、医薬品・医療機器) ✓ 人々が洗練されており、かつ勤勉である。(独、医薬品・医療機器) ✓ 金融スキルが高い人が多く、賢い。(米国、投資銀行・証券) ✓ 日本政府が外国人高度専門家への労働ビザ発行手続きを簡略化する措置を講じており、今後海外の専門家が日本に駐在しやすくなることから、日本ではこうした人材の獲得も可能となることが期待される。(米国、エネルギー・環境技術) ✓ 仕事に対して熱意があり、ハードワーカーである。(インド、情報通信・ハイテク) ✓ 品質と生産性への意識が高く、仕事を迅速にこなす術を知っている。(インド、サービス・小売)
資金調達環境の充実	✓ 低金利である。(インド、サービス・小売)

(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	✓ 我々は日本で働いているが、言語の壁によく直面する。日本人は英語に馴染みがない。（米国、サービス・小売） ✓ 日本は英語が話せない人が多く、コミュニケーションをとるのが難しい。（インド、サービス・小売）
事業活動コスト	✓ 日本は物価が高いので、ビジネスを行いにくい。（韓国、情報通信・ハイテク） ✓ 日本円は他国と比べて高く、ビジネスに要するコストも高くなっている。（米国、その他製造） ✓ 通貨が強いため、事業コストがかかる。また日本にオフィスを構えることで、日本市場相手のみに限定される。（仏、サービス・小売） ✓ 通貨価値の変動幅が大きく、事業コストが高くなることもある。（独、その他製造） ✓ 地価が高い。（米国、サービス・小売）
市場の大きさ	✓ インド・中国と比べ市場規模が小さい。（独、エネルギー・環境技術） ✓ 人口減少を懸念する。（インド、情報通信・ハイテク）
市場の成長性	✓ 人口減少によって市場成長が見込めない。（スイス、その他製造） ✓ 市場が飽和している。（フィンランド、エネルギー・環境技術）

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。

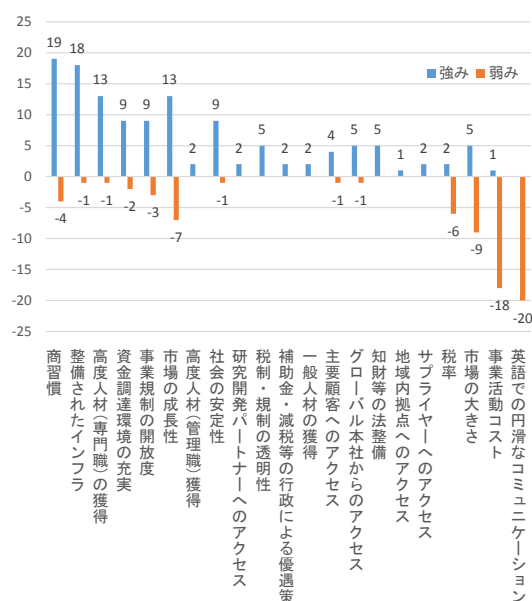
まず、回答企業の本社所在地別に見ると、アジア企業は、他の地域の企業に比べ、資金調達環境の充実並びに研究開発パートナーへのアクセスを強みとする意見が多かった。また、アジア企業は、域内に中国・インドの二大市場を抱えるためか、他の地域の企業に比べ、市場の大きさを弱みとする意見が多かった。

日本進出状況別に見ると、既進出企業は、未進出企業に比べ、社会の安定性を強みに挙げる企業が多かった。また、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を弱みに挙げる企業が多かった。進出前と進出後で、若干の相違が認められる結果となった。

業種別に見ると、情報通信・ハイテクは研究開発パートナーへのアクセスを、サービス・小売は商習慣を、また、製造業は整備されたインフラをそれぞれ強みに挙げる企業が多く、それぞれの業種の特徴に沿う結果となった。一方、製造業と情報通信・ハイテクは、事業活動コストを日本の弱みとして挙げる企業が多かった。また、製造業においては、英語でのコミュニケーションを弱みとする意見は比較的少なかった。製造業の場合、現地採用が原則となるため、本国からの駐在は限定されることから、このような結果になったと考えられる。

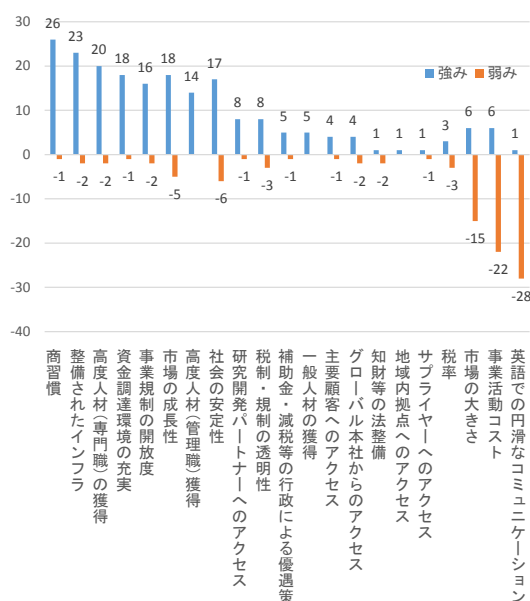
(地域別)

(欧州)



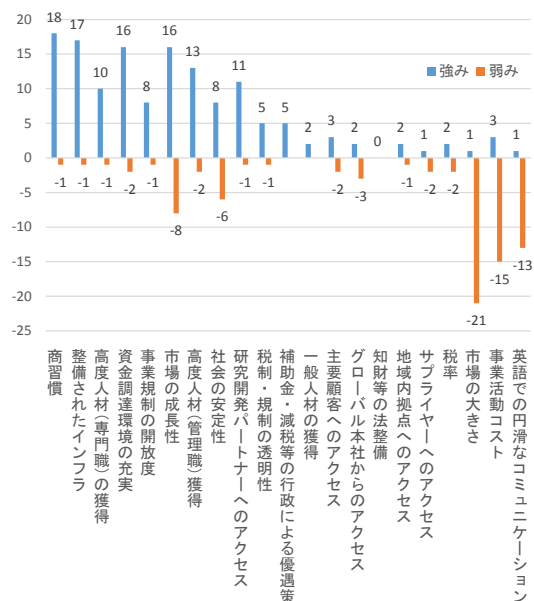
(回答企業数) 強み：54社、弱み：37社

(北米)



(回答企業数) 強み：82社、弱み：53社

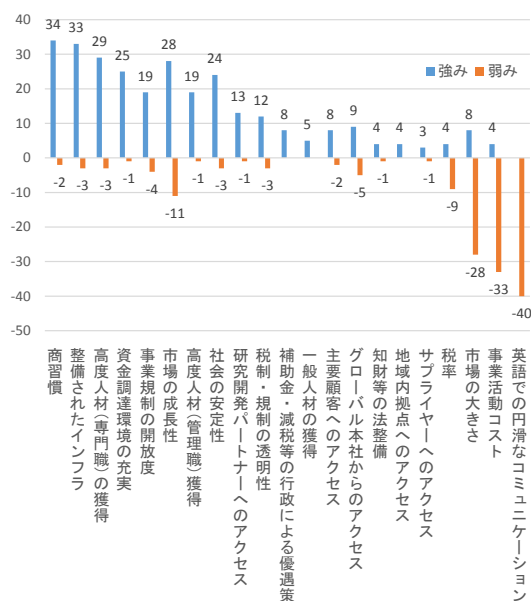
(アジア)



(回答企業数) 強み : 59 社、弱み : 46 社

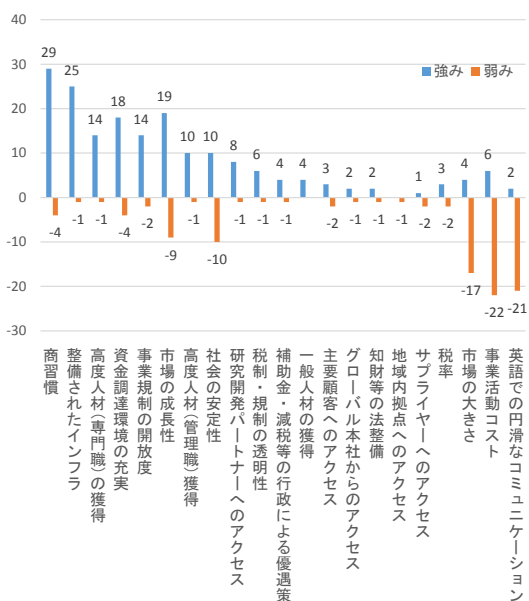
(進出状況別)

(既進出)



(回答企業数) 強み : 114 社、弱み : 75 社

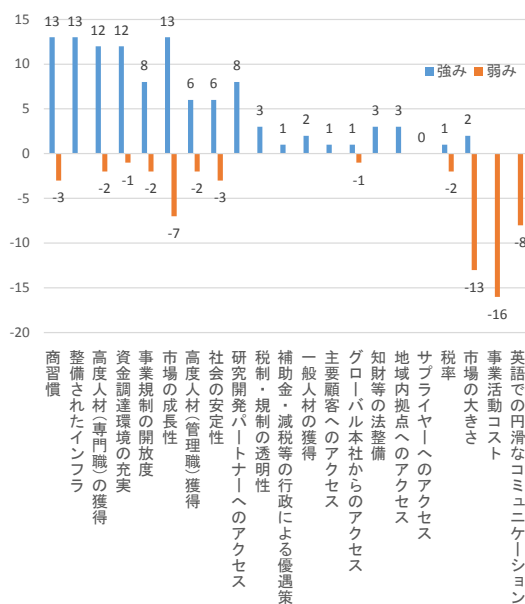
(未進出)



(回答企業数) 強み : 80 社、弱み : 61 社

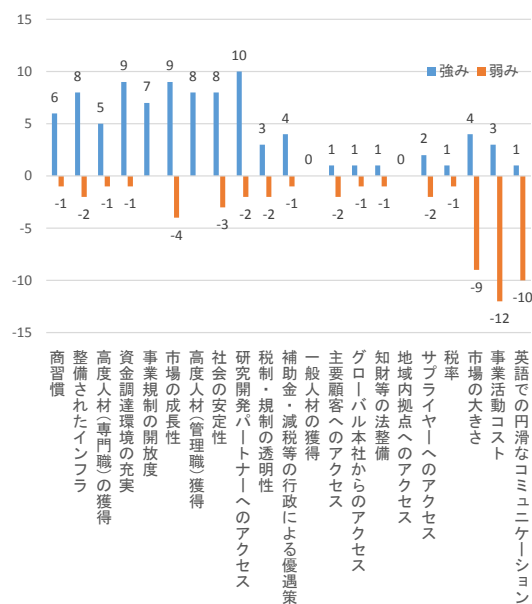
(業種別)

(製造業)



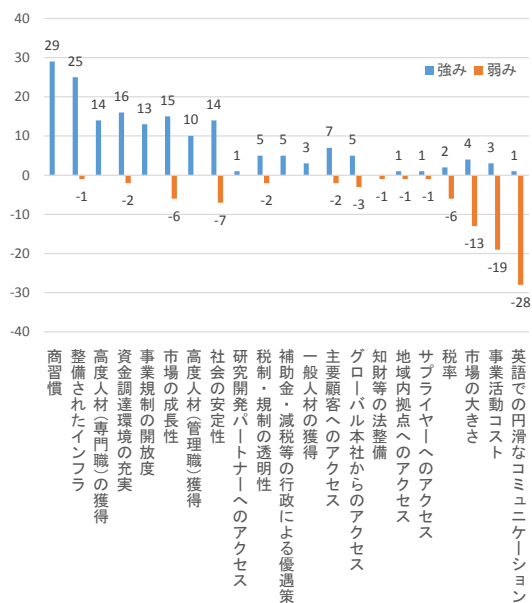
(回答企業数) 強み：49 社、弱み：30 社

(情報通信・ハイテク)



(回答企業数) 強み：36 社、弱み：28 社

(サービス・小売)



(回答企業数) 強み：68 社、弱み：50 社

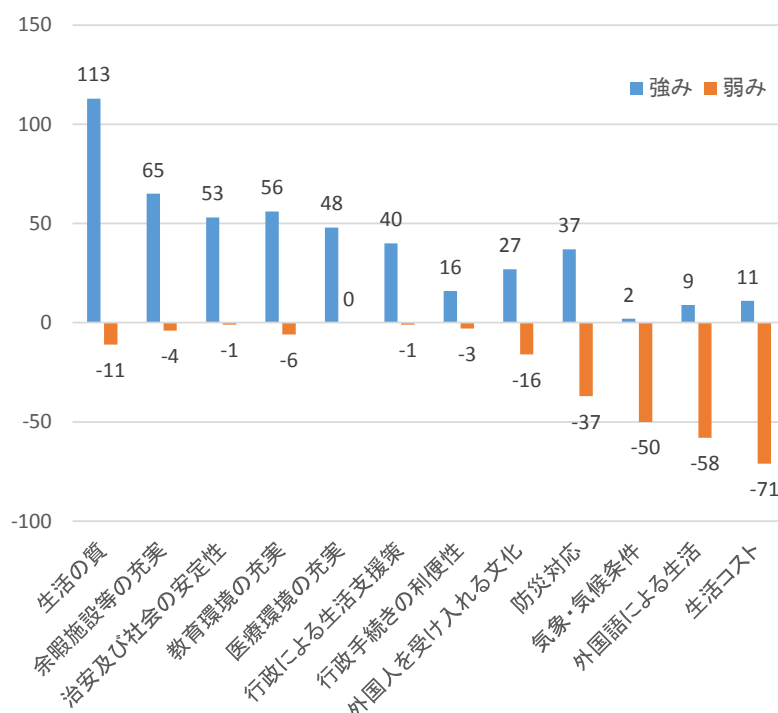
次に、日本の生活環境の「強み」「弱み」についての調査結果の分析を行う。日本の生活環境の「強み」としては、1位に「生活の質」、2位に「余暇施設等の充実」、3位に「治安及び社会の安定性」、4位に「教育環境の充実」、5位に「医療環境の充実」が挙げられた。一方で、日本の生活環境の「弱み」としては1位に「生活コスト」、2位に「外国語による生活」、3位に「気象・気候条件」が挙げられた。

「強み」は平成27年度調査と大きく変わる点はなく、2位と3位が入れ替わっているものの、大きな差がつく結果にはなっていない。4位の「教育環境の充実」については前回調査で弱みと指摘する回答もあったものの、今回調査では弱みだとする回答は見られなかった。

「弱み」については、「生活コスト」が2位から1位に上がっている。「土地代が高い」「住居コストが高い」といった回答が複数見られた。1位であった「外国語による生活」は2位に下がっているものの、大きく改善したという状況にはなく、「言語のバリアがある」「英語でのコミュニケーションが難しい」といった回答が見られた。

■日本の生活環境の「強み」と「弱み」

設問 (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)
------------	---



※ 「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184社、「弱み」について回答した企業は136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	✓ 最新の文化とインフラがあり、生活の質はとても良い。(米国、サービス・小売) ✓ 水や食料などの手に入る生活物資の質が高い。(英国、エネルギー・環境技術) ✓ 生活の質が高く、社会は安定している。(米国、エネルギー・環境技術) ✓ 非常に発達している。(バミューダ、サービス・小売) ✓ 暮らしが最先端である。(米国、その他製造) ✓ 日常生活において交通インフラが整っており、日本では時間どおりに行動・生活できる。(インド、エネルギー・環境技術)
余暇施設等の充実	✓ 日本では、コンビニやハイパーマーケットが身近に存在しており、生活必需品だけでなく、お酒や趣味のものなど身近で幅広く入手できる。(米国、サービス・小売) ✓ 文化的な施設やレジャー施設など、都市周辺での生活で楽しめるものが多く進んでいる国と感じる。(インド、サービス・小売) ✓ 食材・食事が充実している。母国の食事をすることもできるし、様々な国の食事を楽しむことができる。また、健康志向も高い。(インド、情報通信・ハイテク) ✓ 生活環境（主に余暇施設）が最先端である。(米国、投資銀行・証券)
治安及び社会の安定性	✓ 日本には非常に良い社会基盤がある。(英国、投資銀行・証券) ✓ 日本は社会的に安定しているため、生活の質も最高水準に維持されている。(アイルランド、サービス・小売) ✓ 政府が色々なサポートを提供している。(仏、サービス・小売) ✓ 治安がよく、外国人が一人で歩いても危険を感じない。(米国、投資銀行・証券) ✓ 犯罪率の低さなどの安全性を評価する。(英国、エネルギー・環境技術)
教育環境の充実	✓ 技術分野の教育水準が高い。(米国、化学) ✓ 日本の技術進歩は教育レベルの高さを示している。(米国、化学) ✓ インターナショナルスクールが近くにありレベルも高い。家族の教育に関する不安が相当程度解消した。(米国、投資銀行・証券) ✓ 英語教育が広まっているようであり、今後外国人にとってますます住みやすくなるのが期待できる。(インド、情報通信・ハイテク)

(弱み)

	コメント例（カッコ内は企業情報）
生活コスト	✓ 東京の物価はとても高い。（韓国、情報通信・ハイテク） ✓ 生活費が高く、日本はとても費用がかかる。（スリランカ、サービス・小売） ✓ 貨幣価値が他国と比べて高いので、生活コストが大きい。（米国、サービス・小売） ✓ 生活必需品の物価が高い。（独、医薬品・医療機器） ✓ アジアパシフィックの他の国と比べて生活費が高い。（米国、化学）
外国語による生活	✓ 言語が一番大きな壁である。（米国、投資銀行・証券） ✓ 日本語を学ばなければいけない。（英国、エネルギー・環境技術） ✓ 食べ物・言語の違いによる困難がある。（米国、サービス・小売） ✓ 日本人の英語力が低いので、生活が不便である。（インド、情報通信・ハイテク）
気象・気候条件	✓ 地震が多い。（英国、投資銀行・証券） ✓ 自然災害が多発している。（仏、サービス・小売）

3.1.4. 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日本市場での投資拡大に当たり、どのような投資形態が望ましいか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「JV 設置による投資」が最も高い。続けて、「日本企業との業務提携」が高くなっている。続けて、「自社単独での投資」「企業買収による投資」が望ましいとする回答が多かった。「少数株式取得による投資」は回答数が少なく、望ましいとする回答は少ない。

27 年度調査では「日本企業との業務提携」が最も望ましいとする企業が多く、次いで「JV 設置による投資」が多かったが、この順位は入れ替わる結果となっている。

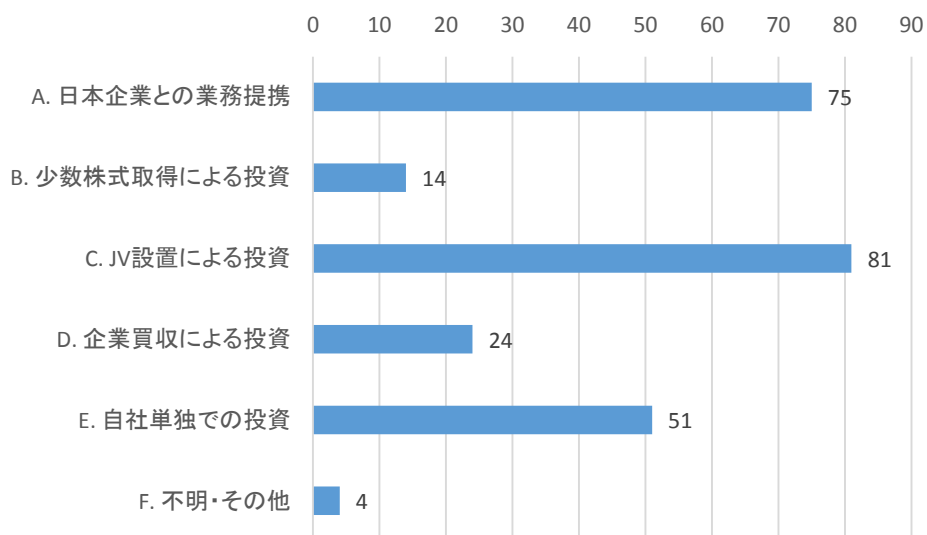
具体的な検討段階にある企業に対してその手法を尋ねた調査では、望ましいとする形態とは順位が入れ替わっており、「日本企業との業務提携」が最も多く、続いて「JV 設置による投資」となっている。

■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）
----	--

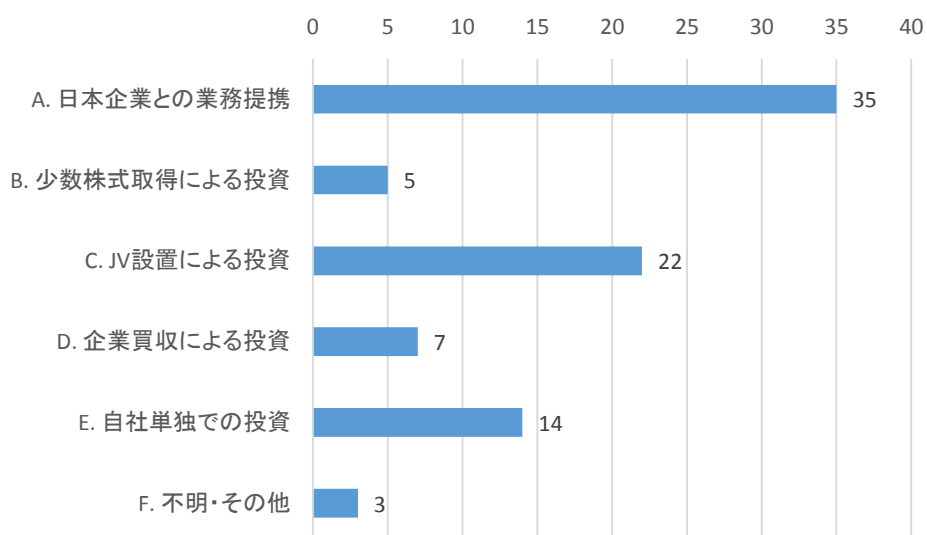
（全体）

回答企業数： 165 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： 57 社 （2 つまで選択可）



3.1.5. 日本に期待される機能

日本がこ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。

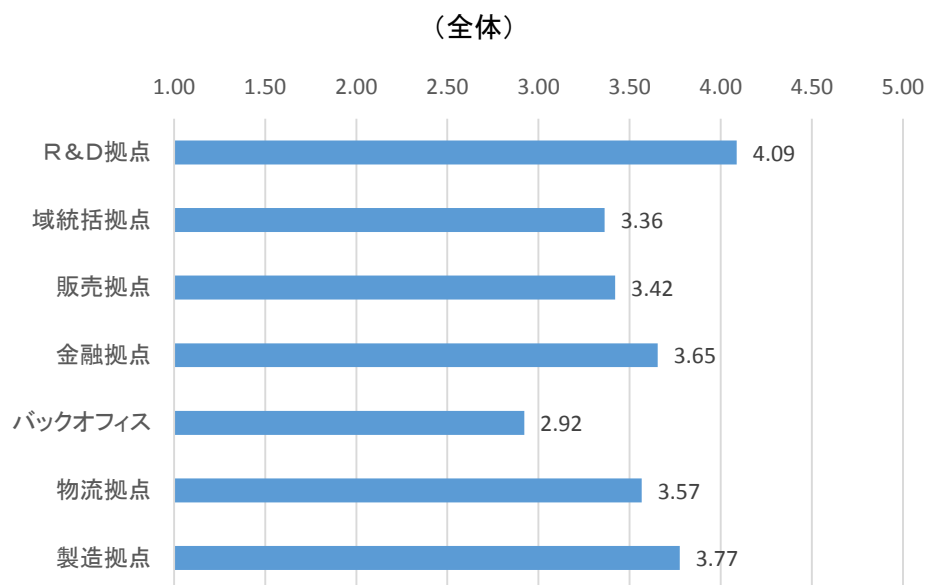
調査の結果は、R&D拠点が最も高く、4.09点となった。続けて、製造拠点が3.77点、金融拠点が3.65、物流拠点が3.57点となっている。さらに、販売拠点が3.42点となっている。唯一、平均の3点をわずかではあるが下回ったのはバックオフィス機能で、2.92点であった。

日本にビジネス機能を設置する場合はR&D拠点機能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、バックオフィス機能を除く他の機能についても、一定程度評価されている。

■日本への投資形態

設問	日本はこ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：183社



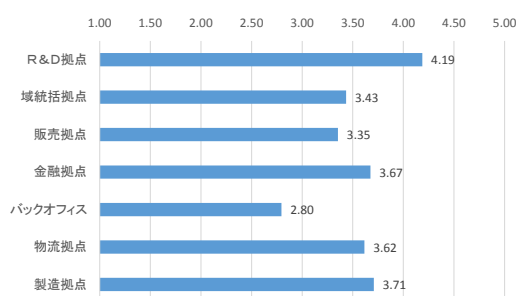
回答企業の属性別に見ると、地域別では、R&D 拠点としての評価が、欧州・アジア（4.2 前後）と米国（3.9）で微妙に異なる。また、販売拠点、バックオフィスとしての評価は北米企業の評価が比較的高い。

進出状況別では、既進出企業は、未進出企業よりもおおむね全体的に評価が高い。特に、地域統括拠点と製造拠点としての評価の違いが大きい。

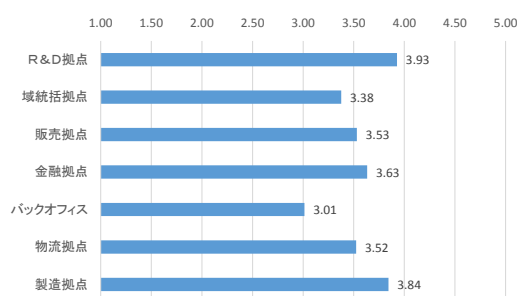
業種別に見ると、情報通信・ハイテク企業の R&D 拠点としての評価が他業種に比べて高い。

（本社所在地別）

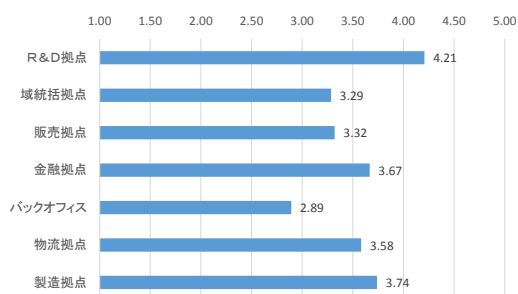
（欧州）回答企業数：48 社



（北米）回答企業数：78 社

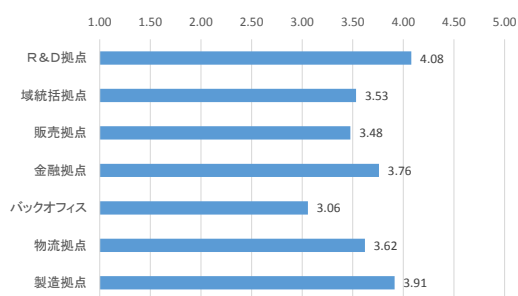


（アジア）回答企業数：56 社

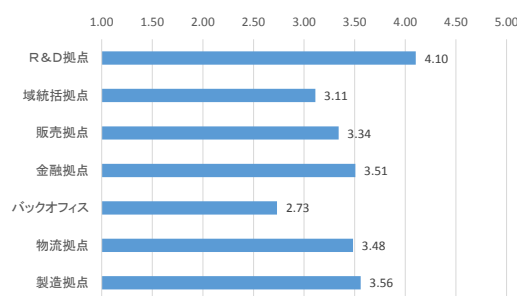


（日本への進出状況別）

（既進出）回答企業数：107 社

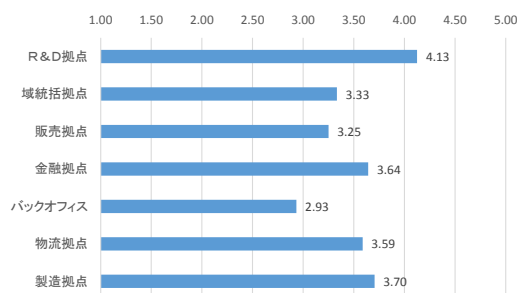


（未進出）回答企業数：75 社

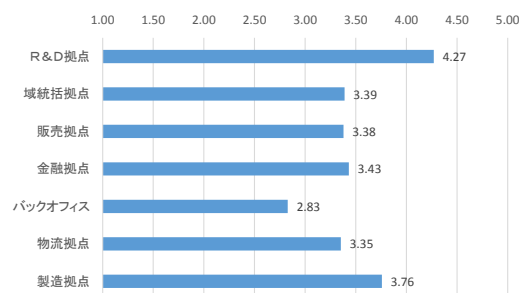


(業種別)

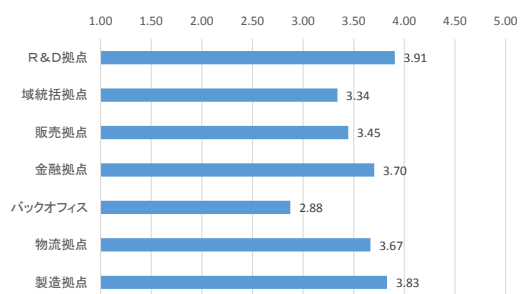
(製造業) 回答企業数 : 44 社



(情報通信・ハイテク) 回答企業数 : 37 社



(サービス・小売) 回答企業数 : 64 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

外国企業が求める支援サービスについて調査を行った。

多様な情報提供を求める声が強く、手続きの支援や生活環境に関する支援はニーズがそれほど強くないことが示された。

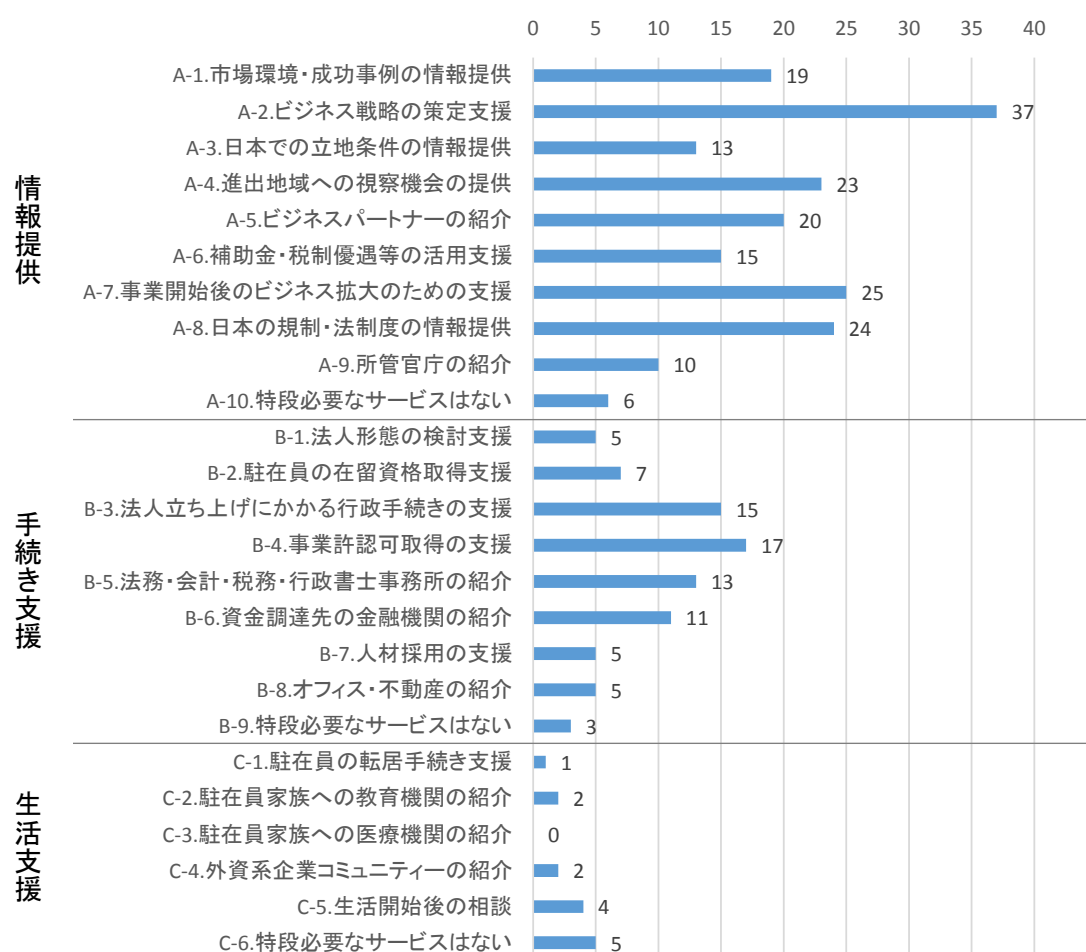
情報提供のサービスのうちでは、「ビジネス戦略の策定支援」が最も多く、2割弱（37社）の企業が求めている。

手続き支援においては、事業許認可の手続きのための支援のニーズが最も高いが、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志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。

■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？（4つまで選択可）
----	---

回答企業数：166社



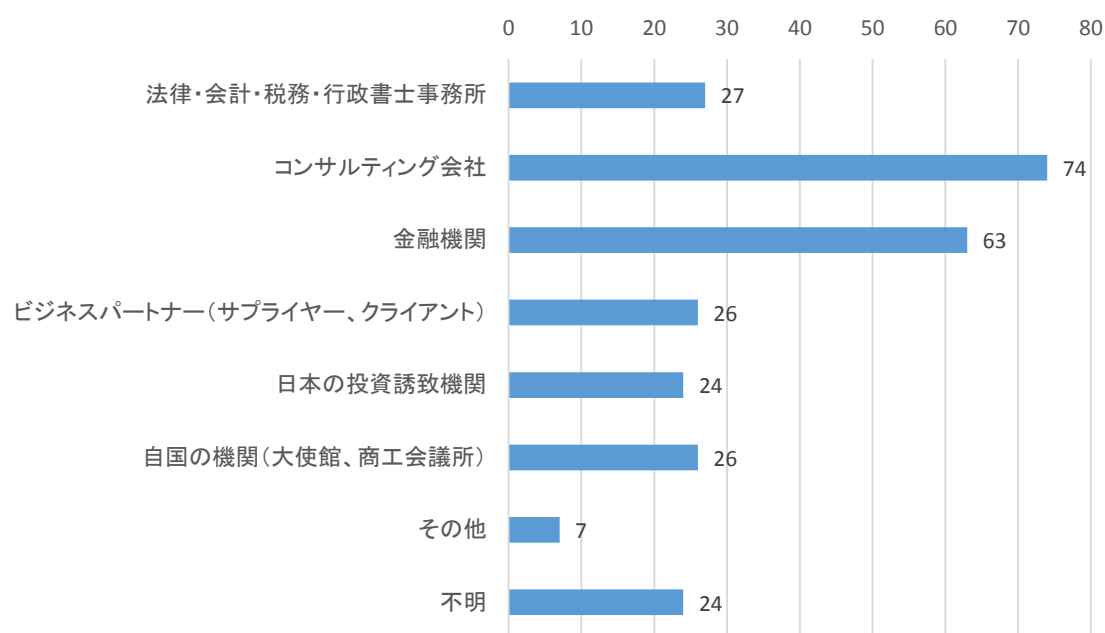
支援サービスの提供者として想定されているのは民間の支援機関が多く、「コンサルティング会社」及び「金融機関」の回答が多かった。コンサルティング会社については、特にグローバルな支援を提供できる事業者は世界各国に拠点を持っていることから日本においても本社所在地においても支援を提供できることが要因と考えられる。また、金融機関については、これらのサービスは基本的に無料で提供することが多いこと（主要なビジネスは融資のため）が要因と考えられる。

「日本の投資誘致機関」（ジェトロ）、「自国の機関」といった回答は少なく、公的機関に支援を求めるという考え方は強くない。

■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、どこが機関・企業がサポートを提供するのが適切だと考えますか？
----	--

回答企業数： 149 社



回答企業の属性別に見ると、地域別では、アジアは金融機関とする意見がもっとも多い。北米企業は、法律事務所等を挙げる意見も多い。

進出状況別では、日本に進出済の企業によるコンサルティング会社と金融機関とする回答の大きさが際立っている。

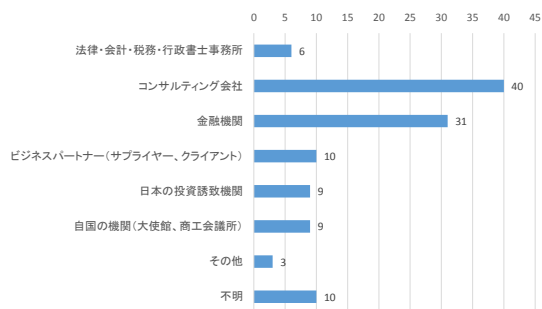
業種別に見ると、サービス・小売企業はコンサルティング会社とする意見が多い。情報通信・ハイテク企業は、ビジネスパートナーとする意見も他の属性に比べて多い。

企業規模別に見ると、10 億ドル未満の企業は、コンサルティング会社とする意見の大きさが際立つ。また、自国の機関とする意見が 2 番目に多い。10 億ドル以上 100 億ドル未満

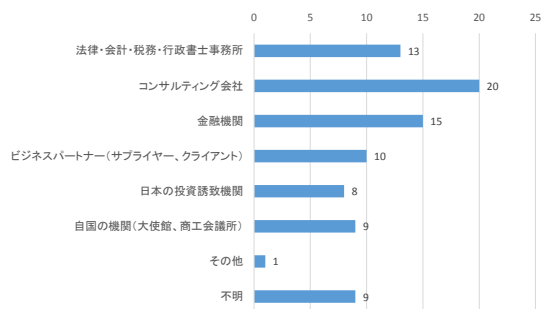
の会社は、日本の投資誘致機関とする意見が3番目に大きい。100億ドル以上の企業は、コンサルティング会社と金融機関の大きさが際立つ。

(本社所在地別)

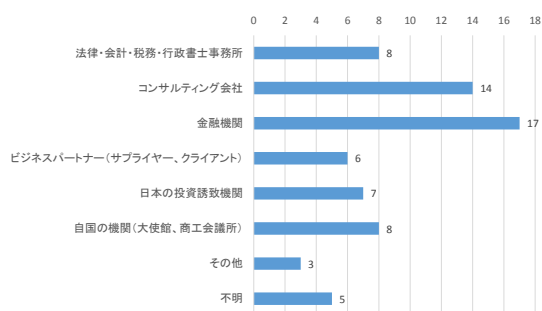
(欧州) 回答企業数：34 社



(北米) 回答企業数：67 社

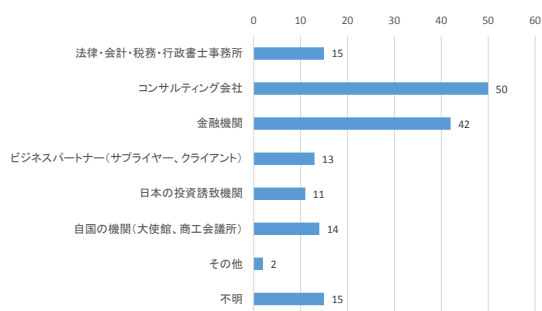


(アジア) 回答企業数：48 社

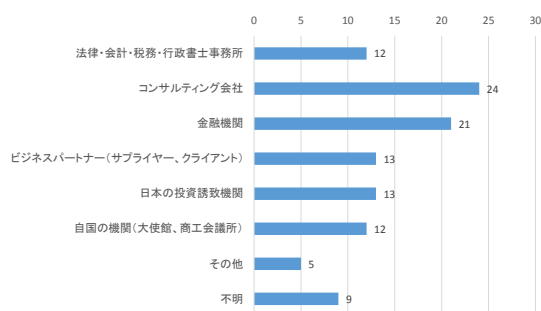


(日本への進出状況別)

(既進出) 回答企業数：84 社

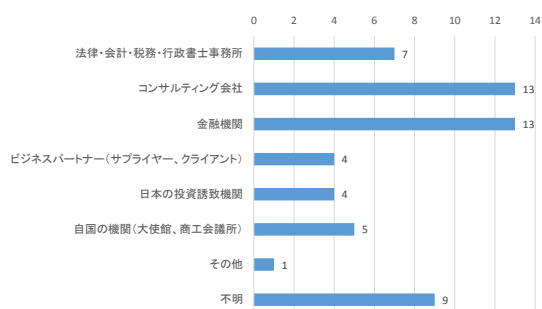


(未進出) 回答企業数：65 社

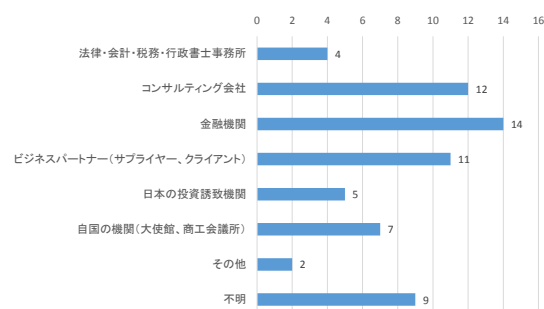


(業種別)

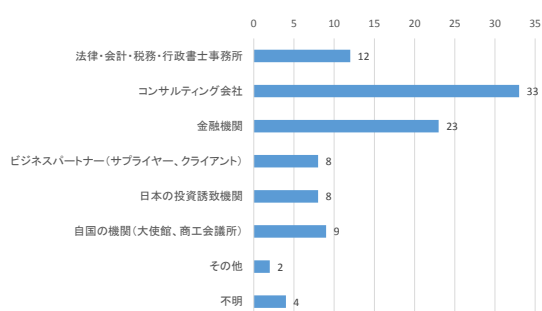
(製造業) 回答企業数 : 33 社



(情報通信・ハイテク) 回答企業数 : 32 社



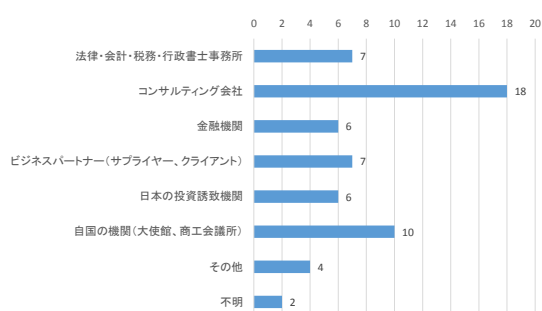
(サービス・小売) 回答企業数 : 51 社



(企業規模別)

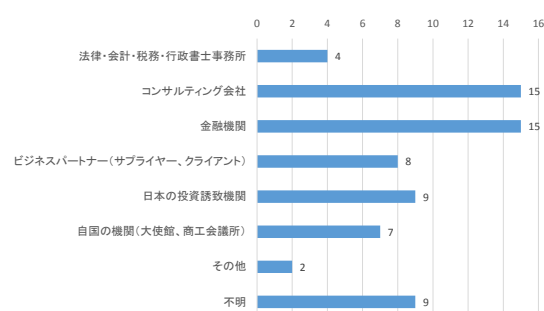
(売上 10 億ドル未満)

回答企業数 : 37 社

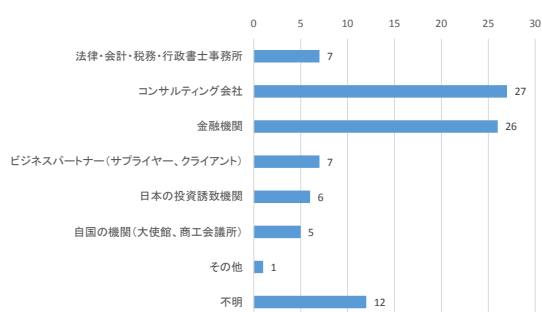


(売上 10 億ドル以上 100 億未満)

回答企業数 26 社



(売上 100 億ドル以上) 回答企業数 50 社



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関してコメントを求めたところ、税率の引き下げ、より積極的なプロモーションやインキュベーション施策、英語の使用の促進、ビザ手続きの簡略化等が必要な促進策として挙げられた。

同様に、事業環境については、市場（縮小傾向、激しい競争等）、商習慣（外国企業に対する消極的な受け入れ姿勢や文化、労働環境、長い意思決定プロセス等）、高い事業・生活コスト、高齢化による人材確保への懸念、規制（不動産取得、入国審査）、英語対応等について、厳しい意見が寄せられた。人材面については、その水準の高さを評価する声が多く寄せられた。

■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）
人材面	✓ 日本には高度教育を受けた人が多数存在するものの、外国企業を受け入れるための文化面のギャップが大きい。政府は、人材の知識面よりも文化面のギャップを埋めるように努めるべきである。（仏、サービス・小売）
税制	✓ 政府が企業税率を調整することができれば、コストを節約することができる。（米国、情報通信・ハイテク） ✓ 世界基準では必ずしもそうではないが、日本との外国投資を競争する近隣諸国と比較して法人所得税が非常に高い。（オランダ、情報通信・ハイテク） ✓ 政府は税率の引き下げに努めるべきである。（米国、サービス・小売）
プロモーション／優遇措置	✓ 日本は投資先として非常に良い場所である。日本政府は他の国の人を引きつけるための投資政策を導入している。（米国、投資銀行・証券） ✓ 日本は良い国であるが、政府がより外国企業の参入を支援するべきだ。（英国、その他製造） ✓ 日本政府は外国企業誘致のための国際プログラムや会議を立ち上げる必要がある。（米国、サービス・小売） ✓ 外国企業の日本進出を支援するインキュベーターが必要である。（米国、運輸・輸送）
言語	✓ 日本政府はビジネスにおける英語の使用を促進するための方針を策定すべきである。（米国、サービス・小売）
規制	✓ 日本政府はビザの手続きを簡単にできるはずだ。（米国、サービス・小売）

■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）
市場面	✓ 自動車産業と高い技術力があるためビジネス環境が非常に良い。（インド、エネルギー・環境技術） ✓ 日本の市場は急速に高齢化しており、製薬企業にとって大きな可能性を秘めている。しかし、懸念点としては政府によるジェネリック医薬品の販売促進である。（独、医薬品・医療機器） ✓ 成長率が低いため、市場規模が減少している。それゆえ一人当たりの負担が増え、労働者の健康と効率性に影響が出ている。（インド、情報通信・ハイテク） ✓ 日本で営業を行っていたが、ビジネスの効率性の問題から撤退した。大きな理由の1つは日本ブランドとの競争である。（韓国、その他製造） ✓ 日本では競争相手が多数存在するため、マーケティング等の事業コストが高くなる。（スウェーデン、情報通信・ハイテク）
商習慣等	✓ 日本は誘致する産業分野を広げているが、文化だけでなく商習慣に起因する障壁もあると感じる。（スイス、エネルギー・環境技術） ✓ 日本は技術の面では最先端であるが、日本企業が先進企業と協業することを阻む従来のビジネス慣行が大きな懸念材料である。（オランダ、情報通信・ハイテク） ✓ 製造業の外国企業に十分な機会を与えていない。（米国、その他製造） ✓ 日本人が外国企業を快く受け入れているとは思わない。（米国、サービス・小売） ✓ 日本は仕事の文化を改善する必要がある。長い労働時間は従業員の生産性を低下させる。（オーストラリア、サービス・小売） ✓ 外国人や外国企業で仕事をしている日本人の意見を聞く限り、日本人はビジネスで最も扱いにくい人種ではないかと考えている。長い意思決定の手順、言語障壁、労働コスト、及び閉鎖された文化と関係があるためである。英語やその他の外国語の壁を取り除き、実際に外国の文化に対しオープンであることを示すことが有効である。（米国、サービス・小売） ✓ 日本は働く場所としてはよいが、海外のトレンドを受け入れる文化があるかどうかは分からない。（インド、情報通信・ハイテク） ✓ 文化の違いや外国企業の受け入れに対する抵抗などの理由で、日本でビジネスを展開するのは難しい。（インド、その他製造） ✓ 文化や仕事方法の違いが、他国が日本への投資に時間を要する要因である。（米国、サービス・小売）
人材	✓ 人々は自分たちの仕事に勤勉で熟練している。（仏、投資銀行・証券） ✓ 日本人はハードワーカーであり、業務のプロセスを重視する。（独、情報通信・ハイテク） ✓ 我々は既に日本で事業展開をしており、日本人は非常に友好的、有益、知的である印象を抱いている。他の国の人々は、日本人から多くのことを学ぶことができる。（インド、情報通信・ハイテク） ✓ 研究開発に関して、日本は技術レベルが高いので、最優先の地域である。また日本人は非常にハードワーカーである。（米国、機械工業（製鉄、輸送機器）） ✓ 日本は非常に技術力が高い国である。また人々の仕事への姿勢は非常に印象的であり、彼らは常に他社を助ける姿勢がある。（米国、サービス・小売） ✓ 日本は技術と熟練労働者確保の面で高い水準のビジネス環境を提供している。（米国、サービス・小売） ✓ 日本には、世界レベルのインフラ、高度に熟練した労働力がある。（オランダ、サービス・小売） ✓ 熟練した人材と共に技術的に高度な環境で働くことができる。（インド、情報通信・ハイテク）

	コメント例（カッコ内は企業情報）
事業コスト 生活コスト	✓ 日本は市場調査や研究開発が非常に優れているが、輸送費と製造費が非常に高いので日本よりも韓国と中国を優先している。（スウェーデン、その他製造） ✓ 日本のビジネスコストは、安い労働力とインフラを使えるインドや中国のような他のアジア諸国と比較して高い。（英国、サービス・小売） ✓ R&D コストが高いため、事業コストは非常に高い。また急速な高齢化が懸念されている。（独、医薬品・医療機器） ✓ 税率が高いため、日本に投資することは難しい。また、日本の気候条件は建設業に向いていない。（リヒテンシュタイン、エネルギー・環境技術） ✓ 日本は販売、研究開発、地域統括拠点を設けるのに適している。生活の質などの面で日本は良いが、生活費はかなり高い。（米国、情報通信・ハイテク）
人口・高齢化	✓ 我々の産業にとって人口の高齢化は人材確保の観点から最大の懸念点である（スイス、運輸・輸送） ✓ 高齢化が進んでいるので人口増加に向けた策を講じるべきである。（英国、エネルギー・環境技術）
規制・制度	✓ 日本の大きな問題点は、外国企業が土地を取得する際に直面する困難である。（スイス、その他製造） ✓ 日本は入国審査が厳しく、ビジネス文化も違い言語の壁もある。（シンガポール、情報通信・ハイテク）
言語	✓ 全てのアジアパシフィックの国と言語の壁がないシンガポールの方がビジネスはしやすい。（ベルギー、情報通信・ハイテク） ✓ 日本には2つの問題がある。1つは言語の壁で、もう1つは外国企業への開放性の無さである。（独、医薬品・医療機器） ✓ 日本は言語の障害が大きく、ほとんどの人々が英語を話すことが出来ないためコミュニケーションをとることが難しい。日本に会社を構えるときに通訳を雇わなければいけない。（米国、その他製造） ✓ 言語問題のため、日本国でのビジネスが難しい。現地企業とのビジネス提携が最も重要である。（インド、サービス・小売）
その他	✓ 日本円の安定感の無さが問題である（米国、投資銀行・証券） ✓ 都市は非常に混雑しているが、人々は時間厳守で、優れたスキルを持ち、優れた交通システムを持っている。地震のような自然災害の問題があり、それゆえに人々の生活区域は非常に小さい。（インド、その他製造）

4. 要因に関する分析

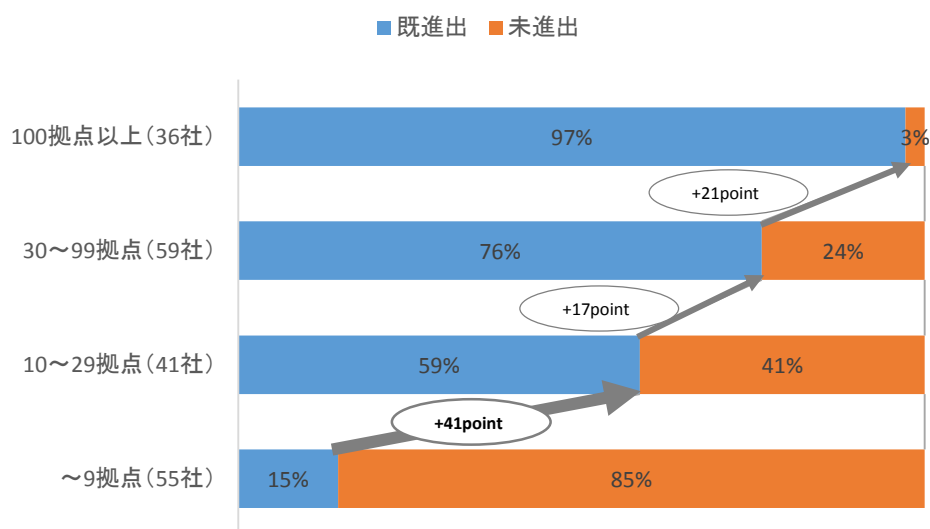
4.1. 海外拠点数と日本への進出状況の関係

日本への進出要因を明らかにするため、まずは回答企業各社の海外拠点数と日本への進出の有無の関係性を分析した。下図は、回答企業を海外拠点数別に分類し、既進出の企業と未進出の企業の割合を示したものである。当然ながら、海外拠点数が多いほど、既進出企業の割合が大きくなるが、特に、海外拠点数が9拠点以下の企業群に比べ、10～29拠点の企業群における既進出企業の割合が大きく伸びていることが分かる。この点から、日本は第10番目～29番目の海外拠点の立地先として選ばれる傾向にあることが分かる。

このことから、政府や自治体が海外企業に対内直接投資のプロモーションを行う場合、海外に10箇所程度の拠点を有する未進出企業を対象とすると、より効率的に成果を挙げられる可能性が高いことが示唆される。

■日本への進出状況と海外拠点数の関係

(回答企業数：191社)

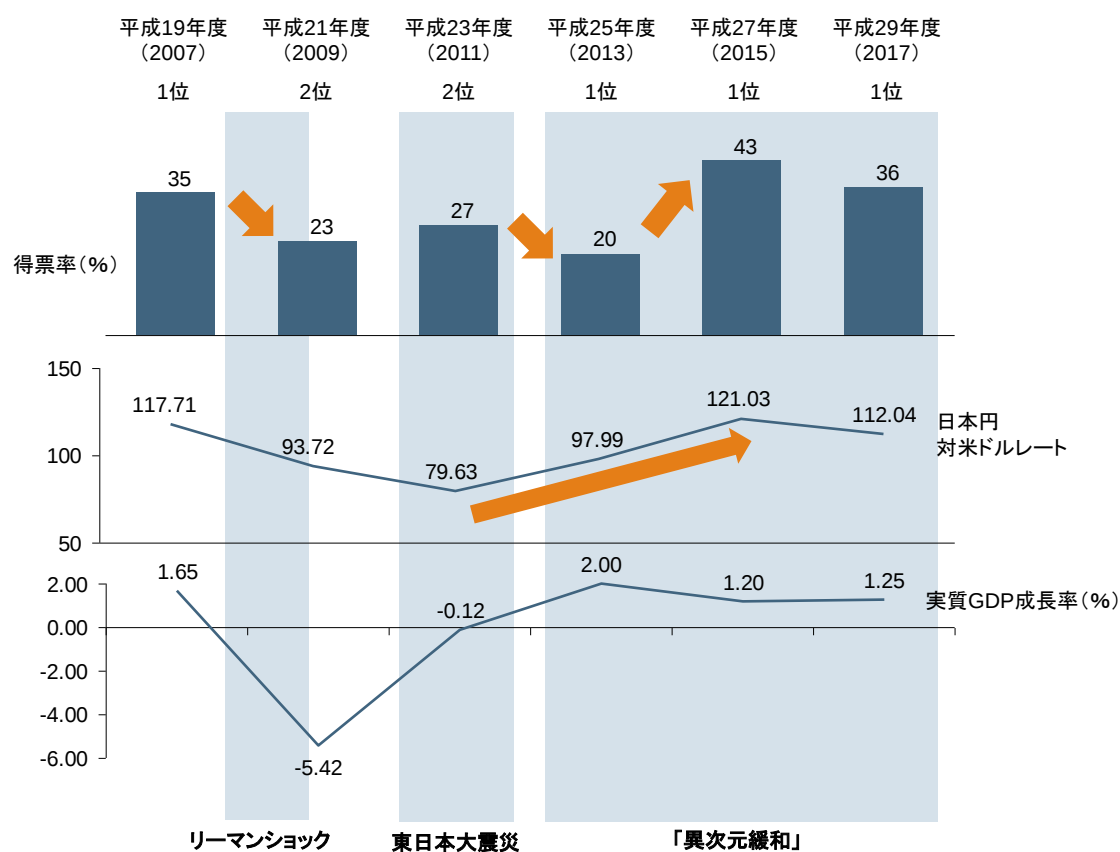


4.2. 日本及びアジアを取り巻く経済社会状況の変化の影響

本節では、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。

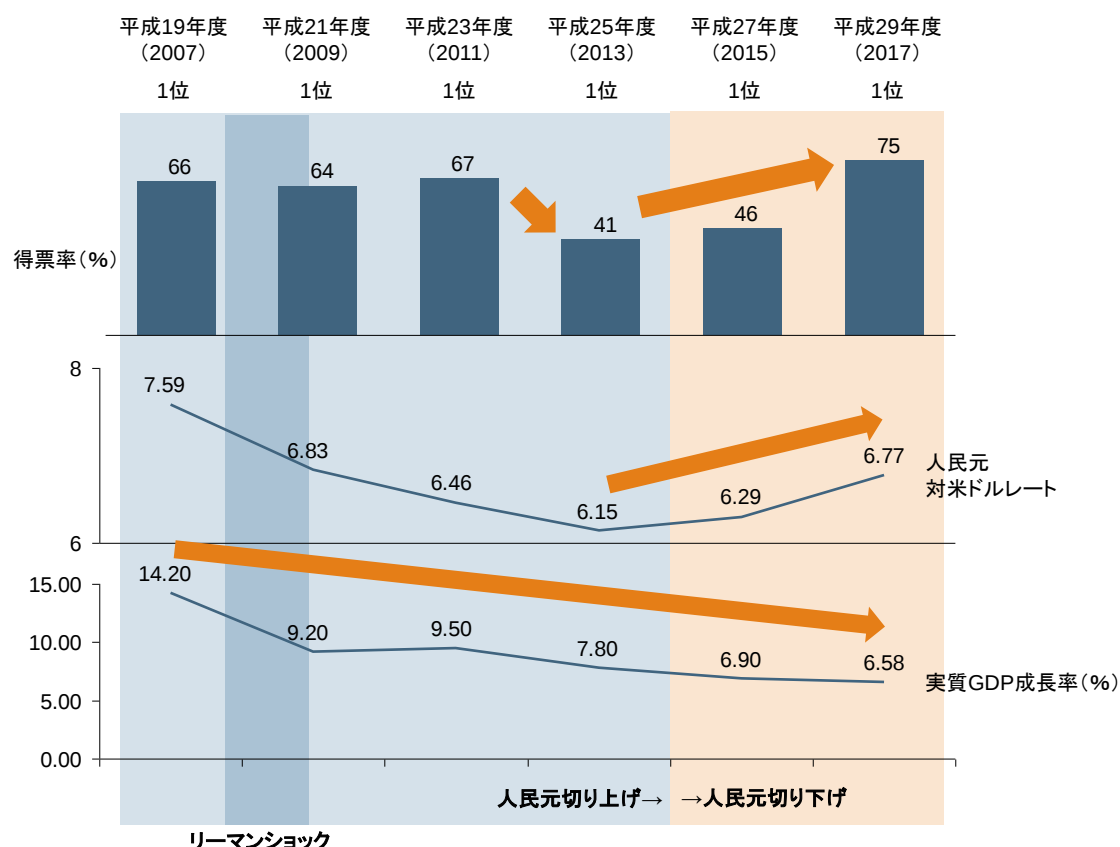
まず、日本・R&D 拠点については、リーマンショック後、東日本大震災後のそれぞれにおいて得票率が下がっており、世界の経済事象、並びに国内の自然災害に影響を受けたことが分かる。また、平成27年度には得票率が大きく伸びているが、これは「異次元緩和」を背景とする日本円の急激な切り下げとタイミングが合致しており、事業コストに直結する為替レートも、立地競争力の要因として重要であることが示唆される。

■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、特に本年度調査では、75%と非常に高い得票率となった。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。

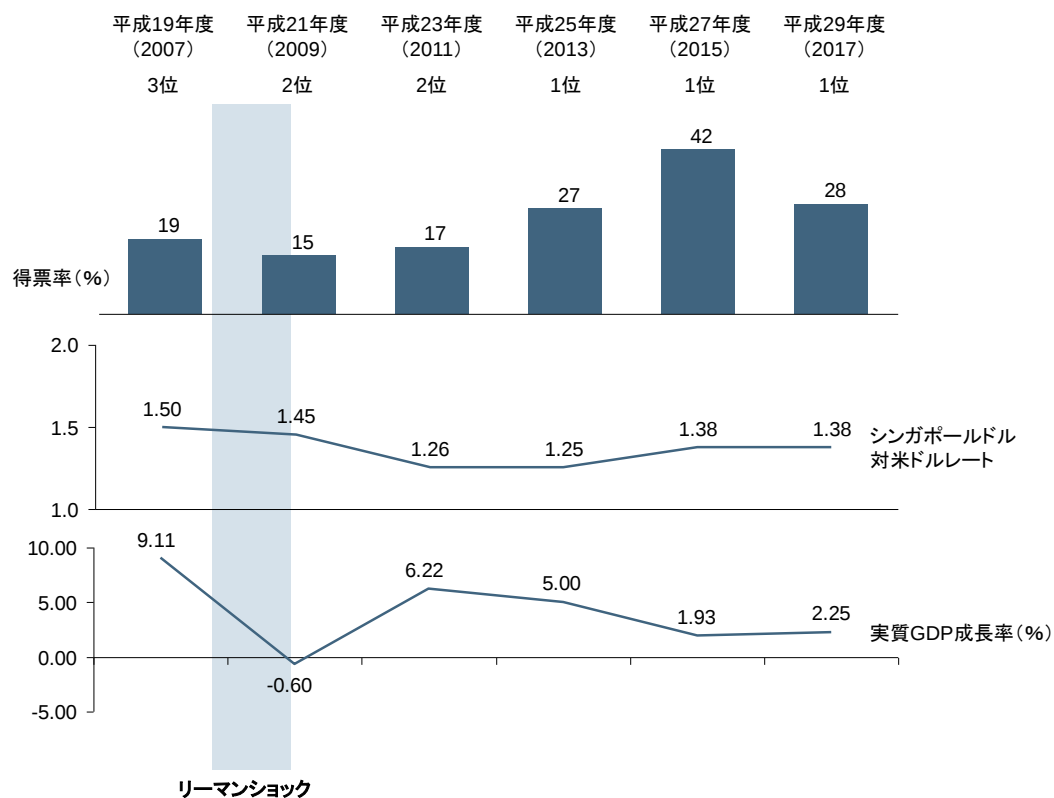
■中国・製造拠点



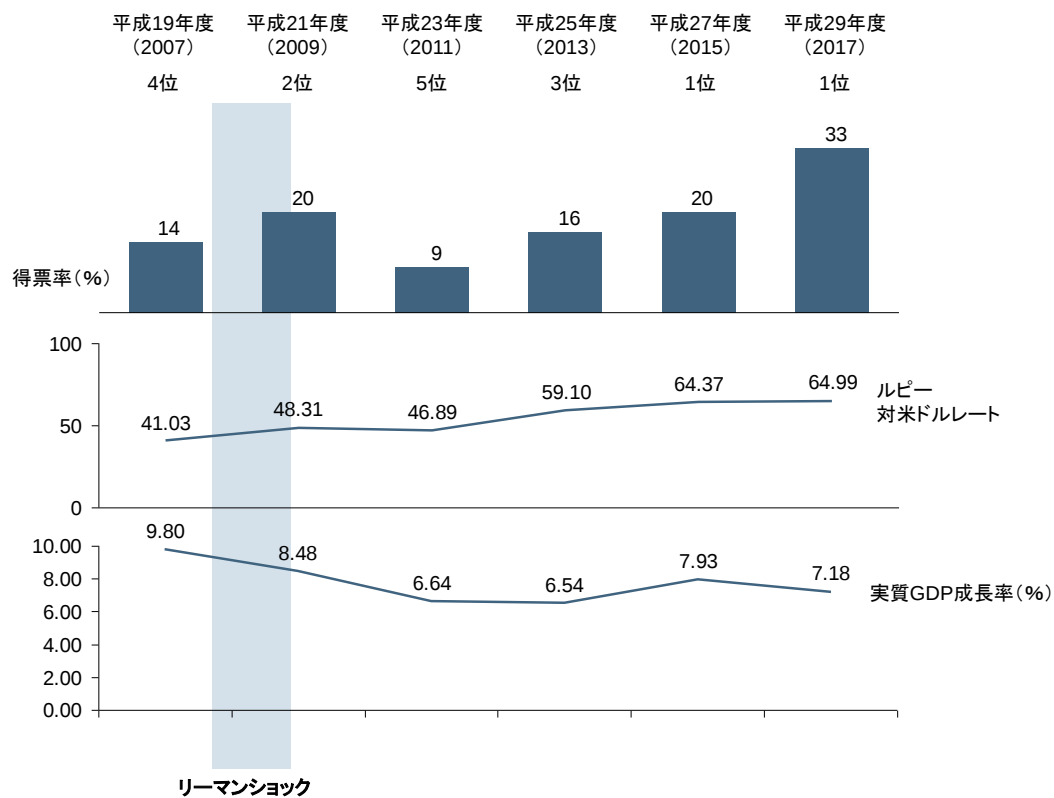
シンガポール・地域統括拠点については、リーマンショック後得票率が下がっているものの、その後は為替・経済成長に関わらず平成 27 年度調査までは得票率を延ばした。今年度は得票率が下がっているが、シンガポールは金融拠点としての評価も高いため、票が分散した可能性がある。

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、為替の切り上げ傾向にも関わらず、平成 23 年度調査以降得票率は伸び続けている。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。

■シンガポール・地域統括拠点



■インド・バックオフィス



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。

（言語、文化）

英語での円滑なコミュニケーションの難しさについて、日本の事業環境の弱みとして最も評価が低く、この点を改善すべきとするコメントも多数寄せられており、英語力の底上げの努力は引き続き重要である。

同時に、言語だけでなく、外国の企業を受け入れ難いとする文化的・精神的な障壁についても多数指摘があった。R&D 拠点の立地先として日本を評価する企業からは、国や日本企業、研究機関の外国企業とのパートナーシップに対する積極性を評価する声もあるものの、限定的である。日本全体として、外国企業による投資に対しオープンであることを示すプロモーション活動の継続が、今後も重要である。

（事業活動コスト）

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ことが難しいものの、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。

（高齢化と高度人材の確保）

高齢化による市場縮小と高度人材の確保が将来的に困難になることを懸念する声も多数あった。この点、日本政府は海外からの高度人材の流入を促すため、ビザの要件を緩和する等の取り組みを行っており、この点を評価するコメントも見られた。国内で確保可能な高度外国人材の幅と分母を増やすことは、将来的に国内の人材不足を緩和しうると同時に、英語でのコミュニケーションの難しさや文化的・精神的な障壁の緩和・解決にもつながりうる点でもプラスである。

（プロモーションと情報提供）

必要な投資支援策に関する設問では、情報提供サービスに対するニーズが大きいことがわかった。サービス提供者としてはコンサルティング会社と金融機関等が上位ではあったものの、引き続き日本の投資誘致機関（ジェトロや在外公館が相当）による情報提供やプロモーション活動が重要となる点は明白である。

さらに、個別企業へのアプローチを国として実施する場合には、前章で示したとおり、10程度の海外拠点を持つ海外企業を対象とすると効率良く成果につなげられる可能性がある。

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人材の確保、②パートナー候補へのアクセス、③生活環境の3点である。

人材の確保については、地元の大学等との関係性を活用できる。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。

パートナー候補へのアクセスについては、自治体が地域の企業や商工会議所等との関係性を生かして支援できる可能性がある。進出済み又は進出を検討中の外国企業が、顧客、研究開発パートナーやサプライヤーへのアクセスを必要とする場合、自治体や商工会議所が候補探しを支援することで、より円滑にマッチングを実現できると考えられる。

生活環境については、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。