

2022年度外資系企業ビジネス実態アンケート 調査結果概要

2023年3月

日本貿易振興機構（JETRO）対日投資部

目次

1. 調査の背景・目的	3
2. 調査実施概要	4
3. 調査結果のポイント	5
回答企業の概要	6
国内における今後の事業拡大意向	11
日本のビジネス環境の魅力と課題	17
人材確保と外国人材の就労・在留円滑化	22
協業・連携とその活性化にむけて.....	27
4. 国内外資系企業の事業拡大に向けての示唆	32
【参考】調査項目一覧	33

【免責条項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

1. 調査の背景・目的

■ 調査背景

日本政府は日本経済の発展や地域経済の活性化のため、対日直接投資の促進に取り組んでいる。JETROも2003年度に外国企業誘致ならびに国内の外資系企業支援を行う対日投資部を立ち上げ、外国企業・外資系企業向けに、企業のニーズやビジネスフェーズに合せた各種支援メニューを提供、これを支援している。また、日本政府は、2013年に「2020年までに対日直接投資残高を35兆円に倍増する」とする目標を掲げ、規制・行政手続きの簡素化を進めるなど対日直接投資の促進に注力、2014年に初めて20兆円を超えて以降、残高、GDP比ともに増加傾向が続いており、2020年末には39.7兆円と目標額を突破した。2021年6月に開催された対日直接投資推進会議では新たに「対日直接投資促進戦略」を決定し、2030年に同残高を80兆円、GDP比12%とすることを目指す政策目標が掲げられた。

対日直接投資は、内外資源の融合によるイノベーションや地域での投資拡大・雇用創出を通じて、日本経済の成長力強化および地域の活性化に貢献する。一方、不確実性の高まりを受け世界経済の回復は鈍く、今後の更なる対日直接投資促進に向けた取り組みが求められている。

■ 調査目的

本調査においては、日本国内に拠点を置く外資系企業*の現状と動向、日本のビジネス環境の魅力と課題、必要とされている支援について把握し、対日直接投資促進事業、ビジネス環境改善や関連施策推進に資する基礎資料の作成を目的とする。昨年度より調査対象をJETRO支援企業から国内外資系企業全般に広げて実施しており、今年度はその第2回目となる。なお、本報告書は株式会社東京商工リサーチに委託して作成した。

*本調査における国内外資系企業とは、外国資本比率にかかわらず外国企業・投資家が出資している企業を指す。

2. 調査実施概要

■ 調査概要

1. 調査対象

日本国内における外資系企業 6,607 社(*)

2. 調査項目 (※最終スライドに項目一覧掲載)

- I. 貴社の概要について
- II. 日本のビジネス環境について
- III. 貴社のビジネス計画について
- IV. 国内における協業・連携
- V. その他

3. 調査期間

2022年 10月13日～11月18日

4. 回収状況

有効回答数：1,348社

有効回答率：20.4%

(*) 昨年度実施した調査対象企業に加え、ウェブ掲載情報、ジェトロならびに業務委託先が保有する企業情報などをもとに抽出

【参考】大企業・中小企業の定義 (資本金、従業員数に基づく)

分類	製造業その他	卸売業	小売業	サービス業
大企業	中小企業以外の企業			
中小企業	3億円以下 または300人以下	1億円以下 または100人以下	5,000万円以下 または50人以下	5,000万円以下 または100人以下

■ 回答企業の概要 (全体、業種別、企業規模別)

	全体・業種・規模	企業数	構成比 (%)
全体		1,348	100.0
製造業		215	15.9
電子部品・デバイス		38	2.8
電気機械器具		19	1.4
輸送用機械器具		19	1.4
化学品		17	1.3
医薬品・化粧品		16	1.2
金属製品		16	1.2
生産用機械器具		16	1.2
業務用機械器具		9	0.7
プラスチック製品		7	0.5
飲食料品		6	0.4
繊維製品・衣服		6	0.4
ゴム製品		4	0.3
はん用機械器具		3	0.2
情報通信機械器具		3	0.2
文具・玩具・スポーツ用品		3	0.2
その他 (不明含む)		33	2.4
卸売業・商社		560	41.5
小売業		66	4.9
サービス業		424	31.5
情報通信業		151	11.2
学術研究, 専門・技術サービス業		62	4.6
金融業, 保険業		60	4.5
運輸業, 郵便業		35	2.6
不動産業, 物品賃貸業		9	0.7
建設業		8	0.6
宿泊業		7	0.5
医療, 福祉		7	0.5
生活関連サービス業, 娯楽業		7	0.5
飲食サービス業		5	0.4
教育, 学習支援業		2	0.1
その他 (不明含む)		71	5.3
大企業		60	4.5
中小企業		1,200	89.0

(注) 一部、分類不可能な企業も含まれているため、合計数は一致しない。

3. 調査結果のポイント

1. 国内における今後の事業拡大意向

- 半数弱の企業で売上高が前年度比で増加、国内外資系企業の業績の回復傾向が鮮明
- 将来的な国内事業について、「強化・拡大」意向は56.1%（前回調査より3.5pt増）
- 新規拠点の設置、既存拠点の強化意向も、前回調査より上昇しており、拡大志向がみられる

2. 日本のビジネス環境の魅力と課題

- 最大の魅力は「市場規模」、製造業では「顧客産業・関連産業の集積」がトップ
- 親会社が設立して間もない企業や近年日本に参入した企業では、自社のビジネス分野での中長期的な成長性を魅力と捉える傾向
- ここ数年では、「行政手続きの簡素化・デジタル化」「外国語でのコミュニケーション」が改善
- ビジネス環境について、改善への期待が特に高いのは「人材確保」

3. 人材確保と外国人材の就労・在留円滑化

- 採用については日本人の経験者採用が主流も、アジア系企業を中心に留学生雇用志向も
- 「IT・技術人材」「営業・マーケティング人材」で採用難、英語等外国語能力不足に課題
- 優秀な外国人材の円滑な就労・在留には行政手続き簡素化・デジタル化や在留資格緩和を望む声

4. 協業・連携とその活性化にむけて

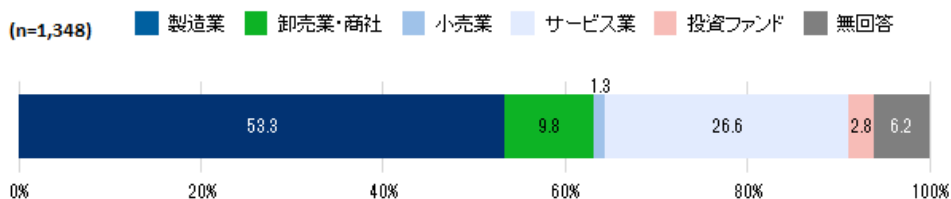
- 合わせて33.0%が協業・連携を実施・検討。医薬品・化粧品、情報通信業等で積極姿勢
- 協業・連携相手には、技術力・研究開発力を求める企業が多く、日本企業や大学の研究開発・技術力への期待が高い
- 協業・連携への取組状況により課題は異なり、段階に応じた支援が必要

回答企業の概要

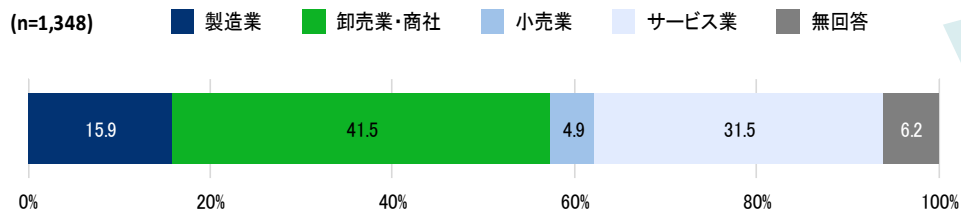
1 | 外国親会社は製造業、国内外資系企業は卸売業・商社のシェアが高い

- 回答企業のうち、外国親会社が製造業である企業が過半数となった。一方で、国内外資系企業の業種は卸売業・商社が41.5%と最多。外資系メーカーは国内に販売拠点のみを有するケースが多いものの、全体の15.9%は製造・加工機能を有している。
- 国内外資系企業の業種はサービス業も3割強と比較的高い割合を占めた。内訳は、情報通信業が35.6%と約3分の1を占めたほか、学術研究、専門・技術サービス業、金融業、保険業も1割半ばとなった。

外国親会社の業種



国内外資系企業の業種



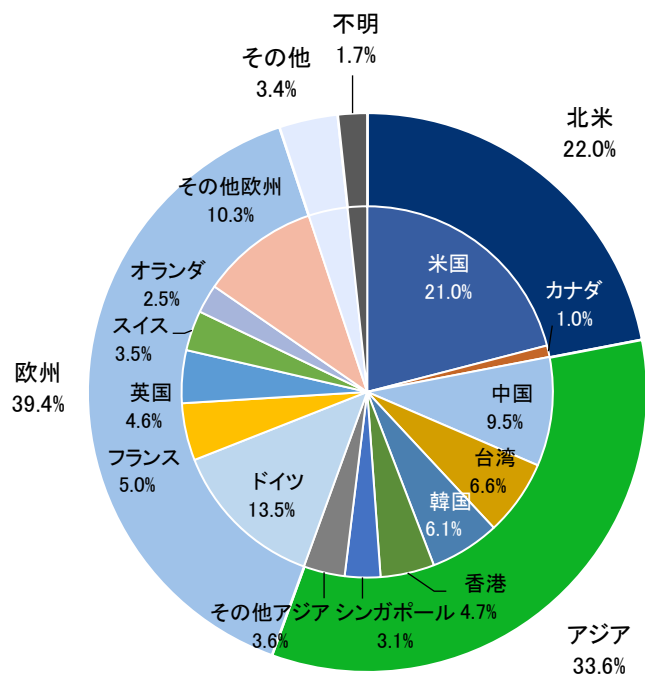
国内外資系企業の詳細業種

製造業、卸・小売業の取扱商品		サービス業の詳細業種			
	(件数、%)	(件数、%)	(件数、%)		
電子部品・デバイス	88	10.5	情報通信業	151	35.6
電気機械器具	72	8.6	学術研究、専門・技術サービス業	62	14.6
生産用機械器具	69	8.2	金融業、保険業	60	14.2
業務用機械器具	68	8.1	運輸業、郵便業	35	8.3
化学品	59	7	不動産業、物品賃貸業	9	2.1
輸送用機械器具	53	6.3	建設業	8	1.9
金属製品	49	5.8	宿泊業	7	1.7
飲食料品	45	5.4	医療、福祉	7	1.7
医薬品・化粧品	40	4.8	生活関連サービス業、娯楽業	7	1.7
繊維製品・衣服	30	3.6	飲食サービス業	5	1.2
情報通信機械器具	24	2.9	教育、学習支援業	2	0.5
プラスチック製品	21	2.5	その他	70	16.5
文具・玩具・スポーツ用品	19	2.3	無回答	1	0.2
生活用品・リビング雑貨	16	1.9	全体	424	100.0
ゴム製品	9	1.1			
はん用機械器具	8	1			
その他	159	18.9			
無回答	12	1.4			
全体	841	100.0			

2 | 外国親会社のアジアでの展開は、中国に法人を有する企業が6割強

- 回答企業の外国親会社の所在国・地域をみると、米国が21.0%で最多、次いでドイツ13.5%、中国9.5%と続いた。地域別でみると、欧州が約4割、北米が2割強、アジアが3割強となった。
- 日本以外に法人のあるアジアの国・地域について、6割強の企業が中国に法人を有しており、親会社が製造業の企業では7割強に達した。また、親会社がサービス業の企業ではシンガポールに法人を有する割合が4割強と比較的高かった。

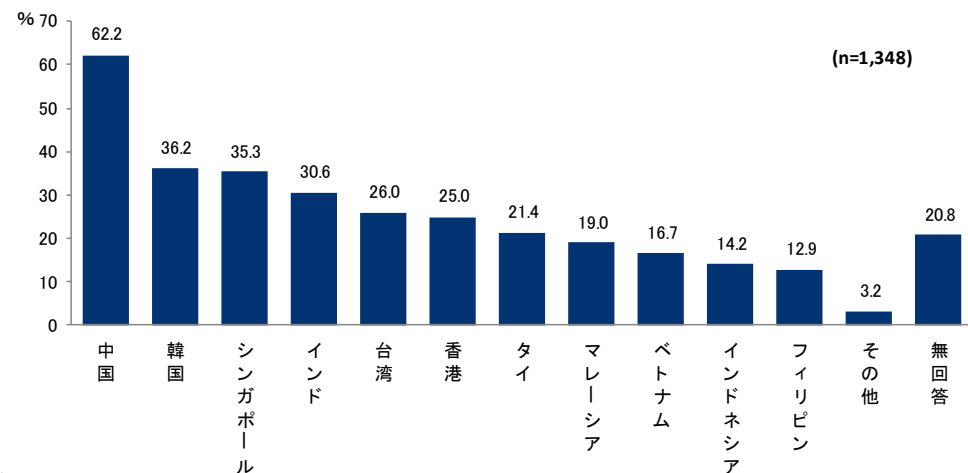
外国親会社の国・地域



Q3「外国親会社の国・地域」

(n=1,348)

外国親会社の業種別にみた外国親会社のアジアでの展開
(日本以外に法人のある国・地域) (複数回答可)



(単位: %)

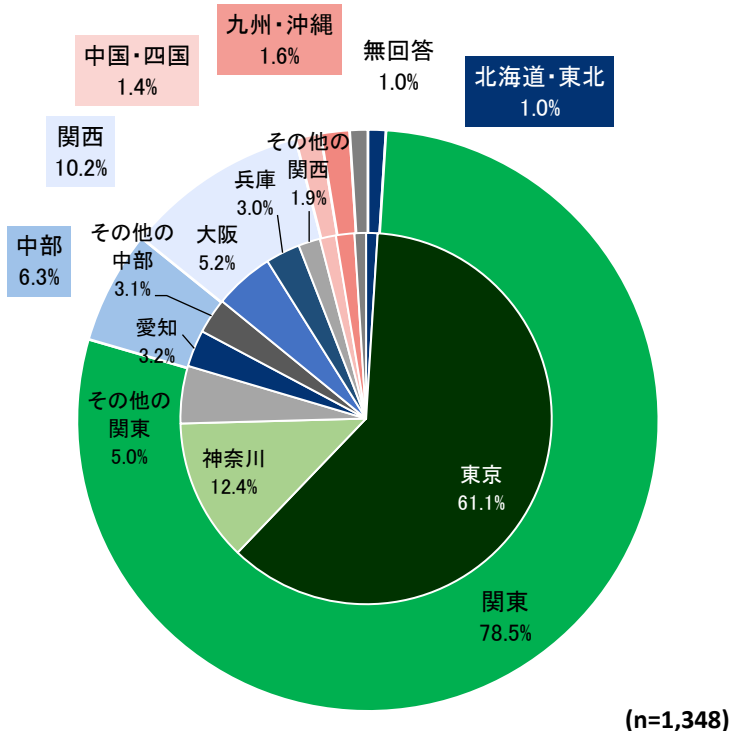
業種	中国	韓国	シンガポール	インド	台湾	香港	タイ	マレーシア	ベトナム	インドネシア	フィリピン	その他	無回答
全体(n=1,348)	62.2	36.2	35.3	30.6	26.0	25.0	21.4	19.0	16.7	14.2	12.9	3.2	20.8
製造業(n=719)	73.0	42.1	33.8	36.6	28.9	21.1	25.0	20.9	18.1	14.2	11.0	1.5	15.7
卸売業・商社(n=132)	49.2	25.8	30.3	16.7	22.7	29.5	19.7	18.9	20.5	12.1	15.9	9.1	25.0
小売業(n=18)	55.6	44.4	27.8	16.7	22.2	50.0	16.7	11.1	5.6	11.1	16.7	0.0	22.2
サービス業(n=358)	49.7	33.0	42.2	27.4	26.0	29.9	17.9	18.7	15.4	16.8	14.5	5.0	27.7
投資ファンド(n=38)	34.2	13.2	34.2	15.8	2.6	21.1	7.9	2.6	2.6	7.9	10.5	0.0	34.2

Q4「外国親会社のアジアでの展開について、日本以外に法人のある国・地域」
×Q1「外国親会社の業種」

3 | 4社に3社は東京または神奈川に本社も、新規企業は関西にも注目

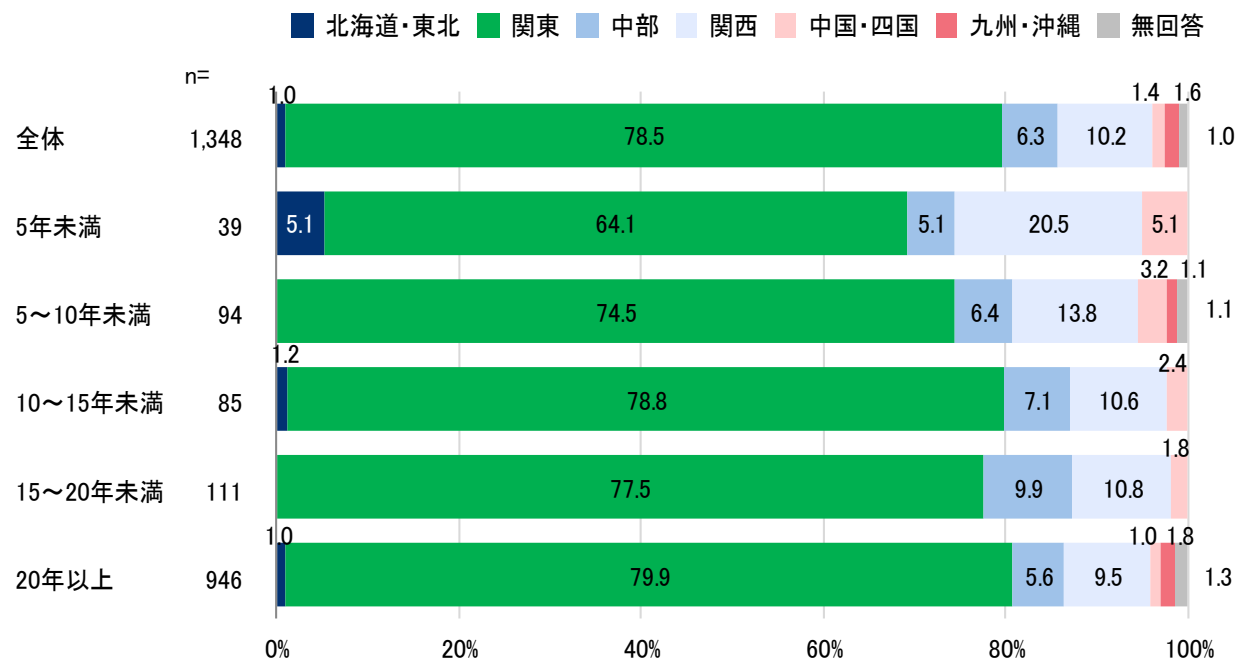
- 回答企業の8割弱が関東地方に本社があり、東京都（61.1%）および神奈川県（12.4%）で大半を占める。このほか、大阪府（5.2%）、愛知県（3.2%）、兵庫県（3.0%）なども比較的多い。
- 一方、外国親会社の業歴別にみると、若い企業ほど関西地方の割合が高く、特に設立5年未満では約2割にのぼる。

国内外資系企業の本社所在地



「回答企業の本社所在地」

外国親会社業歴別にみた本社所在地

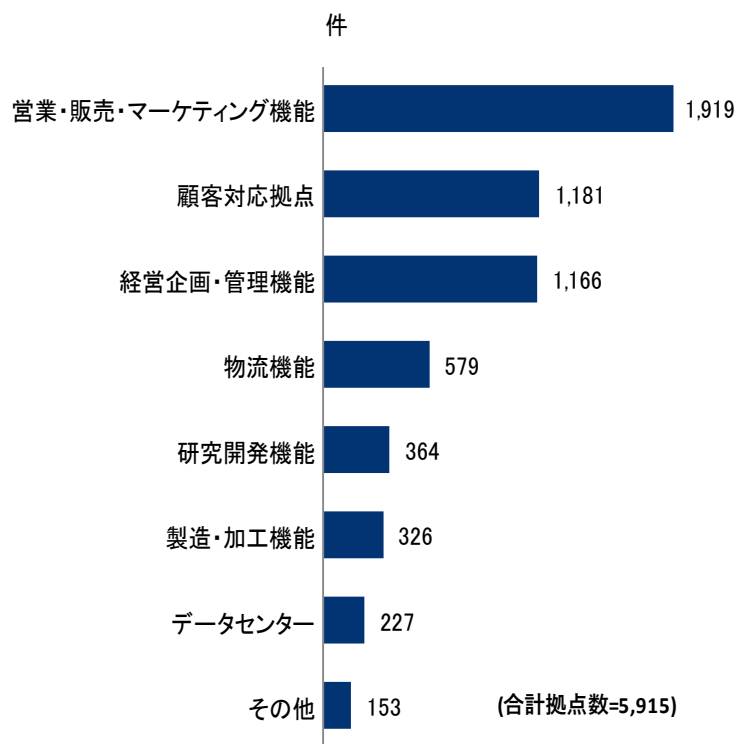


「回答企業の本社所在地」×Q5「外国親会社が設立されてからの年数」

4 | 国内拠点は営業・販売拠点が最多、製造・加工拠点は比較的分散

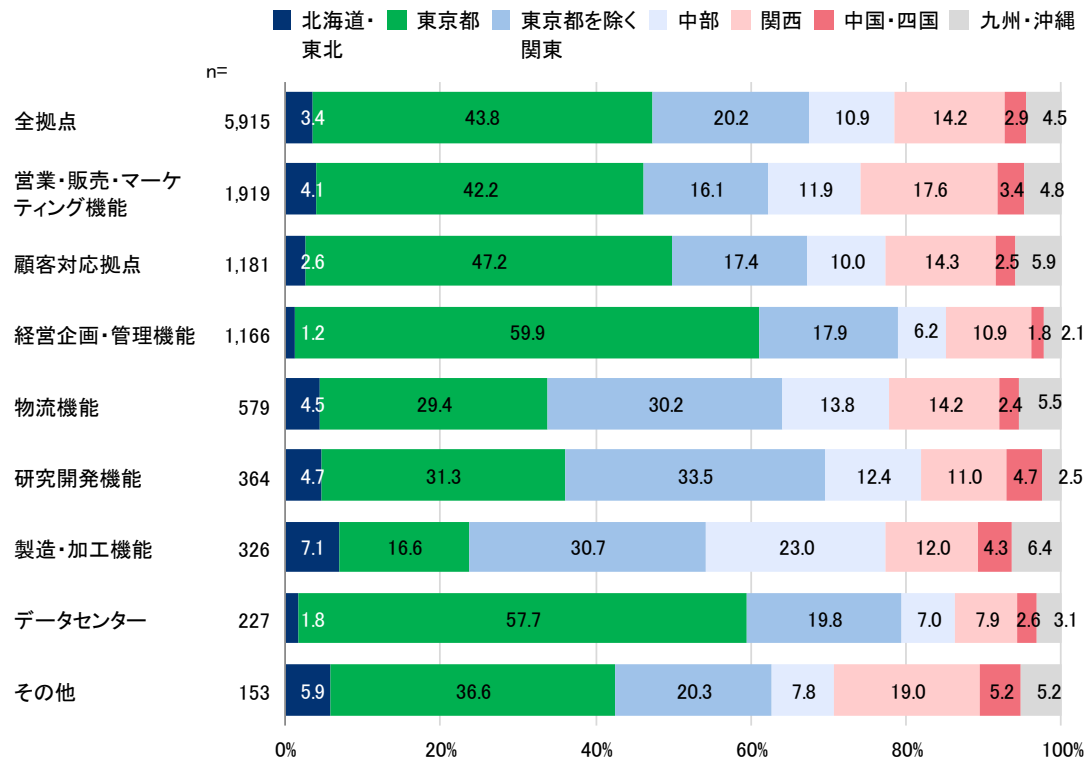
- 回答企業が国内に有する機能としては、営業・販売・マーケティング機能が最も多く、顧客対応、経営企画・管理機能が次ぐ。
- 経営企画・管理機能、データセンターでは、東京に6割近く、関東に8割近くが集中している。
- 製造・加工機能は、東京都外に比較的分散しており、拠点の8割超が都外に立地。特に中部は他機能に比べ集積が見られる。研究開発、物流機能でも分散傾向が見られ、それぞれ7割程度が都外に立地。

国内外資系企業が有する拠点の機能



Q6「国内拠点の所在地およびその機能」

拠点機能別にみた国内分布



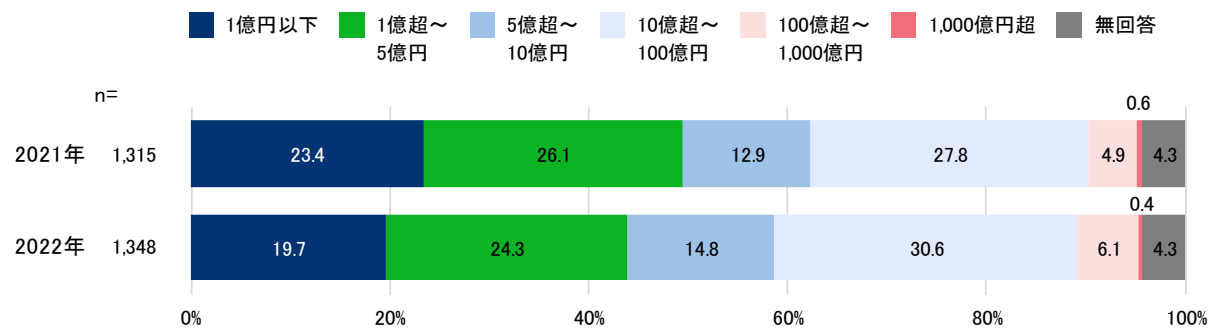
Q6「国内拠点の所在地およびその機能」

国内における今後の事業拡大意向

1 | 前年度比増収の企業が半数弱、国内外資系企業の業績は回復傾向

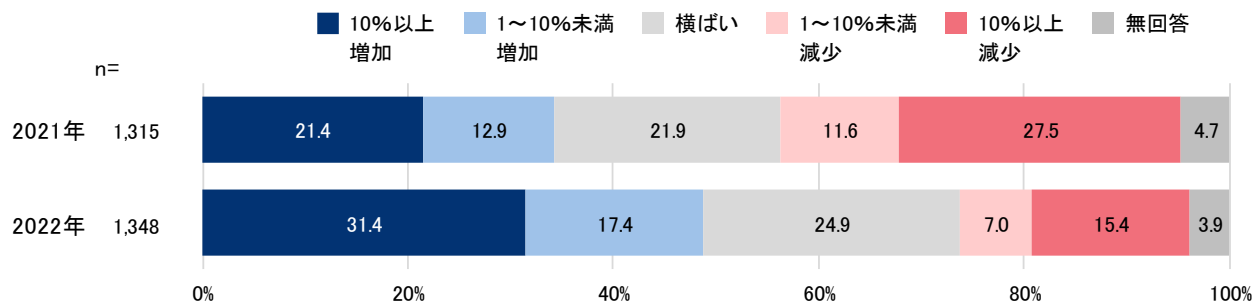
- 2021年調査と比較すると、売上高5億円超の企業が増加しており、全体的に売上規模は拡大傾向。
- 直近決算年度の売上高の前年度比増減をみると、1%以上の増加となった企業は全体の48.8%と半数弱を占めた。一方で、減少した企業は2割強にとどまった。2021年調査と比較すると1%以上の増加は14.5ポイント上昇、うち、10%以上の増加は10.0ポイント上昇し3割強となり、外資系企業の売上回復傾向がみられる。

売上高分布（経年比較）



Q11「国内外資系企業の直近決算年度の売上高」

前年度比売上高増減（経年比較）

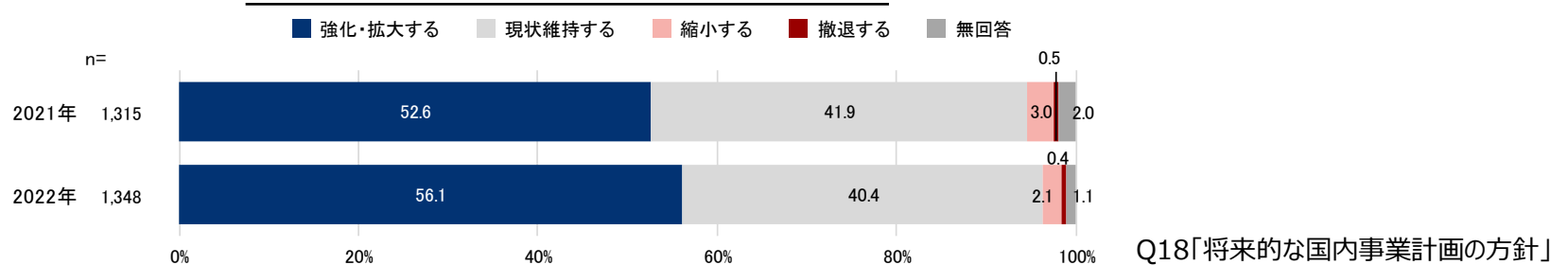


Q12「国内外資系企業の直近決算年度の売上高の前年度比増減」

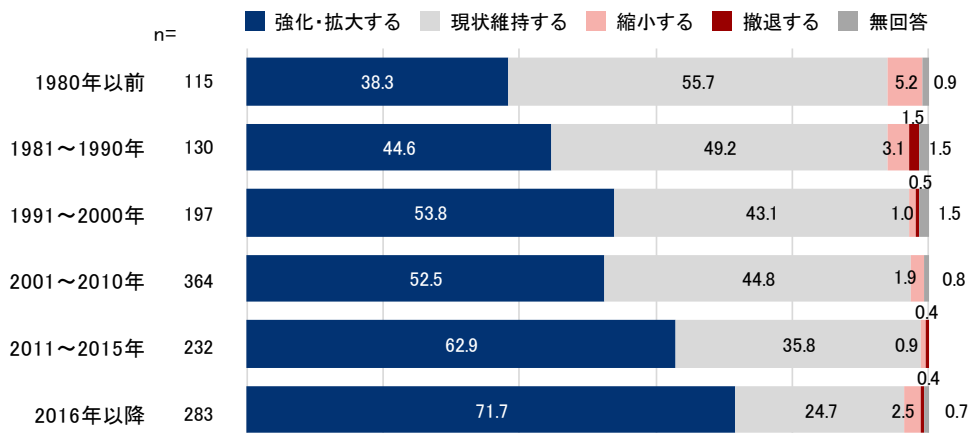
2 | 半数超が国内事業の強化・拡大を予定、拡大志向も回復傾向

- 将来的な国内事業計画について、強化・拡大意向があるのは56.1%と、2021年調査より3.5ポイント上昇。売上の回復に伴い、強化・拡大志向の高まりがうかがえる。
- 特に拡大志向が強いのは、2011年以降に日本に進出した企業。また、業種別では小売業で拡大志向がやや高め。

将来的な国内事業計画（経年比較）

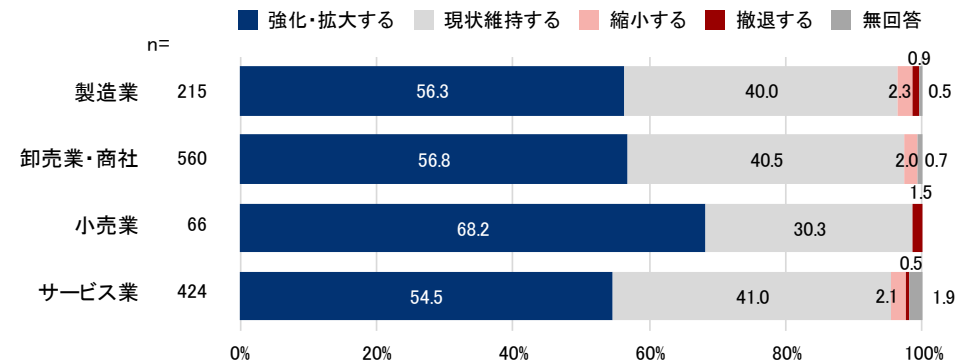


将来的な国内事業計画（出資時期別）



Q18「将来的な国内事業計画の方針」×
Q7「国内外資系企業の設立時期あるいは出資時期」

将来的な国内事業計画（業種別）

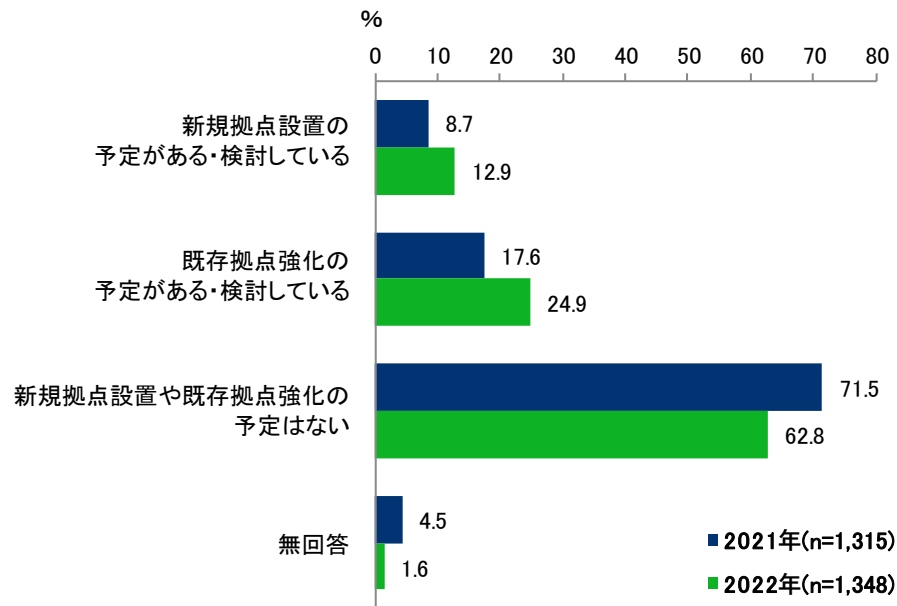


Q18「将来的な国内事業計画の方針」×
Q1「国内外資系企業の業種」

3 | 新規拠点の設置・既存拠点の強化志向強まる

- 新規拠点設置・既存拠点強化志向についても積極化がみられ、今後3年程度の間、新規拠点設置、既存拠点強化の予定がある・検討していると回答した企業は、2021年度調査よりそれぞれ4.2ポイント、7.3ポイント増加。
- 業種別では、小売業や製造業で拠点の新設・強化に積極的な傾向。親会社地域別では、アジアや欧州系企業で日本でのビジネス拡大に積極的な意向がみられた。

今後3年程度の拠点設置・拡大予定
(経年比較) (複数回答可)



Q19「今後の新規拠点設置や既存拠点強化の予定」

今後3年程度の拠点設置・拡大予定
(業種・親会社地域別) (複数回答可)

新規拠点設置の予定がある・検討している

既存拠点強化の予定がある・検討している

新規拠点設置や既存拠点強化の予定はない

(単位: %)

業種	全体 (n=1,348)	新規拠点設置の予定がある・検討している	既存拠点強化の予定がある・検討している	新規拠点設置や既存拠点強化の予定はない
製造業	(n=215)	16.3	26.5	59.5
卸売業・商社	(n=560)	10.7	24.3	64.8
小売業	(n=66)	19.7	33.3	48.5
サービス業	(n=424)	13.2	24.5	63.9
親会社地域				
北米	(n=296)	8.8	19.6	71.3
アジア	(n=453)	15.0	28.9	58.3
欧州	(n=531)	13.7	24.7	61.6
その他	(n=45)	11.1	22.2	64.4

Q19「今後の新規拠点設置や既存拠点強化の予定」

×Q1「国内外資系企業の業種」、×Q3「外国親会社の国・地域」

4 | 製造業はインフラやコスト、その他の業種は新規顧客獲得を重視

- 立地先選定にあたっては、製造業では「充実したインフラ」や「ビジネスコストの安さ」が重視されている。一方で、その他の業種では「新規の顧客獲得が見込める」ことの重要度が高く、特に小売業で高い。
- 大企業では、中小企業に比べて「人材確保」や「BCP」の観点から重視される傾向。
- 日本に参入して間もない企業では、進出年数が経過している企業に比べ、「人材確保」や「地方自治体のインセンティブ」「大学や企業と研究開発ができる」という点を重視する割合がやや高い。

立地場所の選定において重視する点（業種・企業規模・参入時期別）（複数回答可）

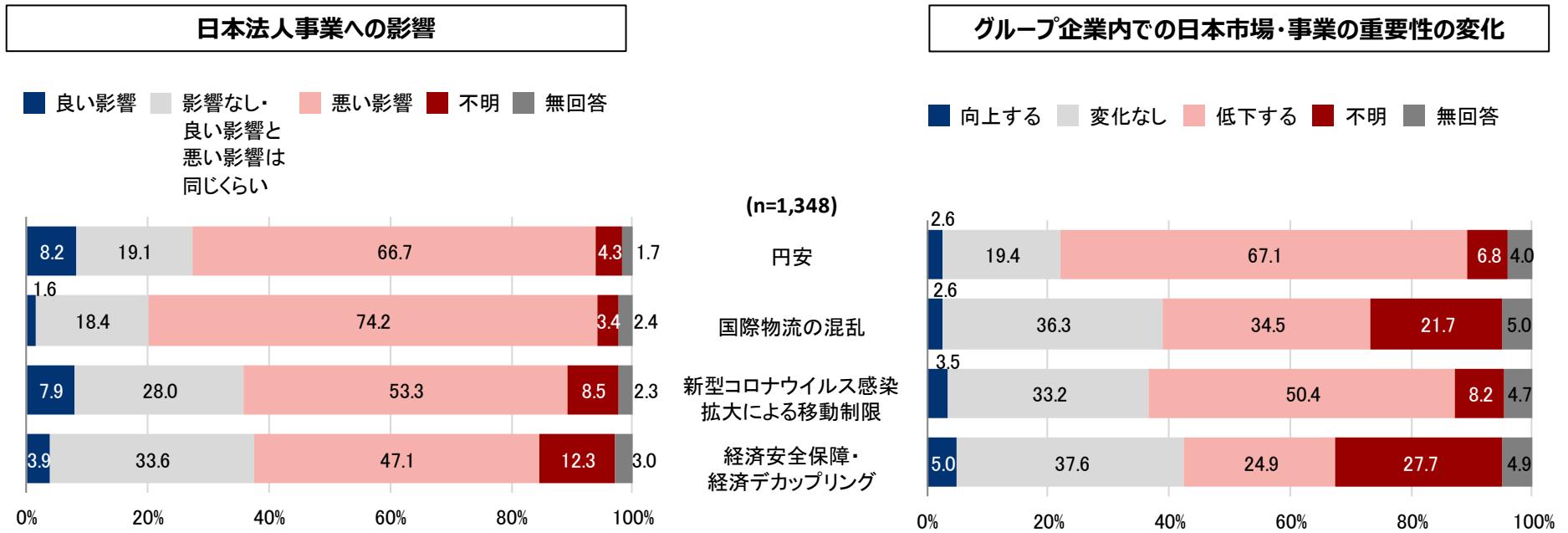
		新規の顧客獲得が見込める	充実したインフラ (交通、物流、情報通信、エネルギーなど)	ビジネスコスト (土地、人件費など)の低さ	現地に優秀な人材が見込める	本社との近接性・アクセス	関連産業クラスターが存在する	魅力的な地方自治体のインセンティブ	BCP(事業継続計画)を考慮した拠点の分散	大学や企業と研究開発ができる	教育環境 (子弟のためのインターナショナルスクールの有無など)
(単位: %)											
	全体 (n=1,348)	41.5	35.0	29.6	28.3	13.0	10.7	9.1	7.8	3.9	1.7
業種	製造業 (n=215)	26.5	43.3	41.9	35.8	17.2	10.2	16.3	11.2	7.9	1.9
	卸売業・商社 (n=560)	45.7	36.4	30.4	26.3	13.2	10.4	7.1	6.6	3.9	0.9
	小売業 (n=66)	56.1	30.3	16.7	34.8	1.5	9.1	6.1	7.6	1.5	0.0
	サービス業 (n=424)	42.9	29.5	25.9	27.4	14.2	12.0	9.4	8.7	3.1	3.1
規模	大企業 (n=60)	45.0	40.0	36.7	38.3	15.0	11.7	6.7	21.7	3.3	1.7
	中小企業 (n=1200)	42.1	34.8	29.9	28.3	13.6	10.8	9.6	7.5	4.3	1.8
参入時期	1980年以前 (n=115)	33.9	35.7	31.3	24.3	11.3	7.0	11.3	11.3	3.5	0.9
	1981～1990年 (n=130)	35.4	30.8	18.5	24.6	6.9	10.8	3.8	9.2	2.3	0.8
	1991～2000年 (n=197)	44.2	38.1	32.5	25.4	15.2	9.1	9.1	10.2	1.5	2.0
	2001～2010年 (n=364)	42.3	36.0	29.4	25.0	11.3	11.8	6.3	6.9	3.8	0.8
	2011～2015年 (n=232)	44.0	34.9	30.2	33.2	15.9	9.9	8.6	9.5	2.6	2.6
	2016年以降 (n=283)	42.8	34.6	32.2	34.3	14.8	13.1	14.1	4.2	7.8	2.5

Q20「立地場所の選定において重視する点」×Q1「国内外資系企業の業種」、×「企業規模」、×Q7「国内外資系企業の設立時期あるいは出資時期」

5 | 円安や国際物流の混乱等の弊害大きくも市場の重要性への影響は限定的

- 企業を取り巻く状況に影響を与えている事象について、日本法人への影響を尋ねたところ、すべての事象で悪い影響があるとの回答が多かった。特に円安や国際物流の混乱は7割前後の企業が悪い影響を受けていると回答。
- 一方、グローバルな観点から見たグループ企業内での日本市場・事業の重要性の変化については、国際物流の混乱、経済安全保障・経済デカップリングで変化なしと回答した企業が比較的多く見られた。これらの項目は、日本法人に負の影響を与えつつも、日本市場の重要性という観点では、影響は限定的となっている。

企業を取り巻く不確実な事象が国内外資系企業に与える影響



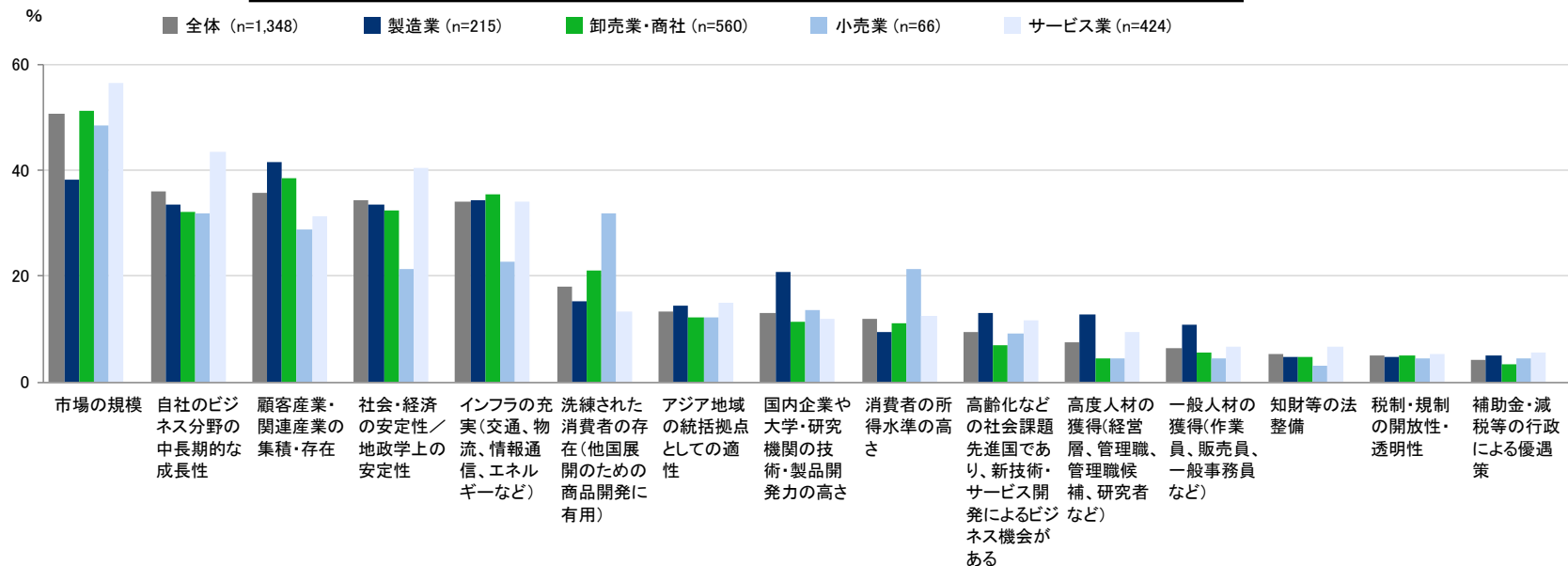
Q28「4つの事象が国内外資系企業に与える影響」

日本のビジネス環境の魅力と課題

1 | 日本の「市場規模」や「ビジネスの中長期的な成長性」を評価

- 世界のほかの市場と比較した、日本のビジネス環境の魅力については、日本市場の規模、ついで自社のビジネス分野での成長性が評価されている。このほか、「社会・経済の安定性」や「インフラの充実」など、日本の社会・経済基盤や、地政学上の安定性を魅力と捉える企業も比較的多い。
- 製造業では、「関連産業の集積」（41.4%）が最も高く、ものづくり産業の集積にも一定の評価が得られている。また、小売業では「洗練された消費者の存在」が3割強と特に高く、他国への展開のステップとなる環境への評価もあった。

日本のビジネス環境の魅力（業種別）（複数回答可）



(単位: %)

	市場の規模	自社のビジネス分野の中長期的な成長性	顧客産業・関連産業の集積・存在	社会・経済の安定性／地政学上の安定性	インフラの充実(交通、物流、情報通信、エネルギーなど)	洗練された消費者の存在(他国展開のための商品開発に有用)	アジア地域の統括拠点としての適性	国内企業や大学・研究機関の技術・製品開発力の高さ	消費者の所得水準の高さ	高齢化などの社会課題先進国であり、新技術・サービス開発によるビジネス機会がある	高度人材の獲得(経営層、管理職、管理職候補、研究者など)	一般人材の獲得(作業員、販売員、一般事務員など)	知財等の法整備	税制・規制の開放性・透明性	補助金・減税等の行政による優遇策
全体	50.7	35.9	35.7	34.3	34.0	18.1	13.4	13.0	11.9	9.3	7.4	6.5	5.3	5.0	4.2
製造業	38.1	33.5	41.4	33.5	34.4	15.3	14.4	20.9	9.3	13.0	12.6	10.7	4.7	4.7	5.1
卸売業・商社	51.1	32.1	38.6	32.5	35.5	21.1	12.3	11.3	11.1	6.8	4.5	5.5	4.8	5.0	3.2
小売業	48.5	31.8	28.8	21.2	22.7	31.8	12.1	13.6	21.2	9.1	4.5	4.5	3.0	4.5	4.5
サービス業	56.4	43.4	31.4	40.3	34.0	13.4	14.9	11.8	12.5	11.6	9.4	6.6	6.6	5.2	5.4

Q13「日本のビジネス環境の魅力」×Q1「国内外資系企業の業種」

2 | 新規参入企業などでは、成長性や技術力の高さを特に魅力と捉える傾向

- 日本のビジネス環境の魅力について聞いたところ、2016年以降に日本に参入した企業では、日本での自社ビジネス分野の中長期的な成長性や、社会課題解決のための新技術・サービス開発から生まれるビジネス機会を魅力と指摘する割合が高く、最近では、特定分野の成長性や新たなビジネス機会を魅力と捉え、参入する企業が増加している。
- この傾向は、外国親会社が設立より間もない企業でも同様である。一方で「関連産業の集積」「市場の規模」の割合は相対的に小さく、市場を新たに創出する意図がうかがえる。親会社設立5年未満の企業では、「技術・製品開発力の高さ」への評価も高い。

日本のビジネス環境の魅力（参入時期別・外国親会社業歴別）（複数回答可）

	市場の規模	自社のビジネス分野の中長期的な成長性	顧客産業・関連産業の集積・存在	社会・経済の安定性／地政学上の安定性	インフラの充実（交通、物流、情報通信、エネルギーなど）	洗練された消費者の存在（他国展開のための商品開発に有用）	アジア地域の統括拠点としての適性	国内企業や大学・研究機関の技術・製品開発力の高さ	消費者の所得水準の高さ	高齢化などの社会課題先進国であり、新技術・サービス開発によるビジネス機会がある	高度人材の獲得（経営層、管理職、研究者など）	一般人材の獲得（作業員、販売員、一般事務員など）	知財等の法的整備	税制・規制の開放性・透明性	補助金・減税等の行政による優遇策
--	-------	--------------------	-----------------	--------------------	-----------------------------	------------------------------	------------------	--------------------------	-------------	---	------------------------	--------------------------	----------	---------------	------------------

（単位：％）

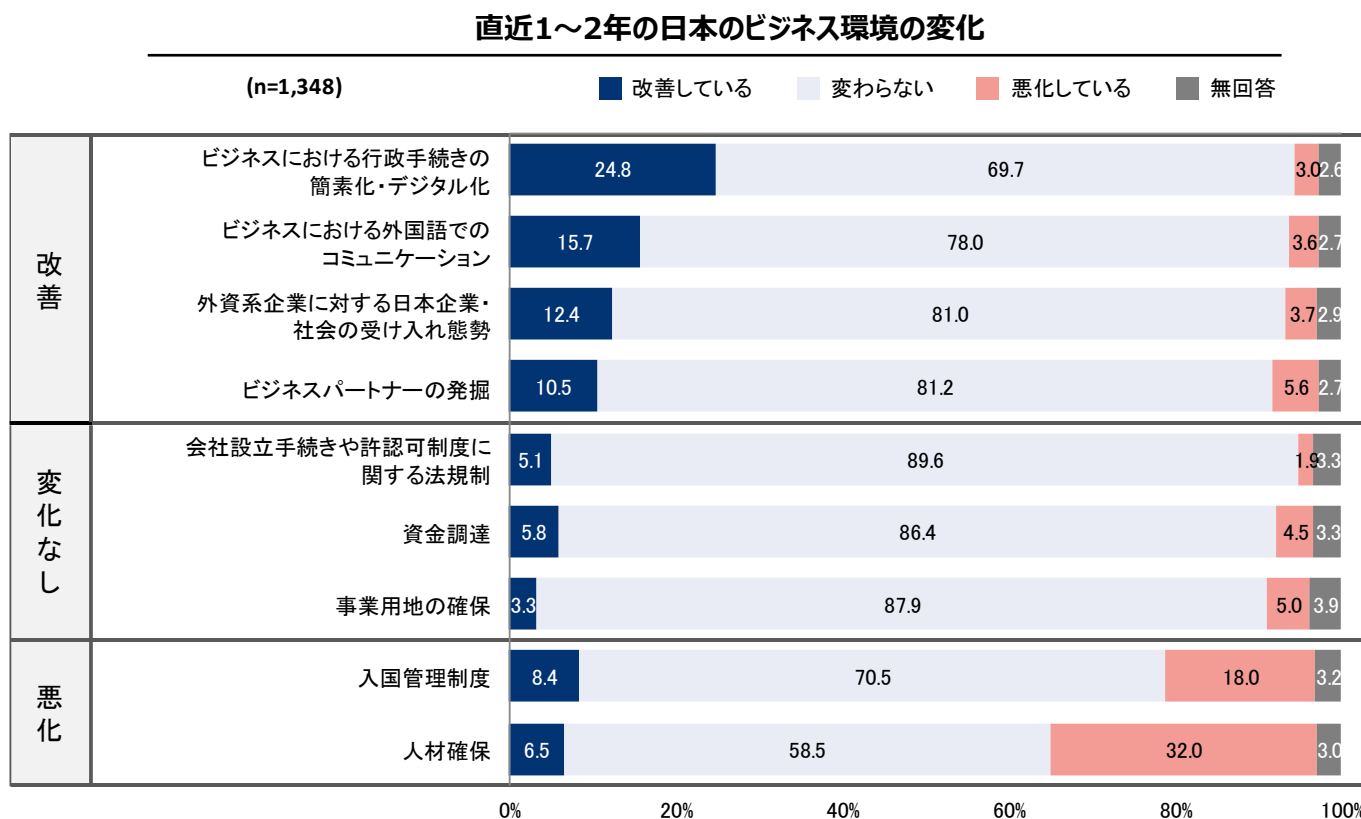
	全体 (n=1,348)	50.7	35.9	35.7	34.3	34.0	18.1	13.4	13.0	11.9	9.3	7.4	6.5	5.3	5.0	4.2
参入時期	1980年以前 (n=115)	49.6	24.3	36.5	40.9	41.7	17.4	8.7	10.4	10.4	9.6	6.1	10.4	7.8	3.5	2.6
	1981～1990年 (n=130)	48.5	34.6	30.8	30.0	35.4	24.6	14.6	13.1	8.5	10.8	4.6	7.7	2.3	0.8	0.8
	1991～2000年 (n=197)	49.2	31.0	39.6	41.1	44.2	17.3	11.2	13.2	12.2	6.1	8.6	7.1	3.6	6.1	3.0
	2001～2010年 (n=364)	53.0	32.7	40.7	31.6	31.3	16.5	12.1	9.6	14.3	7.7	6.9	5.8	5.8	5.8	4.1
	2011～2015年 (n=232)	50.9	38.8	34.1	38.4	32.8	15.5	15.9	13.4	11.2	5.2	7.8	8.2	6.9	6.5	5.6
	2016年以降 (n=283)	50.9	48.4	32.2	31.4	28.6	19.4	15.9	18.4	11.7	16.6	9.2	3.9	4.9	4.2	6.4
親会社業歴	5年未満 (n=39)	38.5	51.3	23.1	20.5	15.4	20.5	23.1	25.6	2.6	17.9	7.7	5.1	5.1	0.0	2.6
	5～10年未満 (n=94)	44.7	33.0	23.4	38.3	34.0	18.1	19.1	14.9	12.8	10.6	10.6	3.2	6.4	8.5	8.5
	10～15年未満 (n=85)	49.4	41.2	41.2	34.1	32.9	14.1	17.6	9.4	15.3	11.8	5.9	5.9	4.7	4.7	8.2
	15～20年未満 (n=111)	55.0	42.3	36.0	33.3	31.5	17.1	15.3	12.6	12.6	5.4	7.2	5.4	8.1	4.5	6.3
	20年以上 (n=946)	53.1	35.4	38.4	34.8	36.2	18.5	12.1	12.7	12.1	8.8	7.3	7.0	5.0	5.0	3.1

Q13「日本のビジネス環境の魅力」

×Q7「国内外資系企業の設立時期あるいは出資時期」、×Q5「外国親会社が設立されてからの年数」

3 | 日本のビジネス環境は、行政手続きの簡素化・デジタル化が特に改善

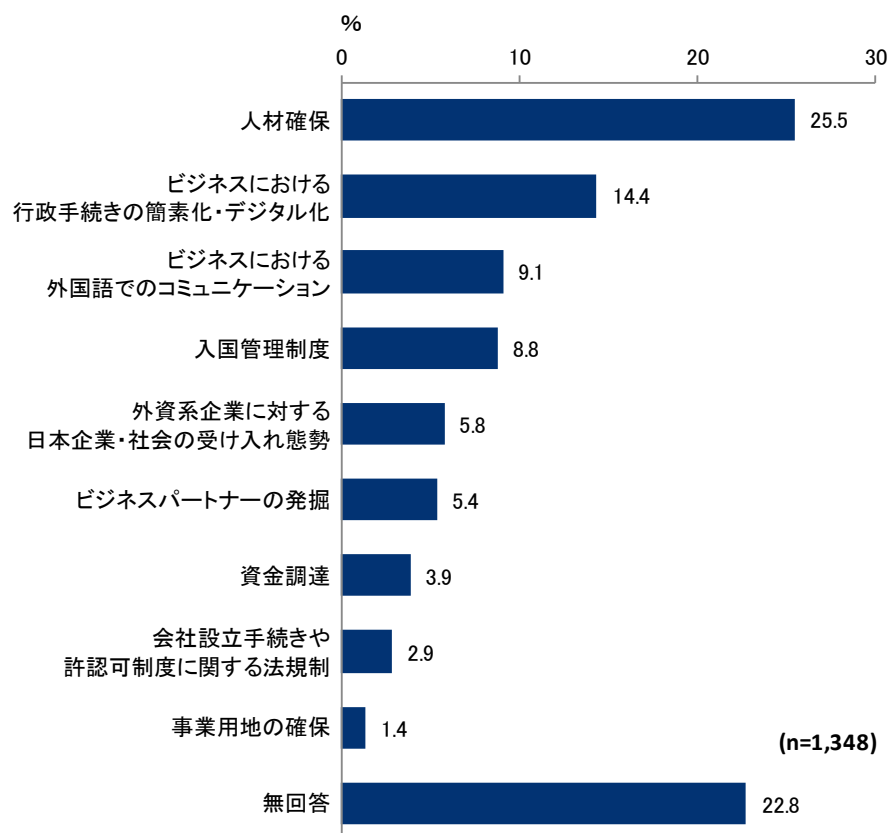
- 直近1～2年の間に感じる日本のビジネス環境の変化については、調査した9項目のうち、すべての項目で「変わらない」が最も多くなったものの、「ビジネスにおける行政手続きの簡素化・デジタル化」では約25%が改善と回答。そのほか、「ビジネスにおける外国語でのコミュニケーション」「外資系企業に対する日本企業・社会の受け入れ態勢」でも改善との声が他の項目に比べて多かった。
- 一方、悪化している項目としては「人材確保」が特に多く挙げられた。



4 「人材確保」「行政手続きの簡素化・デジタル化」に関する改善要望が多数

- 日本でのビジネス活動で、特に改善を期待する項目は、「人材確保」が最も高かった。「行政手続きの簡素化・デジタル化」「外国語でのコミュニケーション」が次ぎ、前頁のとおり直近1～2年の改善が認められているものの更なる改善が期待される。

日本でのビジネス活動にあたり、特に改善を期待する項目



Q15「日本でのビジネス活動にあたり、特に改善を期待する項目」

具体的な改善要望・困りごと（抜粋）

人材確保

- ・ ビジネスレベルで、外国語が使える人材の確保が困難。
- ・ 技術系で英語能力をもった人材が非常に少ない。
- ・ 地方都市での人材確保が厳しい（特に若年層）。
- ・ 外資系企業だからというわけではなく、国内企業と同じように若手人材確保が、かつてより困難になっている。

行政手続きの簡素化・デジタル化

- ・ まだ捺印が必要な書類、オンラインでできない手続きが多い。
- ・ ルールや手続きが複雑で時間がかかるほか透明性にも欠ける。

外国語でのコミュニケーション

- ・ 英語でのビジネスが他のアジア諸国と比べて難しい。
- ・ 法令等の英訳、当局との英語でのコミュニケーション。

入国管理制度

- ・ COVID-19規制の緩和。
- ・ 就労ビザの審査期間が長すぎる。

外資系企業に対する日本企業・社会の受け入れ態勢

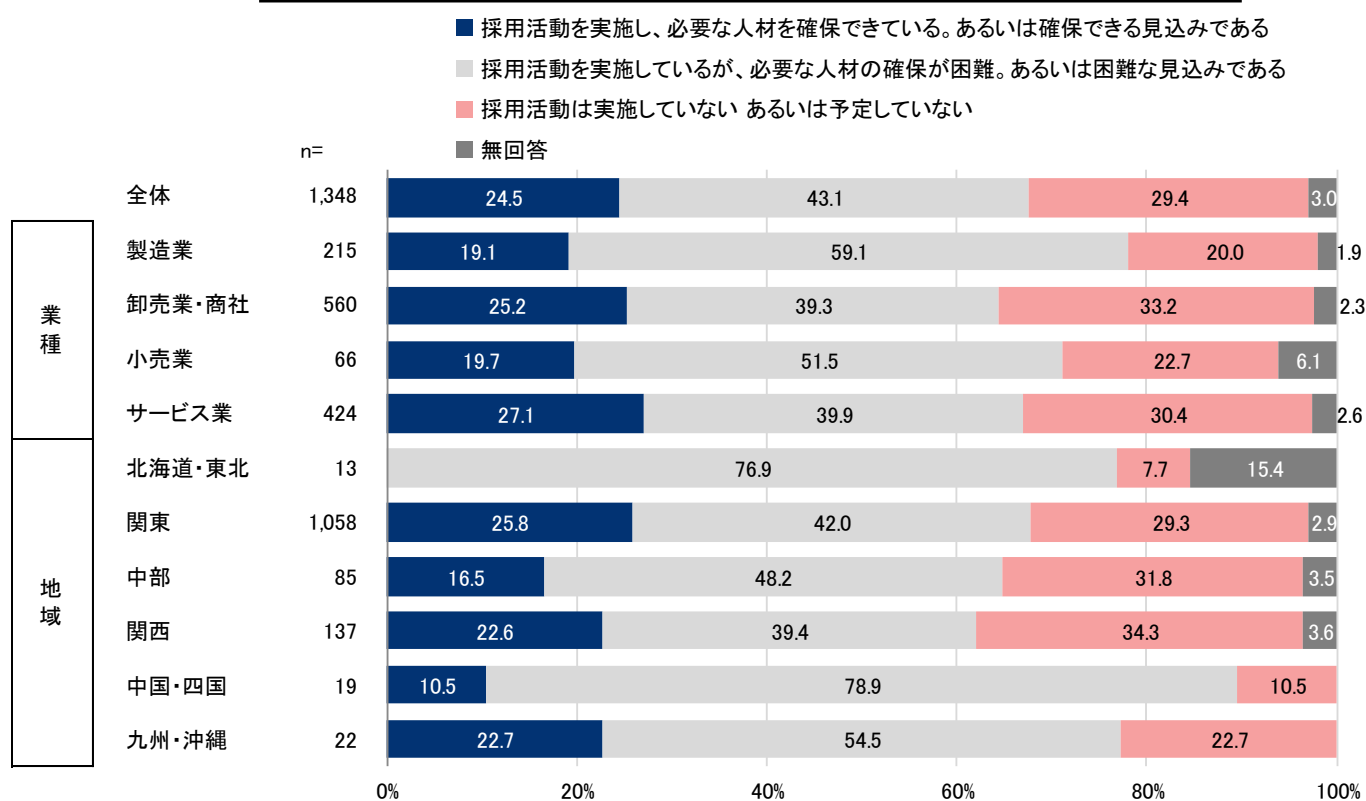
- ・ 代表者が外国人の場合、資金調達が困難。
- ・ 日本独自の法規制やルールがあり、国際ルールとずれている場合があって、ビジネスを進めにくい。

人材確保と外国人材の就労・在留円滑化

1 | 製造業や地方での人材確保が特に困難

- 全体では、7割弱の企業で採用活動を実施、これら企業のうち、人材確保が出来ているのは4割で、6割は困難と回答。
- 業種別では、特に製造業や小売業において人材確保に苦戦する企業が多い。
- 地域別では、関東、中部、関西といった地域外での人材確保がより困難。一方で、関東でも4割強（東京は39.0%）、関西でも約4割の企業が人材確保に苦戦しており、都市圏においても人材が豊富な状況ではない。

国内事業における人材雇用の状況（業種・地域別）



Q21「国内事業における人材雇用の状況」×Q1「国内外資系企業の業種」、×「回答企業の本社所在地」

2 | 日本人の経験者採用が主流も、一部では外国人・留学生の活用にも積極的

- 採用活動を実施している企業に人材雇用の展望について聞いたところ、いずれの属性でも9割前後が国内での日本人の経験者採用（中途採用）を行うと回答しており、引き続き即戦力採用志向がみられる。
- サービス業のうち、特に情報通信業では採用人材の多様化傾向が見られ、外国人や留学生人材の活用にも積極的な意向がうかがえた。
- 留学生の雇用志向を親会社地域別でみると、アジア系企業において高い傾向がみられた。

人材雇用の展望（業種・詳細業種（サービス業）・親会社地域別）（複数回答可）

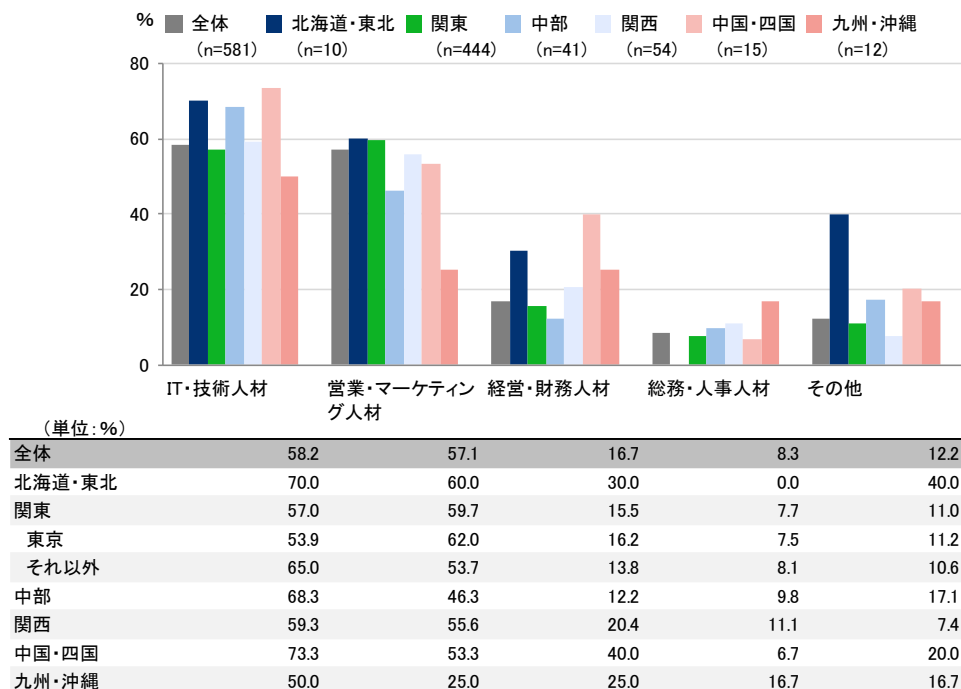
		(単位: %)					
		国内で日本人 の中途採用を 行う	国内で外国人 の中途採用を 行う	国内で日本人 の新卒採用を 行う	海外で採用 した外国人を 日本拠点に 異動させる	国内で留学生 の新卒採用を 行う	海外で採用 した日本人を 日本拠点に 異動させる
	全体 (n=911)	92.4	41.3	23.5	12.8	11.1	6.4
業種	製造業 (n=168)	94.6	41.7	38.1	10.1	14.9	5.4
	卸売業・商社 (n=361)	93.1	33.5	16.1	6.4	5.5	5.0
	小売業 (n=47)	95.7	40.4	17.0	12.8	6.4	6.4
	サービス業 (n=284)	90.1	50.4	25.7	22.9	16.2	8.8
詳細業種	情報通信業 (n=112)	86.6	55.4	27.7	30.4	21.4	9.8
	学術研究・専門・技術サービス業 (n=42)	97.6	40.5	19.0	14.3	7.1	4.8
	金融業・保険業 (n=39)	100.0	56.4	17.9	17.9	23.1	10.3
	その他 (n=91)	86.8	46.2	29.7	19.8	11.0	8.8
親会社地域	北米 (n=211)	93.8	40.8	21.3	10.9	9.0	8.5
	アジア (n=293)	87.7	47.4	32.4	15.4	18.8	4.4
	欧州 (n=367)	95.9	36.5	18.5	12.3	6.5	6.5
	その他 (n=29)	93.1	37.9	17.2	10.3	3.4	6.9

Q22「国内事業における人材雇用の展望」× Q1「国内外資系企業の業種」, ×Q3「外国親会社の国・地域」

3 | 特に確保が困難な人材は「IT・技術」「営業・マーケティング」人材

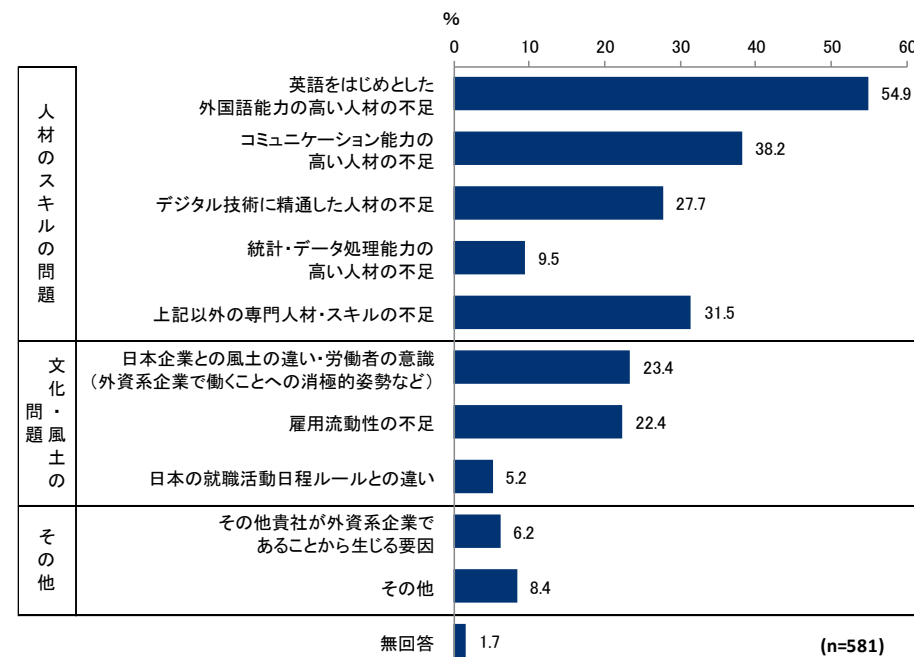
- 人材確保が困難と回答した企業に対し、その人材についてきいたところ、「IT・技術人材」「営業・マーケティング人材」がともに6割弱だった。在京企業では、「営業・マーケティング人材」の確保が困難とする企業の割合が高い一方、それ以外の地域では「IT・技術人材」の確保に苦戦する企業が多い。
- 人材確保が困難な理由としては、英語をはじめとした外国語能力やコミュニケーション能力等のスキル不足が上位。このほか、日本企業との風土の違いや雇用流動性の不足など、日本固有の慣習が障害となっているケースもみられた。

確保が困難な人材の分野（地域別）（複数回答可）



Q23 (1) 「確保が困難な人材の分野」×「回答企業の本社所在地」

人材確保が困難な理由（複数回答可）

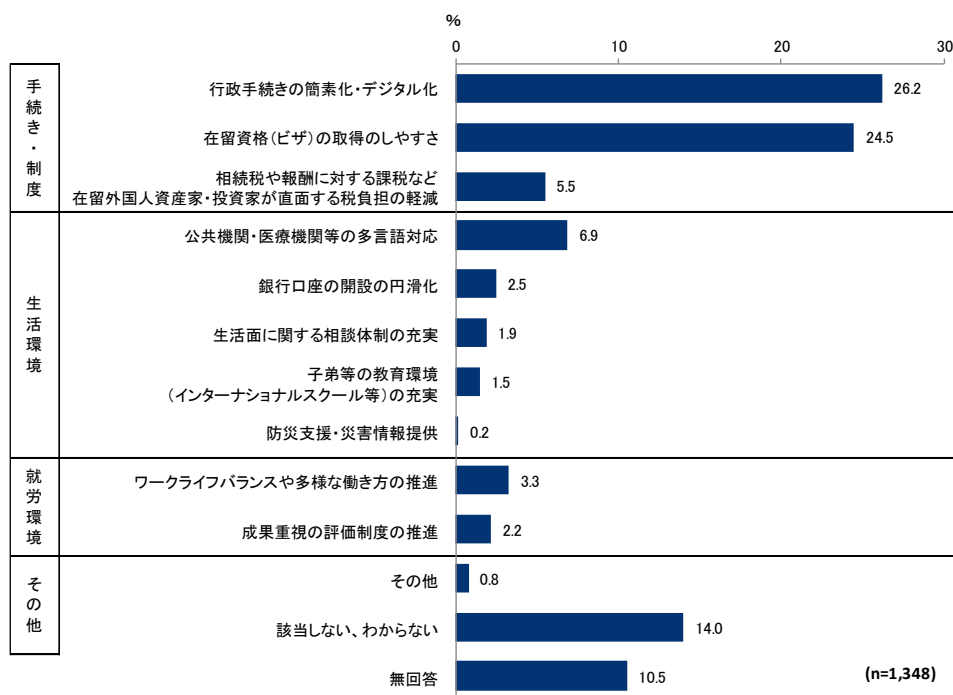


Q23 (2) 「人材確保が困難な理由」

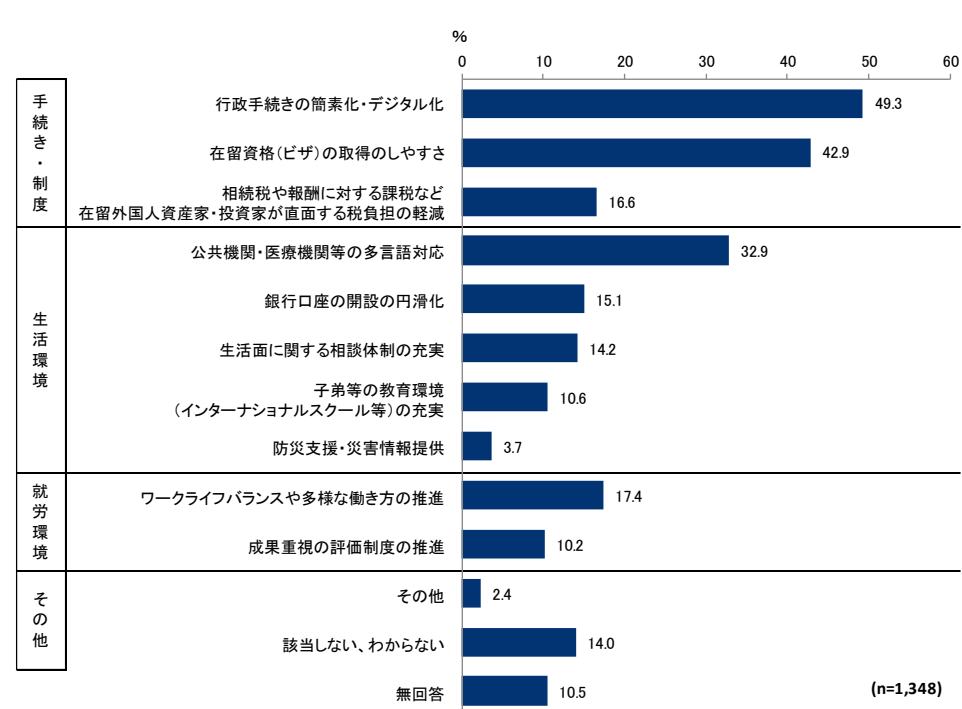
4 | 優秀な外国人材の就労・在留円滑化、特に手続き・制度面の整備を求める声

- 超高度外国人材（注）の円滑な就労・在留円滑化に必要な環境整備について、最も重要な項目を尋ねたところ、「行政手続きの簡素化・デジタル化」「在留資格（ビザ）の取得のしやすさ」等、手続き・制度面の改善を求める声が目立った。
- また、上位3項目までの結果では、「公共機関・医療機関等の多言語対応」「ワークライフバランスや多様な働き方の推進」「銀行口座の開設の円滑化」等、生活環境や就労環境の充実も、必要な要素であることがわかった。

超高度外国人材の円滑な就労・在留にあたって必要な環境整備（最も重要）



超高度外国人材の円滑な就労・在留にあたって必要な環境整備（上位3つまで）



（注）ここでは、外国人投資家・起業家・経営者・ビジネスマンを指す。

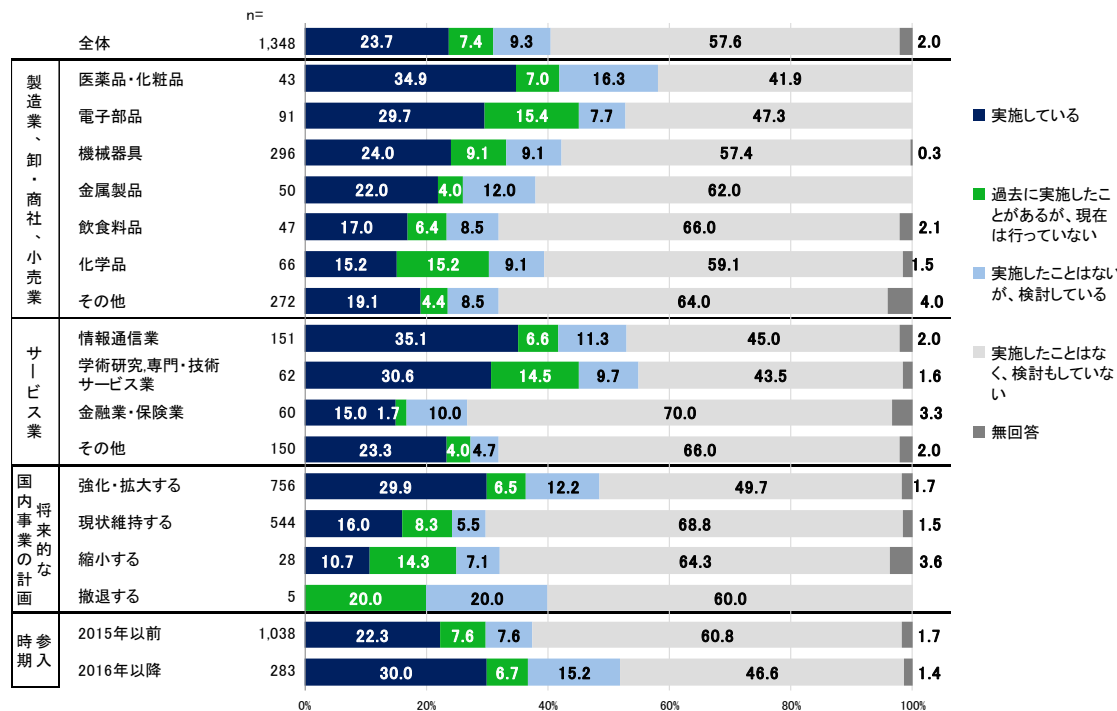
Q16「外国人投資家・起業家・経営者・ビジネスマンの日本国内での就労・在留にあたって、必要な環境整備」

協業・連携とその活性化にむけて

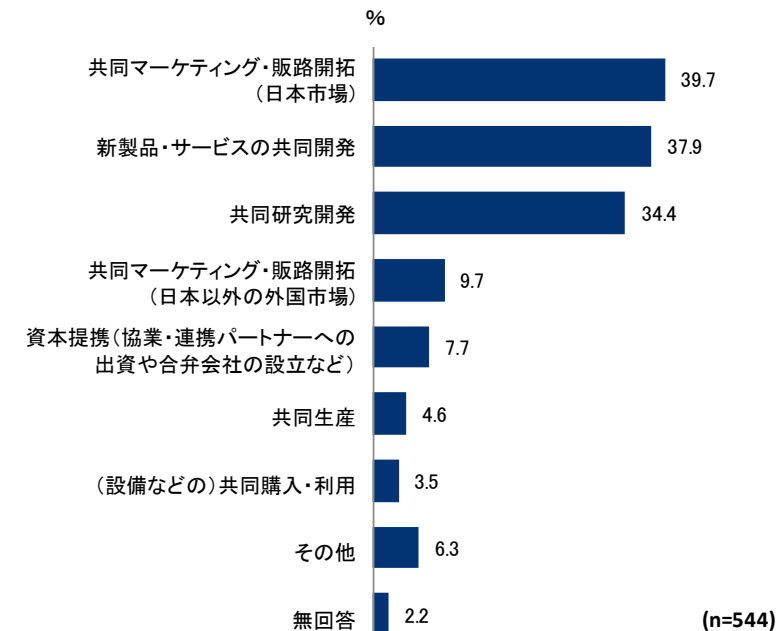
1 | 新規参入企業や拡大意向のある企業では半数弱が協業・連携に積極的

- 国内企業・機関との協業・連携を実施および検討している企業は合わせて33.0%だった。詳細業種で見ると、医薬品・化粧品では5割超。情報通信業、電子部品でも、それぞれ、5割弱、4割弱を占め、協業・連携に積極的。また、将来的な国内事業計画について、強化・拡大意向のある企業で積極的な傾向がみられるほか、新規進出外資系企業でも積極性がうかがえた。
- 協業・連携の内容は、「共同マーケティング・販路開拓（日本市場）」「新製品・サービスの共同開発」「共同研究開発」がいずれも3割台で多い。

協業・連携の実施状況（詳細業種・国内事業の計画・進出時期別）



協業・連携の内容（複数回答可）

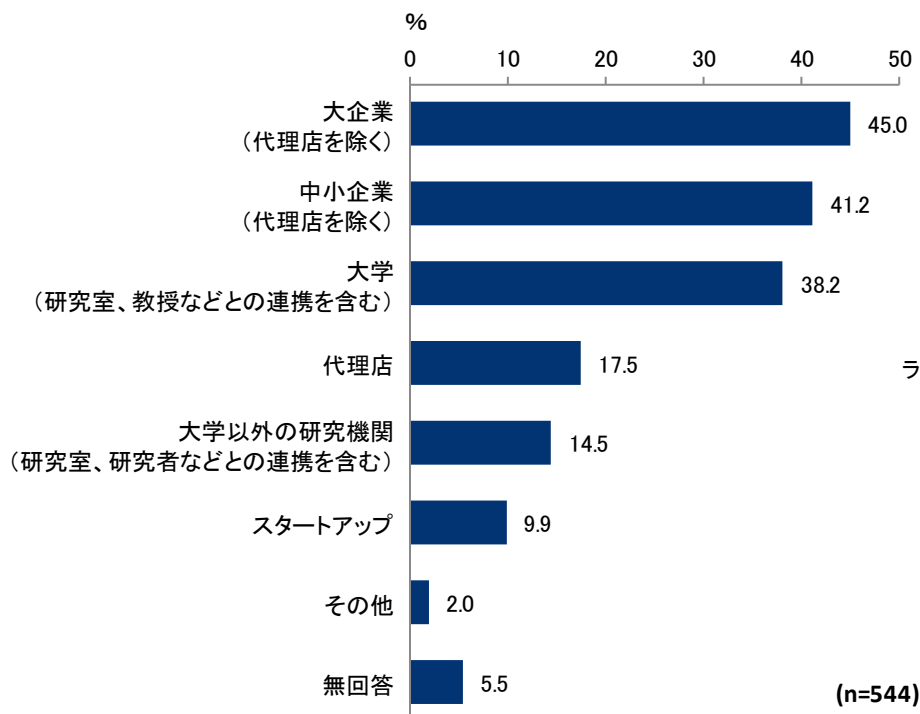


Q24(1)「協業・連携の実施状況」, ×Q1「国内外資系企業の業種」,
×Q18「将来的な国内事業計画の方針」, ×Q7「国内外資系企業の設立時期あるいは出資時期」

2 | パートナー先に求めるのは「技術力・研究開発力」「国内販売ネットワーク」

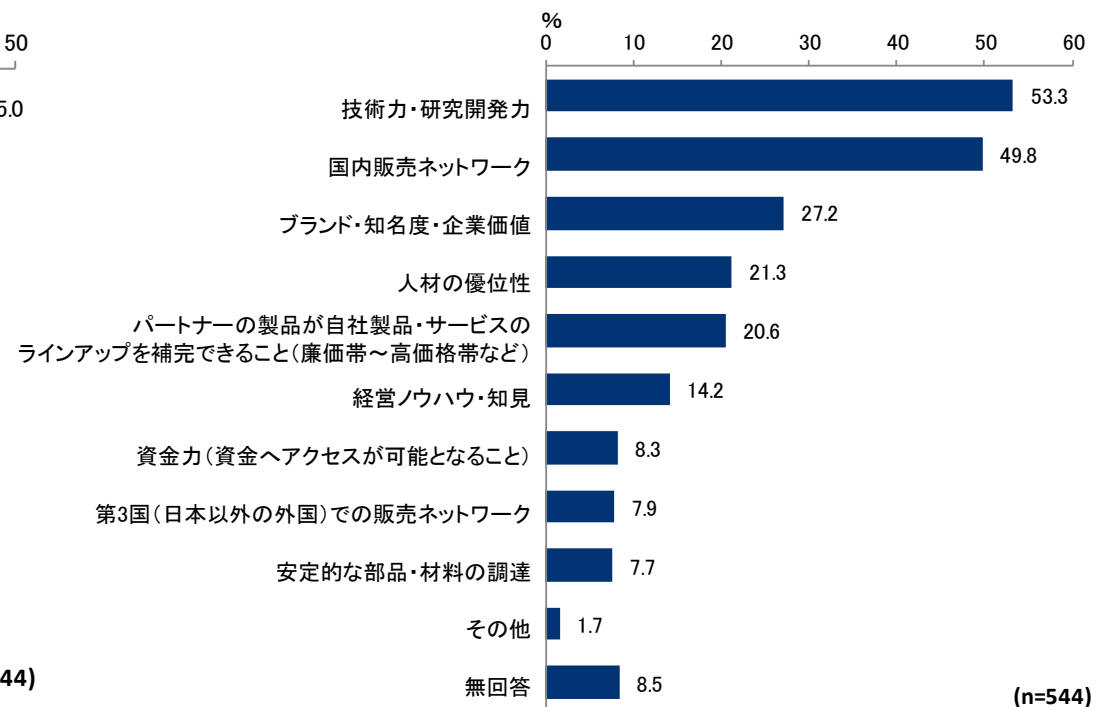
- 協業・連携（検討中を含む）のパートナーについては、「大企業」「中小企業」「大学」が4割前後が多い。
- パートナーの強みとして重要視する項目は、「技術力・研究開発力」が53.3%と半数を超え、次いで「国内販売ネットワークの広さ」が49.8%、「ブランド・知名度・企業価値」が27.2%となった。

協業・連携のパートナー（複数回答可）



Q25「協業・連携のパートナー」

パートナーの強みとして重要視する項目（複数回答可）



Q26「協業・連携のパートナーの強みとして重要視する項目」

3 | 「自社の体制構築の難しさ」や「情報収集」が協業・連携の課題

- 外資系企業と国内企業・機関との協業・連携の更なる活性化に向けて、その阻害要因を分析する。実施状況別にみると、協業を検討中の企業では「パートナー候補にかかる情報収集」が特に高かった。一方、過去に実施していたことがある企業では、「協業・連携を行う自社の体制構築の難しさ」「パートナーの日本語以外でのコミュニケーション能力の欠如」が高く、こうした課題により、継続を断念していた可能性が高い。
- 協業・連携に積極的な2016年以降に参入した企業では、パートナーの「意思決定の遅さ」「協業・連携への積極性や実績の欠如」も高く、パートナー先との調整に難航している様子もうかがえた。

協業・連携を行ううえでの課題（協業・連携実施状況・参入時期別）（複数回答可）

		協業・連携を行う自社の体制構築の難しさ	パートナー候補にかかる情報収集	パートナー（候補を含む）の日本語以外でのコミュニケーション能力の欠如	パートナー（候補を含む）の意思決定の遅さ	パートナー決定のためのデューデリジェンスの難しさ	パートナー（候補を含む）の協業・連携への積極性や実績（他社を含む）の欠如	パートナー（候補を含む）の担当者の頻繁な人事異動などによる交代	
		（単位：％）							
	全体	(n=1,348)	35.2	34.6	21.4	19.1	18.2	15.7	7.2
協業実施・連携状況の	実施している	(n=319)	31.7	32.6	25.7	26.6	12.2	22.9	9.1
	過去に実施したことがあるが、現在は行っていない	(n=100)	42.0	28.0	32.0	23.0	19.0	17.0	7.0
	実施したことはないが、検討している	(n=125)	40.8	51.2	16.8	28.8	24.8	23.2	10.4
	実施したことはなく、検討もしていない	(n=777)	35.8	34.5	19.3	14.3	20.1	11.8	6.0
参入時期	1980年以前	(n=115)	47.8	25.2	22.6	15.7	19.1	8.7	5.2
	1981～1990年	(n=130)	35.4	36.9	18.5	15.4	25.4	16.2	6.2
	1991～2000年	(n=197)	36.5	36.0	17.8	14.2	17.8	13.2	6.1
	2001～2010年	(n=364)	30.2	35.4	22.3	18.1	17.0	15.9	8.2
	2011～2015年	(n=232)	35.3	34.5	22.8	20.3	17.2	15.1	4.7
	2016年以降	(n=283)	35.3	35.0	23.0	26.9	17.3	21.2	10.2

Q27「協業・連携を行ううえでの課題」×Q24(1)「協業・連携の実施状況」、×Q7「国内外資系企業の設立時期あるいは出資時期」

4 | 協業・連携検討中企業で高い公的支援需要、連携先探しのニーズが顕著

- 活用経験または意向のある公的支援サービスは、回答企業全体では「補助金・インセンティブ」「国内市場、規制・制度などに関する情報提供」「採用に関するアレンジ」が上位。
- 協業・連携を検討中の企業は支援ニーズが総じて高い。補助金・インセンティブ、情報提供のほか、ビジネスパートナー探し、労務・税務に関するコンサルテーション、入管・ビザに関するコンサルテーション、サービスプロバイダー（社労士、不動産会社、人材紹介会社など）の紹介、中央省庁および関連団体との面談アレンジ、地方自治体との面談アレンジ、テンポラリーオフィスの貸与

活用経験または意向のある公的支援サービス（協業・連携実施状況・参入時期別）（複数回答可）

		補助金・インセンティブ	国内市場、規制・制度などに関する情報提供	人材紹介など採用に関するアレンジ	ビジネスパートナー探し	労務・税務に関するコンサルテーション	入管・ビザに関するコンサルテーション	サービスプロバイダー（社労士、不動産会社、人材紹介会社など）の紹介	中央省庁および関連団体との面談アレンジ	地方自治体との面談アレンジ	テンポラリーオフィスの貸与	
		（単位：%）										
全体		(n=1,348)	39.3	29.4	24.7	19.4	13.9	10.2	8.0	7.4	6.6	6.0
協業・連携の実施状況	実施している	(n=319)	44.8	32.9	26.0	24.5	15.7	13.2	8.8	15.0	10.7	8.8
	過去に実施したことがあるが、現在は行っていない	(n=100)	40.0	29.0	25.0	20.0	9.0	9.0	6.0	5.0	6.0	7.0
	実施したことはないが、検討している	(n=125)	54.4	50.4	32.0	38.4	18.4	16.0	12.8	17.6	14.4	12.0
	実施したことはなく、検討もしていない	(n=777)	35.6	25.4	23.4	14.8	13.5	8.5	7.2	3.2	4.0	4.0
参入時期	1980年以前	(n=115)	24.3	22.6	18.3	10.4	11.3	9.6	7.8	6.1	6.1	0.9
	1981～1990年	(n=130)	39.2	21.5	24.6	13.8	11.5	12.3	6.9	6.9	3.8	6.2
	1991～2000年	(n=197)	33.5	31.5	20.3	17.3	15.2	7.1	6.6	5.6	4.6	5.6
	2001～2010年	(n=364)	36.0	28.3	24.2	17.6	11.8	9.3	5.8	5.2	4.9	4.1
	2011～2015年	(n=232)	44.0	31.0	24.6	19.8	14.2	9.9	7.8	7.8	6.5	6.5
	2016年以降	(n=283)	50.5	34.6	30.7	29.7	16.6	11.7	11.3	12.7	12.0	10.2

Q29「活用したことがある、あるいは活用したい公的機関の支援サービス」
×Q24(1)「協業・連携の実施状況」、×Q7「国内外資系企業の設立時期あるいは出資時期」

4. 国内外資系企業の事業拡大に向けての示唆

1. 事業拡大と国内企業・機関との協業・連携

- 国内外資系企業の業績は回復傾向が鮮明であり、日本国内での新規拠点設置や既存拠点の強化などを含む国内事業計画については拡大志向の高まりがうかがえる。
- 国内事業の拡大志向が高い企業は、協業・連携に積極的という傾向がみられている。協業・連携の促進は、パートナーとなる国内企業・機関への新たな付加価値の創出だけでなく、国内外資系企業の事業拡大の後押し要因となる可能性が示唆される。

2. 外資系企業から見た日本の「買い」ポイントと地域経済

- 国内外資系企業にとって、日本の市場規模が引き続き大きな魅力となっている。一方、社会・経済の安定性を魅力として挙げる企業も多い。経済の分断などの悪影響を受けながらも、日本市場・ビジネスの重要性の低下という側面は限定的であるとも言え、世界での不確実性が高まる中、日本の安定性は魅力ともなっている。
- また、業歴が浅い企業は、現時点の市場規模のみに限らず、自社ビジネスの日本での成長性を見い出したり、日本が抱える社会課題を解決することによって成長できる機会を見出している。こうした企業は地域に進出する割合も比較的高く、新たなイノベーションを生むスタートアップの地域への進出の可能性を示唆している。

3. 課題となる人材確保

- 一方、人材確保は全国的に大きな課題となっているものの、特に都市圏外の地域で深刻。労働市場全般が切迫する中ではあるが、この点の解消が望まれる。アジア系企業や一部サービス産業を中心に外国人の活用などの多様化が進んでおり、こうした事例はひとつのヒントとなる可能性がある。なお、外国人材の円滑な就労・在留に向けては行政手続きのデジタル化や在留資格取得の円滑化が求められている。

【参考】調査項目一覧

I. 貴社の概要について

1. 外国親会社と国内外資系企業の業種
2. 外国親会社の出資比率
3. 外国親会社の国・地域
4. 外国親会社のアジアでの展開について、日本以外に法人のある国・地域
5. 外国親会社が設立されてからの年数
6. 国内拠点の所在地およびその機能
7. 国内外資系企業の設立時期あるいは出資時期
8. 国内外資系企業の設立あるいは出資形態
9. 国内外資系企業の資本金
10. 国内外資系企業の従業員数
11. 国内外資系企業の直近決算年度の売上高
12. 国内外資系企業の直近決算年度の売上高の前年度比増減

II. 日本のビジネス環境について

13. 日本のビジネス環境の魅力
14. 日本のビジネス環境の変化
15. 日本でのビジネス活動にあたり、特に改善を期待する項目
16. 外国人投資家・起業家・経営者・ビジネスマンの日本国内での就労・在留にあたって、必要な環境整備
17. 外国人投資家・起業家・経営者・ビジネスマンの日本国内での就労・在留にあたって、拡充・改善・導入が望まれる施設・サービス・制度

III. 貴社のビジネス計画について

18. 将来的な国内事業計画の方針
19. 今後の新規拠点設置や既存拠点強化の予定
20. 立地場所の選定において重視する点
21. 国内事業における人材雇用の状況
22. 国内事業における人材雇用の展望
23. 確保が困難な人材と人材確保が困難な理由

IV. 国内における協業・連携

24. 協業・連携の実施状況とその内容
25. 協業・連携のパートナー
26. 協業・連携のパートナーの強みとして重要視する項目
27. 協業・連携を行ううえでの課題

V. その他

28. 4つの事象が国内外資系企業に与える影響
29. 活用したことがある、あるいは活用したい公的機関の支援サービス