

ジェトロ対日投資報告

JETRO Invest Japan Report

2022



第2章 外資系企業のビジネス実態

第2章では、日本への新規参入を検討する外国企業に情報提供することと、地域への外資誘致や日本企業との協業促進の参考材料とすることを念頭に、ジェトロが3月に発表した「外資系ビジネス実態アンケート」の調査結果をもとに、新型コロナウイルス感染拡大をはじめとした事業環境の変化が与えた事業計画への影響、外資系企業の地域への進出状況や追加投資するにあたってのポイント、日本企業とのオープンイノベーション(協業連携)の現状などにより焦点を当てて考察する。

なお、今回、新たに分析・記述した内容については「新規分析」マークを付している。

第1節 外資系企業の概要

1. 外資系ビジネス実態アンケート調査概要

本アンケートは、2021年9月～10月にかけて、国内の外資系企業6,582社を対象に実施し、1,315社(有効回答率20.0%)から回答を取得した。

内訳を業種別にみると、製造業15.0%、卸売業・商社38.6%、小売業3.8%、サービス業その他30.3%であった。外国親会社を地域別にみると、欧州が39.8%、アジアが34.0%、北米が21.2%となった(図表2-1)。

図表2-1 アンケート回答企業の概要1 新規分析

業種	回答数	構成比 (%)
製造業	197	15.0
卸売業・商社	507	38.6
小売業	50	3.8
サービス業その他	398	30.3

図表2-1 アンケート回答企業の概要2 新規分析

業種	回答数	構成比 (%)
大企業	61	4.6
中小企業	1,088	82.7

図表2-1 アンケート回答企業の概要3 新規分析

親会社地域	回答数	構成比 (%)
北米	279	21.2
米国	264	20.1
カナダ	15	1.1
アジア	447	34.0
中国	135	10.3
台湾	84	6.4
韓国	81	6.2
香港	75	5.7
シンガポール	42	3.2
その他アジア	30	2.3
欧州	523	39.8
ドイツ	167	12.7
フランス	82	6.2
英国	70	5.3
スイス	50	3.8
オランダ	33	2.5
その他欧州	121	9.2
その他	41	3.1

2. 外国親会社の国・地域の分布



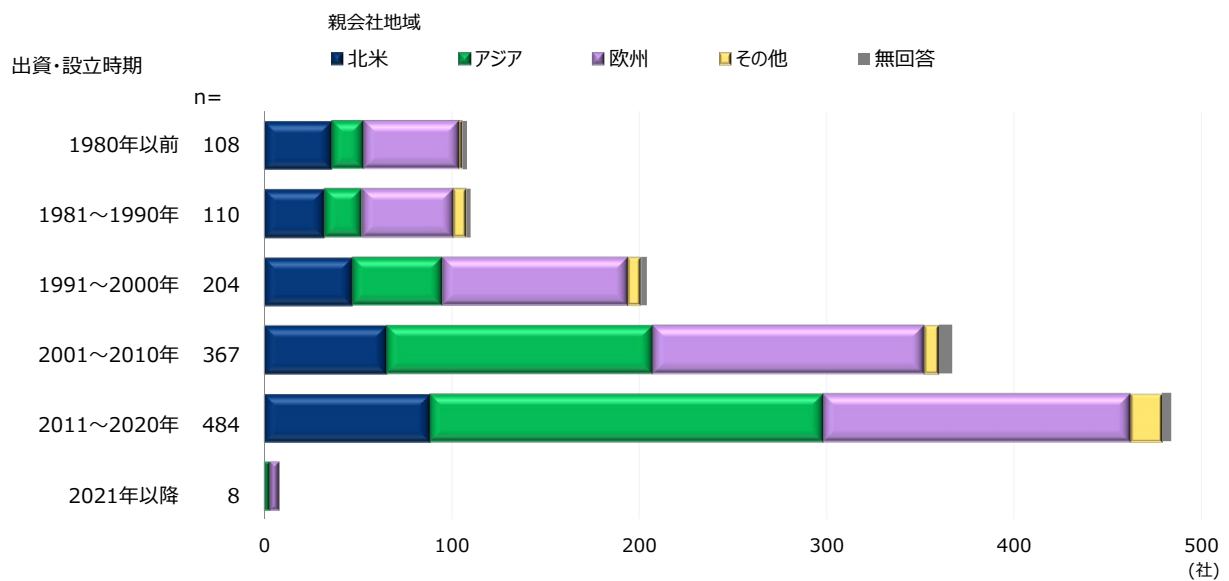
外国親会社の出資比率を調査したところ、全体の68.1%が100%外国資本であった。業種別でみると、小売業では出資比率が50%超100%未満が31.6%を占めており、合併企業など多い傾向がみられる(図表2-2)。新規分析

外国親会社の国・地域を日本への出資・設立時期別にみると2001年以降アジアからの進出件数が大きく伸びている(図表2-3)。

図表2-2 外国親会社出資比率(単位：社、%) 新規分析

業種別	n=	1/3以下	1/3超～ 50%未満	50%	50%超～ 100%未満	100%	無回答
全体	1,315	3.3	2.4	2.7	13.1	68.1	10.3
製造業	670	2.7	2.5	2.7	12.8	71.6	7.6
卸売業・商社	115	5.2	1.7	4.3	9.6	66.1	13.0
小売業	19	5.3	5.3	—	31.6	47.4	10.5
サービス業その他	392	3.8	2.8	2.6	14.5	66.8	9.4

図表2-3 出資・設立時期と親会社国・地域

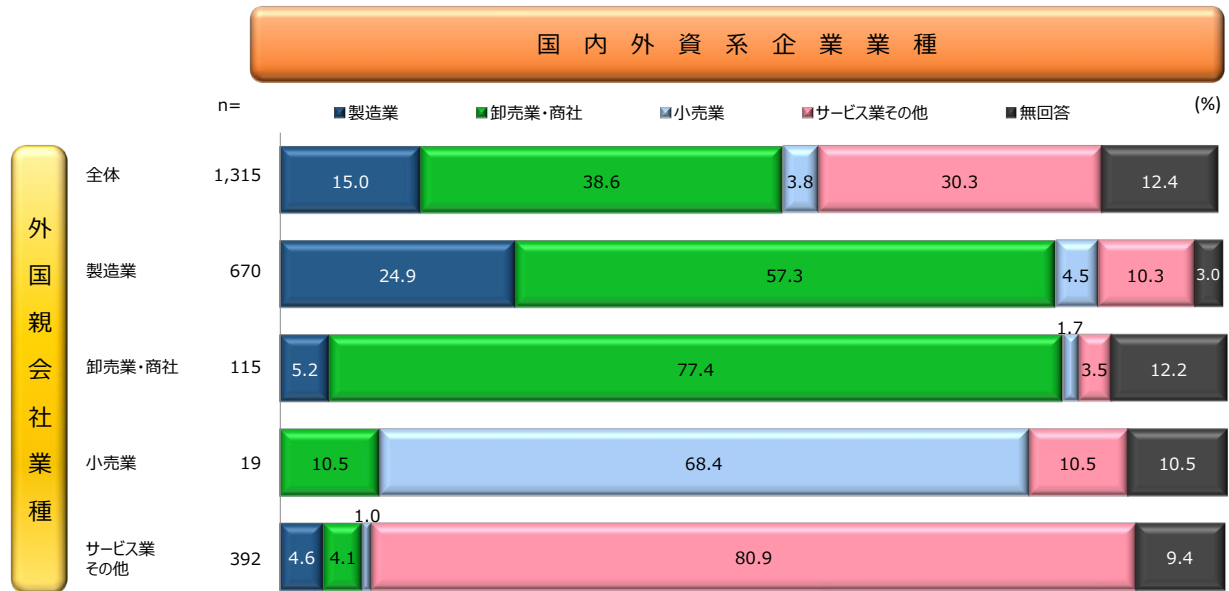


3. 外国親会社と国内外資系企業の業種 新規分析

外国親会社の業種をみると、製造業が最も多く、670社(全体の51.0%)となり、次いでサービス業その他が392社(29.8%)、卸売業・商社が115社(8.7%)、小売業が19社(1.4%)である。(図表2-4の縦軸)。

日本で設立した際の業種は、外国親会社が製造業であっても、日本国内では卸売業・商社である企業が57.3%を占める(図表2-4の横軸)。

図表2-4 外国親会社業種と国内外資系業種 新規分析



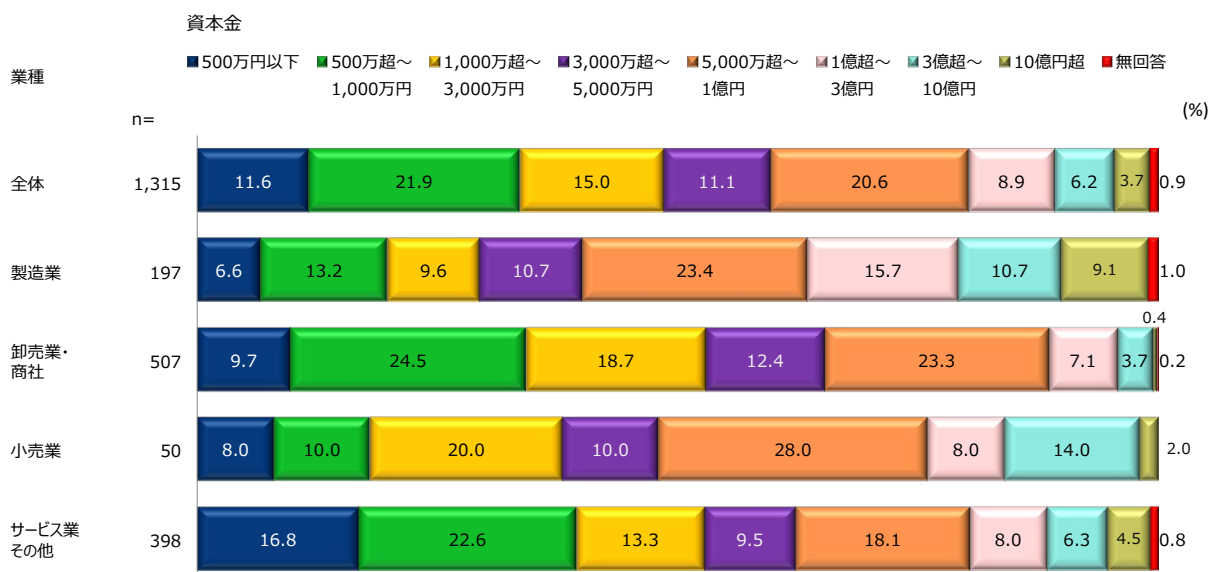
4. 国内外資系企業の規模 新規分析

国内外資系企業に、資本金および従業員数について聞いた回答結果は以下の通りである。

資本金規模は全体でみると「500万超～1000万円」が21.9%、「5000万超～1億円」が20.6%で、製造業、小売業で比較的資本金が大きい(図表2-5)。

従業員数では、全体の82.7%が50人以下であり、卸売業・商社では50人以下が92.3%である。(図表2-6)。

図表2-5 国内外資系企業の資本金規模 新規分析



図表2-6 国内外資系企業の従業員数 新規分析



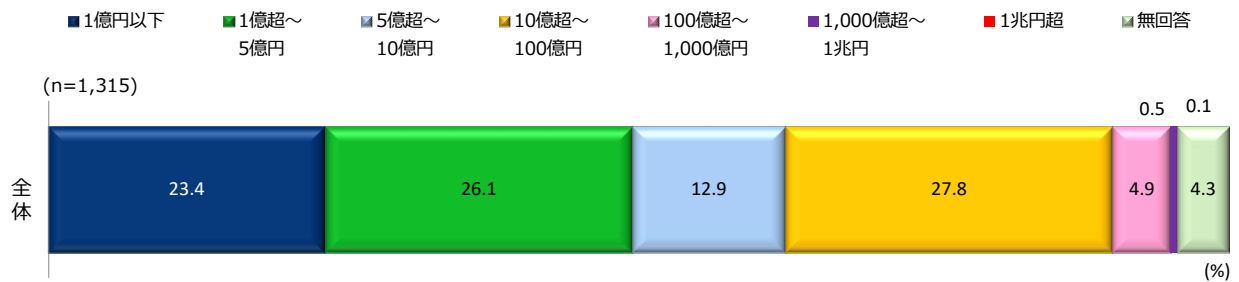
5. 国内外資系企業の業績

国内外資系企業に、売上高とその増減について聞いた回答結果は以下の通りである。

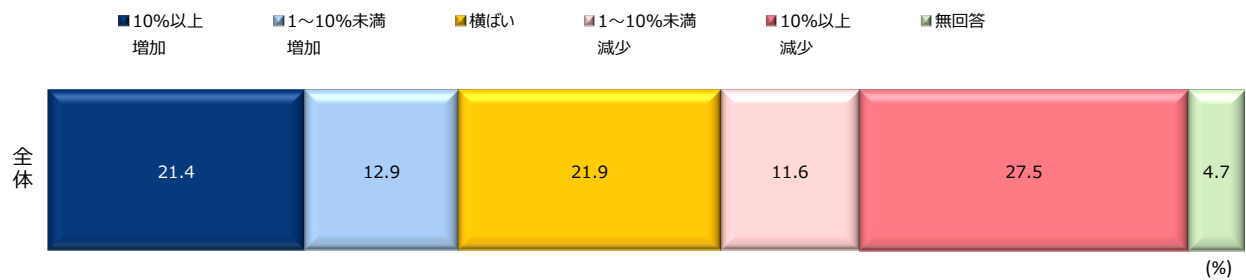
売上高では1億円から5億円までが26.1%で最も多かった。

売上高の前年度比増減については、「10%以上の減少」が27.5%で最も多いが、「横ばい」が21.9%、「10%以上増加」が21.4%といずれも二割台で分散している(図表2-8)。

図表2-7 国内外資系企業の売上高



図表2-8 国内外資系企業の売上増減

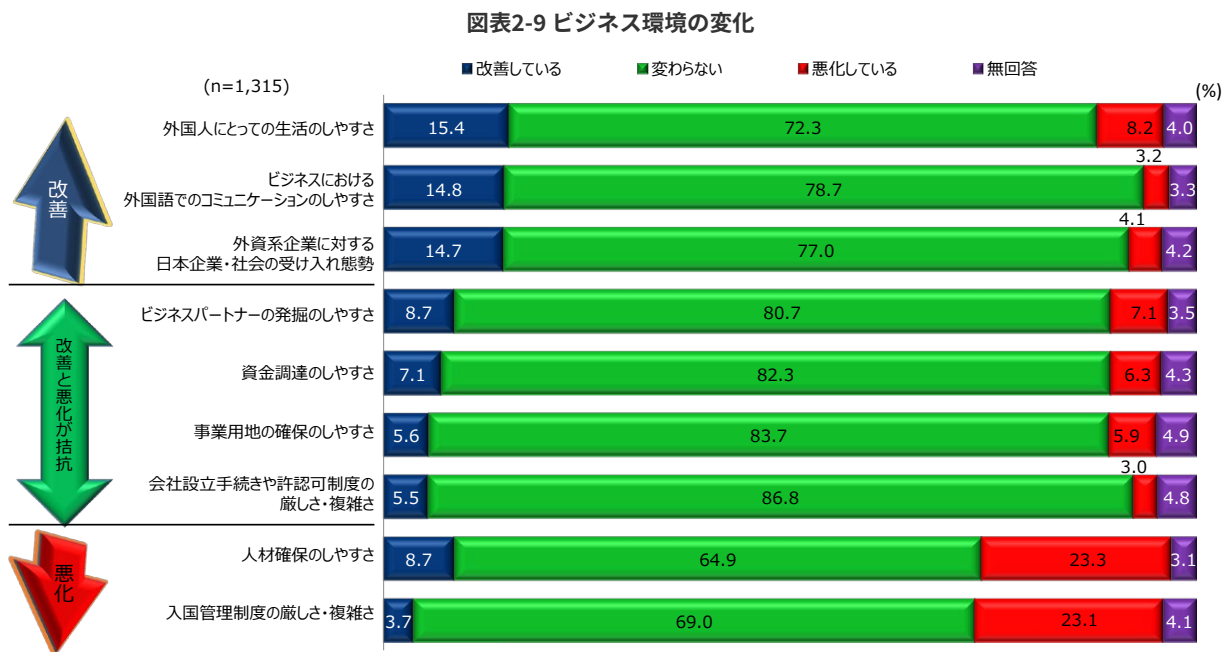


第2節 ビジネス環境の変化と事業計画

1. 日本のビジネス環境の変化

ビジネス環境の変化について、それぞれの項目について「改善している」、「変わらない」、「悪化している」が聞いたところ、「外国人にとっての生活のしやすさ」や、「外資系企業に対する日本企業・社会の受け入れ態勢」といった、生活・社会環境については改善がみられる。

一方「ビジネスパートナーの発掘のしやすさ」、「資金調達のしやすさ」などのビジネス環境は改善と悪化が拮抗している。「入国管理体制の厳しさ・複雑さ」の悪化については新型コロナウイルス感染拡大に対する水際対策の影響が要因と考えられる(図表2-9)。



2. コロナ禍の影響と将来の事業計画 新規分析



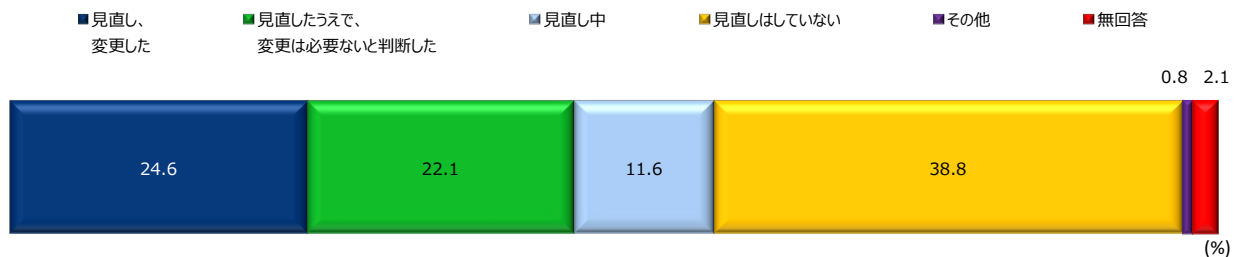
新型コロナウイルスの感染拡大による、国内事業の計画の見直し・変更の有無を聞いたところ、「見直しはしていない」が38.8%であった。「見直したうえで、変更は必要ない」と合わせると約6割が国内事業計画を継続している(図表2-10)。

また、将来的な国内事業の計画について聞いたところ、全体の52.6%が「強化・拡大する」と回答しており、特に大企業では60.7%と積極的な姿勢が伺える(図表2-11)。 新規分析

この結果から新型コロナウイルスの感染拡大がありつつも将来的な日本でのビジネス拡大を目指す外資系企業が多いことがわかる。

図表2-10 新型コロナ感染症の感染拡大による、国内事業の計画の見直し・変更の有無 新規分析

(n=1,315)



図表2-11 将来的な事業計画 新規分析

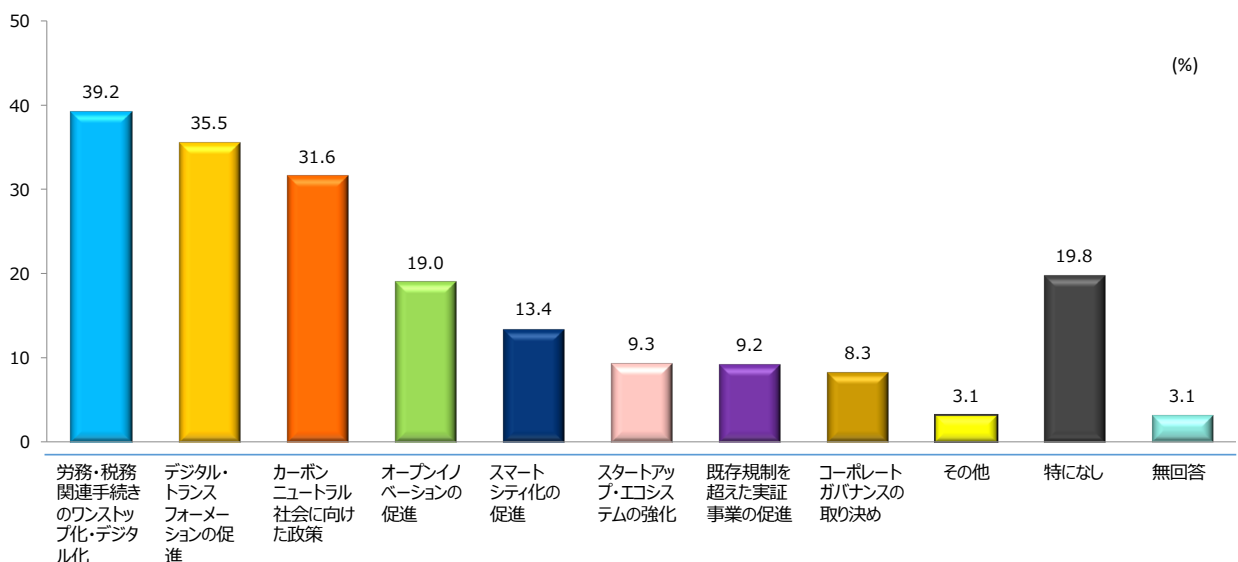


3. 今後のビジネス活動にむけた注目施策



日本でのビジネス活動にあたり、注目する政府施策の分野について複数回答で聞いたところ、「労務・税務関連手続きのワンストップ化」が全体で39.2%と最も高かった(図表2-12)。「デジタル・トランスフォーメーションの促進」はサービス業その他で、「カーボンニュートラル社会に向けた政策」は製造業に関心が高く、ともに4割を超えた。

図表2-12 注目施策(複数回答可)



第3節 外資系企業の地域への進出

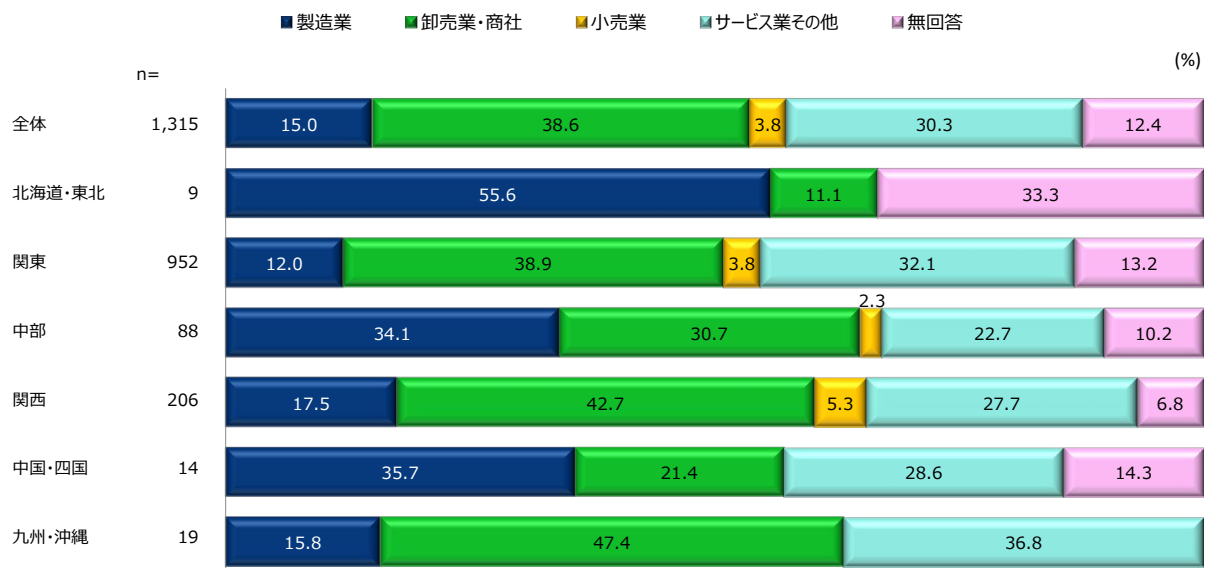
1. 国内外資系企業の本社所在地

対日直接投資促進戦略において、外資系企業の地方への進出を促進し、地域経済の活性化に結び付けていくことが求められているところ、外資系企業の地域への進出状況を考察する。

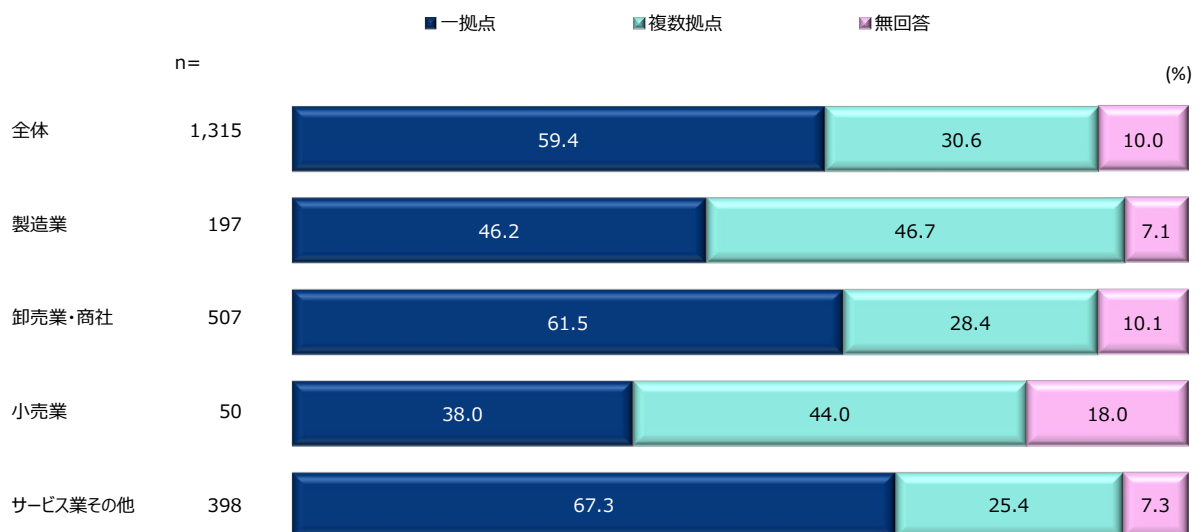
国内外資系企業の本社所在地を地域別に集計すると、関東が72.4%を占めた。地域ごとの業種の特徴として、関東、関西地方では卸売業・商社がそれぞれ38.9%、42.7%と高く、中部には製造業が34.1%と高い(図表2-13)。新規分析

また、国内拠点数を聞いたところ、国内に拠点を複数持つ企業は、全体の30.6%を占めた。製造業や小売業で、拠点を複数持つ傾向がみられる(図表2-14)。複数拠点を持つ企業の立地先を都道府県別でみると、東京都以外では愛知県、大阪府、福岡県が多かった。新規分析

図表2-13 地域別本社所在地 新規分析



図表2-14 業種別拠点数 新規分析



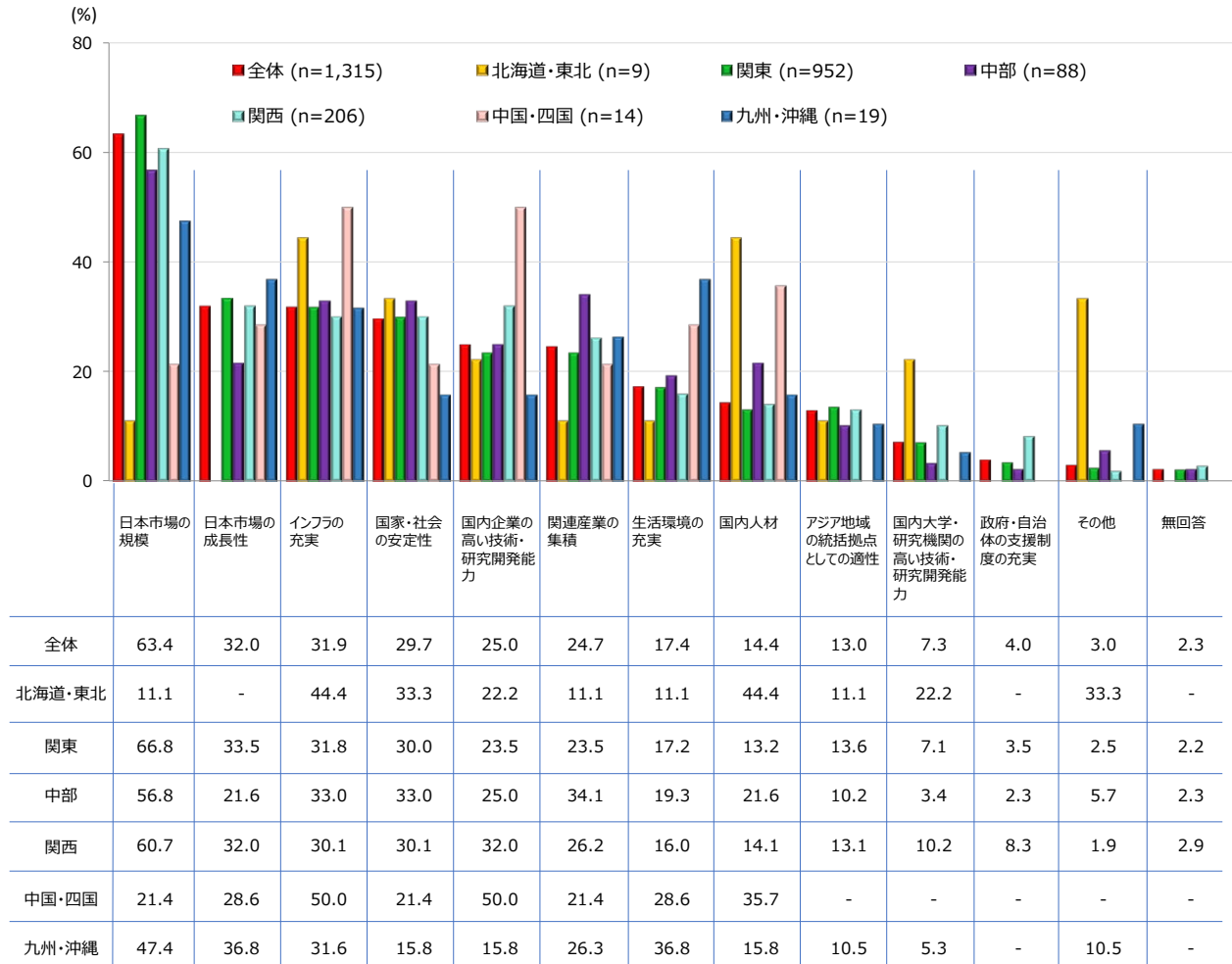
2. 日本のビジネス環境の魅力



本アンケートでは、外資系企業が魅力的と感じる日本のビジネス環境について、複数回答可の選択式で回答を得た。集計結果によると、日本のビジネス環境の魅力としては、「市場規模」が63.4%と最も高く、「日本市場の成長性」が32.0%、「インフラの充実」が31.9%で続く。

地域別にみると、中国・四国地方で「国内企業の高い技術・研究開発能力」を選択した割合が高かった。また、「生活環境の充実」は南に行くほど高くなる傾向がみられる(図表2-15)。新規分析

図表2-15 日本のビジネス環境の魅力 新規分析

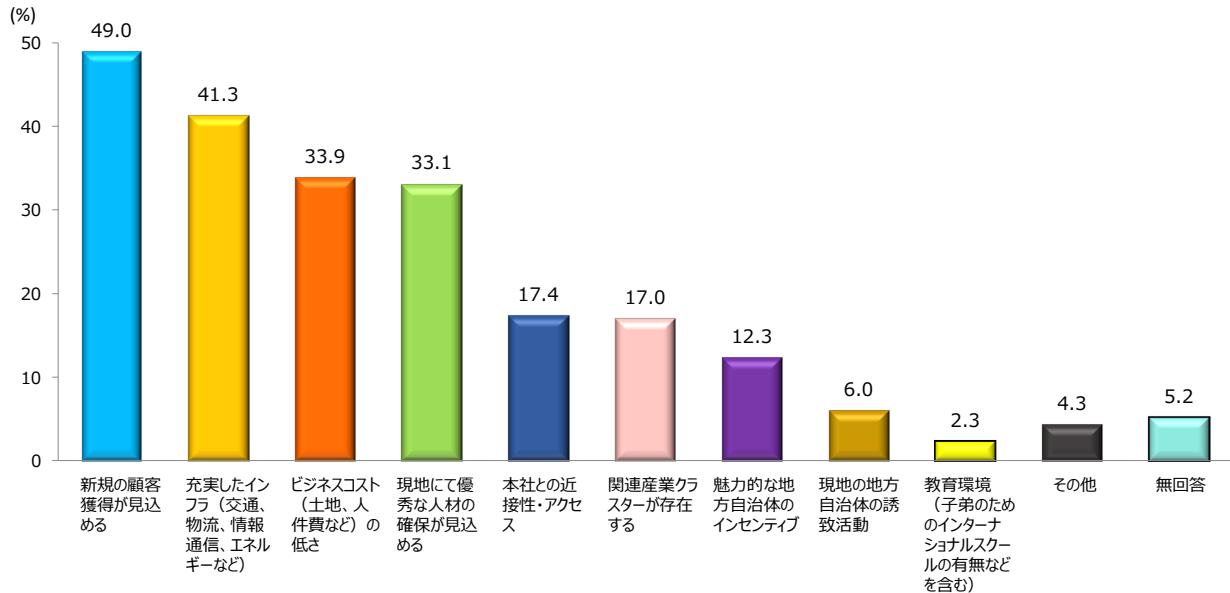


3. 新たに拠点を設置する際に重視する事項 新規分析



既存拠点の強化あるいは新たに拠点を設置する場合、地域・都道府県の選定において重視する点を複数回答で聞いたところ、全体では、「新規の顧客獲得が見込める」が最も多かった(図表2-16)。この傾向は特に小売業・サービス業その他で顕著。一方で、製造業では「ビジネスコストの低さ」が重視されている。

図表2-16 拠点設置の際に重視する事項(複数回答可) 新規分析



第4節 オープンイノベーション(協業・連携)



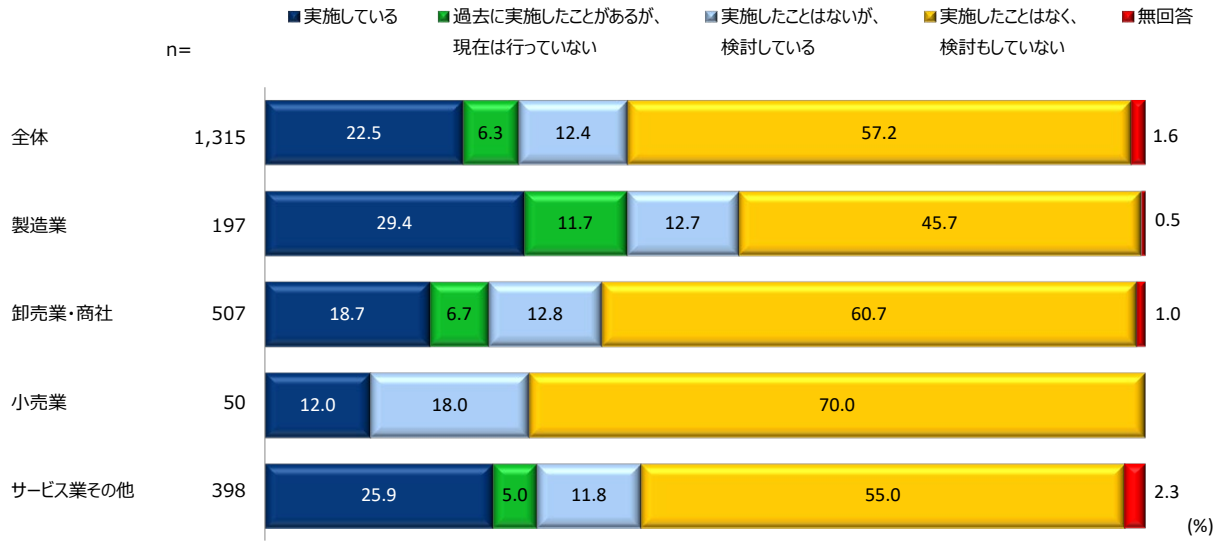
1. 日本での外資系企業の協業パートナー



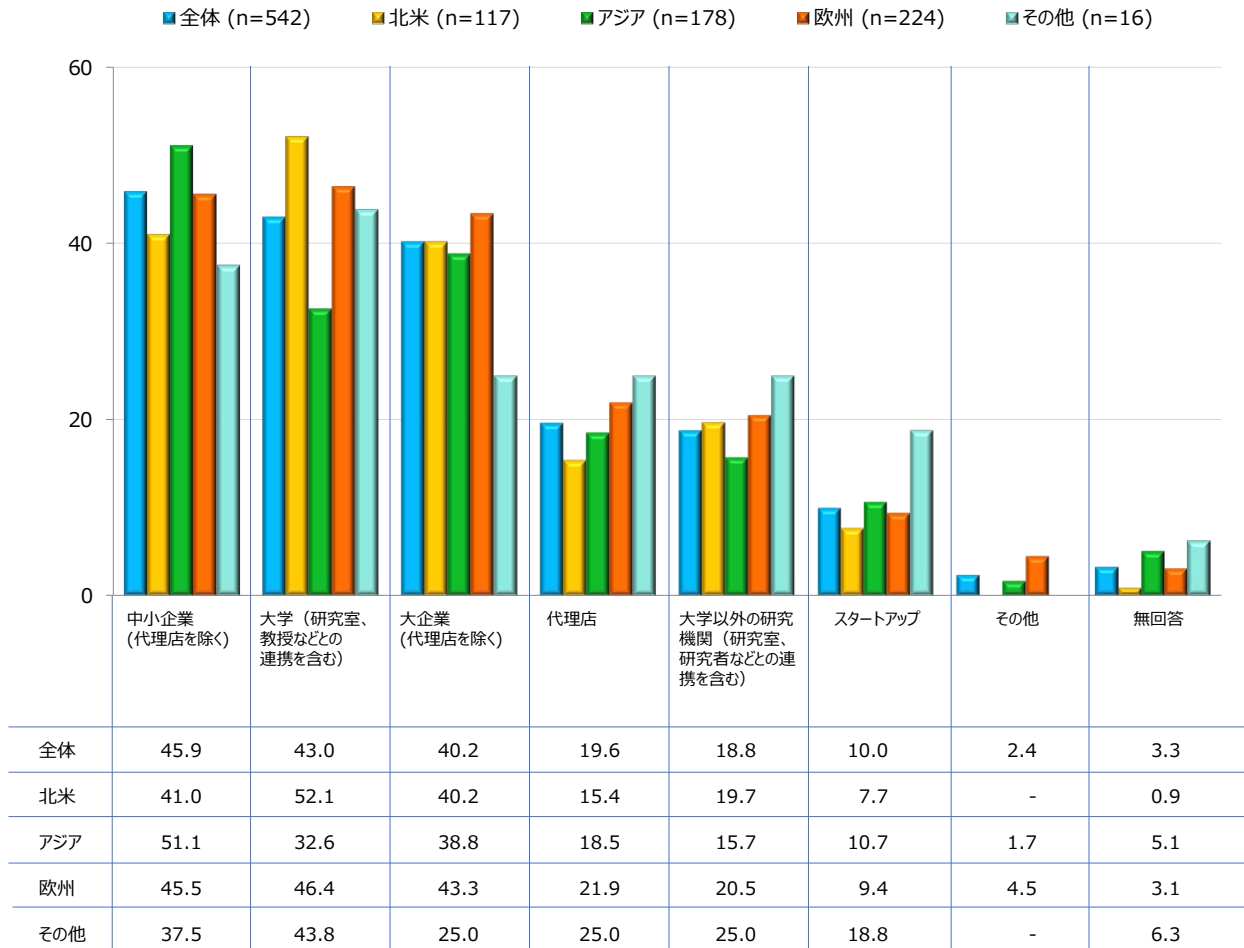
国内ビジネス展開における国内企業・大学・研究機関などとの協業・連携の取り組みについて、実施状況については、協業・連携を「実施している」・「過去に実施したことがある」・「実施を検討している」企業は、全体の41.2%であった。国内での業種別で見ると、製造業(29.4%)、サービス業その他(25.9%)で「実施している」と回答した割合が高い。一方、小売業では18.0%が「実施したことはないが、検討している」と回答しており、実施意欲が高い(図表2-17)。 新規分析

親会社の国・地域別で協業パートナー(検討中を含む)をみると、アジアでは中小企業(代理店を除く)が高い(51.1%)一方、北米、欧州では大学が最も高かった(それぞれ、52.1%、46.4%)(図表2-18)。 新規分析

図表2-17 業種別にみる協業・連携の実施状況 新規分析



図表2-18 協業パートナー(複数回答可) 新規分析

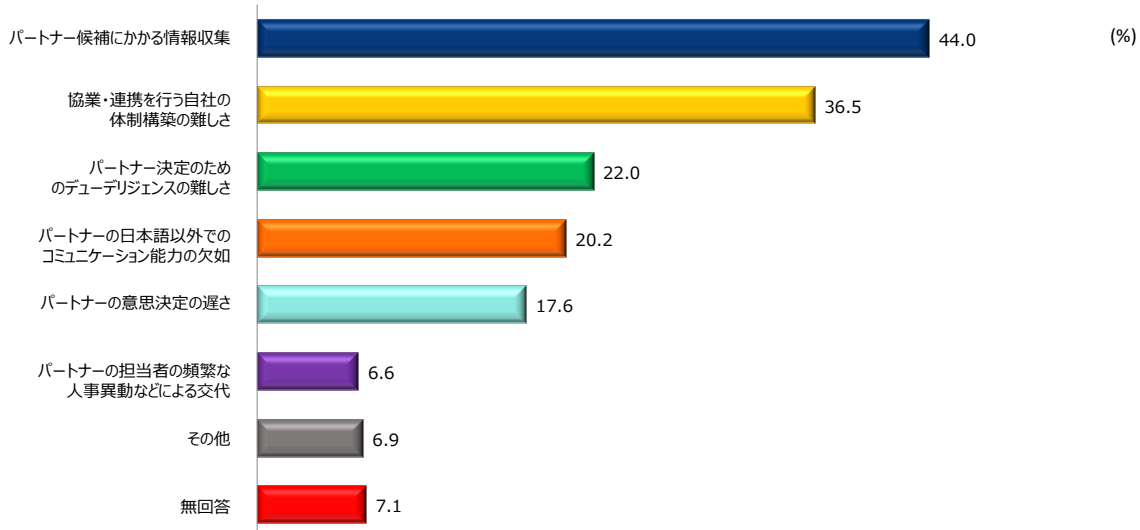


2. 協業・連携上の課題



協業・連携上の課題としては、「パートナー候補の情報収集」が44.0%で最も高く、次いで「協業・連携を行う自社の体制構築の難しさ」が36.5%であった(図表2-19)。情報発信やマッチングの機会提供が求められている。

図表2-19 協業・連携上の課題(複数回答可)



[コラム] 協業・連携促進に向けたジェトロの取り組み



- [事業] 地域への対日直接投資カンファレンス (Regional Business Conference)
(URL:<https://www.jetro.go.jp/news/releases/2022/b7aaf35fac73e317.html>)
外国企業に対して日本の地域のビジネス環境の魅力を発信し、地場企業や大学との協業や連携を促す事業。日本の地域にとっては、社会課題の解決となりうる技術・サービスを呼び込むことが可能となる一方、外国企業にとっては、地域の企業や大学・研究機関等の協業連携候補とのマッチングを効率的に実施することが可能となる。2022年度はヘルスケア、トラベルテック、フードテックの分野で実施。
- [事業] グローバル・オープン・イノベーション
国内の大学及び大学発ベンチャーの技術や研究成果等のシーズと、日本企業・大学との連携・協業を期待する外国・外資系企業や海外大学のマッチング支援等を行う。2022年度はヘルスケア分野を対象とし、ジェトロの国際企業連携支援プラットフォーム「J-Bridge」(URL:<https://www.jetro.go.jp/jdxportal/j-bridge/>)等と連携しつつ、共同研究開発など、外国・外資系企業のオープン・イノベーションの取り組みを支援する。
- [支援事例] 国立がん研究センター (NCC) と外国企業・機関の連携
- ・ジェトロは、米国のフレデリック国立がん研究所 (FNLCR) (注) を日本に招へいし、個別商談会を実施。これにより、FNLCR と国立がん研究センター先端医療開発センター (NCC EPOC) は 2021 年 9 月、AI 診断と創薬を中心とする連携協定を締結。
(注) 米国最大のヘルスケア研究機関である国立衛生研究所 (NIH) の一部である国立がん研究所 (NCI) 傘下で、がんを中心とするバイオメディカル分野の研究を行う国立研究機関。
 - ・スペインの難治性がん治療薬開発企業であるアルジュナ・セラピューティクスを招へいし、マッチングを実施。2019 年 9 月に同社と国立がん研究センターは、難治性がん創薬に係る共同研究契約を締結した。

[世界に広がるジェトロ・ネットワーク]



JETRO

日本貿易振興機構（ジェトロ）
対日投資部 対日投資課
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6階
TEL:03-3582-5571

www.jetro.go.jp/invest/