

在日ドイツ商工会議所実施 在日ドイツ企業景況調査

日本におけるドイツビジネス 2016



目次

1	日独間の貿易と経済関係	6
2	向こう一年間のビジネス環境	9
3	在日ドイツ企業の課題とチャンス	12
4	世界における日本企業とのビジネス	15
5	調査した企業のプロフィール	18

発行者



在日ドイツ商工会議所
〒102-0075 東京都千代田区三番町2-4
三番町KSビル5F
Tel +81-(0)3-5276-8741
E-Mail japanmarkt@dihkj.or.jp
Web www.japan.ahk.de



協力：

GTAI GERMANY
TRADE & INVEST

ドイツ貿易・投資振興機関
Friedrichstraße 60, 10117 Berlin
Tel +49-(0)30-200-099-0
Web www.gtai.com

編集：
バトリック ベスラー、エリース ケテルセン、デラ喜世

表紙写真：
iStock/Tomm

デザイン・制作・印刷：
株式会社ネクサス・コミュニケーションズ

引用の際は出典を明記すること。

概要

日本でビジネスを展開している
ドイツ企業の...

85%

が、日本のビジネス
パートナーとの関係における
高い安定性と信頼性を
重要な立地要因に挙げている。

54%

が、**日本国外でも**
既に日本企業と
ビジネスを行っている。

89%

が、**経常利益／税引前利益**を
上げている。

78%

が、**企業が望む人材の確保**が
課題だと感じている。

70%

が、向こう一年間で
ビジネスが好転すると
予測している。

91%

が、日本市場の
ポテンシャルは
高いと考えている。

48%

が、「アベノミクス」の
影響は**わずかである**
と感じている。

親愛なる読者の皆様

2011年の東日本大震災以降、日本におけるドイツ企業は大きな変化を経験しました。ドイツでは、これらの変化はあまり重要視されていないか、もしくはほとんど知られていません。しかしながら、この日本での変化は、ドイツ企業のアジア戦略の方針に少なからぬ影響を及ぼす可能性があります。ドイツ企業のアジア戦略においては、当然のことながら新興国の6%を超えるような成長率へ注目が集まることがほとんどです。一方、日本はこの範疇には入っていませんが、G7諸国においても、アジアの新興国と同様の成長をしている国はありません。日本という国は、そういった成長指数だけに基つき評価するには、あるいはその価値を確定するには、複雑すぎる要素を持っています。具体的には、日本の投資額は世界的にもトップクラスを誇ります。その投資総額はここ数年、しばしば中国と韓国の合計をも上回っています。背景にあるのは、日本経済のグローバル化への積極的な試みです。特にアジアでは、日本は成長と競争力を確実にするため、経済的な枠組み構築のキープレーヤーとしてのポジションを強化しています。このような展開は、アジアにおけるドイツ企業の活動にどのような影響を与えるでしょうか？

この調査に回答した企業の大多数は、2011年以降の日本の変化のなかで確実に利益を上げています。多くの企業は、日本でのビジネスを基点とした日本以外の国での新たなビジネスの可能性に気づいただけでなく、それを既に実行し、日本の国内市場を超える売上を上げています。さらに、その傾向は強まっています。こうしたビジネス展開のためだけに、日本に事業所を開設する企業もあるほどです。

長期にわたり日本で積極的なビジネスを展開しているドイツ企業の素晴らしい成果が、その努力の正当性を証明しています。多くの課題と複雑な規制があるにもかかわらず、大部分のドイツ企業は日本でのビジネスにおいて、充実した業績を残しています。多くの企業は日本で何年にもわたり上首尾なビジネスを展開し、日本のポテンシャルの大きな市場、並びに他国では提供されていない、高い安定性と安全性を高く評価しています。日本への関心は著しく増加しています。さらに注目に値するのは、多くの企業が今後数カ月の全体的な日本経済の動向を



懐疑的に見ているにもかかわらず、それが自社の売上予測には全く影響なしとしている点です。日本で長期的にビジネスを展開している企業は、安定した成功につながるビジネス関係を日本のパートナー企業と築くことができています。そういった企業とは、主に5年以上日本でビジネスを行っている企業です。

この調査は、2016年2月に実施されたオンライン調査に基づきます。調査対象は、日本国内のドイツ企業、348社のトップマネジメントです。回答数は94社、回答率は27%でした。結果はとても印象的なものでした。アジアにおいて日本のような国は他にありません。世界でビジネスを展開するドイツ企業のアジア戦略において、日本の果たす役割は大変重要なものなのです。

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Mr. Schürmann".

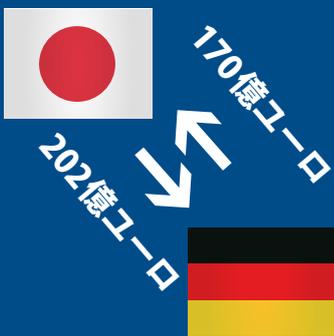
駐日ドイツ商工特別代表
マークウス シュールマン

1 日独間の貿易と経済関係

輸出規模

日本はわずかに貿易黒字である。直接投資、事業所数では、日本の黒字幅は広がる。

2015年の貿易高



出典：GTAI

直接投資

(2008年～14年の平均額)



出典：JETRO、財務省

- 日本は、ドイツにとってアジアで中国に次ぐ重要な貿易相手国である
- ドイツは、日本にとってヨーロッパで最も重要な貿易相手国である
- 日本の戦略的な重要性は、マクロ経済指数だけでは示すことができない

日独経済関係は長期的に非常に安定している。EUや東アジアの急激な経済発展や危機による影響はほとんど見られず、過去数年、相互の貿易規模は恒常的に拡大している。2015年の両国間の貿易高は、約372億ユーロだった。

日本の対独貿易収支は、長期にわたり黒字である。2015年のドイツから日本への輸出額は、170億ユーロであった。逆にドイツの日本からの輸入額は、202億ユーロであった。このように、ドイツにとって、日本はアジアで中国に次ぐ重要な貿易相手国となっている。日本にとっては、ドイツがヨーロッパで最も重要な貿易相手国である。ドイツから日本への輸出品の多くは、乗用車および自動車部品、化学、機械製造の分野の製品である。ドイツ国内の日本企業は約1,600社に及び、そのほとんどは、デュッセルドルフ、フランクフルト・アム・マイン、ミュンヘン、ハンブルク周辺に所在する。在日ドイツ商工会議所によると、日本国内のドイツ企業は約450社で、2012年以降は再び緩やかな増加傾向にある。それらの大部分は東京エリアに集中し、これに続く大阪、神戸エリアには、約40社のドイツ企業が所在する。

2008年～09年以降の相互投資の増加

直接投資 (Foreign Direct Investment/FDI) においても、日本が優位に立つ。2008年～09年の金融経済危機の後、日本企業は世界各地で積極的に投資を行った。ドイツに向けても同様である。日本の財務省統計によると、日本からドイツへの直接投資額は、2008年から2014年の間で、毎年約21億ドルである。それ以前の7年間は、毎年平均約6億8,700万ドルだった。ドイツから日本への直接投資額は、2011年3月11日の東日本大震災にもかかわらず、2008年以降の6年間で平均約2倍に増えている。ただし、投資額は年によって大きく変動している。在日ドイツ企業の事業所数に変化はないことから、ほとんどはM&A、または設備投資に向けられたと考えられる。平均して毎年約3億7,200万ドル、2008年以降は約6億9,700万ドルが投資されている。

“2008年以降、ドイツから日本への 直接投資は、2011年3月11日の大震災にも かかわらず、平均約2倍になっている”

多くの日本企業にとって、ドイツはEU市場の重要な窓口である。しかしドイツ企業は、アジアの様々な地域に拠点を構えている。アジアはヨーロッパとは異なり、経済的に統合されておらず、異なるビジネス環境が混在しているからだ。今回調査した企業の約20%が、地域統括本部の所在地はシンガポールであると回答している。また13%が、中国から地域ビジネスをコントロールし、11%が東京に地域統括本部を置いている。

日本の戦略的な重要性

ドイツと日本の世界的に見る経済力の大きさに比べると、両国間の貿易高はそれほど大きくはない。しかしその規模がそのまま、ドイツ企業にとっての日本の重要性を表しているわけではない。高価値で複合的な製品を製造するドイツメーカーの多くは、世界中の生産現場で日本のサプライヤを必要としている。電子制御装置やメモリモジュールなどのいくつか

のコンポーネント分野では、日本のサプライヤが市場の大部分を占めており、例えば2011年3月11日の大震災の後には、供給不足により世界中で生産停止を引き起こしたほどだ。また、日本は立地的にも、ビジネスパートナーとしても、数値で示すことのできない戦略的に重要な多くの要素をドイツ企業に提供している。日本の高い品質基準は、ドイツメーカーにとってもベンチマークとなっている。日本は、ロボット、モビリティ、ライフサイエンス等の横断的な技術が必要とする分野では、イノベーションの牽引役を果たしている。

日本への輸出品

ドイツから日本へは、乗用車および自動車部品、化学・医薬品、機械製造の分野から主に輸出がされている。

ドイツから日本へ輸出される製品分野の構成比
(2015年、単位%)

乗用車および自動車部品	29.2
化学	24.4
機械製造	13.6
計測技術および制御技術	7.7
電子技術	6.6
電子機器	3.1
その他	15.2

出典：GTAI 2016





Eric/Trey Ratcliff

自由貿易協定 EUと日本 – 肯定的な展望

EUと日本は、2013年から自由貿易協定締結に向けた交渉を行っている。その目的は、両国間の関税および非関税障壁の撤廃である。締結されれば、この協定は世界の経済活動の30%を包括する事になる。日本側では、いくつかの製品、特に食品分野の製品を除いては、**一般的には既に低い関税レベル**となっている。

自動車業界も大きな影響を受けることは必須である。現在、EUでの日本車に対する関税の撤廃が検討されている。その代わりに日本側でも、管理規制や、特に輸入車を対象とする基準などの非関税障壁を撤廃する必要がある。

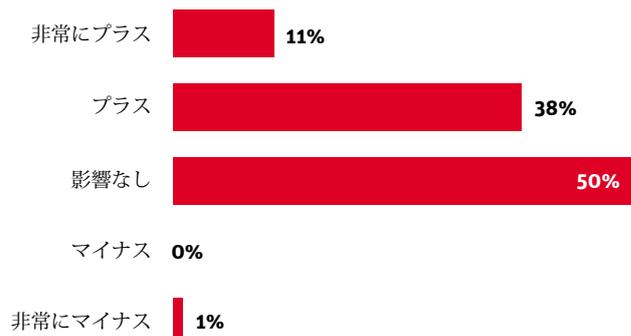
他の分野でも同様に、非関税障壁が問題となっている。もっとも、過去数年の間に一定の分野では多くの動きがあった。この最大の例が、医療技術分野と医薬品分野である。これらの分野では、中でも**許認可手続きが劇的に加速された**。それに対し航空や鉄道交通技術などの分野では、EUの観点からすると、明らかに差別的な慣習が改善されていない。

しかし、外国企業が認める貿易障壁の多くは、差別目的で導入されたのではなく、長い間に構築された貿易の慣例や構造に基づくものである。その例として挙げられるのは、外国企業が参入する際に多大な労力を要する、日本の複雑な販売構造だ。しかしながらその点においても、ここ数年の間に多くの変化が生じている。

こうした背景の中、アンケート調査では、全般的な貿易促進や市場アクセス改善のためのEU・日本間の自由貿易協定交渉に関して、肯定的な展望が明示された。調査した企業の49%が、**プラスまたは非常にプラス**の効果を予測している。他の半数は、ビジネスへの協定の影響は特になくであろうと回答している。

EU側は、2016年内の交渉妥結を日本側に迫っている。

EU・日本間の自由貿易協定は貴社のビジネスに どう影響すると思いますか？



2 向こう一年間のビジネス環境

- 調査した企業の70%が、向こう一年間でビジネスが好転すると予測している
- 日本の景気好転を予測しているのは、わずか17%~27%である
- ドイツ企業は、日本経済全体の動向が自社の業績見通しに与える影響は少ないと考えている

1990年代初頭のバブル崩壊以降、日本経済は長期的に停滞している。その間にも短期的な景気後退があり、成長率も平均して低い。この国は、人口動態の変化、弱い国内需要、巨額の国家債務、激しさを増すグローバル競争との闘いを余儀なくされている。2008年~09年の世界的な金融経済危機を日本は比較的うまく切り抜けたが、一方で、2011年3月の大震災の影響はいまだにあると感じられる。

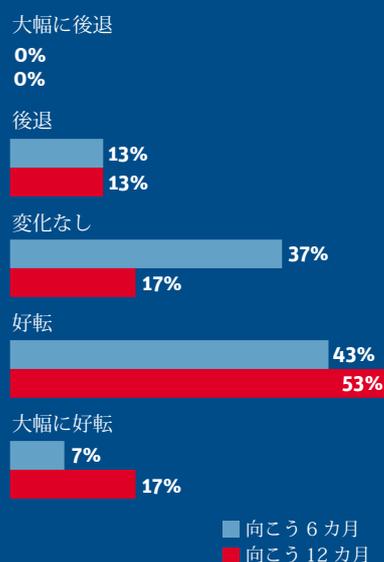
希望が見えてきたのは、2012年末の政権交代後である。それ以来、政府は自民党と安倍晋三首相の指揮の下で、多くの広範にわたる景気対策を発動させた。大胆な金融緩和策により大幅な円安となり、特に日本大手企業の輸出が促進された。それにより日本企業の株価は上昇し、日経平均株価は、3年間で約9,000円から約17,000円へと跳ね上がった。また、日本銀行は2020年までのインフレ目標値を2%と発表し、政府は同年までにGDP600兆円の達成を目指す。これには前提条件として、毎年約2%の経済成長が必要になる。

一貫性のない全体像

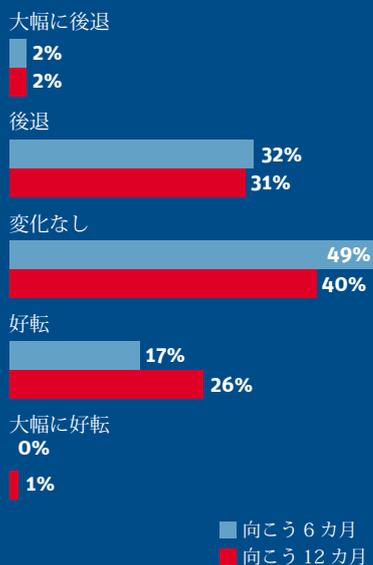
もっとも、全体像は一貫していない。エネルギー価格の低下は貿易収支を改善させているが、インフレを抑制している。1997年の最初の消費税引き上げ以降、2014年4月に実施された次の消費税引き上げの際には、国内需要は一旦拡大したが、その後は著しく減退した。また中国からの需要の減少が、日本の輸出産業の勢いを鈍らせている。

日本銀行が四半期ごとに発表する日銀短観による、企業の景況感を示す業況判断指数は、2013年初め以降、大部分がプラスの印象を示している。2016年初めには、再び1ポイント上昇し、プラス7となった。プラスの値は、楽観主義的意見が多い事を意味している。

貴社の業績見通しは、向こう6カ月~12カ月でどうなると思いますか？



日本の景気は、向こう6カ月~12カ月でどうなると思いますか？



「アベノミクス」の影響

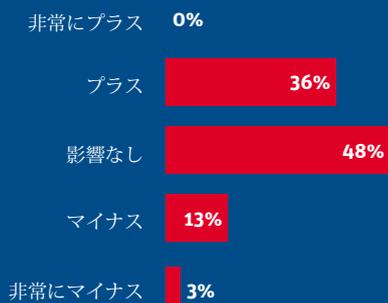
「アベノミクス」の恩恵を最も受けたのは、日本の輸出関連企業である。実際に2012年以降、日経平均株価は上昇しているが、在日ドイツ企業は「アベノミクス」の自社ビジネスへの影響は穏やかであると評価している。

2008年以降の日経平均株価の動き



出典：www.nikkei.com/markets/kabu/

「アベノミクス」は貴社のビジネスにどのような影響を与えましたか？



“ほとんどのドイツ企業は日本での激しい競争に勝ち残っている”

もっとも大企業と中堅企業の評価には大きな相違があり、中堅企業の方がより将来の状況を懐疑的に見ている。2016年初めに指数がマイナスだったのはサービス業である。卸売業でも、指数はプラス9ポイントからマイナス4ポイントへと下がった。消費者マインドはどちらかと言うと冷え込んだままと言える。

ドイツ企業への影響はわずか

注目すべきは、在日ドイツ企業がこうした動向をさほど不安視していない点である。

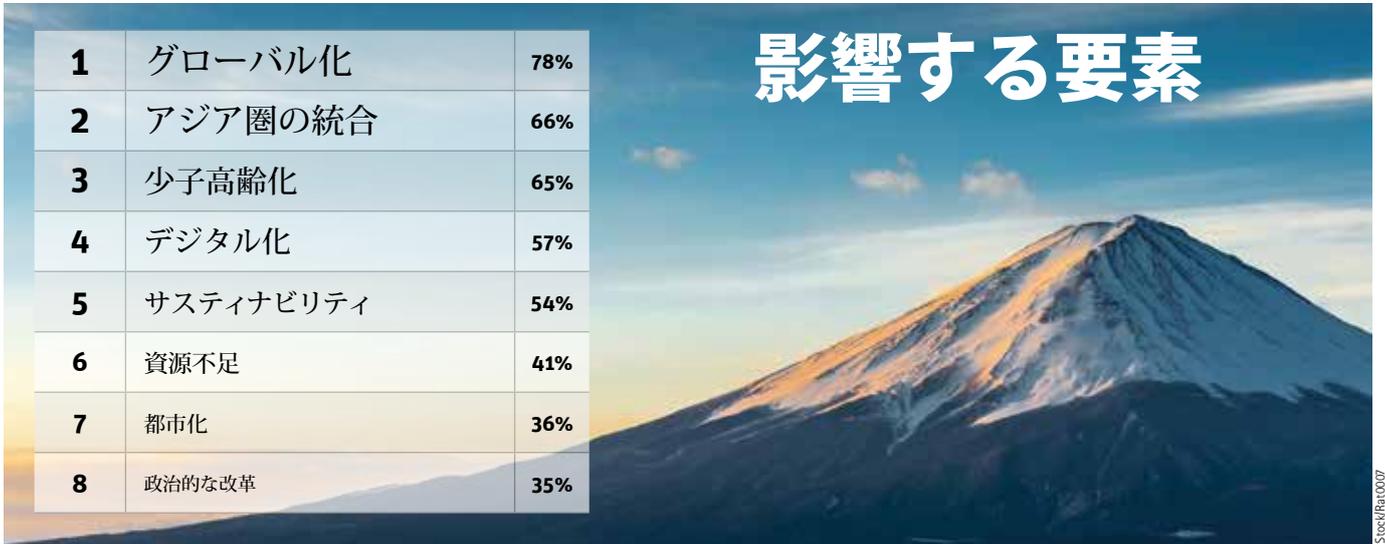
調査結果によると、ドイツ企業は向こう6カ月～12カ月の日本の景気動向を一貫して慎重に見ている。約3分の1は、景気の後退を予測している。約半数は、現状のままと回答している。向こう6カ月で好転すると期待しているのは、調査した企業の17%に過ぎないが、向こう12カ月については、27%が好転を予測している。

日本の景気動向予測とは対照的に、在日ドイツ企業の大半は、自社の業績好転

を予測している。向こう6カ月については、13%が後退の見通しと回答し、37%が大きな変化はないと回答した。それに対し、約半数は好転、または大幅な好転を予測している。向こう12カ月については、楽観主義的な回答は70%に達する。

この肯定的な予測には、複数の理由がある。在日ドイツ企業のほとんどは、すでに競争が激しく、飽和した日本市場に適応している。例えば医薬品分野やライフサイエンス分野のような、景気の影響を限定的にしか受けない成長分野は活況を呈している。また、ドイツの高級消費財メーカーは、景気減速の影響をあまり受けにくい顧客層をターゲットとしている。さらに多くのドイツ企業は、日本国外においても、日本企業とビジネスを展開している。それは、日本のグローバル企業による海外ビジネスが急速に増加しているからである。こうしたグローバルパートナーと共に、日本発のビジネスを行うドイツ企業は、現状の日本の経済成長は停滞しているとの認識はあるが、将来的には大幅な売上増加を期待できるとしている。

日本経済の発展に最も影響する要素は 何だと考えていますか？



日本の二度目の 「失われた10年」への異なる見解

1990年代、日本は間違いなく経済的に厳しい時代を経験した。バブル崩壊により、世界経済の流星は、突然「心配をかける子供」となった。デフレや景気後退により、90年代は日本にとって「失われた10年」となった。21世紀に入っても、名目成長率は日本経済が停滞している事を示している。発展する他国の経済とは対照的に、日本は全く成長していないと、一般的に言われている。

ここ数年、経済学者たちの間では、二度目の「失われた10年」、すなわち2000年以降の期間は、詳細を見ると**それほど経済が停滞した時期ではなかった**とのコンセンサスが定着している。逆に、例えば米国やイギリスとの比較において、名目ではなく実質で見れば、日本の成長率はそれほど悪くはない。日本専門家デイヴィッド・

ピリングは、物価の推移と人口減少を考慮した一人当たりの実質所得は、2002年～14年で**平均0.9%増加している**と総括している。これに対し、米国は0.8%、イギリスは0.5%

%である。2015年のバーゼル国際決済銀行の分析によると、日本の2000年～13年の実質成長率は全体で10%、米国の12%よりわずかに低いだけである。さらに、実質国内総生産は労働人口の範囲に大きく依存する点を考慮すれば、この期間の日本の成長率は20%を超え、米国の11%のほぼ2倍となる。

このような見解は、日本が**経済的に大きな課題を抱えている**事を否定するものではない。しかし、マクロ経済指数に基づく表面的な比較だけでは、何らかの誤った判断につながる可能性があることも示している。

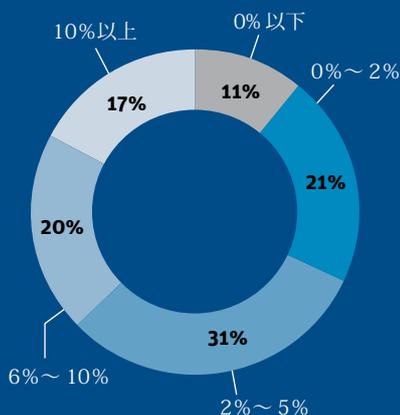


3 在日ドイツ企業の課題とチャンス

貴社が日本でビジネスを展開する理由は何ですか？

- 1 日本市場のポテンシャルが高いため (91%)
- 2 日本のパートナーと世界中でビジネスを行うため (53%)
- 3 競合となる日本企業の調査・分析をするため (41%)
- 4 製品品質やサービス品質のベンチマークを取り入れるため (34%)
- 5 イノベーション、研究、開発のため (24%)

2012年～15年の日本での年間平均経常利益率／税引前利益率は？



- 調査した企業の91%は、日本市場のポテンシャルは高いとみている
- 85%の企業にとって、日本のビジネスパートナーとの強い信頼関係は重要な立地要因である
- 日本の安定性と確実性は、アジアにおいて突出している

日本はハードルの高い市場である。強力な競合他社や高い要求をする顧客が多く、総じて市場の要求度は高い。多くの分野で激しい競争が繰り広げられている。それにもかかわらず、日本は「Made in Germany」の高品質な製品を販売する企業には利益を上げられる市場である。グローバル化の進む今日においても、ドイツ製品の品質基準は高く評価されている。

調査した企業の91%が、日本の最大の魅力は、市場のポテンシャルの高さであると回答している。日本は人口約1億2,700万人、一人当たりの平均所得は約4万2,000ドルで、非常に魅力的なB2C市場である。日本には「フォーブス500」に選ばれる企業のうち、世界で3番目に多い44社など、多くの有名な大企業があり、またサプライヤーにとって魅力的な市場を生み出すOEMも盛んである。日本市場は規模が大きいため、市場占有率がたとえ低くても、それに対しての利幅は大きいとされる。調査した企業の約50%が、過去3年間で、平均2%～10%の経常利益／税引前利益を上げている。日本への進出から5年を超える企業では、こ

の割合は約65%に及ぶ。

日本市場の高いポテンシャル

多くの新興国が魅力的な経済成長率で点数を稼ぐ一方、日本はアジアにおいて抜群に高い情勢の安定性と大きなポテンシャルを併せ持つことにより、信頼性の高い市場となっている。日本人とビジネスを行い関係を築いた企業は、ビジネスパートナーとして、長期的かつ持続的な、実績の伴う信頼関係を築くことができる。このことは、調査した企業の85%が回答している。さらに75%は、日本の最も重要な利点の一つは、経済と社会の安定性だと回答している。これは、ドイツ企業が日本経済の動向を、海外メディアで報道されているほどには危機的に捉えておらず、そういった外部から見た経済状況とは無関係に日本での好調なビジネスを展望している事を示している。

さらにドイツ企業にとって日本でビジネスを行う重要な理由には、日本国外における日本の顧客やパートナーとのビジネスの増加(53%)、日本の強力な競合他社の調査・分析(41%)がある。また

“日本進出から5年を超えると、 平均して利益率は大きく上昇”

34%が、日本の高い品質水準に対応することによる、自社製品やサービスの改善と回答している。さらに約4分の1の企業は、研究開発のためのイノベイティブな環境を理由として挙げている。

日本に対してポジティブな見解が大半

さらに調査によって、ドイツ企業の多数が、日本に対してネガティブな見解より、ポジティブな見解を持っていることが明確になった。一方、課題としては人材の確保だ。調査した企業の78%にとって、企業の求める能力に合致した人材の確保は重大な、または非常に重大な課題となっている。また半数を超える企業が、2013年以降の不安定な為替相場をリスクと感じている。

在日ドイツ企業やその他外国企業の重大な課題として適した人材の確保が挙げられる理由の一つは、グローバルビジネスに対応できる、海外経験のある人材が日本にはまだまだ少ないからだ。また別の理由は、企業の欲する人材は、既存の日本大手企業への就職を優先するケースが多いからだ。こういった背景により、特

に日本で知名度の低い中規模の外国企業は、人材確保において大きな課題に直面する事になる。

また調査した企業の34%は、日本の賃金コストの高さが課題だと回答している。一方、日本の製造業では効率が良いので、単位労働コストにおいては、部分的にドイツを下回る場合もあるという意見も聞かれた。

規制の多さ、法人税の高さ、厳しい解雇制限を課題としている企業は30%で、一般的に指摘されているほど重要課題ではないとしている。

知的財産やデータの保護、贈収賄を課題としたのは、調査した企業の10分の1以下だった。この結果は、これらの課題に対する日本の規制が、G7諸国と同レベルで機能していることを示している。

在日ドイツ企業の

89%

は日本で利益を上げている。

うち、自動車と機械業界では

97%

を超える。

日本進出から5年以内の
企業の多くは、利益率が

0%~2%

である。

日本進出から5年以上の
企業の多くは、利益率が

2%~10%

である。

日本でのビジネスにおいて、 最大の課題と利点は何ですか？

チャンスと課題

日本での課題トップ7

1	優秀な人材の確保	78%
2	為替相場のリスク	56%
3	賃金コスト	34%
4	従業員の継続雇用	33%
5	規制による障壁	32%
6	高い法人税	30%
7	従業員の解雇	29%

日本の利点トップ7

1	ビジネス関係の安定性と信頼性	85%
2	優秀な人材	76%
3	安定した経済	75%
4	高度に発達したインフラ	71%
5	安全と社会的安定性	67%
6	安定した政治環境	64%
7	先端技術&イノベーションの高い許容力	59%

日本でのビジネスを ドイツ本社がコントロール？

これまで、ほとんどの日本でのビジネスは、ドイツの本社がドイツから指揮をし、管理すべきであるとされてきた。従って通常、ドイツ企業の日本支社はドイツ本社への直接報告を行っていた。

日本は複雑で難しい市場のため、今なおドイツ本社からの直接管理が必要とされている場合が多いが、報告体制は変化しているようだ。調査した企業の約半数が、アジアに地域統括本部(HQ)を持っていると回答している。このことから、ドイツ企業のビジネスが**アジアでますます強力にネットワーク化**され、アジア内での情報統括が必要となった事が容易に推測できる。日本とのビジネスも、アジアにおけるビジネス展開にますます集約されてきたように見える。調査した企業のうち、従業員20人以上の企業では、**約3分の2**がシンガポール、香港、東京、または他のアジアの

都市にHQを構えている。従業員20人以下の事業所では、約半数がこれに該当する。



4 世界における日本企業とのビジネス

- 日本大手企業のグローバル化への加速は、ドイツの中堅企業にチャンスを与えている
- そのチャンスを得るには、日本での存在感が重要となる
- 特に東南アジアでは、日独企業のパートナーシップが増加している

日本は過去10年間、グローバル化という点において大きく前進した。そして日本のグローバル化により、ドイツ企業の利益も大きく増加した。2008年～09年の金融経済危機および2011年3月の大震災の結果、日本ではグローバル化への自覚と切迫感が急激に増した。グローバル化の取り組みに成功しなければ、日本企業は国際競争において不利になると懸念された。

特に日本の中堅企業にとって、グローバルなビジネス展開は大きな課題である。多くの場合、中堅企業は製品やサービスを海外で提供するために必要な経験を持ち合わせていない。ある程度規模の大きな中堅企業やグローバル企業は、中南米や、特に東南アジアのような成長の著しい地域への投資により一層力を入れている。このような地域では、日本企業や開発支援団体、貿易促進機関が現地への市場参入の足がかりを築いている。

日本への拠点設置は基本条件

競争環境の変化は、新たなビジネスチャンスも生み出している。特に日本企業は、従来のサプライヤにもはや依存できなくなっている。日本企業が「日本のサプライヤからのみ製品を購入する」時代は終わったのだ。現在では、現地の販売地域で既に相応のインフラを整備しているドイツの中堅企業が、望ましいパートナーとされることも多い。実に調査した企業の54%が、日本の顧客やパートナーとのビジネスを第三国市場で展開している。

ここで重要なのは、調査した企業の80%が回答したように、日本に事業所を置くことが重要な点である。それにより、第三国市場での日本企業とのビジネスにおいても持続的な関係と信頼構築が可能になり、ひいては、日本のパートナーとの世界規模のビジネスにも影響を与えることができる。というのも、第三国市場における重要な判断や決定の多くは、いまだ日本の本社で下されるからだ。

調査した企業の

54%

が、日本の顧客と日本以外の国でもビジネスを展開している。

80%

が、日本の事業所の役割が重要、または非常に重要であると回答している。

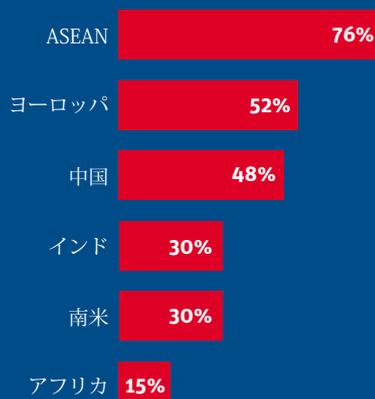
ASEAN地域

は最も重要なターゲット地域である。

日本のパートナーと、世界でビジネスを展開する理由は？

- 1 独自の販売・サービスネットワークの活用 **(84%)**
- 2 日本拠点の重要性の増加 **(67%)**
- 3 日本市場の飽和 **(60%)**
- 4 グローバルスタンダードに則ったビジネスが可能 **(56%)**
- 5 より大きな利幅を目指せる **(25%)**

日本以外で、日本のパートナーとビジネスを展開する市場として視野に入れている地域は？



このような第三国市場でのビジネスには調査した企業の84%が、自社のグローバルネットワークを役立てており、このネットワークがまさに国際競争における利点である。日本への拠点設置は、市場の高い要求と初期投資コストのために企業内部からのプレッシャーを受けやすい。しかし第三国市場ビジネスの増加により、日本拠点の正当性と重要性も増していると、67%が回答している。さらに60%は、第三国市場ビジネスは、飽和した日本市場に代わる選択肢であるとしている。また調査した企業の4分の1は、第三国市場ビジネスでより大きな利幅を達成できると報告している。

東南アジアに焦点

日本以外で日本企業とビジネスをする上で最も重要な地域は、ASEAN地域であると76%が回答している。これは、地理的な近さだけでなく、ASEAN地域における日本企業の存在感の大きさが起因する。日本企業は既に長い間「チャイナ・プラスワン」を戦略としており、東南アジアでさらなる供給網を構築している。日本政府も政治レベルでのサポートとして、経済連携協定や自由貿易協定の締結交渉などを強力に推進している。日本が既に発行、署名した15の経済連携協定のうち、10は東南アジア諸国との協定である。現在、既にASEAN地域に事業所を構えている日本企業は6,000社を超え、この傾向は急速に強まっている。これに加えヨーロッパと中国も、日独ビジネスにとってポテンシャルのある市場として現在注目を集めている。

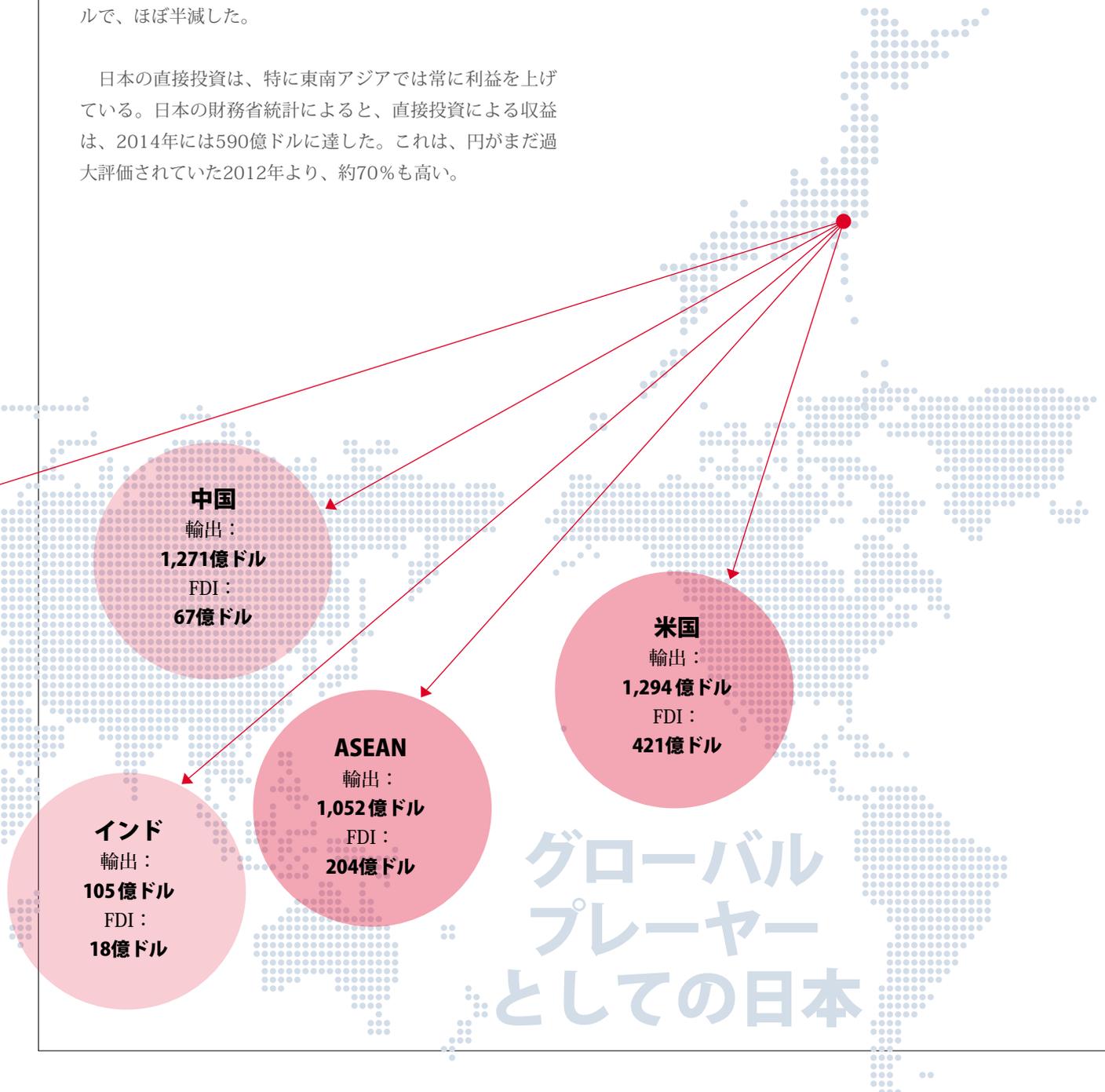
EU
輸出：
721億ドル
FDI：
246億ドル

日本のグローバル化：アジアに焦点

ここ数年、日本企業の直接投資（FDI）は**最高値**を記録している。国際比較では、2013年における世界の直接投資額のうち、日本の占める割合は約10%と上位に立った。この年の投資額は約1,350億ドルで、中国と韓国の海外投資合計額を上回る最高記録を打ち立てた。2014年には約1,200億ドルで、4度目の4桁の額を記録している。日本の直接投資で大きな割合を占めるのは対米投資で、421億ドルに達する。**ASEAN地域への投資**も、2年間で236億ドルと**2倍**になった。それに対して、同じ時期の中国向け投資は67億ドルで、ほぼ半減した。

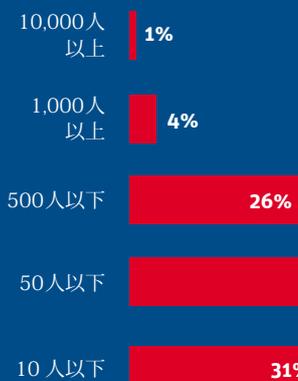
日本の直接投資は、特に東南アジアでは常に利益を上げている。日本の財務省統計によると、直接投資による収益は、2014年には590億ドルに達した。これは、円がまだ過大評価されていた2012年より、約70%も高い。

2014年には、日本企業は**527億ドルを外国企業のM&Aに投資**している。2012年以降の円安にもかかわらず、この値は4年目にして500億ドルを超えた。主な投資国は米国で290億ドル、これに42億ドルでドイツが続く。

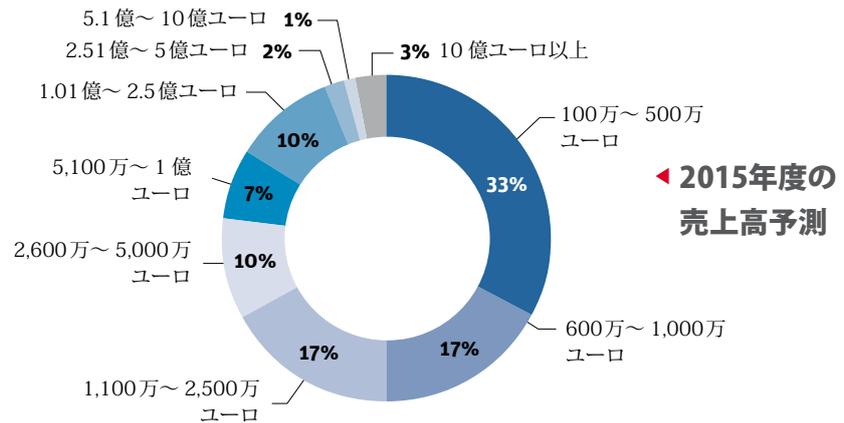
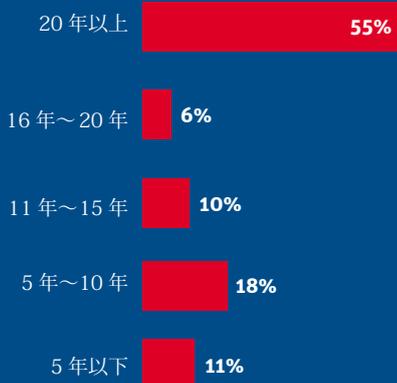


5 調査した企業のプロフィール

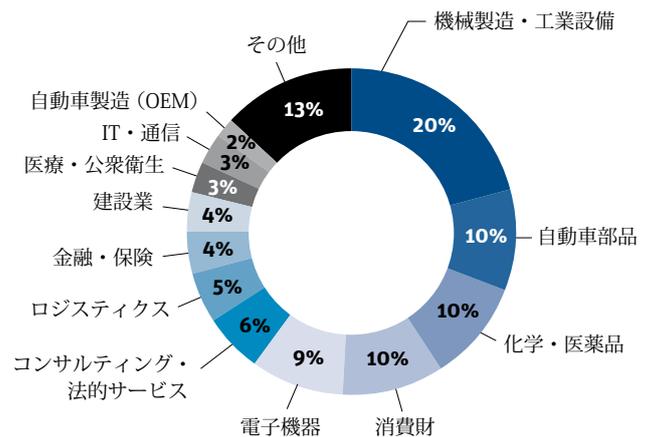
日本国内の従業員は 何人ですか？



日本でビジネスを始めて どのくらいが経ちますか？



在日ドイツ企業の 業種内訳 ▶



在日ドイツ商工会議所は、初めて在日ドイツ企業景況調査のために、2016年2月初旬から中旬にかけて会員企業348社にアンケート調査を行った。そのうち94社から回答を得、回答率は27%だった。

調査した企業の3分の2を超える69%が、従業員数50人以下の企業である。従業員数100人以上の企業はわずか17%である。日本におけるドイツ経済界は、約13万人の従業員を抱える。

調査した企業の半数は、2015年度の売上高を100万ユーロ～1,000万ユーロと見積もっている。ほぼ3分の1が、1,100万

ユーロ～5,000万ユーロの売り上げを達成する。

注目すべきは、既に20年以上日本でビジネスを行っている企業の割合の高さである。これは、日本で持続的にビジネスを展開するためのプラス材料となっている。一方、日本へ進出した新しい企業あまり多くないとも捉えられる。

調査した企業の業種内訳では、大部分が機械製造・工業設備、自動車、化学・医薬品である。これに、消費財、電子機器、サービス業が比較的高い割合で続く。

ご存じですか？

“ OECDのデータによると、日本は世帯当たりの資産が平均 **8万6,764ドル** と、米国、スイスに続き **世界で3番目** に裕福な国である。ドイツは約5万394ドルである。”

“ ロボティクス国際連盟のロボット密度ランキングでは、日本は **従業員1万人あたりのロボット台数が211台** で、韓国の365台に次ぐ第2位。ドイツは161台である。”

“ **意外にリーズナブル** – USBスイス銀行の調査によると、東京は世界で物価の高い都市ランキングで第10位。ニューヨーク、ロンドン、香港等の都市よりかなり下位である。”

“ 世界銀行グループのデータによると、日本国内での **企業設立** はドイツと同じく約 **10日** でできる。”

“ 2014年、日本では **32万6,000件の特許** が申請された。ドイツとヨーロッパの特許庁への申請数合計（21万2,000件）をはるかに超える。また日本は、ドイツで約6,400件の特許申請をしており、 **申請国としては最大** である。”

“ ブルームバーグ・イノベーション指数（Bloomberg Innovation Index）では日本は世界 **第2位** で、韓国の次、ドイツが第3位である。”

日本市場と日本でのビジネスに関するその他の詳しい情報は、
在日ドイツ商工会議所のホームページをご覧ください。

www.japan.ahk.de



