

---

**大都市における国際競争力強化に向けた外国企業等  
誘致のための外国人生活環境に係る検討調査  
報告書**

---

平成 29 年 3 月

国土交通省 都市局



# 目次

## 1. はじめに

1.1 業務目的	1.1-1
1.2 業務内容	1.2-1
1.3 業務の構成	1.3-1

## 2. 外国人ビジネスパーソンのニーズの把握

2.1 外国人ビジネスパーソンの動向・所在特性の把握	2.1-1
2.1.1 外国企業の立地動向	2.1.1-1
2.1.2 外国人居住動向	2.1.2-1
2.1.3 まとめ	2.1.3-1
2.2 ニーズ調査の実施	2.2-1
2.2.1 外国人ビジネスパーソン生活環境アンケート調査の実施	2.2.1-1
2.2.2 まとめ	2.2.2-1

## 3. 外国人生活環境等の現況調査

3.1 外国企業の進出傾向の把握及び地域分析（12 地域）	3.1-1
3.1.1 12 特定地域の地域戦略・取組み方針の概要	3.1.1-1
3.1.2 外国企業立地状況	3.1.2-1
3.1.3 まとめ	3.1.3-1
3.2 特定地域内の外国人生活環境の把握	3.2-1
3.2.1 自治体等の外国人相談窓口へのインタビュー	3.2.1-1
3.2.2 外国人ビジネスパーソンへのインタビュー	3.2.2-1
3.2.3 外国人向けサービス事業者へのインタビュー	3.2.3-1
3.2.4 まとめ	3.2.4-1
3.3 特定地域の生活環境分析（12 地域）	3.3-1
3.3.1 分析の方針	3.3.1-1
3.3.2 データの収集方法	3.3.2-1
3.3.3 各特定地域の生活環境の実態	3.3.3-1
3.3.4 まとめ	3.3.4-1

## 4. 国内外における国際展示施設の現況と展示会市場の動向等の調査

4.1 世界の展示場の整備動向	4.1-1
4.2 我が国における展示会産業の需要見通し	4.2-1
4.2.1 世界的な展示会産業の動向	4.2.1-1
4.2.2 UFI の推計に基づく展示会産業の動向	4.2.2-1
4.2.3 アジアにおける展示会産業の成長	4.2.3-1
4.2.4 日本における展示会産業の潜在需要	4.2.4-1

## 5. 外国人の生活環境に着目した戦略のあり方及び地域外との連携可能性の検討

5.1 外国人の生活環境に着目した戦略（地域内外連携）とその課題、支援策の検討	5.1-1
5.1.1 外国人の生活環境ニーズおよび日本の都市の強み・弱み、アジアビジネス拠点都市の特徴	5.1.1-1
5.1.2 戦略のあり方及び支援の方向性	5.1.2-1
5.2 まとめ	5.2-1

# 要 旨

<b>I. 調査の目的</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>○ 今後の大都市においては、外国企業・高度外国人材が安心して快適に活動できるような生活環境の整備が不可欠。また、特定都市再生緊急整備地域（以下「特定地域」と呼ぶ）における国際的ビジネス環境の整備の一環として、外国人の生活を取りまく環境作りが重要。</li><li>○ 本調査では、外国人ビジネスパーソンのニーズの把握、特定地域等における外国人生活環境の現況等の整理を踏まえ、我が国の都市の国際競争力の一層の強化に向けた施策を検討した。</li></ul>
<b>II. 調査の内容</b>
<p><b>(1) 外国人ビジネスパーソンのニーズの把握</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 統計データ分析及び東京都・大阪府・愛知県居住の外国人ビジネスパーソンへの WEB アンケート</li></ul> <p><b>(2) 外国人生活環境等の現況調査と地域外との連携可能性の検討</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 自治体等の外国人相談窓口や外国人ビジネスパーソン、外国人向けサービス事業者へのインタビュー調査、特定地域で策定している地域戦略、外国企業の進出傾向の分析</li></ul> <p><b>(3) 国内外における国際展示施設の現況と展示会市場の動向等の調査</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ UFI（Union of International Fairs）の調査報告「Global Exhibition Industry Statistics（March 2014）」等の文献調査等による日本における展示会産業の潜在需要の検討</li></ul> <p><b>(4) 外国人の生活環境に着目した戦略のあり方及び地域外との連携可能性の検討</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 上記（1）～（3）の検討結果を踏まえた、特定地域と地域外との連携の可能性についての検討及び、必要となる施策を整理し、自治体や国による支援方策を検討</li></ul>
<b>III. 調査の成果</b>
<p><b>(1) 外国人ビジネスパーソンのニーズの把握</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ アジア系高度外国人材が増加傾向にあり、アジア系ビジネスパーソンも意識した施策展開も重要</li><li>○ 家族帯同の赴任か否かによって、生活環境に求めるサービスや施設が異なる（教育環境を重視）</li><li>○ 日常生活や災害時における多言語の情報発信はニーズも高く取組強化が必要</li></ul> <p><b>(2) 外国人生活環境等の現況調査</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 特定地域ごとに外国人ビジネスパーソンの生活環境には差があり、特に生活に必要な多言語対応の病院・教育機関は更なる整備が必要とされる地域が存在</li></ul> <p><b>(3) 国内外における国際展示施設の現況と展示会市場の動向等の調査</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 国際的な展示会・見本は、ホスト国が国の文化、技術、生産力を見せることができるショーケースであり、中国、ベトナム、インドのような成長著しい国にとっては非常に有効な手段</li><li>○ 各国 GDP と貸出展示面積の関係に着目し分析すると、日本はその GDP の大きさからすれば潜在的な展示会需要は現在の約 4 倍あると想定</li></ul> <p><b>(4) 外国人の生活環境に着目した戦略のあり方及び地域外との連携可能性の検討</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 競合アジアビジネス都市と比較して、日本の生活インフラ環境の良さや文化資源の集積は強み</li><li>○ 「ビジネスの市場規模が大きい」や「アジアの中心、最先端の情報や価値が集まり生まれる」というビジネス面では、外国人ビジネスパーソンの期待値を超えられるよう取り組むことが必要</li><li>○ 多言語での情報発信・対応だけでなく、他国と日本の制度や文化の違いを認識し対応する多様な文化への対応力を高めていくことも重要</li><li>○ 国際競争力強化に資する事業として試行的に以下のような社会実験に取り組むのも有効<ul style="list-style-type: none"><li>➢ 各国大使館と連携した外国人ビジネスパーソンへの情報発信</li><li>➢ 飲食店等での多言語化、多様な文化へ対応する社会実験の実施</li><li>➢ 外国人にもわかりやすい防災訓練の実施</li></ul></li></ul>



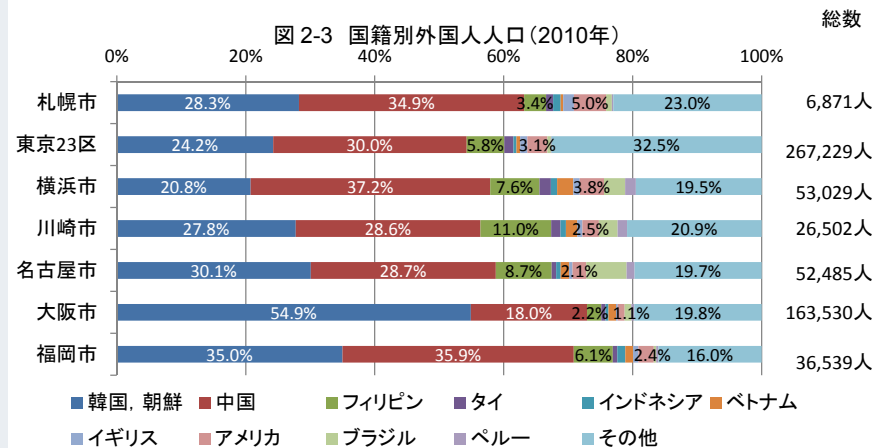
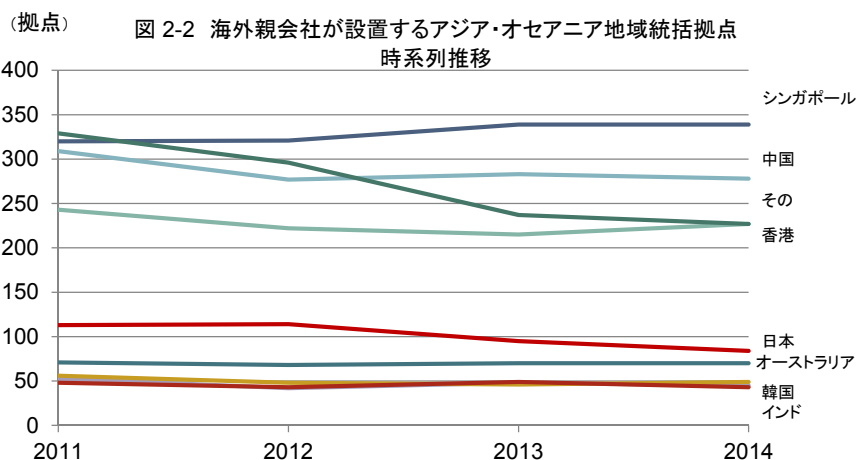
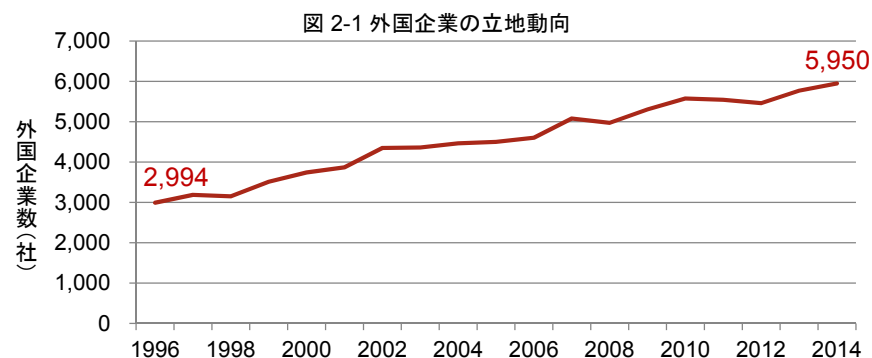
# 都市における国際競争力強化に向けた外国企業等誘致のための外国人生活環境に係る検討調査 概要版

## 第1章 業務目的と業務の構成

- ◆ 国際的な競争に打ち勝つためには、ビジネス環境高度化に加え外国企業・高度外国人材が安心して快適に活動できるような生活環境の整備が不可欠。
- ◆ 特定都市再生緊急整備地域（以下、特定地域）を中心に、より一層、国際的ビジネス環境の高度化を進めるとともに、外国人ビジネスパーソンやその家族等を広く意識した、外国人の生活をとりまく環境作りが重要。これは、特定地域とその周辺大都市が一体となり取り組むべき課題。
- ◆ これらの点を踏まえ、外国企業等が求める生活環境や居住地・就業地の立地等に着目し、外国人ビジネスパーソンのニーズ調査を実施。特定地域外との連携可能性等も視野に検討し、都市の国際競争力の一層の強化に向けた施策を検討した。

## 第2章 外国人ビジネスパーソンのニーズの把握～外国企業・外国人の立地動向～

- ◆ 日本に立地する外国企業は、**増加傾向にあるが、そのほとんどが東京都に立地**しており、地域差が大きく出ている。（図2-1）
- ◆ 日本に立地する外国企業の海外親会社は、**アジア・オセアニア地域の統括拠点を中国、香港、シンガポール**といった競合するアジアのビジネス都市においている。（図2-2）
- ◆ 外国人の居住動向に関しては、**アジア出身の外国人人口も多く、アジアからの外国人ビジネスパーソンのニーズを取り入れることは不可欠**。（図2-3）



# 都市における国際競争力強化に向けた外国企業等誘致のための外国人生活環境に係る検討調査 概要版

## 第2章 外国人ビジネスパーソンへのニーズの把握～ニーズ調査の実施～

◆ 外国人ビジネスパーソンやその家族等が求める生活環境や居住地・就業地の立地の要件等について、アンケート調査を実施し、把握した。

特に把握すべきテーマ	WEB調査実施方法		調査対象属性		
	① 生活（都市）環境の向上	調査手法	外国人モニターを有する調査会社を活用したWEBによるアンケート調査。 WEB上に構築した調査画面を外国人モニターに配信、回答を回収した。	職種	ホワイトカラー職種の外国人ビジネスパーソン
	② 適切な情報の発信	実施機関	2016年9月12日～2016年9月26日	居住地	東京都、愛知県、大阪府の居住者に区分し、以下の割合で回収。 東京都 80%：愛知県 10%：大阪府 10%
	③ シティプロモーション	設問数	33問 ※分岐設問は除く	年齢	20歳以上 60歳未満の外国人ビジネスパーソン 20代、30代、40代以上の3区分で実施
	④ 災害対策・不安低減	使用言語	4言語で実施 英語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）、韓国語	国籍	欧州、北米、アジア、その他に区分し、以下の割合で回収。 欧州 32%：北米 32%：アジア 32%：その他 4%
	⑤ 日本に求められるサービスや施設	回収数	350サンプル		

図2-4 実際に居住地を決める際に重視しなかった項目（上位5つまで）

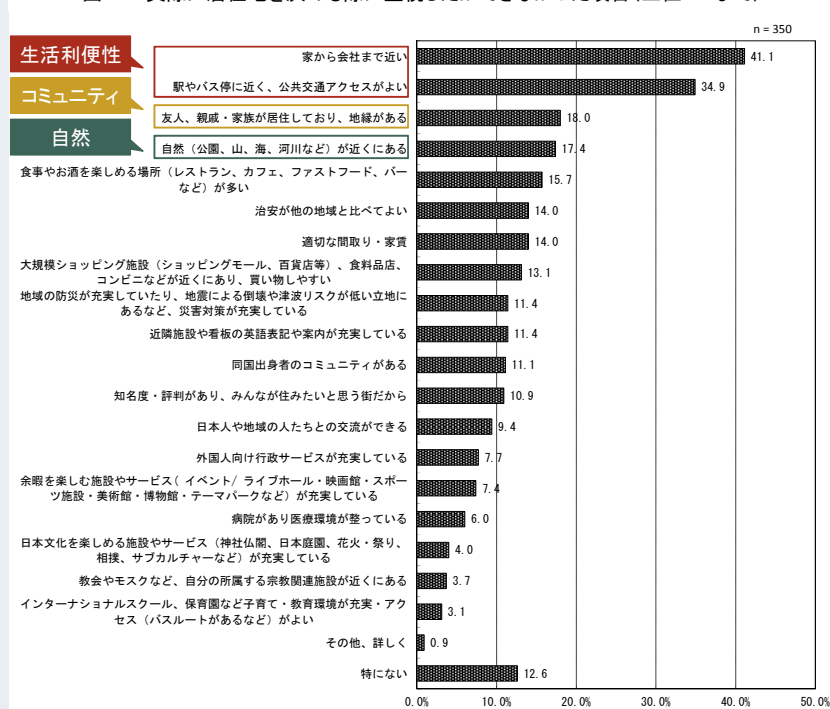
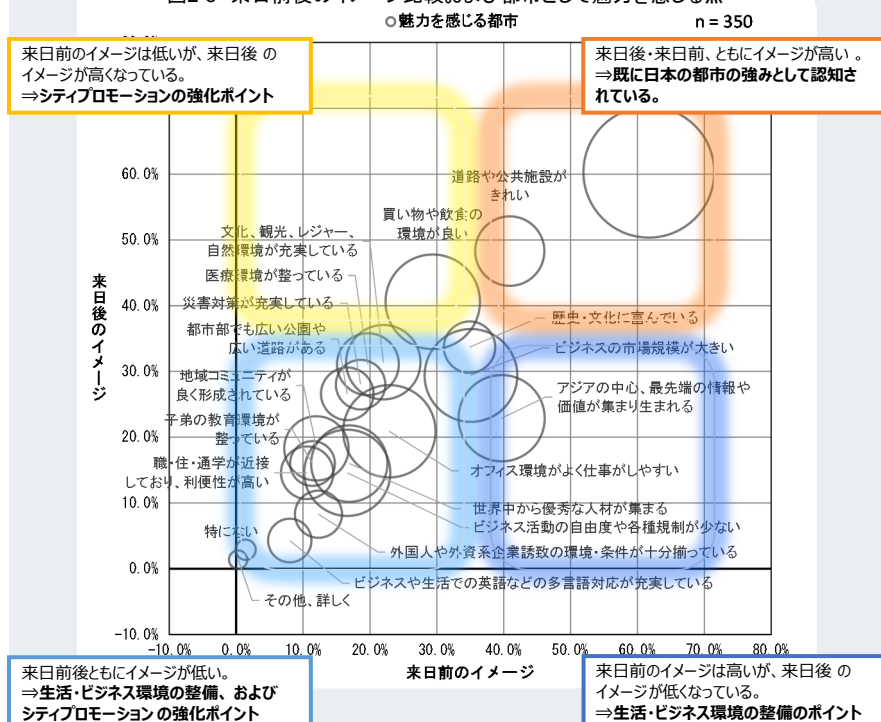


図2-5 来日前後のイメージ比較および都市として魅力を感じる点





# 都市における国際競争力強化に向けた外国企業等誘致のための外国人生活環境に係る検討調査 概要版

## 第3章 外国人生活環境等の現況調査と地域外との連携可能性の検討～ヒアリング・インタビュー結果概要～

- ◆ 外国人の生活環境について、アンケート調査では十分に得られない、動機、理由等を把握することを目的として、自治体等の外国人相談窓口や、外国人ビジネスパーソン、住宅・生活リノベーションサービス事業者、医療機関等を対象にインタビュー調査を実施した。
- ◆ インタビュー調査は、生活（都市）環境の向上、適切な情報発信、シティプロモーション、災害対策・不安低減、日本に求められているサービスの5つの視点にもとづき整理した。

### ■自治体等の外国人相談窓口へのインタビュー

生活（都市） 環境の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>医療機関や年金、健康保険、雇用関係、法律相談等、生活面、制度面の相談が多い。</li> </ul>	日本の求められているサービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>帯同する配偶者の就職斡旋の問い合わせが多い。</li> <li>住宅斡旋等のサービス照会を求められる場合も多いが、公的な機関であるために、民間サービスの紹介が難しい。</li> </ul>
適切な情報の発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>公的機関のウェブサイトは生活情報等が詳細に記載されていないケースも多く、ウェブサイトではわからないため窓口を訪れるということも多い。</li> </ul>		

### ■外国人ビジネスパーソンへのインタビュー

生活（都市） 環境の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>家族構成によって、居住地を選定する時に優先される条件が異なる。</li> </ul>
適切な情報の発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本での生活を始めるための行政手続きが複雑であるため、生活環境を整えるための「Step by step ガイド」を含む情報パッケージや、多言語対応の窓口が求められている。</li> </ul>
シティプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の魅力は安全・安心である。</li> </ul>
災害対策・ 不安低減	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本に滞在している外国人には防災対策の情報が伝わっていない。積極的に外国人向けの防災セミナーやトレーニングを提供する必要がある。</li> </ul>
日本の求められているサービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>国籍や宗教の違いに伴う慣習や食事への対応については、課題が多い。</li> <li>特にスモールビジネス・スタートアップへの支援について、他のアジアの都市と比べ不足している。</li> </ul>

### ■外国人向けサービス事業者へのインタビュー

生活（都市） 環境の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>家族と赴任した外国人ビジネスパーソンは、子どもの教育環境を優先する傾向にある。</li> </ul>
適切な情報の発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期の赴任者を対象にしたサービスでは、多言語対応および日本語と同程度の質・量の情報を提供する必要がある。</li> </ul>
シティプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の大都市について、安全性と、海や山などの自然資源へのアクセスのしやすさを評価する声も多い。</li> </ul>
災害対策・ 不安低減	<ul style="list-style-type: none"> <li>赴任する外国人ビジネスパーソンが日本に居住する際に、災害対策の基礎情報などを提供する必要がある。</li> </ul>
日本の求められているサービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本で就労・生活を行うには、行政手続きも含め課題が多いため、リノベーションサービスのニーズは高いと認識している。</li> </ul>

# 都市における国際競争力強化に向けた外国企業等誘致のための外国人生活環境に係る検討調査 概要版

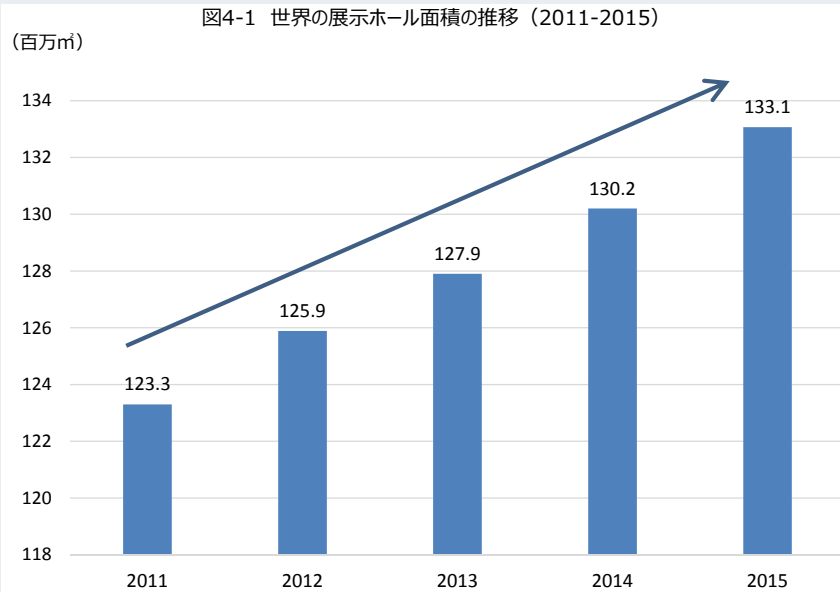
## 第4章 国内外における国際展示施設の現況と展示会市場の動向等の調査

- ◆ 外国人ビジネスパーソンのニーズ調査では日常の生活環境の充実とともに、国際的なイベントの開催等により、ビジネス創出やヒト・モノ・カネの集積による市場の活性化に対する要望も強かった。
- ◆ 本章では、こうした大規模なイベントが開催されるような国内外における国際展示施設の現況の整理及び、我が国における展示会産業の需要見通しを考察した。

### 世界の展示場の整備動向

#### 国際的な展示会・見本市

- ◆ 国際的な展示会・見本市は、ホスト国が国の文化、技術、生産力を見せることができるショーケースであり、ホスト国と参加者をつなぐプラットフォームの役割を果たしている。
- ◆ 展示会・見本市は、このように世界からの投資を引き込む有効な手段で有り、特に、中国、ベトナム、インドのような成長著しい国にとっては非常に有効な手段となっている。

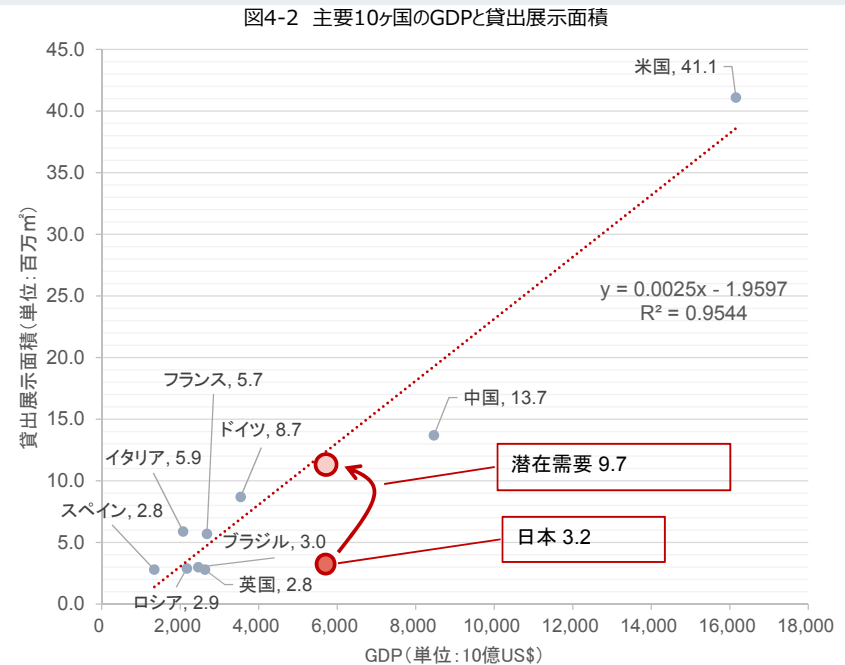


出所) AZOTH AnalyticsGlobal, 2016, Exhibition Industry (By Value, By Space, By Country): Trends, Opportunities and Forecasts (2016-2021) より作成

### 日本における展示会産業の潜在需要

#### 各国のGDPと貸出展示面積

- ◆ 日本は他国に比べ、貸出展示面積が著しく低い水準にある。
- ◆ 下図の関係性があると仮定した場合、日本の貸出展示面積は、12,900,000㎡となる。これは、現在の貸出展示面積3,200,000㎡の約4倍に相当する。この差分は9,700,000㎡であり、非常に大きな潜在需要を有していると想定できる。



# 都市における国際競争力強化に向けた外国企業等誘致のための外国人生活環境に係る検討調査 概要版

## 第5章 外国人の生活環境に着目した戦略のあり方及び地域外との連携可能性の検討

### 外国人生活環境整備の方向性

- ◆ 競合するアジアのビジネス都市と比較して、日本の生活インフラ・生活環境の良さや文化資源の豊富さは、日本での滞在を経験した外国人ビジネスパーソンにとって高評価であった。日本への赴任、起業を検討するビジネスパーソン、家族帯同を検討するビジネスパーソンにとって有益な情報となるため積極的に情報発信されるべきである。
- ◆ また、多言語での情報発信・対応だけでなく、他国と日本の制度や文化の違いを認識し、対応することができる多様な文化への対応力を高めていくことも重要である。
- ◆ 一方、ビジネス面では、「ビジネスの市場規模が大きい」や「アジアの中心、最先端の情報や価値が集まり生まれる」等について、外国人ビジネスパーソンの期待値を越えられるよう取り組む必要がある。

### 外国人ビジネスパーソンのニーズ

- ◆ 外国人ビジネスパーソンが日本で生活を始めるにあたり、行政の手続きを個人で完了することは難しい。
- ◆ 多言語対応の医療機関や、災害時の多言語情報発信などが必要とされている。
- ◆ 外国人ビジネスパーソン及びその家族の多様なニーズに応えるため、個別対応が求められている。
- ◆ 子ども帯同で赴任する外国人ビジネスパーソンには、特に教育環境が重要視されている。

#### 日本の大都市の強み（生活環境に着目して）



**交通インフラ**：公共交通インフラの充実やその正確性に対する評価が高い。



**治安・安全**：他のアジアビジネス都市と比較して日本の治安は良い。



**飲食**：日本の飲食店や食べ物は多様で品質も高い。



**観光**：大都市から自然豊かな観光地へのアクセスが良く、観光の選択肢が多い。  
**文化**：文化や伝統が継承・保存されている。



**保険・医療制度**：医療費負担はわかりやすく、医療技術は高い。

#### 日本の大都市の弱み（生活環境に着目して）



**行政手続き**：行政手続きの順序がわかりにくい。行政ウェブサイトの英語翻訳がわかりにくい。



**住宅・不動産**：外国人向け賃貸住宅が十分に供給されていない。敷金・礼金といった日本独自のシステムが存在する。



**災害・防災**：災害時における情報発信の多言語対応が遅れている。防災訓練などに外国人が参加する機会がない、情報が得られない。



**教育**：母国と同じ教育水準を持つバイリンガル・マルチリンガル対応教育施設が不足。



**飲食**：アレルギーやハラール、ビーガンに対応した食品・食事の提供やその情報提供が不足。

### 競合のアジアビジネス拠点都市の特徴

- ◆ 将来の経済成長や人材流動性（グローバルなビジネスパーソンの行き来）の高さという点では、競合するアジア都市の方が高いという認識。
- ◆ 日本市場の規模は大きいですが、グローバルレベルの取引、決裁の量では、競合するアジア都市が急激に伸びている。
- ◆ シンガポール、香港などを念頭におけば、英語でビジネス（商談、契約等）を行う環境がある。
- ◆ 外国人の起業に関して、外資誘致施策も多い。
- ◆ 多様な人材が従業していることも背景にあるが、多様な文化を受け入れるビジネス環境が整っている。



## 1. はじめに

### 1.1 業務目的

今後の大都市においては、国内の大きな市場規模のみに頼るのではなく、国際的なビジネス・生活環境を改善し、外国企業・高度外国人材が安心して快適に活動できるような生活環境の整備が不可欠である。また、特定都市再生緊急整備地域（以下、特定地域と呼ぶ）における国際的ビジネス環境の整備の一環として、外国人ビジネスパーソンやその家族等を広く意識した、外国人の生活をとりまく環境作りが重要となる。

本調査では、これらの点を踏まえ、外国企業等が求める生活環境や居住地・就業地の立地等に着目し、外国人ビジネスパーソンのニーズを把握することを目的とする。また、特定地域外との連携可能性を検討することにより、我が国の都市の国際競争力の一層の強化に向けた施策の検討に活用する。

## 1.2 業務内容

### (1) 外国人ビジネスパーソンのニーズの把握

外国人ビジネスパーソンやその家族等が求める生活環境や居住地、就業地の立地等を把握する。把握に当たっては、統計データやアンケート調査を実施し、定量、定性の両面から分析を行う。

### (2) 外国人生活環境等の現況調査

特定都市再生緊急整備地域等を対象に、外国人の生活環境の現況を調査し、課題を抽出する。調査にあたっては、平常時のみならず、災害時等も含め、外国人が安心して快適に活動できる生活環境に着目する。

また、外国企業の進出傾向を調査し、地域の特色を比較分析する。

### (3) 国内外における国際展示施設の現況と展示会市場の動向等の調査

外国人ビジネスパーソンが集い需要増となれば、それに応じた都市環境整備が進むものと想定される。

ここでは、国外も含めたビジネス交流の観点から、国内外における国際展示施設の整備・運営状況等を把握するとともに、展示会市場の現在までの推移と今後の動向等について調査する。

### (4) 外国人の生活環境に着目した戦略のあり方及び地域外との連携可能性の検討

上記(1)～(3)の検討結果を踏まえ、外国人の生活環境に着目した戦略のあり方や課題を整理するとともに、その課題解決に寄与するであろう、特定都市再生緊急整備地域等と地域外との連携の可能性について検討する。

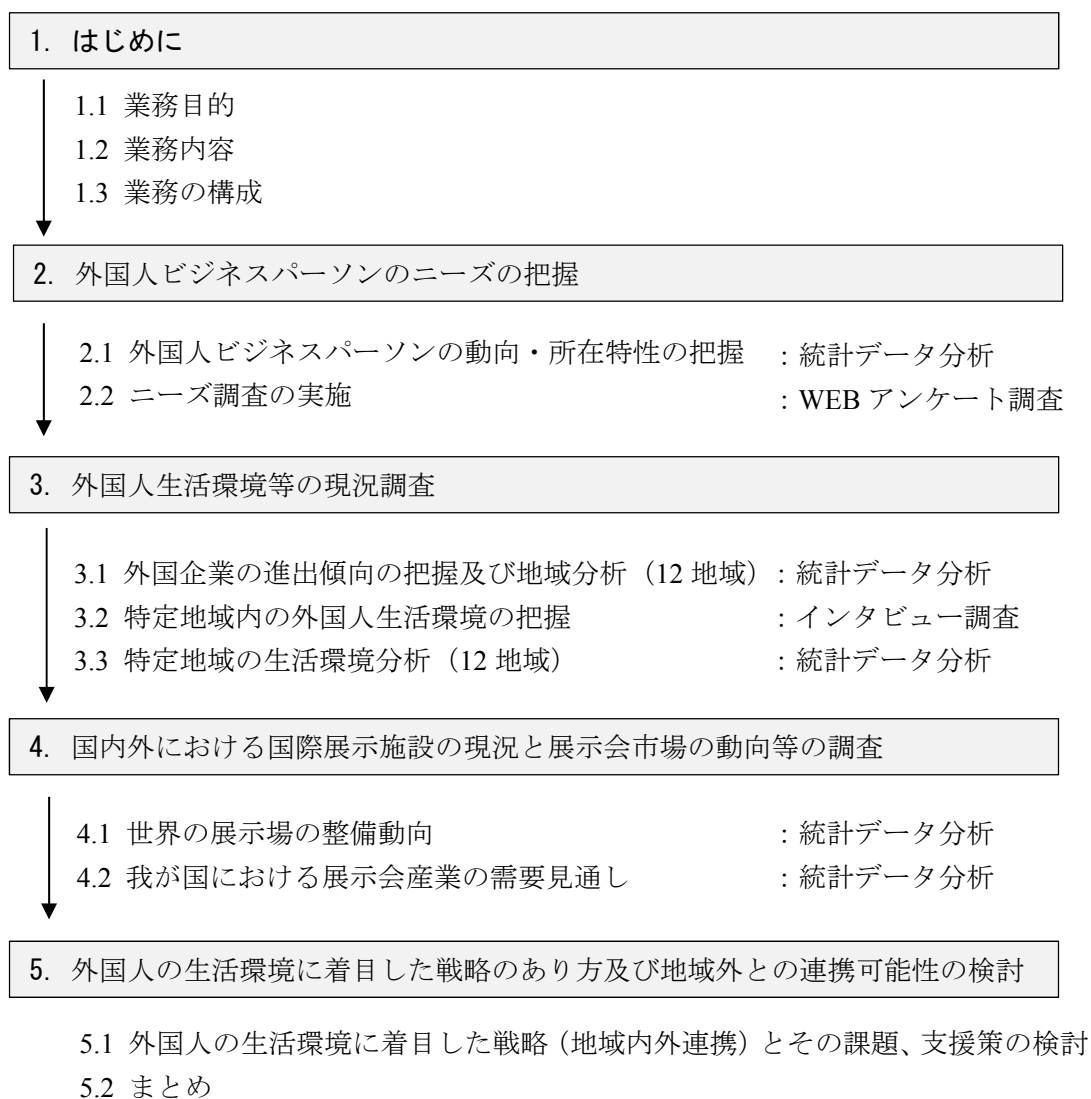
最後に本調査より得られた知見より必要となる施策を整理し、自治体や国による支援方策を取りまとめる。

なお、2016年11月に新規指定・拡大を行っている神戸三宮駅周辺・臨海地域、羽田空港南地域は本調査の対象としていない。

### 1.3 業務の構成

本業務は下図のフローで実施した。

図 1-1 業務の構成



## 2. 外国人ビジネスパーソンのニーズの把握

### 2.1 外国人ビジネスパーソンの動向・所在特性の把握

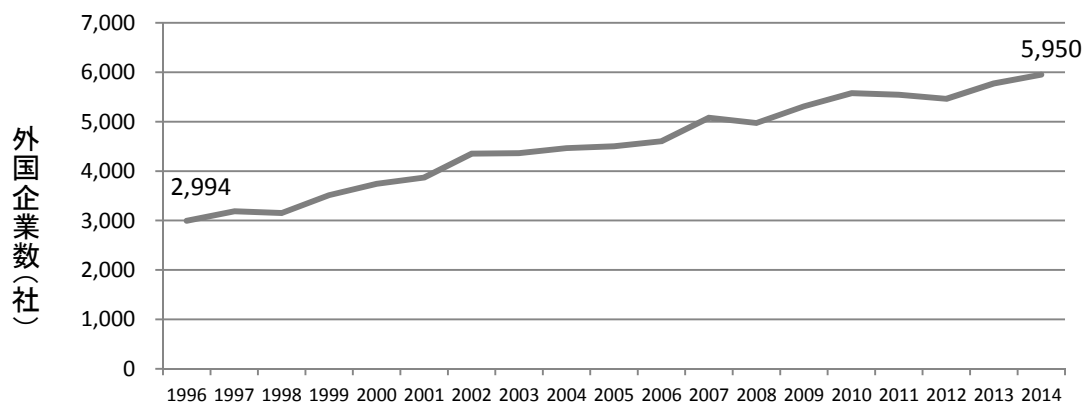
外国人ビジネスパーソンのニーズを把握するにあたり、我が国における外国人の居住や従業の実態について、経済産業省の外資系企業動向調査及び、法務省の在留外国人統計をもとに整理した。



### 2.1.1 外国企業の立地動向

経済産業省の外資系企業動向調査によると、日本に立地する外資系企業数は1996年には約3,000社であったが、2014年にはその2倍の約6,000社へと増加している（図2-1）。また、2015年度調査では5,950社に調査票を配布したうち有効回答数が3,332社であり、そのうち約7割の企業が東京都に立地している企業であった（図2-2）。

図 2-1 外資系企業立地数の推移

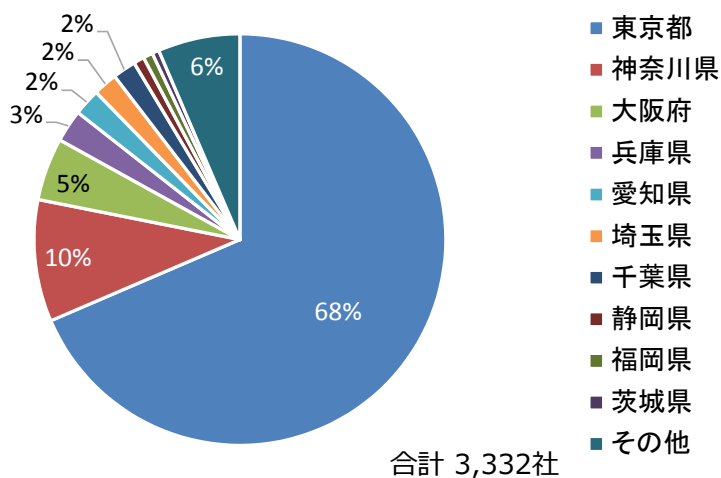


注) 本調査の対象とする外資系企業の定義は以下の通り。

- ・毎年3月末時点で以下の条件を満たす企業及び当該年度中に条件を満たしていた企業
- ・外国投資家が株式又は持分の3分の1超を所有している企業
- ・外国投資家が株式又は持分の3分の1超を所有している国内法人が出資する企業であって、外国投資家の直接出資比率及び間接出資比率の合計が、当該企業の株式又は持分の3分の1超となる企業
- ・上記1、2いずれの場合も、外国側筆頭出資者の出資比率が10%以上である企業

出所) 経済産業省「外資系企業動向調査(1997～2015年調査)」より作成

図 2-2 都道府県別有効回答数(2014年度) ※上位10位まで区分

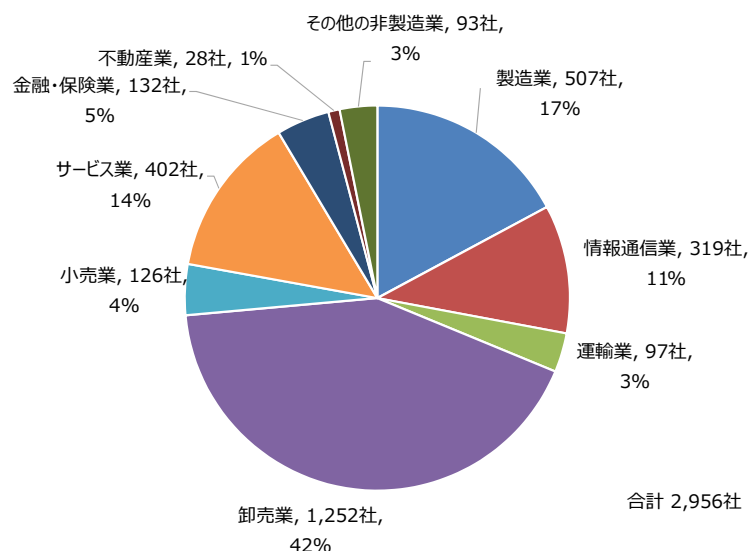


注) 2015年度外資系企業動向調査では5,950社に調査票を配布し、有効回答数は3,332となっている。

出所) 経済産業省「<速報>第49回外資系企業動向調査(2015年調査)」より作成

また、同調査によると、業種別では卸売業（39%）、製造業（18%）、サービス業（14%）、情報通信業（11%）で8割以上を占めている（図 2-4）。2009年度（図 2-3）と2014年度（図 2-4）の業種別企業割合を比較すると、全体的に企業数が増加しているが、業種割合にはほとんど変化がない。

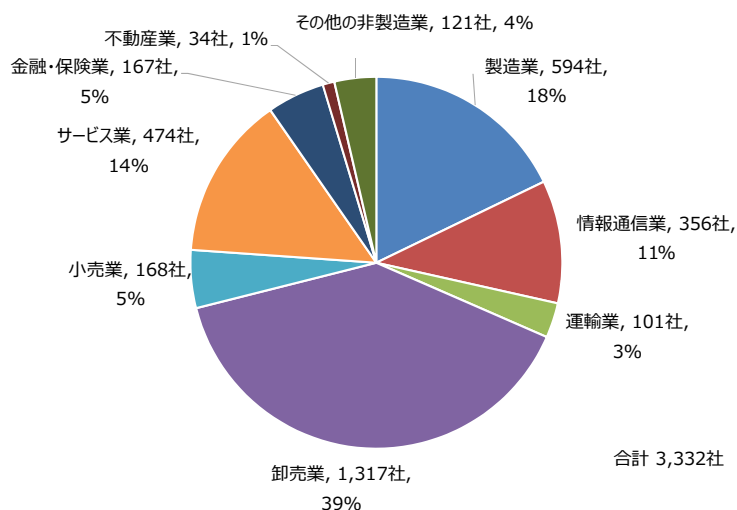
図 2-3 業種別外資系企業割合（2009年度）



注) 2010年度外資系企業動向調査では5,308社に調査票を配布し、有効回答数は2,956となっている。

出所) 経済産業省「<速報>第44回外資系企業動向調査(2010年調査)」より作成

図 2-4 業種別外資系企業割合（2014年度）

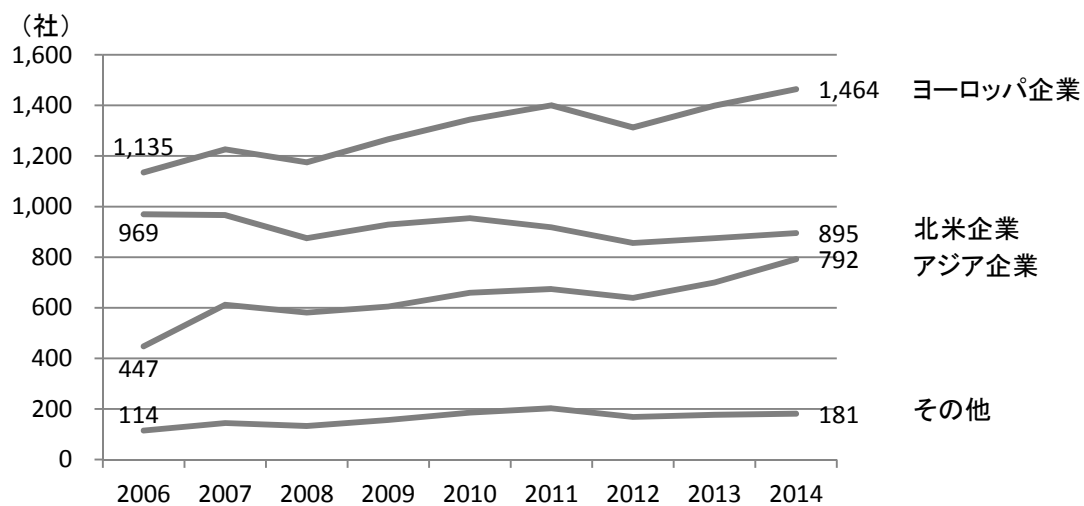


注) 2015年度外資系企業動向調査では5,950社に調査票を配布し、有効回答数は3,332となっている。

出所) 経済産業省「<速報>第49回外資系企業動向調査(2015年調査)」より作成

経済産業省の外資系企業動向調査より母国籍別に外資系企業数の推移をみると、ヨーロッパ企業とアジア企業の増加が著しく、アジア企業は北米企業と同等程度まで企業数を伸ばしている（図 2-5）。

図 2-5 母国籍別外資系企業数推移



出所) 経済産業省「外資系企業動向調査(2007～2015年調査)」より作成

また、海外親会社（外国筆頭出資者）が設置するアジア・オセアニア地域統括拠点は日本よりも中国、香港、シンガポールが多い（表 2-1）。2012 年以降、日本に拠点を置くと回答した企業が減少傾向にある（図 2-6）。

表 2-1 海外親会社（外国側筆頭出資者）が設置するアジア・オセアニア地域統括拠点  
（2014 年度）

（単位：社、拠点）

	日本	中国	香港	台湾	韓国	インド	シンガポール	オーストラリア	その他
全産業	84	278	227	45	49	43	339	70	227
製造業	22	56	23	8	6	9	43	10	32
非製造業	62	222	204	37	43	34	296	60	195

（注1）海外親会社が設置している調査対象企業以外のアジア・オセアニア地域統括拠点を国・地域別に集計。

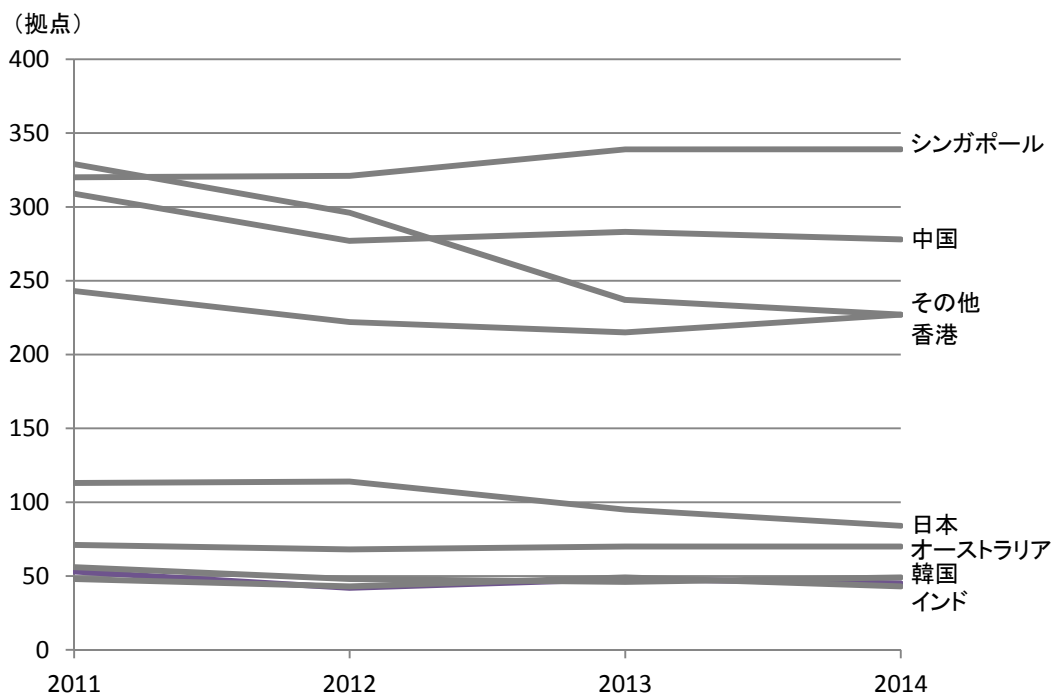
（注2）国・地域別の統括拠点数は、複数回答のため延べ数。

（注3）1 つの海外親会社に対し、その子会社及び孫会社の両方から回答がある場合は重複を排除している。

注) 上表は、調査時点で日本に立地する外資系企業に調査票を配布し、アジア・オセアニア地域統括拠点の場所を尋ねたものである。例えば、調査対象となった外資系企業が地域統括拠点であった場合、「日本」という回答となる。

出所) 経済産業省「外資系企業動向調査（2015 年調査）」より作成

図 2-6 海外親会社（外国側筆頭出資者）が設置するアジア・オセアニア地域統括拠点  
時系列推移

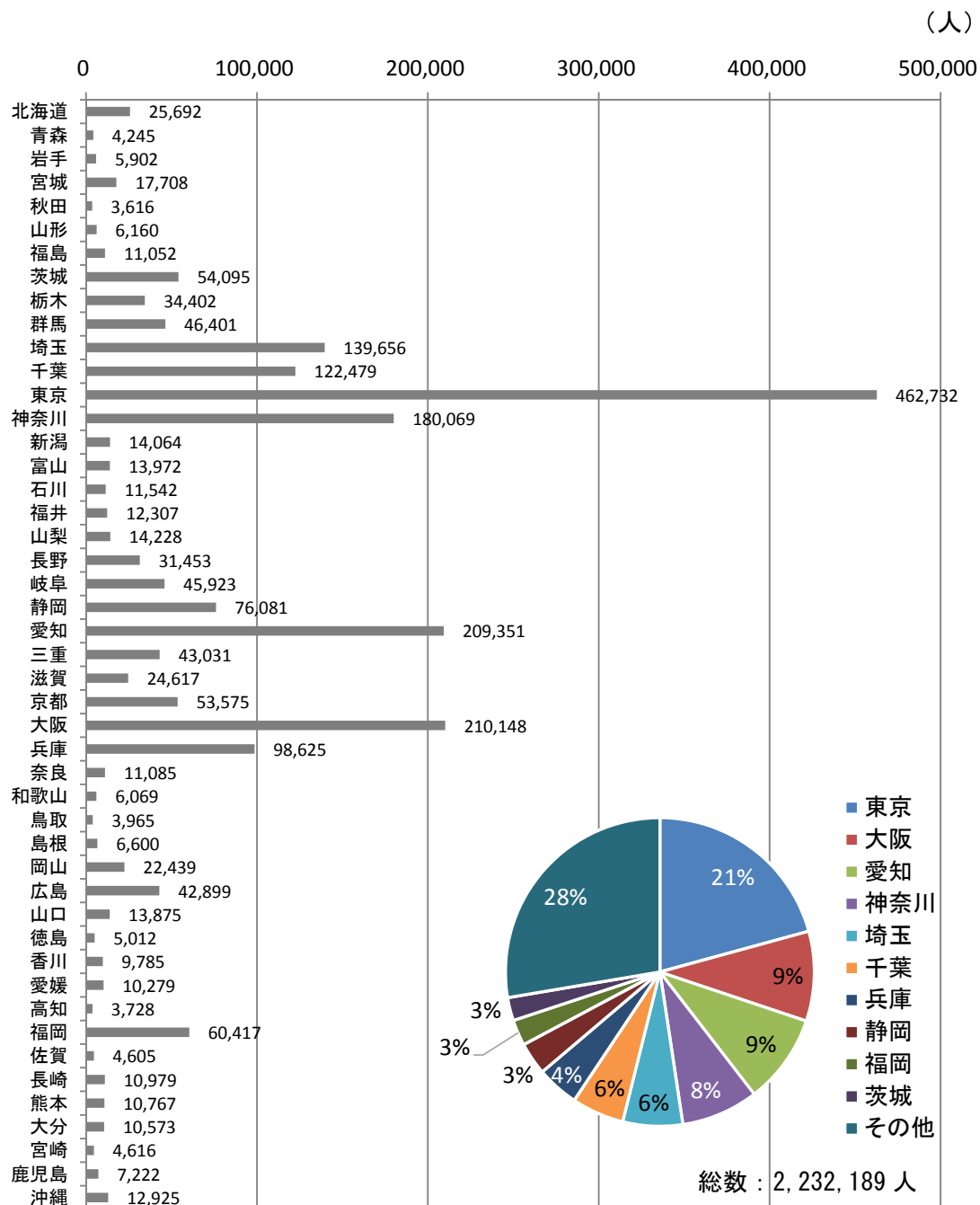


出所) 経済産業省「外資系企業動向調査（2012～2015 年調査）」より作成

## 2.1.2 外国人居住動向

法務省の在留外国人統計によると、全国に居住している在留外国人約 223 万人のうち、東京都に約 46 万人（約 2 割）と最も多くの外国人が居住しており、次いで大阪府、愛知県、神奈川県、埼玉県となっている（図 2-7）。

図 2-7 都道府県別外国人人数及び割合（2015 年）



出所) 法務省「在留外国人統計（2015 年）」より作成

また、特定地域を含む都道府県における在留資格別外国人数の割合をみると、東京都、神奈川県では「技術・人文知識・国際業務」の割合が大きい。

在留資格のうち、「教授」、「芸術」、「報道」、「高度専門職」、「経営・管理」、「法律・会計業務」、「医療」、「研究」、「教育」、「技術・人文知識・国際業務」、「企業内転勤」、「興業」、「技能」の資格を高度人材と想定した場合、東京都、神奈川県、大阪府で全国における割合（下図の点線）よりも高く、特に東京都と神奈川県において割合が高いことがわかる（図 2-8）。

図 2-8 特定地域を含む都道府県における在留資格別（活動別）外国人割合

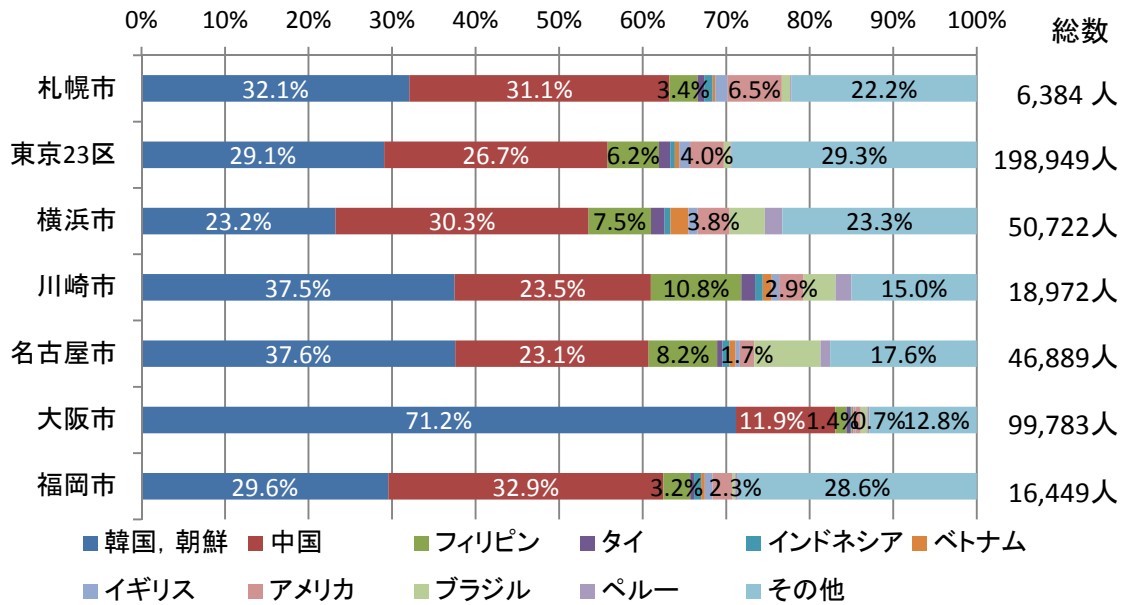


注) 在留資格のうち、外交、公用についてはデータが公表されていないため上記グラフには含まれていない。

出所) 法務省「在留外国人統計（2015年）」より作成

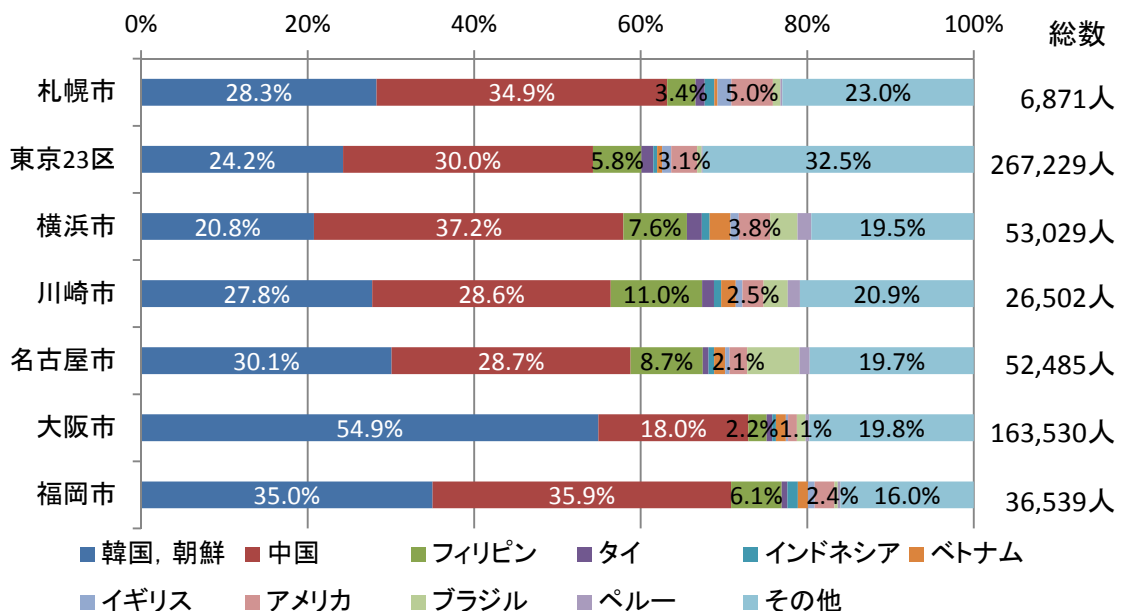
総務省の国勢調査より、特定地域を含む自治体ごとに国籍別の外国人数をみると、過半数を「韓国、朝鮮」、「中国」が占めている。また、2005年から2010年で全ての都市において中国人の割合が増加していることがわかる。総数に注目すると全ての都市で外国人人口が増加しており、特に東京23区、大阪市、福岡市の増加が著しい（図 2-9、図 2-10）。

図 2-9 国籍別外国人人口（2005 年）



出所) 総務省「平成 17 年国勢調査」より作成

図 2-10 国籍別外国人人口（2010 年）

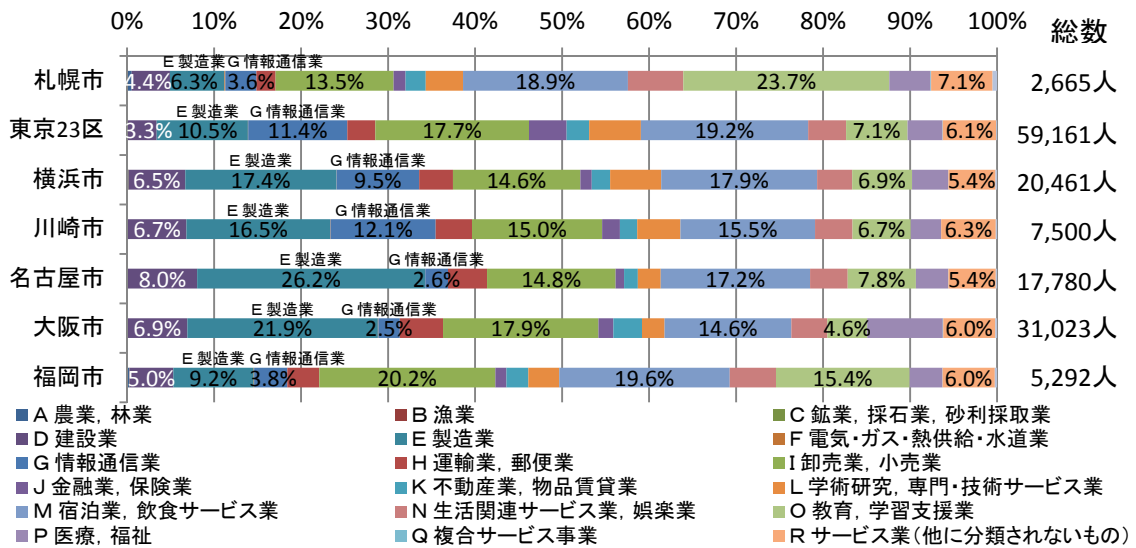


出所) 総務省「平成 22 年国勢調査」より作成

また、外国人就業者数の産業別割合をみると、名古屋市や大阪市で「製造業」の割合が比較的高く、東京23区、横浜市、川崎市で「情報通信業」の割合が高い（図 2-11）。

外国人就業者数の職業別割合をみると、札幌市、東京23区、横浜市、川崎市、福岡市で「専門的・技術的職業従事者」の割合が高く、名古屋市、大阪市では「生産工程従事者」の割合が高いことがわかる（図 2-12）。

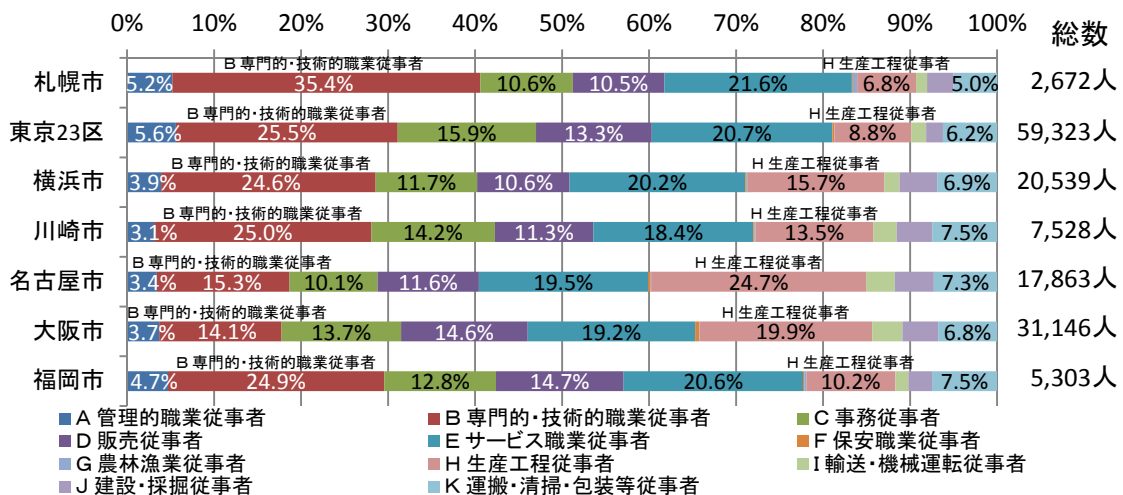
図 2-11 外国人就業者数の産業別割合（2010年）



注) 産業大分類の「分類不能の産業」は主に調査票の記入の不備であるため「分類不能の産業」を除いてグラフを作成した。東京都では「分類不能の産業」は他の市よりも割合、人数ともに多く 32,537 人であった。

出所) 総務省「平成 22 年国勢調査」より作成

図 2-12 外国人就業者数の職業別割合（2010年）



注) 職業分類の「分類不能の職業」は主に調査票の記入の不備であるため「分類不能の職業」を除いてグラフを作成した。東京都では「分類不能の職業」は他の市よりも割合、人数ともに多く 32,375 人であった。

出所) 総務省「平成 22 年国勢調査」より作成



### 2.1.3 まとめ

外国人ビジネスパーソンの動向・所在特性の分析より、以下の特徴が把握できた。

- ・ 我が国の外国企業立地は増加傾向にあり、その多くが東京都に立地している。
- ・ 日本に立地する外国企業のアジア・オセアニア地域統括拠点は、中国、香港、シンガポールに多く、アジア地域のビジネス拠点としての東京は激しい競争環境下におかれている。
- ・ 我が国に居住する外国人人口は増加傾向にある。その多くは三大都市圏に集中している。
- ・ 昨今、特にアジア地域出身の外国人人口が増加しており、高度なビジネスの場でもより多様な国籍を持つ外国人ビジネスパーソンが活動していると想定される。
- ・ 世界のビジネス拠点東京、アジアのビジネス拠点東京としての地位復権に向けて、ますます多様化が進む外国企業やビジネスパーソンのニーズに応じていくことが重要である。

## 2.2 ニーズ調査の実施

日本で従業する外国人ビジネスパーソン及びその家族の生活環境ニーズを把握するため、外国人ビジネスパーソンを対象とした WEB アンケート調査を実施した。

## 2.2.1 外国人ビジネスパーソン生活環境アンケート調査の実施

### (1) 外国人ビジネスパーソン生活環境アンケート調査目的

外国人ビジネスパーソンやその家族等が求める生活環境や居住地、就業地の立地の要件等を把握するため、WEB アンケート調査を実施した。

以下の5点を、特に把握すべきテーマと設定して、調査を設計した。

- ① 生活（都市）環境の向上：通勤・通学の状況、子どもの教育、居住地選択の理由等
- ② 適切な情報の発信：必要とする生活情報、情報の入手先等
- ③ 災害対策・不安低減：日本の災害で不安な点、災害時の情報源、必要な準備等
- ④ シティプロモーション：来日前後の日本のイメージ、都市として魅力を感じる点等
- ⑤ 日本に求められるサービスや施設：これまでの経験で、他国にあった日本にも欲しいサービス、施設、他国と比較して足りない点等

### (2) WEB 調査実施方法

#### 1) 調査手法

調査手法は、外国人モニターを有する調査会社を活用したWEBによるアンケート調査である。WEB上に構築した調査画面を外国人モニターに配信、回答を得た。

#### 2) 調査概要

実施期間：2016年9月12日～2016年9月26日

設問数：33設問 ※分岐設問は除く。

使用言語：4言語で調査を実施（英語、中国語(簡体字)、中国語(繁体字)、韓国語)

回収数：350サンプル

対象者属性

職種、居住地、年齢、国籍について、以下の条件に基づき実施した。

■職種：ホワイトカラー職種の外国人ビジネスパーソン

■居住地：東京都、愛知県、大阪府の居住者（80%、10%、10%の割合でそれぞれ回収）

- ・ 外国人であることから生じる課題はどの地域の居住者も共通と考えられることから、外国企業の立地や外国人人口の多い地域を対象として選定した。
- ・ なお、高度外国人材を調査対象としていることから、なるべく都心地区に従業地を持つモニターからの回答が得られるよう工夫した。

■年齢：20代、30代、40代以上の3区分で等分回収（20歳以上60歳未満）

■国籍：欧州、北米、アジア、その他に区分し、以下の割合で回収した。

32%：32%：32%：4%

### (3) 外国人ビジネスパーソン生活環境アンケート調査結果

#### 1) 回答者の属性

##### a. 回答者の出身国

- ・ 本調査の回答者は約 25%がアメリカ、ついで韓国（約 13%）、イギリス（約 10%）である（図 2-13）。なお、欧州、北米、アジアから概ね等分で回答を得られるよう調整して実施した（図 2-14）。
- ・ 英語が母国語の回答者の比率が最も高く（46.0%）、次いで韓国語（13.1%）、中国語（9.7%）、スペイン語（5.7%）、フランス語（4.6%）、ドイツ語（3.1%）、イタリア語（1.7%）、ポルトガル語（1.1%）、ロシア語（1.1%）となっている（図 2-15）。
- ・ 日常生活で英語が使える割合を見ると、「英語が使える」回答者の割合が 92.0%、「英語が使えない」回答者 8.0%であった（図 2-16）。

図 2-13 回答者の出身国

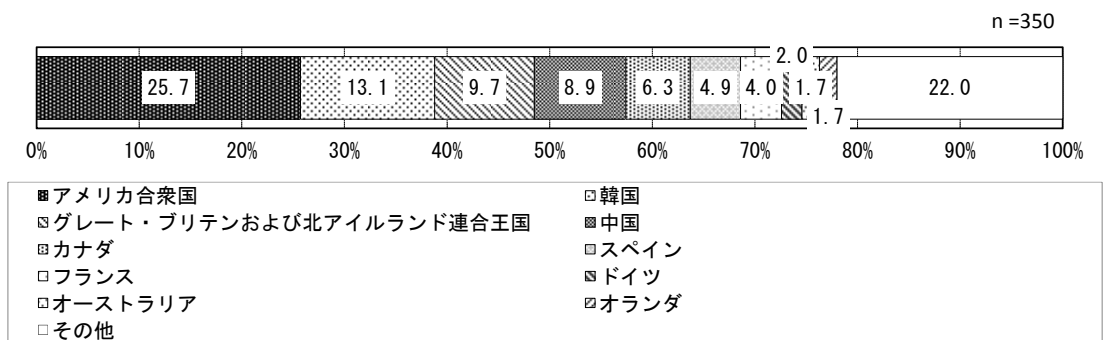


図 2-14 回答者の出身地域

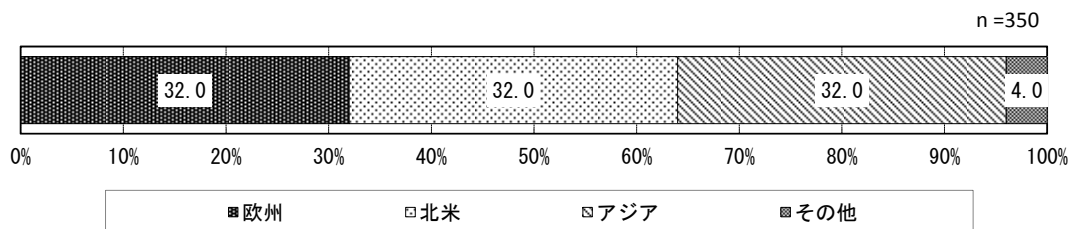


図 2-15 回答者の母国語

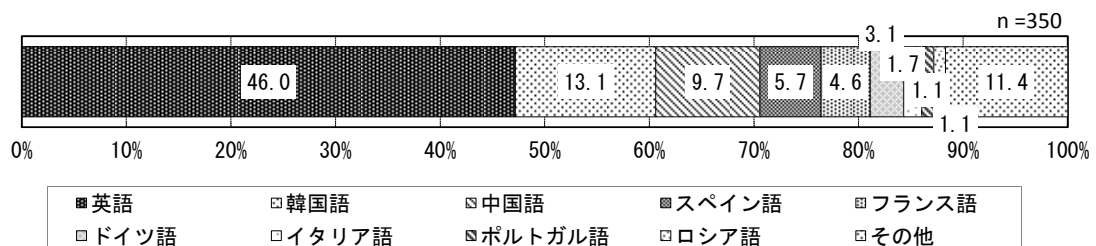
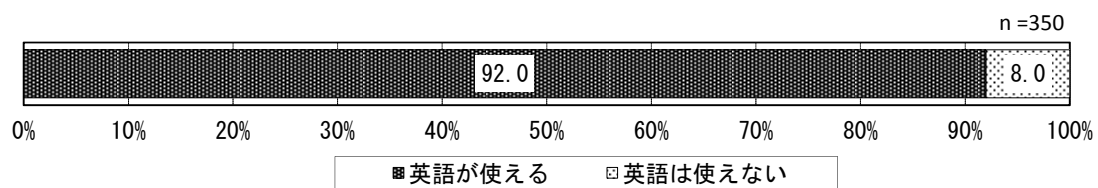


図 2-16 回答者の日常生活で英語が使える割合



b. 回答者の居住地・従業地

- ・ 本調査では、高度外国人材を対象に回答を得たいという理由から、居住地や従業地がなるべく都心である回答者を対象として、優先的に配信する工夫を行った。
- ・ 例えば、東京都では千代田区、港区、新宿区、渋谷区に勤める外国人ビジネスパーソンから多くの回答を得ている（図 2-17、図 2-18）。
- ・ 愛知県、大阪府に居住する回答者も比較的都心部に従業する回答者である。

図 2-17 回答者の居住地（東京都 23 区内のみ掲載）

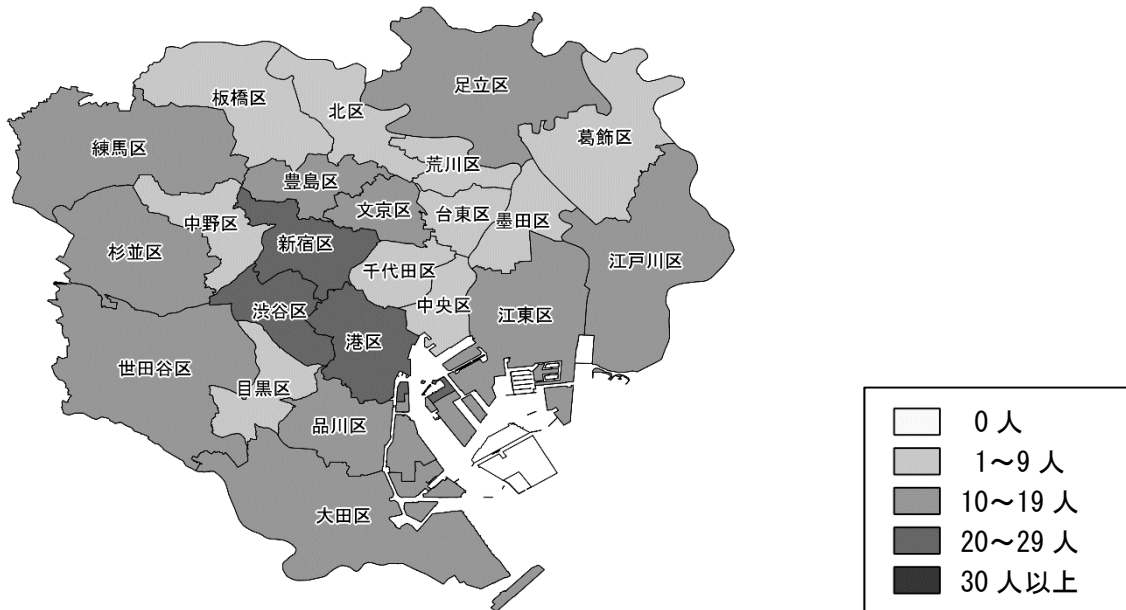
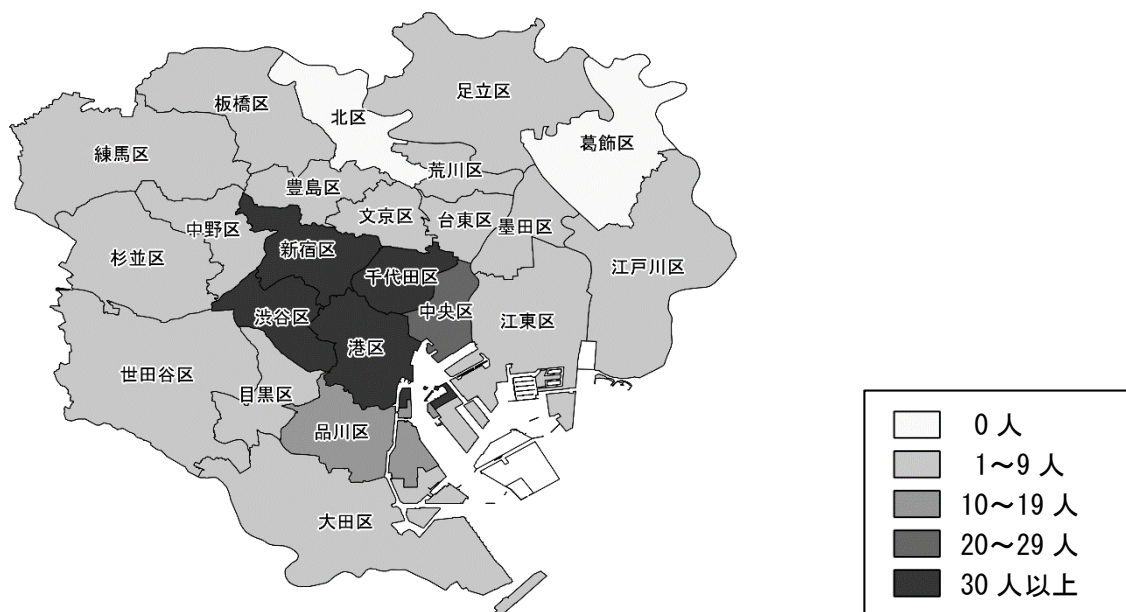


図 2-18 回答者の従業地（東京都 23 区内のみ掲載）



- ・ 東京都に居住する外国人ビジネスパーソンについて、居住地から従業地への通勤状況を見ると、「従業地と同じ区内で住むパターン（職住近接都心居住型）」と、「従業地は都心で都心近隣から通勤（都心従業・都心近隣居住型）」の2パターンに区分される。
- ・ 「従業地と同じ区内で住むパターン（職住近接都心立地型）」は特に「港区」、「新宿区」で多い（図 2-20）。

図 2-19 回答者の居住地から従業地への移動状況（東京都 23 区内のみ掲載）

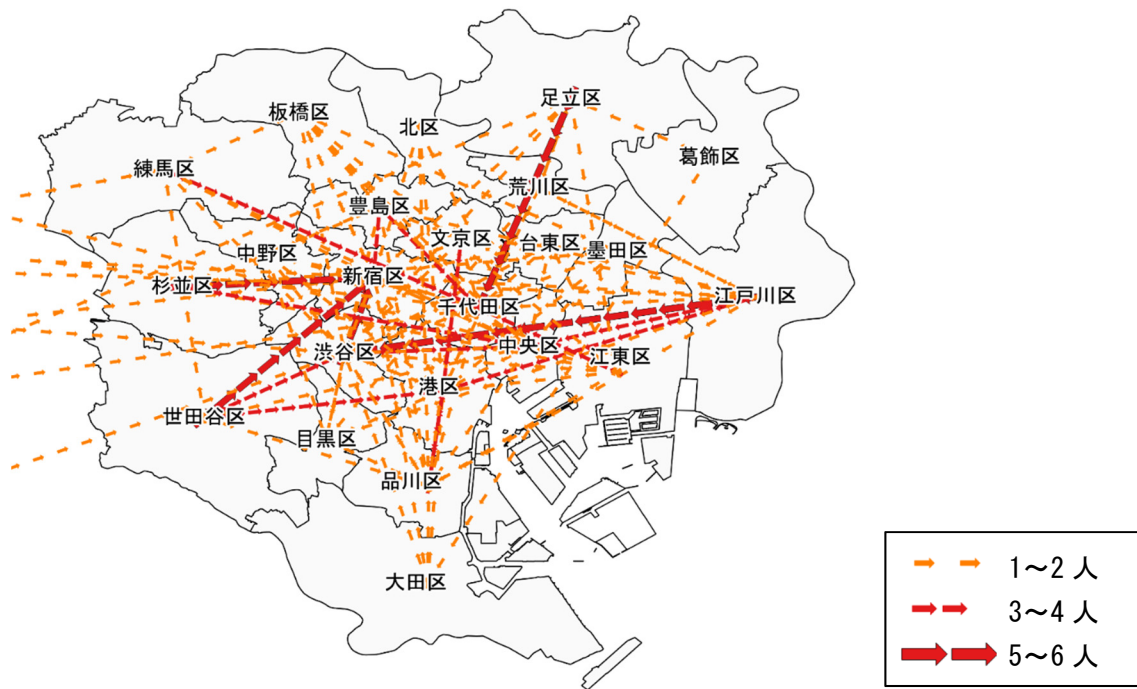
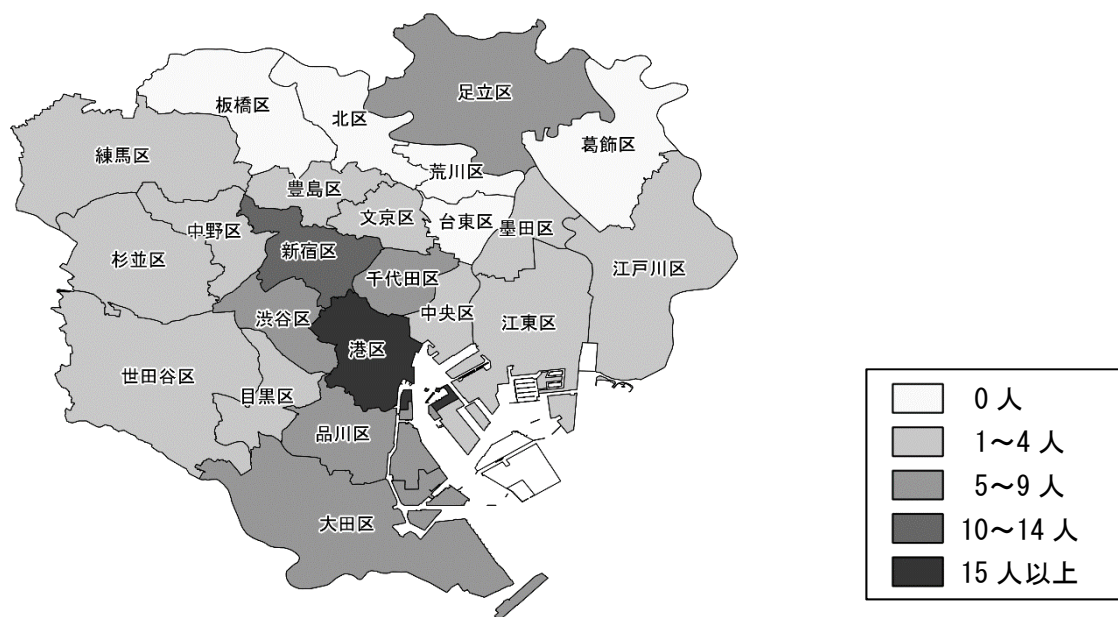


図 2-20 同じ区内で居住・従業地が完結している回答者数（東京都 23 区内のみ）



### c. 回答者の業種・職階・雇用形態

- ・ 回答者が所属する会社の主な業種について、情報通信業が最も多く（19.4%）、次いで順に金融業、保険業（16.9%）、学術・専門・技術サービス業（14.3%）であった（図 2-21）。
- ・ 回答者の職階では、スタッフレベルが 48.3%で最も多く、次いで管理職（26.9%）、アシスタント（15.4%）、役員（9.4%）となっていた（図 2-22）。
- ・ 回答者の現在の雇用形態を見ると、正社員が最も多く（72.3%）、次いで契約社員（22.9%）、フリーランサー（4.3%）であった（図 2-23）。

図 2-21 回答者の所属する会社の主な業種

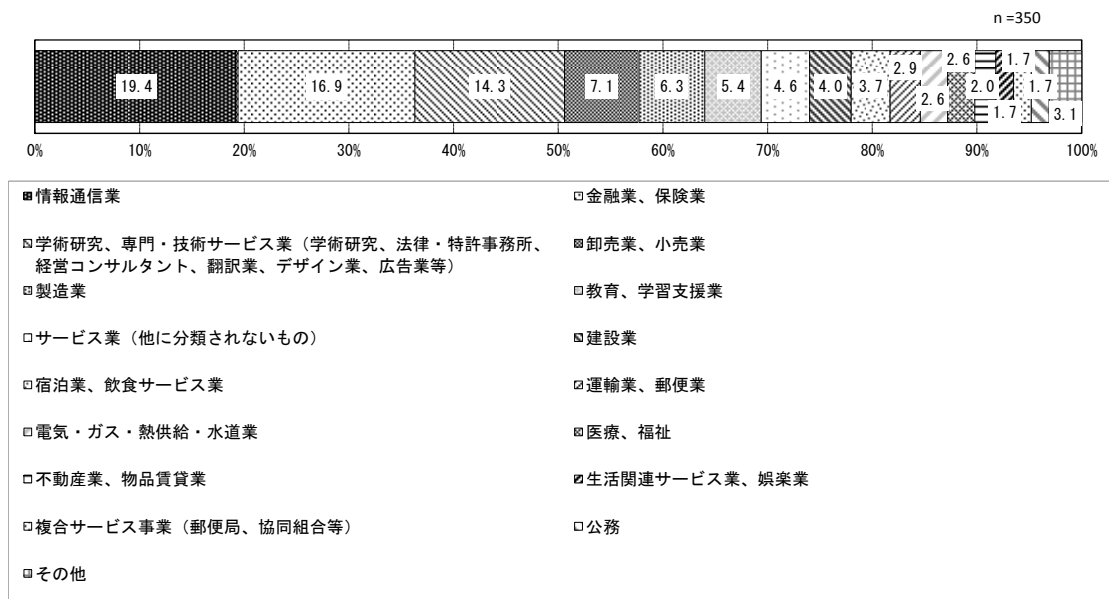


図 2-22 回答者の職階

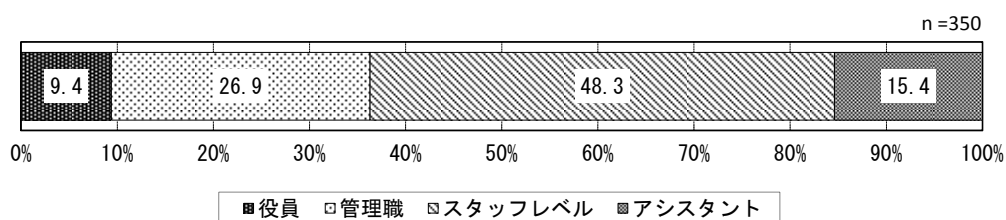
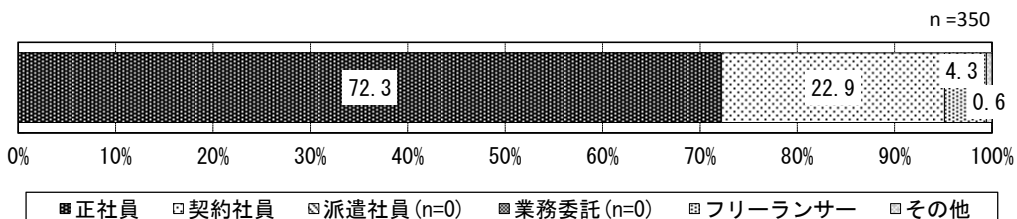


図 2-23 回答者の現在の雇用形態





d. 回答者の滞在期間・勤続年数

- ・ 日本での滞在年数では、7年以上が最も多く（33.7%）、次いで5～7年未満（27.1%）、3～5年未満（24.3%）、1～3年未満（14.9%）であった（図 2-24）。
- ・ 回答者の日本での勤務年数を見ると、1～3年未満が最も多く（34.6%）、次いで3～5年未満（24.6%）、5～7年未満（22.9%）、7年以上（15.7%）、1年未満（2.3%）となっている（図 2-25）。

図 2-24 回答者の日本での滞在年数

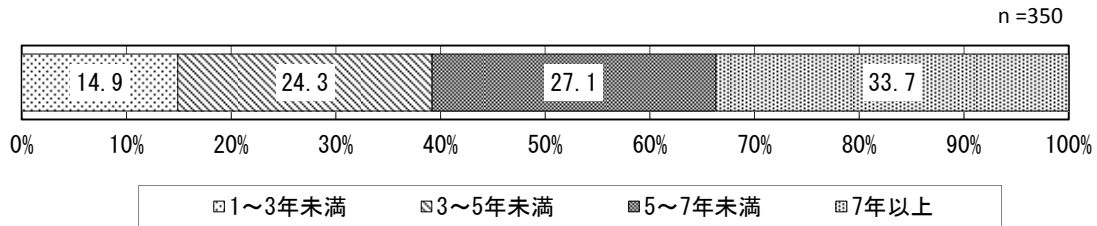
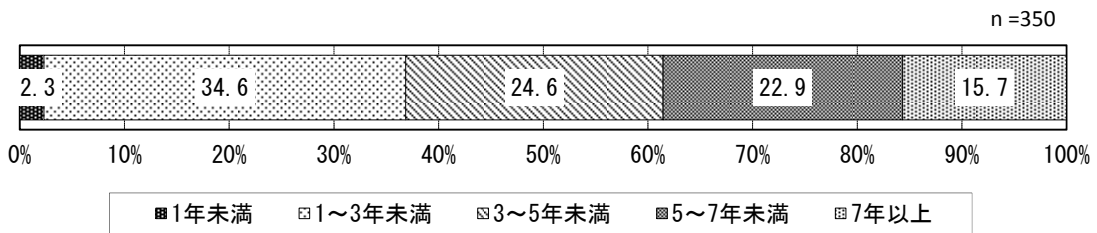


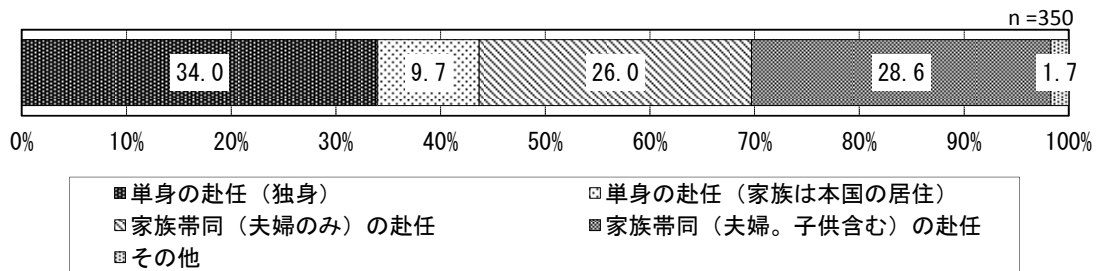
図 2-25 回答者の日本での勤務年数



e. 回答者の家族構成

- ・ 回答者の日本での（居住）家族構成では、単身での赴任（独身）が最も多く（34.0%）、次いで家族帯同（夫婦、子ども含む）の赴任（28.6%）、家族帯同（夫婦のみ）の赴任（26.0%）、単身の赴任（家族は本国の居住）（9.7%）である。（図 2-26）。

図 2-26 回答者の日本での（居住）家族構成



f. 回答者の勤務状況

- ・ 回答者の主な勤務先の資本関係は、日系企業（50.9%）、外資系企業（49.1%）であった（図 2-27）。
- ・ 現在、日本で働いている理由としては、「日本で以前より滞在しており、その後、現在の会社に入社」が最も多く（32.6%）、次いで「自分自身で日本を希望しての赴任」（32.3%）、会社命令による赴任（19.7%）、「現在の会社に入社するため日本へ移住」（14.0%）となっている。（図 2-28）。

図 2-27 主な勤務先の資本関係

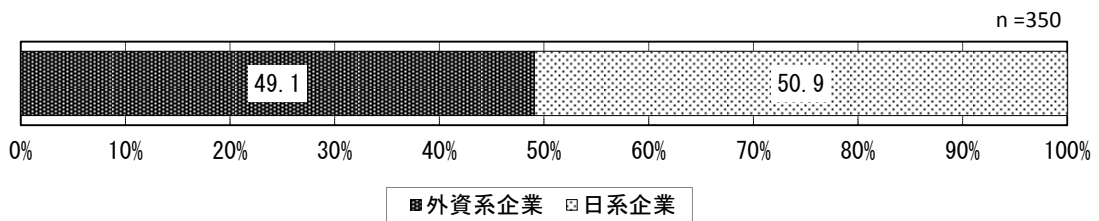
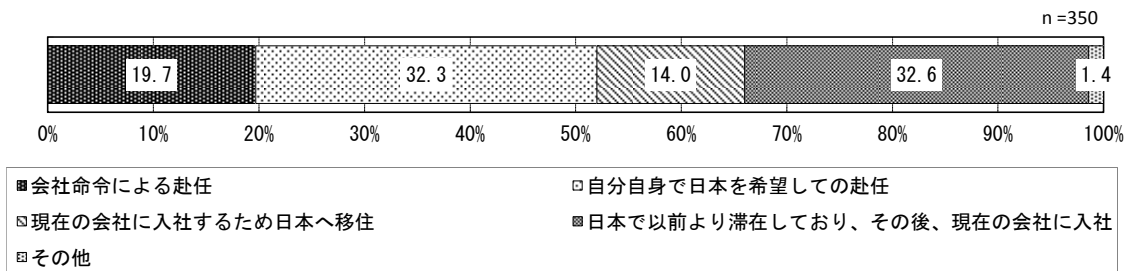


図 2-28 現在日本で働いている理由



## 2) 生活（都市）環境の向上

### a. 居住地の選定

- ・ 居住地選択に関して、「自分で選択」が 64.0%と最も高く、次いで「家族が選択」（24.0%）、「会社が選択」（9.4%）、「友人が選択」（1.7%）となっている（図 2-29）。
- ・ 家族の形態別で居住地を選択した主体を比較すると、単身での赴任と比較して、家族帯同で赴任した回答者の間では、「家族」が居住地を選択している傾向にあることがわかる（図 2-30）。
- ・ また、会社命令による赴任の場合は「会社が選択」（29.0%）と他の理由と比べて割合が大きい（図 2-31）。

図 2-29 居住地を選択した主体者

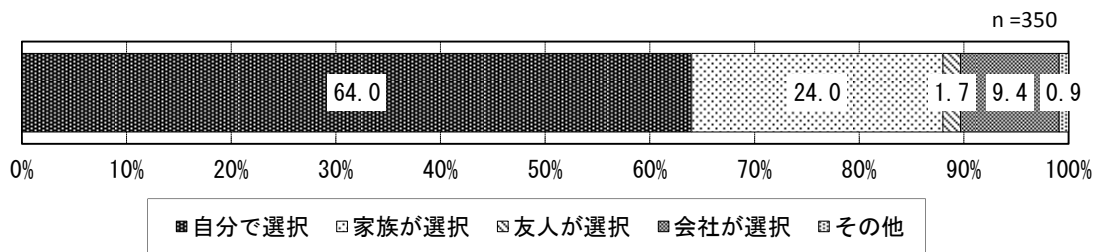


図 2-30 家族の形態別 居住地を選択した主体者

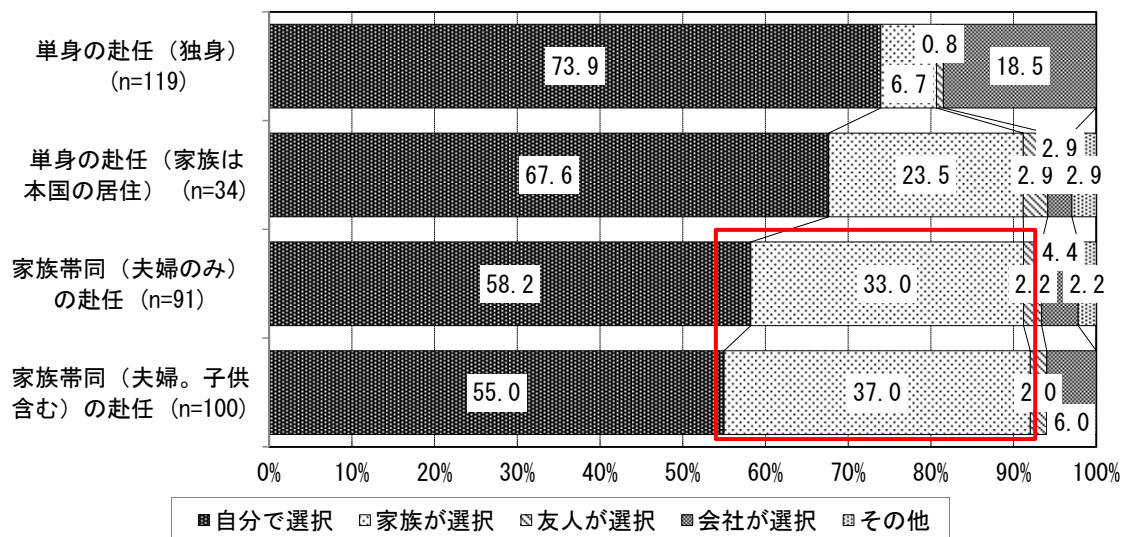
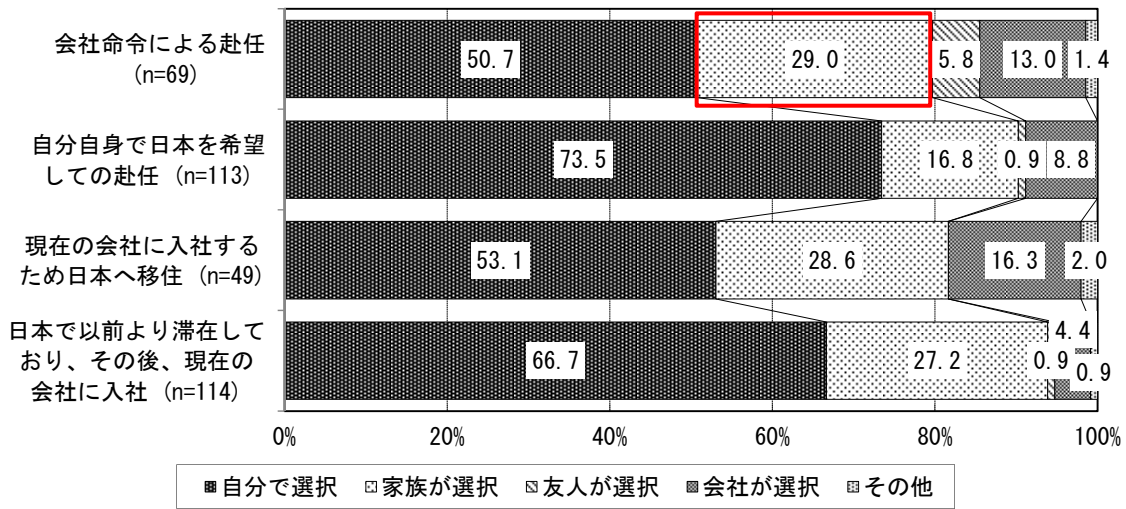


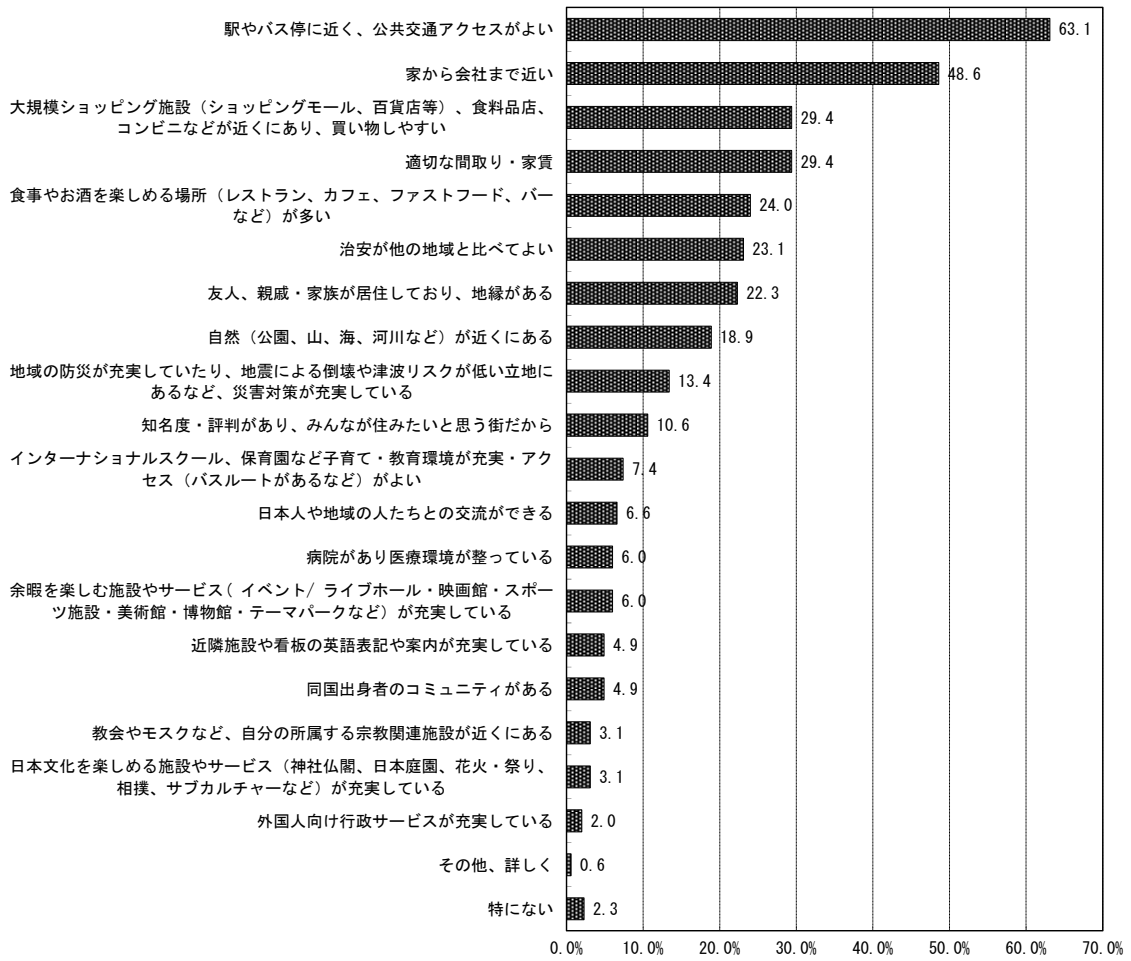
図 2-31 現在日本で働いている理由別 居住地を選択した主体者



- ・ 日本で居住地を選択する際に重視する項目としては、「駅やバス停に近く、公共交通アクセスがよい」(63.1%)が最も多かった(図 2-32)。
- ・ 次いで順に「家から会社まで近い」(48.6%)、「大規模ショッピング施設(ショッピングモール、百貨店等)、食料品店、コンビニなどが近くにあり、買い物しやすい」(29.4%)、「適切な間取り・家賃」(29.4%)となっている(図 2-32)。
- ・ また、重視すると回答した人の割合が低かった下位3項目として、「教会やモスクなど、自分の所属する宗教関連施設が近くにある」(3.1%)、「日本文化を楽しめる施設やサービス(神社仏閣、日本庭園、花火・祭り、相撲、サブカルチャーなど)が充実している」(3.1%)、「外国人向け行政サービスが充実している」(2.0%)となっていた(図 2-32)。
- ・ 職住近接や生活利便性(交通、食料品店へのアクセス)を重視する傾向にあることがわかる。

図 2-32 日本で居住地を選択する際に重視する項目（上位5つまで）

n = 350



## b. 職住近接

- ・ 通勤時間の内訳を見ると、特に通勤時間が30分以内の回答者の割合が合計で47.4%と、ほぼ過半数を占めており、職住近接の傾向がうかがえる（図 2-33）。
- ・ 単身での赴任（独身）の回答者と、家族帯同（夫婦、子ども含む）の赴任の回答者で通勤時間を比較すると、家族帯同（夫婦、子ども含む）の赴任のほうが、通勤時間が長くなる傾向にあることがわかる（図 2-34）。
- ・ また、家族（子ども含む）と一緒に赴任した回答者の子どもの学校・保育園への通学時間は、「～20分」（23.0%）が最も多く、次いで「～10分」（19.0%）、「～30分」（12.0%）、「1時間」（9.0%）、「～40分」（8.0%）、「～50分」（6.0%）となっている。通勤よりも通学に便利な場所に居住している様子がうかがえる（図 2-35）。

図 2-33 通勤時間

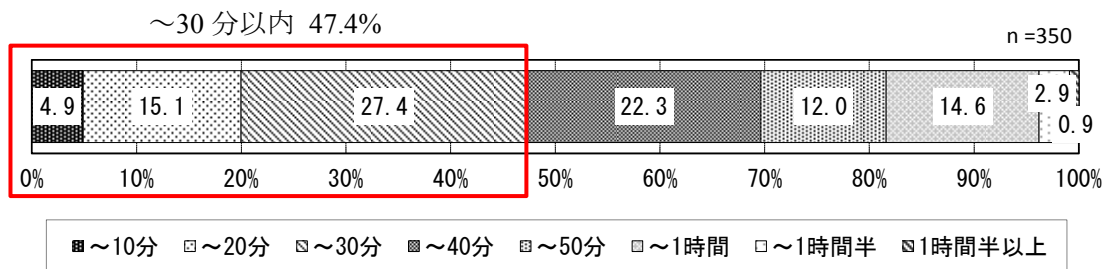


図 2-34 家族の形態別 通勤時間

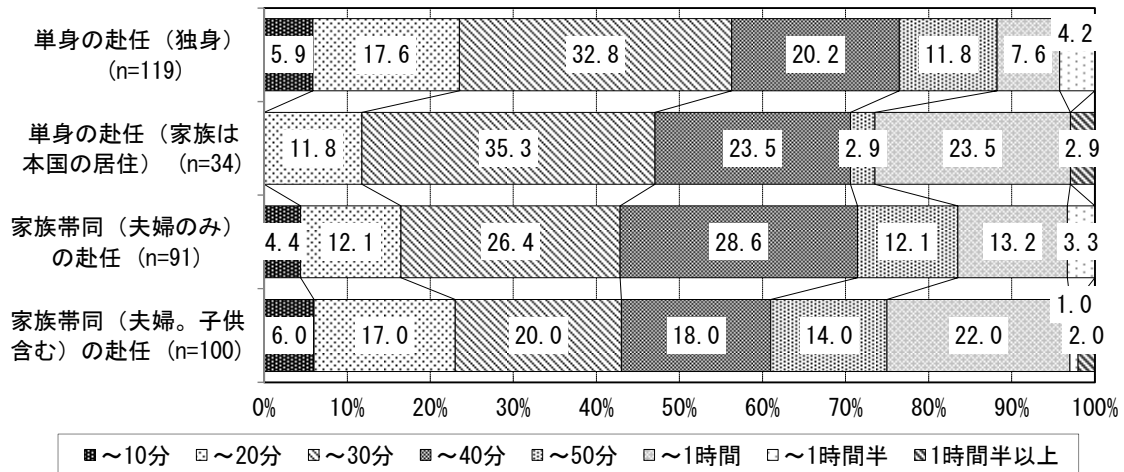
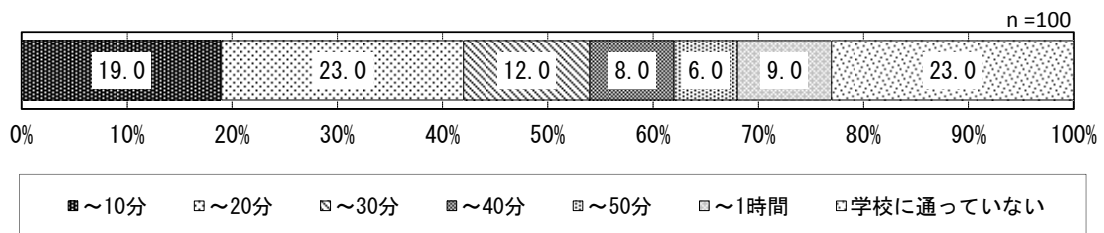


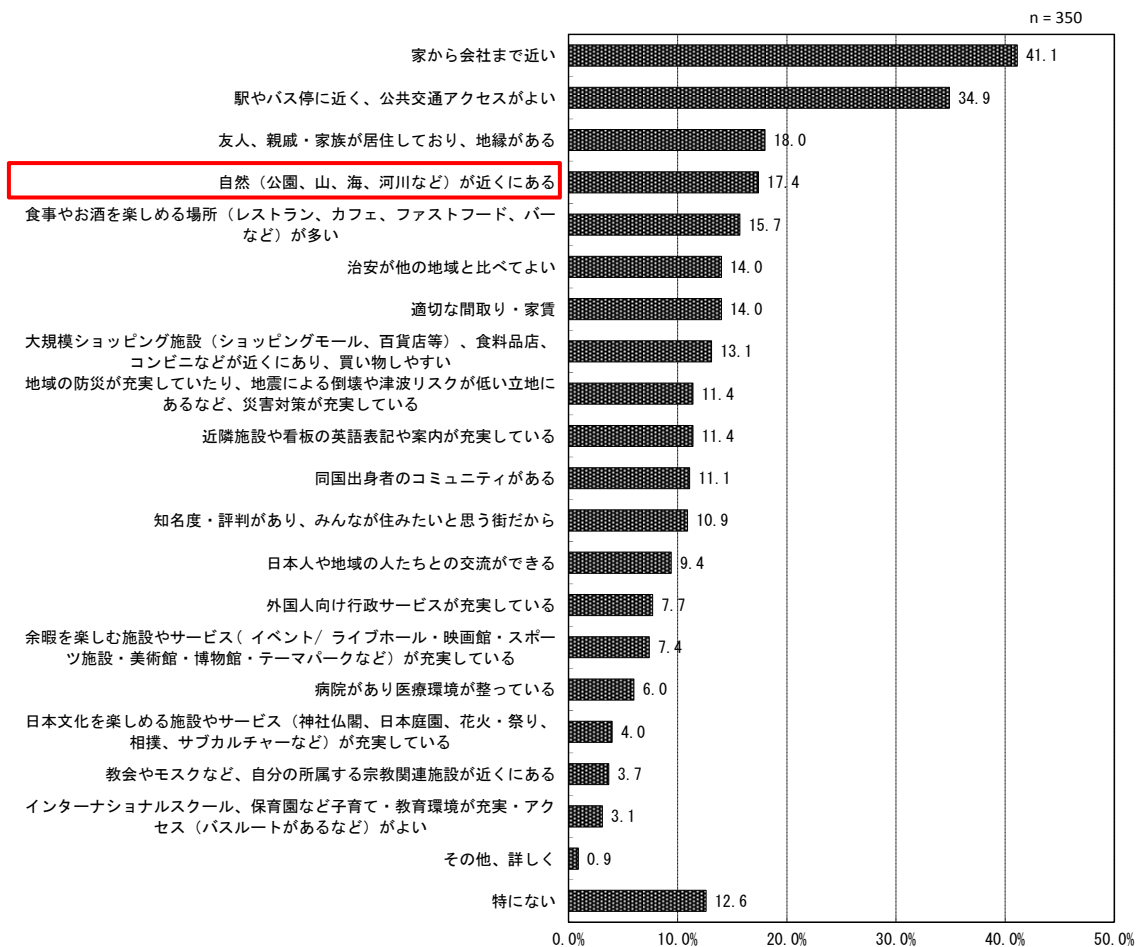
図 2-35 子どもの学校・保育園の通学時間



### c. 望まれる居住環境

- ・ 居住地を決める際に、重視したかったができなかった項目をみると、「家から会社まで近い」（41.1%）が最も多く、次いで「駅やバス停に近く、公共交通アクセスがよい」（34.9%）、「友人、親戚・家族が居住しており、地縁がある」（18.0%）となっていた（図 2-36）。
- ・ 生活利便性（アクセス性）が重視されている一方で、「自然（公園、山、海、河川など）が近くにある」が17.4%で第4位となっている。

図 2-36 実際に居住地を決める際に重視したができなかった項目（上位5つまで）

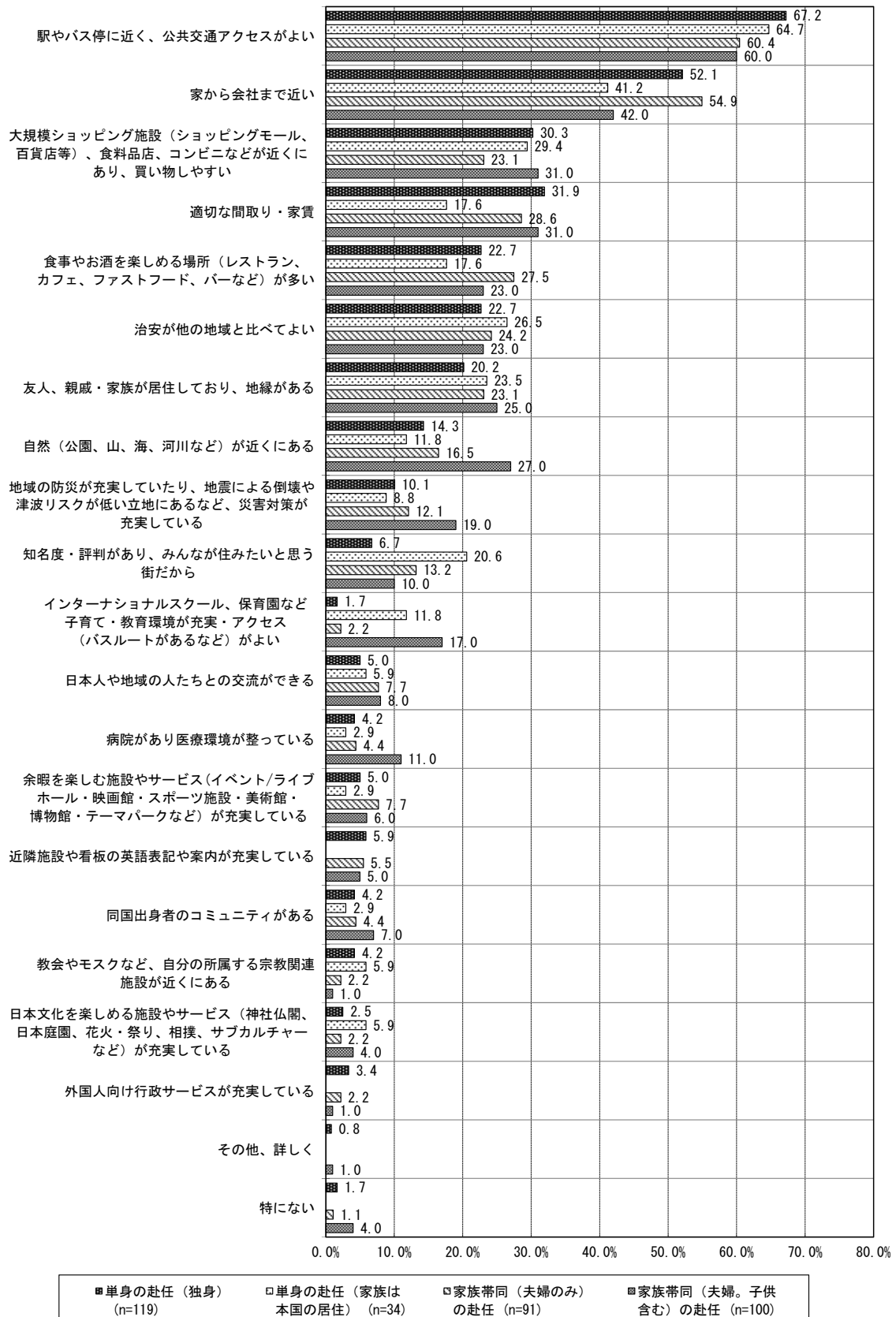


#### d. 子どもの教育環境

- ・ 子どもを含む家族帯同で日本に赴任している外国人ビジネスパーソンの日本で居住地を選択する際に重視する項目をみると、「インターナショナルスクール、保育園など子育て・教育環境が充実・アクセス（バスルートがあるなど）がよい」が、単身の赴任（独身）と比較して、回答率が高くなっている（図 2-37）。



図 2-37 家族の形態別 日本で居住地を選択する際に重視する項目（上位5つまで）



### e. 従業地周辺に求める施設やサービス

- ・ オフィスの周辺に求める施設やサービスの上位3項目を見ると、「食事やお酒を楽しめる場所（例：レストラン、カフェ、バー、ファストフード、ナイトクラブ 等）」（57.4%）への回答率が最も高かった（図 2-38）。
- ・ 次いで「ショッピング施設（例：大規模ショッピング施設（ショッピングモール、百貨店等）、スーパー・コンビニ 等）」（40.0%）、「スポーツ施設（例：スポーツクラブ、フィットネス、ジム、プール等）」（34.6%）となっている（図 2-38）。

図 2-38 オフィスの周辺に求める施設やサービス（上位3つまで）

