

2015年度
日本の国際競争力調査
結果（概要）

2016年6月21日
一般社団法人 日本経済団体連合会

調査の総括

- わが国の企業は、総じてグローバル市場で競合企業と伍していける競争力があると回答しており、将来の見通しも明るさを増している。
- 国際競争力の現状評価において、「高い競争力を有している／若干高い競争力を有している」と回答した企業は約4割(38.6%)であり、3年後の競争力の見通しは「現状より高くなっている／若干高くなっている」と回答した企業は 6割を超えた(67.1%)。
- グローバル市場における日本企業の強みは「製品・サービスの性能・品質」「研究開発・技術」。弱みとして挙げられたのは「マーケティング・販売」「製品・サービスの開発・生産コスト」。
- わが国のビジネス環境については、特にアメリカとの比較において「劣る」との評価が多い。ドイツとの比較では同水準とする項目が多く見られ、ASEAN諸国との比較では優位にある項目が多い。
- 競争力強化に向けては、「税負担」「規制」「労働の柔軟性」を改革すべきという回答が上位を占めた。
- IoTやビッグデータ等の利活用により、自社の競争力に影響があると考える企業が9割近くにのぼる一方、実際のビジネスに活用しているのは4割程度である。

1. 調査の概要

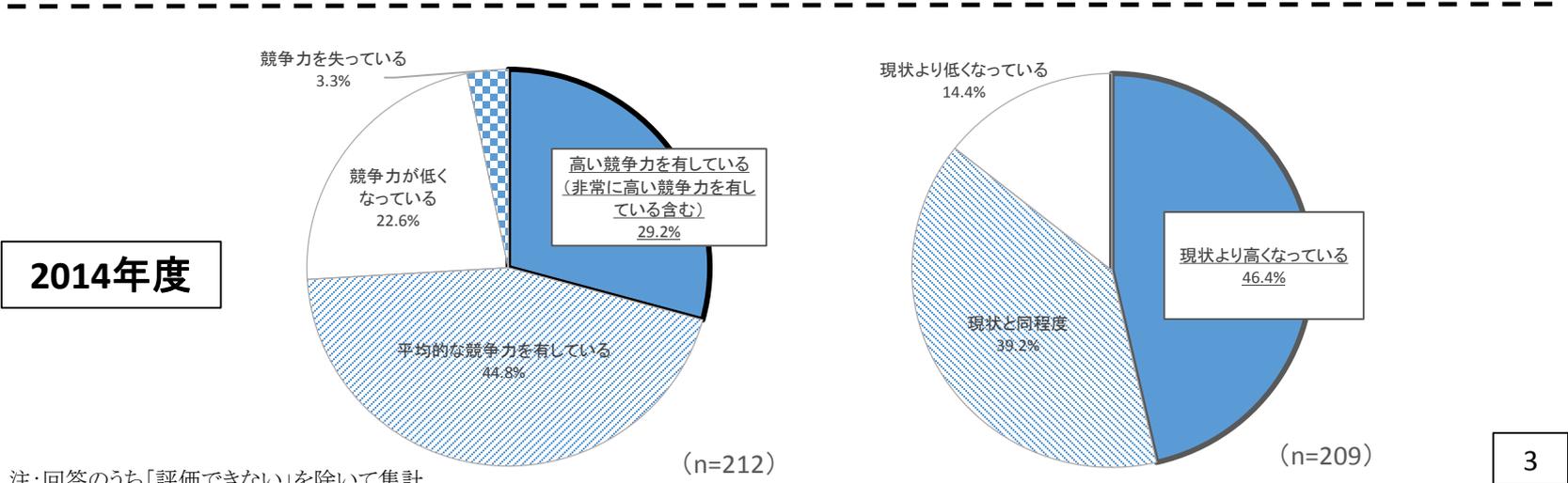
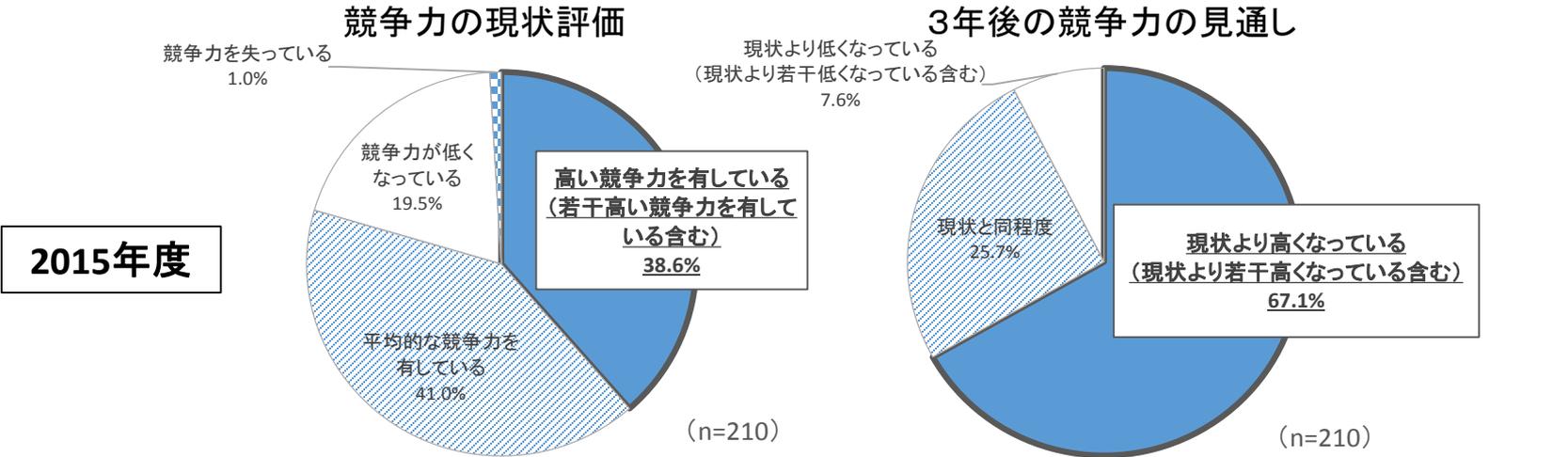
趣 旨	わが国企業の競争力やビジネス環境の充実度を競合する企業・国家との比較により把握し、適切な政策立案・実行に供する。
時 期	2016年3月～4月
対 象	経団連会員企業
方 法	選択・記入式
回答数	278社(製造業173社、非製造業105社)

注1: 製造業(食料品、繊維製品、パルプ・紙、化学、医薬品、石油・石炭製品、ゴム製品、硝子・土石製品、鉄鋼、非鉄金属、金属製品、機械、電気機器、輸送用機器、精密機器、その他製品)

注2: 非製造業(水産・農林、鉱業、建設、電気・ガス、陸運、海運、空運、倉庫・運輸関連、情報・通信、卸売、商社、小売、銀行、証券・商品先物取引、保険、その他金融、不動産、サービス)

2-1 競争力の現状評価と見通し

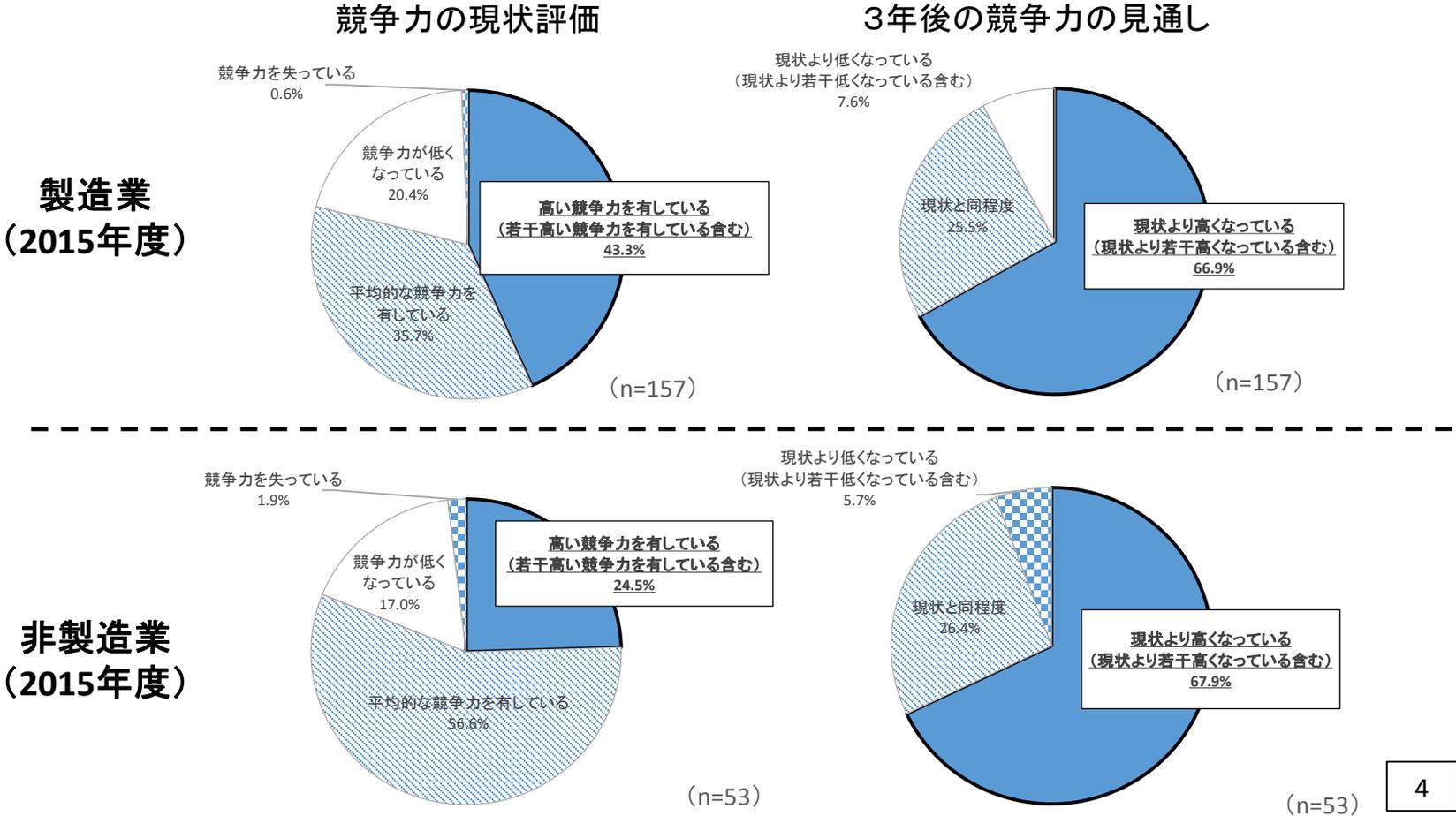
➤ グローバル市場における競争力の現状評価では、「高い競争力を有している(若干高い競争力を有している含む)」との回答が約4割に達し、3年後の見通しについては6割以上の企業が「現状より高くなっている(現状より若干高くなっている含む)」とした。



注: 回答のうち「評価できない」を除いて集計

2-2 競争力の現状評価と見通し(製造業・非製造業別)

- グローバル市場における競争力の現状評価では、「高い競争力を有している(若干高い競争力を有している含む)」と回答した製造業の合計が4割以上に対し、非製造業は3割未満に留まる。
- 3年後の競争力の見通しについては、製造業、非製造業ともに「現状より高くなっている(現状より若干高くなっている含む)」との回答が6割を超える。



2-3 自社の強みと弱み

- グローバル市場における日本企業の競争力の強みは「製品・サービスの性能・品質」「研究開発・技術」が挙げられる。他方、自社の弱みは「マーケティング・販売」「製品・サービスの開発・生産コスト」との回答が多い。

2015年度

2014年度

自社の強み	差分
製品・サービスの性能・品質	77.0%
研究開発・技術	38.6%

自社の強み	差分
製品・サービスの性能・品質	59.7%
研究開発・技術	26.7%

自社の弱み	差分
マーケティング・販売	▲32.9%
製品・サービスの開発・生産コスト	▲30.6%

自社の弱み	差分
製品・サービスの開発・生産コスト	▲42.8%
マーケティング・販売	▲24.3%

注1:最大3つまで選択可。海外売上高比率0%の回答を除く。回答母数は自社の強み219、自社の弱み201。

注2:自社の弱みについて、回答率をマイナスで表記。

注3:差分とは、「自社の強み」と回答した割合から「自社の弱み」と回答した割合を減じて算出。

2-4 競争力強化に向けた今後の取組み

- 今後、企業は競争力強化に向けて「新製品・サービスの開発(42.7%)」「人材の育成・獲得(32.7%)」「海外展開(32.7%)」「M&A(25.0%)」「ビジネスモデルの変革(24.5%)」に注力することがうかがえる。

競争力強化に向けた今後の取組み	割合
新製品・サービスの開発	42.7%
人材の育成・獲得	32.7%
海外展開	32.7%
M&A	25.0%
ビジネスモデルの変革	24.5%

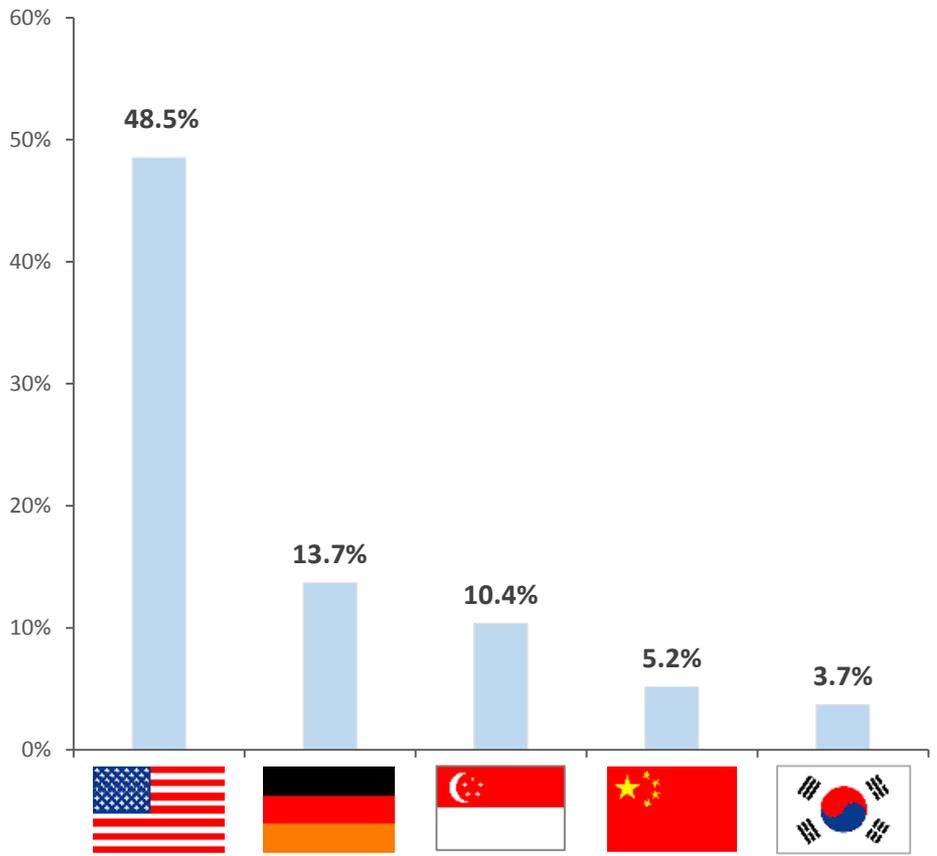
(n=220)

注:海外売上高比率0%の回答を除く。

3. 日本のビジネス環境に関する評価

3-1 ベンチマーク国(注1)

➤ ビジネス環境が優れていると考えられる国は、アメリカが半数近くを占め、ドイツ、ASEAN諸国が続く。



	ベンチマーク国 (n=270)	割合 (%)
1	アメリカ	48.5%
2	ドイツ	13.7%
3	ASEAN諸国	10.4%
4	中国	5.2%
5	韓国	3.7%
6	イギリス	1.1%
6	日本	1.1%
8	フランス	0.7%
9	インド	0.4%
9	ブラジル	0.4%
	その他 (スイス他欧州国)	14.8%

注1:ビジネスを展開している国や競合する企業の国籍等を参考に、ビジネス環境が優れていると考えられる国
 注2:ASEAN諸国はインドネシア・カンボジア・シンガポール・タイ・フィリピン・ブルネイ・ベトナム・マレーシア・ミャンマー・ラオスの全10か国を指す

3-2 日本のビジネス環境の個別評価

- アメリカと比較した場合、多くの項目で競争劣位にあるといえる。特に、「外国人の受入れ体制」「起業環境」「科学技術イノベーション環境」について「比較的劣る」との評価が多い。
- ドイツと比較した場合、多くの項目で同水準の競争力を有しているとの評価。
- ASEAN諸国と比較した場合、「国内市場(市場規模、消費者の質)」「土地・水利用(店舗や工場立地の難易度、水へのアクセス等)」「知的財産の保護」等、多くの項目で競争優位にあるとの評価。

**アメリカとの比較
(劣っている項目)**

**ドイツとの比較
(同水準項目)**

**ASEANとの比較
(優位にある項目)**

調査項目	回答割合
外国人の受入れ体制	96.7%
起業環境	85.4%
科学技術イノベーション環境	74.0%

調査項目	回答割合
土地・水利用	79.3%
金融市場	77.4%
電力インフラ	76.5%

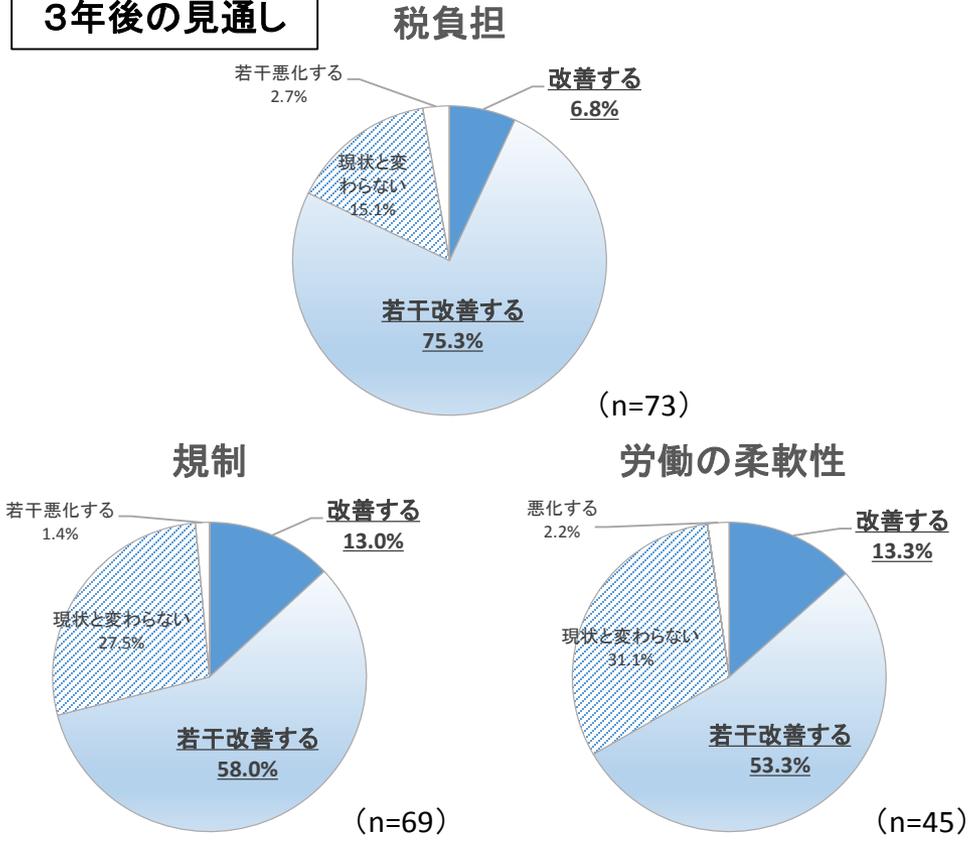
調査項目	回答割合
国内市場	73.1%
土地・水利用	60.9%
知的財産の保護	56.5%

3-3 競争力強化に必要なビジネス環境の改革

- 企業の競争力強化に必要なビジネス環境の改革について、税負担(30.6%)、規制(28.5%)、労働の柔軟性(18.6%)に関する回答が多い。
- 企業の競争力強化に必要なビジネス環境の改革について、上位3項目に関する3年後の見通しでは、「若干改善する」という回答が多い。

競争力強化に必要なビジネス環境の改革	
税負担	30.6%
規制	28.5%
労働の柔軟性	18.6%
高度人材	14.9%
外国人の受入れ体制	14.9%
(n=242)	

3年後の見通し

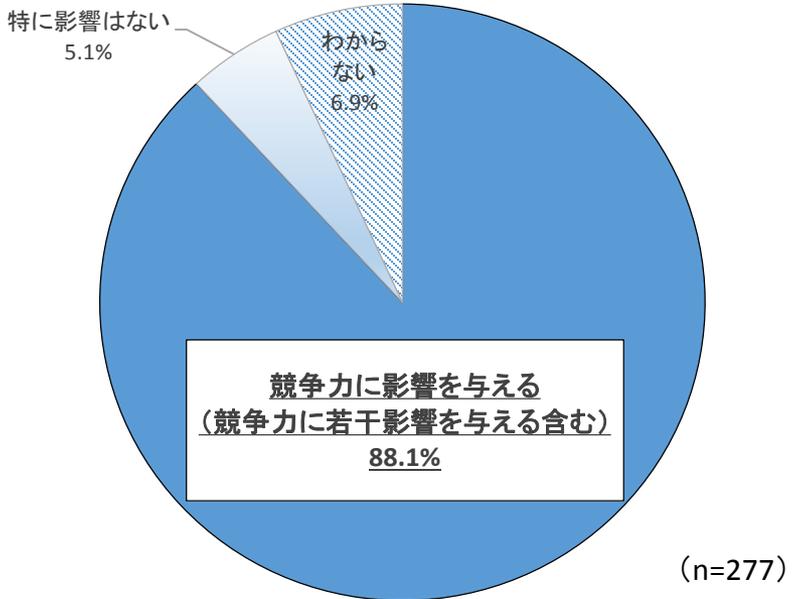


注1: 最大5つまで回答可。回答結果のうち上位5項目を掲載
 注2: 高度人材とは、いわゆる高度人材、スキルの高い労働者の量。

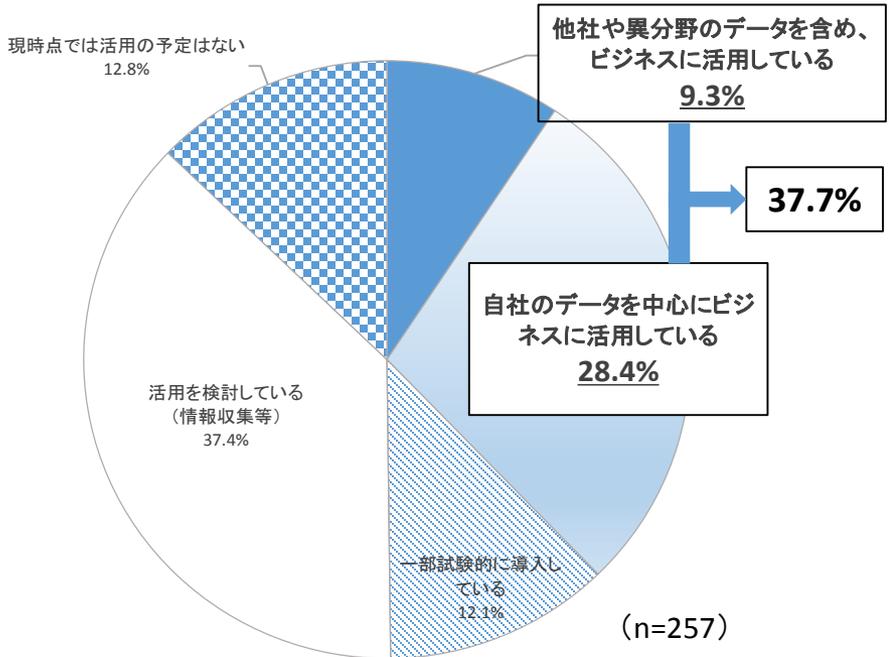
4-1 現状認識と活用状況

- IoTやビッグデータ等の利活用が自社の競争力に影響を与えている回答(若干影響を与える含む)は9割近くにのぼる。
- IoTやビッグデータを実際のビジネスに活用しているのは4割程度であるが、「一部試験的に導入している」「活用を検討している」を含めると9割近くにのぼる。

現状認識

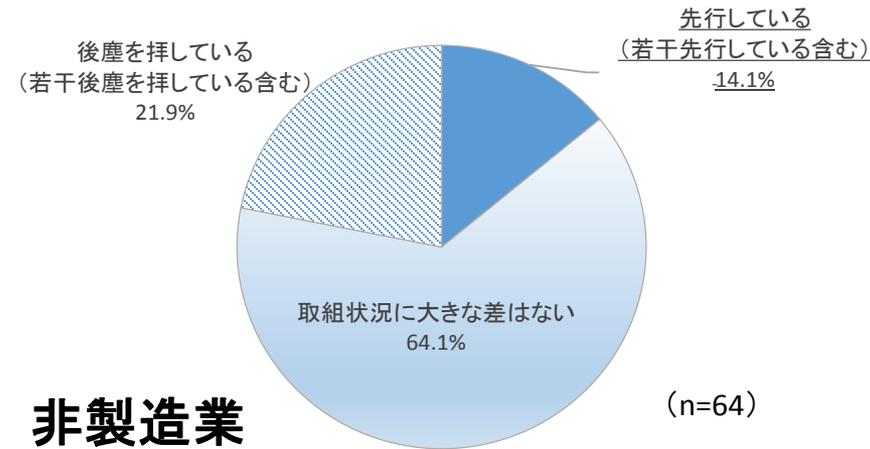
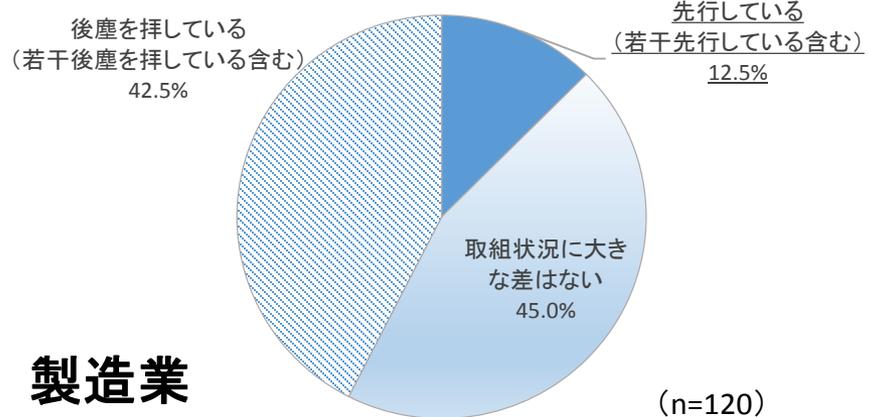
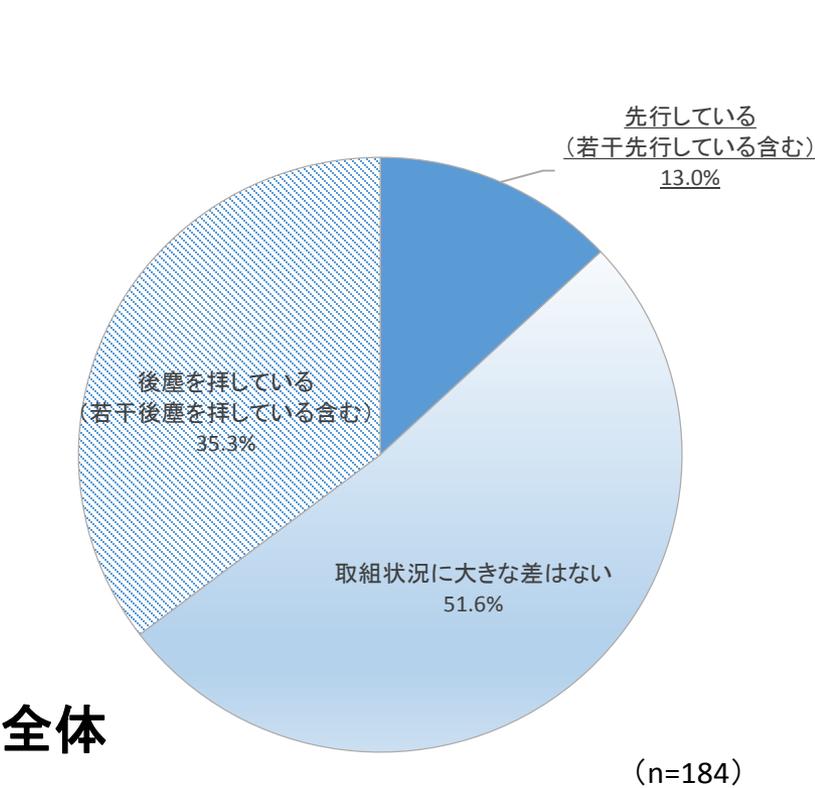


活用状況



4-2 競合企業との活用状況の比較

- 競合企業との活用状況については、「先行している(若干先行している含む)」との回答は製造業、非製造業ともに約1割に留まる。
- 製造業の4割強が、競合企業と比べて活用が遅れていると回答。



注：回答のうち、「わからない」を除いて集計