

2015年度
日本の国際競争力調査
結果

2016年6月21日
一般社団法人 日本経済団体連合会

目次

調査の総括	2
1. 調査の概要	3
2. 日本企業の国際競争力	
2-1 競合企業の国籍	4
2-2 競争力の現状評価と見通し	5
2-3 競争力の現状評価と見通し(回答別の傾向)	6
2-4 競争力の現状評価と見通し(製造業・非製造業別)	7
2-5 自社の強みと弱み(2015年度)	8
(参考) 自社の強みと弱み(2014年度)	9
2-6 競争力強化に向けた今後の取組み	10
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	11
3-2-1 日本のビジネス環境の個別評価(アメリカとの比較)	12
3-2-2 日本のビジネス環境の個別評価(ドイツとの比較)	13
3-2-3 日本のビジネス環境の個別評価(ASEAN諸国との比較)	14
3-3 競争力強化に必要なビジネス環境の改革	15
3-4 3年後の改革見通し	16
4. 次世代技術の活用等	
4-1 現状認識	17
4-2 IoT、ビッグデータの現在の活用状況	18
4-3 具体的な活用方法	19
4-3-1 活用の詳細	20
4-4 競合企業との活用状況の比較	21
4-5 活用に向けた自社の課題	22
4-6 活用に向けた自社の課題(製造業・非製造業別)	23
4-7 政府に求める取組み	24
4-8 政府に求める取組み(製造業・非製造業別)	25

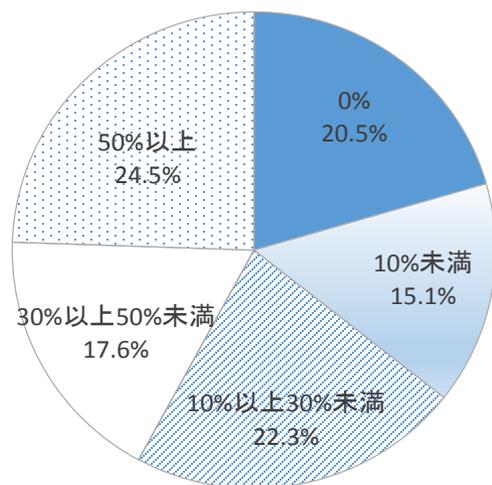
調査の総括

- 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評価しており、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。

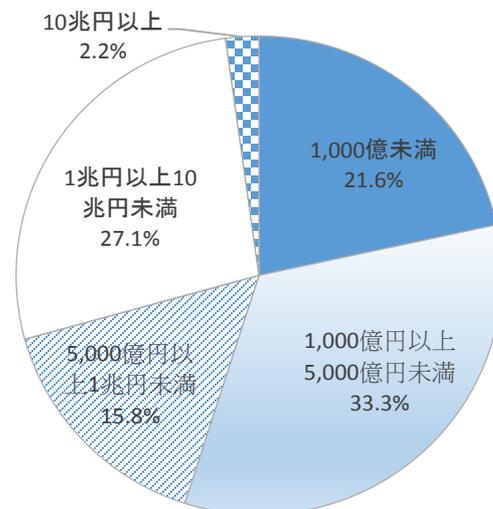
1. 調査の概要

- 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)
- 属 性 下図参照

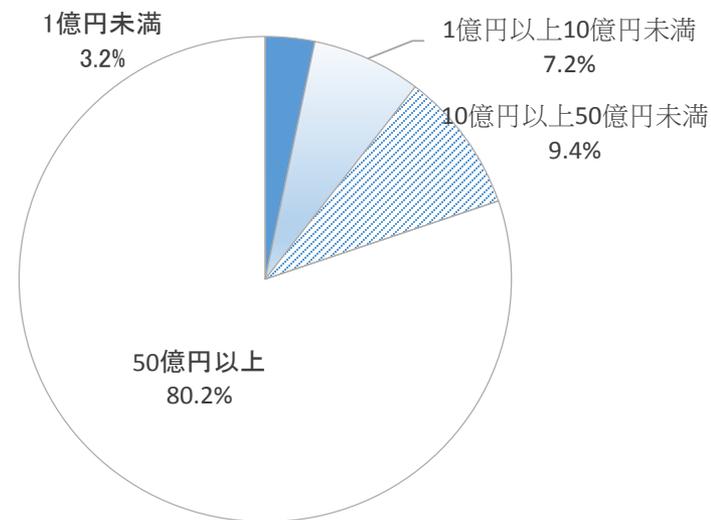
海外売上高比率(2014年度)



売上高(2014年度)



資本金



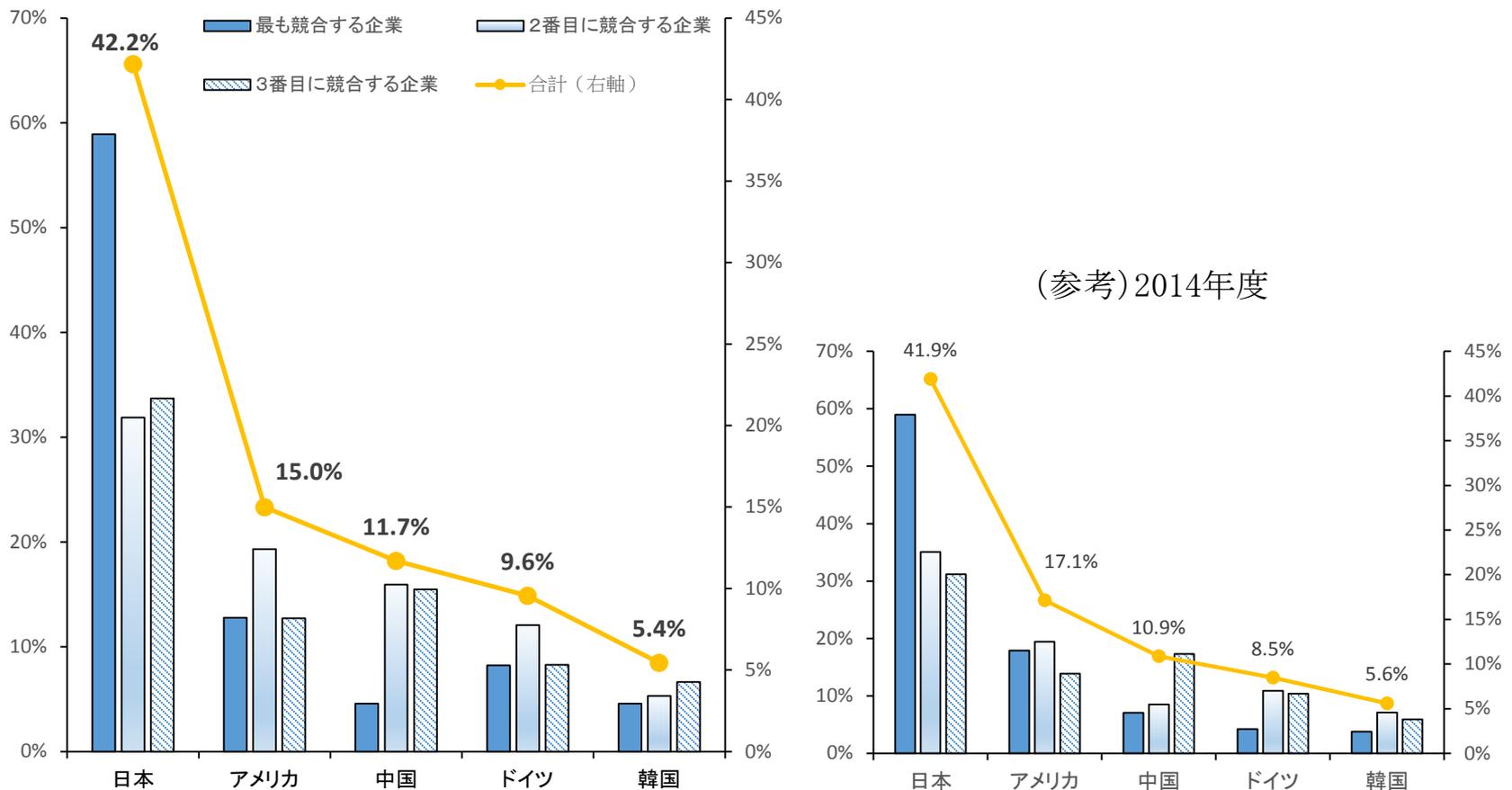
注1: 製造業(食料品、繊維製品、パルプ・紙、化学、医薬品、石油・石炭製品、ゴム製品、硝子・土石製品、鉄鋼、非鉄金属、金属製品、機械、電気機器、輸送用機器、精密機器、その他製品)

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. 日本企業の国際競争力

2-1 競合企業の国籍

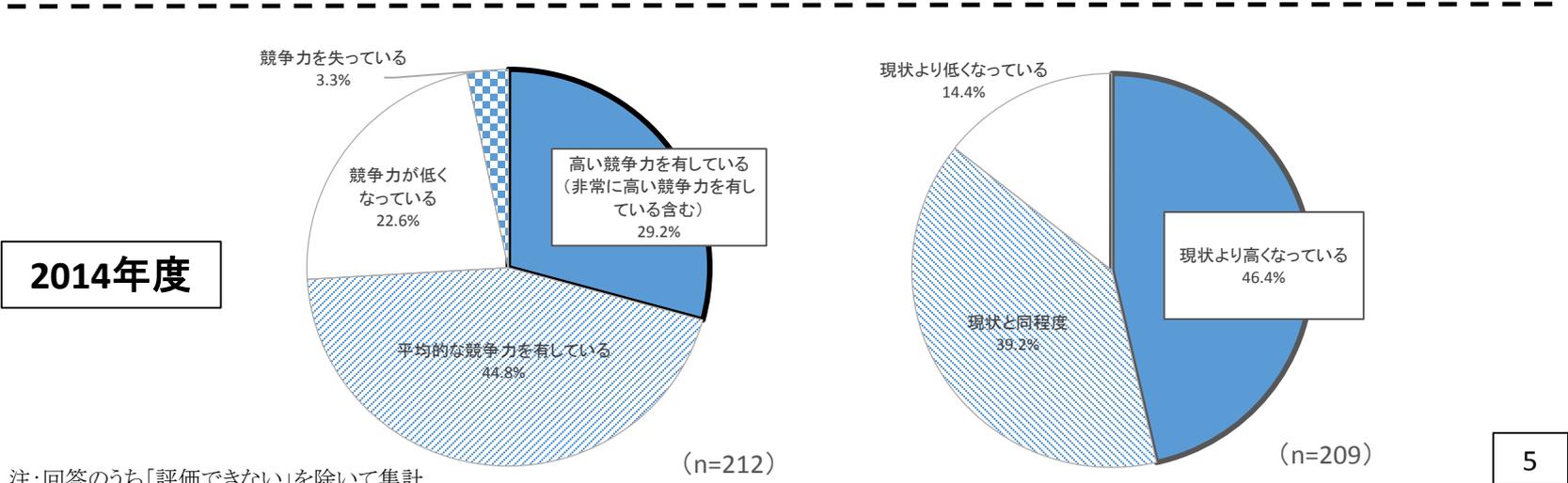
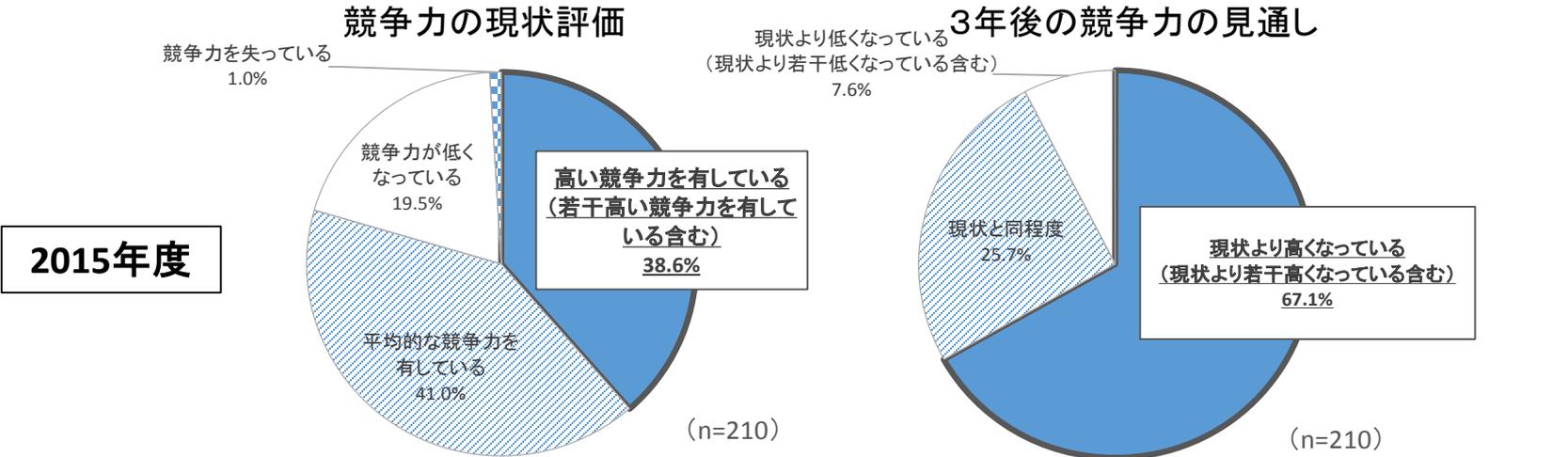
- 競合先としては、日本企業(42.2%)が多く、アメリカ(15.0%)、中国(11.7%)、ドイツ(9.6%)が続く。
- 競合先の傾向は昨年度調査と概ね同様の水準で推移している。



注1: 海外売上高比率0%の回答を除く。「最も競合する企業」、「2番目に競合する企業」、「3番目に競合する企業」の母数はそれぞれ219、207、181。
 注2: 折れ線グラフはすべての回答を合計した上で、当該国を挙げた回答の割合を指す。

2-2 競争力の現状評価と見通し

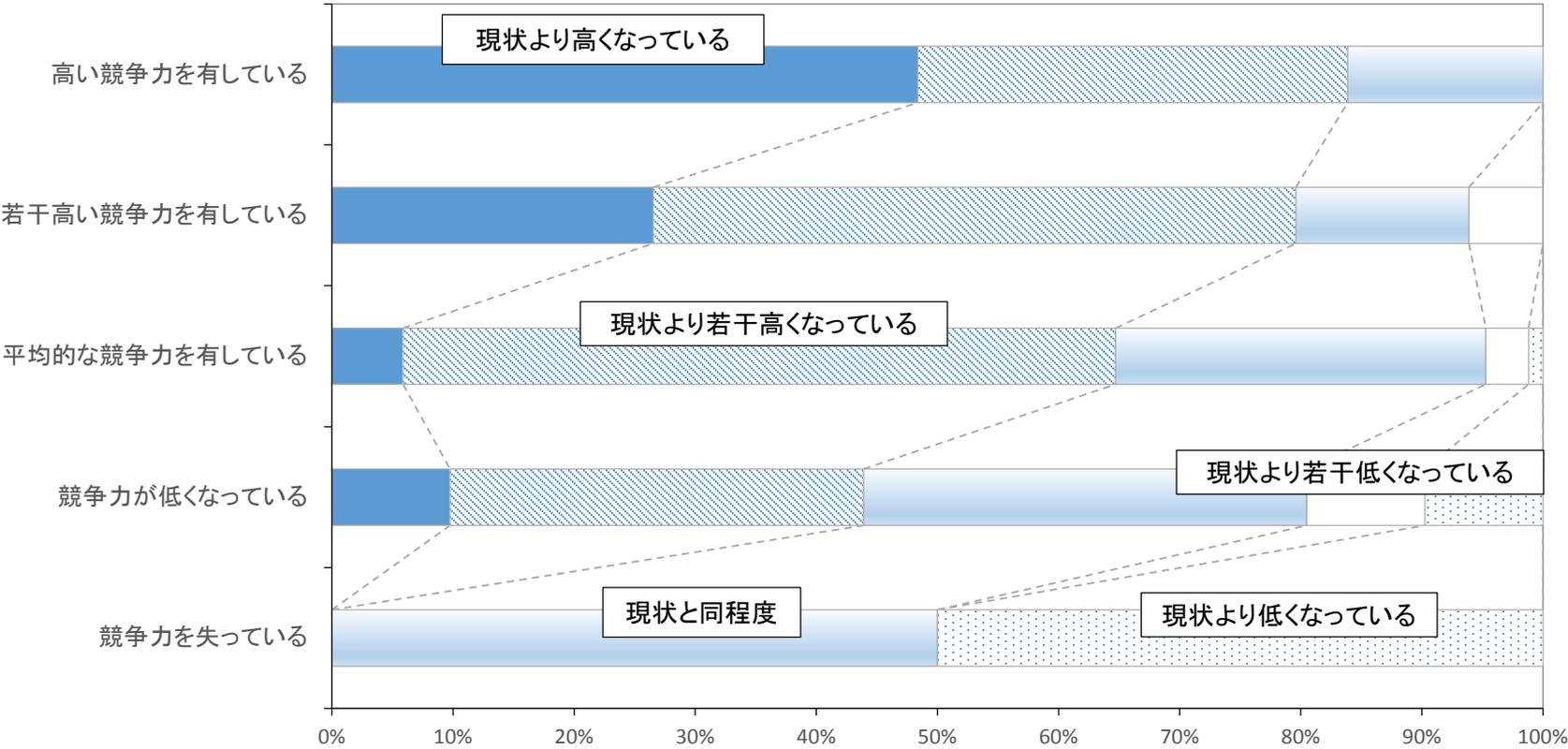
➤ グローバル市場における競争力の現状評価では、「高い競争力を有している(若干高い競争力を有している含む)」との回答が約4割に達し、3年後の見通しについては6割以上の企業が「現状より高くなっている(現状より若干高くなっている含む)」とした。



注: 回答のうち「評価できない」を除いて集計

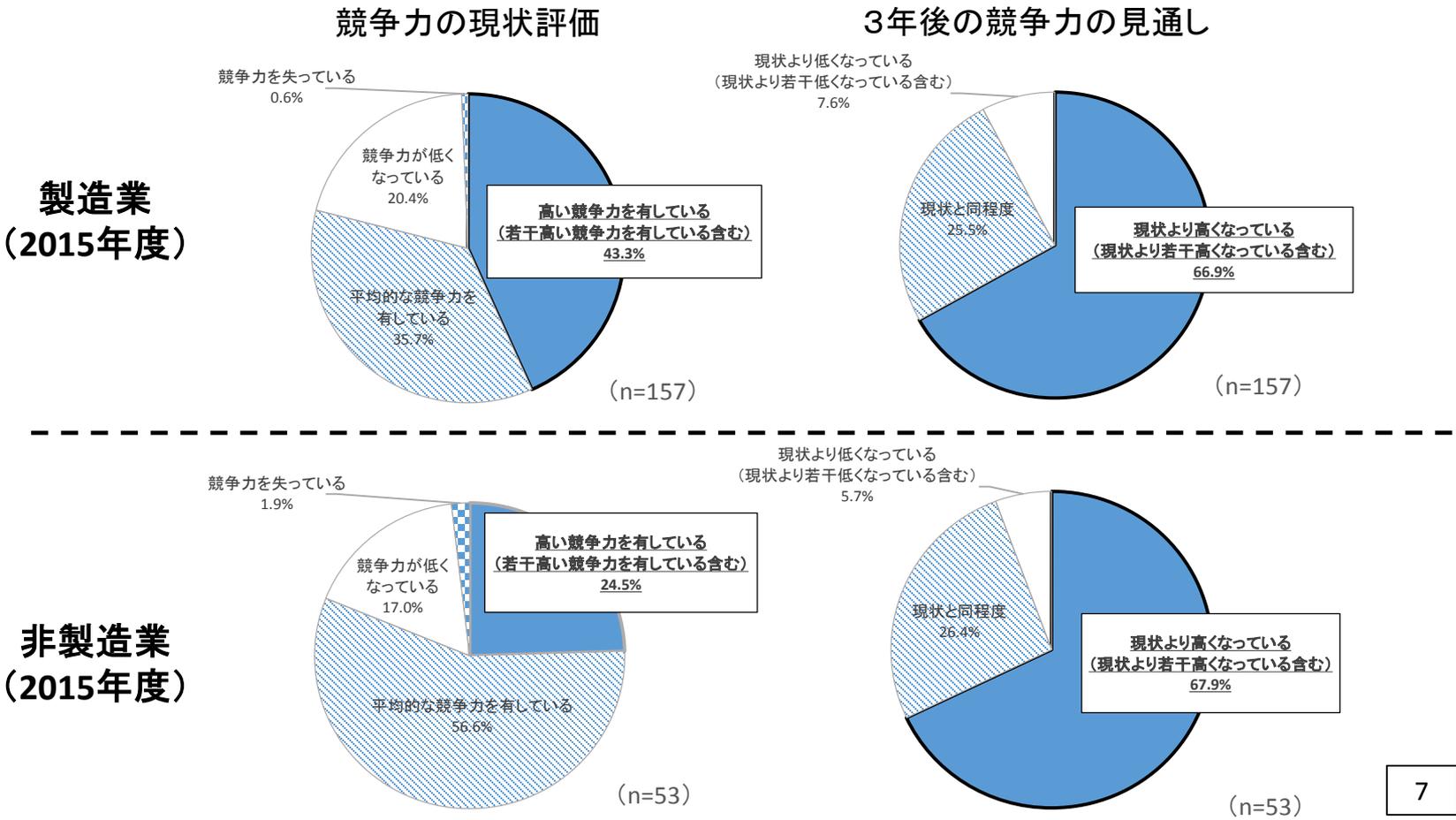
2-3 競争力の現状評価と見通し(回答別の傾向)

- 競争力の現状評価にて、「高い競争力を有している」または「若干高い競争力を有している」と回答した企業は、3年後の競争力の見通しについても「現状より高くなっている」または「現状より若干高くなっている」という明るい展望を描いている回答が多い。
- 一方、現状評価にて「競争力が低くなっている」または「競争力を失っている」と回答した企業は、3年後の競争力の見通しについても「現状と同程度」または「現状より低くなっている」という先行きを不安視した回答が多い。



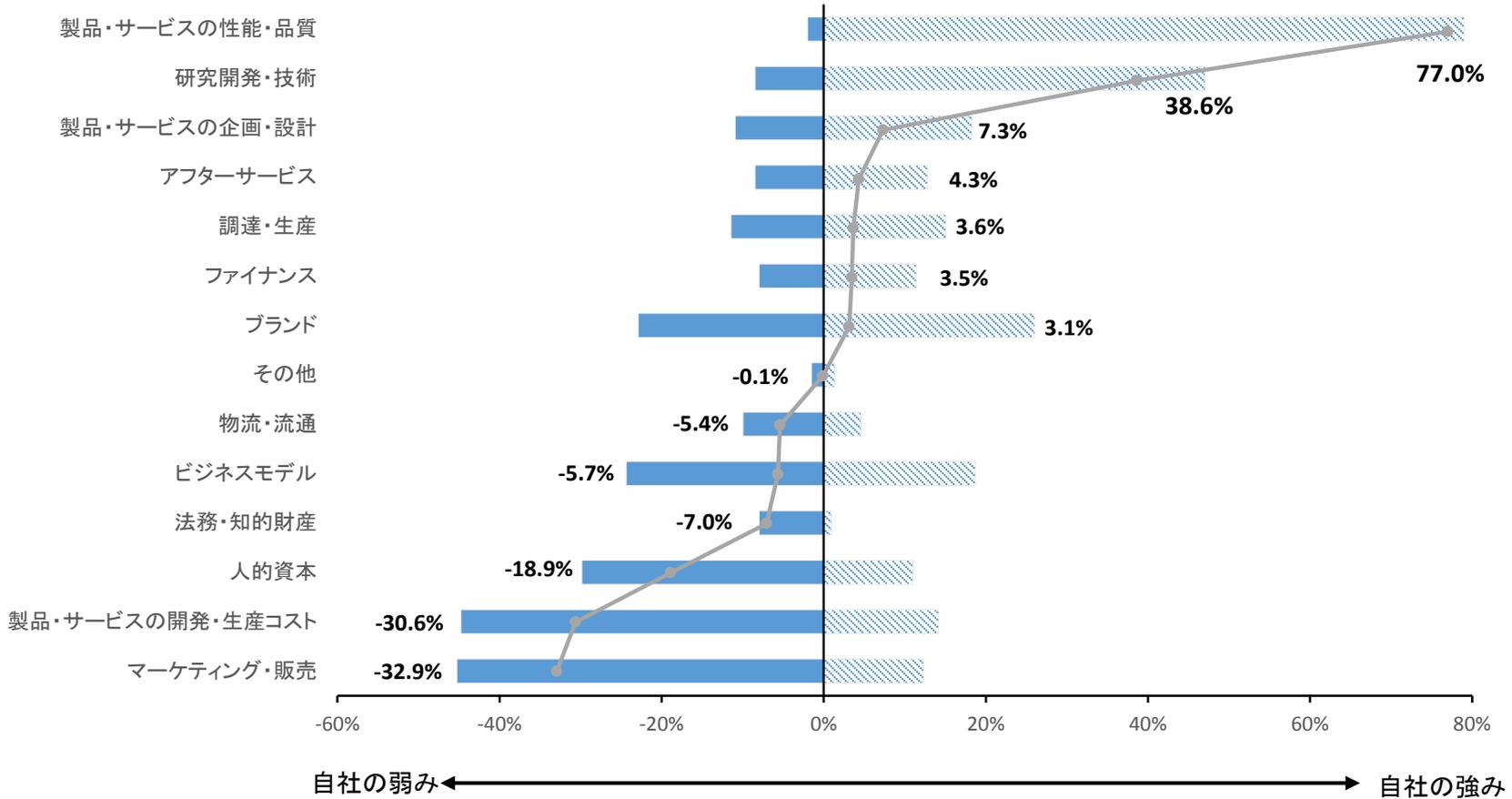
2-4 競争力の現状評価と見通し(製造業・非製造業別)

- 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)」と回答したのは製造業で4割以上、非製造業は3割未満。
- 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。



2-5 自社の強みと弱み(2015年度)

➤ 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」が挙げられる。他方、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。

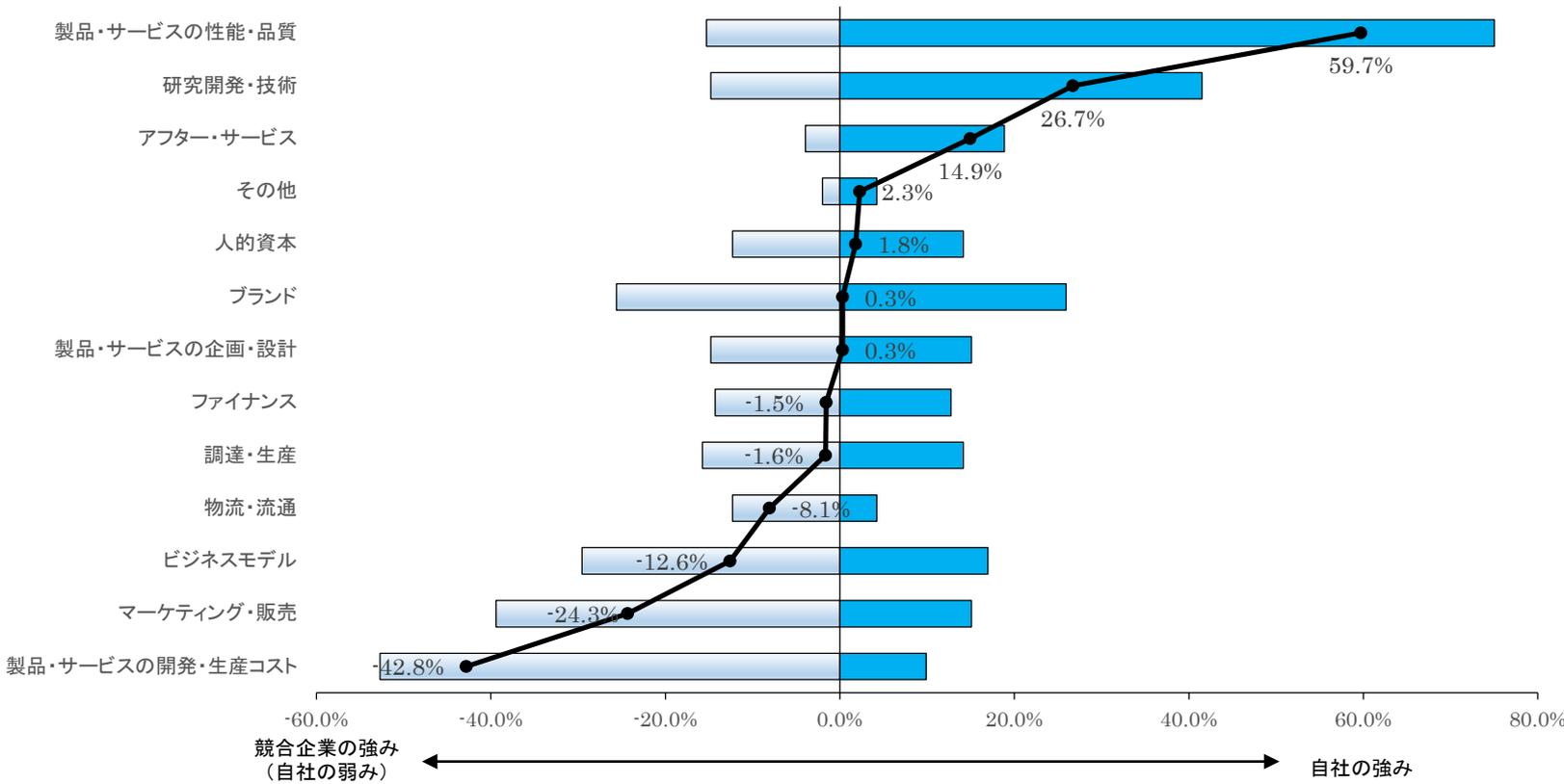


注1:最大3つまで選択可。海外売上高比率0%の回答を除く。回答母数は自社の強み219、自社の弱み201。
 注2:自社の弱みについて、回答率をマイナスで表記。
 注3:折れ線グラフは、各項目において「自社の強み」と回答した割合から「自社の弱み」と回答した割合を減じて算出。

2. 日本企業の国際競争力

(参考) 自社の強みと弱み(2014年度)

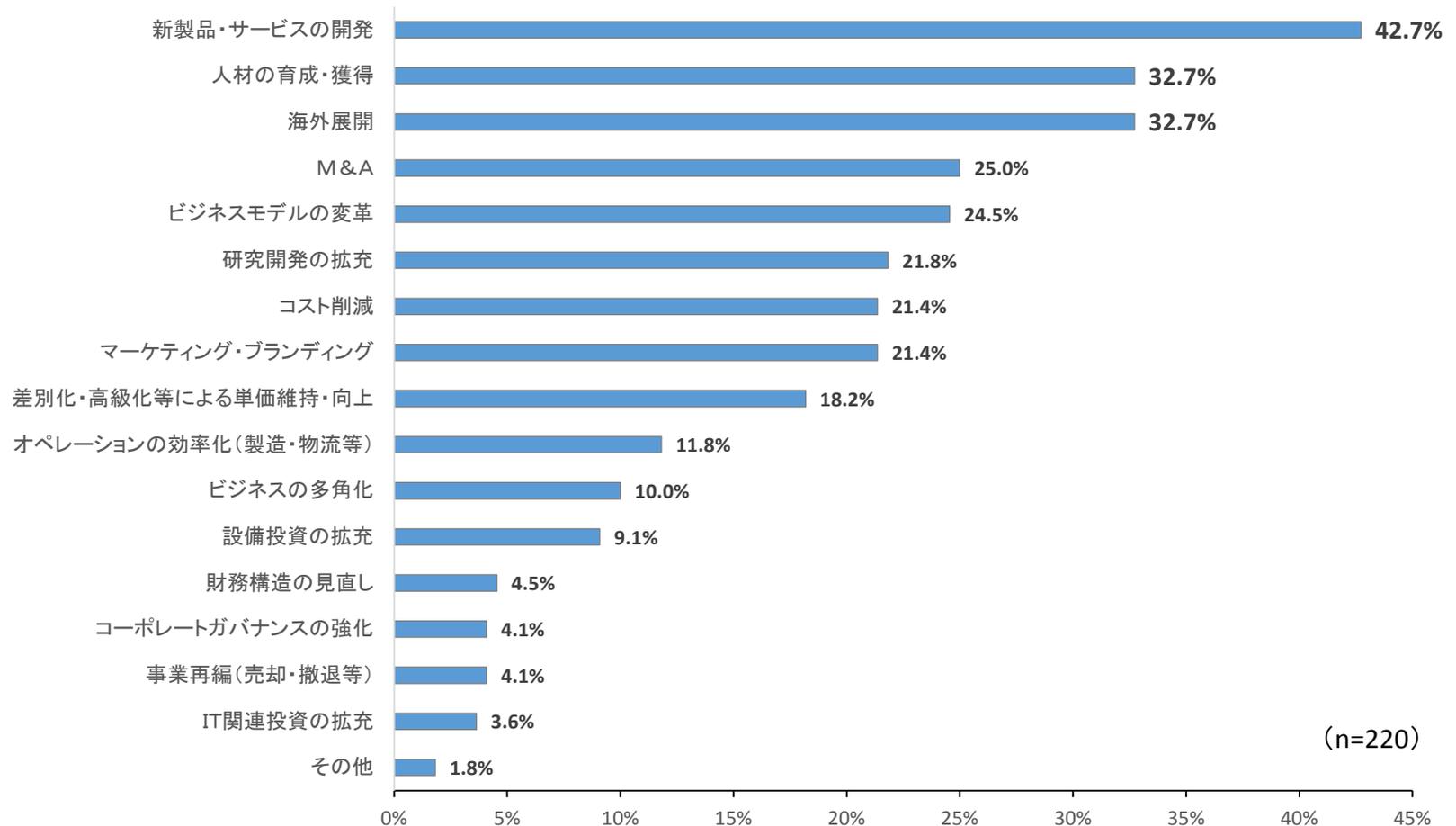
◆ グローバル市場における日本企業の競争力の源泉は「製品・サービスの性能・品質」「研究開発・技術」「アフター・サービス」等。他方、競合企業の強み(自社の弱み)は「製品・サービスの開発・生産コスト」「マーケティング・販売」「ビジネスモデル」等。



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212、競合企業203。
 注2:競合企業の強みについて、回答率をマイナスで表記。
 注3:折れ線グラフは、各項目において「自社の強み」と回答した割合から「競合企業の強み」と回答した割合を減じて算出。

2-6 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。

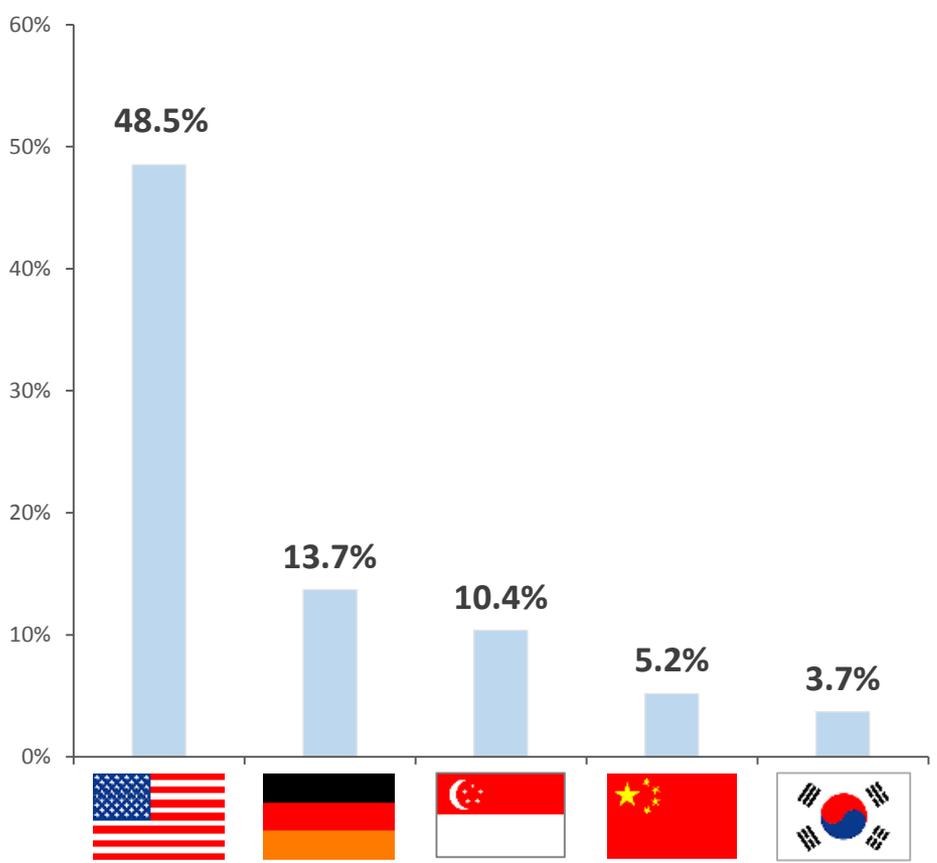


注:海外売上高比率0%の回答を除く。

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。



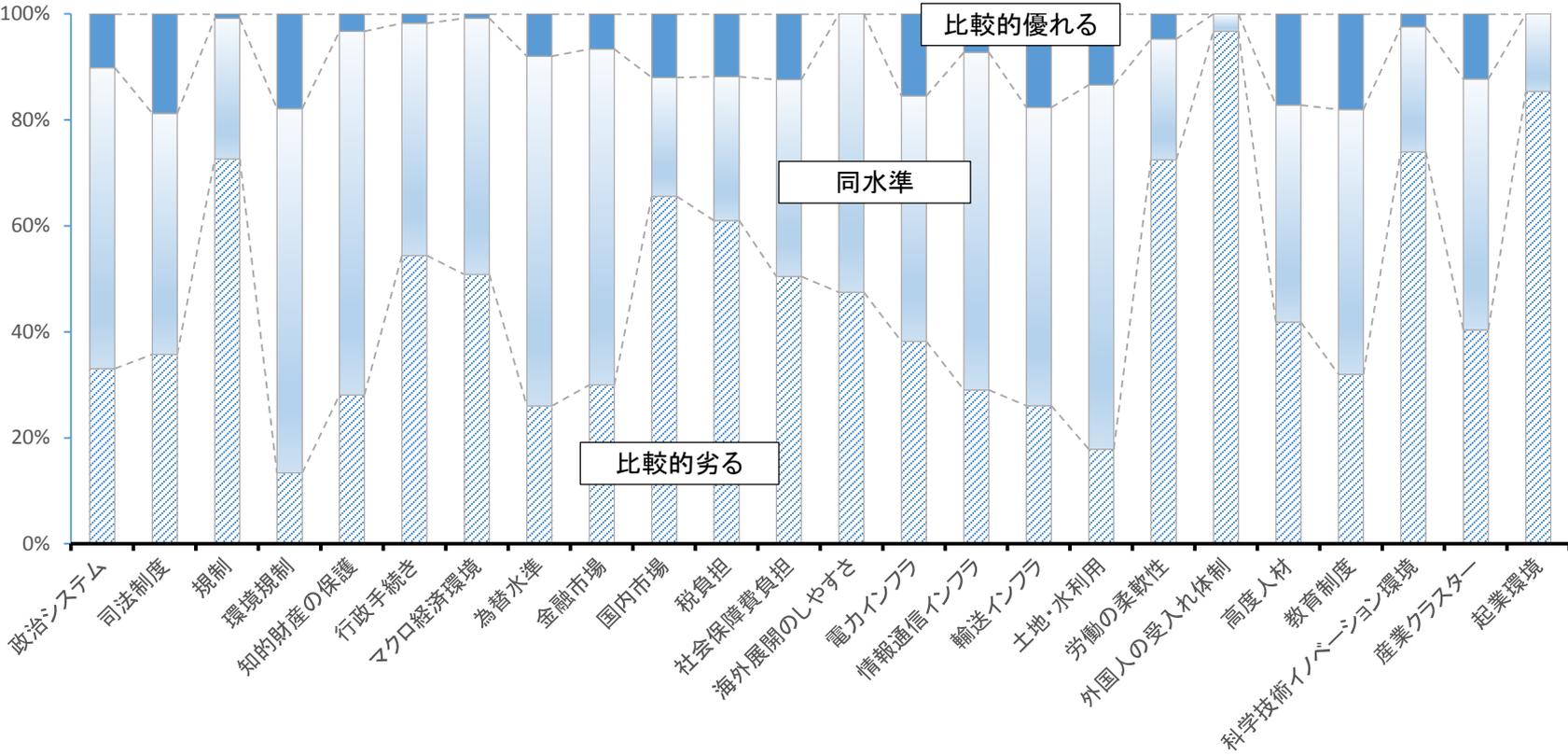
ベンチマーク国 (n=270)		割合 (%)
1	アメリカ	48.5%
2	ドイツ	13.7%
3	ASEAN諸国	10.4%
4	中国	5.2%
5	韓国	3.7%
6	イギリス	1.1%
6	日本	1.1%
8	フランス	0.7%
9	インド	0.4%
9	ブラジル	0.4%
その他 (スイス他欧州国)		14.8%

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. 日本のビジネス環境に関する評価

3-2-1 日本のビジネス環境の個別評価(アメリカとの比較)

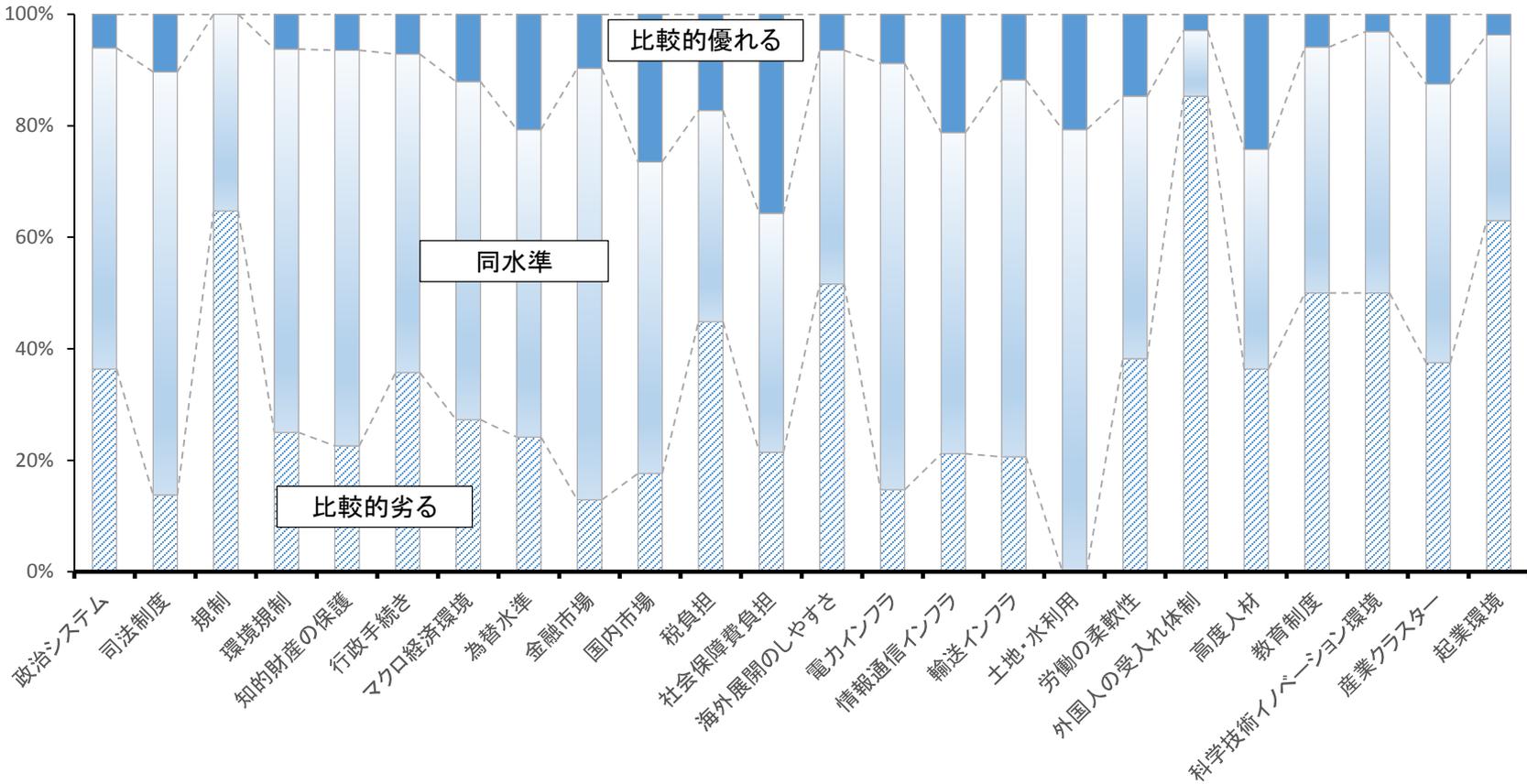
➤ アメリカと比較した日本は、多くの項目で競争劣位にあるといえる。特に、「外国人の受入れ体制」「起業環境」「労働の柔軟性」「科学技術イノベーション環境(研修開発機関の質、科学者・技術者の質量)」「規制」「国内市場(市場規模、消費者の質)」等において「比較的劣る」との評価が多い。



注1:「環境規制」とは、温暖化対策、立地規制等の厳密さが、ビジネスを行う上で過度な規制になっていないかについての評価。
 注2:「海外展開のしやすさ」とは、FTAの締結状況や関税・外資規制等の緩和状況等についての評価。

3-2-2 日本のビジネス環境の個別評価(ドイツとの比較)

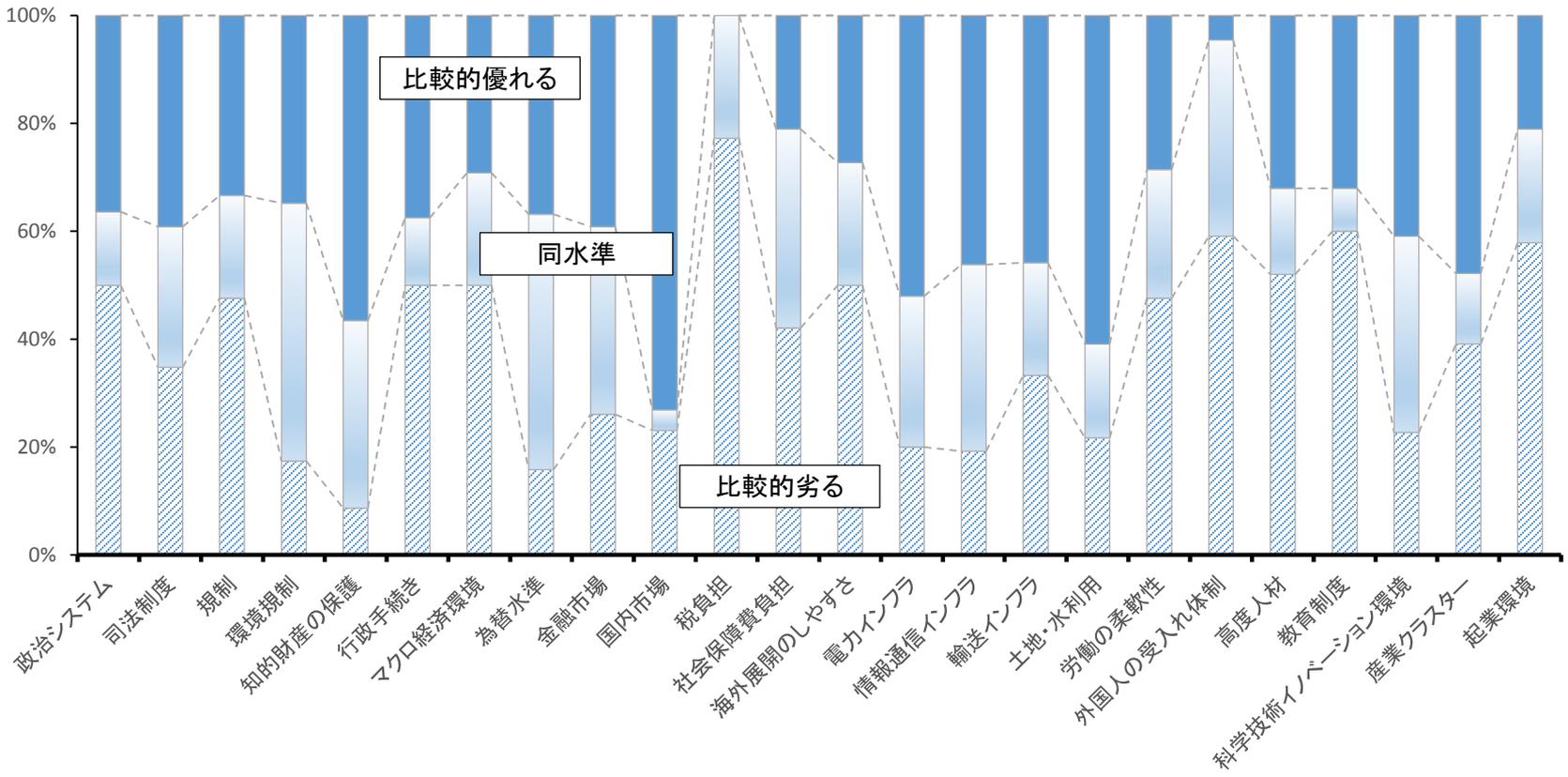
➤ ドイツと比較した日本は、多くの項目で同水準の競争力を有しているといえる。他方、「外国人の受入れ体制」「規制」等において「比較的劣る」との評価が多い。



注1:「環境規制」とは、温暖化対策、立地規制等の厳密さが、ビジネスを行う上で過度な規制になっていないかについての評価。
 注2:「海外展開のしやすさ」とは、FTAの締結状況や関税・外資規制等の緩和状況等についての評価。

3-2-3 日本のビジネス環境の個別評価(ASEAN諸国との比較)

➤ ASEAN諸国と比較した日本は、「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いえる。他方、「税負担」「教育制度」「外国人の受入れ体制」等では比較的劣るとの評価である。



注1:注: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。
 注2:「環境規制」とは、温暖化対策、立地規制等の厳密さが、ビジネスを行う上で過度な規制になっていないかについての評価。
 注3:「海外展開のしやすさ」とは、FTAの締結状況や関税・外資規制等の緩和状況等についての評価。

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。

(n=242)

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%
教育制度	12.8%
科学技術イノベーション環境	11.2%
電力インフラ	10.3%
国内市場(市場規模、消費者の質)	10.3%
マクロ経済環境	9.5%
海外展開のしやすさ	9.5%
為替水準	9.1%

具体的な改革案の例

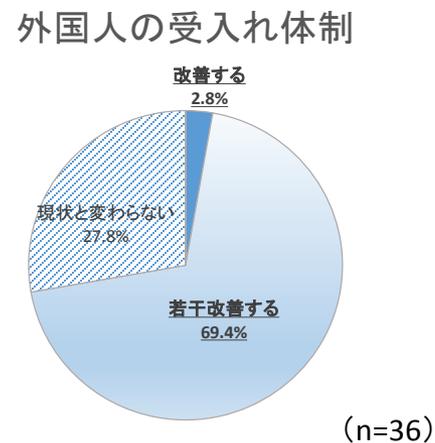
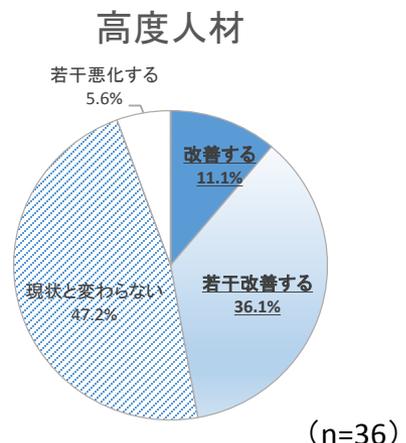
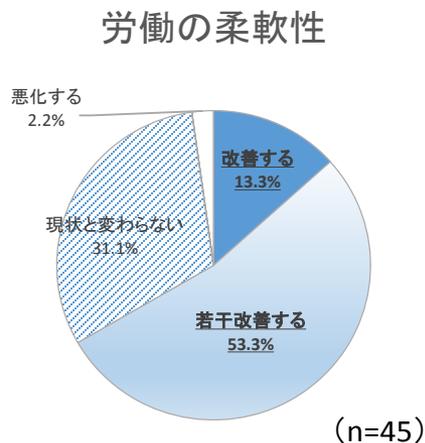
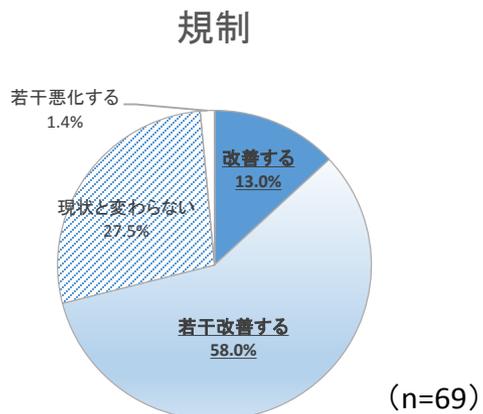
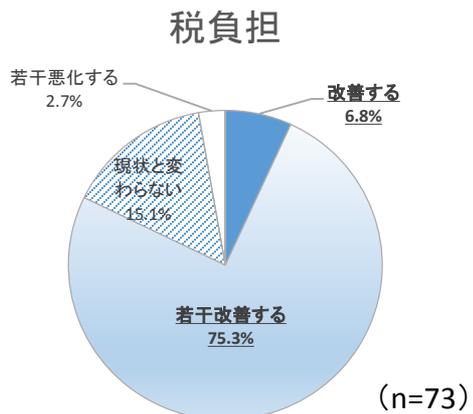
税負担	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アジア近隣諸国並みの法人実効税率25%を目指す ✓ 研究開発税制等の維持・拡充 ✓ 企業の競争力強化や事務負担に配慮した国際課税制度の整備
規制	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 水素インフラに関連する規制緩和(水素ステーションにおけるセルフ充填の許容等) ✓ IoTに対応した無線伝送時の電波法改正(帯域改善、チャンネル数増加等) ✓ 自治体への過度な権限移譲の見直し ✓ 機械装置が人間に代わり運転を行うことを想定した規制の整備(自動走行)
労働	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 働き方改革(裁量労働制の拡大等)に資する法制度の整備 ✓ 女性や高齢者など多様な労働者が一層働きやすい環境づくり ✓ 再就職支援・セーフティネットの拡充など雇用流動化の支援に係る制度整備
高度人材	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ドイツのマイスター制度に代表される国家をあげての労働者スキルの向上と受け皿の確保 ✓ 大学教育と専門学校教育の整理(大学の整理統合と専門教育の充実) ✓ 実用英語教育へのより一層の注力 ✓ 海外からの留学生・研究者の招致制度の充実
外国人	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 就労ビザの取得要件の緩和 ✓ 高度な知識・技術を持った外国人材の定着を促す労働環境・生活環境の整備 ✓ 在留資格のさらなる緩和 ✓ 日本人の英語等のコミュニケーションスキルの向上機会の充実

注1:最大5つまで回答可。回答結果のうち上位12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。

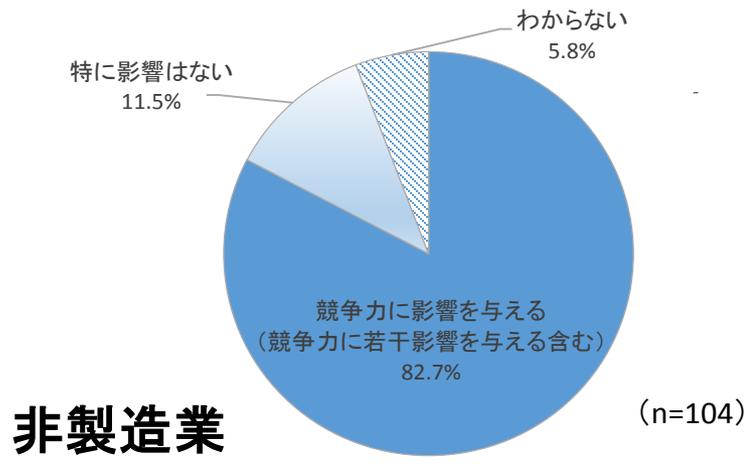
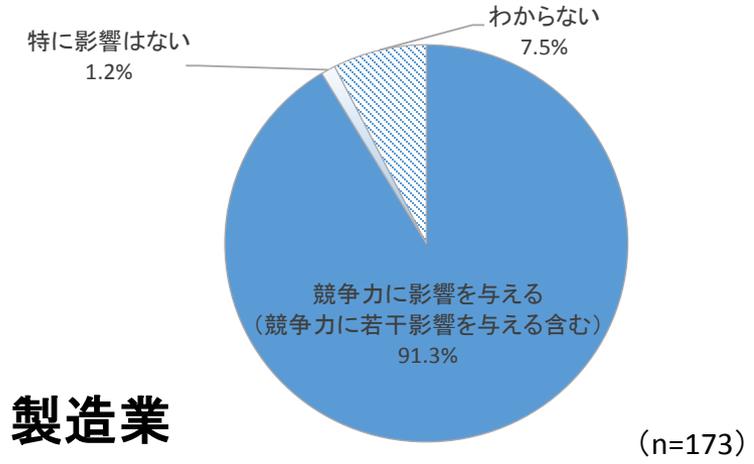
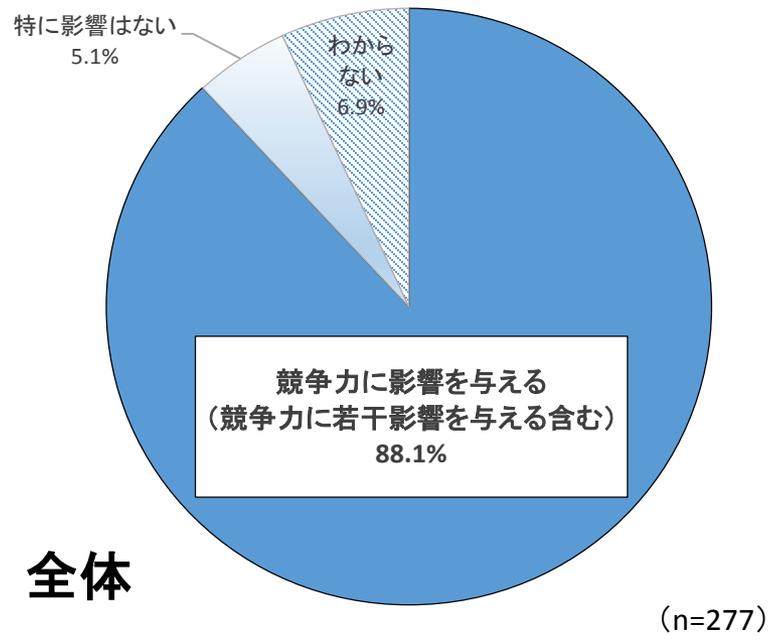
3-4 3年後の改革見通し

➤ 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5項目に関する3年後の見通しでは、高度人材を除き、「若干改善する」という回答が多い。



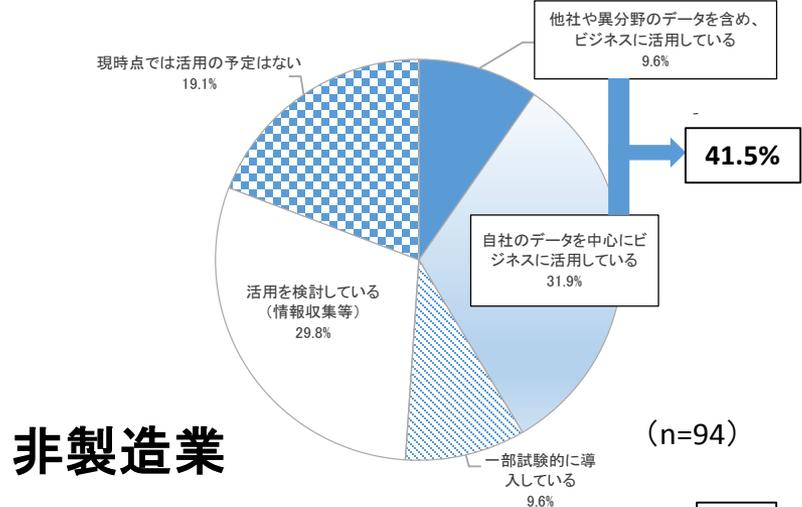
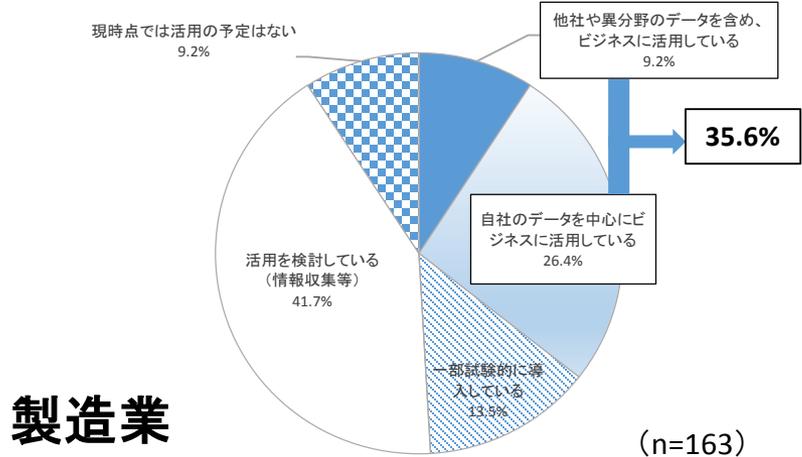
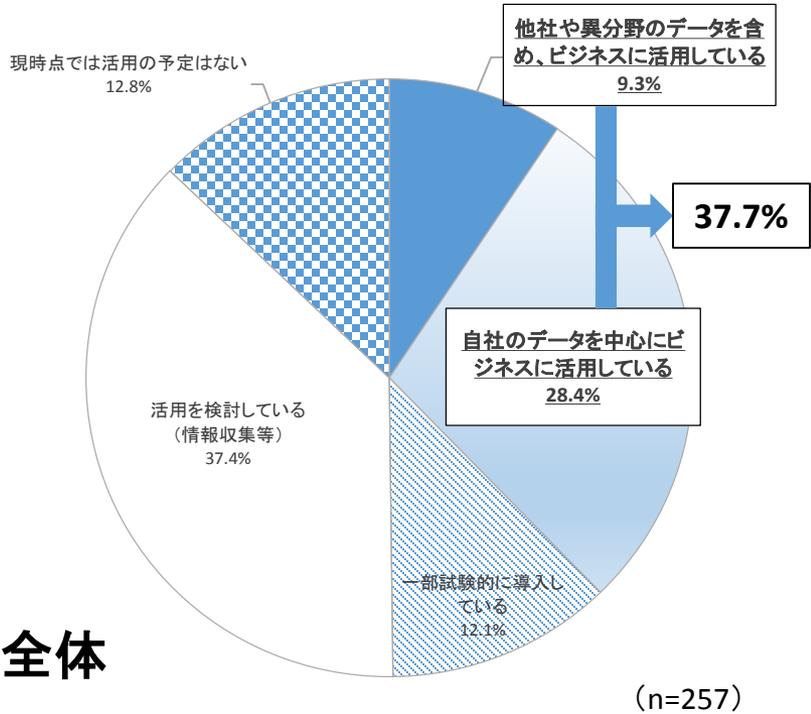
4-1 現状認識

➤ 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と考えている回答は9割近くにのぼる。



4-2 IoT、ビッグデータの現在の活用状況

➤ 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。



注：回答のうち、「わからない」を除いて集計

4-3 具体的な活用方法

- IoT、ビッグデータの活用は、「マーケティング、顧客管理」「製品・サービス開発」「生産」が多い。
- 製造業では、「生産」「マーケティング、顧客管理」「製品・サービス開発」の順に多く、非製造業では、「マーケティング、顧客管理」「製品・サービス開発」「営業・販売」の順になっている。

全体 (n=223)			製造業 (n=147)			非製造業 (n=66)		
1	マーケティング、顧客管理	58.7%	生産	66.0%	マーケティング、顧客管理	65.8%		
2	製品・サービス開発	53.4%	マーケティング、顧客管理	55.1%	製品・サービス開発	53.9%		
3	生産	48.4%	製品・サービス開発	53.1%	営業・販売	40.8%		
4	営業・販売	37.7%	メンテナンス、アフターサービス	38.1%	メンテナンス、アフターサービス	34.2%		
5	メンテナンス、アフター・サービス	36.8%	営業・販売	36.1%	経営判断・意思決定	25.0%		
6	物流	23.3%	物流	28.6%	生産	14.5%		
7	経営判断・意思決定	22.0%	購買・調達	21.1%	物流	13.2%		
8	購買・調達	17.9%	経営判断・意思決定	20.4%	購買・調達	11.8%		
9	財務・会計	10.8%	財務・会計	12.2%	財務・会計	7.9%		

注1: 前問において、「他社や異分野のデータを含め、ビジネスに活用している」「自社のデータを中心にビジネスに活用している」「一部試験的に導入している」「活用を検討している(情報収集等)のいずれかを回答した企業が対象。

注2: 複数選択可。

4-3-1 活用の詳細

製造業の主な活用例

非製造業の主な活用例

他社や異分野のデータを含め、ビジネスに活用している

- ✓ 販売した機器から送信される稼働情報に基づく保守サービス【機械】
- ✓ Webサイトの顧客行動分析による One to Oneマーケティング【化学】
- ✓ 研究における製品の効果予測【医薬品】

- ✓ ビッグデータ解析を通じた料金シミュレーション等のマーケティング関連システムの構築・提供【情報・通信】
- ✓ マクロデータを活用した高度な経済分析【銀行】

自社のデータを中心にビジネスに活用している

- ✓ 生産設備間、拠点間をネットワークで結び生産情報、品質情報等をリアルタイムで共有するとともに、各種データの蓄積・解析を通じた業務の効率化や生産性、品質向上【パルプ・紙】
- ✓ 生産・販売データの日時監理をIT化で実現【繊維製品】

- ✓ 入会時の顧客情報とPOSを利用した購買情報に基づくCRM実施【小売】
- ✓ 顧客の属性、アンケート調査等の過去からのデータの活用を通じて、既存商品の企画や新事業・新商品を開発【不動産】
- ✓ HEMSによる設備機器・制御や省エネの支援【建設】

一部試験的に導入している

- ✓ プラントにおける異常検知を通じた不良品発生の抑制、不良品処理コストの低減、設備稼働率の向上、環境保全、属人性の排除【化学】
- ✓ 製品の稼働状況を監視し、メンテナンス時期の判断やエネルギー消費の最適化判断に利用【金属製品】
- ✓ 販売点からの末端顧客への販売データの入手・分析【化学】

- ✓ 運航船の船上ビッグデータを収集し、海上ブロードバンドを利用して船陸双方でリアルタイムに情報を共有する環境づくりを進めるとともに、蓄積されたビッグデータの解析を通じ、全運行支援、環境負荷低減、経済運行、適切な運行管理、高品質の船員教育等に役立つ総合的な船舶運航支援ネットワークの構築を志向【海運】
- ✓ トラブル予兆・因果関係解析【建設】

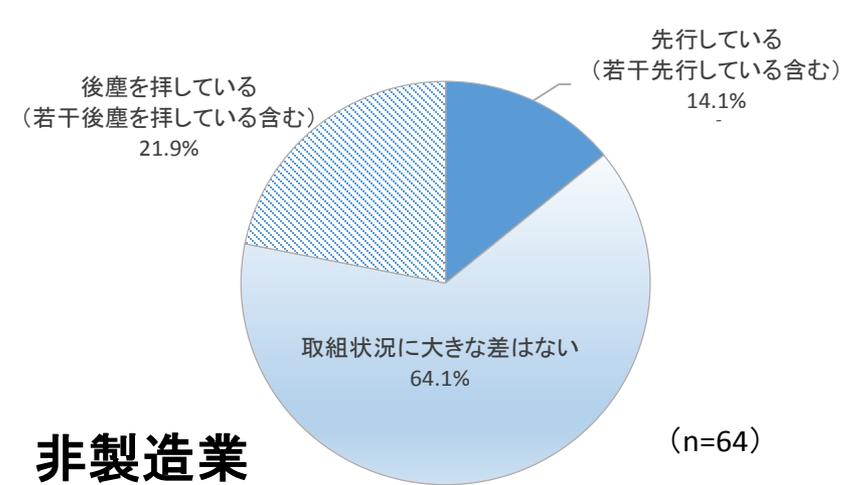
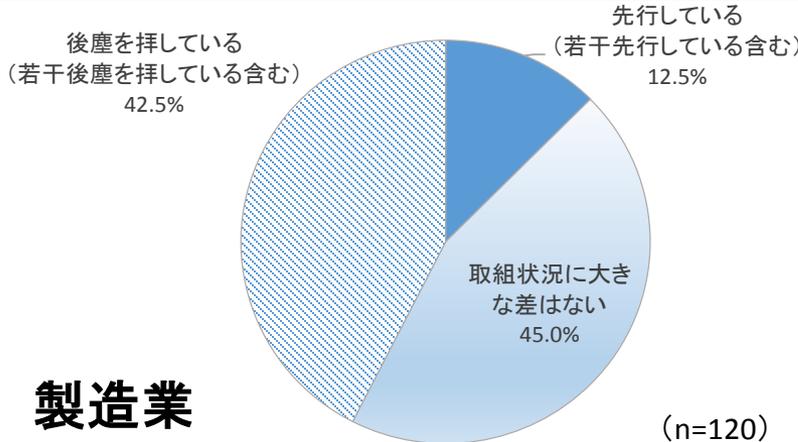
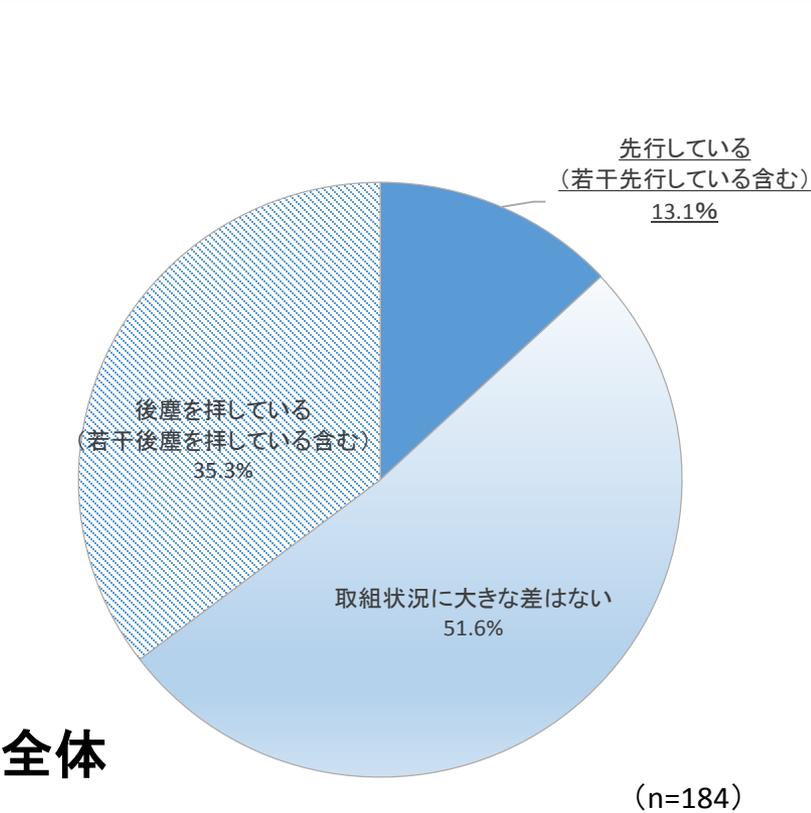
活用を検討している（情報収集等）

- ✓ プレスにセンサーを設置し、壊れる前に異常を検知し、ラインダウンを未然に防ぐ【金属製品】
- ✓ 自社工場の諸工程からデータを収集し、大量のデータから生産条件の最適化を探る【繊維製品】
- ✓ 在庫確認、出荷確認、仕掛り品管理など製品の計数管理やその作業にかかるコストの削減【輸送用機器】

- ✓ 顧客の電気使用量を分析した最適な料金メニューの提案、実際のデータに基づく戦略的メニューの作成【電気・ガス】
- ✓ 運用パフォーマンス向上につながる調査分析【証券・商品先物取引】
- ✓ リース物件の使用状況のデータを活用した新商品開発【その他金融】
- ✓ 顧客の製鉄所の生産ラインで使用されているユニバーサル・ジョイントの状況把握等の詳細データの管理・活用による拡大販売【卸売】

4-4 競合企業との活用状況の比較

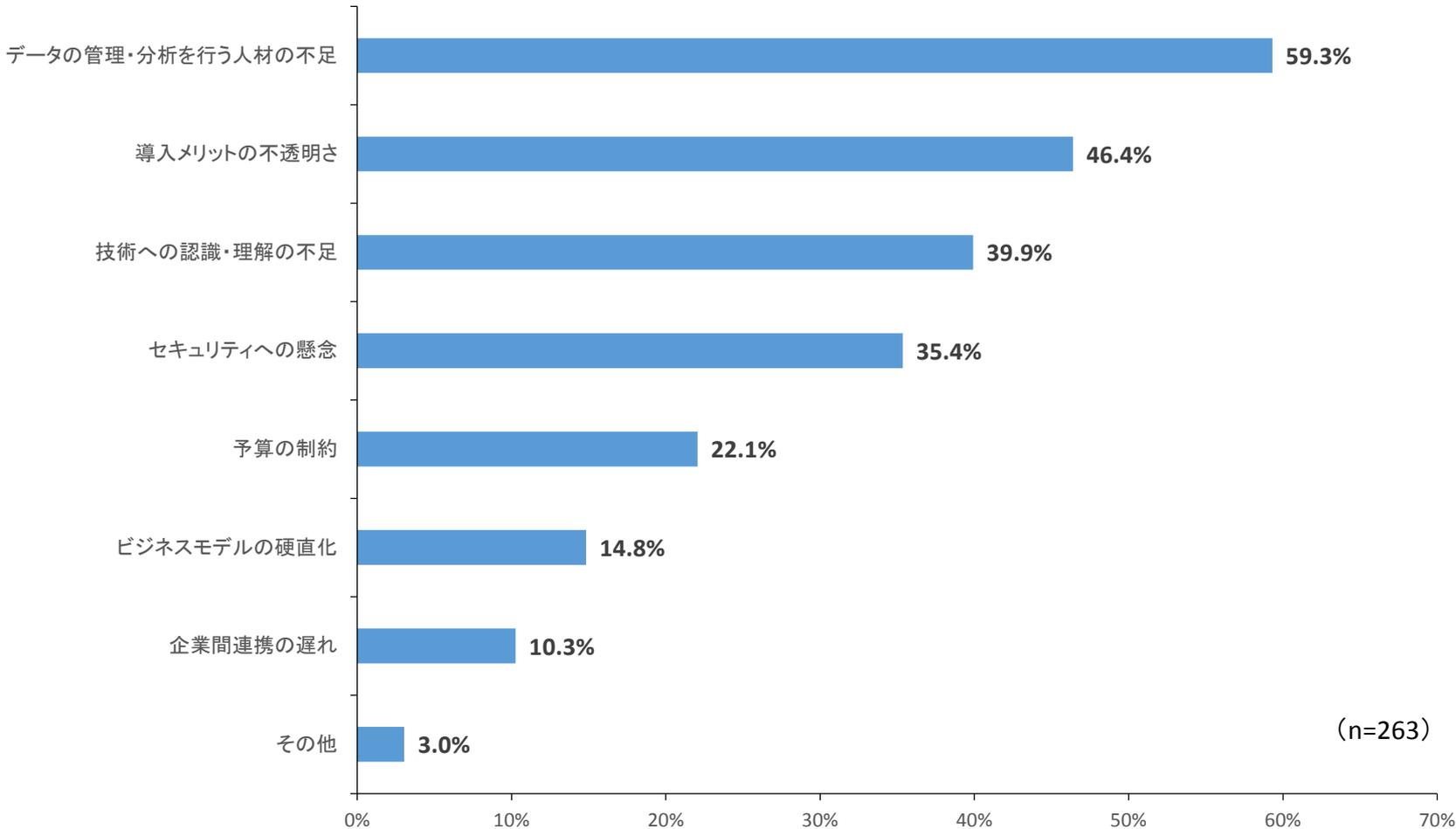
- 2-1で回答した競合企業との活用状況について、「先行している(若干先行している含む)」との回答は製造業、非製造業ともに約1割に留まる。
- 製造業の4割強が、競合企業と比べて活用が遅れていると回答。



注：回答のうち、「わからない」を除いて集計

4-5 活用に向けた自社の課題

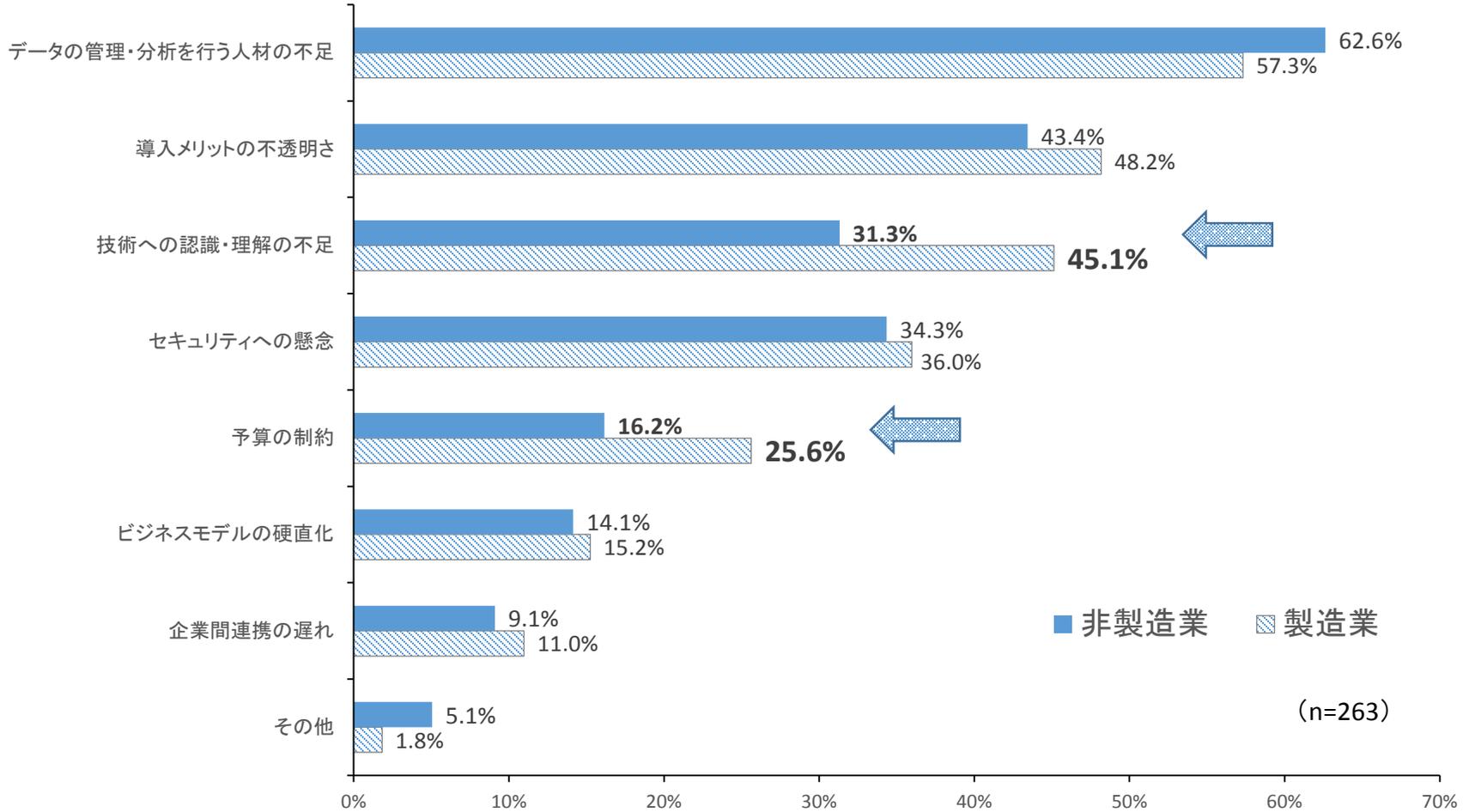
➤ IoT、ビッグデータの活用にあたっては、「データの管理・分析を行う人材の不足」「導入メリットの不透明さ」「技術への認識・理解の不足」「セキュリティへの懸念」が課題としての認識が高い。



注：最大3つまで選択可

4-6 活用に向けた自社の課題(製造業・非製造業別)

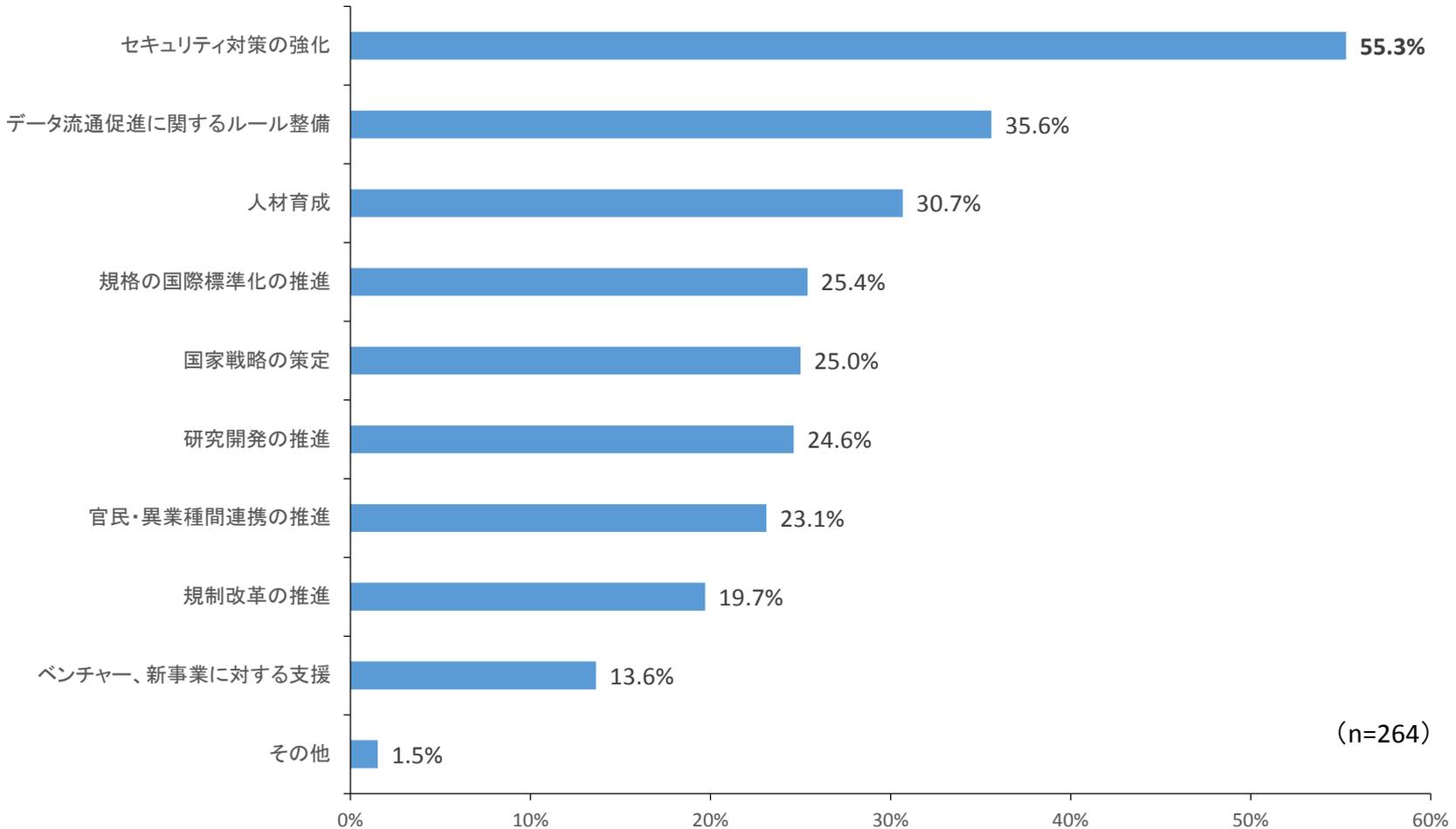
➤ 製造業と非製造業で課題の順位に大きな差はなかったが、「技術への認識・理解の不足」「予算の制約」の割合は製造業が10ポイント程度上回る結果となった。



注：最大3つまで選択可

4-7 政府に求める取組み

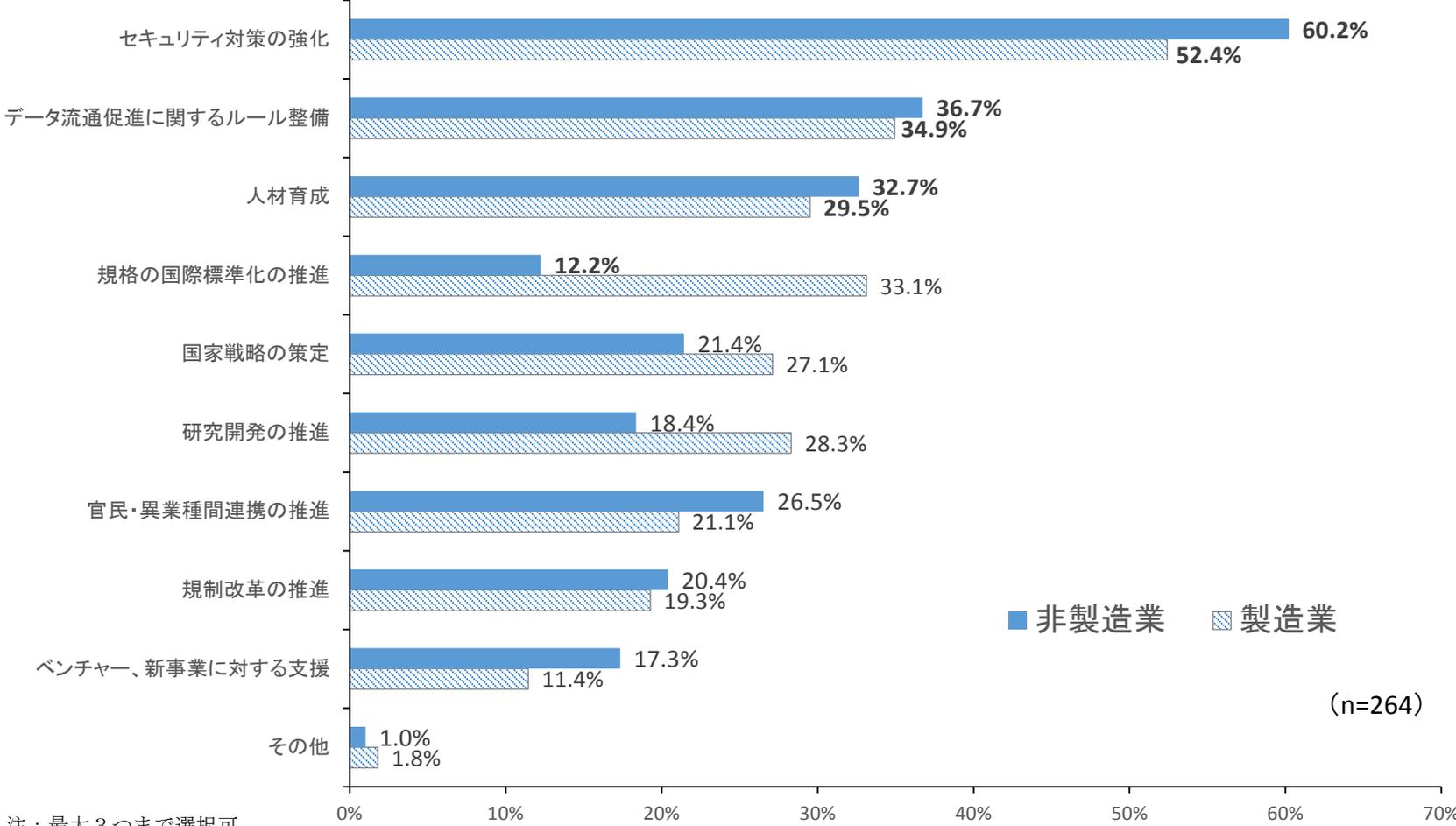
➤ IoT、ビッグデータがビジネスや生活で広く活用されるために政府に求める取組みは、「セキュリティ対策の強化」を筆頭に、「データ流通促進に関するルール整備」「人材育成」が続く。



注：最大3つまで選択可

4-8 政府に求める取組み(製造業・非製造業別)

➤ 製造業、非製造業問わず、「セキュリティ対策の強化」「データ流通促進に関するルール整備」「人材育成」への取組みを求める回答が多い。製造業では「規格の国際標準化の推進」を求める声が多い。



(n=264)

注：最大3つまで選択可