

## SDNET-300 先見情報No.57

## 「J A P A N R U S H I N G」

—世界の企業は日本を目指す—

経済は成熟し、少子高齢化で人口は減り、国家財政も大赤字—。

そんな「明日なき国」日本になぜか今、世界中の企業が殺到している。製造業から外食、サービス産業に至るまで、世界中の様々な企業が日本で事業を強化し始めた。なぜ、彼らは今さら日本を目指すのか。



## ■「問題だらけの国」になぜ進出

日本は完全に経済が成熟し、大きな成長が見込めない。成熟だけが待ち受ける「明日なき国」だ、と。

ところが、そんな「明日なき国」に今なぜか、世界中から優良外資が殺到している。

## ■対日投資は3年で24倍

海外からの対日投資は急上昇。財務省によると、2014年の日本への直接投資額は9548億円に達した。2012年(407億円)に比べ、24倍になったことになる。「リーマンショック後に落ち込んだ対日投資残高が、2015年は過去最高額となる可能性もある」。

中国の台頭が引き起こした「Japan Passing (日本を素通り)」から、時代は「Japan Rushing (日本へ殺到)」へと変わった。世界の企業はなぜ今さら日本を目指すのか。その背景には、日本企業と日本人が気付いていないニッポンの思わぬ魅力がある。

## ■人口減？消費不況？それがどうした！日本ほど「オイシイ国なし」

## □ニッポンの魅力① 「社会的課題」が山ほどある。「だからこそビジネスチャンスに事欠かない」

外資各社が商機にしようとしている日本の課題は、近い将来、中国や東南アジアが確実に直面する問題でもある。高齢化や人口減少、地方の過疎化・・・。海外企業の多くが、そうした日本の不安解消事業に力を入れる背景には、当然、『課題先進国である日本で培ったノウハウは、いずれ世界の国で役立つ』という狙いもある。

## □ニッポンの魅力② 製品開発に最適な「インフラ」がある。「だからこそビジネスチャンスに事欠かない」

ここへきて日本拠点の構築を進める海外企業の目的は、必ずしも自社の商品やサービスを売ることだけではない。日本を自社の競争力を高める「修業の場」にする—。そんな考えで日本に進出する企業も多い。

厳しい消費者、複雑な都市構造、消費不況……。いずれも日本企業の間では否定的な文脈で語られることが多い言葉だ。が、少なからぬ外資系企業が、「だからこそ日本では、強い製品・サービスを開発できる」と捉えている。

### □ニッポンの魅力③ 「ニッチ市場」でも十分なパイがある。

不安とも課題とも全く無縁の事業に乗り出す動きも活発化している。彼らが狙うのは「大きなニッチ市場」とでも呼ぶべき分野だ。

日本企業を横目に、日本の「大きなニッチ市場」を積極的に狙う海外企業。一連の市場で日本勢の活躍が目立たないのは、「マニアックな商品やサービス＝もうからない」と判断し、積極的な事業展開をしようとならないからだ。

だが、多くの優良外資のトップが繰り返し指摘している通り、たとえニッチでも日本ではそれなりの市場になる。人が多い上に、世界的に見れば日本は依然裕福であり、国民一人ひとりの購買力は世界屈指の水準にある。

### □ニッポンの魅力④ 実はまだまだ「人材」の宝庫。

「技術立国ニッポン」の印象は、電機産業の凋落もあって薄れている。それでも、外国の高齢化やオープンイノベーションの活発化、貿易自由化など世界のビジネス環境が大きく変わる中で、世界は日本の人材をかつてないほど必要とし始めている。

(出典 日経ビジネス 2015.05.25 No.1792)

---

新興国市場や海外発のビジネスモデルばかりに目を奪われ、足元にある宝の山を生かしきれていないのは、大きな損失にほかならない。国内では成熟した製品や技術でも海外では無限の可能性がある。

足元に本気で目を向ければ、目下、日本の産業界最大の課題とされている「イノベーション欠乏症」すら克服できる可能性も高い。事実、グローバル企業の中には、開発インフラや人材、技術など様々な資源に着目し、日本をシリコンバレーと並ぶ、「イノベーションの発信地」にしようとする動きが出てきている。

### □日本だからこそ生まれる革新□

日本は狭い国土の中に、自動車以外にも幅広い分野で世界的な企業が存在する。加えて、人間同士のコミュニケーションをベースに、多様な技術やノウハウを「擦り合わせ」できる柔軟さがある。だからこそ「組織や担当者ごとに役割分担が明確な海外とは違い、顧客ニーズに基づいた新たな成果を生み出しやすい土壌がある」

海外の有力企業は既に、日本企業が知らない様々な「ニッポンの活用法」を見つけている。日本企業も、日本経済の成熟が迫りつつある今だからこそ、自らが見落としている日本の魅力に改めて注目すべきだ。「灯台下暗し」のままではあまりにももったいない。

変化に正面から対応することで、組織をたくましくする。環境変化というチャンスに何度も恵まれ、そのチャンスをより活かした“企業”こそが、激変する環境下を生き抜くのである。

「ピンチはチャンスである。」

---