

立地競争力の更なる強化に資する国際航空ネットワーク に関する調査研究 ～外資系企業アンケート調査を中心に～

前研究調整官 廣松 智樹
主任研究官 伊藤 正宏
前主任研究官 仲田 知弘

調査研究の概要

背景

- ・ 世界経済のグローバル化により、企業が国・地域を選ぶ時代といわれている。
- ・ 我が国を含め世界の各都市が、企業の立地拠点獲得の競争にさらされており、選ばれる都市となるべく都市の魅力を高めていくことが必要となる。
- ・ 企業の立地選択の要因や魅力の一つとして、国際的な交通のアクセス性が考慮されると仮定される。

調査研究目的

- ・ 本調査研究は、我が国の空港の利便性向上・活用促進を図るため、企業の立地選択と国際アクセス性との関係を明らかにする。

実施内容

- ・ 我が国に立地する外資系企業を対象にアンケート調査を実施し、企業の立地選択においてビジネス環境として求める国際アクセス性について、具体的な国際航空ネットワークの要素等を把握する。
- ・ 外資系企業の誘致施策に関して自治体アンケート調査も実施し、企業アンケート調査と比較する。

調査研究結果

- ・ 企業アンケート調査では、市場の規模や潜在可能性といった市場としての魅力が最重要であり、国際アクセス性も立地選択の主要な必要条件であることを確認した。
- ・ 立地選択において重視される国際アクセス性の具体的な要素は、事業所の機能により違いはあるものの、特に①路線数、②便数、③ダイヤ利便性、④空港アクセス時間、⑤航空会社の選択肢、の5要素が共通して重視される。

成果の活用

- ・ 研究結果は、国土交通政策や地方公共団体及び業界関係者における国際的な航空・空港政策や外資系企業の誘致に資することが期待される。

1. はじめに

(1)背景と目的

世界経済のグローバル化により、国際的に事業展開する企業が増え、企業が国・地域を選ぶ時代になったとも言われている。企業が拠点を置く場合、我が国を含め世界の各都市が立地拠点獲得の競争にさらされており、選ばれる都市となるべく都市の魅力を高めていくことが、地域の成長、国の成長に結びつき、経済の好循環へつながる。

一方、こうした事業展開をする企業では、ビジネス活動において本社や顧客等とのつながりも国際的な広がりを持つことが想定されることから、立地先を選択する際には、立地先における国際的な交通のアクセス性についても考慮されるビジネス環境のひとつと考えられる。

このような厳しい情勢の下、我が国の成長力を強化していくために国際的に事業展開する外国企業を我が国に誘致することが必要である。しかし、国際航空ネットワークの観点からは、国際的に事業展開する企業がビジネス拠点や研究開発拠点として、立地先を選択する際にビジネス環境として求める要素が必ずしも明確ではない。このため、各空港周辺の地域や都市が持つ国際的な交通のアクセス性に関する強みや弱みを客観的に把握しにくいのが現状である。

そこで、本調査研究は、我が国の空港の利便性向上・活用促進を図るため、既に我が国に立地している外資系企業を対象に、立地先を選択する際にビジネス環境として求める国際航空ネットワークの必要な要素を把握するとともに、企業の立地選択と国際アクセス性との関係を明らかにすることにより、我が国の立地競争力を更に強化し、地域の活性化、我が国の経済成長に資する今後の国・地域等における政策等への示唆を得ることを目的とする。

(2)実施内容

本調査研究の実施内容は以下のとおりである。また、実施フローを図1に示す。

I.外資系企業の進出動向及び国際航空旅客流動の推移

1.我が国への外資系企業の進出動向

我が国における外資系企業の立地に係る統計データをもとに、外資系企業の進出動向の特徴・変化を把握する。

2.我が国における国際航空旅客流動の推移

航空関連の統計データをもとに、我が国の国際航空ネットワークサービス供給水準の推移及び業務目的の国際航空旅客流動の実態を把握する。

3.外資系企業と国際航空旅客流動との関係

外資系企業の立地動向と国際航空旅客流動の動向を比較するとともに、外資系企業が利用すると想定される出国空港比率を推計する。

II.企業立地選択と国際航空に関するアンケート調査

1.外資系企業の立地と国際航空利用に関する企業アンケート調査

日本に拠点を有する外資系企業を対象に、企業が立地先を選択する際の国際航空ネットワーク各要素の重視度やその満足度、航空利用実態、今後の立地意向やその際国際航空ネットワークに求める条件等を把握するため、アンケート調査を実施し、結果の集計を行う。

2. 外資系企業の誘致施策に関する自治体アンケート調査

全都道府県及び全政令指定都市、主要国際空港が立地する自治体を対象に、企業立地と国際航空に関する問題意識や政策等について幅広く情報収集するため、アンケート調査を実施し、結果の集計を行う。

III. 外資系企業の立地選択と国際アクセス性との関係

IIで実施したアンケート調査結果を用いて、外資系企業の立地選択と国際アクセス性との関係性について多角的に分析を行う。

IV. まとめ

上記 I～IIIまでの結果をとりまとめ、空港の更なる活用の観点から立地競争力の更なる強化に資する国際航空ネットワークのあり方や課題など今後の政策への示唆を考察する。

本稿では、上記のうち II. 1 の企業アンケート調査を中心に報告する。

なお、詳細及び割愛した内容については、調査研究成果報告書の国土交通政策研究第145号「立地競争力の更なる強化に資する国際航空ネットワークに関する調査研究」において報告している。国土交通政策研究所のウェブサイト (<http://www.mlit.go.jp/pri/index.html>) においても掲載しているのでご覧頂ければ幸いである。

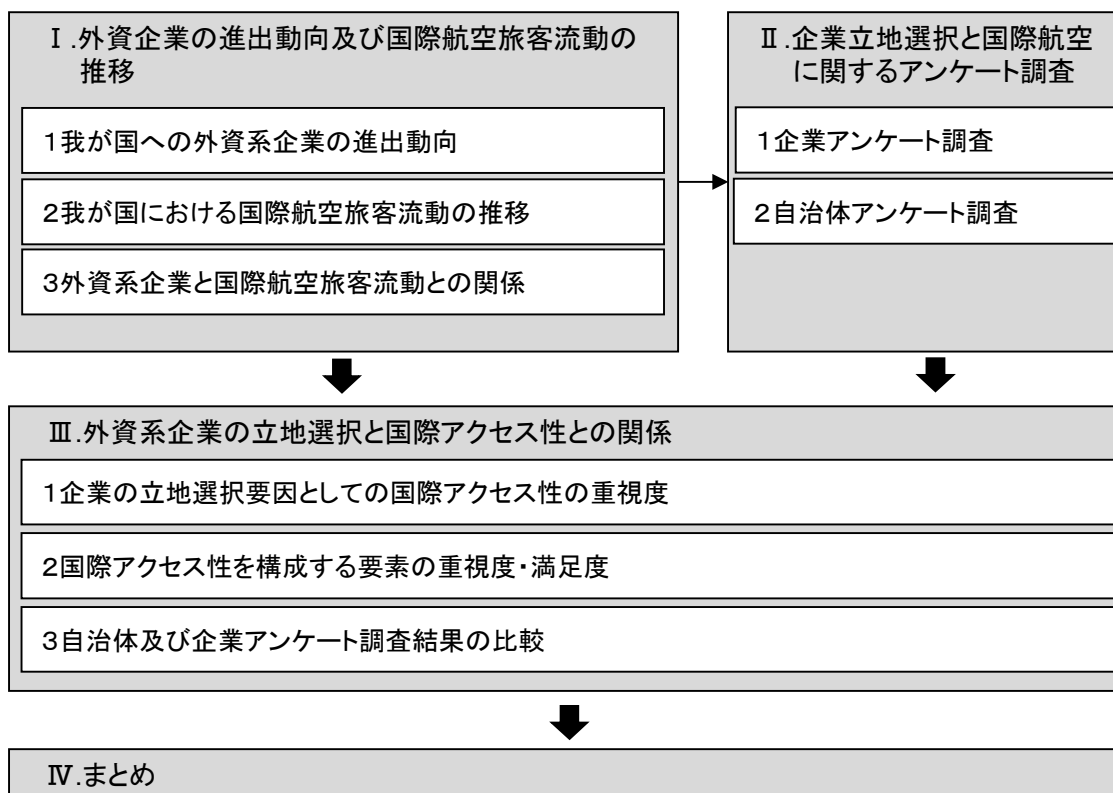


図-1 本調査研究の実施フロー

2. 外資系企業の立地と国際航空利用に関する企業アンケート調査

(1) 企業アンケート調査の概要

企業アンケート調査では、東洋経済新報社「外資系企業総覧 2017 年版」¹に記載されている 3,175 社を対象とした。本調査研究では、立地競争力に着目して、対日直接投資、すなわち海外からの企業立地を促進するために、目指すべき国際航空ネットワークを導くことを目的としている。

そこで、本アンケート調査では、既に日本に立地している外資系企業を対象に、立地選択時に重視した要素や各要素に対する満足度を問うことで、日本の国際航空ネットワークに関する課題を明らかとすることを旨とする。

アンケート調査票は 2017 年 9 月下旬に各企業に郵送し、496 社から回答が得られた。回収率は 15.6%であった。アンケート調査の概要は表-1 のとおりである。

表-1 企業アンケート調査の概要

実施方法	郵送による配布・回収
調査対象	東洋経済新報社「外資系企業総覧 2017 年版」に記載されている全 3,175 社
実施時期	2017 年 9 月～10 月
配布数	3,175 枚
回収数	496 枚
回収率	15.6%

(2) 企業アンケート調査の項目

本アンケート調査の調査項目の概要を表-2 に示す。企業の現状、航空利用の実態について調査した上で、立地時に重視した項目と、今後の立地意向について調査した。

表-2 企業アンケート調査の調査項目

I. 企業の現状	問 1. 進出形態 問 2. 事業所の機能・数 問 3. アジア地域統括機能の内容 問 4. 事業所の所在地、従業員数、設立形態、設立年
II. 航空利用の実態	問 5. 国外訪問者の人数・頻度・主な職階、オンライン会議頻度 問 6. 主な訪問国・地域 問 7. 国外訪問時の移動パターン 問 8. 来日人数 問 9. 国外出張人数、国外旅費
III. 立地時に重視した項目	問 10. 事業所の設立時に重視した項目 問 11. 事業所の設立時に重視した国際航空ネットワークに関する項目 問 12. 主な利用空港 問 13. 空港別の国際航空ネットワークの満足度
IV. 今後の立地意向	問 14. 国内拠点の新設・拡充意向 問 15. 立地選択のために最低限必要と考える項目

¹ 東洋経済新報社「外資系企業総覧 2017 年版」における対象企業の掲載基準は、基本的に資本金に関係なく外資比率概ね 20%以上の企業。ただし、株式公開企業や編集部が重要と判断した企業などについては当該基準以外でも含めている場合がある。また、日本法人でなくとも、日本支社や外国銀行、外国証券等の在日支店も収録。

アンケート調査は、中心事業所（1事業所のみの場合は当該事業所、日本国内に複数事業所を有する場合は経営上の中心となる事業所）と非中心事業所（中心事業所以外の国内事業所）について事業所単位で把握することとした。また、既往調査をもとに、事業所の有する機能として表-3のとおり8つの機能を設定した。中心事業所については機能を限定せず、非中心事業所については、回答負荷や回収率への影響も考慮し、「アジア地域統括機能」、「研究開発機能」、「製造・加工機能」のみ対象とすることとした。

企業の立地選択要因となり得る要素として、まず表-4の項目について設定した。このうち、国際アクセス性については、国際航空ネットワークと空港施設等の視点に分け、利便性、経済性、快適性の3つの軸で整理し、アンケート調査の選択肢を設定した。設定した要素は表-5のとおりである。

表-3 アンケート調査において設定する事業所の機能

機能（拠点）	機能の詳細
アジア地域統括機能	アジア・オセアニア地域において、海外親会社と資本関係を有する拠点を統括する拠点（Regional headquarter）
経営企画機能	経営戦略や経営計画を定め、それらを実行するための経営資源の配分等を行う拠点
営業・販売・マーケティング機能（営業・販売等）	商品・サービスの販売、営業、及び販売・営業戦略を立案する拠点
研究開発機能	製品・サービスの生産・製造工程などに関する開発や技術的改善を計る業務を担当する拠点
製造・加工機能	製品・サービスを製造もしくは加工する拠点
物流機能	製品・サービスの輸送、配送、保管、荷役、流通加工などを行う拠点
金融・財務機能	予算の作成、経理、資金の運用又は調達などを行う拠点
人事・人材育成機能	人材の採用、配置、処遇、及び育成を担当する拠点

表-4 アンケート調査において設定する企業の立地選択要因

1. 当該地域の市場規模の大きさ【市場規模】
2. 当該地域の市場拡大の潜在可能性【市場潜在可能性】
3. 当該地域の物価（人件費・原材料費・輸送費など）【物価】
4. 当該地域の国際アクセス性（最も近い空港の国際航空ネットワークや乗継ぎ空港への接続性など）【国際アクセス性】
5. 当該地域における専門職人材（経営、財務、法務、研究者、技術者）の獲得性【専門職人材】
6. 当該地域の教育水準（ビジネス英語等を含む）【教育水準】
7. 当該地域の労働者の質【労働者の質】
8. 当該地域における他社の拠点の集積度（情報や原材料・部品等の取得しやすさ）【拠点集積】
9. 当該地域における企業進出に関する情報の得やすさ【進出情報取得】
10. 当該地域における企業進出に関する手続きの簡素さ【進出手続き】
11. 当該地域における補助金や税制優遇などの政府や自治体の金銭的支援【金銭的支援】
12. 当該地域におけるオフィスや土地などの政府や自治体からの物理的支援【物理的支援】
13. 当該地域の固有の特性（気候、風土・文化や伝統など）【地域特性】
14. 当該地域の生活環境（医療、学校等）【生活環境】

表-5 アンケート調査において設定する国際アクセス性を構成する要素

分類	軸	項目
国際航空ネットワーク	利便性	1. 空港の国際線路線数(就航先都市数)の多さ【路線数】 2. 便数の多さ(フリークエンスの高さ)【便数】 3. 出発便/帰国便のダイヤ利便性の高さ【ダイヤ利便性】
	経済性	4. LCCの比率の高さ【LCC比率の高さ】
	快適性	5. 利用する路線における航空会社の選択肢の多さ【航空会社の選択肢】 6. 乗り継ぎにかかる時間の短さ【乗継時間】 7. 乗り継ぎ時の手続きの分かりやすさ【乗継手続】
空港施設等	利便性	8. ビジネスジェットの乗り入れ利便性の高さ【ビジネスジェット】 9. 都市の中心から出国空港までの所要時間の短さ【空港アクセス時間】
	経済性	10. 都市の中心から空港までの交通費の安さ【空港アクセス費用】
	快適性	11. チェックイン、出入国など手続きにかかる時間の短さ【出入国等手続時間】
		12. 空港内や空港周辺の商業施設、ホテル等が充実していること【商業施設・ホテル】 13. 空港周辺にビジネス関連機能が集積していること【ビジネス機能集積】 14. 空港のラウンジ施設等が充実していること【空港内ラウンジ等】

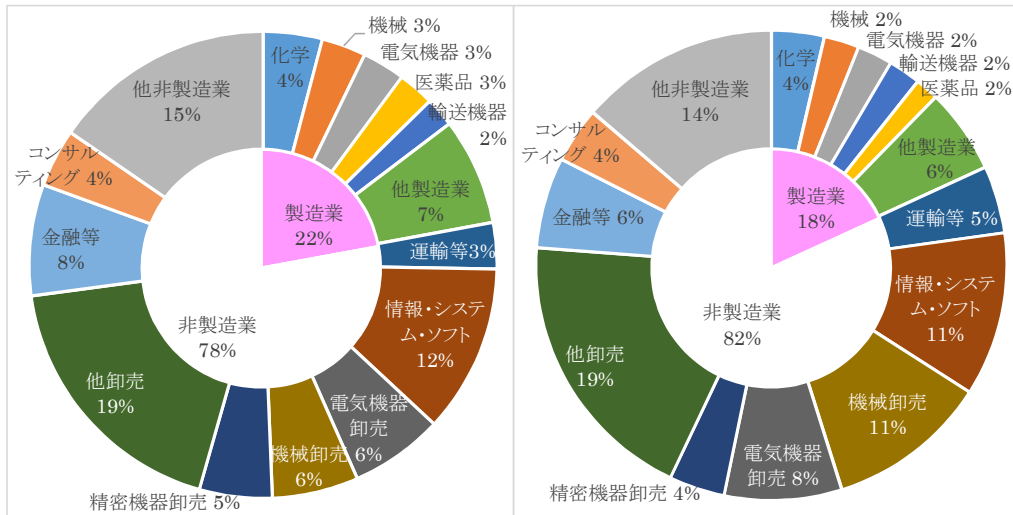
3. アンケート回収企業の特徴

アンケート調査により得られたサンプルの基本属性について確認する。多くの基本属性について、本調査にて用いた外資系企業総覧と概ね傾向に違いがなく、基本属性に著しい偏りがなことが確認できる。ただし、本調査が設立または買収時について調査を実施しているために、設立または買収年が昔の企業ほど回答率が悪かった。また、従業員数が多い企業ほど回答率が低かった。

(1) 企業の特徴

① 業種

業種別に企業の特徴を示したものを図-2に示す。外資系企業総覧に掲載の企業の割合と、本アンケートへの回答企業の業種の割合とは概ね整合的であることが確認できる。機械卸売や電気機器卸売業などにおいて、「外資系企業総覧」に掲載の企業の割合よりもアンケートへの回答企業に示す当該業種の企業の割合が高くなっている。



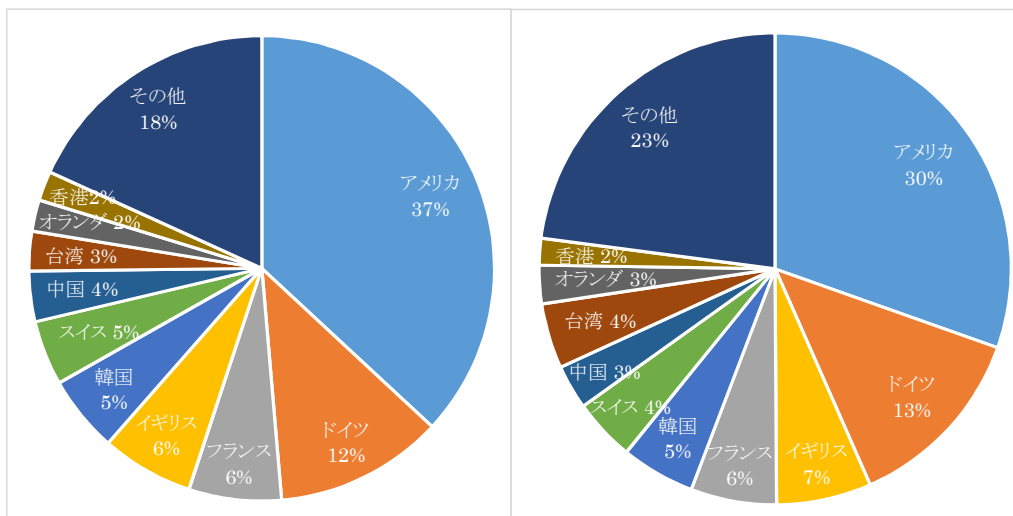
外資系企業総覧に掲載の企業

アンケート回収企業

図-2 業種の比較

②親企業の国籍・地域

親企業の国籍・地域別に企業の特徴を示したものを図-3に示す。外資系企業総覧に掲載の企業の割合と、本アンケートへの回答企業の割合とは概ね整合的であることが確認できる。親会社の国籍・地域をアメリカとする企業の割合は配布数よりも少なくなっており、その分、その他が多くなっている。



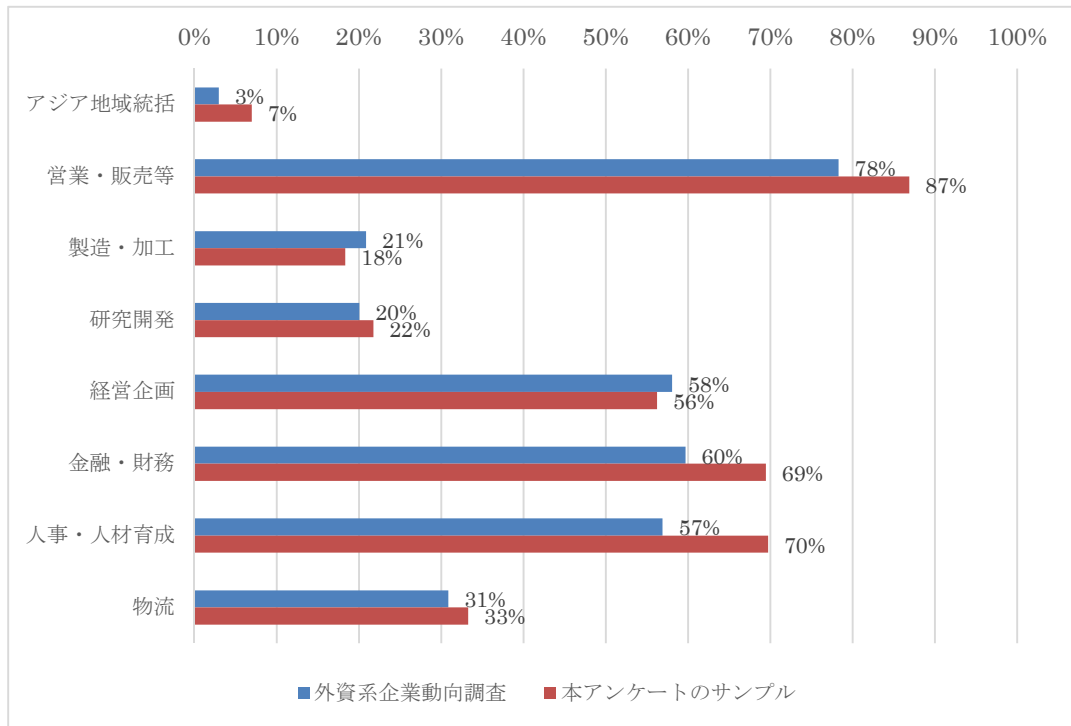
外資系企業総覧に掲載の企業

アンケート回収数

図-3 親企業の国籍・地域の比較

③機能

本調査のサンプルを「外資系企業動向調査」の各機能別の分布結果と比較した結果を図-4に示す。機能別分布に大きな違いはなく各機能から比較的バランス良く回収できていることを確認できる。比率としては小さいものの、アジア地域統括機能については「外資系企業動向調査」よりも2倍以上の回収率となった。



出所) 経済産業省「外資系企業動向調査」

図-4 機能の比較

④所在地

所在地別に企業数の割合を示した結果を図5、東京都を除いた結果を図6に示す。外資系企業総覧に掲載の企業の割合と、本アンケートへの回答企業の割合とは概ね整合的であることが確認できる。東京都、神奈川県、大阪府の上位3都府県は、アンケート回収企業は外資系企業総覧に掲載されていた企業と同様である。4~7位の都道府県も外資系企業総覧では、兵庫県、埼玉県、千葉県、愛知県の順であり、アンケートの回収企業では、千葉県、兵庫県、愛知県、埼玉県の順と、順位の変動はあるものの同様の都道府県が占めている。

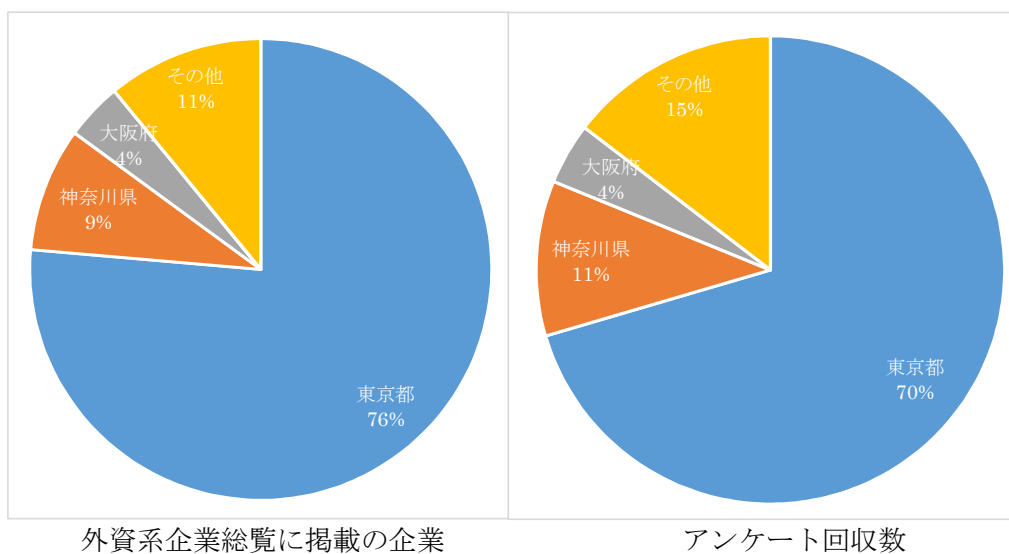


図-5 所在地の比較

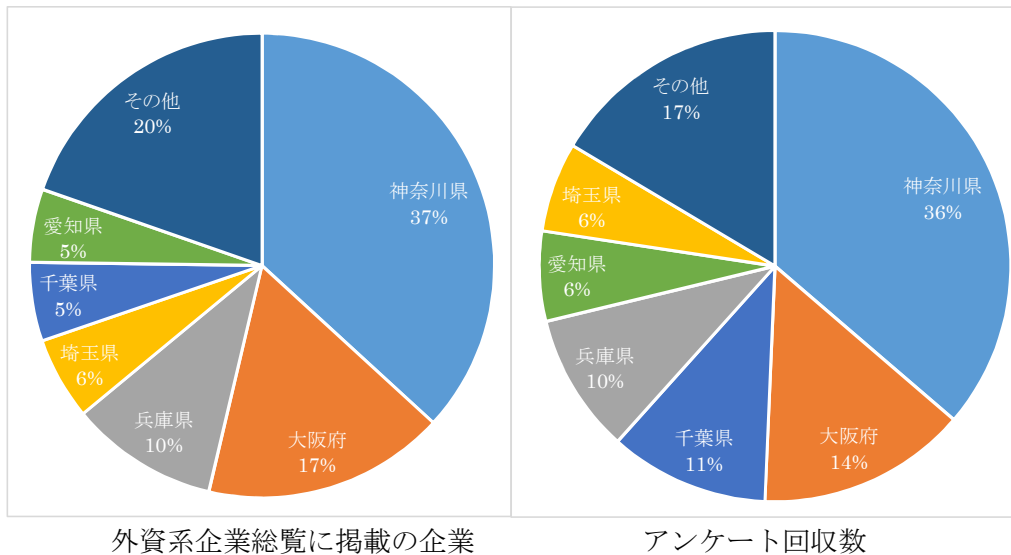


図-6 所在地(東京都を除く)の比較

⑤従業員数

従業員別に企業の特徴を示した結果を図-7に示す。外資系企業総覧に掲載の企業に比べ、本アンケートへの回答企業は比較的従業員数が少ない企業からの回答率が高いことが確認できる。

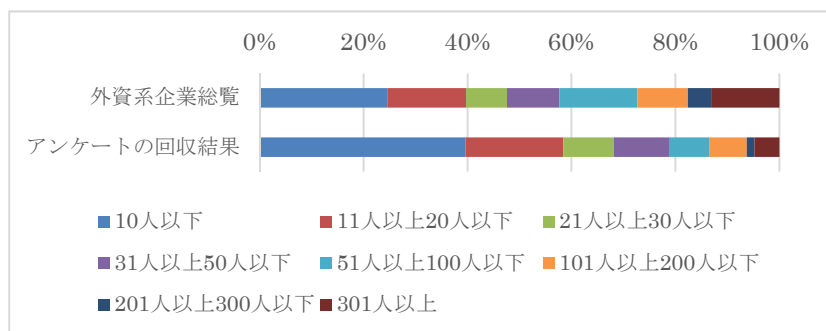


図-7 従業員数の比較

⑥参入時期

参入時期別に企業の特徴を示したものを図-8に示す。「外資系企業総覧」に掲載の企業に比べ、本アンケートへの回答企業は比較的参入時期が現在に近い企業からの回答率が高いことが確認できる。本アンケートでは企業の立地時について調査していることから、参入時期が早い企業ほど、立地時の状況を把握することが難しく、回答率が落ちているものと推察される。

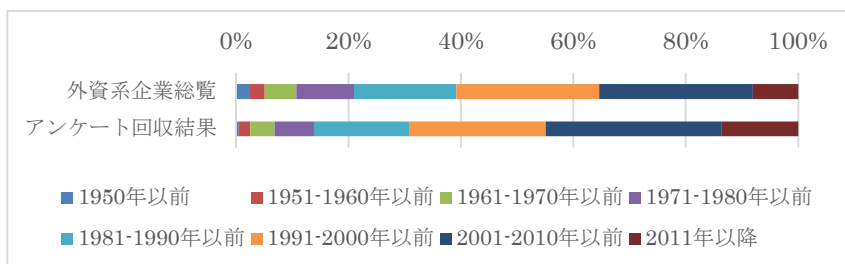


図-8 参入時期の比較

4. 企業アンケート調査の結果

(1) 事業所の現状

① 所在地

事業所の所在地の分布を図-9に示す。中心事業所は東京都・神奈川県に集中しており、アンケート回答企業の85%の中心事業所が東京都・神奈川県に立地している。一方、非中心事業所も東京都・神奈川県が多いものの、非中心事業所に占める割合は33%となっており、中心事業所の立地がほとんどなかった、三重県・茨城県・栃木県等にも立地している。

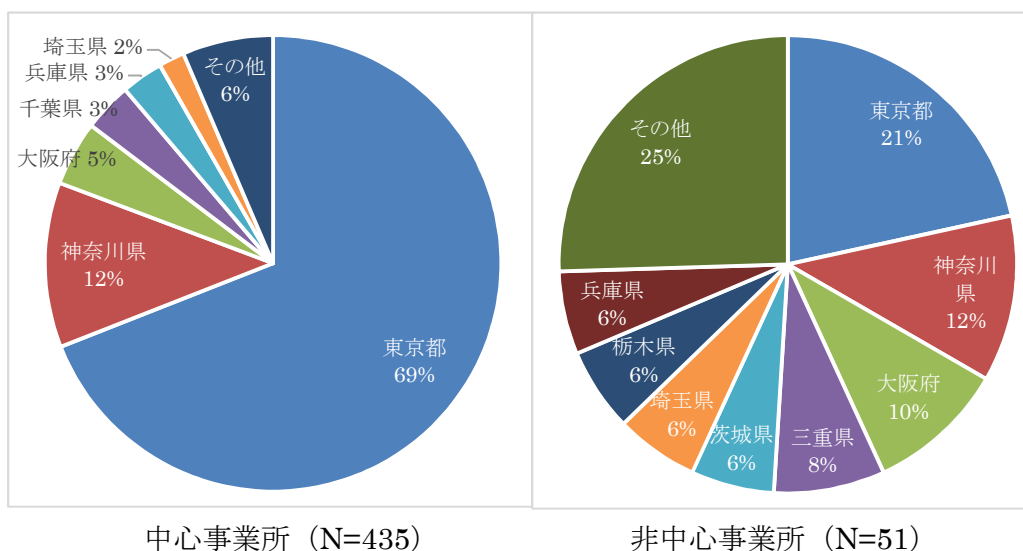


図-9 各機能を有する事業所が所在する都道府県

② 中心事業所の機能

中心事業所における8機能の有無を図-10に示す。中心事業所が8機能のいずれかの機能を有する企業は約93%、いずれの機能も有しない(8機能以外の機能を有する)企業は約7%であった。

このうち、8機能のいずれかの機能を有する企業について、各機能の有無を調べた結果を図-11に示す。最も多い機能が営業・販売・マーケティング機能であり、全体の94%を占めている。次いで人事・人材育成機能(76%)、金融・財務機能(75%)、経営企画機能(61%)などのバックオフィス機能が続いた。

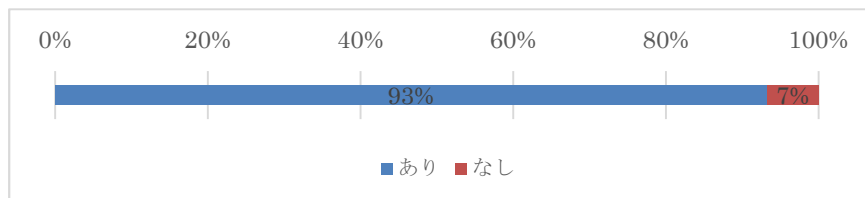


図-10 8機能の有無【中心事業所】(N=458)

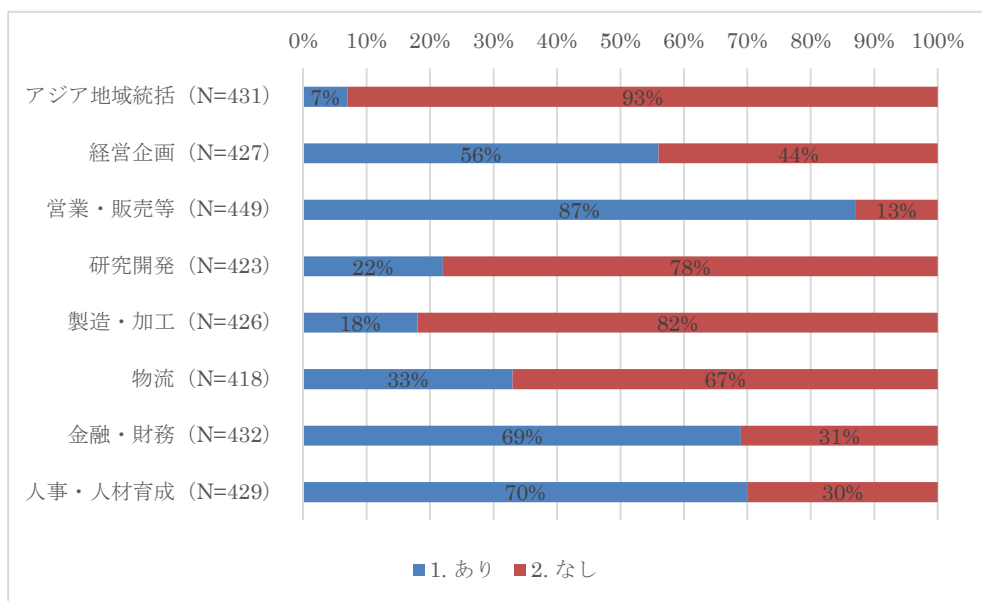


図-11 中心事業所の各機能の有無

③ 非中心事業所の機能

非中心事業所における 8 機能の有無を図-12 に示す。非中心事業所がいずれかの機能を有する企業は回答企業の 41%であった。

これら 8 機能のいずれかを有する企業について、その各機能の有無を調べた結果を図-13 に示す。最も多い機能が営業・販売・マーケティング機能であり、回答企業の 72%を占めている。次いで物流機能 (41%)、製造・加工機能 (27%)、研究開発機能 (19%) などの機能が続いた。

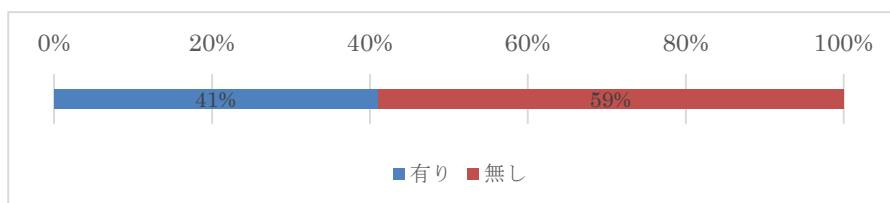


図-12 8 機能の有無【非中心事業所】(N=361)

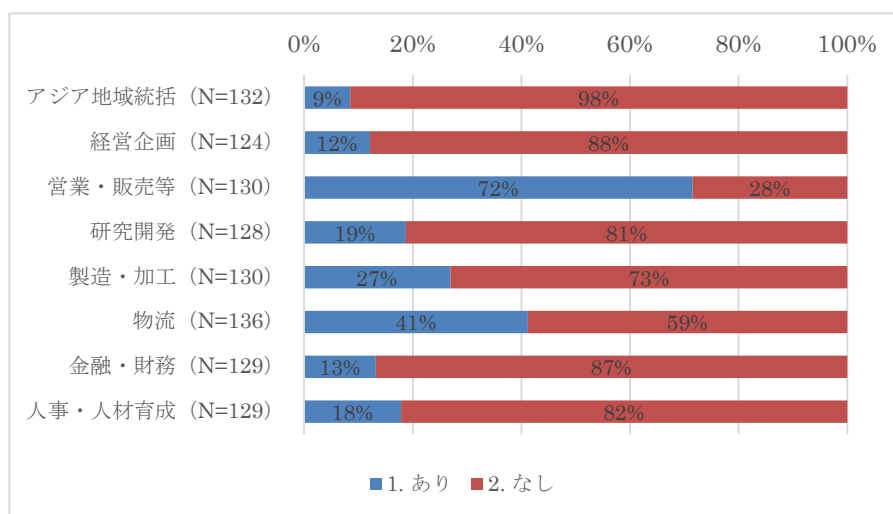


図-13 非中心事業所における 8 機能の有無

中心事業所・非中心事業所別に各機能の占める割合を図-14 に示す。営業・販売・マーケティング機能はいずれの事業所においても有する割合が最も高いことが確認できる。また、人事・人材育成機能、金融・財務機能、経営企画機能などのバックオフィス機能については中心事業所において有する割合が高く、物流機能、研究開発機能、製造・加工機能については、非中心事業所はいずれの事業所においても有する割合が一定程度確認できる。

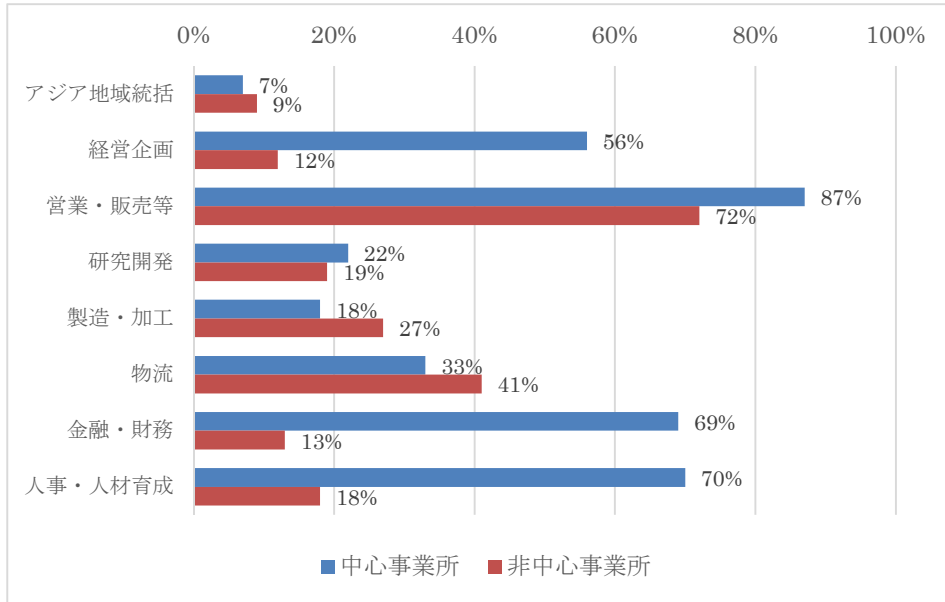


図-14 中心事業所と非中心事業所の機能比率の比較

(2) 航空利用の実態

① 国外渡航頻度とオンライン会議頻度

国外訪問頻度別にオンライン会議頻度を調べたものを図-15 に示す。これより、国外訪問頻度が高くなるほど、オンライン会議頻度が高くなるという関係があることが確認できる。

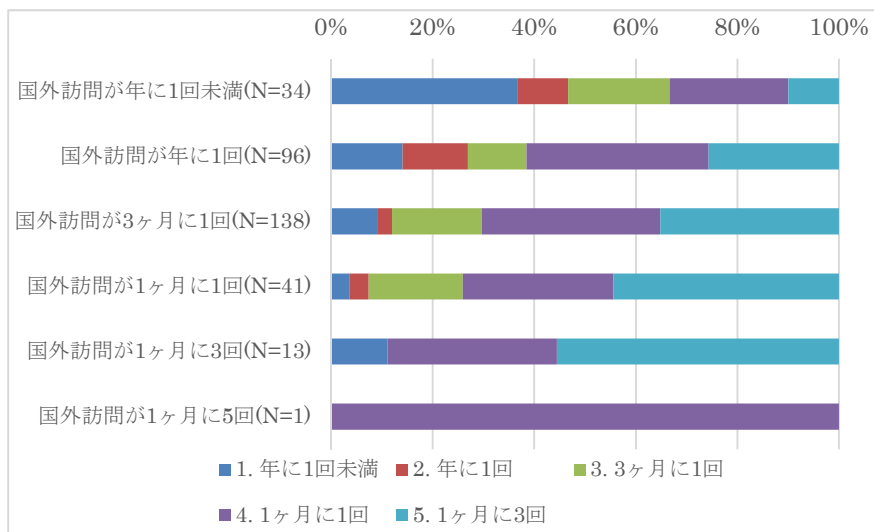


図-15 国外訪問頻度別、オンライン会議の実施頻度

② 主に訪問する国・地域

主に訪問する国・地域を図-16に示す。中国がもっと多く、次いでアメリカとなっている。それら2カ国の半分程度となるが、次いでシンガポール・韓国・ドイツとなっている。

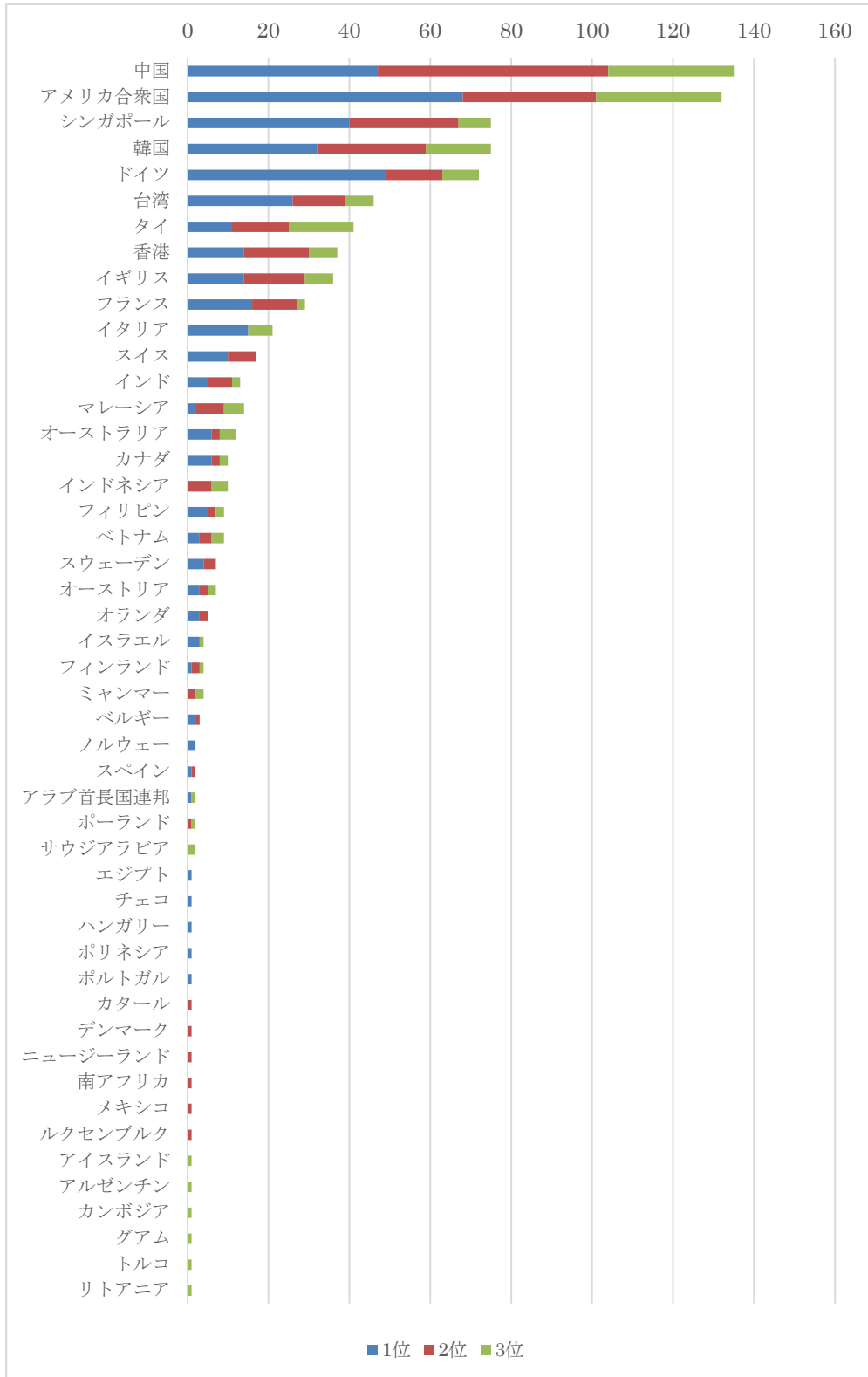


図-16 訪問することの多い国・地域上位3つ【中心事業所】(N=401)

(3)立地選択要因

① 立地選択における重視項目

中心事業所の立地選択において重視された項目を図-17 に示す。選択肢 1.市場規模、2.市場潜在可能性を重視した・どちらかといえば重視したと回答する企業が多く、次いで 4.国際アクセス性となっている。

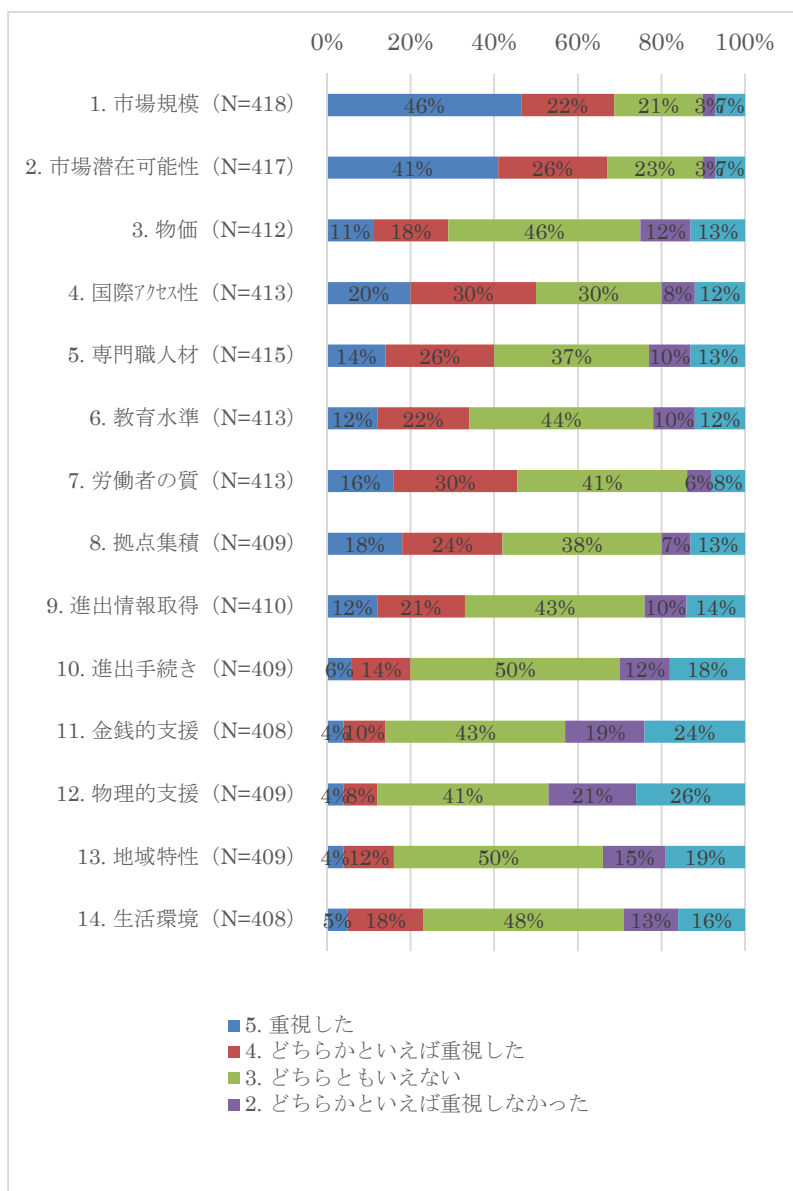


図-17 立地選択における重視項目【中心事業所】

② 国際アクセス性に関する重視項目

企業の立地選択において、国際アクセス性の各項目について、重視された項目を図-18 に示す。重視順 1 位から 5 位までの総数で最も多いのが「1.国際線路線数の多さ」であり、次いで「2.便数の多さ」「3.ダイヤ利便性の高さ」「9.都市の中心から出国空港までの所要時間の短さ」「5.利用する路線における航空会社の選択肢の多さ」となっている。また、重視順 1 位についてみると、最も多いのが他を大きく引き離し「1.国際線路線数の多さ」で総数と同じであるが、次に「9.都市の中心から出国空港までの所要時間の短さ」となり、「2.便数の多さ」「3.ダイヤ利

便性の高さ」が続いている。

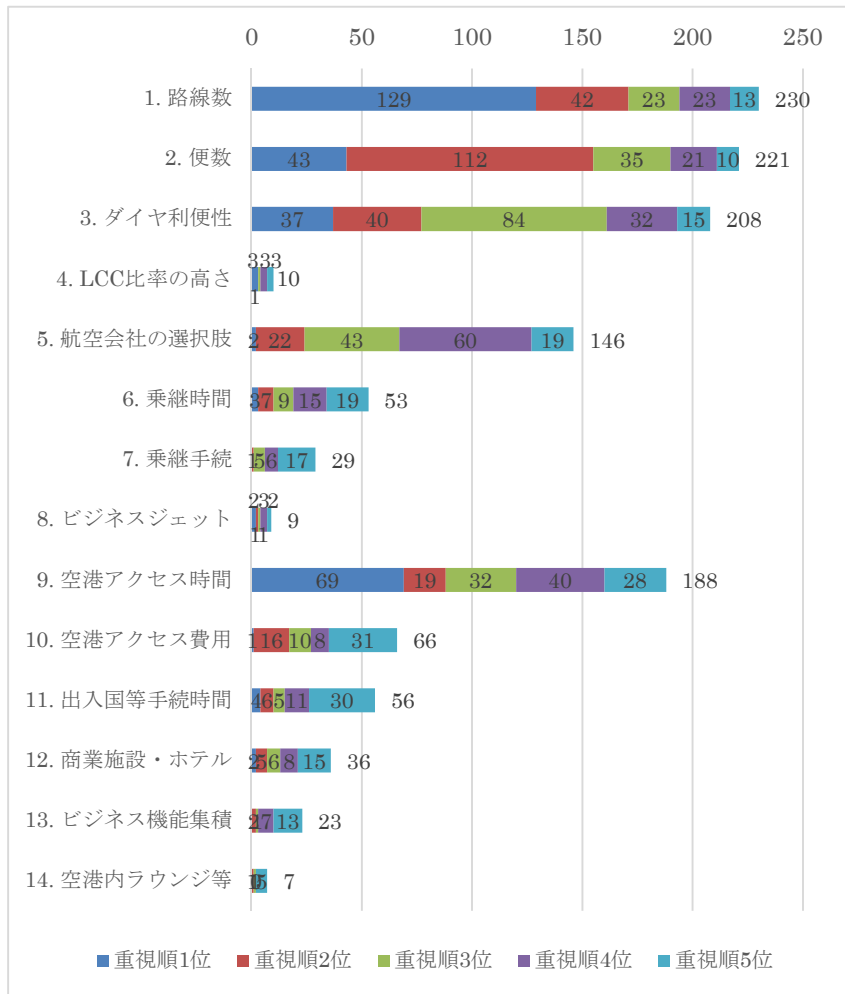
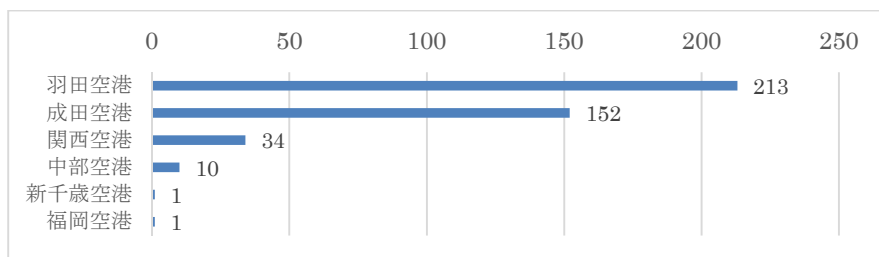


図-18 立地選択における国際航空ネットワークや空港施設に関する重視項目【中心事業所】(N=290)

(4) 利用空港及び満足度

① 利用空港

アンケート回答企業が主に利用する出国空港を図-19に示す。アンケート回答企業の85%以上が東京都・神奈川県であることから明らかな通り、羽田空港が最も多く、次いで成田空港となっている。



注) 羽田および成田と回答した場合、それぞれにて0.5ずつカウント

図-19 役員・従業員が業務目的で国外を訪問する際に利用する主な出国空港

【中心事業所】(N=411)

ビジネス拠点の立地場所と利用する空港ならびに、訪問地との関係进行分析する。アンケートにて把握できた主要な所在地における利用空港を図-20に示す。東京都、神奈川県においては、羽田空港の利用が多くなっている。

そこで、訪問数が上位の訪問国・地域別に出国空港进行分析したものを図-21に示す。

これより、シンガポール、韓国、イギリス、香港路線で特に羽田空港の利用率が高いことがわかる。

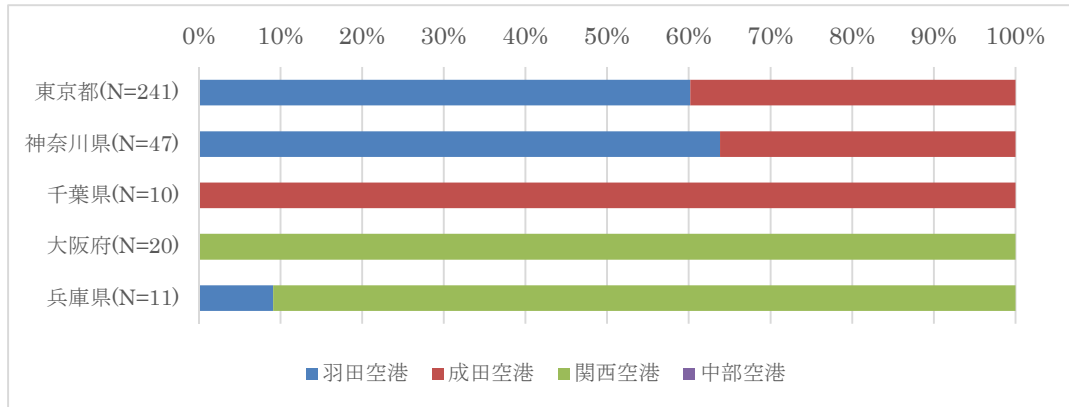


図-20 主要な所在地別の出国空港

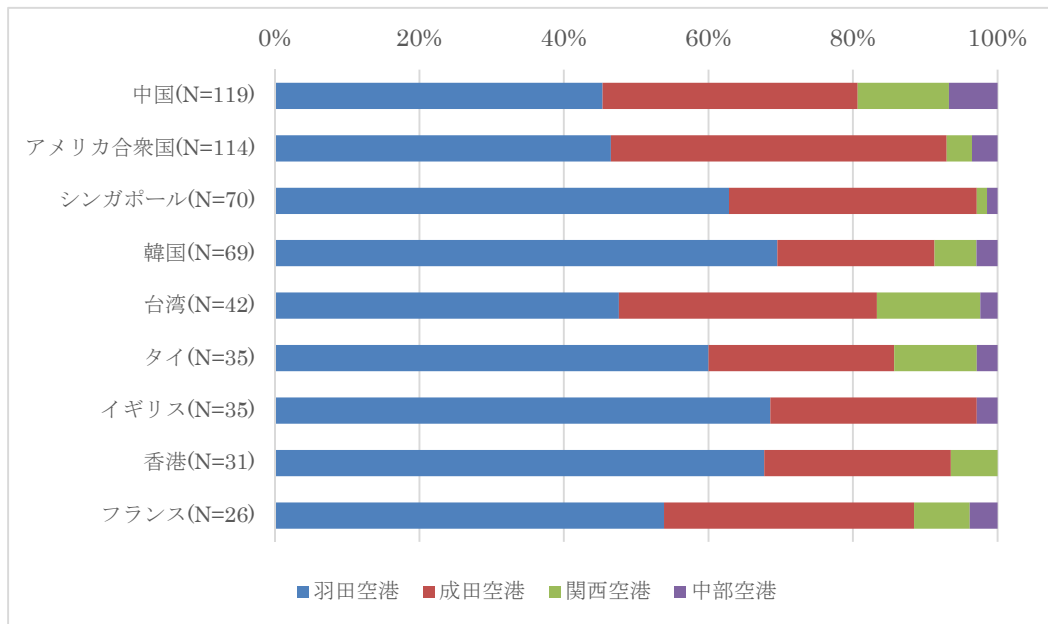


図-21 主要な訪問国・地域別の出国空港

② 満足度

国際航空ネットワークを構成する各要素に関する企業の出国空港に関する満足度の認識を図-22に示す。「5.充実している」または「4.どちらかといえば充実している」と回答した企業の割合を比較すると、「1.国際路線数の多さ」、「2.便数の多さ」、「3.ダイヤ利便性」の順に割

合が高くなっている。

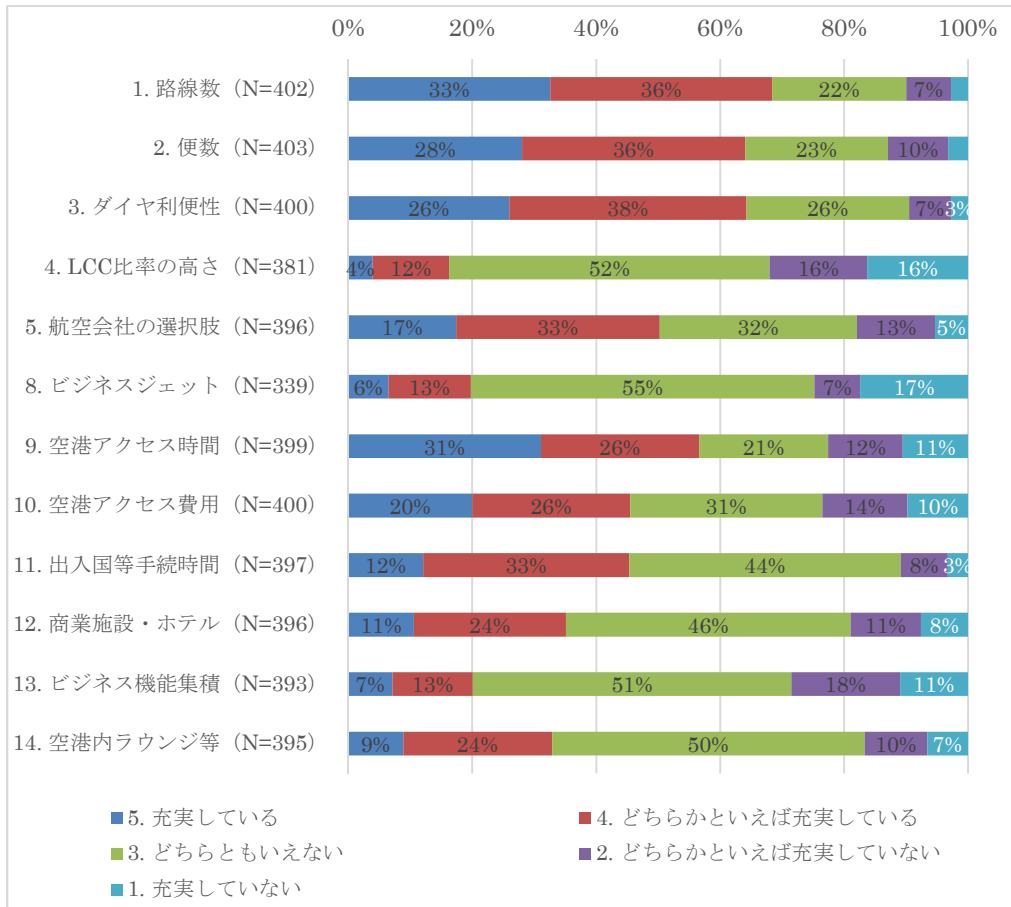


図-22 出国空港の国際航空ネットワークや空港施設に関する満足度

(5) 今後の日本国内における立地意向

① 今後の日本での拠点の新設・拡充の検討状況

今後の日本国内への拠点の新設・拡充に関して、「1. 今後検討の可能性がある」「2. 検討している」と回答した企業について、その新設・拡充の可能性がある機能を図-23 示す。営業・販売・マーケティング機能が最も多く、他の機能は同程度ずつの割合となっている。

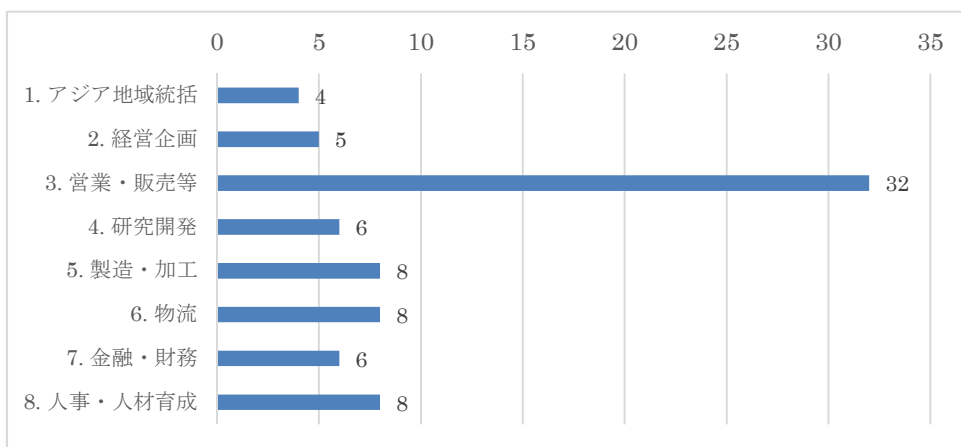


図-23 拠点の新設・拡充の可能性があるまたは検討している新規拠点の機能(複数回答)(N=49)

「1.今後検討の可能性がある」「2.検討している」と回答した企業について、その新設・拡充の可能性がある立地地域を図-24に、立地都道府県を図-25に示す。東京都が最も多く、次いで神奈川県ならびに愛知県となっている。

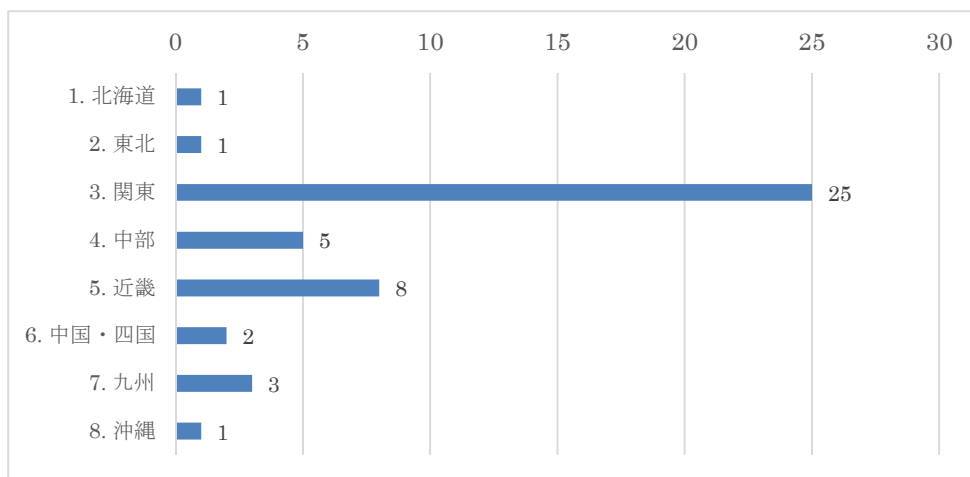


図-24 拠点の新設・拡充の可能性があるまたは検討している地域(N=46)

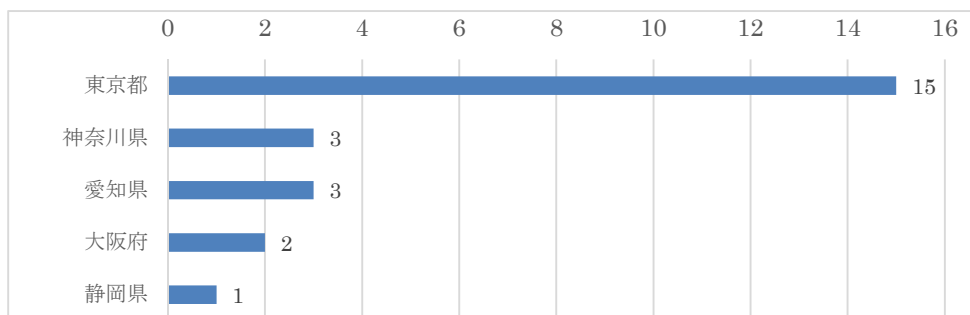


図-25 拠点の新設・拡充の可能性があるまたは検討している都道府県(N=24)

②国際アクセス性に関する立地選択の必要条件の有無

立地選択において国際アクセス性に関する必要条件の有無を聞いた結果を図-26、その詳細を図-27に示す。「路線数」、「便数」、「空港までの所要時間」を必要条件と考える企業が3分の2以上を占め、次いで「ダイヤ」、「出国手続きに要する時間」を必要条件と考える企業が半数以上を占めた。具体的には直行便が就航していること、当該路線について1日2便以上あること、空港までに1時間以内で到達できること、30分以内に入出国手続きが完了できることが必要条件とされている。また、ダイヤについては利用者のニーズが分散しており、早朝深夜便を望む声もあり、多様な利用ニーズに対応したダイヤ利便性が求められていることがわかった。

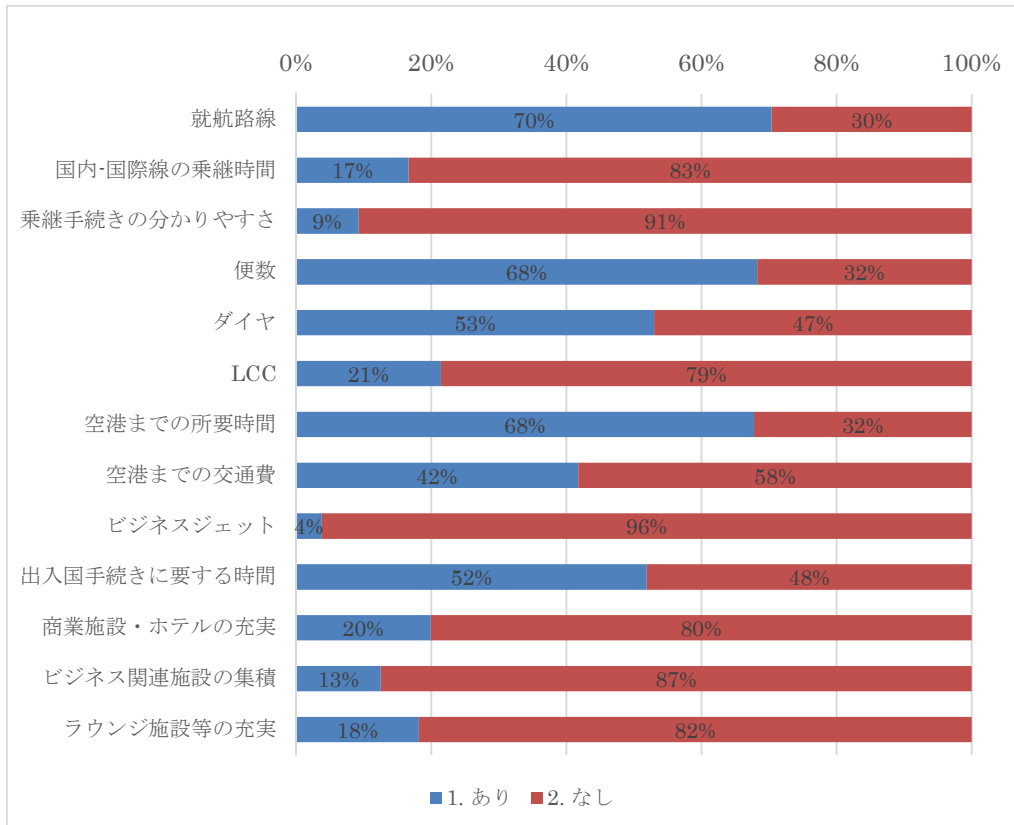


図-26 国際アクセス性に関する立地選択の必要条件の有無

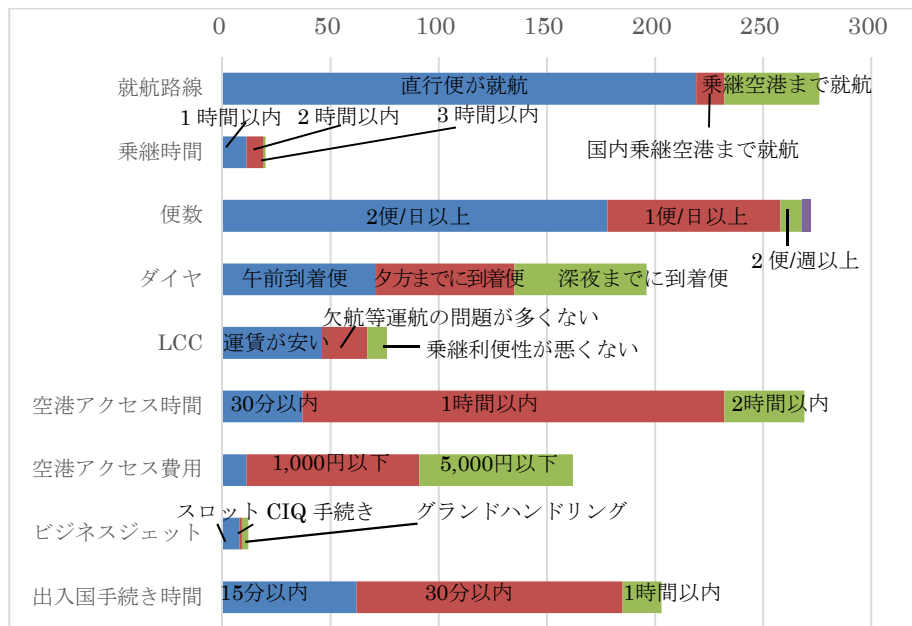


図-27 国際アクセス性に関して立地選択に最低限必要と考える条件

5. 調査研究のまとめ

本調査研究では、我が国に立地する外資系企業を対象にアンケート調査を実施し、企業の立地選択においてビジネス環境として求める国際アクセス性について、具体的な国際航空ネットワークの要素等を把握した。本調査研究で得られた主な知見は以下のとおりである。

- 1) 外資系企業の立地選択は、中心事業所の立地選択においては、市場の規模や市場拡大の潜在可能性が最も重視され、次いで、国際アクセス性、労働者の質、他社拠点の集積などが続いており、国際アクセス性は立地選択における必要条件として一定程度重視されていることを明らかにした。
- 2) 中心事業所の立地選択において重視される国際アクセス性の具体的な要素は、事業所機能による違いはあるものの、特に①路線数、②便数、③ダイヤ利便性、④空港アクセス時間、⑤航空会社の選択肢、の5要素が共通して重視されていることを明らかにした。
- 3) 今後の立地選択における国際アクセス性に関して、特に①就航路線、②便数、③空港までの所要時間、④ダイヤ利便性、⑤出入国手続きに要する時間、について、最低限必要な条件があると考える企業が多いことを明らかにした。
- 4) 具体的には、直行便が1日あたり2便以上就航し、多様な時間帯に分散したダイヤがあり、空港までの所要時間が1時間以内、出入国手続きに要する時間が30分以内、が最低限必要と考える条件とする企業が多いことを明らかにした。

海外からの投資を呼び込むためには、市場の規模や潜在可能性といった市場としての魅力が最重要であり、国際アクセス性も立地選択の主要な必要条件であることを確認した。立地選択要因としての国際アクセス性向上のためには、本調査研究で明らかにした国際航空ネットワークの各要素を強化していくことが重要であり、対日直接投資を推進する産業政策面からも有効である。また、企業のニーズを的確に把握し、空港所在地域の強みを活かした企業誘致も必要である。こうした国際アクセス性向上施策と企業誘致施策を両面から戦略的に取組むことにより、国際的な都市間交流が拡大し、国際航空ネットワークの安定的維持・拡充につながり、我が国の立地競争力の更なる強化に資するものと考えられる。