

日本の金融・資産運用特区に関する海外投資家に向けたプロモーション

2026年度以降の コミュニケーション戦略





- 1 エグゼクティブ・サマリー
- 2 現状分析と調査結果に基づく戦略の方向性
- 3 戦略の目標とターゲット
投資家セグメント
- 4 全体のナラティブと
金融・資産運用特区ごとの
打ち出し
- 5 プロモーション戦略の体系、
フェーズ構成、媒体戦略
- 6 対象市場ごとの戦略
- 7 タイムライン
- 8 成功要因とまとめ
- 9 参考資料



エグゼクティブ・サマリー

可能性、課題、推奨アプローチ

可能性

2026年は、金融・資産運用特区への海外直接投資を加速させる重要な局面

- 昨今の地政学的動向の中で、**アジアにおける安定した投資先へのニーズ**が拡大
- **確かなファンダメンタルズ**を有する日本の特区の優位性
- 規制改革・インセンティブ施策に裏付けられた**政府の強いコミットメント**

課題

資産運用会社は、交通の便・主要関係者との距離・人材獲得の容易さから、東京志向が強い傾向

- **特区の知名度の低さ**：海外資産運用会社の大多数が特区を知らない状況
- **東京中心の固定観念**：東京偏重の傾向が他の特区の成長可能性を見落とす原因に
- 参入**ハードル**として見なされる点：言語環境、人材確保、規制対応の複雑さ等

推奨アプローチ

金融庁（FSA）の主導により、米国、英国、および欧州を対象とした複数年にわたる統合型キャンペーンを展開。デジタル・コミュニケーション、メディア・リリース、イベントを組み合わせ、三つのフェーズを連動しながら実施することで、ターゲット層を「認知」から「エンゲージメント（具体的な行動）」へと体系的に導く

明確な役割分担

- **FSAの役割**：「特区」の知名度向上、他の国際金融都市との差別化ポイントの明確化、各特区の位置づけの最適化
- **各特区の役割**：ターゲット企業・人材の呼び込みに向け、独自性のある戦略的なマーケティング施策を実行

統一されたポジショニング戦略

- 各特区には**それぞれ異なる成長機会や強み**があり、選択の際は**事業上の判断と同時にライフスタイルの選択**にもなるため、特区間の「競争」にしない。このアプローチにより「東京対地方」という構造を避け、全体としてのまとまりのある価値提案（バリュー・プロポジション）を提示
- **簡潔な発信**：特区の呼称は都市名に統一し、都道府県名は含めない

三つのフェーズ

- **認知（Awareness）**：資産運用会社に対し、日本全体と特区における投資機会を発信・紹介
- **納得感（Conviction）**：実証データやステークホルダーの証言等を通じて、信用性を強化
- **エンゲージメント（Engagement）**：キーパーソンとの戦略的な関係構築により関心を引き出し、特区への誘致活動を推進



現状分析と調査結果に基づく戦略の方向性

プロモーション施策の好機

地政学的な動き

- **アジア戦略の再評価**：資産運用会社は、アジアの投資戦略を見直し
- **安定性を求める動き**：予見性の高い投資環境を求める動きが加速
- **政治・事業環境の安定性**：政治的安定と事業運営の安全性を求める動きが拡大

激化する都市間の競争

- **シンガポール**：ターゲット企業・人材向けの優遇策による、戦略的な誘致施策を推進
- **韓国**：誘致に向けた大掛かりな取り組みを強化
- **香港**：国際金融センター指数(GFCI)で、アジア太平洋地域トップの座を堅持

日本のポジション

- ✓ **強固なファンダメンタルズ**：安定性、安全性、質の高い生活水準
- ✓ **近年の規制改革**：行政手続きの英語対応、アウトソーシング規制の緩和等
- ! **対外発信力の課題**：強固なファンダメンタルズに比して、プロモーション能力が不足



定性調査で明らかになった主なポイント

日本に対する現状認識

- ✓ 成熟した市場、高度な技術力、安定性
- ! 言語の壁、参入経験が限定的、東京への一極集中

金融・資産運用特区の認知： 大きな課題

- **大阪**: 知名度はあるものの、「東京に対して二次的な位置づけ」との認識
- **札幌**: 金融センターとしての知名度は極めて低い
- **福岡**: ほぼ認知されていない

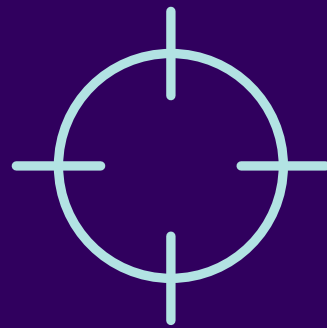
意思決定に関わる優先事項

- 成長機会とコスト競争力
- 人材確保の容易性 (ローカルとグローバル人材)
- パートナー企業へのアクセス
- 透明性の高い規制環境と拠点開設の容易さ
- 帯同家族の生活環境 (QOL) (特に配偶者の満足度が鍵)



意思決定に関わる優先事項の詳細

成長機会とコスト競争力	人材確保の容易性	パートナー企業へのアクセス	透明性の高い規制環境と拠点開設の容易さ	帯同家族の生活環境 (QOL)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ NISA (少額投資非課税制度) を起点とした個人投資の拡大がもたらす国内運用資産の飛躍的成長 ▪ 規制緩和に関する具体的情報の提供 – 資産運用会社は、法人税率・源泉徴収税・複数年インセンティブ等の税制優遇制度全体について、具体的で自らが理解しやすい情報提供を要望 ▪ 香港・シンガポールに対するコスト優位性: 他のアジアハブと比較して、オフィス賃料や人件費が抑えられ、優位性のある運営コストを実現 ▪ 資産運用会社にとってのビジネスチャンス: 企業年金改革・確定拠出年金の拡大、機関投資家マネーの再配分へのアクセス 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ トップ大学による、金融・数理分野の高度専門人材の安定的な排出 ▪ 高度専門人材向けのビザ手続きの簡素化により、日本人・外国人を問わず採用がしやすい環境 ▪ バイリンガル人材は増加しているものの依然として課題が残る – 企業は英語対応可能な専門人材の確保や、在日コンサル・投資銀行からの採用を重視 ▪ 外国からの赴任者定着支援: 採用パートナー、リロケーション支援、プロフェッショナルネットワークに関する情報が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 日本企業本社への直接的なアクセスは、信頼構築とビジネス獲得に不可欠 ▪ ゲートウェイとしての東京: 日本市場参入の信頼できる第一歩として広く認識 ▪ 関係性が重視される日本市場: 日本のビジネス文化理解と長期的パートナーシップ構築において、現地拠点の設置は必須 ▪ 充実したデジタル・インフラ: 先進的なデジタル都市として、日本市場特有の複雑な要件に対応できる技術基盤の完備が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 会社登記を含む全ての行政手続きが、英語のみで対応可能に ▪ アウトソーシング規制の緩和: ミドル・バックオフィス機能を海外の専門業者に委託可能に (従来は自社内での対応を義務付け) ▪ 「どの企業が既に進出しているのか？」: 資産運用会社は具体的な先事例と参考になる同業者情報を求めている – どのグローバル運用会社が拠点を開設したか、立ち上げはどう進んだのか、どのような課題があったのか等 ▪ ライセンス取得プロセスの合理化: 認識が確立された他の金融センターに匹敵する、明確な審査期間、手続きのフロー図提示、規制の透明性が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 世界最高水準の治安・インフラ環境: 日本は世界トップクラスの治安の良さで知られ、高度に発達した公共交通インフラを有する ▪ 最高水準の国際的な教育機会: 国際的に認定された質の高いインターナショナルスクールが多数存在し、世界トップクラスの教育を安定的に受けられる環境 ▪ 優れた医療制度: 充実した国民皆保険制度により、質の高い医療と専門医への迅速なアクセスを提供する世界最高水準の医療システム ▪ 高い生活水準と豊かな文化: 特区は、リーズナブルな住宅、豊かな文化と伝統、充実した赴任者へのサポート体制により、質の高いQOLを提供



戦略の目標とターゲット 投資家セグメント

目指す成果

1. 認知度と存在感の向上

- ターゲットとする資産運用会社に対する**認知度を最大化**
- シンガポールや他のアジア拠点に対する**安定した代替選択肢**として、日本を位置づけ
- 各特区**独自の強みを際立たせる**ことで差別化

2. 信用性から納得感へ

- 具体的なエビデンスに基づき、**懸念事項について積極的に説明**
- **規制の透明性**と政府のコミットメントを明示
- **ケーススタディの積み上げ**により、説得力のある裏付けを強化

3. エンゲージメント強化から具体的な動きへ

- 関心を持つ資産運用会社から、**具体化する可能性の高い問い合わせ**を確保
- 日本への視察や事業の可能性に関する**対話機会**を創出
- 特区による新規拠点設立支援の**機会拡大**

「アジア地域での事業拡大を計画する国際的な資産運用会社」に向けて、日本の金融・資産運用特区を「信頼性」「魅力」「実効性」を備えた戦略的選択肢として位置づけ。ビジネス機会創出と生活環境整備の両面から包括的に訴求。

ターゲット層

重点優先市場

▪ Tier 1:

- 米国
- 英国
- ドイツ



▪ Tier 2:

- スイス
- フランス
- オランダ



対象企業の属性

▪ 優先ターゲット:

- アジア進出を検討している中堅資産運用会社
- 専門分野に特化した資産運用会社（ESG、クオンツ、オルタナティブ投資など）
- 低コストでの市場参入を模索している新興資産運用会社

▪ 次点のターゲット:

- 大手のグローバル資産運用会社
- ファイテック・プラットフォーム、ファミリーオフィス

主な意思決定者

- CEO / マネジング・パートナー（戦略の妥当性・意義）
- COO / アジア地域責任者（オペレーション上の実現可能性）
- 人事責任者（人材確保）
- 法務責任者（規制の明確化）



全体のナラティブと 金融・資産運用特区ごとの ポジショニング

日本が提供する価値 (1/4)

基本コンセプト



不確実性の高まる今日、日本は国際的な資産運用会社が最も重視する「安定性」「透明性」「質の高さ」を備えています。日本の金融・資産運用特区は、アジア第2位の経済規模を誇る日本市場への参入を低コストで実現可能にするだけでなく、アジア域内の主要ビジネス拠点との連携や、優れた生活環境（QOL）も得られます。洗練されたビジネス環境やグローバルな接続性を損なうことなく、これらのすべてを手に入れることができます。

メッセージにおける重要項目



不確実な時代における安定性と信用性 —— 政治的安定性、規制および法的枠組みの透明性（一貫性・安定性）

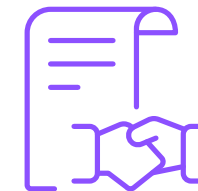


資産運用会社にとっての成長機会 —— 家計の金融投資が拡大を続けるアジア第2位の経済大国、高度なインフラを備えた「アジアへのゲートウェイ」として中国、韓国、台湾をはじめとするアジア主要都市への事業展開における拠点



コスト競争力と優れた生活環境（QOL） —— シンガポールより低い生活コスト、香港のような地政学的リスクのない安定したQOL、アジア全域への高い接続性、質の高い教育を受けた豊富な人材、世界水準のデジタルインフラ

日本が提供する価値 (2/4)



不確実な時代における安定性と信用性

- **民主的で予見可能性の高い安定した環境**：日本はG20諸国の中で「政治的安定性」と「長期的な政策の一貫性」で第1位に位置付けられ、FDI（外国直接投資）信頼度指数でもアジア第1位（世界第4位）。安定した政治体制、高度な行政執行能力、成熟した社会基盤によって、政権にかかわらず主要な経済・金融政策の一貫性を維持。
- **信頼性の高い投資家保護に優れた法体系**：日本は、強固な投資家保護の法律、独立した司法制度、そして予見可能性の高い紛争解決メカニズムを備えた、極めて信頼性の高い法的環境を実現。明確な倒産手続きが債権者の権利を保護する一方、国際基準に沿った対話型の規制運用が、企業の長期的な事業計画の策定を強力に支援。日本の安定した規制の枠組みと国際水準の法制度は、域内事業の安全な拠点を提供。
- **安定した社会**：日本は極めて低い失業率を維持し、世界トップレベルの治安の良さと犯罪率の低さを誇り、公共空間の清潔さと市民秩序の高さで知られています。この安定した社会環境が、安定的な事業運営、継続的な人材確保、そして赴任者とその家族に質の高い生活を実現。

日本が提供する価値 (3/4)



資産運用会社にとっての成長機会

- **過去最高水準の株式市場**： 2026年、日経平均株価は過去最高値を更新。これは高市政権による「スーパーマジョリティ（圧倒的多数）」の確保が原動力となっており、かつてない政治的安定と政権に成長への力強い信任（マンドート）があるとの受け止め。
- **政策推進を見据えた投資家の高い期待感**： 新政権による大胆な財政出動と積極的な経済対策への期待から、いわゆる「高市トレード」が市場を活性化。
- **世界的での経済的な位置づけ**： 日本は、米国、中国、ドイツ、インドに次ぐ世界第5位の経済規模を維持する見込み。これはグローバル・ステージにおける日本の重要性が継続することを裏付けるもので、アジアで唯一G7の一角を担う特別な存在。東アジアの中核ハブである金融・資産運用特区は、世界第2位の規模を誇る機関投資家資本プールと14兆~16兆ドルに達する国内資産ベースに直接的かつ低コストでアクセス可能。
- **成長に向けた戦略投資**： 経済の加速と国家安全保障の強化に向け、高市政権は人工知能（AI）、半導体、造船、量子技術を含む17の重点分野を特定。この重点戦略は、金融・資産運用特区における規制関連インセンティブによってさらに増幅され、新たな投資機会を創出。

日本が提供する価値 (4/4)



コスト競争力と優れた生活環境 (QOL)

- **圧倒的なコスト競争力と購買力**：東京のオフィス賃料はシンガポールより30～40%低く、地方拠点（大阪、福岡、札幌）では50～70%もの差に達する。資産運用のプロフェッショナルにとっての購買力は15～25%高く、高水準な住宅に住む費用が所得に占める割合は、シンガポールの35%以上に対し、日本ではわずか12～15%にとどまる。
- **優れた生活環境 (QOL)**：世界有数の安全な国として、日本は家族にとって特別な環境を提供。清潔な公共空間や豊かな文化行事に加え、26の世界遺産、ニセコのスキー、別府の温泉、大阪のグルメ、しまなみ海道のサイクリング、沖縄のマリンスポーツなど、安全・文化・アクティビティが融合した上質な四季の暮らしを実現。優れた食品安全基準（世界食料安全保障指数で世界6位）と豊かな食文化の多様性により、独自の生活品質を提供。地元で入手できる新鮮な旬の食材から、東京が誇る世界最多のミシュラン星付きレストランまで、日常的な食の豊かさから世界最高峰のダイニング体験まで、幅広い食体験を提供。
- **質の高い教育環境**：高い安全性により、子どもたちは幼い頃から自立心を育むことが可能。小学生が日常的に一人で通学する光景は、他のアジアの金融センターでは見られない、責任感と自信を育む独自の環境。海外から来ている家族は、インターナショナル・バカロレア、アメリカ式、イギリス式カリキュラムを提供する英語の教育機関を通じて、国際的に認知・認定された教育へのアクセスが可能。

4つの金融・資産運用特区の概要

ービジネス機会とライフスタイルの選択肢ー

日本の「金融・資産運用特区」は、様々なビジネス機会とライフスタイルの選択肢を提供しています。東京や大阪はトップクラス的世界的な大都市として海外でも広く知られているが、福岡や札幌は、よりコンパクトで洗練された都市です。これらの都市では、外資系資産運用会社が独自の存在感を発揮しやすく、従業員もまた、質の高い生活を送ることができます。

東京



東京は、日本を代表する金融・文化の中心地であり、国内最大規模の外資系企業およびグローバル企業が集積し、莫大な富の中心地としての役割を担っています。世界の主要金融機関のほぼすべてが東京に拠点を置く一方、海外資産運用会社にも大きな参入余地が残されています。東京は、他の国際金融ハブより低い生活コストと賃料で、充実したインフラと優れた居住環境を実現する、優れた価値を提供します。

大阪



日本で2番目に大きい都市の大阪は、東京に匹敵する洗練さを持ちながら、**相対的に低い生活コスト**を実現しています。多くの大学が集積していることから、**専門人材の供給が豊富（ハブ）**で、充実した交通インフラによって東京や国内の他の主要商業都市へのアクセスも抜群です。**富裕層人口も多く**、東京に比して**競合他社が少ない環境**は、資産運用会社に魅力的なビジネスチャンスを提供します。

福岡



飛行機でソウルまでわずか1時間半、台北も2時間半という近さにある福岡は、自然と**アジア各国へのゲートウェイ（玄関口）**に位置づけられます。また、急成長を遂げる**テクノロジーの拠点**であり、**ベンチャーキャピタルを惹きつける魅力的な都市**でもある。報酬水準は東京や大阪に比べて低いものの、生活コストが大幅に抑えられるため、実質的な可処分所得は相対的に多い可能性あり。これは**従業員にとって非常に魅力的な環境**であると同時に、資産運用会社にも**魅力的なビジネスチャンス**を提供。

札幌



日本の「アспен（米国）」や「サンモリッツ（欧州）」とも称される札幌は、**冬の季節に最も輝く場所**。福岡と同様に、給与水準は東京や大阪に比べて低いものの、**生活コストも同様に抑えられている**。「**サステナビリティ（持続可能性）の拠点**」としても知られる札幌は、東京や大阪のような大都市のライフスタイルとは**明確に異なる価値**を提供。特区のインセンティブに支えられ、GXとAI分野の有力な投資先となりつつあります。

東京: 確率されたグローバル金融都市

ポジショニング・ステートメント「東京は、実績に裏打ちされた確かな選択肢です。日本の揺るぎない金融の中心地として、確立されたインフラ、豊富な人材プール、そしてグローバルな資産運用会社が認識する、信頼性の高い成熟したエコシステムを備えています。」

主要メッセージ

- ニューヨークやロンドンに匹敵する、揺るぎない日本の金融ハブ
- 実績あるインフラを備えた、成熟した資産運用エコシステム
- 日本人および外国人材の双方において、最も容易な採用環境
- 確立されたネットワークの優位性とディールフロー（案件数）
- 日本最大の外資系・グローバル企業集積地
- 高度な技術力と洗練されたオペレーション能力
- 日本企業の本社や意思決定者へのダイレクトなアクセス

ターゲットとなる企業層： 確立されたプレゼンスと最大限のネットワーク形成を求める、大手グローバル資産運用会社（運用資産残高1,000億ドル以上）。コストの最適化よりも、ネットワーク効果を優先する企業。



大阪：日本のビジネスの原動力

ポジショニング・ステートメント「大阪は、洗練された日本第2の都市であり、地方拠点ならではのアクセスの良さ、そしてコスト面での優位性を全て兼ね備えています。」

主要メッセージ

- 世界的な知名度を誇る、日本第2の都市
- 確立された金融エコシステムを備えた、重要な商業の中心地
- 大学からの優れた人材供給と豊富な専門人材
- 優れたアクセス（関西国際空港、新幹線）
- 東京に匹敵する洗練を、より低いコストで実現
- 活気ある文化と優れた生活の質（QOL）

ターゲットとなる企業層： 確立されたインフラと都市としての洗練さを求める、中堅から大手の資産運用会社。



福岡：アジアへのゲートウェイ

ポジショニング・ステートメント「福岡は日本の未来の姿を映し出しています。若さと活気に満ち、日本とアジアを結ぶ戦略的なゲートウェイ（玄関口）として機能しています。」

主要メッセージ

- 起業家精神（アントレプレナーシップ）に溢れる、日本で最も若い大型都市
- 地理的なアジアへのゲートウェイ：アクセスの良さから、すでに多くのアジア企業が進出
- 活発なスタートアップとイノベーションのエコシステム
- 優れた生活環境（QOL）（「世界で最も住みやすい都市」ランキング上位）
- 高品質なインフラを備えながら、コストの低い環境を実現
- ワークライフバランスに最適な、コンパクトで利便性の高い都市

ターゲットとなる企業層：差別化されたポジショニングを求める、新興資産運用会社、フィンテック・プラットフォーム、ESG特化型企业。



札幌: クオリティ、イノベーション、独自の価値

ポジショニング・ステートメント「札幌には、他にはない独自の価値、優れた生活環境、そして先駆者として市場をリードできる機会があります。」

主要メッセージ

- 北海道の中心都市
- グリーントランスフォーメーション（GX）を牽引する、テクノロジーとイノベーションの拠点
- AI推進への積極的な取り組み
- 質の高い教育を受けた人材（北海道大学等）
- 四季折々の豊かな自然とアウトドアが楽しめる、高い質の生活水準（QOL）
- 東京や大阪より大幅にコストの低い環境
- ウィンタースポーツや夏の自然環境が、外国人材の誘致を強力に後押し

ターゲットとなる企業層： 専門特化型の資産運用会社、ファミリーオフィス、および生活の質や従業員の定着率（リテンション）を重視する企業。





プロモーション戦略の体系、 フェーズ構成、媒体戦略

施策の構成



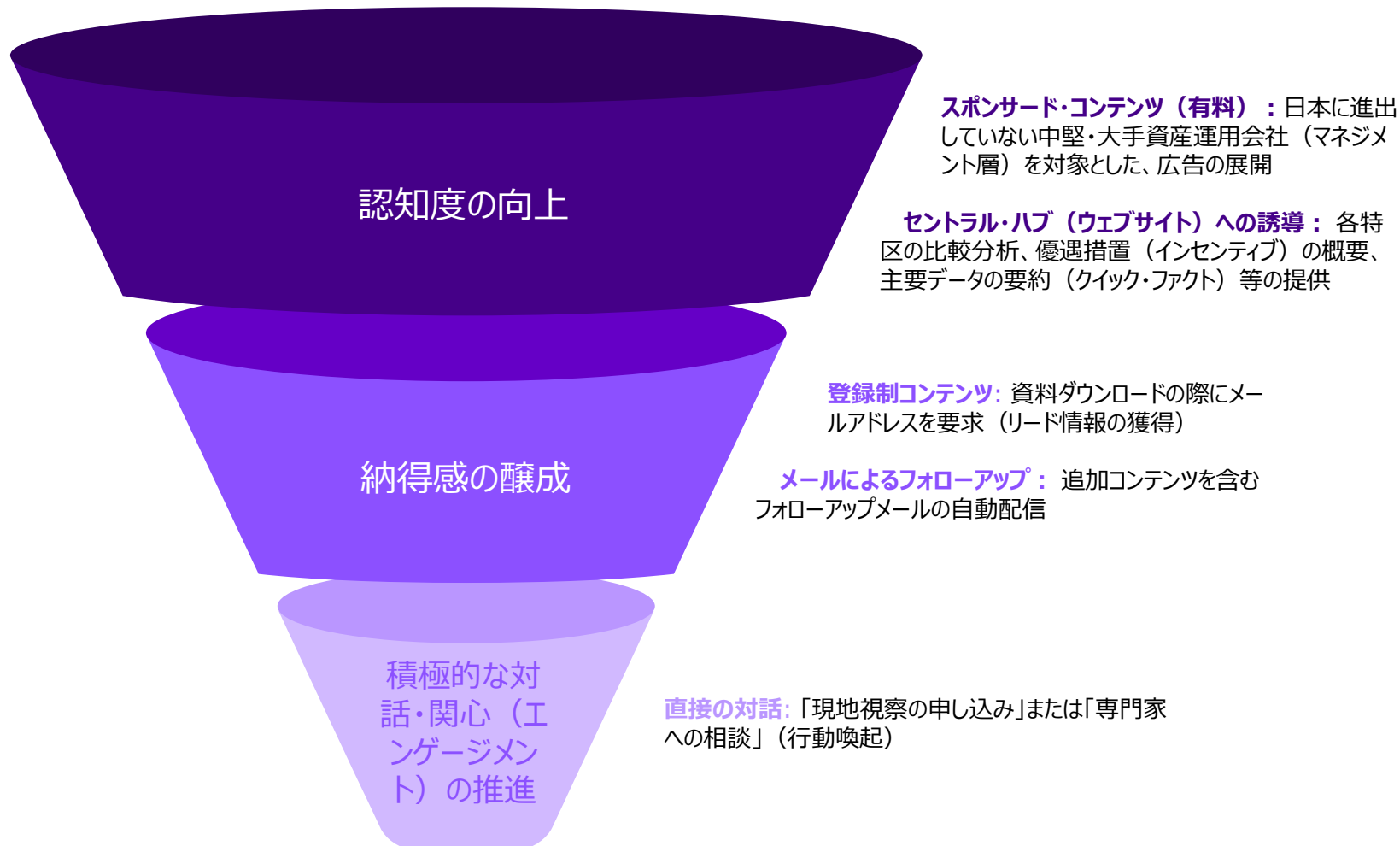
金融庁（FSA）： 全体のコーディネーターおよび統括・調整機能としての役割

調査から得られた示唆と弊社の提言：

- **調整（コーディネーション）** - 成功している国（および地域）は、政府が強力に後押し（セントラル・プッシュ） → **FSAの主な役割**
- **簡潔さ（シンプリシティ）** - 成功しているキャンペーンは、魅力の全体像を（国や都市で分けずに）シームレスに提示、要点を端的に発信 → **FSAのデジタルハブ（ウェブサイト）とメッセージング**
- **役割分担（レスポンシビリティ）** - 投資家は、政策担当とともに、（進出候補先の）意思決定者との直接対話を求める。 → **関心を高めるためにFSAが担う重要な役割**

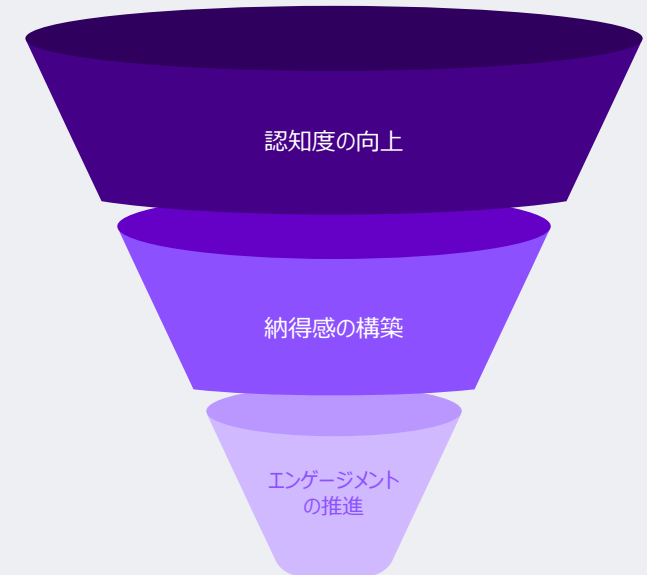


資産運用会社の検討プロセス全体をカバーする、 3段階の戦略的ファネル・アプローチ

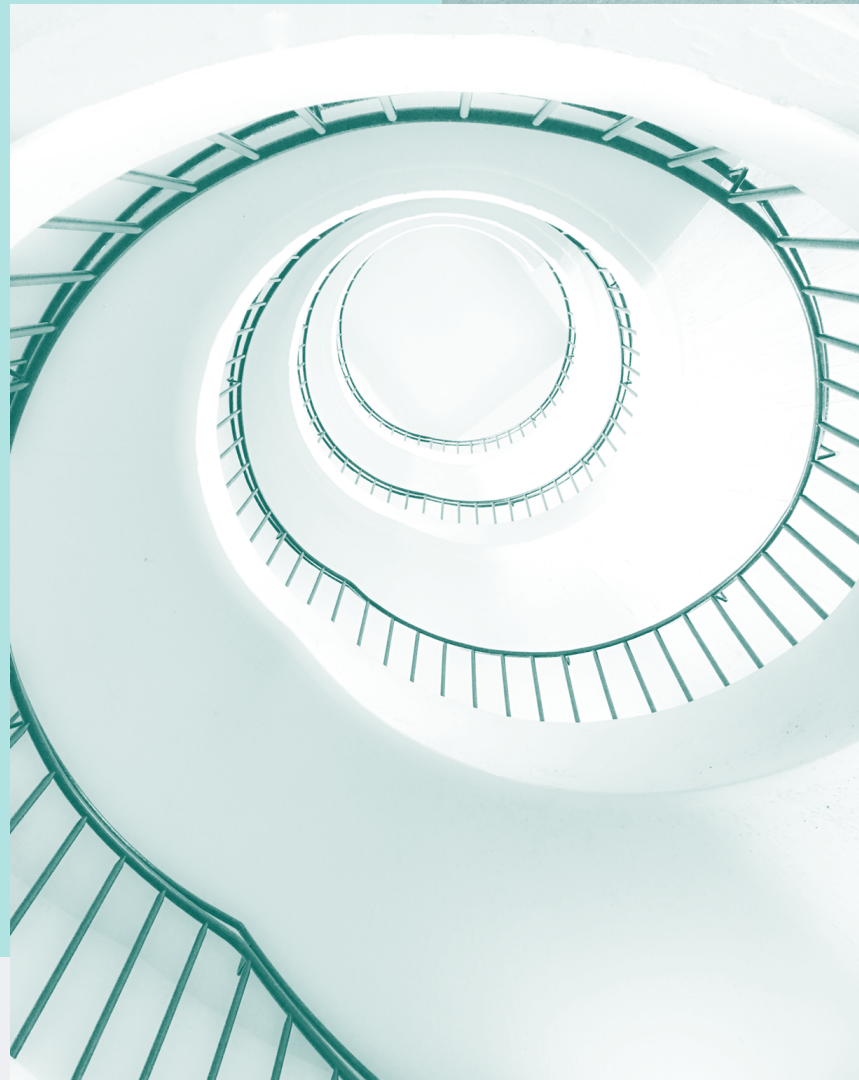


エンゲージメント・ファネルは当初から立ち上げ、プロモーションの進捗とともに段階的に強化

フェーズ	フォーカス	重点施策	KPIs
認知	市場における認知度	注目度向上に向けた施策: <ul style="list-style-type: none"> ウェブサイトおよびSNS公式チャネルの開設 動画コンテンツを主軸とした、認知拡大のための有料広告キャンペーン 	<ul style="list-style-type: none"> 有料広告による資産運用会社へのリーチ数 セントラル・ハブのトラフィック数 獲得メディア(アードメディア)による露出・到達数
納得感の醸成	信頼と検証	具体的な情報の提供: <ul style="list-style-type: none"> 成功事例(ケーススタディ)の詳解 進出企業CEOによる証言(testimonial)の発信 専門家によるウェビナーの実施 	<ul style="list-style-type: none"> リード獲得率 ウェビナー参加者数 コンテンツ・ダウンロード数
エンゲージメント	具体的な動きから開設へ	有望先への直接的アプローチと、進出に向けた関係構築: <ul style="list-style-type: none"> 実務的なガイドによる専門情報の提供 現地視察の実施 専任コンシェルジュによる個別伴走型支援(1対1のサポート) 	<ul style="list-style-type: none"> 個別面談の設定数 現地視察の確定数 進出申請の提出数



フェーズ構成



フェーズ I (1/2) 日本の価値提案を再構築



アードメディア戦略

- ターゲット： FT（フィナンシャル・タイムズ）、WSJ（ウォール・ストリート・ジャーナル）、ブルームバーグ、ロイター、および業界専門誌
- メディア・ブリーフィングの実施： ニューヨーク、ロンドン、フランクフルト、東京
- 寄稿記事（オピニオン・エディトリアル）および独占インタビューの展開

金融・資産運用特区の情報集約サイト

- デジタルハブ（情報を集約して提供するウェブサイト）の構築
- 規制関連情報、特区比較ツール、優遇措置（インセンティブ）シミュレーターの提供等
- 検索エンジン最適化（SEO）によるサイト流入の最大化

LinkedInおよび主要SNSにおけるターゲティング広告の展開

- 意思決定層への高精度なターゲティング
- ウェブサイトへの誘導を目的とした、認知拡大コンテンツの配信
- リーチ（到達数）の大幅な拡大

ソートリーダーシップ・プラットフォームの構築

- 主要な業界カンファレンスにおける登壇機会の確保
- 有カメディアへの署名記事（バイライン・アーティクル）の寄稿
- FSAの幹部および各特区代表者を、権威ある発信者（オーソリティ）として位置づけ

アードメディア：報道機関やSNSユーザーなど第三者が自らの意思で発信する、信頼性の高い情報。

ソートリーダーシップ：特定分野で独自の洞察やアイデアを発信し、業界や市場における意見形成をリードする影響力

目標：対象となる資産運用会社へ幅広く働きかけ、日本の金融・資産運用特区をアジアでの優先拠点設置候補先として確立

フェーズ I (2/2) 多様なコンテンツ展開で金融・資産運用特区を紹介し、資産運用会社への認知拡大



認知度の向上

資産運用会社スポットライト

ビデオインタビュー・シリーズ

- 特区進出企業のCEOへの3分間インタビュー
- 形式：プロフェッショナルなドキュメンタリー形式
- テーマ：「なぜ大阪を選んだのか」「福岡がいかにアジア展開を加速させたか」「なぜ札幌が我々にとって理想的なのか」等
- 配信チャネル：LinkedIn、およびデジタルハブへの埋め込み

金融・資産運用特区解説

ウェビナーシリーズ

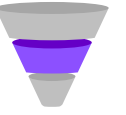
- 定期開催（例：3ヶ月ごと）による30～60分のセッション：回ごとにテーマを切り替えて実施
 - 規制の枠組み
 - 税制優遇措置の詳細
 - 人材獲得戦略
 - 外国人駐在員家族のQOL
- FSAの担当者および進出済み企業によるライブQ&Aの実施
- 他のチャネルでの情報発信に活用可能な、二次的コンテンツの創出

金融インサイダー・ボイス

マルチプラットフォーム・マイクロインフルエンサー

- LinkedIn、Substack、YouTubeで活動する5～7名の金融業界マイクロインフルエンサーと連携
- 元資産運用会社社員、金融ジャーナリスト、ファンドマネージャーによる信頼性の高いコンテンツの発信
- 多角的なリーチ：LinkedInでの投稿、ニュースレターでの深掘り解説、YouTubeでの解説動画
- 「マイクロ」インフルエンサー高いエンゲージメントと費用対効果を実現
- パフォーマンスの高いコンテンツを、有料広告（ペイド・ブースト）でさらに拡散

フェーズ II (1/2) 意思決定をするための納得感醸成



重要な業界イベントへの参加

- 主要カンファレンスへの登壇や参加： SuperReturn、FundForum、Morningstar、IC、ALFI、SALTなど
- 招待制のボードルーム説明会開催： 15～20名程度の少人数セッション
- FSAおよび特区担当者との直接対話促進

CEOアンバサダー・サークル：コンテンツシリーズ

- 日本進出済み企業の経営層（エグゼクティブ）によるビデオインタビュー
- Q&A形式のインタビュー記事（略歴紹介）の掲載
- 同業者の声（ピア・バリデーション）と、実体験に基づく説得力ある情報発信

ウェビナーシリーズの開催

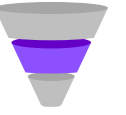
- 定期開催（ローテーション形式）による30分程度のバーチャル説明会
- テーマ： 規制の簡素化（ファストトラック）、人材確保、コスト構造、優遇措置（インセンティブ）、QOL等

拡充したLinkedInキャンペーンの展開

- 関心が高く見込みの高い層（エンゲージド・プロスペクト）に改めて焦点を当てた広告
- 実務ガイド（ハウツー・コンテンツ）および具体的な進出メリット（ブルーフ・ポイント）の提示

目標：ターゲット層の数パーセント（1～5%程度）を、具体性ある対話（サブスタントティブ・インタラクション）へ

フェーズII (2/2) 包括的な情報提供で納得感を高める



納得感の 醸成

ROI計算ツール

双方向型ツール

- 東京・大阪・福岡・札幌とシンガポールやドバイのコスト比較ができるウェブ上のツール
- 入力項目：チーム規模、オフィス面積、給与水準等
- 出力内容：5年間のコスト予測とその詳細等
- 提供方法：デジタルハブに埋め込み、LinkedIn（有料）などで概要を拡散

バーチャルな現地視察

ビデオシリーズ

- 特区内のオフィス、インターナショナルスクール、住宅エリアなどを360°で体験できるビデオツアーを提供
- 視聴後にダウンロード可能な「リロケーションガイド」を提供
- 提供方法：デジタルハブ上にナレーション付きで公開し、ガイドの概要をSNS等で拡散することでデジタルハブへ誘導

実態を伝える日本ガイド

Reddit Ask Me Anything(AMA)シリーズ

- FSAや特区に進出した主要企業が、資産運用系などRedditのサブコンテンツの中で定期的に90分のAMA（Q&A）を実施
- AMA準備：主要トピックが網羅されるよう5～10件の質問を事前投稿
- AMA開催時：Q&Aをリアルタイムで収集し、支持が多いものを優先
- AMAフォローアップ：上位20件のQ&Aを「インサイトレポート」（8～10ページのPDF、ハブでゲート化）に編集
- 提供方法：Redditで改めて配信し、LinkedIn/X/メールでも展開。デジタルハブ向けには内容を再編集

フェーズIII (1/2) 障壁を取り除き、進出を促進



ファストトラック（手続き迅速化） 設立パッケージ

- 規制関連チェックリスト、税制手続きガイド、ビザ取得ガイド等
- 不動産情報の早わかり情報、ライフスタイルガイド等
- ダウンロード可能なコンテンツとアドバイザーによるサポート

1週間程度の現地体験ツアー （招待制のイマージョンウィーク）

- 特区主催の、数日間の参加費補助付の現地視察
- 特区からの規制に関する説明会、現地人材とのミーティング、業界交流ディナーの開催等
- 特区によるオフィス見学、住環境、学校の視察等

対話型のネクストステップ・ナビゲーター（検討を促すツール）

- 企業タイプ、運用資産規模（AUM）、優先事項に応じたガイド付き設立手順を提示
- 各ユーザーに最適化された推奨事項・活用項目を提供
- コンシェルジュサポート（進出検討に寄り添う専任窓口）に簡単に接続できる仕組み

ワンストップ・コンシェルジュコリドー （進出支援の総合相談窓口）

- 専任リレーションシップマネージャー（進出支援担当者）の配置
- 単一窓口による対応
- 承認迅速化の手続き支援
- 24時間以内の対応

目標：フェーズIIの層のシングルディジット（一桁%台）を、具体的な進出検討段階へ進展

フェーズIII (2/2) ターゲット層に具体的な行動を促すアクティベーション施策



エンゲージメント の強化

1:1エキスパート・オフィスアワー

(バーチャル・コンシェルジュ・ミーティング)

- FSAや特区のコーディネーターによる30分程度の無料コンサルテーション
- 予約フロー：「予約無料」→ 簡易アンケートへの回答（ターゲット層判定用）が条件
 - ターゲット層：カレンダーへのアクセス+ミーティング前のアンケート
 - 非ターゲット層：ダウンロードセンターへの誘導
- 個別のニーズに合わせた規制手続き、インセンティブ、タイムライン、現地パートナーなどに関する相談+次のアクション（例：現地視察）に向けたフォローアップ
- コストは、担当者に関わる費用のみ

CEOアンバサダー・サークル

(ネットワーキング・イベント・シリーズ)

- 特区主催の対面またはバーチャル・ライブイベントを開催
- 既に進出している資産運用会社とのネットワーク形成
- 四半期ごとのラウンドテーブル
- キャンペーンで継続的に活用できるテストモニアル（推薦コメント）のコンテンツ作成

媒体战略



キャンペーンの基盤となるデジタルアセットとコンテンツ

金融・資産運用特区専用 ウェブサイト

- すべての情報と広報活動全般のためのデジタルハブ
- 特区比較ツール、規制関連情報、オピニオンリーダーによる発信等
- インタラクティブ（対話型）の計算ツールや次のステップを案内するナビゲーターを提供
- 検索エンジンへの最適化（SEO対応）
- 各特区ウェブサイトへのリンク設置

SNS（リンクトインを中心に）

- ビジネス層向けの主要プラットフォーム
- 週1回程度の投稿：リーダーシップ論、ニュース、教育コンテンツなど
- 重要コンテンツの有料拡散

Eメール・マーケティング

- 全フォロワー向けの月次ニュースレター
- エンゲージメントレベル（関心レベル）に応じて育成（ナーチャー）する段階的アプローチ
- イベントへの招待や発表内容の優先配信
- 関心に合わせた内容発信とセグメント分け

コンテンツカレンダー

- 各チャンネルでの定期的な発信スケジュール
- プレスリリース、記事、動画、インフォグラフィック、ケーススタディなど多様なコンテンツを発信
- キャンペーンフェーズに合わせた連携

戦略：自らが運営する媒体の活用で、ストーリー形成の主導権と安定した発信基盤を確保

デジタル — 金融・資産運用特区認知向上に向けたプロセス

1

精緻なターゲット設定とエンゲージメント向上のためのオーディエンス定義

- 調査済の内容に基づき、ペルソナやターゲット基準を策定
- ターゲット市場ごとの進出メリットや規制に合わせて調整

2

幅広い媒体を活用したターゲット層への発信強化

- 中核となるデジタルハブの構築
- リンクトインなど各プラットフォームで自然なプレゼンスの向上を目指す
- 有料広告の活用
- インフルエンサーとの連携

3

ファネル型アプローチで対象層を育成

- 認知からエンゲージメントまで段階的に導くコンテンツ展開
- 継続的に対象層を見直すことによる訴求したい層の再活性化
- メールによるナーチャー（育成）キャンペーンの実施

4

デジタルハブを活用した具体的な動き（コンバージョン）推進と最適化

- デジタルハブを潜在的な投資家情報入手の基盤として活用し、その後のエンゲージメント強化へと展開
- キャンペーン全体を通じて最適化を継続

デジタル — 情報の一元化を担う中核デジタルハブの構築

すべての主要コンテンツを集約

- 金融・資産運用特区を可視化するフィルター機能付きのインタラクティブマップ（対話型地図）
- 規制に関する情報、各種進出メリット、事例紹介
- 設立ガイドライン、よくある質問（FAQ）、ベンチマーク
- ROI（投資収益率）計算ツールやQOLに関する情報
- 「進出に向けた第一歩」ガイド

重要な技術的役割の遂行

- SEOとAI（ChatGPT、Perplexity等）の最適化による自然流入の強化
- 登録制コンテンツによる潜在的な投資家情報の入手
- 対話型CTA-Call To Action（現地訪問、専門家相談など）



参考例

デジタル — 統一ブランドとグローバルな複数チャンネル戦略による積極的な展開

グローバルブランドの要素

- **統一**：「日本の特区：グローバルな資本がアジアの未来と交わる場所」
- **デザインコンセプト**：モダンで洗練された、データに裏付けられた表現に日本文化に適した味付け（ミニマリズム、緻密さ、イノベーション）
- **統一ブランド名**：仮称「FSA Special Zones Japan」
- **トーン設定**：根拠ある前向きさ—確かな情報に裏付けられ、未来志向でプロフェッショナル、かつ心を動かす表現

デジタルチャンネル戦略

- すべての特区を対象に、各プラットフォームごとに統一アカウントで全ての対象層に情報発信
 - **主なチャンネル（早期に開始）**：オーガニックソーシャル（LinkedIn：メイン、X/YouTube：サブ）、有料広告（LinkedIn Ads、Google Ads、Reddit Ads）
 - **拡張チャンネル（準備が整い次第追加）**：オーガニックソーシャル（Instagram、TikTok、Reddit AMA）、有料広告（Meta Ads、ネイティブ広告（FT/WSJ/Bloomberg））

The image shows two social media posts from FSA Special Zones Japan. The top post features images of Tokyo and Fukuoka with the headline "Same Opportunity. 40% Lower Costs." and lists benefits like 30% lower office costs and direct flights. The bottom post is a carousel titled "Why Global Asset Managers Are Choosing Japan's Special Zones" with a "Cost Comparison" bar chart and a "Calculate Your Savings" button.

参考例

デジタル — 「意思決定者ターゲティング」を活用し、対象層がオンラインで時間を過ごす場所に展開

米国市場向けの広告戦略に「意思決定者ターゲティング」を組み込むことで、効果を最大化するとともに有意義なエンゲージメントを実現する選択肢

(意思決定者ターゲティングの特徴)

対象層に合わせた（カスタム化）データを活用し、主要な対象層（例：特定企業のCEO）やそのネットワークに直接メッセージを届けることが可能

- トラッキング技術により、FSAは適切な場所で適切な相手への発信が可能
- 職種・企業・地域に基づいた高度かつ信頼性の高い対象層データを作成
- リンクトインなどのプレミアムチャンネルと比べ、よりコスト効率の高い広告出稿が可能となり、幅広い層に発信可能
- シカゴ、マイアミ、ニューヨークなど人口密集地域で、進出に向けた動きをする可能性の高い層に広告を最適配信

高度なターゲティング手法により、FSAのメッセージは**複数の重要なチャンネル**を通じて展開され、サラウンド効果によってより大きな影響力を与えることが可能

- ネイティブ広告媒体（WSJ、Bloomberg等）
- 対象都市でのローカルメディア出稿
- コネクテッドTV
- ソーシャルメディアチャンネル（Facebook、Instagram等）
- ポッドキャスト

デジタル — 意思決定者ターゲティングの仕組み

ステップ 1



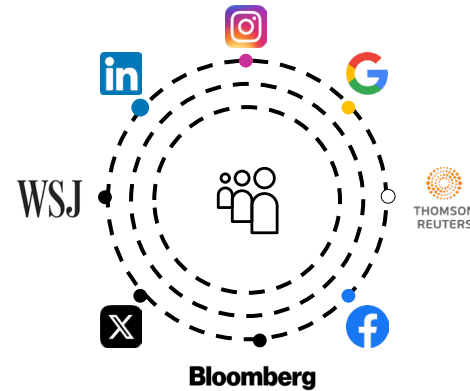
対象層の特定（例：資産運用会社、ファミリーオフィス、フィンテックプラットフォーム、地域など）

ステップ 2



デジタルハブへの誘導を目的とした広告を作成

ステップ 3



主なステークホルダーとそのネットワークがオンライン上で情報を得ている場所（SNS、Webメディア等）をターゲティング
※特定のWebサイトへの直接広告出稿ではなく、ソーシャルメディアや各種ウェブサイト等、情報が消費される場所へのアプローチ

ステップ 4



対象層とその周辺関係者をデジタルハブへ誘導し、特区についてより深く評価・検討するよう誘導

デジタル — 自然流入によるオンラインプレゼンス向上をターゲティング広告で強化

広告予算配分案：グローバルな統一性 + 対象地域ごとの柔軟性

グローバル施策 - 有料広告予算の30~40% (全市場共通で展開)

- **LinkedIn広告 (20~25%、主要チャンネル)**
 - ターゲティング：肩書（ポートフォリオマネージャー、マネージングディレクター、アジア統括責任者、CIOなど）、企業規模（従業員100~10,000人）、日本オフィスを持つ企業は対象外
 - 広告フォーマット：動画 + 画像、スポンサードInMail
 - クリエイティブ例：ケーススタディの簡略版→デジタルハブへ誘導
- **Google検索広告 (10~15%)**
 - キーワード例：「asset management Asia expansion (アジア進出 資産運用)」「Japan financial hub (日本 金融ハブ)」「alternative to Singapore (シンガポールの代替)」
 - ディスプレイリマーケティング：訪問者を特区ごとのコンテンツで再ターゲティング

対象地域別施策 - 有料広告予算の60~70% (市場ごとに個別最適化)

地域ごとのカスタマイズは規制やメディア消費特性を考慮

米国：より多様なチャンネル選択、プライバシー規制が緩く、ポッドキャスト文化が強い

英国：GDPR準拠、フィナンシャル・タイムズ一強、Meta広告は限定的

ドイツ：Handelsblatt/Börsen-Zeitung重視、データプライバシー規制が厳格

米国 (35%)

- LinkedIn広告
- ネイティブ広告 (WSJ、Bloomberg)
- Reddit広告 (r/finance)
- ファイナンスポッドキャスト
- Meta広告 (Instagram)

XおよびYouTube広告、Substackスポンサーシップ

英国 (15%)

- LinkedIn広告
- ネイティブ広告 (FT)
- Google広告 (GDPR準拠)
- ファイナンスポッドキャスト
- Meta/Instagram広告なし (規制のため)

ドイツ (10%)

- LinkedIn広告
- ネイティブ広告 (Handelsblatt、Börsen-Zeitung)
- Google広告 (GDPR準拠)
- Meta/Instagram広告なし (より厳しいプライバシー規制)

例：Graham StephanのYouTubeチャンネル、Matt LevineのMoney Stuffなど

紙媒体とオンラインメディア — 各フェーズで特定メディアからの発信を推進

Tier 1: グローバル金融主要メディア

- ファイナンシャルタイムズ、ウォールストリートジャーナル、ブルームバーグ、ロイター通信
- 主なフォーカス：重要発表、オピニオンリーダーシップ

Tier 2: 資産運用業界専門メディア

- Institutional Investor、Ignites、P&I、Asian Investor、PE International、Funds Europe、Investment Week、Financial News & Private Equity News
- 主なフォーカス：業界インサイト、規制アップデート、企業発表

Tier 3: 地域ビジネスメディア

- 米国：Barron's、Crain's、American Banker
- 英国：City AM、Financial News、Business Insider UK、The London Standard
- ドイツ：Handelsblatt、Börsen-Zeitung
- 主なフォーカス：地域視点、地元企業のストーリー

Tier 4: 東京の海外メディア

- ファイナンシャルタイムズ、ウォールストリートジャーナル、ブルームバーグ、ロイター通信の東京支局
- 主なフォーカス：現地取材、Japan Weeksの報道

戦略: 4半期ごとのブリーフィング | 独占記事 | オピニオン記事 | 経営層インタビュー | 即時性の求められる情報

イベント — 金融・資産運用特区を訴求する主要カンファレンスの活用



米国

- **Morningstar Investment Conference (6月17-18日・シカゴ)**
米国最大規模の資産運用会社や専門ファームのプロフェッショナルが一堂に会するイベント
- **Wealth Management EDGE (6月9-11日・ボカラトン、フロリダ)**
投資運用会社、ETF発行体、資産運用の意思決定層が集結するカンファレンス。Cレベル幹部の参加比率が高い。
- **ICI Investment Management Conference (3月22-25日・パームデザート、カリフォルニア)**
資産運用会社向けのカンファレンス。トップ投資会社の幹部が参加。ICIによる特区支援があれば、登壇機会の確保も期待。
- **Financial Times Future of Asset Management North America (ボストン)**
40カ国・450社から800名が参加する資産運用特化型カンファレンス。世界有数の資産運用会社、プラットフォーム、年金基金、保険会社、規制当局の幹部が集う。

英国・欧州



- **Super Return (6月8-12日・ベルリン、ドイツ)**
欧州最大級のプライベートキャピタルカンファレンス。80カ国以上・6,000人超の意思決定層が参加。
- **IMPower FundForum (6月22-24日・モナコ、モンテカルロ)**
500名以上の資産・ウェルスマネージャーが参加する、ファンドセクターやアロケーター向けのハイプロファイルイベント。
- **UK Private Capital Summit (9月9-10日・ロンドン)**
旧BVCAサミット。英国・欧州のプライベートキャピタル運用会社、機関投資家、年金基金、ファミリーオフィス等が集結。約1,000名のシニア層が参加。
- **EFAMA Investment Management Forum (11月19-20日・ブリュッセル、ベルギー)**
欧州資産運用業界の小規模ながら歴史ある会合。今年で32回目。

戦略：現地参加、メディアを通じた発信、スポンサーシップ提供を通じて認知と理解を拡大



対象市場ごとの戦略



市場戦略：米国でのエンゲージメント

市場の特徴

- 米国の資産運用会社は、厳しく規制と成長重視の環境下で、新興国市場やリテール・セミクイッド型商品に高い関心
- 投資家やLP（リミテッド・パートナー）の参加が意思決定に大きく影響し、マーケティングや業界インフルエンサー／同業者の声を重視
- データに基づいたストーリーを強調する記事と広告を合わせたメディア戦略が、競争の激しい市場で注目を集める上で最も効果的
- 公開・非公開両市場の境界が曖昧になる中、プライベートクレジット、セカンダリー、インフラエクイティ・デットなど、ニッチな戦略が支持されやすい

主要媒体と戦略

ビジネスメディア：Bloomberg、CNBC、Fox Business、Reuters、The Wall Street Journal

→ 資産運用や金融サービス専門家向けに、特区への関心を高めるトップレベルの背景説明を提供。日本の投資家によるアクティブ・パッシブ戦略のインサイトも発信。

業界専門メディア：FundFire、Ignites、Institutional Investor、Pensions & Investments、Private Equity International、WSJ Pro

→ 日本の市場動向や規制優位性に関する専門的な解説やデータを提供。特区で成功した企業のケーススタディも活用。

業界カンファレンス：ICI Investment Management Conference、DealCatalyst's US Direct Lending Conference、Milken Global、Wealth Management EDGE、FT Live's Future of Asset Management North America、P&I Convergence、Schwab Impact

→ 日本を投資先として訴求する登壇・スポンサー機会を確保。イベントの合間に業界メディアとの交流も推進。

業界団体：American Investment Council、Managed Funds Association、ILPA

→ 主要団体と連携し、旗艦イベントや専門イベントで日本の魅力を発信。

デジタルチャネル：英語版LinkedInプロフィール、ポッドキャスト出演、独自ウェビナー

→ ターゲット層に対する進捗アップデートや日本に関するストーリー、リーダーシップ発信をマイクロターゲティング（対象を絞った）で展開。

クイックウィン（直ぐに実行できる戦略）

- P&I誌「Largest Money Managers」特集（2026年6月号）でのコメント掲載を確保
- FT「Future of Asset Management North America」およびP&I Convergence（2026年10月）でのパネル登壇を調整
- WSJのポッドキャスト「Take On the Week」に出演し、日本への投資の意義を強調
- Bloombergの「Odd Lots」ポッドキャストで日本の地域の魅力をグローバルなクレジットファーム向けに発信

成功への鍵

- データに裏付けされた信頼性の高いメッセージと、特区をグリーンフィールド（発展可能性の高い領域）として位置づけるケーススタディを活用。海外の資産運用会社が日本の流動性や新たな投資機会（特にキャピタルゲイン税制の改善）を享受できることを訴求
- 米国でのイベントや出張時には、スポークスパーソンを効果的に活用し、メディア露出や発信機会を最大化



市場戦略：英国でのエンゲージメント

市場の特徴

- 英国の資産運用会社は、非常に競争が激しくビジネス志向が強い。関係性を重視するが、時間効率と成果重視の傾向も
- 意思決定は、最高水準の国際的なメディア、成果重視のマーケティング、業界インサイダーや同業者の影響を強く受ける
- 効果的なプロモーションには、的を絞ったデータに裏打ちされるストーリー展開が不可欠であり、合理的な根拠を迅速に示すことが重要

主要媒体と戦略

国際英語メディア： Financial Times、Bloomberg、The Economist
→ 資産運用・金融サービス専門家向けに、特区への関心を高めるトップレベルの背景説明を提供。

業界専門メディア： Citywire、Investment Week、Funds Europe、Investment & Pensions Europe
→ 日本市場のトレンドや規制優位性に関する専門的なコメントやデータを発信。特区で成功した企業のケーススタディも活用。

業界カンファレンス： TSAM London、Investment Week Summit、Morningstar Investment Conference
→ 日本を投資先として訴求する登壇機会を確保。イベント会場周辺で業界メディアとの交流も推進。

業界団体： The Investment Association、Association of Investment Companies、Alternative Investment Management Association
→ 主要団体と連携し、既存ネットワークへのアクセスや旗艦イベント・専門イベントで日本の魅力を発信。

デジタルチャネル： 英語版LinkedInプロフィール、ポッドキャスト出演、自主ウェビナー
→ ターゲット層に対する進捗アップデートや成功事例、リーダーシップ発信をマイクロターゲティングで展開。

クイックウィン（直ぐに実行できる戦略）

- FT「Investing in Japan」特別レポート（2026年10月）への参画
- Investment Week主催「Deep Dive」ディスカッション（2026年4月末頃予定）での「分散投資先として日本を検討すべきか？」パネル参加
- CNBC／Bloomberg TVでの日本市場トレンドに関する放映機会
- 主要資産運用会社向けに英語でターゲティングしたLinkedInキャンペーンの展開

成功への鍵

- データに裏付けられた信頼性の高いメッセージに加え、特区で成功した他社のケーススタディを活用
- 著名で権威のあるスポークスパーソンによる継続的な情報発信とフォローアップで、競争の激しい市場でも高い認知獲得を実現



市場戦略：ドイツでのエンゲージメント

市場の特徴

- ドイツの資産運用会社は、規制が厳しく、レピュテーション重視かつ情報志向が強い
- 意思決定は信頼できるビジネス／業界メディア、業界イベントでの情報に基づき、直接対話の影響も受けやすい
- 効果的なプロモーションには、信頼性の高いターゲットメッセージと個人としての交流が不可欠

主要媒体と戦略

ビジネスメディア： Handelsblatt、FAZ、Börsen-Zeitung など
→ 日本への投資機会を強調する寄稿記事やインタビューを掲載

業界メディア： Fonds Professionell、Institutional Money、FINANCE Magazin など
→ 日本市場のトレンドや規制優位性に関する専門的なコメントを発信

業界カンファレンス： SuperReturn、Handelsblatt Banking Summit、Fonds Kongress Mannheim など
→ 日本を投資先として訴求する登壇機会やブース出展を確保

業界団体： BVI（ドイツ投資信託・資産運用協会）、BVK（ドイツプライベートエクイティ・ベンチャーキャピタル協会）など
→ 主要団体と連携し、既存ネットワークへのアクセスや旗艦イベントで日本の魅力を発信

記者団来訪： ドイツの金融ジャーナリスト向けに日本へのプレスツアーを企画し、現地の機会や成功事例を紹介

デジタルチャネル： ドイツ語LinkedInプロフィール、ウェビナー
→ 定期的な最新情報や成功事例、リーダーシップ発信を共有

クイックウィン（直ぐに実行できる戦略）

- 日本の投資環境について、主要な業界カンファレンスで講演
- ドイツの主な新聞メディアに、日本の金融ハブとしての強みを特集記事として掲載
- ドイツ語によるターゲティングLinkedInキャンペーンの実施

成功への鍵

- 信頼性の高いメッセージとデータ
- 現地の合わせた戦略展開（ドイツ語・適切なチャネル）
- 継続的な可視化とフォローアップ



市場戦略：スイスでのエンゲージメント

市場の特徴

- スイスの資産運用会社は、保守的で関係重視、品質志向が強い
- 意思決定は専門金融メディア、同業ネットワーク、個人的な信頼関係に大きく影響される
- 効果的なプロモーションには、専門性に対する認知、直接的な対話、長期的な信頼構築が不可欠

主要チャネルと戦術

Tier-1 ビジネスメディア： FuW、AWP、Bilanz、Handelszeitung など
→ 投資機会、規制上の優位性、市場トレンドを強調する寄稿記事やインタビューを掲載

Tier-2/業界メディア： Finews、The Market、Cash、L'Agefi など
→ 資産運用会社向けに専門的な解説、リーダーシップ論、パフォーマンスインサイトを提供

業界イベント： Private Markets Forum (FuW)、Investors Forum (Invest Europe)、Opportunities 2027 (FuW)、Private Equity Insights Switzerland
→ 登壇枠やパネルモデレーター、インフォセッション開催を通じて投資機会や市場でのポジショニングをアピール

業界団体： AMAS、SVV、Swiss VC & PE Association
→ 主要団体と連携し、ネットワークへのアクセス、旗艦イベントへの参加、投資案件の発表を推進

クイックウィン（直ぐに実行できる戦略）

- 日本の投資環境に関する主要業界イベントでの講演
- 各特区の強みを取り上げた特集記事をTier-1メディアで発表
- 団体との積極的な連携を通じてネットワークを構築し、個人的な関係構築を図る

成功への鍵

- 現地の合わせた戦略展開と関係構築
- 信頼性の高いデータと投資するための合理的根拠



市場戦略：フランスでのエンゲージメント

市場の特徴

- フランスの資産運用会社の特徴は、規制が厳しく、成果重視、リスク管理への強いプレッシャー、明確な差別化を求める傾向あり
- 構造的テーマ（AI、デジタル化、防衛、エネルギー移行など）が注目される一方、投資家は短期的な流行と長期的なファンダメンタルズを区別して判断
- 投資判断は、専門メディアや業界カンファレンスへの参加、機関・リテール両セグメントを横断した関係ネットワークを通じて形成

主要チャネルと戦術

Tier-1 ビジネスメディア：Les Echos、Le Figaro

→ Les Echos（Caroline Mignon：アセットマネジメント担当、Yann Rousseau：東京特派員）、Le Figaro → 日本のガバナンス進化や人口動態に強いセクター、欧州／フランスのポートフォリオ戦略における補完的役割をトップリーダーシップとして発信

業界メディア：L'AGEFI、Citywire France、Gestion de Fortune、News Asset Pro、Le Particulier

→ 機関投資家・リテール投資家双方に向け、日本の市場専門性や資産運用ノウハウを定期的に解説

業界団体：Patrimonia Lyon（9月・CGPs/プライベートバンキング）、Investir Day Paris（11月・リテール/個人投資家）、Sommet du Patrimoine（1月・ファミリーオフィス/UHNWIs）、IPEM Paris/Cannes（2月・プライベートマーケット）、AM Tech Day（10月・FinTech/AI/イノベーション）

→ PatrimoniaやSommet du Patrimoineでの円卓会議、VIPエンゲージメント、IPEMでの日本市場パネルなど、ターゲット参加を通じて信頼性を構築

記者教育プログラム：フランス金融・経済メディア向けに、日本でのイマーシブな記者研修を企画。ガバナンス、技術革新、民間市場の変革を現地で体験

クイックウィン（直ぐに実行できる戦略）

- IPEMまたはAM Tech Dayで、日本のプライベート・マーケットやテクノロジー主導の投資テーマを訴求するパネル登壇を確保
- Tier-1および業界メディア記者向けに、日本での体験型研修プログラムをアレンジ（Caroline Mignon、Yann Rousseauを優先）
- フランス企業投資やインフラプロジェクト等、フックとなる話題を開発

成功への鍵

- 現地向けの対応：フランス語資料、現地に根差したケーススタディ、フランス投資家の成熟度に合ったメッセージ
- 差別化ポジショニング：ガバナンス、オルタナティブ、構造的テーマといった日本固有の強みを明確化し、アジア全体の一般的なストーリーとの差別化



市場戦略：オランダでのエンゲージメント

市場の特徴

- 全てのオランダ市場関係者は、同じ年金機関プールを巡って競争しており、信頼性・確実性・社会的責任が成功の鍵
- 市場規模は小さく、ネットワークが緊密で情報伝達が非常に速い。フレンドリーで親しみやすいスタイルが関係構築に有利
- 有料・オーガニック両方のメディア（マーケティング&広報）が組み合わせられて活用され、注目と認知の維持に効果を発揮

主要チャネルと戦術

全国メディア： Het Financieele Dagblad、NRC、De Financiële Telegraaf、BNR Nieuwsradio
→ マクロ経済の専門家、日本株のスペシャリストとしての立ち位置を確立

業界メディア： IEXProfs、Investment Officer、Financial Investigator
→ メディアとの関係構築、有料ラウンドテーブルへの参加

業界カンファレンス： Leaders in Finance Wealth Management Event、Investment Officer Fondsevent、Fund Seminar
→ 日本を投資先として紹介するインフォメーションブースを設置し、資産運用会社の営業責任者とのネットワークを拡大

学術機関： エラスムス経済大学、アムステルダム自由大学、フローニンゲン大学
→ 経済・金融分野の強い大学でゲスト講義や講演に参加

クイックウィン（直ぐに実行できる戦略）

- Financial Investigator主催の有料ラウンドテーブルで、マクロ経済テーマに関する議論に参加
- 主要業界イベントでブースを確保し、日本各地について情報発信
- 一流のマクロ系ジャーナリストと面談し、日本への投資について発信

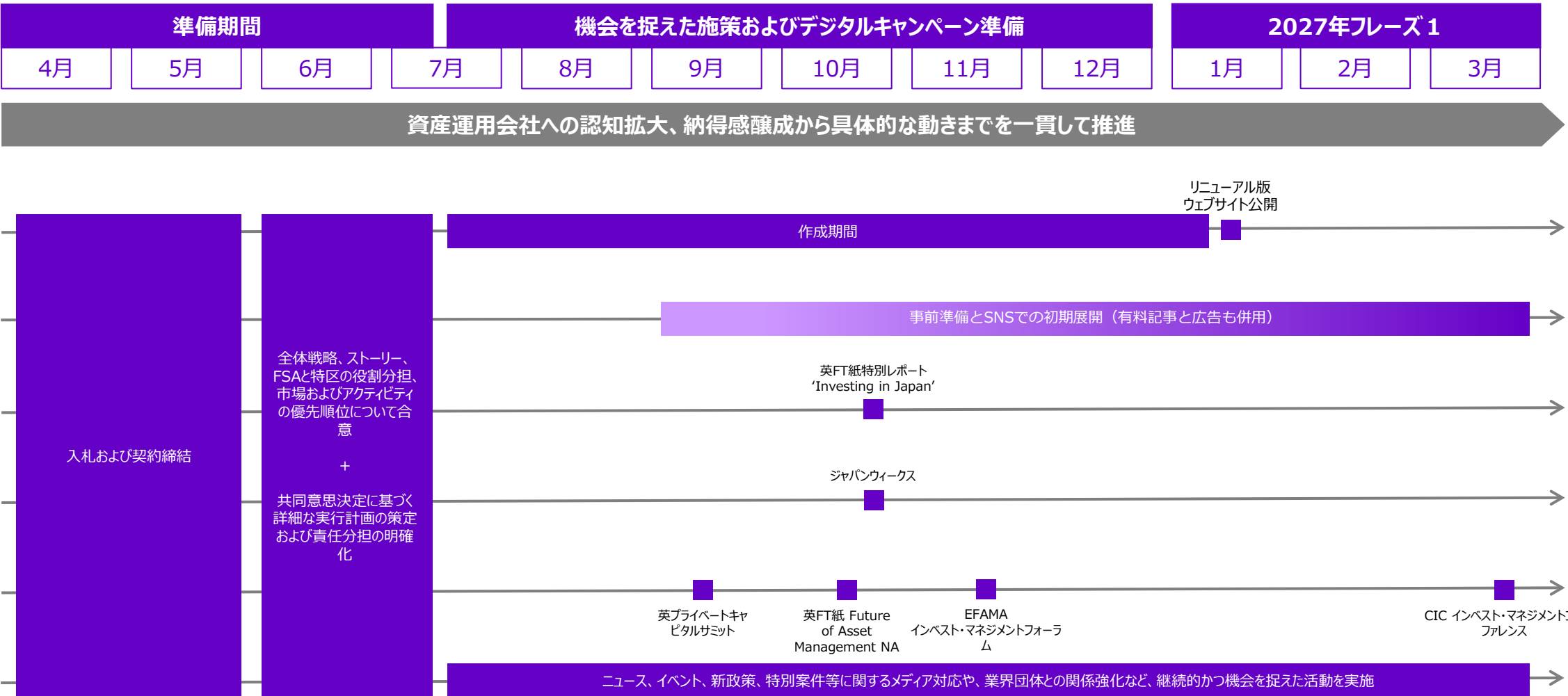
成功への鍵

- アクセシブルで信頼できる存在となること（ジャーナリストからの連絡にすぐ対応するなど）
- 記者による記事と広告記事を組み合わせる活用
- 重要なジャーナリストとの関係構築

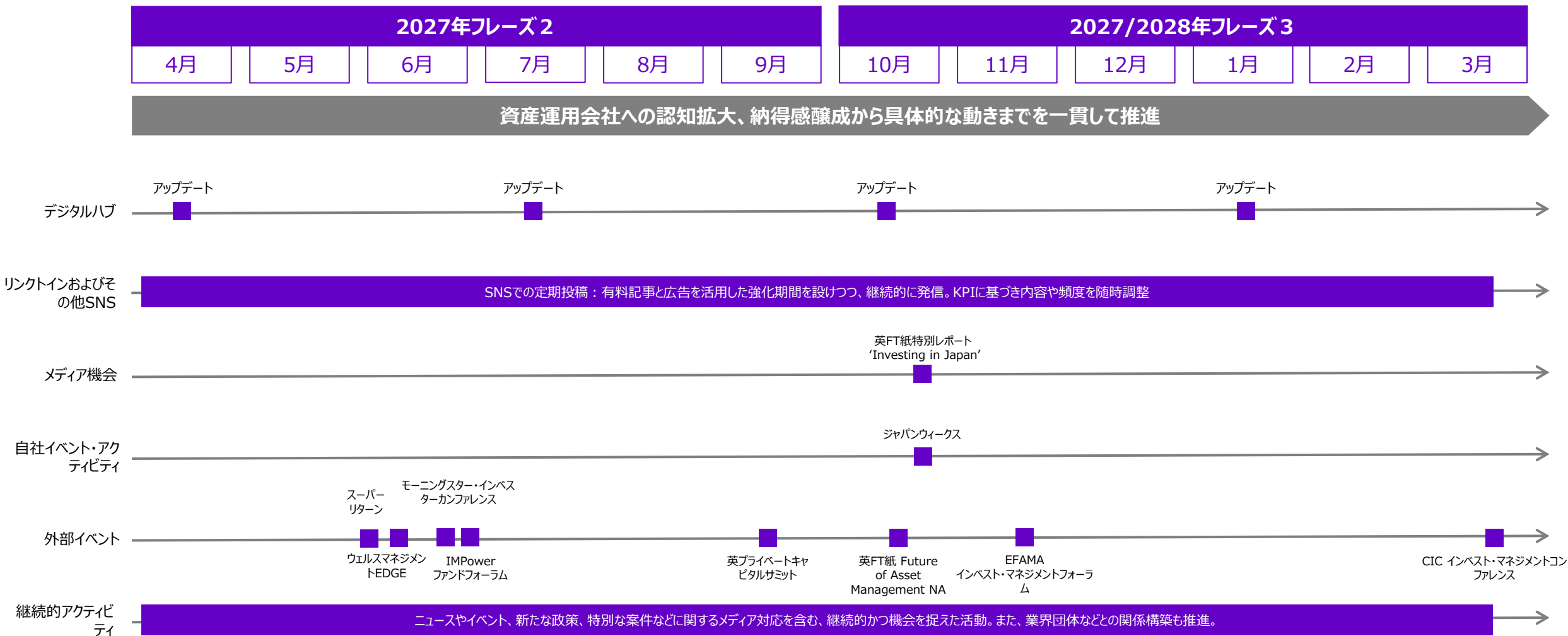


タイムライン

推進タイムライン：主要アクティビティ(1/2)



推進タイムライン：主要アクティビティ(1/2)





成功要因とまとめ

海外でのプロモーションにおける成功の鍵

1. 関係機関の一体的な連携 (FSA & 特区)

FSAが国家戦略の総括と規制関連の内容を担い、特区が地域での実行を担うという、シームレスなパートナーシップの構築

特区（都道府県ではなく都市にフォーカス）が明確に区別され、各役割の明確化とともに投資家が「たらい回し」とならない体制を構築

2. 投資家目線のナラティブ (アウトサイドイン・アプローチ-外からの視点)

FSAが重要と考えることを伝えるのではなく、海外の投資家が重要視する価値 - 参入のしやすさ、海外人材のライフスタイル、特定の税制や規制インセンティブなどを強調。政策的な改革を「行動に則した」のストーリーに落とし込み、定量的に実証データで裏付け

3. デジタルファーストかつグローバル対応のコミュニケーション

既存ウェブサイト、海外の対象層向けに作成した、高品質なウェブサイトへとさらに発展

「手続き迅速化ガイド」や、グローバルな資産運用会社の厳しいニーズに対応するダウンロード可能なガイド等の盛り込み

4. リソースの投下と複数年視点での取り組み

複数年にわたるキャンペーンを持続させるため、十分な財政的・人的リソースを確保。

確立された他の競合拠点に追いつくには、一過性の認知向上施策ではなく、長期的に転換する戦略が必要。

足許の世界情勢は、日本とその金融・資産運用特区にとって、より多くの海外直接投資を呼び込む絶好の機会。エディンバラやシンガポールのようなトップクラスの金融センターと競争していくためには、特区のプロモーションを、国内の行政的な視点から、市場主導・国際志向のアプローチへと転換し、それぞれの特区の強みを明確に打ち出す必要がある。



參考資料

総合的なダッシュボードによる全体状況の把握と成果の可視化

測定方法

1. データの一元管理

すべてのチャンネル（ハブ分析、SNS、広告、CRMなど）のデータを一つのダッシュボードで管理

2. インサイトの創出

データ分析 + 人の知見

3. 戦略の継続的改善

コンテンツおよびチャンネル別に検証と改善を継続的に実施

報告方法

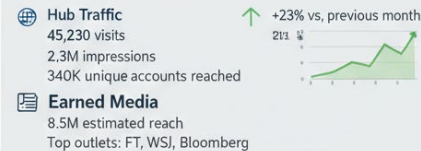
- 隔週でのアップデート
- 四半期ごとのプレゼンテーション

FSA SPECIAL ZONES CAMPAIGN DASHBOARD

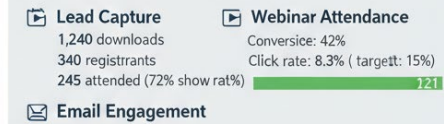
Month 6 Performance Overview | January 2026

Jan 1 - Jan 31, 2026

AWARENESS METRICS



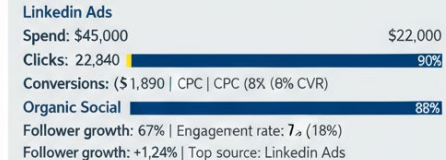
BELIEF METRICS



CONVERSION METRICS



CHANNEL PERFORMANCE



TOP PERFORMING CONTENT






KEY INSIGHTS & RECOMMENDATIONS:

- ✓ LinkedIn Ads outperforming Google Ads on conversion rate (8 vs 7.5%) - recommend shifting 10% of Google budget to target 10% - Handelsblatt native ads
- ✓ Germany engagement lower US/UK - consider increasing German-language content and Handelsschritt to bi-weekly schedule
- ✓ Webinar show rate exceeds industry benchmark (44%) - recommend dedicated follow-up schedule
- ⚠️ **Next Month Focus:** Launch Instagram channel, produce 2 new case study videos, test native ads in FT

日本における資産運用ビジネスの成長機会

日本の家計の**金融資産**は、米国や欧州の家計と比べて、**現金・預金の割合が非常に高い**のが特徴。2024年のNISA税制優遇の拡充や、**金融・資産運用特区投資インセンティブの導入**と相まって、日本市場は海外資産運用会社にとって大きなビジネスチャンスを提供。

家計の金融資産構成

2024年3月時点、ポートフォリオ比率	 日本	 米国	 ユーロ圏
現金・預金	50.9%	11.7%	34.1%
債券	1.3%	4.6%	3.1%
投資信託	5.4%	12.8%	10.6%
株式等	14.2%	40.5%	21.5%
保険・年金等	24.6%	27.7%	28.7%
その他	3.6%	2.7%	2.0%

金融・資産運用特区比較：主要指標による分析

2025年予測	東京	大阪	福岡	札幌
事業コスト				
平均年収 ¹	\$47,400	\$35,800 - \$48,000	\$28,350 - \$33,940	N/A
オフィス賃料/ 1 平方フィート/月 ²	\$4.00 - \$12.00	\$2.50 - \$4.00	\$2.00 - \$3.50	\$1.50 - \$3.00
事業機会				
1人あたりGDP ³	\$51,000	\$47,400	\$43,200	\$35,500 ⁴
最大の産業分野 ³	専門職・ビジネスサービス - 21.26%	教育・ヘルスケアサービス - 29.77%	教育・ヘルスケアサービス - 31.53%	教育・ヘルスケアサービス - 30.72%
生活コスト				
平均年収 ⁵	\$47,400	\$32,400	\$28,350-\$29,970	\$39,200
市中心部 1 LDK平均家賃 (月額) ⁶	\$1,154	\$728	\$520	\$468
新築分譲マンション平均価格 ⁷	\$640,000	\$396,000	\$400,000	\$368,000

