

研究ノート

地方における外資系企業立地と行政による誘致政策

藤 原 直 樹

Locations of Foreign Companies in Rural Areas in Japan and the Attraction Policy

Naoki FUJIWARA

要 約

グローバル化が進展するなかでの日本の地方における外資系企業立地の状況および地域経済の観点からの外資系企業立地の意義、そして、地方自治体の外資系企業誘致政策の実態について、関係資料分析および事例研究により検討を行った。日本における外資系企業の立地については東京に一極集中しており、関東・中部・近畿の3地域の大都市部で大勢を占めるが、地域経済において占める雇用者数の観点からでは、都市部と比較して地方における外資系企業の割合が高いこと、地方における外資系企業の雇用割合が高い地域において業種としては製造業が多いことを示した。次に、地方における外資系企業立地の意義を検討するとともに、行政による外資系企業誘致政策の実態として国および地方自治体の取り組みを整理した。

キーワード：外資系企業、誘致政策、立地要因、市場志向立地、JETRO、地方自治体

1 はじめに 地方における外資系企業立地と地域活性化

グローバル化の進展は日本の地域社会に大きな影響を与えている。輸送手段の発展は人とモノの流動性を高め、インターネットなどの情報技術の発展により、世界の各地で人々が発する最新情報を安価で入手できるようになっている。そして、電子上で行われる取引や決済などカネの流動性も高まっている。このようにグローバル化が急速に進む国際経済において、人や情報の流動性が高まるハイパーコンペティション (D'Aveni, 1996) になっているからこそ、それらが特に集積するいくつかのグローバルシティ (Sassen, 2005) が生まれ、そのようなグローバルな企業間取引が拡大するなか、それぞれの地域は多国籍企業による地球レベルの国際分業ネットワークの中に、自らの地域を戦略的に配置し、多国籍企業が世界レベルで各地域や都市の立地環境を比較検討するなかでのリストの上位に選ばれることをめざす、立地にまたがる競争 (Porter, 1998) や、投資に対する市場シェアを獲得するための競争 (Dicken, 1998) が行われる。

このような都市間競争は「立地条件の競争優位をめぐる競争」(田坂, 2005)であり、ここで今日の都市政策は、市場経済化と産業構造転換のもと、都市の経済的活力、競争力をいかに保持していくか、環境および財政的制約が高まる都市で、持続可能な社会空間を実現するとともに創造性を保持することが求められる(似田貝ほか, 2006)。

本稿では国際的な都市間競争のなかで日本の地方における外資系企業の立地について検討する。ここで明らかにしたい研究上の問いは次のようなものである。

- (1) 地方における外資系企業立地の現状とその地域経済における影響
- (2) 外資系企業を誘致するため行政はどのような取り組みを実施しているか。国と地方の役割分担はどのようなものか⁽¹⁾。

本研究課題について、対内投資促進を所管する経済産業省や、地方自治体の産業振興部局等が作成した関係資料を収集し分析するとともに、インタビュー調査を実施し検討を行った。本稿では第2章において日本における外資系企業立地の現状とその立地要因を確認し、第3章において日本の国および地方自治体による外資系企業誘致政策の実態について整理する。そして最後に本稿のまとめと今後の外資系企業誘致政策研究の課題を論じる。

2 日本における外資系企業立地の現状と立地要因

2-1 日本における外資系企業立地の現状

本章では、日本における外資系企業立地の実態について確認する。まず、外資系企業の定義であるが、経済産業省の外資系企業動向調査(以下、「調査」とする)では次のとおりとしており、本稿においても、この定義を用いる。

1. 外国投資家が株式又は持分の3分の1超を所有している企業であって、外国側筆頭出資者の出資比率が10%以上である企業
2. 外国投資家が株式又は持分の3分の1超を所有している国内法人が出資する企業であって、外国投資家の直接出資比率及び間接出資比率の合計が、当該企業の株式又は持分の3分の1超となり、かつ、外国側筆頭出資者の出資比率が10%以上である企業

この調査は、日本における外資系企業の経営動向を把握することにより、今後の産業政策及び通商政策の推進に資することを目的として1967年より実施されており、毎年3月末時点で条件を満たしていた企業を対象としている。2016年度の調査結果をまとめた2017年第51回調査の集計企業は3,217社であり、製造業が562社で全産業に占める割合は17.5%、非製造業が2,655社（同82.5%）、業種別にみると、卸売業が1,259社で全産業の39.1%を占めて最多であり、次いでサービス業、情報通信業の順となっている。母国籍別ではヨーロッパ系企業が1,426社で全体の44.3%、アメリカ系企業769社（同23.9%）、アジア系企業が827社（同25.7%）である（表1）。

表1 日本における外資系企業の母国籍別および業種別構成比
（単位：社、%）

	2016年度 集計企業数	2014年度	2015年度	2016年度
世界計／全産業	3,217	100.0	100.0	100.0
アメリカ系	769	25.9	25.1	23.9
アジア系	827	23.8	25.7	25.7
ヨーロッパ系	1,426	43.9	43.5	44.3
その他	195	6.4	5.7	6.1
製造業	562	17.8	18.4	17.5
非製造業	2,655	82.2	81.6	82.5

出所：経済産業省（2017）「第51回外資系企業動向調査の概況」1-1表を筆者修正

次に、表2は地方における外資系企業立地数について、全国に占めるそれぞれの地域の割合を示すとともに、それぞれの地域において立地数に占める製造業の割合を表にしたものである。ここでは東京都が2,167社で全国の67.4%を占め、次いで神奈川県322社（10.0%）、大阪府172社（5.3%）、兵庫県80社（2.5%）、愛知県70社（2.2%）の順となっている。このように、外資系企業の日本における立地については関東地方が多数を占め、地域別では関東、近畿、中部で3,121社と全体の97%を占める。残り北海道、東北、中国、四国、九州・沖縄をすべて合わせても全体の3%であり、東京をはじめ三大都市圏への集中的な立地が見られる。

表2 日本における外資系企業立地数および全国からの割合ならびに製造業が占める割合

	外資系企業数(A)	全体に占める各地域の割合(B %)	外資系企業(製造業)数(C)	外資系企業(製造業)数に占める各地域の割合(D %)	地域に立地する外資系企業のうち製造業の割合(C/A %)	D/B
全国	3,217	100	562	100	17.5	1.00
北海道	14	0.44	0	-	-	-
青森県	1	0.03	1	0.18	100.0	5.72
岩手県	6	0.19	2	0.36	33.3	1.91
宮城県	7	0.22	6	1.07	85.7	4.91
秋田県	1	0.03	1	0.18	100.0	5.72
山形県	6	0.19	5	0.89	83.3	4.77
福島県	5	0.16	4	0.71	80.0	4.58
茨城県	20	0.62	14	2.49	70.0	4.01
栃木県	10	0.31	6	1.07	60.0	3.43
群馬県	8	0.25	5	0.89	62.5	3.58
埼玉県	68	2.11	26	4.63	38.2	2.19
千葉県	65	2.02	14	2.49	21.5	1.23
東京都	2,167	67.36	219	38.97	10.1	0.58
神奈川県	322	10.01	96	17.08	29.8	1.71
新潟県	11	0.34	7	1.25	63.6	3.64
富山県	5	0.16	3	0.53	60.0	3.43
石川県	8	0.25	5	0.89	62.5	3.58
福井県	6	0.19	3	0.53	50.0	2.86
山梨県	10	0.31	2	0.36	20.0	1.14
長野県	17	0.53	9	1.60	52.9	3.03
岐阜県	8	0.25	2	0.36	25.0	1.43
静岡県	26	0.81	16	2.85	61.5	3.52
愛知県	70	2.18	22	3.91	31.4	1.80
三重県	15	0.47	8	1.42	53.3	3.05
滋賀県	12	0.37	9	1.60	75.0	4.29
京都府	19	0.59	5	0.89	26.3	1.51
大阪府	172	5.35	36	6.41	20.9	1.20
兵庫県	80	2.49	18	3.20	22.5	1.29
奈良県	2	0.06	0	-	-	-
和歌山県	0	-	0	-	-	-
鳥取県	2	0.06	0	-	-	-
島根県	0	-	0	-	-	-
岡山県	3	0.09	1	0.18	33.3	1.91
広島県	8	0.25	2	0.36	25.0	1.43
山口県	3	0.09	3	0.53	100.0	5.72
徳島県	1	0.03	0	-	-	-
香川県	1	0.03	0	-	-	-
愛媛県	2	0.06	2	0.36	100.0	5.72
高知県	0	-	0	-	-	-
福岡県	22	0.68	5	0.89	22.7	1.30
佐賀県	1	0.03	0	-	-	-
長崎県	2	0.06	1	0.18	50.0	2.86
熊本県	1	0.03	1	0.18	100.0	5.72
大分県	1	0.03	0	-	-	-
宮崎県	3	0.09	2	0.36	66.7	3.82
鹿児島県	1	0.03	0	-	-	-
沖縄県	5	0.16	1	0.18	20.0	1.14

出所：経済産業省（2017）第51回外資系企業動向調査統計表2-6より筆者作成

表3 日本における外資系企業の常時従業者数および製造業が占める割合

	企業数	事業所数	常時従業者数 (A)	外資系企業数 (B)	外資系企業による常時従業者数 (C)	常時従業者数に占める外資系企業の割合 (C/A %)	外資製造業常時従業者数 (D)	(C)のうち製造業が占める割合 (D/C %)
全国	28,553	415,869	14,315,315	2,609	409,987	2.9	121,127	29.5
北海道	760	10,850	285,245	192	7,412	2.6	1,245	16.8
青森県	189	1,479	57,554	39	1,246	2.2	279	22.4
岩手県	215	1,726	56,805	53	1,305	2.3	379	29.0
宮城県	378	5,106	133,574	180	5,858	4.4	2,801	47.8
秋田県	164	978	38,484	28	2,211	5.7	126	5.7
山形県	286	2,250	64,993	40	3,358	5.2	1,843	54.9
福島県	318	3,832	108,267	61	2,197	2.0	586	26.7
茨城県	384	4,023	150,417	127	9,184	6.1	5,893	64.2
栃木県	345	2,974	117,103	105	8,360	7.1	5,458	65.3
群馬県	387	3,799	144,887	88	6,440	4.4	2,856	44.3
埼玉県	847	13,490	379,700	347	17,707	4.7	6,982	39.4
千葉県	543	8,174	367,511	369	13,547	3.7	2,788	20.6
東京都	7,974	163,215	5,866,402	1,940	132,555	2.3	18,073	13.6
神奈川県	1,336	19,272	641,723	640	46,388	7.2	18,181	39.2
新潟県	509	5,600	160,117	69	2,722	1.7	1,688	62.0
富山県	364	2,176	99,241	52	3,773	3.8	2,255	59.8
石川県	317	2,557	83,171	68	1,826	2.2	599	32.8
福井県	198	1,620	49,117	33	1,312	2.7	280	21.3
山梨県	143	690	34,988	43	1,517	4.3	386	25.4
長野県	532	3,655	143,048	82	4,350	3.0	3,090	71.0
岐阜県	444	5,220	141,964	66	1,928	1.4	635	32.9
静岡県	741	6,922	273,575	153	16,994	6.2	11,930	70.2
愛知県	1,890	28,634	1,089,175	452	15,244	1.4	4,119	27.0
三重県	298	2,743	89,856	77	4,636	5.2	2,811	60.6
滋賀県	247	2,057	86,124	62	3,377	3.9	1,956	57.9
京都府	513	5,421	230,586	147	4,994	2.2	1,576	31.6
大阪府	2,909	41,757	1,419,122	708	36,054	2.5	7,665	21.3
兵庫県	974	11,963	396,127	288	12,110	3.1	3,721	30.7
奈良県	138	1,025	24,904	62	1,617	6.5	577	35.7
和歌山県	115	900	42,689	35	742	1.7	52	7.0
鳥取県	118	638	20,003	23	680	3.4	324	47.6
島根県	117	824	25,408	18	740	2.9	453	61.2
岡山県	381	5,162	136,134	96	2,854	2.1	914	32.0
広島県	565	10,572	280,146	165	6,117	2.2	1,629	26.6
山口県	204	2,584	93,319	42	2,046	2.2	980	47.9
徳島県	104	774	34,605	28	765	2.2	340	44.4
香川県	240	2,197	72,064	58	1,080	1.5	124	11.5
愛媛県	242	2,792	74,655	66	2,263	3.0	1,182	52.2
高知県	112	2,146	35,071	27	1,091	3.1	86	7.9
福岡県	871	14,105	428,024	348	10,841	2.5	1,840	17.0
佐賀県	143	1,109	38,792	31	733	1.9	82	11.2
長崎県	146	1,019	35,073	39	2,643	7.5	432	16.3
熊本県	217	1,696	60,783	62	1,842	3.0	359	19.5
大分県	153	1,918	65,134	42	1,055	1.6	267	25.3
宮崎県	139	1,053	31,368	39	1,549	4.9	808	52.2
鹿児島県	176	1,993	58,695	45	1,170	2.0	396	33.8
沖縄県	167	1,179	49,572	53	1,554	3.1	81	5.2

出所：経済産業省（2017）第51回外資系企業動向調査統計表7 従業者数および経済産業省（2016）企業活動基本調査速報統計表第12表より筆者作成

表2によれば外資系企業における製造業の割合の全国平均値は17.5%であるが、外資系企業の立地件数が0となっている和歌山県、島根県、高知県の3県を除き44都道府県中35の府県(79.5%)において平均値を上回っている。外資系企業の製造業の割合が低い地域としては東京都が10.1%であるほか、14社が立地する北海道が0%すなわちすべて製造業以外となっている。なお、その他の地域はほぼ外資系企業の立地数が1から2社程度である。

次に外資系企業による雇用者を都道府県別に確認する(表3)。経済産業省は日本における企業の活動の実態を明らかにし、企業に関する施策の基礎資料を得ることを目的として毎年、企業活動基本調査を実施している。これにより、各都道府県の企業およびそこで働く従業員(常時従業者:有給役員および正社員、正職員、パート、アルバイト、嘱託、契約社員等の呼称にかかわらず、期間を定めずに、又は1か月以上の期間を定めて雇用されている常用雇用者)の概要が把握できる。

表3により外資系企業動向調査に基づく外資系企業の都道府県別雇用者数と、企業活動基本調査の都道府県別雇用者数を比較すると、それぞれの都道府県において常時従業者数に占める外資系企業の割合は、高いものから長崎県において7.5%、神奈川県7.2%、栃木県7.1%、奈良県6.5%、静岡県6.2%であり、外資系の所在企業数(表2)でみた2位の神奈川県を除き上位の東京都2.3%、大阪府2.5%、兵庫県3.1%、愛知県1.4%と比較して、地方のほうが雇用に占める外資系企業の割合が高いことがわかる。

さらに同じく表3から、常時従業者数に占める外資系企業が多い地域における、外資系企業の常時従業者のうち製造業が占める割合をみると、長崎県において16.3%、神奈川県39.2%、栃木県65.3%、奈良県35.7%、静岡県70.2%であり、表1の日本における外資系企業の業種別構成比における製造業の割合(2016年度)16.5%よりも高く、企業活動基本調査速報統計表から見られる製造業の割合である34.9%よりも同じか高い地域が多い⁽²⁾。

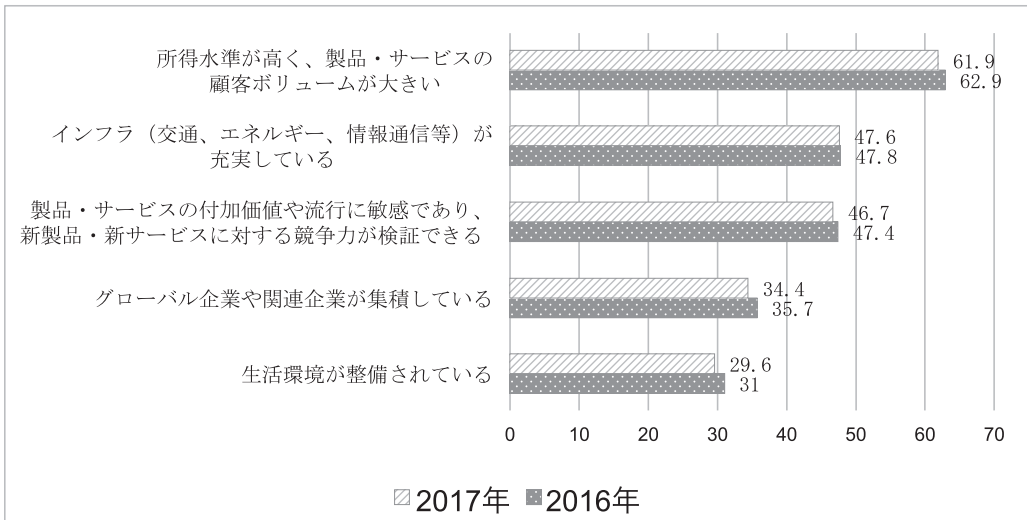
以上より、日本において外資系企業の立地は東京をはじめ関東・近畿・中部の人口集中地域に極端に集中しているが、従業者数の観点からでは外資系企業による雇用が地方経済において都市より高い割合を示すとともに、地方において外資系企業でも製造業の存在感が大きく、外資系の製造業企業が雇用を生み出していることがわかる。

2-2 日本における外資系企業の立地要因

本節では、外資系企業がどのような目的で日本に立地し事業を行っているかについて確認する。経済産業省による2017年度外資系企業調査によれば、「日本で事業展開する上でのビジネス環境の魅力」の第1位で外資系企業の約6割が認めている理由が「所得水準が高く、製品・サービスの顧客ボリュームが大きい」ことであり、次に外資系企業の半数弱が認めている理由が、第2の「インフラ(交通、エネルギー、情報通信等)が充実している」と、第3の「製品・サービスの付加価値や流行に敏感であり、新製品・新サービスに対する競争力が検証できる」である。

そして、外資系企業の約3割が認めている理由が第4の「グローバル企業や関連企業が集積している」と第5の「生活環境が整備されている」となる（表4）。

表4 外資系企業が日本で事業展開する上での魅力（上位5位まで）

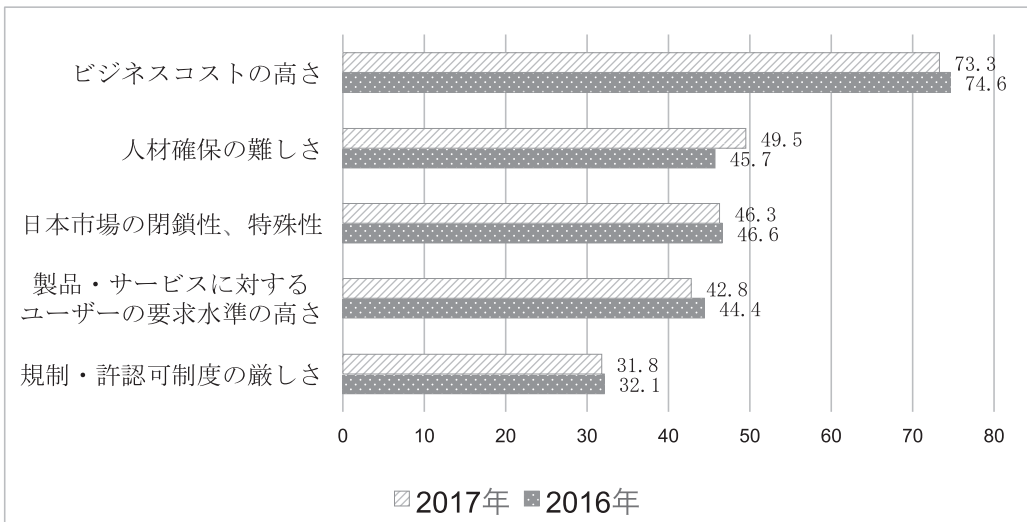


出所：経済産業省（2017）「第51回外資系企業動向調査の概況」11-1図を筆者修正

一方、同調査に基づく「外資系企業が日本で事業展開する上での阻害要因」は、第1位で外資系企業の約7割強が認めている理由が「ビジネスコストの高さ」であり、次に外資系企業の半数弱が認めている理由として第2の「人材確保の難しさ」および第3の「日本市場の閉鎖性、特殊性」となっている。そして、外資系企業の約3割が「規制・許認可制度の厳しさ」と「行政手続きの複雑さ」をそれぞれ第4および第5の理由に掲げている（表5）。

これらより、外資系企業が日本に進出する理由としての立地要因は、4兆9,474億ドル（2016年度）と米国、中国に次ぐ世界第3位の名目GDPを有する巨大で洗練された市場であり⁽³⁾、世界有数の大企業およびそのサプライチェーンが存在すること、陸海空の運輸、エネルギー供給および通信環境が充実しており、駐在員としても衛生・安全面などの生活環境が整備されていることだといえる。一方で、オフィスや人件費などビジネスコストの高さと、閉鎖的で硬直的な労働市場、煩雑な行政手続きが、外資系企業の進出を抑制している阻害要因であるとまとめられる。

表5 外資系企業が日本で事業展開する上での阻害要因（上位5位まで）



出所：経済産業省（2017）「第51回外資系企業動向調査の概況」11-2図を筆者修正

2-3 本章のまとめ

これまで本章では日本における外資系企業の立地の現状について都道府県を単位として統計データによる分析を行った。ここで、産業立地論の視点から日本に進出する外資系企業は市場圏を獲得することを主要な目的とした市場志向立地行動を行っているとして整理することができる。鈴木（2009）は、企業行動と立地要因として多国籍企業が国内外を通じて複数拠点立地を行う場合を企業内空間分業型と市場圏分割型に分類し、価格競争と非価格競争の2点から採用する企業行動を明らかにしている。この理論に基づけば日本に進出した外資系企業は、巨大な日本市場への近接立地として東京都に販売・マーケティング拠点を置き、市場開拓あるいは市場対応型のプロダクト・イノベーションを進め、製品需要を拡大しようとしている。さらに、地方においては製造業を中心に生産拠点を日本市場に近接立地し、製品の輸送費用を削減している。全体として、日本における外資系企業は日本の国内市場への浸透、また取引先としての日本の大企業の開拓およびそのサプライチェーンへの参入を志向している⁽⁴⁾。

2-1で得られた日本の地域における外資系企業立地の現状と業種の傾向と合わせて検討すると、東京など大都市周辺部に立地する外資系企業は、日本の大企業への商品・サービスの法人販売・営業（B to B市場）およびその他日本の消費者市場浸透（B to C市場）を機能として果たしており、一方で地方に立地する主として製造業の外資系企業は、それぞれの地域において外資系企業のノウハウや運営手法によって生産した商品を、日本における大企業を頂点とするサプライチェーンに供給していると考えられる⁽⁵⁾。

次章においては、このような日本における外資系企業の立地状況を前提としたうえで日本の地

方における外資系企業立地の意義について検討する。なお、本論において地方とは日本における東京都を除く地域としてとらえている。外資系企業の約7割が東京都に集中している現状において、東京都を除く地域が、その地域経済において外資系企業立地の意義をどのようにとらえていくべきかを考察する。

3 地方における外資系企業立地の意義と誘致政策

本章においては、日本の地方において外資系企業立地が地域経済社会へもたらす意義を検討するとともに、行政による外資系企業誘致政策の実態を明らかにする。まず、外資系企業の立地を促進する理由について国の方針とその取組を検証したのち、地方自治体が行う誘致政策を整理する。

3-1 国による外資系企業誘致政策と主な取組

外資系企業の立地は対内直接投資の一形態である。通商白書によれば、対内直接投資の拡大にともない経営ノウハウや技術、人材などの外国企業の高度な経営資源が流入することによる日本のメリットは、日本における生産性の向上や雇用の創出であり、具体的には商品の新規開発や社内人材の成長、国内外の販路拡大などの効果が得られることである。日本に進出済みの外国企業の全要素生産性は日本企業に比べて高い傾向にあり、このような外国企業が参入することで、その産業全体の生産性が向上する直接効果に加え、外国企業の経営資源が他の産業へスピルオーバーすること等により、国全体の生産性が向上する間接効果が期待されるとしている⁽⁶⁾。

そして、日本政府は2013年に閣議決定された日本再興戦略において「国内のあらゆる企業や人材がグローバル経済の利益を享受できる環境を整備するとともに、海外の優れた人材や技術を日本に呼び込み、雇用やイノベーションの創出を図るため、日本国内の徹底したグローバル化を進め、2020年における対内直接投資残高を35兆円へ倍増（2012年末時点17.8兆円）することを目指す」（P.94）と示した。内閣府によれば、対日直接投資残高は2006年の13.4兆円から、2008年に19.4兆円となり、しばらく横ばいを続けていたが、2014年から23.7兆、2015年で24.8兆円、2016年で27.8兆円と近年において増加しているが、直接投資が増加しているのは東京を中心とする一部の大都市とされている⁽⁷⁾。

その後、日本政府は対日直接投資促進の環境整備を進めてきた。2015年3月17日に対日直接投資推進会議で決定された「外国企業の日本への誘致に向けた5つの約束」では、「日本を再活性化するためには、国をオープンにして、多様な文化を持ち、日本へ新たなビジネスモデルや先端技術の研究開発活動等を持ち込む潜在可能性のある外国企業に、さらに積極的に日本に立地いただきたい」とし、(1) 多言語対応、(2) 無料公衆無線LAN整備、(3) すべての地方空港での、短期間の事前連絡のもとビジネスジェット受け入れ、(4) 教育環境整備と、英語力向上、

(5) 大きな投資を実施した企業が政府と相談しやすい体制を整え、日本政府と全国の地方自治体が一体となって、対日投資誘致を行うネットワークを形成すると示した⁽⁸⁾。

なお、日本における対内直接投資促進の中心となる実施機関が1958年に設立された政府出資の独立行政法人である日本貿易振興機構（以下、「JETRO」とする）であり、対日直接投資の促進と、中小企業を中心とする日本企業の海外展開を担ってきた。2015年6月の日本再興戦略の改訂を受け、「対内直接投資促進に向けた事業環境の改善及び誘致体制の進化」をめざすという指針のもとJETROは、広報・情報発信の強化、「攻め」の営業、地方自治体との連携の3点を取り組むとした（表6）。JETROは国内に48か所の事務所（貿易情報センター）を設置しているが、この事務所と地方自治体が相互連携し、地域への進出を検討する企業が無償で一定期間利用できるテンポラリーオフィスの提供や専門家によるアドバイスを対日投資ビジネスサポートセンターで実施するほか、対日投資関心企業に対するビジネスマッチング機会の提供を行っている⁽⁹⁾。

表6 対内直接投資促進に向けたJETROの取組

広報・情報発信の強化	総理・閣僚のトップセールス（年10件以上）や在外公館・JETRO・地方自治体の連携等を通じた我が国投資環境の広報・情報発信を強化する。
「攻め」の営業	JETROにおいて海外主要都市に設置された誘致担当チームが中心となり、我が国市場の更なる成長・活性化が期待される分野等における重点プロモーションを図る。これにより多言語による相談対応や既進出企業への支援実施等の国内での取組と併せて「攻め」の営業を展開する。
地方自治体との連携	地方自治体からJETROへの立地環境等の情報提供、JETROから地方自治体への外国企業の誘致手法・事例等の情報提供を開始する。さらに、JETROによる戦略策定から誘致活動までの地方自治体のニーズに応じたカスタマイズ支援を開始するなど、地方自治体との連携を深化させる。

出所：JETRO 対日投資部「対日投資拡大に向けたジェトロの取組」報告（2015年11月）に基づき筆者作成

このように、日本政府は外資系企業の国内立地が日本における企業の生産性の向上や雇用創出の点からメリットがあるとし、数値目標を定めて対日投資促進の環境整備に努めている。そして、この取組は中央政府のみならず、国と地方自治体が一体となってネットワークを形成し、JETROが貿易・投資促進の専門機関として地方自治体の外資系企業誘致の取組を支援している⁽¹⁰⁾。

なお、2-2 でみたような外資系企業が日本に立地する理由について、その政策取組との対応関係は表7のように整理できる。この表では、表4および5で確認した日本における外資系企業の立地理由について促進要因と阻害要因に分類し、要因に対する政策的取組を整理している。これによれば、日本において外資系企業の立地推進のために行政として様々な取組が実施されていることがわかる。

表 7 外資系企業の立地要因と政策的取組の関係

立地要因 区別	立地要因の概要	立地要因に対する政策的取組
促進要因	所得水準が高く、製品・サービスの顧客ボリュームが大きい	・市場規模、一人当たり所得など経済データの整理と情報発信（外国語による）
	インフラ（交通、エネルギー、情報通信等）が充実	・世界各地や日本国内へのアクセス情報の発信 ・燃料費などエネルギー価格の情報発信 ・高速インターネット回線、フリー WIFI の整備 ・交通インフラの充実 ・案内掲示における外国語表記
	製品・サービスの付加価値や流行に敏感であり、新製品・新サービスに対する競争力が検証できる	・開放的な市場環境の整備 ・透明性のある公共調達の実施
	グローバル企業や関連企業が集積している	・クラスターにおける企業情報の整理と情報発信 ・集積企業とのネットワーク形成機会の提供
	生活環境が整備されている	・多様性のある住環境整備 ・外国人にとって住みやすい住宅、就学関係施設の整備 ・生活環境情報の多言語提供
阻害要因	ビジネスコストの高さ	・各種補助金によるイニシャルコストの低減支援 ・税減免によるイニシャルコストの低減支援
	人材確保の難しさ	・在留資格、雇用環境や制度に関する情報提供 ・人材のあっせん
	日本市場の閉鎖性、特殊性	・開放的な市場環境の整備
	規制・許認可制度の厳しさ	・規制緩和、手続の簡素化 ・許認可申請業務に関する情報提供、アドバイザーの配置
	行政手続きの複雑さ ⁽¹¹⁾	・ワンストップ窓口の設置

出所：筆者作成

3-2 地方における外資系企業立地の意義と地方自治体の取組

前節までの国による外資系企業誘致政策の目的・目標および具体的な取組をふまえ、本節では地方において外資系企業が立地する意義と地方自治体の取組について検討する。まず、2016年の通商白書によれば、「対内直接投資の拡大は、経営ノウハウや技術、人材などの外国企業の高度な経営資源が流入することにより、生産性の向上や雇用の創出に資するものである。このため、地方自治体が対内直接投資を積極的に呼び込むことで地域経済の活性化につながることを期待される」（p.280）とされている。

過去から企業誘致政策は日本の地方自治体における産業振興策として一般的なものであり、今日でも多くの地方自治体により取り組まれている。企業が立地しやすい環境整備として工業団地や工業水道の整備、巨額の立地助成金や税減免などのインセンティブが地方自治体による企業誘

致政策のメニューとして整備されてきたが、国内企業に対する企業誘致の取組は、実際には国内における地域間競争であり、日本全体としてみたときには企業立地という限られた資源を争うゼロサムゲームともいえる。この観点からでは、外資系企業を誘致して国外から資金や技術を導入し、雇用を生み出すことは地域経済の振興の点で有効である⁽¹²⁾。

外資系企業に限定したものではないが、企業誘致の地方におけるメリットに関する研究として廣瀬（2008）は（1）企業進出による生産、所得、雇用、人口の増、（2）進出企業を中核として地域固有の経済・経営資源が有機的に結合することによる産業集積の形成、（3）事業税・住民税等の税収の増と整理している。小竹（2003）は産業クラスターの観点から、地域経済に対する外資系企業等の R&D 機能導入は新しい価値連鎖を生み出す契機となることから、各地域では局地的な技術や関連・支援産業の存在、研究型大学・公的研究機関、各種インフラ等地域ポテンシャルを踏まえた誘致政策が必要であること、地方自治体等の誘致担当部門では専門性を有するスタッフの確保・育成が前提であること、また R&D 機能の誘致では、地域を舞台とした知的コミュニティ形成と研究者ネットワークを活用することが効果的であることを示した。

この点について Florida（2005）は、今日の知識経済においてクリエイティブ資本が都市の競争力を高める。都市の寛容性が能力のある人々をその地域に惹きつけ、創造性を有する人々が集まることにより、革新的な知識や技術が生まれるようなイノベーション創出につながると示している。このように、外資系企業の地方への立地は、企業進出による地域経済の拡大と産業集積の進展、税収増、そして知識や技術・経営方法の導入による地域イノベーションへの貢献が期待されることが、地域活性化を担う地方自治体による外資系企業誘致の意義と整理できる。

次に、地方自治体による外資系企業誘致政策についてまとめる。ここでは単に網羅的に地方自治体の事業内容を記述するのではなく、分析フレームワークとして地方自治体による外資系企業誘致のプロセスを（1）その地域の立地環境について認知度を高める「情報発信」、（2）いくつかの立地候補地のなかから企業に選択してもらう「立地促進」、（3）一度進出した企業がスムーズに操業を開始し撤退しないように進める「定着支援」の3つに分類し、どのような取り組みが地方自治体で実施されているかを確認した。

調査対象としては第1章でみたように外資系企業の立地は関東地域が全体の約8割を占めることから、本研究の対象とする地方における外資系企業誘致政策の地方自治体として、第2の外資系企業の集積地である関西の中心地である大阪府および大阪市、そして、中部に次ぐ4番目の集積地である九州・沖縄において人口が集中する中心都市である福岡県および福岡市を事例とし、上記フレームワークをもとに各地方自治体が行う外資系企業誘致施策を整理した（表8）。

特に定着支援について、福岡では福岡国際ビジネス協会（FIBA）という外資系企業と地元自治体が交流するイベントを開催している。FIBA は福岡を中心に活躍している外国人ビジネスパーソンおよび国際事業を展開している日本人ビジネスパーソンのネットワークづくりや、福岡・九州に関するビジネス情報の交換を目的とした団体であり、例えば2017年11月20日に開

表 8 地方自治体による外資系企業誘致政策の内容

分類	地方自治体による外資系企業誘致取り組みの概要
情報発信	・企業誘致を目的とする外国語によるホームページの整備 ・地域の立地環境を情報発信するセミナーの開催（国内外） ・立地可能性のある企業への直接的なアプローチ ・知事や市長によるトッププロモーション（国内外においてセミナーや企業への売り込みを首長自ら実施するもの）⁽¹³⁾
立地促進	・立地検討企業が一定期間無償で利用できるテナポラリーオフィスの提供 ・人の採用などの日本における会社の登記、雇用などの情報提供 ・補助金の整備（賃料助成、雇用に関する補助金など）
定着支援	・地域企業とのネットワーキング支援

出所：大阪府および大阪市、福岡県および福岡市のホームページおよびインタビュー調査に基づき筆者作成

催されたイベントでは、スウェーデン企業によるプレゼンテーションが実施されたのち、福岡県知事による県産品の PR と参加者との交流が行なわれている⁽¹⁴⁾。

地方自治体が外資系企業に対してこのような進出支援の取組を実施することの意義は、他国でビジネスを行うにあたり生じるリスクや不安の解消、公共の立場から情報提供などの支援を安価で行うことで、地域への進出にかかる物理的あるいは心理的負担や取引コストを削減できるところにあると考えられる。ビジネス上の取引において生ずる言語や商習慣によるリスクやそれに対処するためのコストを、地方自治体が市場に介入して多言語により市場情報を提供し、立地先の検討や市場調査にかかる取引上のコストを軽減することで、生産性の高い外資系企業を域内に立地させやすくし、独自の技術やノウハウを有するこれら外資系企業の外部経済効果として地域産業の高度化を図るものである。

4 おわりに

本研究では、グローバル化が進む今日の社会環境のなかで日本の地方における国際化として外資系企業の立地が重要であるという問題意識のもと、先行研究がほとんどないなかでの地方における外資系企業立地と地方自治体による誘致政策の整理を試みたものである。日本の地方における外資系企業立地の実態および地域経済の観点からの意義、そして行政による外資系企業誘致政策について、関係資料分析および事例研究により検討を行った。

日本における外資系企業の立地件数については東京に一極集中しており、関東・中部・近畿の3地域の大都市部で大勢を占めるが、地域経済において占める雇用者数の観点からでは、都市部と比較して地方における外資系企業の割合が高いこと、また、地方における外資系企業の雇用割合が高い地域において業種としては製造業が多いことを示した。次に、行政による外資系企業誘

致政策の実態としては、JETRO を活用した国の取り組みを整理するとともに、地方自治体の外資系企業誘プロセスを（1）情報発信、（2）立地促進、（3）定着支援に分類するフレームワークを提示し、地方に外資系企業が立地する意義と地方自治体の役割について検討した。

これまでの調査は、まだいくつかの地方自治体の外資系企業誘致の取り組みをまとめたものであり、外資系企業でも製造業と非製造業、先端的な R&D 機能と外食などサービス、地方自治体規模でも大都市と中小都市などの区分に応じて細かく検討していく必要がある。今後は、それぞれの地域や地方自治体の規模ごとの外資系企業誘致の取り組みに関する特性や、その効果および実績、誘致された企業は地方自治体の取り組みをどのように評価しているか、誘致政策を実施するための官民連携による体制構築といった観点について研究を深めたい。

註

- (1) 外資系企業の立地という観点では東京への著しい一極集中が見られることから、国として制度面での立地環境を整備し、海外に日本の情報発信を行うことはそのまま東京都への誘致につながる。日本に進出する外資系企業にとって東京以外の場所へ立地することは、それぞれ固有の理由があると想定されることから、地方における地域経済の活性化政策として外資系企業誘致をとらえたとき、なぜ外資系企業で地方に積極的に立地する理由があるのかを確認する必要がある。
- (2) 経済産業省（2016）企業活動基本調査速報統計表第8表産業別、従業者規模別総括表より、常時従業者数の総合計（15,058,623人）に占める製造業の人数（5,256,923人）の割合を求めた。
- (3) 内閣府平成28年度国民経済計算年次推計6.GDPの国際比較（1）主要国の名目GDPに基づく。
http://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/data/data_list/kakuhou/files/h28/sankou/pdf/kokusaihikaku_20171222.pdf（2018年11月12日閲覧）
- (4) 日本における外資系企業の行動と立地要因の検討については鈴木（2009）p.40を参考にした。
- (5) 例えば、三重県松阪市にはスペイン資本（三井物産が12.5%出資）である世界最大手の自動車プレス部品メーカーのゲスタンプ・オートモションが日本に初進出することを2017年に表明した。日本鉄鋼メーカーなどのホットスタンプ（ホットプレス）用鋼板を熱間プレス加工し、自動車用の高強度の部品を生産するのが狙いとされる。2017年2月23日には、同社の日本法人の社長が三重県知事や松阪市長とともに進出発表会を開催している。同社は三重県を選んだ理由を「日本の中心に位置し、同工場を拠点に全国をカバーすることが可能。また自動車産業の集積地であり、資材調達や専門人材の運用などでも優位性が見込める」としている。鉄鋼新聞WEB版2017年2月24日・11月20日情報更新に基づく。<https://this.kiji.is/207679119706062851>（2018年11月16日閲覧）
- (6) 経済産業省（2015）WEB版通商白書第3章対内直接投資の意義に基づく。
- (7) 2018年内閣府対日直接投資推進会議（第6回）会議資料1-3対日直接投資の現状を参考にした。
- (8) 外資系企業誘致にかかる国と地方との連携が進められており、具体的には対日直接投資推進会議のアドバイザーとして全国知事会会長・全国市長会会長が参加し、JETROが地方自治体と情報を共有するとともに、地方自治体の要望を把握できる取り組みを強化としている（外国企業の日本への誘致に向けた5つの約束p.7）。
- (9) 2018年7月10日JETROは奈良県の要望を受けて48カ所目の国内拠点として奈良貿易情報センターを11月に開所すると発表した。（JETRO記者発表「ジェトロ奈良貿易情報センター設置の決定について」に基づく）<https://www.jetro.go.jp/news/releases/2018/5313f9f163b223b6.html>（2018年11月24日閲覧）
- (10) そのほか、外務省は各地の在外公館で地方への企業誘致を目的としたイベント等を開催するとともに、2008年以降「地域の魅力発信セミナー」として地方自治体と協力して日本にある大使館や領事館

などの駐日外交団を対象として、地方の観光・産業・投資・企業誘致の政策や魅力を情報発信するセミナーを開催している。(外務省「対日投資の促進に向けた外務省の取組について」2018年5月17日対日直接投資推進会議資料に基づく)

- (11) これは外資系企業が日本で事業展開する上での阻害要因の第6番目であった。
- (12) 人口減少が進む地方において、外資系企業を誘致することは中小企業の人手不足をいっそう助長するという視点もある。地域に応じた外資系企業を誘致するとともに、外国人材の誘致・育成も労働供給の観点で重要であるが、本論点については今後の研究課題としたい。
- (13) 例えば、2016年8月には新潟を含む東北7県の知事らが台湾を訪れて観光客誘致をはじめとするインバウンドのトップセールスを行った際に、村井嘉浩宮城県知事は世界有数の自転車メーカーであるジャイアントの本社(台中市)を訪問し、同社の劉金標会長と面談、仙台市内への直営店開設を要望し、同会長から前向きな考えを示されたとされている(河北新報2016年11月6日18面記事に基づく)。そして、実際に、2017年9月15日には2011年の東日本大震災で大きな被害を受けた仙台市若林区に直営店がオープンしている。この外資系企業の出展は雇用者数としては小さなものだが、震災復興という観点から「ツール・ド・東北」というサイクリングイベントに協力する外資系企業が被災地に進出したというシンボル性の高い社会的影響の大きい事例と考えられる。
- (14) 福岡県ホームページ「知事公舎でFIBA(福岡国際ビジネス協会)イベントを開催」に基づく。
<http://www.pref.fukuoka.lg.jp/contents/fiba20171120.html> (2018年11月20日閲覧)

参考文献

- 小竹暢隆(2003)『外資系企業誘致システムと産業クラスター』生産管理 10(2), 1-8, 日本生産管理学会。
- 経済産業省(2016)『平成28年版通商白書』。
- 田坂敏雄編(2005)『東アジア都市論の構想』お茶の水書房。
- 似田貝香門・矢澤澄子・吉原直樹(2006)『越境する都市とガバナンス』法政大学出版局。
- 廣瀬信己(2008)『企業立地と地域経済の活性化—大阪府、福岡県の取組みを中心に—』レファレンス 691, 53-72, 国立国会図書館。
- 鈴木洋太郎(1994)『多国籍企業の立地と世界経済』大明堂。
- 鈴木洋太郎(2009)『産業立地論』原書房。
- 西川節行(2003)『外資系企業誘致による地域経済の活性化—関西への外資系企業誘致の方策に関し提言する』プール学院大学研究紀要 43, 143-162, プール学院大学。
- D'Aveni, R., Ilinitch, A. Y. and Lewin, A. Y. (1996) "New Organization Forms and Strategies for Managing in Hypercompetitive Environments," *Organization Science*, 7(3), pp.211-220.
- Dicken, P. (1998) "Global Shift-Transforming the World Economy-Third Edition," The Guilford Press. (宮町良宏監訳 今尾雅博他訳『グローバル・シフト—変容する世界経済地図(上)(下)』古今書院2001年)
- Florida, R. (2005) "Cities and the Creative Class," Routledge. (小長谷一之訳『クリエイティブ都市経済論—地域活性化の条件』日本評論社2010年)
- Porter, M. E. (1998) "On Competition," Harvard Business School Press. (竹内弘高訳『競争戦略論Ⅱ』ダイヤモンド社1999年)
- Sassen, Saskia (2005) "The global city: introducing a concept," *Brown Journal of World Affairs*, 11(2), pp.27-43.

2019年2月4日受理