

外資系企業誘致と地方自治体

鬼塚 義弘 *Yoshihiro Onizuka*

(財)国際貿易投資研究所 研究主幹兼総務部長

政府は 2005 年までに対日直接投資残高を 5 年間で倍増させるという目標を掲げた。この目標は概ね達成されたとして、さらに今後 5 年間で倍増させるという。政府・地方自治体は外資系企業誘致に一層力を入れることとなる。しかし、地方自治体は総じて苦戦している。自治体の外資系企業誘致合戦の様相を呈しているが、結局首都圏に立地されて不本意な結果となることが多い。

第 39 回外資系企業の動向（経済産業省）によると外資系企業 2230 社の都道府県別分布では、東京都 1564 社（70.1%）、神奈川県 224 社（10.0%）、とこの二都県で 80%を超えている。大阪ですら 147 社（6.6%）にしかすぎない。

地方自治体は外資系企業の中でも、製造業の誘致を望むところが多い。それは製造拠点での雇用増を期待してである。外資系企業が工場を立地する場合に、何がその決定要因となるであろうか。第 38 回外資系企業の動向（同）によれば最も高い比率を示すのが、「希望する敷地面積、建物面積が確保出来る」24.0%である。次いで「用地価格、不動産賃貸料、建設費、賃金等の事業コストが安い」21.4%となる。

筆者はかねがね外資系企業は東京に集中しているが、希望する広さの用地が安い価格で手に入れることが可能であろうか？首都圏に工場を保有することが出来るのであろうか？と疑問に思っ

てきた。一体外資系企業はどこに工場を持っているのだろうか。

東洋経済新報社発行の「外資系企業総覧」（2006年版）で、工場を持っている可能性の高い業種として自動車部品、電気・同部品、機械・同部品、精密機器及び医療機器を調べたところ、外資系企業 356 社のうち工場を有する企業は 102 社であった。この 102 社のうち東京に工場を持っているのは 5 社にしかすぎない。神奈川県は 13 社であった。残りは日本全国に分散して存在する。外資系企業は本社を東京に置くが工場の立地は日本全国に散らばるということがわかった。つまり、希望する広さの用地が安い価格で提供されるのは地方にしか出来ないからである。

合弁相手やM&Aした企業の工場所在地が地方にあり、全国に分散されるという要因もあるが、外資系企業の工場立地地域決定要因を満たすためには、首都圏以外の全国に展開せざるを得ない。工場を立地するには、神奈川県は東京より条件も良く優位性を持つ。

外資系企業はどのようなプロセスを経て工場を建設するのかみてみよう。進出時点から工場を造る企業もあろうが、日本企業の海外進出パターンはまず輸出であり、販売拠点を設置する。その後、アフターサービス等のサービス拠点、物流拠点と順次、機能を増やしていく。さらにコスト的に現地生産に見合う数量の輸出が確保されれば、製造拠点の設置となろう。開発拠点も加われば完全な現地企業となる。日本に進出する外資系企業はどのようなパターンを取るであろうか。

ジェトロが 2005 年実施した「第 11 回対日直接投資に関する外資系企業の意識調査」で進出時とその後の拠点機能の追加振りがわかる。進出時に保有した拠点で最も多いのは販売拠点であり、70.5%である。次いで多いのはサービス拠点 24.6%であり、次に

地域統括、管理拠点 17.3%である。製造・加工拠点は 13.6%であった。

進出時と調査時点での比較では、最も増加したのはサービス拠点で 138 社から 182 社と 44 社 (31.9%) 増、次いで物流拠点 30 社 (33.3%) 増、日本仕様向開発拠点 24 社 (34.8%) 増である。製造拠点は 76 社から 92 社になり 16 社 (21.1%) 増である。但し、業種を製造業に限れば、最も増加した拠点は製造拠点で 22 社 (43.1%) 増となっている。

販売拠点を設立することにより、日本市場に参入する。その後、製造、サービス、製品開発と順次拠点の機能を揃えていく過程が理解出来る。

進出当初は「販売拠点」からはじめても、その後「製造、サービス、開発」拠点と拡大している事実をみると、地方での外資誘致活動は販売拠点の誘致でも一向にかまわない。その後、製造拠点から開発拠点へと発展していくからである。また、たとえ日本での最初の拠点の誘致に失敗したとしても、その後順調に業務が拡大していけば、必ずや製造拠点や流通、開発拠点の設立となる。その場合、地方での立地が見込まれ、地方の誘致活動の成果が期待される。地方の誘致活動は 2 次投資の誘致に重点を置く方が展望が開けると考える。