

# 要 約

## 1. 調査の背景と目的

対内投資の促進のための環境整備において、企業誘致の主体となる地方の施策は重要であり、地方の外国投資誘致に向けた今後の取り組みの強化が期待されている。実際、地方自治体においても、対日投資環境整備への気運が高まっており、その手法を模索している段階にある。

諸外国においては、我が国に先んじて対内投資促進に向けての取り組みが活発になっており、それに伴ない地方における対内投資促進施策が我が国以上に充実しているとの指摘がある。本調査は、そうした施策の例を調査し、我が国の対内投資環境整備に資するものとするを目的としている。

## ．調査の方法

本調査は、株式会社第一勧銀総合研究所への委託調査として実施された。委託先においては海外直接投資促進関連機関、対日直接投資促進関連機関等からなる委員会を設置して検討を行った。委員会の構成は以下のとおりである。

(五十音順、敬称略、役職は平成9年3月現在)

「諸外国における地方レベルの対内投資促進施策の実態調査検討委員会」

|    |        |                             |
|----|--------|-----------------------------|
| 座長 | 櫻井 眞   | 株式会社三井海上基礎研究所 国際金融研究センター 所長 |
| 委員 | 足立 三千男 | 株式会社第一勧銀総合研究所 常務理事研究本部長     |
|    | 小林 東策  | 日本貿易振興会 情報サービス部 投資交流課長      |
|    | 佐藤 成美  | 横浜市経済局 産業開発担当 部次長           |
|    | 竹中 誉   | 株式会社エル・ビー・エス 代表取締役社長        |
|    | 滑川 雅士  | 経済企画庁調整局 対日投資対策室長           |
|    | 平木 宏二  | 日本開発銀行 国際部 総務企画班 副長         |

事務局 株式会社第一勧銀総合研究所

|  |        |                        |
|--|--------|------------------------|
|  | 小野寺 亮一 | 研究開発部 経済産業調査グループ 主任研究員 |
|  | 山菅 克也  | 研究開発部 国際調査グループ 副主任研究員  |
|  | 鈴木 毅彦  | 研究開発部 国際調査グループ 副主任研究員  |
|  | 公田 明   | 研究開発部 国際調査グループ 研究員     |
|  | 松本 英之  | 研究開発部 国際調査グループ 研究員     |

### 用語の説明

本調査では、次のように用語を定義している。

- ・外国企業 主として在外外国企業。時に在日外資系企業を含む。
- ・外資系企業 在日外資系企業。
- ・国(あるいは都道府県、市町村)と国レベル(あるいは都道府県、市町村レベル)  
国は政府を指す、国レベルは国および国の関連機関。(都道府県、市町村についても同様)

## ・調査結果

### 第1章 対日直接投資と地方における企業誘致の関係

我が国では1995年6月「対日投資会議声明」が発表され、対日投資拡大に積極的に取り組んでいる。対日直接投資は、最近是非製造業を中心に着実に増加する傾向を示している。

我が国の対内直接投資残高は、199億ドル（1995年）と対外直接投資残高2,962億ドルに比べ極めて低い水準にあるが、フローベースでは、80年代後半から90年にかけて急増し、最近是非製造業を中心に着実に増加する傾向を示している。（図表0-1）

我が国は、戦後以来、外資の対日進出を厳しく規制していたが、1960年代に入り段階的に資本自由化が進められ、1990年には「直接投資の開放性に関する声明」が出され、国として対日直接投資を歓迎する立場が示された。さらに1994年対日投資会議が発足し、我が国の対日直接投資促進施策は一層の充実を見せるようになった。

我が国の対日直接投資促進施策には、国際的な投資自由化が進む中で、投資の相互交流を促進することが世界経済の発展に重要であるという認識が背景にある。また対日投資による我が国経済の活性化が期待されている。

地方では、国の産業立地政策の転換、国際的な大競争時代の到来、地方分権の進展などから、国の対日投資促進施策ともあいまって、競争力のある企業を広く海外から誘致する気運が高まっている。

地方自治体における企業誘致活動は、中央から地方への企業の移転を目的とした産業立地政策の転換、企業活動のグローバル化と国際的な大競争時代の到来、地方分権の進展などの環境変化にとりまかれている。国においては対日直接投資促進のために地方における外国企業誘致の取り組みが期待されているが、地方においても、このような環境変化のもと、競争力のある企業を広く海外から誘致する気運が高まっている。

### 第2章 我が国の地方における外国・外資系企業誘致の現状

我が国の国レベルの対日直接投資促進施策は主として対日投資の初期段階に対応するものになっている。

我が国の国レベルの対日直接投資促進施策は、低利融資、債務保証、優遇税制、情報提

供やアドバイス等、主として対日投資の初期段階に対応するものになってる。これらはいくつかの機関の間で役割分担がなされている。誘致対象企業の探索、国外における情報提供は主として日本貿易振興会（JETRO）が行っている。対日直接投資の一元的・総合的な窓口として株式会社対日投資サポートサービス（FIND）が、外資系企業に対する支援を行っている。平成8年度からは、日本開発銀行によるM & Aに関連する融資制度が創設された。また、JETROでは、国際的な地域間経済交流を支援する「LOCAL TO LOCAL」事業が実施されている。

対日投資会議では、外国企業等からの意見・要望を組みあげ施策への反映を図ると共に、対日投資促進施策の周知、重要な投資関連事項に関する勧告等を行っている。

企業誘致は都道府県および政令指定都市の産業政策の中で重要な位置づけを与えられているが、外国企業誘致に対する取り組みには自治体ごとに濃淡がある。

我が国の地方における企業誘致は、都道府県および政令指定都市（以下都道府県）の企業誘致担当セクションが主体となっている。企業誘致の目的は、地域内の産業構造の転換、地域の雇用創出等である。企業誘致は都道府県の産業政策の中で重要な位置づけを与えられている。

外国・外資系企業誘致は、ほとんどの都道府県で国内企業誘致セクションと同一のセクションが担当している。外国・外資系企業誘致に対しては積極的に取り組んでいる自治体が見られる一方で、ノウハウの不足や外国企業誘致の費用対効果を疑問視し必ずしも積極的ではない自治体が見られるなど取り組みには濃淡がある。

海外拠点で誘致を行っている自治体は少ない。自治体の企業誘致セクションに在籍する職員は、ほとんどが自治体の生え抜き職員であり、2～4年程の期間で他部門へ異動する。

企業の探索は、国内企業誘致と同様、PR活動により地域の投資環境を紹介することが中心である。外国企業向けのパンフレット等PRツールはほとんどの自治体に整備されている。通商産業局管内等の広域レベルで都道府県、地方通商産業局、電力会社や地元企業が連携し外国企業誘致を行う取り組みもなされているが、各都道府県の競合により中核的な主体とはなり得ていない。

地域への進出に関心を持った企業に対しては、企業のニーズに応じた具体的な誘致活動が行われている。

地域へ進出した企業のアフターケアについては、積極的、意識的には行われていない。

これは日本企業誘致の場合、進出後に特段不便を感じることもなく、事業が順調に進まない場合は、企業自らが対応することが可能であったことによる。

我が国の地方自治体におけるインセンティブは補助金、地方税減免、低利融資が中心である。インセンティブは、各自治体とも同じようなメニューになっているが、補助金、低利融資については各自治体で企業ニーズにあわせ運用が工夫されている。

各都道府県では、情報収集、誘致企業に対する支援等のために、JETRO や FIND をはじめ、駐日大使館、駐日州政府事務所、地元企業等との多彩な連携が行われている。

### 第3章 米国の地方における企業誘致

米国の地方における外国企業誘致は、各州政府が中心となっている。州政府以外に、郡・市政府や、商工会議所、地方団体と民間企業との共同誘致組織、地域の電力会社等、多様な誘致主体による外国企業誘致活動が見られる。

米国の地方における外国企業誘致主体は州政府である。米国の場合州政府のほかに、州内の郡・市政府や商工会議所、地方団体と民間企業との共同誘致組織（アライアンス）や地域の電力会社等が、州政府の外国企業誘致活動を支援している他、独自の外国企業誘致活動を行っている。

米国各州の企業誘致の目的は 1980 年代は失業対策であったが、最近は雇用の維持と所得水準向上のために、より付加価値の高い産業の誘致を行うことが大きな目的とされている。

州による外国企業誘致では、在外事務所での情報収集活動が重視されている。在外事務所では現地の専門家を雇用して、長期的安定的な外国企業誘致活動が行われている。

米国では、どの誘致主体においても、誘致担当者は専門家として位置づけられており、豊富な経験、広い人脈を持つとともに、一定の権限を持っている。

誘致企業の探索のためには、新聞記事等の公開情報のほか、在外事務所の独自の人脈が重視されている。また既に地域に立地した外資系企業等からの紹介が重要な企業探索手段とされている。

州政府では、在外事務所および進出候補地の誘致主体と連絡をとり、外国企業誘致を進めている。インセンティブを含む様々な支援策や進出条件等の交渉は州政府により一元的に行われる。地域への進出に関心を持った企業に対しては、州や郡・市の主張によるトップセールスが行われる。

地域への進出が決定した後には、企業が直面する事業に関わる問題（従業員の雇用等）

や外国人駐在員の生活に関わる問題に対して、州をはじめとする様々な誘致主体により支援が行われる。

インセンティブは、各州において、税金の減免、インフラ整備、州の費用負担での労働者の職業訓練、低利融資などが行われている。補助金は一般的なインセンティブではない。インセンティブは、一括パッケージとして誘致対象企業に提示される。

#### 第4章 英国の地方における企業誘致

英国における外国企業誘致は国が主体となっていくつかのカウンティ（我が国の県に相当）をカバーする広域地域開発公社が、地域の企業誘致主体として、企業探索から進出企業に対するアフターケアに至る一貫した外国企業誘致活動を行っている。

英国における外国企業誘致主体は、英国貿易産業省(DTI)に設けられた対英投資局(IBB)が主体となっている。また、いくつかのカウンティ（我が国の県に相当）をカバーする広域地域開発公社(DTIとカウンティ等の出資により設立)が、海外での企業探索から進出企業に対するアフターケアに至るまでの一貫した誘致活動を実施している。

英国の外国企業誘致の目的は、既存産業の衰退、産業の空洞化により発生した失業の解決である。

英国では、企業を英国に引き付けるための方法として、対外PRが重視されているほか、公開された企業リスト等から誘致対象企業を絞り込み個別に誘致活動が行われている。

英国では、在外大使館が誘致の窓口となっている。企業が英国への進出に関心を示すとIBBが窓口となり、進出地を企業がある程度絞り込むと広域地域開発公社が窓口となる。

英国政府の方針ではIBBが各地方をまとめる外国企業誘致の一元的窓口とされているが、実際には力のある広域地域開発公社は海外において独自の誘致活動を行っている。

インセンティブは、補助金を中心となっている。他に特徴的な制度としてエンタープライズゾーンがあげられる。インセンティブの内容は企業との交渉により決められる。また、各種のインセンティブが広域地域開発公社によってパッケージとして企業に提示される。

#### 第5章 ドイツの地方における企業誘致

ドイツの外国企業誘致は州レベルが中心となる。州と市町村の間には外国企業の進出段階にあわせ誘致活動の連携が見られる。

ドイツの外国企業誘致は州レベルが中心となっている。ヒアリングを行ったノルトライ

ン・ヴェストファーレン州（NRW 州）やヘッセン州では、州の経済振興公社が企業誘致の窓口になっている。州の経済振興公社は海外拠点を設け、外国企業誘致に取り組んでいる。市町村は、州が初期段階の誘致活動を担当する中で、企業の進出が固まっていく段階で企業に対する様々な支援を行う主体として外国企業誘致に関与する。また市町村の中には、単独で誘致活動を行うところもある。

ドイツにおける外国企業誘致の目的は、NRW 州もヘッセン州も雇用の確保が大きな目的となっている。

企業の関心を引き付ける企業誘致の初期段階では、セミナーやミッションなどのPR活動が重視されている。

インセンティブのうち主なものは補助金である。経済的なインセンティブに関しては、内外無差別を厳格に守っている。

NRW州では、地域間の経済交流により、投資交流や技術交流等を促進する試みがなされておき、日本との間では、長崎県および静岡県と交流が行われている。

## 第6章 我が国の地方レベルの対日直接投資促進施策のあり方

我が国の地方レベルの外国企業誘致施策は、企業探索、誘致活動については諸外国と比較して基本的には大きな差はない。ただし外国企業誘致に取り組む時期が遅れたことにより誘致体制が十分ではないこと、外国企業のニーズにあわせた誘致活動が十分ではないことが特徴としてあげられる。

諸外国と比較した我が国の地方レベルの外国企業誘致施策の特徴としては、次のものがあげられる。

失業の増大等の深刻な問題が顕在化していないうえ、資本取引が自由化されたのが1980年代になってからであり、外国・外資系企業誘致の取り組みは諸外国と比べ遅れた。しかし最近になり、取り組みについては前向きな姿勢が示されている。

取り組みが遅れたこと等から、体制面について、国、地方等の誘致主体の連携や海外誘致拠点、市町村や民間企業の参画等の点で諸外国と比べ十分ではない。

一方、企業の探索方法や企業誘致活動については我が国の地方における国内企業誘致手法と諸外国の外国企業誘致手法には、体制面に關わる問題を除けば大きな差はない。国内企業誘致を外国企業誘致に応用するために外国企業の経営スタイル等に対する知見が求められ、長期的な取り組みやコスト負担が必要とされる。

アフターケアについては、我が国では誘致する企業が地域の事情をよく理解している日本企業であったこともあり、意識的に行われている例は少ない。

インセンティブについては、諸外国では、補助金や免税等に加え職業訓練や取付道路の整備等がパッケージ化される。また外国企業のニーズに基づき、事業に対する支援や駐在員の生活に関する支援がインセンティブとして提供され、支援施策のメニューは多彩である。

地方レベルでの外国企業誘致のあり方を構想する上で、取り組みの明確化、多様な主体の参画、連携とリーダーシップ、専門性の蓄積が重要なポイントとしてあげられる。

地方レベルでの外国企業誘致のあり方を構想する上で、重要な論点として次の点が重要であると考えられる。

【取り組みの明確化】外国企業を歓迎するスタンスを地方自治体が明確に打ち出し、それが地域の誘致主体に一貫性をもって行き渡ることが重要である。外国企業誘致は単に一個の外国企業を誘致するにとどまらず、地域の産業政策の戦略性、地域経済の魅力等が総合的に世界の企業にアピールするものが問われるものであり、トップが参画するにふさわしい施策と言える。

【多様な主体の参画】諸外国では行政機関、企業、地域住民等様々な主体が外国企業誘致に参画している。多様な主体の参画は外国企業誘致の幅を広げると共に、地域における国内企業誘致以上に求められるノウハウ蓄積、サポート拡充等の対応を支持する。

【連携とリーダーシップ】都道府県や市町村間の「横」の連携、国、都道府県、市町村間の「縦」の連携が必要である。連携により各誘致主体間相互で予算や人員、権限等の相互補完が可能になる。連携を主導するリーダーシップをどの主体に与えるかが今後の検討課題とされる。

【専門性の蓄積】外国企業誘致担当者は「外国」の「企業」と「自国」の「自治体」や「企業」「地域社会」を結びつける役割を担い、双方の文化や企業の経営スタイル、自治体の事情等を的確に把握し誘致活動を行う専門的な能力が求められる。

【外国企業の満足度】インセンティブのデザイン、サポートの拡充等を図るにあたり外国企業の満足度を高めるものが何かを把握しなくてはならない。そのためには外国企業との対話を継続することが重要である。

諸外国および我が国のそれぞれの地方における外国企業誘致施策から、我が国の地方レベルでの外国企業誘致の具体策の構築に向けて参考となる手法や考え方を示した。

調査を通して、諸外国の様々な誘致手法や背景にある考え方を学んだ、その内容について事例が紹介されている。

その内、地方の自主性にしたがって取り組みが期待される事項として、 目的の明確化、 長期継続的な取り組み、 専門セクションの設置、 海外拠点の充実、 外国企業満足度が示されている。

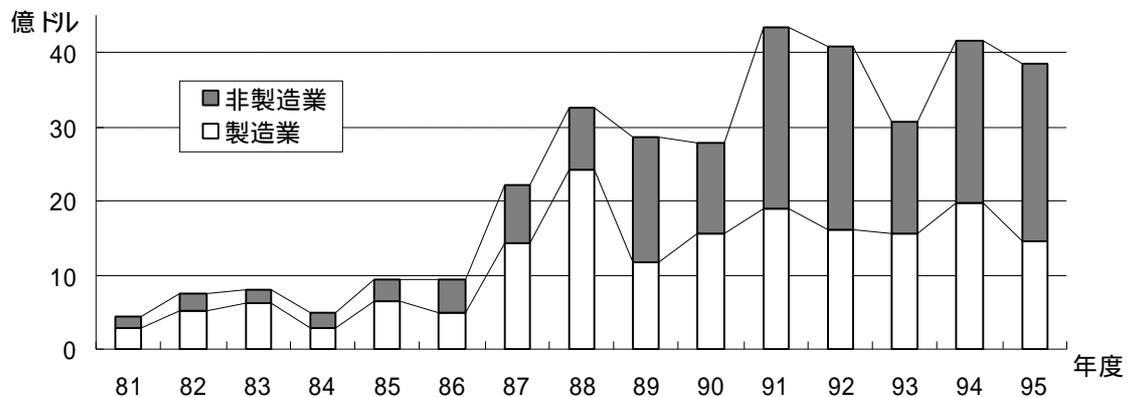
また、地域の多様な主体の参画により検討が期待される課題として、 広域連携、 外資系企業との対話、 専門的人材の育成、 アフターケア、 情報の提供があげられる。

さらに、地域外の主体との間での調整が必要な検討事項として、 連携、 民間活力の利用、 インセンティブの創造、 インセンティブのパッケージ化、 インターナショナルセンターがあげられている。

外国企業誘致活動は、細かなノウハウの積上げにより全体としての拡充が図られていくのであろう。今後、地方自治体において外国企業誘致が長期的に行われる中で、地域の実状にあわせた一層の創意工夫が求められる。

最後に外国企業誘致において、外国企業のニーズを理解することの重要性から、都道府県・政令指定都市と在日外国経済団体との間での対話の機会を設けることが提案されている。

図表 0-1 対日直接投資の推移（フロー、金額）



資料：大蔵省届出統計