

1 - 3 日本経済にとっての外資系企業誘致の意義

政府は、1994年に対日投資会議を設置し、外国企業の対日投資を積極的に評価、促進する姿勢を明らかにした。情報化の進展等を背景に、企業の事業活動が急激にグローバル化していく中で、近年の我が国経済に対する外資系企業誘致の重要性は増している。ここでは、外資系企業の誘致をこれまで以上に積極的に促進していくことの必要性について述べることにする。

第一に、対日直接投資は、海外からの優れた経営資源の流入であり、企業家精神の刺激と競争の促進を通じて日本経済の活性化に寄与するものである（参考事例 ）。。

第二に、外資系企業による対日投資の拡大は、日本市場のシステム変革に向けての牽引力となることである。近年、情報化の進展、通信・輸送技術の発達等を背景に、経済活動のボーダレス化が進んでいる。端的には、日本や欧米諸国からの資本、技術の流入等により、東アジア諸国の経済レベルが向上するとともに、国際的な分業体制が構築されてきている。

こうしたなかで、各国政府は自国市場を保護するのではなく、貿易や投資の障壁を低くし、種々の制度をグローバルスタンダードに近づけることを通じて、内外の企業を自国に引き付け、経済の活性化を推し進める方向にある。我が国においても、従来の日本型市場システムを変革し、早急に世界に通用する新たな日本型システムに移行していくことが求められている。外資系企業の日本市場への進出は、いわば二つのシステムが一つの市場で競合することである。これまでの日本のやり方にとらわれない外国企業が多く日本で活躍することにより、我が国固有の規制や商慣習の見直しが図られ、経済社会システムの透明化など開かれた経済社会の構築が可能となる（参考事例 ）。。

第三に、製造業と比較して、特に生産性の低い非製造業の生産性向上が期待できることである。一般的に、国際競争にさらされる貿易財部門は、非貿易財部門に比べて生産性上昇率が高いとされる。この貿易財部門の生産性向上に伴う名目賃金の上昇は、非貿易財部門にも一部波及するが、それが非貿易財部門の生産性上昇を上回る分は価格に転嫁され、物価水準が上昇することとなる。日本の場合、貿易財の中心となる工業製品の生産性上昇率が大きい結果、貿易財部門と非貿易財部門の生産性格差が他国と比べて大きい。このため、裁定が働かない非貿易財の価格が相対的に高くなり、一般物価水準が海外に比べて割高となっていると言われている。

非製造業の分野には、規制、制度、商慣行等といった人為的要因によって競争が阻害さ

れている非貿易財が多い。これらの非貿易財の分野において、規制緩和等により競争阻害要因が取り除かれるなどの競争条件が整備されている財も増えてきており、情報通信、金融・保険業がその代表例として挙げられよう。これらの財について、海外からの競争力のある外資系企業が進出することによって競争が激化すれば、生産性向上が促され、我が国の高コスト体質の是正につながるものと期待される（参考事例 ）。。

第四に、国境を越えたM&Aは、我が国企業の事業戦略にとってプラスとなることである。世界レベルでのマーケットの競争で生き残っていくため、企業は単独で活動を行うだけではなく、戦略的に提携を図ったり、企業の買収・合併を進めるなどして、急速に変化する市場のニーズに適応するための方法を模索している。昨今の大型企業によるM&Aはその表れと言える。特に、ハイテク分野についてみても、技術進歩や市場のニーズの急速な変化に対応するため、M&Aを通じて、短期間の間で市場の変化に適応することが求められている。

1995年の世界のクロスボーダーM&A（国境を越えたM&A）総額は2,372億ドルと史上最高を更新し、先進国向け投資の大半はM&Aの形態をとるようになってきている。欧米の企業では拡大した事業のうち比較優位のある部門を強化する一方で、収益への貢献が少ない部門を売却するなどクロスボーダーM&Aを活用した事業の再編、活性化を進めるケースが多くみられる。日本におけるM&Aの動向をみると、外国企業による国内企業のM&Aは低水準にあるものの、直近では株価下落や円安による投資コスト低下や、外国企業が日本企業のリストラの対象となった事業部門を買収するケースの増加等から、増加の兆しが窺える。今後とも、日本においても外資系企業との提携、合併等の活用を積極的に進めていく必要がある（参考事例 ）。。

図表1-7 クロスボーダーM&Aの地域別シェア

（単位：％）

	I N - O U T		O U T - I N	
	90年	95年	90年	95年
世 界	100.0	100.0	100.0	100.0
先 進 国	95.4	89.4	83.1	70.3
欧 州	61.0	45.4	41.1	31.7
E U	57.0	41.9	37.6	30.9
ベルギー	0.4	3.2	0.7	2.2
フランス	14.0	5.7	3.9	5.6
ドイツ	10.0	9.2	5.0	2.7
オランダ	2.6	4.9	1.3	1.1
英国	16.0	10.6	15.7	15.3
ス イ ス	3.1	2.5	2.7	0.4
米 国	13.6	27.8	34.0	26.2
日 本	15.7	6.9	0.1	0.7
途 上 国	4.7	10.5	11.3	27.7
中 南 米	0.2	1.1	5.3	4.6
ア ジ ア	4.4	8.8	5.9	12.8
東 南 ア ジ ア	3.0	8.2	5.7	12.5
香港	0.7	1.7	1.2	0.4
シンガポール	0.2	1.1	0.4	0.3

注) 金額ベース。
I N - O U T : 各国企業の外国企業に対するM & A。
O U T - I N : 外国企業の各国企業に対するM & A。
途上国には旧ソ連・東欧を含まないなどの理由から、先進国と途上国のシェアの合計は世界（100％）と一致しない。
E Uは15か国。

出所：日本貿易振興会編『1997 ジェトロ白書 投資編』

参考事例：日系自動車メーカーの誘致により活性化したイギリス自動車産業

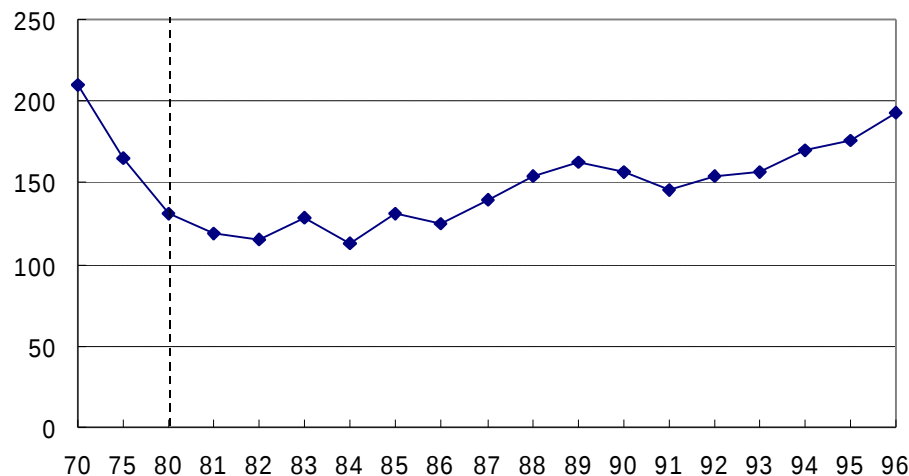
外資系企業には自国にはない優れた経営資源を持っていることがある。誘致対象を外資系まで拡大することにより、国内企業だけに目を向けていたのでは得られない優れた経営資源を導入する機会が得られる事例として、以下イギリスの自動車産業の例を取り上げる。

イギリスの自動車産業は、生産体制の近代化への乗り遅れから急速に国際競争力を失い、1970年に200万台あった生産台数は84年には113万台にまで低下、輸入車シェアが50%を超える深刻な不況にあった。イギリス政府は国有化されていた国内メーカーの民営化に加え、外資系、なかでも優れた生産技術を有する日系自動車メーカーを強く擁護し、対英進出を積極的に支援する政策をとることによって同産業の立て直しを図ろうとした。80年代後半以降、トヨタ、日産、本田が対欧州の輸出拠点として相次いでイギリスに生産拠点を設立、関連部品メーカーも追隨して進出した結果、日系メーカーの工場が本格稼働期に入った96年には同国の自動車生産台数は過去20年で最高となる192万台に回復している（図表1-6）。なお、自動車産業に限らず日系企業の進出が増えている同国では、現在260社の日系企業が6万人の雇用を生み出していると言われている。

当時、イギリスの自動車産業を救済できる優れた経営資源はイギリス国内には存在しなかった。一方で、日本にはその担い手となりうる企業が存在した。もし誘致すれば国内の自動車産業を競争の嵐の中に巻き込むことを覚悟せざるを得ないが、誘致しなければ衰退を免れないという苦渋の選択の中で、イギリスは前者の選択を行った。これにより、競争促進を通じて国内産業の生産性を高め、経済の活性化を図るという、国内だけに目を向けていたら得られなかったであろう効果が得られた。

図表1-6 イギリスの自動車生産台数

（万台）



出所：イギリス自動車工業会

年

参考事例：トイザらス進出を契機とする流通取引慣行の見直し

米国の玩具専門店トイザらスの進出は、日本の玩具業界に長く続いた取引慣行を変化させ、流通革新、価格設定の弾力化を進める契機になったといわれている¹。公正取引委員会の『玩具業界の流通実態調査報告』では、トイザらスが対日進出したことで大手の専門量販店の出店が促され、メーカー、卸業者、小売業者の各段階で取引慣行、流通構造が変化したと報告されている。

参考事例：米国のマルチプレックスシアターの福岡進出

国内には存在しない新しい経営手法が導入されることによって地域における当該産業の市場規模自体が拡大される例である。

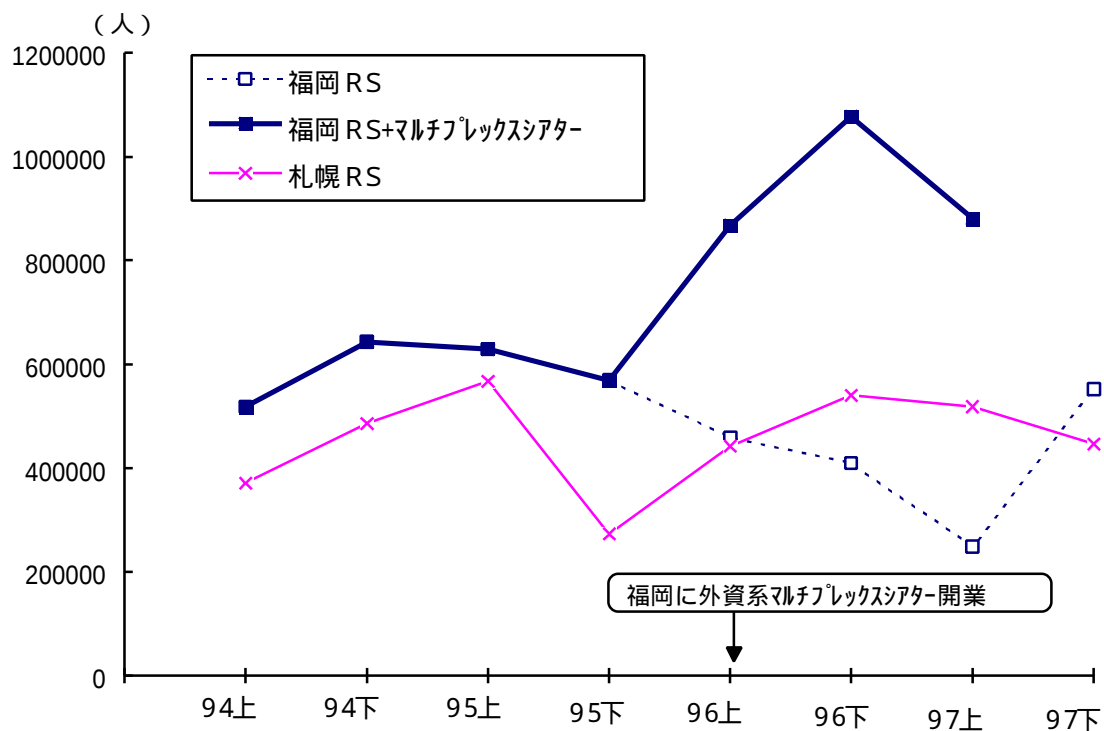
イギリスの映画産業は、テレビやビデオ等の家庭用メディアの発達、配給会社の寡占化による高めの料金設定によって70年～80年代前半にかけて次第に娯楽産業としての魅力を失い、老朽化した施設の更新投資もままならない状態が続いた。しかし米国で成功を収めたマルチプレックスシアターがイギリスに進出して以降、長期低落傾向を辿っていた入場者数が増加に転じ、95年には1億1千5百万人と10年前の2倍以上の水準まで回復している。マルチプレックスシアターは、複数のスクリーンを使って同時に数多くの映画を上映するとともに、各フィルムの集客状況を見ながら上映スクリーン規模の変更ができるため、予測が困難な当たり外れというフィルムリスクを軽減することが可能な経営システムである。また、他の商業施設との複合化によりさらに娯楽施設としての魅力を高めることができるという利点もある。このシステムの導入により、イギリスの映画興行界は、観客の呼び戻しに成功し、経営の安定化、収益力向上に成功した²。

イギリスで成功を収めた米国のマルチプレックスシアターA社は、96年4月に日本でも福岡に第一号施設を開業させている。同社が対日進出を決めた理由は、日本の映画興行界がかつてのイギリス同様、1シアター1スクリーンの後進的な興行システムをとっており、娯楽産業として未成熟な点が多い点を考慮すれば、現在の市場規模はさほど大きくないものの、今後の成長性が見込めるためであった。A社のメガ・プレックス開業後、福岡における映画観客動員数は飛躍的に増大し、それまでほぼ同規模のマーケットであった札幌と比較して地域の映画集客力に明らかに格差が生じており、外資参入を契機に地域の市場規模が一まわり拡大した様子が見てとれる。

¹ 篠崎彰彦・乾友彦・野坂博南『日本経済のグローバル化 - 対内直接投資と貿易構造の実証分析 - 』東洋経済新報社、1998

² 脚注1に同じ

図表 1-9 福岡と札幌の映画観客動員数（代表館）



注：RSは洋画系地域代表館の合計。福岡のマルチプレクスシアターの動員数は新聞報道をもとに推計。
出所：文化通信社「AVジャーナル」掲載データ，新聞記事等より日債銀総合研究所作成

参考事例：M&Aにより活路を拓いた日系音響機器メーカーの例

日本の中堅音響機器メーカーB社はアジア系企業C社に買収されることによって活路を切り拓いた例として注目される。B社の製品は円高によって国際競争力が低下し、市場も飽和状態に近いとされており、資金面や体力面の制約から経営の自立再建の展望が描けない状況にあったが、同社の持つミドルテクの技術に注目した韓国のC社がB社を買収した。これにより、B社は、C社と結びつくことで販売チャネルをアジアをはじめ海外に拡大させることができたほか、C社の研究拠点を日本に招いたことで自社の有する技術をさらに発展させる礎を築くことに成功した。国境を越えたM&Aならではの効果として、国内企業同士では認識されない比較優位性が発揮できることで、救済合併ではなく対等の立場が維持された点も見逃せない。例えば、‘Made in Japan’というステータスは日本企業同士では何の魅力もないが、外国企業からみると高品質のブランドイメージを生み出す優位性と映る³。

このケースは、そのままでは衰退を免れない産業でも、海外のプレーヤーと結びつくことによ

³ 篠崎彰彦・遠藤業鏡「対日直接投資と外資系企業の分析」『調査』日本開発銀行, 1997年3月

って、経営の安定化、販路の拡大を果たし、既存の技術を埋没させずに生かすことができるという事例といえる。