

1 - 5 地方レベルで外資誘致に取り組むことの意義

本調査では、地方レベルでの外資誘致に取り組むことの意義を整理しておきたい。

まず、外資系企業誘致に限らず、企業誘致は地域の産業振興策のひとつであり、あくまで地域が主体となる活動である。折しも地方分権が進められており、中央集権的なシステムによる画一方式の地域振興から脱却し、多様性を重視した個性豊かな地域社会を形成することが課題となっている。この背景には、地域における住民のニーズ、地域の特色を把握しているのは国ではなく地域だということがある。

外資系企業の誘致についても同様のことが言える。外資系企業を最終的に受け入れるのは地域であり、それぞれの地域における、事業活動に必要な情報を提供できるのは地域である。

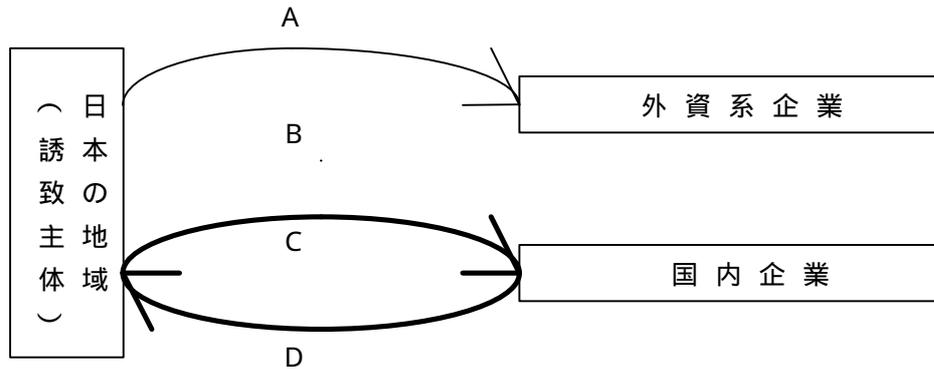
しかしながら、地域レベルの取り組みだけでは、外資系企業の誘致で鍵となる「情報」が十分誘致の対象となる企業に行き届いていない可能性があり、これを補う意味での国の支援が必要と考えられる。

前節でみたとおり、外資系企業誘致は地域にとってプラスの効果をもつにも拘わらず、国内企業の誘致ほどは取り組みが積極的ではないことの理由として、地域側、外資系企業側の双方において、国内企業誘致の場合に比べはるかに深刻な情報不足が生じているとみられる。図表1-10に示すように、外資系企業における情報不足には、誘致主体である地域が把握している国内企業に関する情報（C）が、外資系企業に関する情報（A）よりも少ないため、外資系企業の誘致にはコストがかかる。また、外資系企業が有する事業活動に必要な地域の情報（B）は、国内企業が有する情報（D）と比較して少ないため、外資系企業は競争上不利な状況に置かれている。これらの二つの問題の存在が対日投資促進の際の障害となっている。

こうした、地域、外資系双方で生じている情報不足を埋めなければ対日投資の促進は図れない。それにはまず何よりも、地域の資源、潜在力、地域住民のニーズ、個々の企業のニーズ等を第一次情報として把握することのできる立場にあり、誘致の直接的な効果を受ける主体でもある地方レベルが主体的に取り組まなければならない。同時に、国もそれを支援していくことが望まれる。

図表1-10 外資系企業誘致における情報不足

日本の地域のもつ国内企業に関する情報（C）、国内企業のもつ日本の地域に関する情報（D）に比べて、日本の地域のもつ外資系企業に関する情報（A）、外資系企業のもつ日本市場・制度・社会等に関する情報（B）がそれぞれ相対的に少ないことが対日投資を進みにくくしている。



A < C : 地域（自治体）側において外資系企業に関する情報が不足 誘致活動水準に影響
B < D : 外資系企業側において国内企業と比較した時の日本市場・制度・社会等に関する
情報不足 外資系企業にとってハンディ

出所：日債銀総合研究所作成