

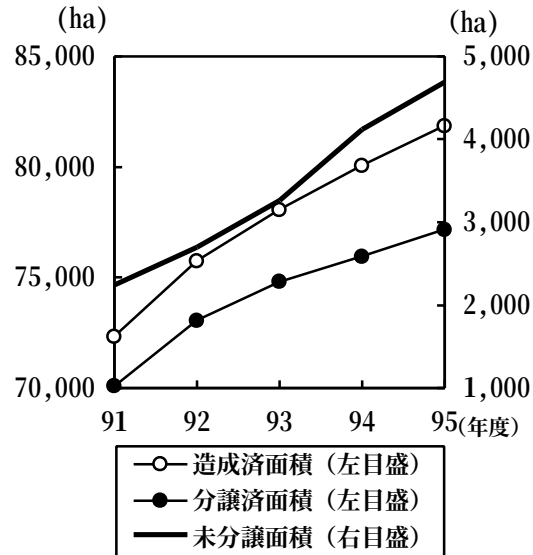
4-3 民間のノウハウを活用した非製造業を含むトータルな外資誘致体制の確立

(1) 非製造業を含むトータルな外資誘致体制の確立

バブル時には製造業の工場増設意欲が強かったこともあり、地方自治体にとって工業団地の分譲を進めることが企業誘致の大きな柱であった。工業団地が地域に与える影響を考えると、環境面でマイナスの部分もあるが、造成等で主に地場企業の受注に貢献すること、実際に工場が立地する際には新たな雇用を生むこと等、プラスの点が指摘できる。商業、サービス業等の誘致と比べて地場企業との競合が少ないことも、製造業の誘致を後押しした面がある。

日本企業はバブル崩壊以降、増設投資よりもスリム化を優先していること、また1ドル100円を切る円高に直面して海外での立地を進めたこと等から、工場立地件数は低下傾向にある。

図表 4-4 工業団地の造成・分譲状況



出所：総務庁資料

図表 4-4 は、全国における工業団地の造成・分譲状況を示したもので、工業団地の未分譲面積（造成済面積から分譲済面積を差し引いた面積）が着実に増加しているのがわかる。こうした環境にも関わらず、新たに着手される、あるいは造成が進められる工業団地も散

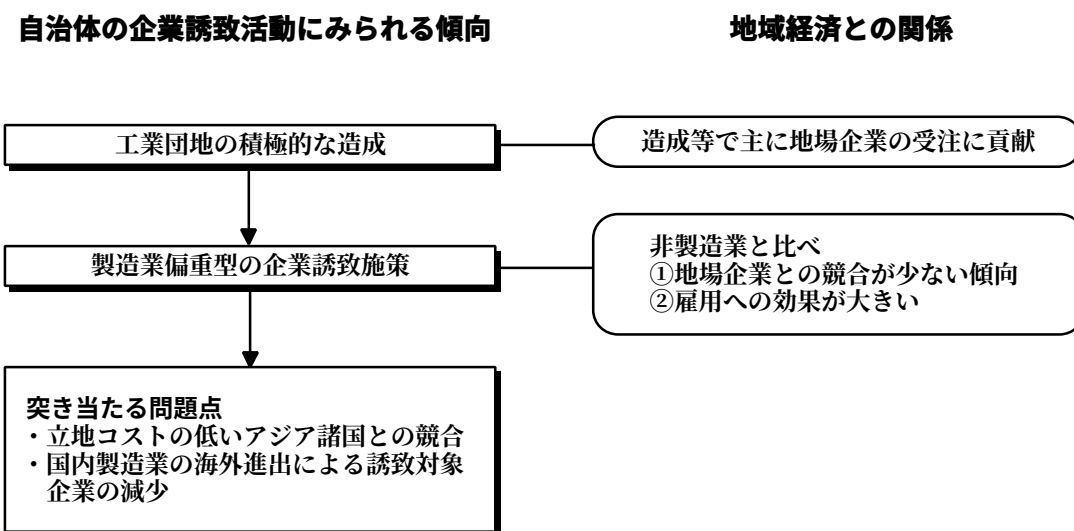
見される。

この工業団地の造成・分譲は、地域振興整備公団と地方自治体が事業実施主体となっている。分譲開始から完売までの期間は、地域振興整備公団の中核工業団地でみれば、最短で3年、最長で13年、平均で7.3年と長期間にわたっており、分譲が促進されないために管理費用が増大し、自治体の財政を圧迫している例もみられる。

工業団地を造成する過程は、地場企業や地域の雇用にとってプラスとなるが、未分譲の工業団地が増えることは地域の活性化に貢献しているとは言い難い。従来、我が国の自治体は、工業団地造成型の産業政策と製造業を対象とした企業誘致活動をセットで推進してきた結果、立地コストの低いアジア諸国との競争に巻き込まれて苦戦を強いられてきたといえる。

こうした中、新たな取り組みを始める自治体もでてきている。一つは、工業団地の販売対象を製造業以外にも広げる動きである。もう一つは、外資系企業の誘致に関しては、誘致対象として非製造業にも目を向け、誘致活動の幅を広げる動きが一部自治体で始まっている。これらの動きは、自治体が非製造業を含めたトータルな企業誘致戦略の構築に乗り出したものと考えられ、外資系企業誘致の観点からみても外資の立地ニーズに沿ったものとして評価できよう。

図表 4-5 工業団地造成とセットになった従来型の企業誘致施策



出所：日債銀総合研究所作成

(2) 外資系企業誘致における民間のノウハウの活用

自治体による外資系企業誘致については、外資系企業に対してアピールするような効果的なセールスになっていない点や、数年で担当者が替わってしまい、誘致のためのノウハウを有する人材が育たないといった点等が問題点として指摘されている。そもそも対日進出は企業の事業戦略として合理的な意思決定に基づいて決められるものであり、実際に企業の進出に際しても、金融機関あるいは経営コンサルタント業界にアドバイスを依頼する場合も多い。

こうした民間部門に蓄積されたノウハウを、自治体も積極的に活用していくことが重要である。外資誘致は専門的な取り組みを要するため、全てを自治体単独で行うのではなく、専門機関等にアウトソーシングすることも、効率性の観点からも求められている。外資系企業に対する誘致活動の質を向上させ、効率性を確保するためにも、自治体の誘致活動の一部を民間部門に積極的に外注できるような環境整備が求められている。例えば、コンサルタント会社を利用する場合には、より効果が上がるように、誘致に結びついた際の支払を大きくする「成功払い」の導入が考えられる。成功時のフィーが高額になることや自治体の予算計上になじまないこと等の課題はあるが、検討事項の一つといえるだろう。