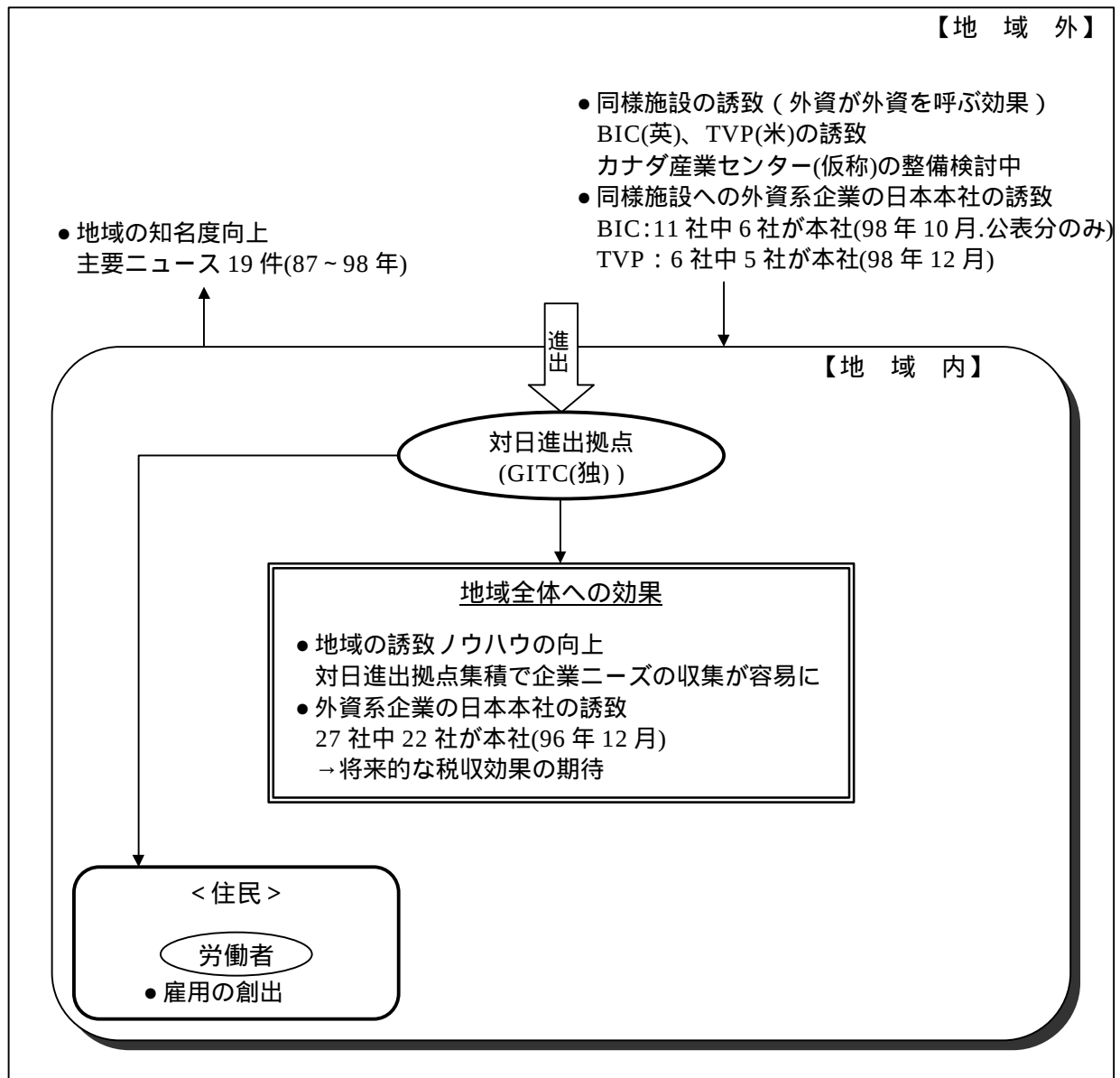


2-5 対日進出拠点施設の誘致～横浜市の事例

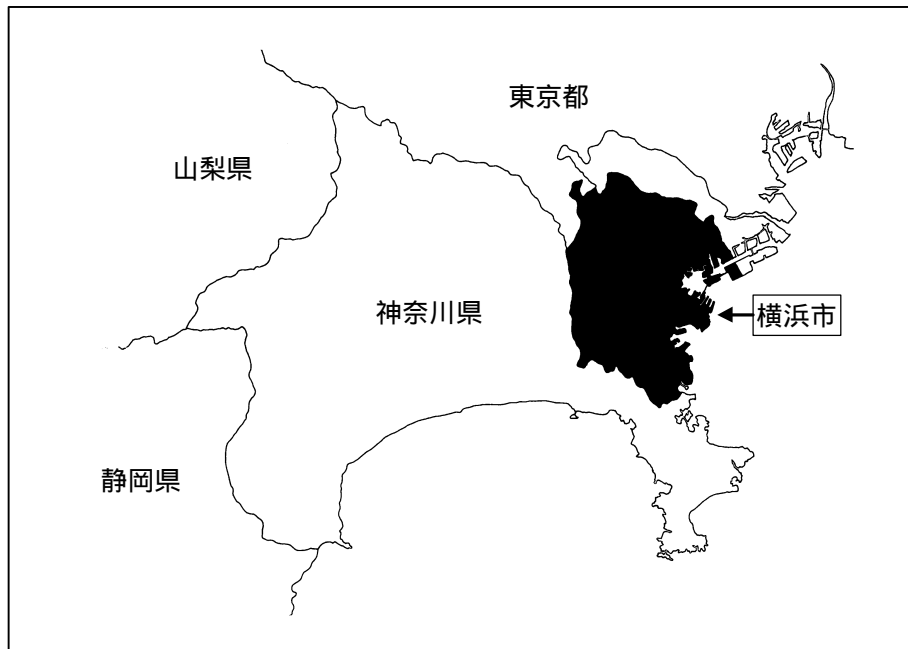
図表 2-55 対日進出拠点施設が横浜市に与える効果



出所：第一勧銀総合研究所作成

2-5-1 横浜市の外資系企業誘致への取組

(1)横浜市の概要



横浜市は首都東京から南西に約 30km のところに位置している。東京の通勤圏内であることから、ベッドタウンとしての性格が強く、95 年の国勢調査では昼夜間人口比率が 89.7%、就従比率(従業地就業者数÷常住地就業者数)が 81.9%となっている。後述するように、この点の改善が横浜市における企業誘致の大きな目的となっている。

また横浜市は、1859 年の開港以来日本の国際化の窓口として貿易や文化など様々な点において国際交流拠点となっており、今後も国際会議、文化イベントや外資系企業の誘致等を積極的に行い、文化・経済面ともに世界に開かれた国際都市を目指す方針である。

図表 2-56 横浜市の概要

面積 (95 年 10 月 1 日)	435.89km ²
居住人口 (98 年 3 月末)	3,325,216 人
産業別就業人口構成比 (95 年 10 月 1 日)	第 1 次:0.6%、第 2 次:29.2%、第 3 次:68.9%
事業所数(96 年 10 月 1 日、農林漁業を除く)	124,798 カ所
従業者数 (96 年 10 月 1 日)	1,387,872 人
財政力指数 (94 年～96 年平均)	0.96

出所：東洋経済新報社『地域経済総覧 1999 年版』(98.10)

(2)横浜市の企業誘致活動

企業誘致活動開始当初の取組

横浜市による外資系企業誘致の取組は 88 年度から本格的に開始されており、日本の地方自治体のなかでは比較的早くから始められている。当初は、まず横浜市の認知度の向上を主眼として「横浜シティセールス団」を 88 年度から 94 年度までの 7 年間で 4 カ国 16 都市に派遣し、セミナーを開催してきた。

企業誘致の体制

92 年度には、助役を本部長とし関係局員を委員とする「横浜市企業等誘致推進本部」を設置して、横浜市内の多数の都市開発プロジェクトへの企業誘致の総合的な推進を図った。実施部隊は経済局に設置しており、課長 1 名、係長 2 名、職員 4 名で企業誘致にあたっている。係長、職員のうちの半数が外資系企業と国内企業の担当を兼務し、残りの半数が国内企業のみを担当していたが、最近は外資系企業の進出が増加しているため、外資系企業、国内企業担当という枠を超えて業務を行っている。

また、横浜市は、市の外郭団体である財団法人横浜市産業振興公社の海外事務所を含め計 4 カ所(ニューヨーク、フランクフルト、クアラルンプール、上海)の海外駐在員事務所を持っている。海外事務所の主要な業務は市内から進出した企業の支援や各国の情報収集であるが、当該国企業等に対する横浜市の PR や企業誘致活動も行っている。

企業誘致の目的

横浜市の企業誘致の目的は、横浜市経済の活性化及び高度化であり、企業誘致により市民の雇用機会の創出、市内企業の事業機会の拡大を図るものである。

○市民の雇用機会の創出

前述のように、横浜市は東京のベッドタウンとしての性格が強く、昼夜間人口比率が 89.7%、就従比率が 81.9%となっている。横浜市ではこれを市内に就業の場が少ないことが要因と捉えており、このような都市構造の歪みを是正するため、市民の雇用機会を創出することを企業誘致の大きな目的としている。

○市内企業の事業機会の拡大

横浜市内の事業所のうちのほとんどが中小企業であることから、横浜市では、市内企業の事業拡大に結びつく企業誘致を行うこととしている。

企業誘致の方針

○ 誘致対象企業

横浜市では国内企業、外資系企業の区別なく誘致を行っている。国内企業が地域内に進出しないため外資系企業を誘致するという考え方ではなく、国内企業も外資系企業も同等の誘致対象として考えている。さらに、地方自治体レベルではなく我が国全体として捉えた場合、国内企業に対してのみ地方自治体同士が誘致合戦を繰り広げることは、結局少ないパイの奪い合いであり、日本という国全体で考えた場合は外国から新たな活力を入れる必要があると考えている。

また、誘致対象となる業種は、先端技術産業等を中心に幅広い産業分野を対象としており、機能としては、本社機能、研究開発機能、企画機能、営業拠点機能等、横浜市経済の強化につながる機能を中心に誘致を進めている。

○ 企業誘致の考え方のポイント

横浜市では、企業誘致にあたってはまずその地域を企業に売り込むという考え方を重視している。自治体の企業誘致担当職員はセールスマンであり、売りこむ商品はその地域(横浜市)である。横浜市が88年度からはじめた「横浜シティセールス団」の活動は横浜という地域を海外に売り込むためのセールス活動としての意味を持っている。

また、商品である横浜市を売り込むためには商品としての魅力が必要であり、商品の魅力とは産業インフラ、産業集積、生活インフラであると横浜市では考えている。

第1のセールスポイントとして横浜市が考えているのは、京浜工業地帯という重工業の素地があることである。京浜工業地帯は、かつての日本の経済発展を支えた高度な技術集積がある。この地域は巨大消費地かつ数多くの企業が集積する東京に近いという大きなメリットがあり、この点を企業誘致における横浜市の魅力として売り込んでいる。

第2のセールスポイントと考えているのは、生活環境が整備されている点である。誘致により進出した企業の従業員は、その地域周辺に居住し生活を行うことになるため、企業の進出地決定要因としては、立地する地域が住みやすい場所であることが最終的に重要な鍵を握っている。自治体としては、住みやすい場所をつくることが企業誘致の成功につながり、さらにその地に技術や頭脳(人)が集積するというサイクルができると横浜市では考えている。特に横浜市はインターナショナルスクールや外国人向けの医療機関など外国人向けの生活環境が整備されており、外国人にとっては他地域にない魅力があるものと考えられる。横浜市に外国人向けの生活環境が整っているのはもともと歴史的な背景によるところが大きいですが、横浜市は外国人向けの生活環境整備の重要性にいち早く気づき、企業誘致

時の PR 材料として積極的に使用しており、この点は注目に値すると言える。

さらに第 3 のポイントとしては、人材確保の問題である。進出する外資系企業にとっては人材確保が大きな課題であり、優秀な人材が集まるところに企業も集積する。企業にとっては、質のよい雇用を確保できることが進出のポイントであると横浜市では考えている。

主な誘致活動

横浜市で行われている主要な企業誘致活動には次のものが挙げられる。

○ 産業立地促進拠点の設置

横浜市では、98 年 8 月現在 14 ヲ所の産業立地促進拠点を設置している。これらの産業立地促進拠点には、横浜都心及び周辺地区、港北ニュータウン地区などの地区拠点と、横浜ワールドポーターズ、横浜金沢ハイテクセンターなどの施設拠点があり、新たに進出した企業が新規雇用を創出することを条件として、3 億円を上限とした低利融資制度が用意されている。

○ 企業への説明会の開催

年に 1 回、既に日本に進出している外資系企業を対象に説明会を開催している。また、横浜市の海外事務所により海外企業向けのセミナーの開催も行われている。海外でのセミナー開催は、JETRO の海外事務所や日本開発銀行等からの協力体制のもと行われている。

○ アンケート調査及び PR 活動

企業へのアンケートは横浜市の企業誘致活動の根幹と認識されている。アンケートは年に 1~2 回 2,000 社程度を対象に進出意向の把握、横浜市のプロジェクツの知名度向上、企業への訪問のきっかけづくりのために行われている。アンケートは、外資系企業のほかベンチャー企業、中小企業という具合に毎回対象企業を変えて行われている。

また、PR 活動としては、雑誌『FORTUNE』に毎年 1 回広告を出しているほか、インターネットのホームページを開設している。

外資系企業のニーズへの対応

横浜市では、これまでに進出した外資系企業へのヒアリングから外資系企業のニーズ把握を行い、企業ニーズに対応したサービスの提供を行っている。

外資系企業の進出段階と進出業種・業態、アクセスや土地面積・権利形態等の希望により企業を分類し、適合するプロジェクトとの整合性を検討することで、進出を検討する外

資系企業に効果的なサービスを提供することが可能となっている。

2-5-2 外資系企業の進出動向

東洋経済新報社の『外資系企業総覧 98』によれば、横浜市に立地する外資系企業は 254 社となっている。うち、横浜市に日本本社を立地している企業は 154 社あり、営業所、工場、研究開発拠点の立地は 112 社となっている。

前述のように、横浜市は歴史的に国際的な都市として発展しているため、インターナショナルスクールが多いことなど外国人の生活インフラが他都市に比べて充実しており、また首都東京に近いためビジネスチャンスや質の高い雇用が期待できることから、近年は国内企業だけでなく外資系企業の進出が多くなっている。

最近の外資系企業の進出動向は図表 2-57 の通りである。

図表 2-57 横浜市における最近の外資系企業の進出動向

年度	進出企業数
96	20
97	19

出所：横浜市資料

また、これらの企業の進出による雇用者数は、96 年度約 1,700 人、97 年度約 2,300 人とされている¹。

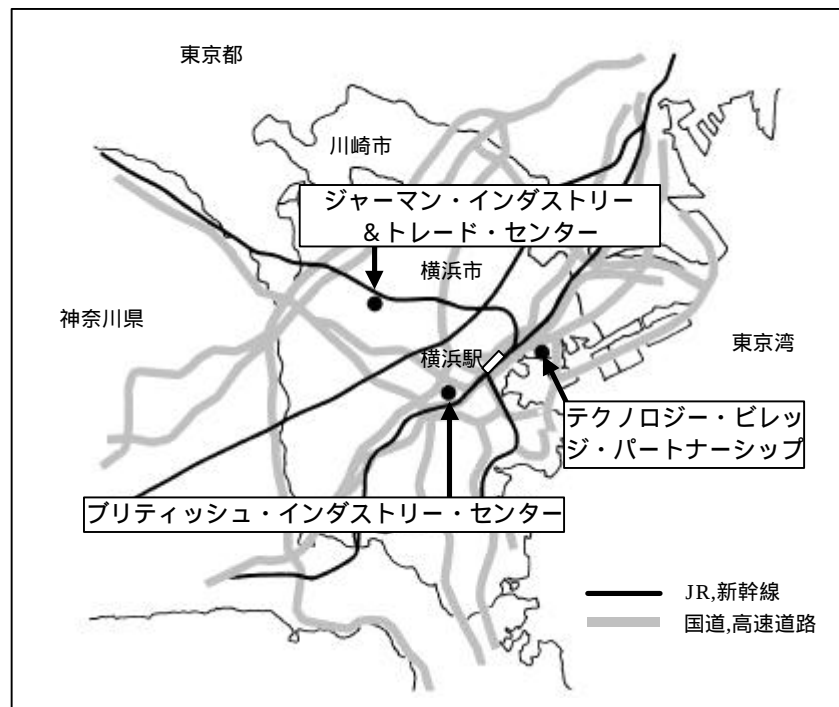
2-5-3 横浜市の外資系企業誘致の効果～対日進出拠点施設の集積

(1)横浜市における外資系企業の対日進出拠点施設設置の概要

横浜市には、外資系企業の対日進出拠点が集積している。これまでに開設された拠点は、ドイツ企業の進出拠点となるジャーマン・インダストリー&トレード・センター、英国企業の進出拠点となるブリティッシュ・インダストリー・センター、米国企業の進出拠点となるテクノロジー・ビレッジ・パートナーシップの 3 つである。

¹ 井上隆一郎編著『外資誘致の時代』(98.11)

図表 2-58 横浜市内の外資系企業の対日進出拠点



これら 3 つの施設は、後述するように横浜市自体が設置したものではない。施設を運営する主体である民間企業・団体等が日本国内から候補地の選定を行い、最終的に横浜市への進出を決定している。それぞれの進出情報をすばやく入手し、横浜市がタイミング良く設置候補地等の情報提供を行っている点が、それぞれの施設設置主体に評価されているものと考えられる。

(2)各施設の概要

それぞれの施設の概要は次の通りである。

ジャーマン・インダストリー&トレード・センター(GITC)

1. プロジェクトスキーム

ジャーマン・インダストリー&トレード・センター(GITC)は、ドイツ銀行グループによる日本国内初の不動産小口商品開発プロジェクトである。小口化された不動産は、ドイツ銀行のドイツ国内支店網を活用してドイツ人投資家に販売されており、約 350 人のドイツ人個人投資家が保有している。ドイツ銀行グループの JG ジャパンが運営を任されている。

対日進出拠点がコンセプトであるため、テナント企業は原則外資系企業に限られており、企業の発掘の大部分をドイツ銀行グループが行っている。

建物はオフィス棟と WAM(Warehouse, Assembly, Manufacturing)棟により構成されており、両者が一体となっていることから、各テナントがオフィス、生産、物流機能を一つの建物の中に持つことが可能となっている。

2. GITC の立地状況

- ・ 立地場所：白山ビジネスパーク内(横浜市緑区白山)
- ・ 施設規模：敷地 10,417 m²、延床面積 22,683 m²
- ・ 運営主体：JG ジャパン
- ・ 個別企業との契約：同上

3. 横浜市への進出経緯

80 年代にドイツを含め欧州からの対日投資が増加したことを受け、ドイツ銀行グループが外資系企業のための対日進出拠点設置のプロジェクトを組成して設置されたのが GITC である。84 年には東京晴海の国際見本市会場でドイツ博が開催され大盛況となったこともあり、ドイツ企業の日本市場への関心は当時急速に高まりつつあった。

横浜市は歴史的な国際都市であり、東京に近く各種インフラが整備された町として当時のドイツでも知名度が高かったことに加え、横浜市が京浜工業地帯の一角に近く日独企業間のハイテク交流が期待できることも横浜市に立地を決定したポイントである。85 年にはドイツ銀行が横浜市の外郭団体から土地を購入し、87 年に業務が開始されている。

前述のように、GITC の開設はドイツ銀行の単独プロジェクトとして行われており、横浜市からの人材派遣、資金援助等の特別なインセンティブはなかった。しかし、当時横浜市はドイツ銀行と交流を行っており、84 年の白山ハイテクパーク基本構想策定時から計画推進のための協議を重ねていた。

4. 入居企業の状況

98 年 12 月現在の入居企業数は次の通りである。

進出企業の国籍	企業数
ドイツ系企業	19
アメリカ系企業	3
デンマーク系企業	1
スイス系企業	1
合計	24

GITC は、前述のようにオフィス棟と WAM 棟が一体化しているという使い勝手の良さから外資系企業から人気が高く、95%程度の高い入居率を誇っている。

また、96 年 12 月にドイツ・リアルエステイト・コンサルティング(ドイツ銀行グルー

ブの企業であり以前は GITC のマスターテナントであった)により作成された資料によれば、当時のテナント企業 27 社のうち 22 社が横浜市に本社を置いており、このため入居企業が利益を計上した場合は支店や工場のみ立地している場合に比べはるかに地域にとってメリットが大きいものと考えられる。

5.雇用の状況

98 年 12 月現在、GITC 在館者は約 500 人であり、うち外国からの駐在員はわずかに 10 人程度である。

6.GITC と横浜市との情報交換

GITC と横浜市は、進出企業等の情報交換を行っている。例えば、日本進出を希望している企業が GITC への入居を検討している場合でも、条件面で GITC になじまないことがあるが、このときは GITC から横浜市へ企業紹介を行っている。また、横浜市側から進出を検討している企業の紹介を受けることもある。GITC のそもそもの設立目的が対日進出企業の受け入れにあるため、この点においては GITC と横浜市の利害が一致していることからこのような情報交換が行われている。

出所：ヒアリング、新聞記事等より第一勧銀総合研究所作成

ブリティッシュ・インダストリー・センター(BIC)

1.概要

BIC は、英国貿易産業省(DTI)が展開している「アクション・ジャパン」という対日輸出・投資促進キャンペーンの一環として計画された。誘致対象企業は、英国の中小・中堅企業であり、日本進出に伴う立ち上げコストの軽減と日本市場参入の円滑化を目的としている。

2.BIC の立地状況

- ・立地場所：横浜ビジネスパーク内(横浜市保土ケ谷区神戸町)
- ・施設規模：約 2,000 m²
- ・運営主体：在日英国商業会議所(BCCJ)
- ・個別企業との契約：ビジネスパークの所有者である野村不動産が個別に行う

3.横浜市への進出経緯

前述の「アクション・ジャパン」というキャンペーンでは、日本からの対英投資に比べて格段に少ない英国からの対日投資を拡大することで、英国企業のビジネス機会を拡大するための方策が検討されており、そのなかで DTI により GITC をモデルにした施設の設置の案が浮上した。95 年 11 月に DTI が対日進出意向調査を 9,000 社に実施し、セミナーを行った結果、進出時期・機能の創意から進出希望企業が同時期に入居することが困難であることが判明した。

このため、横浜市は英国企業側のニーズを集約する事業スキームの提案を行うなど積極的に DTI と情報交換を行い、さらに DTI の横浜市視察、横浜市との共催セミナーの開催等を経て、97 年 2 月に横浜市への進出が決定された。

4.入居企業(98 年 10 月現在)

	企業名	入居年月	機能	事業
1	BCCJ	97.4	BIC 事業のサポート	BIC事業の管理・入居企業のサポート
2	コンセントリック	97.4	日本本社	金属、プラスチック型枠等の製造販売
3	ベントリー・ハリス	97.7	日本本社	自動車部品製造販売
4	SDL	97.9	日本本社	システム等マニュアル翻訳
5	デビット・ブラウン・ポンプス	97.9	日本本社	ポンプ製造販売
6	エレクトロニクス・リンクス・アジア	97.1	駐在員事務所	電子機器の調査・研究
7	エクジテック	98.1	駐在員事務所	レーザー計測機器の製造販売
8	ERM	98.5	日本本社	環境、安全、健康等に関する研究・コンサルティング
9	CADセンター	98.1	日本本社	プロセスプラント用CAD製品の開発・販売
10	インフォード・ジャパン・リミテッド	98.11	駐在員事務所	写真・周辺機器製造・販売

その他含め、合計 11 社 1 団体が入居している。

出所：横浜市資料等より第一勧銀総合研究所作成

テクノロジー・ビレッジ・パートナーシップ(TVP)

1.概要

米国企業のための共同事業場を設けることにより、コスト削減と企業間の相乗効果を高め、日本での販路を拡大しようとするものである。日本への進出を検討していた米国企業側が発起人である。このような企業側の構想が 95 年の日米包括協議投資ワーキンググループフォローアップ会合でも取り上げられ、日米両国政府から注目されていたプロジェクトである。施設は、オフィス、研究開発、検査・保管、加工・組立等多様な機能を一つの建物で満たすことができるように設計されている。

2.TVP の立地状況

- ・立地場所：横浜市神奈川区守屋町
- ・施設規模：敷地 5,619.8 m²、延床面積 約 8,000 m²
- ・運営主体：日本配合飼料
- ・個別企業との契約：オーナーである日本配合飼料が個別に行う

3.横浜への進出経緯

95 年 5 月に日米構造協議で取り上げられた後、同年 9 月に日本開発銀行及び JETRO の主催による TVP の説明会が行われた。翌年 1 月に候補地が横浜、神戸、大阪、千葉、川崎の 5 都市に絞られ、最終的に横浜市への進出が決定した。

4.入居企業(98 年 12 月現在、入居予定企業を含む)

	企業名	機能	業種
1	日本配合飼料	本社、研究開発	飼料の製造販売・研究開発
2	ティムケン	日本本社、技術センター	ベアリングの製造販売
3	クーパーオートモーティブ	日本本社、研究開発、検査 保管	自動車部品の製造販売
4	キャタピラー	研究開発(新部門本社)	建設機械部品製造販売
5	日本ブレイディ	本社、研究開発	特殊ラベル等製造販売
6	日本シー・ティー・エス	本社、研究開発	自動車部品等の製造販売

出所：横浜市資料等より第一勧銀総合研究所作成

2-5-4 外資系企業の対日進出拠点施設設置による効果

横浜市における対日進出拠点施設設置による効果には、次のものが挙げられる。

(1)同様施設の誘致

ドイツ企業の対日進出拠点であるジャーマン・インダストリー&トレード・センター(GITC、87年開業)が建設されたのを皮切りに、英国企業の共同進出拠点を目指したブリティッシュ・インダストリー・センター(BIC、97年開業)、米国企業の共同進出拠点となるテクノロジー・ビレッジ・パートナーシップ(TVP、98年開業)が相次いで建設され稼働しているほか、カナダ企業の集積拠点となるカナダ産業センター(仮称)が2000年の開業に向け整備検討中である。カナダ産業センターは現在検討段階であり、具体的な立地場所や進出企業等は未定である。

このように、外資系企業の対日進出拠点が次々と横浜市に建設される背景には、首都東京に近いという地理的メリットだけではなく、GITC誘致とその後の外資系企業誘致活動を通じて得たノウハウに裏付けられた横浜市の提案力があるものと考えられる。BICの誘致においては、英国の貿易産業省(DTI)が96年に開催したセミナー結果から横浜市が企業のニーズを分析して事業スキームについてDTIへ提案を行った。このことがBICが横浜に設置されたきっかけとなっている。さらに、外資系企業の対日進出拠点の集積により、進出した企業のニーズ等の情報収集が容易になり、横浜市にとっては誘致ノウハウの向上につながると考えられる。

(2)外資系企業の本社の誘致

これらの対日進出拠点施設に進出する日本進出初期段階の企業は、日本の他地域に進出しておらず当該施設内が唯一の日本拠点となるため、進出施設に本社登記を行うケースが多いと考えられる。

実際GITCでは、96年12月現在、入居している27社のうち22社が施設内に本社登記をしている。また、BICでは公開されている資料では11社中6社(98年10月現在)、TVPでは6社中5社(98年12月現在)が本社となっている。本社機能の立地は、将来的に入居企業が利益を計上した場合、支店や工場のみ立地している場合に比べて税収面ではるかに地域にとってメリットが大きいものと考えられる。

(3)地域の知名度向上

これまでみた 3 つの対日進出拠点施設のように、国ごとの進出拠点が集積している地域は日本国内の他地域には見当たらず、外資系企業誘致における横浜市の大きな特徴となっている。これらの施設の集積は「横浜市=対日進出の拠点」というイメージを外国企業にアピールする格好の PR 材料になるものと考えられる。

横浜市の対日進出拠点施設が主要な日刊紙に掲載された件数は次の通りである。GITC の開設からしばらくはマスコミに登場していないが、BIC、TVP と続けて開設したこともあり、近年は再びマスコミに取り上げられるようになっている。

図表 2-59 横浜市の対日進出拠点施設関連の新聞記事の件数

	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	合計
日経四紙	3	1	0	0	0	0	0	1	0	1	3	3	12
うち地方	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	3	3	9
朝日	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	5
うち地方	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	5
毎日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
うち地方	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
合計	3	2	0	0	0	0	0	1	0	1	6	6	19
うち地方	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1	6	6	16
英字新聞	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
主 な 出 来 事	GITC 開設												
											BIC 誘致開始		
											BIC 開設		
											TVP 開設		
											カダ産業 センター構想		

注：検索期間内には読売新聞、産経新聞には登場していない。

日経四紙は、日本経済新聞、日経産業新聞、日経流通新聞、日経金融新聞。

英字新聞は The Nikkei Weekly。

出所：日経テレコン掲載データより第一勧銀総合研究所作成

このようにマスコミに登場することは、外資系企業の進出拠点としての横浜市の対外的な知名度の向上につながり、外資系企業の横浜市へのさらなる進出を促す効果があると考えられる。