

調査・研究報告書の要約

書名	平成20年度機械製造業分野における我が国地域への外資系企業誘致実態等調査報告書				
発行機関名	社団法人 日本機会工業連合会・財団法人 対日貿易投資交流促進協会				
発行年月	平成21年3月	頁数	70頁	判型	A4

[目次]

序 (会長 金井 務)

はしがき (ミプロ理事長 宮崎修二)

目次

1. 調査の目的と方法

- (1) 調査の目的
- (2) ㈱日経リサーチ社への委託による基礎調査～最近の外資系企業進出動向
- (3) 地方自治体及び対象企業の選定及びヒアリング

2. 地方自治体・進出外資系企業事例紹介

- (1) 機械製造分野の外資系企業誘致に成功を収めている自治体の事例
(投資環境、産業集積、誘致施策等)
- (2) 進出を果たした機械製造外資系企業の事例 (決定要因、課題・対応策など)

3. 外資系企業誘致促進のためのヒント～自治体・対日投資関連機関への提言

- (1) ㈱日経リサーチによる所見・提言
- (2) 個別ヒアリングによる所見・分析
- (3) 自治体・対日投資関連機関への提言

㈱日経リサーチ「外資系機械製造業・卸業の対日進出実態調査」対象企業一覧

[要 約]

本調査では機械製造業分野における外資系企業誘致に成功を収めている地域の投資環境・産業集積状況、進出した外資系機械製造企業、または対日進出に意欲のある外資系機械メーカー等の求める進出条件・戦略等について実態調査した。今後「製造業」の分野での外資企業の進出を促進することができれば日本の機械製造業との連携・協力事業の創出につながり、さらには地域の雇用促進、地域の活性化、税収の増加など地域への経済・社会的効果も大きいものと思われる。

1. 調査の目的と方法

(1) 調査の目的

本調査では機械製造業分野における外資系企業誘致に成功を収めている地域の投資環境・産業集積状況、進出した外資系機械製造企業、または対日進出に意欲のある外資系機械メーカー等の求める進出条件・戦略等について実態調査した。本調査は、外資系企業誘致事業はわが国機械製造業の振興を図るための一つの重要なツールであり、外資系企業誘致促進策等を提言することにより、自治体及び対日投資関連機関への支援に繋げる事を目的とする。

(2) ㈱日経リサーチへの委託による基礎調査～最近の外資系企業進出動向

基礎調査は日経リサーチ社に委託し、2008年10月1日～12月19日の期間に、国内に進出している外資系機械製造業・卸業の実態を調査し、地域経済に与える影響を考査するための基礎データの作成を行った。本調査は、機械・同部品、電気・同部品、自動車部品、その他輸送機、精密機器、医療機器、その他製造業分野の企業計 1,130 社、内訳として製造業 492 社、卸業 638 社を調査対象とした。

調査手法は文献調査とし、以下の情報ソースを使用して、対象企業データベースを作成し、データ集計及び分析を行った。

- ① 外資系企業総覧 2008 年版（東洋経済新報社）
- ② 過去 3 年間の新聞・雑誌記事（日経テレコン 21）
- ③ 各社のホームページ

具体的な視点として下記の項目を挙げ、そこから一定の傾向を読み取った。

① 本社所在地分布（ブロック別、都道府県別）

国内に本社を持たない 14 社を除いた 1,116 社で、本社所在地を地域ブロック別と都道府県別に集計したところ、本社機能の進出の傾向として次の事項が判明した。

- ・ 本社機能は関東に 8 割が集中し、中部、関西とあわせた三大都市圏で全体の 95%を

占める。

- ・都道府県別では東京 632 社、神奈川 191 社、大阪 55 社、兵庫 44 社、愛知 31 社の順。
- ・本社機能の空白県は 12 県（青森、秋田、山形、和歌山、鳥取、島根、徳島、愛媛、高知、大分、宮崎、沖縄）。関西以西で空白県が目立つ。

②事業所所在地分布（ブロック別、都道府県別）

DB に収録した 2,090 拠点を地域別に分類、事業所所在地を地域ブロック別と都道府県別に集計した結果、事業拠点の進出の傾向として、次の事項が判明した。

- ・三大都市圏に集中する傾向は変わらないが、拠点数では中部と関西が拮抗。
- ・地方ブロックでは北陸、四国の少なさが目立つ。
- ・都道府県別では、大阪 320 拠点、東京 274 拠点、愛知 247 拠点、神奈川 173 拠点、福岡 148 拠点、北海道 114 拠点、広島 102 拠点と続く。多くは営業所などの営業拠点が含まれる。
- ・生産拠点が比較的多いのは、茨城、埼玉、神奈川、静岡、愛知など。いずれも大手電機メーカーや自動車メーカーの所在県で、これらの企業との関連性がうかがえる。
- ・事業所の空白県は青森、鳥取、島根、徳島、高知の 5 件。いずれも物流の便の悪さが一因になっているものと思われる。

③業種別分布

国内に本社を持たない 14 社を除いた 1,116 社について、本社所在地ブロックと業種でクロス集計を行った結果、業種別の傾向として次の事項が判明した。

- ・本社機能が集中する関東では製造・卸とも電気・同部品、機械・同部品、自動車・同部品が目立つ。また、卸業では精密機器卸、医療機器卸も多い。
- ・製造業の割合が卸業の割合を上回っているのは東北、中部、関西、中国の各ブロックで、機械・同部品製造、電気・同部品製造が目立つ。中部と中国両ブロックは大手自動車メーカーの所在に関連して自動車・同部品製造も多い。
- ・精密機器製造、医療機器製造は少なく、ほとんどが関東に集中する。

④親企業国籍別分布（親企業地域別、国別）

国内に本社を持たない 14 社、親企業国籍不明 1 社を除いた 1,115 社について、本社所在地ブロックと親企業国籍ブロックでクロス集計を行ったところ、親企業地域別、国別の傾向として下記の事実が判明した。

- ・欧州系企業 511 社と北米系企業 502 社が全体の 9 割を占める。
- ・アジア系企業は北海道、関東、中部、関西、九州・沖縄に進出。
- ・中南米系企業の 1 社は関東に進出。

- ・オセアニア系企業は関東と中国に進出。
- ・中東系企業は関東と関西に進出。
- ・全体ではアメリカ 484 社、ドイツ 217 社、スイス 67 社、フランス 51 社、イギリス 44 社の順。地域別では、概ね関東、中部、関西の三大都市圏への進出が主流となっている。
- ・北海道への進出は 6 社にとどまっているが、国籍は香港、スウェーデン、オランダ、ドイツ、アメリカと多様。
- ・九州・沖縄には社数こそ少ないが近隣国である韓国、台湾企業の進出があり他の地方ブロックとは異なる傾向が見られる。

⑤外資比率別分布

国内に本社を持たない 14 社を除いた 1,115 社のうち外資比率が取得できた 993 社について、本社所在地ブロックと外資比率でクロス集計を行った結果、外資比率別の傾向は下記の通り。

- ・全体では外資比率 100%の企業が 7 割を占めている。外資比率 50%未満がこれに次ぐ
- ・外資比率 50%台は関東、中部、関西の三大都市圏が地方ブロックに比べて目立つ。

⑥資本金規模別分布

国内に本社を持たない 14 社を除いた 1,115 社のうち資本金が取得できた 979 社について、本社所在地ブロックと資本金規模でクロス集計を行った結果、資本金規模別の傾向は下記のとおり。

- ・全体では資本金 1 億円未満の企業が 5 割を占めている。資本金 5 億円未満の企業を含めると全体の 8 割強の企業が含まれる。地域ブロック別の特性もほぼ同じ傾向を示している。
- ・資本金 10 億円以上の企業には、日産自動車やマツダなどの大手企業も含まれている。

⑦従業員規模別分布

国内に本社を持たない 14 社を除いた 1,115 社のうち従業員数が取得できた 984 社について、本社所在地ブロックと従業員規模でクロス集計を行ったところ、従業員規模別の傾向は下記の通り。

- ・全体では従業員 100 人未満の企業が 7 割を占めている。
- ・地方ブロックに進出している従業員 500 人以上の企業は、北海道 1 社、東北 3 社、北陸 1 社、中国 3 社。北海道はオランダの農業用トラクタ大手ニューホランド社の代理店「日本ニューホランド」。東北はカナダの電子機器製造受託サービス大手セレクトィカ社の日本拠点「セレクトィカ・ジャパン」、モトローラ社系の半導体製造「東

北セミコンダクタ」、米アムコア社と東芝の合弁の半導体製造「アムコー岩手」。北陸は三菱ふそう系のバス車体製造。中国はマツダ本体とその関連会社。

(3) 地方自治体および対象企業の選定およびヒアリング

前項の基礎調査では、DB 調査分析を行った上で、地方への対日投資の傾向を分析したが、これを踏まえて日経リサーチ社に「新聞・雑誌記事情報の分析」を依頼、2006-2008 年の記事情報から外国企業（製造・卸）の「進出」「撤退」「誘致活動」をキーワードに事例抽出を行った。抽出した事例数は次のとおり。

- ・ 進出に関する事例・・・158 件（うち、DB への収録は機械製造等に関連する 74 件）
- ・ 撤退に関する事例・・・6 件
- ・ 誘致活動に関する事例・・・75 件

誘致事例の分析によれば、外国企業の進出地域は、東京を中心とした関東、大阪を中心とした関西、名古屋を中心とした中部の三大都市圏に集中している。これら 3 地域は日本経済の中心をなしており、有力企業の集積や、インフラの発達など、企業誘致に有利な条件がそろっている。企業誘致策に関する記事の多くはこれらの地域における取り組みであり、これらの地域の自治体が企業誘致策を積極的に実施している様子が読み取れる。

2. 地方自治体・進出外資系企業事例

機械製造分野の外資系企業誘致に成功を収めている自治体の事例について、投資環境、産業集積、誘致施策等の観点から調査を行った。具体的には外国企業誘致に熱心な自治体の中から、豊富な外国企業誘致施策を有し、機械産業の集積が見られる地域として、宮城、東京（首都圏）、愛知・岐阜、大阪・神戸、福岡・北九州、熊本等、外資系企業が既に進出している自治体を選定、個別にヒアリング調査の結果を纏めた。

またこうした地域に進出を果たした機械製造外資系企業の実例について、地方進出の決定要因や市場アクセスへの課題、対応策などについて調査を行い、結果を纏めた。

(1) 機械製造分野の外資系企業誘致に成功を収めている自治体の事例（投資環境、産業集積、誘致施策等）

実際に自治体の外資系企業誘致の取り組みが積極的で、特色があり、なおかつ地場に投資をされた外資系企業の成功事例について熟知している自治体の中から、大阪、神戸、宮城、神奈川（川崎市・藤沢市）、GNI・岐阜、福岡（北九州市・福岡市）、熊本等を選定した。これら自治体へは下記の質問を行い、それぞれご回答頂いた。

- ① 外資系企業誘致に関する自治体としての方針と地域としての PR ポイント
- ② 企業誘致・企業立地に係る行政組織体制やサポート体制

- ③ 誘致施策や、外資系企業が利用できる優遇措置（減税、補助金等）
- ④ 外資系企業誘致の手法と誘致ルート
- ⑤ 地場の産業集積や企業群と、外資系企業とのマッチング体制
- ⑥ 投資誘致の受入れ機関やコーディネーター、相談窓口等
- ⑦ 外国企業招へいや現地へのミッション派遣、企業誘致 PR セミナー等の事業実績
- ⑧ 外資系企業誘致による地場への経済波及効果
- ⑨ 外資系企業誘致をサポートする外部機関に対する要望や期待

<外資系企業誘致の特色のある自治体の事例>

ここでは、他の県にない特徴的な取り組みを行い、かつ強い産業集積を持った地域である、ア. 宮城県、イ. 川崎市、ウ. GNI・岐阜県、エ. 大阪府、オ. 神戸市、カ. 福岡県の事例について報告した。

（2）進出を果たした機械製造外資系企業の事例（決定要因、課題・対応策など）

日経リサーチ社の基礎調査では、2006-2008年の記事情報から外国企業（製造・卸）の「進出」「撤退」をキーワードに事例を抽出し傾向を付記。抽出した事例数は次のとおりであった。

- ① 進出に関する事例・・・158件（うち、DBへの収録は機械製造等に関連する74件）
- ② 撤退に関する事例・・・6件

<「進出」の事例と傾向>

一般に企業の海外進出は、大きく2つに分類できる。一つは、進出先を「工場」とみなしたもので、企業は安い労働力などを求めて進出する。もう一つは、進出先を「消費地」とみなしたもので、進出先の市場の可能性や、進出先における顧客対応の強化が誘引となる。日本など先進国への進出は後者であることが多い。

後者のケースの場合、「市場の可能性」「顧客対応の強化」といった誘引は、「どの国の企業が」「どの国に」進出する際にも共通するものであり、一般にその市場や顧客との取引量が主な決定要因になる。

記事情報より得られた日本への進出理由の中から、日本特有のものとして「技術的な向上」という動機に注目した。記事には、「日本に進出して技術を吸収し他の拠点にも活かす」という主旨の中長期的な狙いを挙げる企業が多く見られた。日本の製造業が持つ技術力は世界でもトップレベルであり、企業進出を促す息の長い差別化要因となるだろう。

さらに日経リサーチ社では、当該進出事例の中から、参考として3件の注目事例を挙げている。それぞれ、進出理由や取り組みのユニークな点に注目した。

本調査では日経リサーチ社の基礎調査を踏まえ、地方自治体と密接に関係しつつ、対日

投資を成功した外資系企業に着目し、外資系企業の地方への投資における成功の秘訣について、各外資系企業の責任者又はオペレーションの状況を良く知る社員の方に対し、インタビューを行った。

<地方への外資系企業投資事例の進出パターンと事例研究>

今回ヒアリングを行った 15 社からの回答より、地方への外資系企業投資において 4 つの進出パターンを見出した。

ア. グリーンフィールド投資による対日進出の事例

- a. エダック・ジャパン株式会社（福岡県）
- b. テラダイন株式会社（熊本県）
- c. グリーン、ツィードアンドカンパニー・ジャパン株式会社（熊本県）
- d. ボッシュ株式会社（神奈川県）

イ. 輸入代理店ルートから日本拠点設立への外資移行型進出の事例

- a. アイテム・ジャパン株式会社（大阪府）
- b. イルメジャパン株式会社（神戸市）
- c. イージーオー日本株式会社（神戸市）
- d. ガイスリンガー株式会社（神戸市）

ウ. 外国人や日本人の起業による日本での市場創造型投資の事例

- a. ルビナソフトウェア（川崎市）
- b. 日本ハイドロパック株式会社（岐阜県）
- c. ルーレン精密株式会社（大阪府）

エ. 日本の技術継承型 M&A 投資の事例

- a. 株式会社ハムレット・モトヤマ・ジャパン（宮城県）
- b. 株式会社アルデート（福岡県）
- c. トムソン・カノーブス株式会社（神戸市）
- d. 外資系製造業 X 社（Confidential）

上記 15 社のうち、進出パターンに特徴のある 8 社について事例研究を行った。

3. 外資系企業誘致促進のためのヒント～自治体・対日投資関連機関への提言

(1) ㈱日経リサーチによる所見・提言

具体的な外資系企業誘致の方法としては、有名ではなくても技術力を持った日本企業を紹介して当該日本企業とのアライアンスによる外国企業の国内進出を促進するという取り組みが有効。外資系企業誘致施策への提言としては下記の通り。

- 1) 有名ではないが技術力を持っている日本企業の情報を整備すること
- 2) その情報に基づいてどのようなビジネス機会が創出できるかを外国企業に提案すること
- 3) これらを第三者機関が主導して契機を作り周旋すること

(2) 個別ヒアリングによる所見・分析

本調査における個別ヒアリングでは、従来の対日投資に成功した企業のみならず、各自治体による外資企業誘致活動の取り組みの中で、どのような企業が誘致され、あるいはどのような企業が創出され、それがどういった形で地場産業に影響を与えているかという分析の糸口になるような事例について深く掘り下げていくこととした。多くの地方自治体は、機械製造業分野の外資系企業誘致に強い関心を有している。そして、外資系企業誘致を行っている自治体はいずれも、地場産業の活性化を最終目的として活動しており、こうした外資系企業が具体的に地域振興にどういった役割を果たしているのかを問われることが多いためである。こうした具体的事例を共有化し、日本の各地域の自治体誘致担当者が、外資系企業誘致のグランドデザインを描く一助になる情報を提供することが今回の調査の目的である。

地方自治体や外資系企業へのヒアリングを通して、外資系企業誘致に一定の成果を収めている地方自治体には共通の特徴があることが分かった。

1) 外国企業誘致を達成している自治体の共通項

- * 地域ならではの特色のある強い産業集積・クラスターを有していること
- * 人材供給能力があり、大学や学術研究機関と連携がとれていること
- * 広域連携による外国企業誘致について自治体や地域関係者が積極的であること

地域の持つ「人＋クラスター＋広域連携」の強みを強化するような施策や外資系企業誘致のグランドデザインを提供することが、外資系企業誘致を成功させる第一歩である。その上でどういった外資系企業を呼び込みたいかを地域の関係者で議論する機会を増やしていくことが重要であろう。

2) 魅力的な外資系企業を地域に呼び込む自治体の戦略とは

自治体にとっては、どのような企業を地場に誘致するかという戦略づくりが極めて重要である。地場企業が外資系企業に抱くアレルギーの解消には、コンペティターがコラボレーターになるというイメージの共有化が重要である。地域が産業集積として魅力的で、そこに需要と供給があれば、必ずしも競争相手にはならず、仲間として受入れるにはどうしたらよいかを考えていくことが重要である。そのためには、地場企業や経済団体とどのように外資系企業と共存関係を持てるのか議論を行うことが重要である。

対日投資誘致関連機関や自治体が、外資系企業をサポートし対日投資誘致促進を有効に行うために必要なプロセスや条件としては下記を挙げることができよう。

- ①地方自治体の企業誘致担当者および組織が、対日投資機関である、ミプロやジェトロ更には中小企業整備基盤機構、地元中小企業経営者のブレーン等を活用するなどして、中小企業の国際化ニーズを適切に把握していること。
- ②地場の産業特性が活かされた専門的な産業集積およびクラスターが存在し、地方自治体および商工団体を中心としたネットワークが十分に形成されていること。
- ③大使館や領事館などと密接な交流を持ち、地元企業の特徴および外資系企業との相性等双方の文化風土にも精通しているキーマンが存在し、対日投資希望企業に適切な助言・アドバイスを適宜行えること。

3) 地方への外資系企業誘致に関する今後の課題

ミプロ対日投資研究会（東京大学経済学研究科天野准教授座長）では、外国企業の日本への進出、在日外資系企業の地域への進出実態、阻害要因、課題等を明らかにし、地域への外国企業誘致への効率的な取り組み方法などについて、2007年から2年ほど議論している。現在世界的な景気鈍化の中で、今後どういう方向に対日投資を進めていくのか、あるべき方向性を探っている。

研究会の議論の中で注目すべき点は、対日投資の定義が難しいという声である。一般的な対日投資成功企業のイメージは工場誘致型のグリーンフィールド投資であり、流通などの大型投資を想定している。しかし昨今の世界的な経済環境下において、今後このような成功事例を期待することは非常に難しい。まさに今自治体には、新しいビジョンを持って企業誘致を推進する努力が必要とされている。地域をどう活性化していくのかというブランドデザインを描く中で、外国企業をどう位置づけていくかという具体的なイメージを関係者が共有することが必要である。そのためにも、本調査で紹介する各地域の多種多様な誘致事例から自らの地域にとってヒントを引き出していきたい。既存の地場企業との関係性の中で共生関係を保てる企業を誘致するのか、敢えて競争相手となる企業を呼び込み、地場の産業構造に刺激を与えるのか、自治体誘致担当者の力量が試される場所である。

(3) 自治体・対日投資関連機関への提言

対日投資に対するいくつかの誤解の一つに、対日投資誘致活動は主に首都圏経済のみを活性化するのではないかということがある。日経リサーチの基礎調査では、本社機能は関東に8割が集中し、中部、関西とあわせた三大都市圏で全体の95%を占めている。外資系企業に対しヒアリングをすると、「顧客がそこにいる」という明確な目的以外は、彼らの日本への投資の選択肢が、最初から「東京」「大阪」など都市部に限られており、それ以外の

選択肢を考慮に入れない場合が多い。外資系企業側では、地方への投資誘致について、そのメリットもデメリットも含め、「情報が全くない」という現状があるためだ。

しかし、何らかのきっかけで外資系企業と地方中小企業との取引関係が密になる、又は外資系企業側がその土地および人に愛着を感じることで、次第に交流回数が増え、その地域と継続的に繋がりを持ちたいという感情が生まれることも多い。こうした外資系企業の立地により、地方自治体が外資系企業から継続的に税収を確保し地元の雇用を維持できれば、地域経済活性化に一定の効果が生まれる可能性は極めて高い。

以下、海外からの投資を呼び込むために、日本の自治体を取りうる戦略を列挙する。

- 1) 外資系企業に対する地方自治体の投資誘致環境の継続的 PR
- 2) 点と面の誘致戦略を行う
- 3) 長期的視野に立った企業誘致・対日投資戦略

長期的関係が築きやすく、短期投資よりもむしろ地方自治体や地方中小企業と連携しながら、日本での有益なビジネスモデルを構築することに長けているような欧州系企業やアジア系企業は、やはり時間をかけて対象地域を吟味し精査している。外資系企業誘致には通常 3~5 年の投資誘致計画が必要であり、自治体側もこれを念頭に置いた誘致スキームを策定することで、外資系企業投資誘致を有効に行えよう。



この事業は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://ringring-keirin.jp/>

