# CLAIR REPORT No. 345

## 中国企業誘致の課題と可能性

Clair Report No. 345 (January 20, 2010)
(財)自治体国際化協会　北京事務所

財団法人自治体国際化協会
CLAIR

「CLAIR REPORT」の発刊について

当協会では、調査事業の一環として、海外各地域の地方行財政事情、開発事例等、様々な領域にわたる海外の情報を分野別にまとめた調査誌「CLAIR REPORT」シリーズを刊行しております。

このシリーズは、地方自治行政の参考に資するため、関係の方々に地方行財政に係わる様々な海外の情報を紹介することを目的としております。

内容につきましては、今後とも一層の改善を重ねてまいりたいと存じますので、御叱責を賜れば幸いに存じます。

本誌からの無断転載はご遠慮ください。

問い合わせ先
〒102-0083 東京都千代田区麹町 1-7 相互半蔵門ビル
(財)自治体国際化協会 交流情報部 国際情報課
TEL: 03-5213-1724
FAX: 03-5213-1742
E-Mail: webmaster@clair.or.jp

# 目　次

**はじめに**

**概要**・・・

４　調査結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・35
第２節　調査結果の詳細・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・35
１　所有形態・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・35
２　業種別内訳・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・35
３　対日ビジネス状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・35
４　日本への進出状況・可能性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・36
５　今後、日本への進出についての可能性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・36
６　日本への進出計画・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・36
７　優先する立地条件・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・37
８　優先する優遇条件・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・38
９　重視する情報源・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・39
第３節　調査結果のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・40
１　日本への進出可能性のある企業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・40
２　対日ビジネス状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・41
３　日本への進出にあたっての優先条件など・・・・・・・・・・・・・・・・・・41

**第４章　中国企業の誘致に向けて**・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・42
第１節　外国企業を誘致する上での要点・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・42
１　対日直接投資における阻害要因・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・42
２　外国企業の対日投資関心度・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・43
３　外国企業の日本進出と進出後の展開　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・44
第２節　中国企業の誘致に向けて・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・45
１　地方自治体と在中国自治体事務所の役割・・・・・・・・・・・・・・・・・・45
２　中国企業の誘致に向けて・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・45

**【資料】**
**【参考文献】**

## はじめに

中国政府はこれまで主に外資による対内直接投資を原動力として急成長してきたが、中国企業による対外直接投資は、資本規制の一環として厳しく制限されたこともあって、非常に小規模にとどまっていた。しかし、近年、中国企業の実力の向上に加え、中国政府の海外進出戦略である「走出去」政策による後押しもあり、対外直接投資が急増している。

一方、日本政府の対日直接投資促進政策と同調して、近年、海外からの企業誘致に積極的に取組む地方自治体が増えてきており、経済成長が著しい中国をターゲットのひとつとしている地方自治体もある。外国企業の誘致は、地域の魅力を再生し、地域経済を活性化する効果が期待されている。その取組みには、地方自治体、産業界、大学、研究機関等が一体となって取組む必要があり、リード役として果たす地方自治体の役割は大きい。

現状としては、中国企業の日本進出は規模が小さいといえるが、日中両国の経済関係はさらに緊密化することが予想され、今後、急速に拡大する潜在力を持っている。そのため、中国企業を地方都市へ呼び込もうとする地方自治体は増えていくものと考えられる。

本レポートでは、中国政府の「走出去」政策と対外直接投資の現状及び日本政府の対日直接投資促進政策と対日直接投資の現状について把握するとともに、在中国自治体事務所のヒアリング調査を実施して、中国企業の誘致の取組みから企業誘致のポイントをまとめた。また、中国企業の対日直接投資に関する実態調査を行い、日本の中小都市への進出可能性を分析した。そして、対日直接投資に関する各調査報告書を基に企業誘致の上での要点を押さえ、中国企業の地方都市への誘致可能性を探った。

本レポートが、中国企業の誘致活動を展開している地方自治体や展開しようとしている地方自治体の取組みの一助となれば幸いである。

最後に、本レポートの執筆に当たりご協力いただいた日本貿易振興機構(JETRO)、在中国自治体事務所をはじめ関係者の方々に厚くお礼を申し上げる。

（財）自治体国際化協会北京事務所長

## 概　要

### 第１章　中国政府の「走出去」政策と対外直接投資の現状

中国はこれまで主に対内直接投資である外資導入を原動力として急成長してきた。その一方、中国企業による対外直接投資は、資本規制の一環として厳しく制限されたこともあって、非常に小規模にとどまっていた。

しかし、近年、中国の対外直接投資が急増している。中国の対外直接投資は主にアジアに集中するが、中南米、欧米、アフリカなど全世界に及んでいる。主要投資先は３種類に大別され、第１は、香港、ケイマン諸島、英領バージン諸島などであり、いわゆるタックス・ヘイブン税制を有する国・地域への投資が非常に多い。第２に、オーストラリア、ロシア、アフリカなどの資源の獲得を目的とした投資がある。第３に、米国、カナダ、韓国など貿易や製造業の販売拠点等の展開に関連する国々がある。

対外直接投資の業種別構成としては、ビジネスサービスが多く、次いで卸売・小売業、鉱業、交通輸送業、製造業となっている。また、対外直接投資を行う企業は、中央政府が管理する大型国有企業が先行しているが、各地方の経済成長につれ、地方企業の投資額は増加傾向にある。

中国の対外直接投資が増加を続ける背景には、実力をつけた中国企業が、ビジネス拡大に向けて対外投資活動を活発化させていることが挙げられるが、中国政府が対外直接投資政策を「制限」から「促進」へと大きく転換させ、対外直接投資を支援していることが大きく影響している。

中国政府の海外進出戦略である「走出去」政策の狙いは、①経済摩擦の回避、②資源の確保、③多国籍企業の育成の３点が考えられ、中国企業の対外直接投資をサポートするため、これまで各種審査・認可手続き面での簡素化や外貨使用に関する規制緩和など支援措置を講じてきている。

一方、中国企業の投資形態は、①市場開拓型投資、②資源関連投資、③先進国向け投資、④技術力向上型投資の４つに大別できる。中国企業の対外直接投資は、急増する一方で、海外の投資先企業における従業員や現地社会との摩擦、企業収益の低迷など困難な事例も目立ってきており、中国政府としては中国企業が対外直接投資を行う上での環境整備が課題となっている。

### 第２章　対日直接投資の現状と日本政府、JETRO、在中国自治体事務所の取組み

日本においては、日本政府の 2010 年までに対日直接投資残高を GDP 比で５％程度を目指す方針により、対日直接投資を促進するための取組みがなされ、対日直接投資残高は着実に増加してきている。

対日直接投資の主要投資国・地域は、欧米諸国のシェアが大きく、近年の傾向として、アジアからの投資額も増えてきているが、中国からの投資額はまだまだ少ない。また、対日直接投資の業種別構成は、非製造業の割合が高く、特に中国からの投資は卸売業が多く、情報通信業、サービス業、運輸業と続いている。

日本国内の外資系企業の都道府県別立地状況は、東京に一極集中しており、東京に近い神奈川県、埼玉県などの首都圏、大阪府や愛知県といった大都市への立地が多く、中小都市への立地は少ない。

日本政府は、対日直接投資の拡大を日本の魅力再生のための重要な政策課題として積極的に推進している。対日直接投資促進のための取組みとしては、これまで「対日投資促進プログラム」や「対日直接投資加速プログラム」が策定され、関係府省庁は各種施策を着実に推進している。また、「対日直接投資加速プログラム」においては、地域への投資促進が重要な柱のひとつとなっており、多くの項目にその内容を知ることができる。

JETRO は、対日直接投資拡大のための中核的機関としての役割を担っており、対日直接投資促進策を実施している。外国企業の発掘及び日本への進出において成果を挙げており、近年の特徴として東京以外の地域への進出が占める割合が高まってきていることから、地域の特長を活かし戦略的に海外企業誘致を行う意欲ある地域の取組みを支援する「外国企業誘致地域支援事業」は注目すべき点といえる。

また、近年、海外からの企業誘致に積極的に取り組む地方自治体が増えてきており、経済成長が著しい中国をターゲットのひとつとしている地方自治体も多い。そこで、中国にある 6 自治体事務所のヒアリング調査を実施することにより、企業誘致の取組みの傾向と、企業誘致のポイントを探った。

中国企業の誘致を図るため、中国企業の発掘、投資環境説明会等への参加、個別企業訪問、地方自治体の首長等によるトップセールスなど積極的な取組みが展開されているが、このように積極的に活動しているのは、外国企業の進出数が比較的多い地域の自治体事務所であった。

企業誘致のポイントは、①外国企業の誘致に関するプラン・戦略の策定、②ターゲットの絞り込み、③ビジネスチャンスの創出、④中国地方政府との相互経済交流推進の仕組みづくり、⑤JETRO の活用、⑥現地職員の育成、⑦継続的な取組み、といえる。

## 第３章　対日直接投資に関する実態調査

中国企業の対日直接投資の可能性を探るために、北京市内の中国企業に対して実態調査を実施した。調査過程において、金融危機の影響もあり、多くの中国企業が国際市場への進出計画を放棄し、転じて国内市場の開発を重視していることが分かった。また、円高の影響を受け、運営コスト等の面から、日本市場の開拓については、直接投資ではない別の方法（例えば旅行業であれば日本の同業企業との協力）を望んでいることが判明した。

調査対象企業は 220 社であり、その内訳は、非製造業の商事・貿易業が多数を占めた。これは、現在の日中経済情勢の分析を行い、各方面の要素を総合して、日本への投資可能性がある企業は主に商事・貿易業に集中していると判断したことによる。

調査の結果、日本へ進出する可能性がある企業は 12 社であった。企業の形態をみると民営企業が 8 社と国有企業 4 社を上回り、中国国内における民営企業の成長と投資

意欲の高まりをあらわすものといえる。

また、対日ビジネスを既に実施している企業が多数を占めたことは、進出する可能性のある企業を見つけ出すポイントといえる。

そして、日本への進出については、「具体的進出計画がある」又は「支援条件があえば進出を希望する」との回答が多かったが、進出時期については「未定」との回答が多く、この辺りが企業誘致の難しさといえる。

日本への進出にあたっての立地条件として、「提携企業との地理的近接性」や、「地方自治体の誘致活動」が優先条件とされており、また、情報源の面でも「地方自治体の情報」が重要視されている。

## 第４章　中国企業の誘致に向けて

対日直接投資における阻害要因として、「人材確保の難しさ」、「ビジネスコストの高さ」、「製品に対するユーザーの要求水準の高さ」、「日本市場の閉鎖性、特殊性」の割合が高い。

また、アジア各国の中で、日本は投資環境の魅力がある国との見方が多いが、2007年の日本への投資プロジェクト件数は少なく、日本に対するプラスのイメージを実際の対日直接投資に結び付けていくことが課題となっている。

さらに、外国企業の日本進出後の展開をみると、進出以降に拠点機能数が増加している。ここから既に日本へ進出した外資系企業の地方都市への二次進出も窺える。

外国企業の誘致は、地域の魅力を再生し、地域経済を活性化させる効果が期待されている。その取組みには、地域のリード役として果たす地方自治体の役割は大きい。

また、地方自治体の中には、海外事務所を活用して中国企業の誘致に取組むケースも多い。海外事務所がある優位性を活かし、現地における正確な情報把握、迅速な対応、キメ細かな対応のほか、中国地方政府との友好ネットワークの活用、中国国内のJETROとの連携などがなされている。

現状、中国企業の日本進出は規模が小さいといえるが、中国の順調な経済成長に伴い、日中両国の経済関係はさらに緊密化することが予想され、今後、急速に拡大する潜在力を持っている。

そのため、中国企業の誘致を戦略的に進めるためには、複数の地方自治体、産業界、大学、研究機関等が一体となった広域連携が望まれる。広域連携により、地域としての魅力を向上させ、まずは相手に振り向かせることが大切と思われる。

中国企業の誘致は、十分な成果を得るまでは長期的な取組みが必要となるが、戦略的かつ継続して取組めば必ず成果につながっていくものと思われる。

## 第１章　中国政府の「走出去」政策と対外直接投資の現状

本章では、中国の対外直接投資額の現状、中国政府の海外進出戦略である「走出去[1]」政策及び中国企業の対外直接投資の展望を探ることにより、中国の対外直接投資についての全体像を把握する[2]。

### 第１節　中国の対外直接投資の現状

１　中国の対外直接投資の推移

中国はこれまで主に対内直接投資である外資導入（中国語で「引進来」）を原動力として急成長してきた。その一方、中国企業による対外直接投資は、資本規制の一環として厳しく制限されたこともあって、非常に小規模にとどまっていた。

しかし、近年、中国企業の実力の向上に加え、中国政府の「走出去」政策による後押しもあり、対外直接投資が急増している。中国商務部、国家統計局、国家外国為替管理局により公表された「2007 年中国対外直接投資統計公報[3]」（2008 年９月）によると、中国企業の対外直接投資額（金融部門を除く）は、2002 年以降にあらゆる分野で拡大してきており、2005 年に 122.6 億ドルと 100 億ドルを突破し、その後、2006 年 176.3 億ドル、2007 年 248.4 億ドルと急増している。さらに、2009 年１月の商務部速報によると 2008 年は 406.5 億ドルで前年と比べて 63.6%の大幅増とみられている（図表１－１）。

世界貿易開発会議(UNCTAD)の「世界投資報告書 2008」（2008 年９月）によると、2007 年の対外直接投資額において、中国は世界 19 位に位置し、アジアでは日本の７位、香港の９位に次ぐ規模となっている。中国は、対内直接投資のみならず、対外直接投資においても、世界経済に大きな影響を与える存在となってきているといえよう（図表１－２）。

図表１－１　中国の対外直接投資額（非金融部門）の推移

注：2008年は速報値
出所：中国商務部等「2007年中国対外直接投資統計公報」

[1] 中国語で「走出去」はzouchuqu、「引進来」はyinjinlaiと読む。

[2] 「中国」とは、いわゆる中国本土のことを言い、香港、マカオ、台湾を含んでいない。

[3] 2002年12月、商務部と国家統計局は共同で「対外直接投資統計制度」を制定。2006年の統計からは金融部門も公表されている。

図表１－２　世界の直接投資上位20カ国・地域（2007年）

| 順位 | 対内直接投資 | 対外直接投資 |
|---|---|---|
| 1 | 米国 | 米国 |
| 2 | イギリス | イギリス |
| 3 | フランス | フランス |
| 4 | カナダ | ドイツ |
| 5 | オランダ | スペイン |
| 6 | 中国 | イタリア |
| 7 | 香港 | 日本 |
| 8 | スペイン | カナダ |
| 9 | ロシア | 香港 |
| 10 | ドイツ | ルクセンブルク |
| 11 | ベルギー | スイス |
| 12 | スイス | ベルギー |
| 13 | イタリア | ロシア |
| 14 | ブラジル | スウェーデン |
| 15 | オーストリア | オーストリア |
| 16 | アイルランド | オランダ |
| 17 | メキシコ | オーストラリア |
| 18 | サウジアラビア | 英領バージン諸島 |
| 19 | シンガポール | 中国 |
| 20 | インド | アイルランド |

出所：UNCTAD「世界投資報告書2008」

○直接投資

直接投資とは、民間部門における長期の国際間資本移動であって、投資先企業の経営を支配（又は企業経営へ参加）する目的で行う行為。直接投資には、国内の企業が海外に対して行う「対外直接投資」と、国外の企業が国内に対して行う「対内直接投資」という２つの捉え方がある。

○直接投資の形態

直接投資の形態には、大きく分けて以下のものがある。

1　新たに投資先国に法人を設立する形態のもの。

2　既存の投資先国企業と株式取得・交換を通じ、提携などパートナーシップを結ぶもの。

3　既存の投資先国企業を買収するもの。

出所：経済産業省ホームページ「対外経済政策総合サイト」

２　対外直接投資の主要投資先

「2007 年中国対外直接投資公報」によると、2007 年末現在、中国の約７千社が世界の 173 カ国・地域に１万社を超える対外直接投資を行っており、これらの累計投資額（ストック）は 1,179.1 億ドル（金融部門を除くと 1,011.9 億ドル）に上る。

投資は主にアジアに集中するが、中南米、欧米、アフリカなど全世界に及んでいる。

主要投資先は３種類に大別される。

第１は、投資額上位３カ国・地域の香港、ケイマン諸島、英領バージン諸島などであり、いわゆるタックス・ヘイブン税制を有する国・地域への投資が非常に多い。香港は投資額ストックで 687.8 億ドル（58.3%）、ケイマン諸島 168.1 億ドル（14.3%）と英領バージン諸島 66.3 億ドル（5.6%）を加えると 78.2%を占める。こうした投資の大半は最終的に第三国・地域へ向かう「通過型投資」とみられているが、この中で中国の外資優遇措置を受けるため、少なからず自国向け迂回投資が含まれている可能性があり、対内直接投資額、対外直接投資額とも相当に嵩上げされているとの見方がある。2008 年１月、これまでの外資系企業に対する優遇措置を見直す新たな「企業所得税法」が施行されたことを受け、今後このような意図をもった投資は軽減されるかもしれない[4]。

第２に、オーストラリア、ロシア、アフリカなどの資源の獲得を目的とした投資がある。これは、中国国内において、資源、特に石油、鉱物資源が不足しており、中国政府の資源獲得政策と同調している。また、これらの国へも、前述のタックス・ヘイブン経由の投資が相当あると推測されている。

第３に、米国、カナダ、韓国など貿易や製造業の販売拠点等の展開に関連する国々がある。

2007 年の投資額フローでは、香港への投資額が 137.3 億ドル（51.8%）と最も多いが、オーストラリアやシンガポール、カナダ、パキスタンへの投資額が伸びている（図表１－３）。

図表１－３　対外直接投資の主要投資先

（単位：億ドル）

| | フロー | | | | | ストック | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2003年 | 2004年 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2007年末 | シェア |
| 総額 | 28.5 | 55.0 | 122.6 | 176.3 | 265.1 | 1179.1 | 100% |
| アジア | 15.0 | 30.1 | 43.7 | 76.6 | 165.9 | 792.2 | 67.2% |
| 中南米 | 10.4 | 17.6 | 64.7 | 84.7 | 49.0 | 247.0 | 20.9% |
| 欧州 | 1.5 | 1.6 | 5.1 | 6.0 | 15.4 | 44.6 | 3.8% |
| アフリカ | 0.7 | 3.2 | 3.9 | 5.2 | 15.8 | 44.6 | 3.8% |
| 北米 | 0.6 | 1.3 | 3.2 | 2.6 | 11.3 | 32.4 | 2.7% |
| オセアニア | 0.3 | 1.2 | 2.0 | 1.2 | 7.7 | 18.3 | 1.6% |
| ①香港 | 11.5 | 26.3 | 34.2 | 69.3 | 137.3 | 687.8 | 58.3% |
| ②ケイマン諸島 | 8.1 | 12.9 | 51.6 | 78.3 | 26.0 | 168.1 | 14.3% |
| ③英領バージン諸島 | 2.1 | 3.9 | 12.3 | 5.4 | 18.8 | 66.3 | 5.6% |
| ④米国 | 0.7 | 1.2 | 2.3 | 2.0 | 2.0 | 18.8 | 1.6% |
| ⑤オーストラリア | 0.3 | 1.2 | 1.9 | 0.9 | 5.3 | 14.4 | 1.2% |
| ⑥シンガポール | | 0.5 | 0.2 | 1.3 | 4.0 | 14.4 | 1.2% |
| ⑦ロシア | 0.3 | 0.8 | 2.0 | 4.5 | 4.8 | 14.2 | 1.2% |
| ⑧カナダ | | | 0.3 | 0.3 | 10.3 | 12.5 | 1.1% |
| ⑨韓国 | 1.5 | 0.4 | 5.9 | 0.3 | 0.6 | 12.1 | 1.0% |
| ⑩パキスタン | | | | -0.6 | 9.1 | 10.7 | 0.9% |

注：地域別と上位10カ国・地域（ストック順）
　　フロー2007年及びストック2007年末は金融部門を含む
出所：中国商務部等「2007年中国対外直接投資統計公報」

[4] 当該企業所得税法の内容については、財団法人自治体国際化協会の機関誌「自治体国際化フォーラム（JAN.2009 Vol.231）」に詳しい。

同統計による日本への対外直接投資のストックでは、国・地域別で第 20 位 5.6 億ドルとなっており、全体の 0.5%とわずかではあるが、2003 年末の 0.9 億ドルから 6.2 倍と大幅に拡大していることが注目される。

３　対外直接投資の業種別構成

次に、対外直接投資の業種別構成であるが、2007 年までの対外直接投資額ストックで最も多いのはビジネスサービス 305.2 億ドルであり、全体の 30.2%を占める。このビジネスサービスは、当該国・地域に設立された投資会社を通じて他国・地域への投資が多いことを意味するとの見方がある。続いて、卸売・小売業 202.3 億ドル（20.0%）であり、これには貿易会社も含まれる。その次は、鉱業 150.1 億ドル（14.8%）となっており、油田・天然ガス田開発や鉱山開発に対する投資である。交通輸送業は 120.6 億ドル（11.9%）、製造業は 95.4 億ドル（9.4%）となっている。このため、中国企業による対外直接投資は、非製造業を中心に行われているといえる。

2007 年の投資額フローでは、卸売・小売業が対前年 5.9 倍の 66 億ドルで 26.6%を占め、続いてビジネスサービス 56.1 億ドル（22.6%）、交通輸送業 40.7 億ドル（16.4%）となっている。鉱業は、2006 年に 85.3 億ドルと大幅に増加したが、2007 年は 40.6 億ドル（16.3%）となった。一方、製造業は、2006 年の減少から増加に転じ 21.3 億ドル（8.6%）となった。このほか、不動産や建設業、情報サービス（情報配信、コンピュータサービス及びソフト業）も着実に増加していることが注目される（図表１－４）。

図表１－４　対外直接投資の業種別構成（非金融部門）

（単位：億ドル）

| | フロー | | | | ストック | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2004年 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2007年末 | シェア |
| 総額 | 55.0 | 122.6 | 176.3 | 248.4 | 1011.9 | 100% |
| ①ビジネスサービス | 7.5 | 49.4 | 45.2 | 56.1 | 305.2 | 30.2% |
| ②卸売・小売業 | 8.0 | 22.6 | 11.1 | 66.0 | 202.3 | 20.0% |
| ③鉱業 | 18.0 | 16.8 | 85.3 | 40.6 | 150.1 | 14.8% |
| ④交通輸送業 | 8.3 | 5.8 | 13.8 | 40.7 | 120.6 | 11.9% |
| ⑤製造業 | 7.6 | 22.8 | 9.1 | 21.3 | 95.4 | 9.4% |
| ⑥不動産 | 0.1 | 1.2 | 3.8 | 9.1 | 45.1 | 4.5% |
| ⑦建設業 | 0.5 | 0.8 | 0.3 | 3.3 | 16.3 | 1.6% |
| ⑧情報サービス | 0.3 | 0.1 | 0.5 | 3.0 | 19.0 | 1.9% |
| ⑨住民サービス | 0.9 | 0.6 | 1.1 | 0.8 | 13.0 | 1.3% |
| その他 | 3.8 | 2.5 | 6.1 | 7.5 | 44.9 | 4.4% |

出所：中国商務部等「2007年中国対外直接投資統計公報」

４　対外直接投資企業の地域分布

また、対外直接投資を行う企業の地域分布であるが、まず、中国企業は、中央企業と地方企業の２つに分けられる。中央企業は、国家国有資産監督管理委員会が直轄する大型国有企業であるが、2007 年末の投資額ストックに占めるシェアは 78.5%であり、海外投資の大半を占めている。実際、投資額ストックの上位は、鉱業（資源・エネルギー）の中国石油天然ガス集団公司、中国石油化工集団公司、中国海洋石油総公司や

交通運送業の中国遠洋運輸（集団）総公司などの大型国有企業となっている。（図１－５）

これに対して、地方企業は 21.5%であり、これらの企業の本拠地は、経済発展が目覚ましい地域となっている。その中でも広東省が 72.43 億ドル（33.3%）と最も多く、上海市 30.25 億ドル(13.9%)、山東省 16.14 億ドル(7.4%)、北京市 15.92 億ドル(7.3%)、江蘇省 11.65 億ドル（5.4%）、浙江省 11.63 億ドル（5.3%）と続いている（図表１－６）。

このように、中国の対外直接投資は中央政府が管理する大型国有企業が先行しており、地方企業の割合は低いといえるが、各地方の経済成長につれ、地方企業の投資額は増加傾向となっている。

図表１－５　対外直接投資（ストック）上位10社（金融部門を除く）

| 順位 | 企　業　名 |
|---|---|
| 1 | 中国石油天然ガス集団公司 |
| 2 | 中国石油化工集団公司 |
| 3 | 中国海洋石油総公司 |
| 4 | 中国遠洋運輸（集団）総公司 |
| 5 | 華潤（集団）有限公司 |
| 6 | 中国中信集団公司 |
| 7 | 中糧集団有限公司 |
| 8 | 中国移動通信集団公司 |
| 9 | 中国中化集団公司 |
| 10 | 招商局集団有限公司 |

出所：中国商務部等「2007年中国対外直接投資統計公報」

図表１－６　対外直接投資企業の地域分布（非金融部門）

（単位：億ドル）

| | フロー | | | | ストック | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2004年 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2007年末 | シェア |
| 総額 | 55.0 | 122.6 | 176.3 | 248.4 | 1011.9 | 100% |
| 中央企業 | 45.3 | 102.0 | 152.3 | 195.9 | 794.4 | 78.5% |
| 地方企業 | 9.7 | 20.6 | 24.0 | 52.5 | 217.5 | 21.5% |
| 地方企業内訳 | | | | | | |
| ①広東省 | 1.39 | 2.07 | 6.30 | 11.41 | 72.43 | 33.3% |
| ②上海市 | 2.06 | 6.67 | 4.49 | 5.23 | 30.25 | 13.9% |
| ③山東省 | 0.75 | 1.59 | 1.27 | 1.89 | 16.14 | 7.4% |
| ④北京市 | 1.57 | 1.13 | 0.56 | 1.53 | 15.92 | 7.3% |
| ⑤江蘇省 | 0.57 | 1.08 | 1.24 | 5.19 | 11.65 | 5.4% |
| ⑥浙江省 | 0.72 | 1.58 | 2.15 | 4.03 | 11.63 | 5.3% |
| ⑦福建省 | 0.16 | 0.43 | 0.96 | 3.68 | 9.16 | 4.2% |
| ⑧黒龍江省 | 0.56 | 1.66 | 2.18 | 1.79 | 7.11 | 3.3% |
| ⑨遼寧省 | 0.41 | 0.30 | 0.97 | 1.28 | 4.44 | 2.0% |
| ⑩四川省 | 0.05 | 0.27 | 0.28 | 2.91 | 4.43 | 2.0% |

注：中央企業、地方企業の占める割合と地方別上位10地域（ストック順）
出所：中国商務部等「2007年中国対外直接投資統計公報」

## 第２節　中国政府の「走出去」政策

１　「走出去」政策の推進

前節のとおり、中国の対外直接投資額は急激に増加し続けている。2006 年から 2008 年までの対外直接投資額（2008 年は速報値）の合計は 833.2 億ドルと算定され、中国政府の第 11 次五カ年規画[5]期間（2006～2010 年）における目標額の 600 億ドルを突破する見込みである。

対外直接投資が増加を続ける背景には、実力をつけた中国企業が、ビジネス拡大に向けて対外投資活動を活発化させていることが挙げられるが、中国政府が対外直接投資政策を「制限」から「促進」へと大きく転換させ、対外直接投資を支援していることが大きく影響している。

中国政府は、従来は資本不足から、対内直接投資を奨励する一方、対外直接投資を厳しく規制してきた。しかし、2000 年３月、第９期全国人民代表大会で、対外直接投資に重点を置く「走出去」政策が正式に提起され、対外直接投資をむしろ積極的に進める方向へと転換した。これを受けて、第 10 次５カ年計画（2001～2005 年）には、対外直接投資の奨励が盛り込まれ、そして、2002 年 11 月の中国共産党第 16 回全国代表大会において、「走出去」政策の実施が評価されたことにより、「走出去」は、中国の国家戦略のひとつとして位置づけられた。

2006 年から始まる第 11 次五カ年規画では、「走出去」戦略において、一定の条件のある企業の対外直接投資と多国籍経営を支持し、優勢な産業を重点にして企業の対外加工貿易の展開を誘導、生産品原産地の多様化を図ること、多国籍企業の買収、株式取得、上場、重組（統合・合併・不良資産売却による企業再建等）、合併等の方式による多国籍企業の創設・育成と発展を図ること、優位保護、平等互恵の原則により対外資源の協力的開発を図ること、企業の対外基礎設備建設への参加を奨励、建設工事受注水準の底上げ、労務提供協力の安定的発展を図ること、対外直接投資の促進と保障体系の完成、対外直接投資資金調達協力の強化、海外国有資産の監督管理のリスク管理を図ること、などが強調された[6]。

では、中国政府の「走出去」政策の狙いは何であろうか。大きくまとめると以下の３点が考えられる。

① 経済摩擦の回避

中国経済の発展に伴って、諸外国との経済摩擦が激しくなっている。貿易面において、2001 年 12 月の世界貿易機関（WTO）加盟以来、中国商品に対するダンピング提訴が増加している。主要市場の国々における対中貿易赤字（中国側の黒字）の拡大に加え、外貨準備高の増加（2008 年 12 月末現在、1.95 兆ドル）もあり、諸外国から中国の人民元に対する引き上げ圧力が強まる結果を招いている。こうした状況に対応するため、中国企業の対外直接投資を促進して貿易黒字を減らし、外貨準備を使うことで、諸外国との摩擦の回避、ひいては人民元の引き上げ圧力を緩和す

[5] 中国では1953年以来、「五カ年計画」を策定して国づくりを進めてきた。第11期から「計画という言葉が「規画（長期的ガイドライン）」に改められた。

[6] 高橋五郎編「海外進出する中国経済」Ｐ６

る狙いがある。

② 資源の確保

高度成長に伴い、国内の需要が急増しており、資源、特に石油、鉱物資源の不足が中長期的な成長制約要因になるという認識が高まったとみられる。「中国統計年鑑」によると 2007 年の年間石油消費量は 3.66 億トン（世界第２位の消費国）で、国内生産が追いつかず、2.11 億トン（57.7%）を海外からの輸入に依存している。また、鉄鉱石についても輸入依存度が高まっている。そのため、中国政府は海外での資源の獲得と確保を図ろうとしている。

2006 年 11 月、中国はアフリカの 48 カ国を招き、北京で首脳会談を開催した。中国の対アフリカ外交は、資源開発や市場開拓等を狙いのひとつとしている。

③ 多国籍企業の育成

中国政府は、経済グローバル化に対応し、企業の競争力を強化させるため、多国籍企業を育成する政策を展開している。その背景には、中国政府が国際経済における巨大企業の影響力を強く認識し、中国企業の多国籍企業化を促す必要性を感じたといえる。

また、中国国内の多くの業種において生産能力が過剰になっており、グローバルな産業再編や海外への産業移転は、その過剰性生産能力解消に役立つと期待されている。

## ２　「走出去」政策による海外直接投資促進策

中国政府は、「走出去」政策の推進により、中国企業による対外直接投資をサポートするため、これまで各種審査・認可手続き面での簡素化や外貨使用に関する規制緩和など支援措置を講じてきている。これらの一連の支援策が後押しをして、対外直接投資を大きく増加させている。

### （１）外貨管理に対する規制緩和

外貨を管理する国家外国為替管理局は、2002 年に広東、福建、山東、江蘇、浙江、上海の沿海部６省・直轄市が試行地域に指定され、２億ドルの投資枠内で、100 万ドル以下の案件の認可権限が中央から地方の外為管理地方分局に委譲された。その後、試行地域は拡大され、2005 年５月には全省・自治区・直轄市が対象となった。同時に、投資枠は年間 50 億ドルに、地方の外為管理地方分局で認可できる案件の上限額は１件 1000 万ドルにまで引き上げられた。そして、対外投資枠は最終的に 2006 年６月に撤廃された[7]。

### （２）投資認可に対する規制緩和

商務部による投資認可も 2004 年 10 月から大型国有企業を除き、地方の省級政府に権限委譲された。また、政府が審査する内容は、投資環境と外交・政治関係、国際条

[7] 三菱東京ＵＦＪ銀行「経済レビュー」2005年NO.16、Ｐ２

約の義務と権利などに限り、投資案件の経済性、技術の合理性は企業の自己責任とされた。同時に、地方政府が認可できる投資対象国 135 カ国・地域のリストが発表されたが日本は含まれていない[8]。

2009 年３月、商務部は対外直接投資の申請手続きを簡略化する「境外投資管理弁法」を公布し、５月から施行することとしている。これにより、地方に登記する企業が１億ドル未満の対外直接投資を行う場合、地方の省級政府に申請し、ほぼ３営業日以内で認可が得られることとなり、対外直接投資の促進が期待されている。

（３）資金調達面でのバックアップ

2004 年 11 月、国家発展改革委員会と国家輸出入銀行は、対外投資専門の特別融資枠を設け、海外資源開発、海外での工場やインフラ建設、海外での研究施設、海外企業の買収に対して、優遇金利で融資を与えることとした。

また、2005 年からは地域開発を専門とするもうひとつの政府系銀行である国家開発銀行も、同様の海外投資プロジェクトに対して、資本金の出資や融資を行う制度を開始した。

（４）対外投資の支援体制

商務部は 2003 年４月に対外進出支援サイトを開設し、中央政府の政策、各国の投資環境、海外の具体的な投資案件、対外投資促進機関などについて幅広い情報提供を開始した。

次いで、2004 年７月には外交部とともに「対外投資国別産業指導目録」を公表し、67 カ国について、①農林・牧畜・水産業、②鉱業、③製造業、④サービス業、⑤その他の５つの分野に分けて奨励業種をリストアップし、投資企業に対し資金、税、貿易、外為など多くの面で優遇措置を付与することとした[9]。日本については、電気機械及び機材、印刷機械、測定器具・計器及び事務用機械、貿易、小売、研究開発、ソフト開発、交通運輸が選定された。

2005 年末には、投資相手国に「海外経済貿易合作区」（中国企業による工業団地）を建設する構想を打ち出した。中国政府は、合作区の建設を通じ、中国企業の投資を一定地域に集中させることで、部品・原材料などの調達の円滑化、ビジネスリスクの低減、政府などによる支援の円滑化を目指している。

既にパキスタン、ザンビアにおける合作区が始動、2007 年９月に新たに認可された 11 カ所を加えると、合計で 16 カ国・19 カ所の合作区が認可されている[10]。その内訳は、アジアではベトナム、パキスタンなど７カ所、アフリカではナイジェリア、ザンビアなど７カ所、ロシア３カ所、南米２カ所となっている。

また、世界第１位の水準にある外貨準備高がさらに増大する中、中国政府は 2007 年９月、中国投資有限責任公司を設立し、巨額の外貨を活用して、政府主導で国内外の

[8] 朱炎「中国企業の対外投資とグローバル戦略」Ｐ15
[9] 三菱東京ＵＦＪ銀行「経済レビュー」2005年NO.16、Ｐ２
[10] 「ジェトロ貿易投資白書2008」P169

優良資産・プロジェクトに投資する動きも始まった。

## 第３節　中国企業の対外直接投資の展望

### １　中国企業の対外直接投資の意義・目的

それでは、中国企業側からみて、対外直接投資を行う意義や目的は何であろうか。

ひとつは、中国の経済成長が進む中で、中国国内での競争が激化しており、海外に市場を求めグローバル化という流れの中で、企業を大きく発展させることに迫られているということがいえる。海外進出により、中国の低賃金、低コストの優位性を活かして大規模生産を通じて発展するなど、海外での現地生産はこの優位性を活かせるのみならず、国内からの低価格の部品も現地生産をサポートできる。

次に、中国政府の政策と同調した、大型国有企業による油田、天然ガス田開発や鉱山開発に対する資源開発・獲得のための大型投資は中国の対外直接投資において特徴的といえよう。

また、中国企業の中には、あえて先進国のより大きな市場へ参画して、厳しい競争を勝ち抜くことにより国際競争力を向上させようとする狙いもある。

さらに、技術力の獲得を目的とするケースもある。実際、中国企業の多くは技術を海外に依存する状況にあり、技術は主に中国での外資との合弁、ロイヤリティーを支払って海外から技術、特許を導入するなどの手段を通じて獲得している。しかし、この方法では欲しい技術を入手できず、多額のコストがかかり、また、自前の研究開発能力の養成ができないなどの問題もある。そのため、技術力獲得を目的とした海外での企業買収もそのための手段のひとつとなっている[11]。

中国企業の投資形態をまとめると、以下の４つといえる[12]。

① 市場開拓型投資

対外直接投資を通じて、国際市場を開拓し、より多くの中国製品の国際市場への進出を促進する。

② 資源関連投資

中国政府の資源獲得政策と同調するものである。大型国有企業による対外直接投資が該当する。

③ 先進国向け投資

中国企業のより大きな市場における競争への参画を通じ、国際競争力を向上させる。

④ 技術力向上型投資

対外投資を通じて、海外の進んだ技術を獲得する。

### ２　中国企業の対外直接投資の課題と展望

中国企業の対外直接投資は、中国政府の「走出去」政策に後押しされ、急増してい

---

[11] 朱炎「中国企業の対外投資とグローバル戦略」Ｐ18

[12] 「ジェトロ貿易投資白書2008」P169

る一方で、海外の投資先企業における従業員や現地社会との摩擦、企業収益の低迷など困難な事例も目立っている。

その主な要因としては、中国企業自身の国際ビジネス経験の未熟さを背景とした、①現地の法規・社会的慣習に対する認識不足、②現地市場に対する調査不足、③対外投資面での専門的人材不足などが挙げられている。

このように対外直接投資をめぐる課題が顕在化する中、中国政府としては、①投資促進機関の整備、②投資時の企業リスク低減に向けた投資保険制度の整備、③政府系金融機関による融資制度の充実化、④対外投資関連企業に対する人材育成面での研修・コンサルティングの実施など、中国企業が対外直接投資を行う上での環境整備が課題となっている[13]。

2009 年 3 月に交付された「境外投資管理弁法」では、1 億ドル未満の投資案件については、地方の省級政府へ権限委譲することで対外直接投資の促進が期待されるが、1 億ドル以上の大型投資案件については商務部の審査を受ける必要があり、金融危機の影響が広がりをみせるにつけ、中央政府による監督を強化することでリスク低減を図ろうとの狙いがあるとみられている。

しかしながら、これまでみてきたように、①中国政府が「走出去」政策により、対外直接投資を促進していること、②海外での資源獲得が経済成長の持続の必要条件となってきていること、③国内での企業間競争が激化する中で、中国企業の競争力強化のための海外からの技術導入が重要になってきていること、④多くの業種において、国内市場が生産能力過剰になっており、海外進出する企業が増加するものと見込まれること、などから、今後も中国企業の対外直接投資はますます増加していくものと考えられる。

[13] 「ジェトロ貿易投資白書2008」P169

## 第２章　対日直接投資の現状と日本政府、JETRO、在中国自治体事務所の取組み

本章では、対日直接投資の現状と日本政府及び独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）の対日直接投資促進の取組みを把握するとともに在中国自治体事務所における企業誘致の活動に焦点をあてる。

### 第１節　対日直接投資の現状

１　対日直接投資残高の現状

2003 年１月の首相施政方針演説で、「2001 年末 6.6 兆円の対日直接投資残高を５年後の 2006 年までに倍増を目指す」との方針を表明して以降、日本政府は対日直接投資拡大に向けた政策を積極的に推進している。さらに、2006 年３月には「2010 年までに対日直接投資残高を GDP 比で倍増となる５％程度を目指す」という新たな目標が掲げられ、対日直接投資を加速させるための取組みがなされている。

このような日本政府の取組みも後押しし、対日直接投資残高は年々着実に増加してきている。財務省の「2007 年末本邦対外資産負債残高」（2008 年５月）及び内閣府の「2007 年国民経済計算」(2008 年 12 月)によると、2006 年末には 2001 年末から 93.9%増加の 12.8 兆円となり、当初の目標はほぼ達成された。また、2007 年末の対日直接投資残高は、15.1 兆円(GDP 比 2.9%)となり、2006 年末から 2.3 兆円の増加と、ここ５年で最大の伸び（対前年比 18.0%増）となっている（図表２－１）。

図表2－1　対日直接投資残高とGDP比

出所：財務省「本邦対外資産負債残高」
内閣府「国民経済計算」

２　対日直接投資の主要投資国・地域

次に、日本銀行の「2007 年末直接投資残高（地域別かつ業種別）」（2008 年５月）から、2007 年末の対日直接投資の主要投資国・地域の内訳をみると、欧米諸国のシェアが大きく、西欧が 46.6%、米国が 33.5%を占めており、全体の 80.1%となっている。近年の傾向として、アジアからの投資も増えてきているが、中国の投資残高は 141 億円とごくわずかであり、全体の 0.1%となっている（図表２－２）。このことから、中

国は対日直接投資の主要投資国となっていないことがわかる。

３　対日直接投資残高の業種別構成

また、2007 年末の対日直接投資残高の業種別構成は、製造業 37.7％に対し、非製造業は 62.3％を占めている。中でも金融・保険業が最も多く、全体の 41.5％となっている。（図表２－３）。

図表２－３　対内直接投資残高の業種別割合

（単位：億円）

| 業種 | （合計） | 151,454 | シェア |
|---|---|---|---|
| 製造業 | 製造業（計） | 57,103 | 37.7% |
| | 食料品 | 2,230 | 1.5% |
| | 繊維 | 605 | 0.4% |
| | 木材･パルプ | 37 | 0.0% |
| | 化学・医薬 | 14,115 | 9.3% |
| | 石油 | 2,248 | 1.5% |
| | ゴム・皮革 | 144 | 0.1% |
| | ガラス・土石 | 1,632 | 1.1% |
| | 鉄・非鉄・金属 | 1,062 | 0.7% |
| | 一般機械器具 | 819 | 0.5% |
| | 電気機械器具 | 20,079 | 13.3% |
| | 輸送機械器具 | 12,398 | 8.2% |
| | 精密機械器具 | 1,008 | 0.7% |
| | その他 | 726 | 0.5% |
| 非製造業 | 非製造業（計） | 94,351 | 62.3% |
| | 農・林業 | 101 | 0.1% |
| | 漁・水産業 | 13 | 0.0% |
| | 鉱業 | 1 | 0.0% |
| | 建設業 | 184 | 0.1% |
| | 運輸業 | 789 | 0.5% |
| | 通信業 | 5,874 | 3.9% |
| | 卸売・小売業 | 11,204 | 7.4% |
| | 金融・保険業 | 62,833 | 41.5% |
| | 不動産業 | 2,753 | 1.8% |
| | サービス業 | 2,842 | 1.9% |
| | その他 | 7,757 | 5.1% |

出所：日本銀行「直接投資残高（地域別かつ業種別）」

中国企業の業種別構成は、対日直接投資残高 141 億円のうち、最も多いのは卸売・小売業であるが、報告件数が３件に満たない項目はデータが示されていないため詳細が不明である。

このため、経済産業省の「第 41 回外資系企業動向調査[14]」（2008 年８月）を参考とすると、集計企業の 93 社のうち製造業は 11 社（11.8%）と少なく、非製造業が 82 社（88.2%）と大半を占めている。その中でも特に卸売業が 49 社（52.7%）と多く、情報通信業 14 社（15.1%）、サービス業 10 社（10.8%）、運輸業６社（6.5%）と続いている。このことから、中国企業の投資は製品輸出入・販売等の拠点が中心となっていることがわかる。また、日系企業によるソフト開発のアウトソーシングの増加に伴い、販売拠点等の動きも現れていると考えられる（図表２－４）。

図表２－４　中国企業の業種別数

（単位：社）

| 業種 | （合計） | 93 | シェア |
|---|---|---|---|
| 製造業 | 製造業（計） | 11 | 11.8% |
| | 繊維 | 3 | 3.2% |
| | 非鉄金属 | 1 | 1.1% |
| | 一般機械器具 | 3 | 3.2% |
| | 電気機械器具 | 1 | 1.1% |
| | 輸送機械器具 | 1 | 1.1% |
| | その他 | 2 | 2.2% |
| 非製造業 | 非製造業（計） | 82 | 88.2% |
| | 情報通信業 | 14 | 15.1% |
| | 運輸業 | 6 | 6.5% |
| | 卸売業 | 49 | 52.7% |
| | 小売業 | 1 | 1.1% |
| | サービス業 | 10 | 10.8% |
| | その他 | 2 | 2.2% |

出所：経済産業省「第41回外資系企業動向調査」

４　外資系企業の都道府県別立地状況

それでは、日本国内の外資系企業の都道府県別立地状況はどうなっているだろうか。これを知るためには、総務省の「平成 18 年事業所・企業統計調査[15]」の全国（会社企業）結果（2007 年 12 月）が参考となる。同調査では、自社への出資比率が 50%を超える企業を「親会社がある企業」、自社に対して出資比率が 20%以上 50%以下の企業を「関連会社がある企業」として国内の企業数を調査している。海外に親会社あるいは関連会社がある企業を外資系企業ととらえることにより、おおまかな立地状況をつかむことができる。

ただし、例えば出資比率 50%の親会社を持ち、かつ 30%の関連会社を持つような企

[14] 2007年３月末時点で①外国投資家が株式又は持分の３分の１超を所有している企業、②外国投資家が株式又は持分の３分の１超を所有している持株会社が出資する企業であって、外国投資家の直接出資比率及び間接出資比率の合計が３分の１超となる企業（いずれの場合も、外国側筆頭出資者の出資比率が10%以上であること。金融・保険業、不動産業を除く。）を調査対象として実施。有効回答企業数2,665社

[15] 2006年10月１日現在、国内に所在する事業所を調査対象として実施。（５年に１度実施。中間年にあたる2004年には簡易調査を実施）

業は、「親会社がある企業」と「関連会社がある企業」のどちらにも該当することになり、重複する企業が出てしまう。このため、「親会社がある企業」と「関連会社がある企業」のそれぞれについてみることとする。

まず、海外に「親会社がある企業」の立地状況であるが、全国 2,833 社のうち、東京への立地が 1,894 社と全体の 66.9%を占めており、東京以外では、神奈川県が 277 社（9.8%）、大阪府が 182 社(6.4%)と多く、この３都府県で全体の 83.1%を占めている。このほかには、兵庫県、千葉県、愛知県、埼玉県、静岡県が比較的多いが、企業立地数が一桁の県が 32 県もあり、地方においては海外に「親会社がある企業」の立地数は極めて少ないといえる（図表２－５）。

次に、海外に「関連会社がある企業」であるが、全国 2,612 社のうち東京都が最も多く 1,098 社（42.0%）、続いて大阪府 275 社（10.5%）、神奈川県 179 社（6.9%）であり、３都府県で全体の 59.4%を占める。このほかには、愛知県 139 社、兵庫県 99 社、埼玉県 92 社、静岡県 57 社、千葉県 55 社、福岡県 53 社となっており、海外に「関連会社がある企業」は、海外に「親会社がある企業」よりも地方への広がりを見せていることがみてとれる（図表２－６）。

図表２－５　都道府県別企業立地数
（海外に「親会社がある企業」）

注：10社以上の該当企業がある都道府県
出所：総務省「平成18年事業所・企業統計調査」

図表２－６　都道府県の企業立地数
（海外に「関連会社がある企業」）

注：20社以上の該当企業がある都道府県
出所：総務省「平成18年事業所・企業統計調査」

また、同調査では、2005 年から調査時点である 2006 年 10 月までに進出した企業の都道府県別立地数も把握することができる。こちらも同様に海外に「親会社がある企業」と海外に「関連会社がある企業」について集計してみる。

まず、海外に「親会社がある企業」であるが、全体で 177 社のうち東京への立地が 127 社（71.8%）と最も多く、神奈川県 14 社（7.9%）、大阪府 10 社（5.6%）とこの３都府県で 85.3%を占めており、全体とほぼ同傾向である。

次に、海外に「関連会社がある企業」であるが、全体で 117 社のうち東京への立地が 60 社（51.3%）と最も多く、神奈川県８社（6.8%）、大阪府７社（6.0%）、埼玉県６社（5.1%）、兵庫県５社（4.3%）と続いている。このことから、2005 年から 2006 年 10 月までの立地についても、海外に「関連会社がある企業」の方が、海外に「親会社がある企業」よりも地方への広がりを見せているといえる。

このように外資系企業の立地状況は、東京に一極集中しており、東京に近い神奈川県、埼玉県など首都圏への立地、大阪府や愛知県といった大都市への立地が多く、中小都市への立地は極めて少ないといえる。

さらに、経済産業省の「第 41 回外資系企業動向調査」による都道府県分布をみるとその状況はさらに顕著である。同調査では 2,665 社の集計企業があった。そのうち、東京に立地している企業は 1,891 社（71.0%）であり、神奈川県 248 社（9.3%）、大阪府 157 社（5.9%）と３都府県で 86.2%となっている。これに続くのは、兵庫県、千葉県、愛知県である。ただし、製造業に関してみれば、地方都市での立地が多く注目すべき点といえる（図表２－７）。

図表２－７　集計企業数（都道府県別）　　（単位：社）

| | 全産業 | | |
|---|---|---|---|
| | | 製造業 | 非製造業 |
| 合計 | 2,665 | 671 | 1,994 |
| 茨城県 | 12 | 8 | 4 |
| 栃木県 | 14 | 10 | 4 |
| 埼玉県 | 38 | 18 | 20 |
| 千葉県 | 48 | 16 | 32 |
| 東京都 | 1,891 | 373 | 1,518 |
| 神奈川県 | 248 | 90 | 158 |
| 静岡県 | 21 | 15 | 6 |
| 愛知県 | 43 | 16 | 27 |
| 三重県 | 12 | 9 | 3 |
| 京都府 | 12 | 8 | 4 |
| 大阪府 | 157 | 40 | 117 |
| 兵庫県 | 75 | 25 | 50 |

注：全産業で10社以上の該当企業がある都道府県
出所：経済産業省「第41回外資系企業動向調査」

## 第２節　日本政府及び JETRO の対日直接投資促進の取組み

### １　日本政府の対日直接投資促進の取組み

#### （１）対日直接投資の狙い

日本政府は、対日直接投資の拡大を日本の魅力再生のための重要な政策課題として、積極的に推進している。

その考え方は、①外国からの投資は、既存の組織や慣習から離れた新たな資本、人材、経営ノウハウ、技術をもたらす、②外国企業との提携により、グローバルな製品開発競争に対処することも可能になる、③国内にない新しい商品やサービスを提供して、新市場を創出し、競争を促進して消費者の利益を増進する企業もある、などに基づいており、対日直接投資は、経済を活性化させる「日本再生の鍵」のひとつとして期待されている[16]。

実際、多くの諸外国が対内直接投資の意義を認め、積極的に外資の導入・活用を図り、国内産業の再生・活性化を促進してきた。日本においても、日本政府の対日直接投資促進政策の推進が後押しとなり、対日直接投資残高は 2001 年末の 6.6 兆円から 2007 年末には 15.1 兆円と着実に増加し、対 GDP 比も 1.3%から 2.9%まで上昇してきている。

しかしながら、UNCTAD の「世界投資報告書 2008」によると、2007 年末の各国の対内直接投資残高の GDP 比は、米国 15.1%、イギリス 48.6%、ドイツ 19.0%、フランス 40.1%、カナダ 36.5%となっており、アジアの中でも中国 10.1%、韓国 12.3%と比較して、日本の 2.9%はまだまだ低い現状にある（図表２－８）。

[16] 対日投資会議専門部会報告「日本を世界の企業にとって魅力ある国に」

図２－８　2007年対内直接投資残高の国際比較（GDP比）

出所：UNCTAD「世界投資報告書2008」

（２）対日投資促進プログラムの策定

1994 年、内閣総理大臣を議長、経済財政政策担当大臣を副議長とする「対日投資会議」を設置し、日本政府として対日直接投資促進を積極的に図ることとした。

2003 年１月、内閣総理大臣の施政方針演説で、「2001 年末 6.6 兆円の対日直接投資残高を５年後の 2006 年までに倍増を目指す」との方針を受け、同年３月の第５回対日投資会議において、５分野からなる「対日投資促進プログラム」を策定して関係府省庁により、企業の事業環境の整備、行政手続きの見直し等、投資環境の改善に向けた各種施策が講じられた。

この結果、2006 年末の対日投資残高は 12.8 兆円となり、2001 年末の 6.6 兆円から 93.9％増加して、目標はほぼ達成された。

『対日投資促進プログラム』

| |
|---|
| ①　行政手続きの見直し（明確化、簡素化、迅速化） |
| ・各府省総合案内窓口（Invest Japan）の設置等 |
| ②　事業環境の整備 |
| ・国境を越えたＭ＆Ａ（合併と買収）の円滑化等 |
| ③　雇用・生活環境の整備 |
| ・技術者・研究者の入国資格の拡充、留学生の就職支援等 |
| ④　地方と国との体制整備 |
| ・地方自治体の自主的な誘致取組みを支援、構造改革特区制度活用の検討等 |
| ⑤　内外への情報発信 |

出所：2003 年３月対日投資会議決定

（３）対日直接投資加速プログラムの策定

また、一層の投資促進を図るべく、2006 年３月の第７回「対日投資会議」では、「2010 年までに対日直接投資残高を GDP 比で倍増となる５％程度を目指す」という新たな目標が掲げられ、同年６月の第８回対日投資会議において、３分野からなる「対日直接投資加速プログラム」が策定された。

2007 年 12 月に廃止された「対日投資会議」に代わり、2008 年１月には経済財政政策担当大臣の下に「対日投資有識者会議」が設置された。同会議の目的は、「対日直接投資は日本経済の成長においてグローバル化の重要な柱であるが、国際的には未だ低い水準にある。このため、同会議を開催し、対日直接投資が増えない要因及びその構造的背景も含め、対日直接投資促進のための具体的検討を行う。」としている。

そして、2008 年５月には同会議による「対日直接投資の抜本的な改革に向けた５つの提言」が取りまとめられ、「対日直接投資加速プログラム」は同年 10 月時点での改正が実施された。関係府省庁は同プログラムに基づき、フォローアップを行いながら対日直接投資促進のための各種施策を着実に推進している。

『対日直接投資加速プログラム』

| |
|---|
| ① 地域を拠点とした経済成長と生活の質の向上 |
| ・地域の資源を活用した新事業創出の促進 |
| ・対日投資促進特区の推進　等 |
| ② 世界との投資誘致競争に打ち勝つ投資環境 |
| ・国境を越えたＭ＆Ａ等の組織再編柔軟化 |
| ・人流・物流の効率化・円滑化 |
| ・研究開発基盤の強化 |
| ・外国人の生活環境整備　等 |
| ③ 内外への積極的な広報 |
| ・大規模な海外セミナー開催 |
| ・地方対日投資会議開催　等 |

出所：2006 年６月対日投資会議決定

なお、「対日直接投資加速プログラム」では、地域への投資促進が重要な柱のひとつとなっており、多くの項目にその内容を知ることができる。同内容は、地方自治体職員及び地方自治体関係者が、外国企業の誘致促進施策を進める上で重要なポイントであることから、以下のとおり紹介する。

『対日直接投資加速プログラム』（地域への投資促進に関する項目を抜粋）

① 国及び JETRO は、地方自治体と協力するとともに、民間の融資機関、助言機関等とのネットワークや金融、営業・マーケティング等に関する民間出身者の知見を活用することにより、外国企業、既進出外資系企業、地域のニーズ・要望の把握に努め、産業クラスター計画、中小企業関連施策と連携し、特区・地域再生の取組みも踏まえ、企業発掘から企業設立、事業拡大までをシームレスに繋ぐための支援を行う。

② 地域の投資関係情報（地域の産業集積、専門人材、企業、インフラ等の情報）を整備し、投資家が欲する内容に合わせ、情報をより充実させていく投資家志向のウェブサイトを構築する。効率的で効果的な情報発信を実現するため、意欲ある自治体においては、首長のリーダーシップと連携の下で、広域連携で実施する。

③ 対日直接投資促進自治体フォーラム[17]等の提案を踏まえ、地域の積極的な関与を前提に、対日投資関連の規制特例等をパッケージで実現するなど対日投資促進に向けて特区制度を推進する。

④ 地方対日投資会議等を活用し、地方自治体のトップ等が自ら外国企業を誘致するコミットメントを明らかにするための場を提供する。また、外国企業誘致活動に積極的に取組む地域自らが対日直接投資による具体的効果等の普及啓発活動に努め、対日直接投資の促進が地域発の全国的な運動となるよう国として積極的な支援を行う。

⑤ 日本の投資歓迎姿勢を広くＰＲすべく、海外に対する広報活動として、投資ミッションを派遣しつつ、閣僚級、地方自治体首長によるトップセールス活動を行う。

⑥ 閣僚、地方自治体首長によるトップセールス、企業誘致やビジネスパートナー作りのための「場」の提供の観点から、海外における大規模な対日投資セミナーを開催する。

出所：内閣府ホームページ「対日投資関連」

[17] 対日直接投資に際して、地方自治体が必要としているニーズを日本政府に伝え、地方自治体の真剣な取組みを表明する場として、2006年２月、44の都道府県知事と14政令指定都市市長の参画を得て設置された。

（４）対日直接投資促進に向けた法制度改正

対日直接投資の拡大に向けた法制度改正として、近年では、2003 年に株式交換・移転制度が導入され、2005 年には、経済産業省及び法務省による「企業価値・株式共同の利益の確保又は向上のための買収防衛策に関する指針」が策定された。

続いて、2006 年には、会社法の施行、証券取引法の改正等がなされ、企業組織再編の円滑化に向けた制度改正や指針づくりが行われている。

また、2007 年には、会社法の施行（合併等対価の柔軟）により、合併等の対価として親会社の株式等を交付する三角合併等が可能となった。これらの法制度改正は、対日直接投資の促進にも資するものと期待されている。

２　JETRO の対日直接投資促進の取組み

JETRO は、日本の貿易の振興に関する事業を総合的かつ効率的に実施すること並びにアジア地域の経済及びこれに関連する諸事情について基礎的かつ総合的な調査研究並びにその成果の普及を行い、これらの地域との貿易の拡大及び経済協力の促進に寄与することを目的としている[18]。

JETRO は、対日直接投資拡大のための中核的な機関としての役割も担っており、「対日直接投資加速プログラム」により、対日直接投資促進策を実施している。

その中において、地方自治体をサポートする事業も展開されている。また、外国企業の発掘と日本への拠点進出サポートにおいては、近年の特徴として東京以外の地域への進出が占める割合が高まってきており、注目すべき点といえる。

以下、JETRO が実施する対日直接投資促進のための主な取組みを紹介する。

（１）対日投資・ビジネスサポートセンター（IBSC）

IBSC は外国企業の日本進出及び在日外資系企業の日本国内事業の拡大をサポートする目的で東京、横浜、名古屋、神戸、大阪、福岡の６カ所に設置されている。

オフィススペースや専門家による対日投資関連情報の提供、コンサルテーションを行っている（図表２－９）。

（２）地域進出支援ナビ

ウェブサイト上に多言語に対応した情報検索システム「地域進出支援ナビ」を構築し、日本各地の重点産業（産業の魅力や規模、研究開発機関など）やビジネス環境（インセンティブ、インフラなど）について情報発信している。

（３）サポートプロジェクト

将来的に日本に拠点を設立することを検討している外国企業や既に日本に拠点がある外資系企業に、ニーズやビジネスフェーズに合わせた各種支援メニューを用意している。

[18] 独立行政法人日本貿易振興機構法第３条

① 外国企業へのサポート
・国内での展示会出展サポート
・拠点設立支援
・地方進出支援
② 在日外資系企業へのサポート
③ 地方自治体へのサポート
地域の特長を活かし戦略的に海外企業誘致を行う意欲ある地域の取組みを支援。（次項参照）

図表２－９　日本に拠点設立を検討している外国企業へのサポート

出所：JETRO ホームページ「対日投資情報」

地方自治体へのサポート『2008年度　外国企業誘致地域支援事業』(主なもの)

1　事業概要

海外の技術・ノウハウと地域の資源とを結びつけることによって新たな地域経済の発展と住民の生活の質の向上を図ることを目的として、地域の特長を活かし戦略的に外国企業誘致を行う意欲ある地域の取り組みを支援する。

2　対象

・単独の地方自治体
・複数の地方自治体の連合
・地方自治体と地域経済団体(経済団体連合や商工会議所など)との連合
・地方自治体から企業誘致事業の委託等を受けている公的機関(財団法人など)
・産業クラスター計画に係る支援機関

3　事業内容

（1）マッチング支援事業

①地方でのマッチング支援

地方で開催される展示会に外国企業を招へい、ブースを提供し、外国企業と地元及び近隣県等の企業とのマッチングを図る。経済産業局など地域の関係機関と連携し、より多くの地方自治体関係者や地元企業に広報し、参加を促すもの。

②東京でのマッチング支援

地方でのマッチングイベントの一環として、既進出外資系企業の二次投資促進等を目的としたマッチング支援を東京で開催するもの。

（2）個別招へい・立ち上げ支援事業

①招へい

地方自治体等が投資熟度の高い外国企業の幹部等を招へいする際、当該外国企業とのスケジュール調整や、地元企業との商談会、研究機関やインキュベーション施設の視察、士業等専門家との面談など地方自治体等のプログラム作成に協力し、プログラム実施にかかる一部費用(渡航費、滞在費、移動費、会場費、通訳費、専門家相談料等)の支援を行うもの。

②立ち上げ支援

外国企業進出時の立ち上げ活動支援として、地方自治体等が行う外国企業へのサポートにつき、一部費用(通訳・翻訳、士業専門家の相談料、各種手続き代行、不動産紹介、人材紹介等)の支援を行うもの。また、外国語対応が可能な専門家等が不足している地域に対しては、JETROが適切な人材を紹介する。

（注）JETROにて案件審査を行い、投資熟度が高いと判断されたものが対象。

（3）海外での誘致ＰＲ支援

複数の地方自治体、経済団体、産業クラスター等が連携して行う外国企業誘致案件の発掘活動(海外展示会への共同出展等)を支援するとともに、複数の地方自治体等が相互に協力しながら外国企業の誘致活動を行うよう促すことで、地域間の連携構築を目指すもの。

JETROは、複数の地方自治体等が海外の展示会等に参加し、誘致案件の発掘活動を行うにあたり、プログラムの策定、ブースの確保・基本装飾・設営等をサポートする。また、通訳や域内移動等、展示会等への参加に伴い必要となる各種アレンジを行い、地域のプロモーション活動を総合的に支援する。

（注）同一都道府県内での連携グループは支援対象外。

出所：JETROホームページ「対日投資情報」

## 第３節　在中国自治体事務所の企業誘致に向けた取組み

日本政府の対日直接投資促進政策と同調して、近年、海外からの企業誘致に積極的に取り組む日本の地方自治体が増えてきている。対日直接投資の現状からターゲットの主要国は欧米であるが、経済成長が著しい中国をターゲットのひとつとしている地方自治体も多い。

本節では、在中国自治体事務所において中国企業の誘致活動を実施している事務所のヒアリング調査を行い、中国企業の誘致の取組みや企業誘致におけるポイントなどを探る。

### １　ヒアリング調査にあたって

2009 年３月の時点で、地方自治体等の職員が派遣されている海外事務所は、上海 21（JETRO 上海内に設置されているものを含む)、大連５、北京２、天津、南京、福州各１の合計 31 事務所となっている。

ヒアリング調査の実施にあたり、事前に自治体事務所毎の所掌業務を調べ、中国企業の誘致を業務内容としていると思われる 16 事務所に調査の事前打診を行った。調査打診した事務所の中には業務内容としてはいるものの業務実績が伴わない等の理由から、最終的に６事務所のヒアリング調査を実施することとした。

６事務所の調査結果から、在中国自治体事務所における企業誘致の取組みの傾向を把握することができた。

○ヒアリング調査日

2009 年２月５日　愛知県上海事務所、福岡県上海事務所、沖縄県上海事務所
2009 年２月６日　大阪府上海事務所、横浜市上海事務所
2009 年２月 11 日　神奈川県大連事務所

### ２　ヒアリング調査結果

６事務所におけるヒアリング調査結果は以下のとおりである。（調査順に記載）

1　愛知県上海事務所

| | | 内　容 |
|---|---|---|
| 1 | 名称 | 独立行政法人日本貿易振興機構上海代表処　愛知経済交流部 |
| 2 | 職員体制 | 部長（愛知県職員）、現地職員１名　計２名 |
| 3 | 設立年月日 | 2004年4月 |
| 4 | 主な業務内容 | ①愛知県内企業の中国進出支援、②中国企業の愛知県への誘致、③中国人観光客の愛知県への誘致、④航空路線の誘致 |
| 5 | 外国企業の誘致に関するプラン・戦略 | 「グレーター・ナゴヤ・イニシアティブ協議会」<br>グレーター・ナゴヤとは、地理的に日本の真ん中に位置し、名古屋を中心に半径約100キロメートルに拡がる地域。<br>グレーター・ナゴヤ・イニシアティブ（GNI）は、圏内の産業経済をより世界にオープンなものとして、世界から優れた企業・技術やヒト・情報を呼び込むために、圏内の県、市、産業界、大学、研究機関が一体となり、国際的産業交流を促進する活動を行っている。<br>2006年２月、地方自治体、経済団体、企業、大学、研究機関、JETRO、中部経済産業局等多種多様な主体が参加して、GNI活動を推進する組織として、グレーター・ナゴヤ・イニシアティブ協議会（GNIC）を設立した。GNICは、グレーター・ナゴヤへの事業の展開や拡大に関心のある外国企業に対して、ワンストップセンターとして機能するほか、グレーター・ナゴヤ地域の情報、調査、広報宣伝、招へい、面談のアレンジ、進出支援といったサービスを展開している。 |
| 6 | 企業誘致のターゲット産業・分野 | 製造業、IT（愛知県）＊GNI内の地方自治体ごとに個別のターゲットを設定している。 |
| 7 | 事務所の中国企業誘致の主な取組み | GNICと連携して企業誘致活動を実施。<br>①企業の発掘<br>コンサルタント・調査会社へ企業の発掘を年間委託。<br>誘致ターゲットである産業分野や企業の規模等を指定して、愛知県に進出する可能性のある企業を発掘する。発掘された企業はGNICに情報提供し、GNICではこれを元に招へい事業や企業誘致のための基礎データとする。<br>② トップセールス<br>２年に１回程度実施。（2006年副知事、2008年産業労働部長）<br>中国企業を集めた説明会の開催や個別企業訪問を実施。説明会は、中国地方政府の対日投資促進部門の協力を得て、対日投資に関心のある企業を集めてもらう。個別企業の訪問先は、海外事務所で発掘した中から選別して決める。<br>③　事務所職員による中国企業訪問<br>誘致可能性のある企業を個別訪問。<br>④　ソフトウェア交易会への出展<br>⑤　JETROの対日投資促進セミナーへの参加 |
| 8 | 地方自治体の体制整備状況 | ①　日本の担当部署の体制<br>外国企業誘致担当部署：愛知県産業立地通商課　外国企業誘致グループ　７名（専任）…GNICの構成員<br>②　企業誘致機関の体制<br>ワンストップサービスセンター：愛知・名古屋国際ビジネス・アクセス・センター（I-BAC） |
| 9 | 海外事務所のある優位性 | ・現地情報の正確な把握<br>事務所から中国のコンサルタント・調査会社へ直接委託ができるので、契約手続き等が簡素化される。また、調査受託会社との密な連絡調整が可能となり、正確な情報収集が可能となる。<br>・フットワークの軽さ<br>必要な時にすぐに企業訪問ができる身軽さは海外事務所ならではの利点。 |
| 10 | 企業誘致のポイント | 日本へ進出するのは前提条件としてビジネスが存在するからである。どんなに投資環境が良くてもビジネスとならなければ企業は進出しないので、その点をしっかりと踏まえた仕組みづくりが大切。 |

２　福岡県上海事務所

| | | 内　容 |
|---|---|---|
| 1 | 名称 | 財団法人福岡県中小企業振興中心上海代表処 |
| 2 | 職員体制 | 所長（福岡県職員）、現地職員１名、顧問契約職員１名（毎週水曜日のみ勤務）　計３名 |
| 3 | 設立年月日 | 2003年8月 |
| 4 | 主な業務内容 | ①環境ビジネス　江蘇省との相互経済交流、②福岡県内企業の中国進出支援、③中国企業の福岡県への進出相談、④文化交流等の友好交流事業の推進 |
| 5 | 外国企業の誘致に関するプラン・戦略 | 「INVEST　FUKUOKA」<br>福岡を拠点としたビジネス展開の可能性を見出してもらえるよう徹底したサポートを提供する。 |
| 6 | 事務所の中国企業誘致の主な取組み | ①　相談体制の整備<br>中国企業からの進出相談があれば迅速に対応できる相談体制を整えている。相談に結びつくケースとしては、江蘇省との友好関係の間から生じる場合や、福岡県のウェブサイトをみて興味を持つ場合、顧問契約職員のコンサルタント実績やネットワーク等による場合など様々なケースがある。<br><br>②　JETROの対日投資促進セミナーへの参加 |
| 7 | 地方自治体の体制整備状況 | ①　日本の担当部署の体制<br>外国企業誘致担当部署：国際経済観光課<br>②　企業誘致機関の体制<br>ワンストップサービスセンター：福岡県海外企業誘致センター（Invest　Fukuoka） |
| 8 | 海外事務所のある優位性 | ・日本の地方自治体が中国で活動するためには、中国地方政府との友好関係は重要であり、海外事務所があることで、ネットワークが強化されている。<br><br>・現地での迅速かつキメ細かな相談対応が可能。 |
| 9 | 企業誘致のポイント | ・中国地方政府との友好関係の活用。<br><br>・迅速な対応と相談員の能力の高さ。 |
| 10 | 企業誘致上での課題 | ・中国企業の日本への進出数は少なく、費用と労力をかけても十分な成果を上げるのはなかなか難しい。 |

３　沖縄県上海事務所

| | | 内　容 |
|---|---|---|
| 1 | 名称 | 財団法人沖縄県産業振興公社上海代表処 |
| 2 | 職員体制 | 所長１名（沖縄県職員）、現地職員１名　計２名 |
| 3 | 設立年月日 | 2005年2月 |
| 4 | 主な業務内容 | ①中国人観光客の沖縄県誘致、②沖縄県産品の物産振興 |
| 5 | 外国企業の誘致に関するプラン・戦略 | 「活力ある自立型経済の構築」<br>①　経済特区（情報通信産業特別地区、金融業務特別地区、特別自由貿易地域）を活用した企業誘致の展開<br>②　IT産業の誘致（日本とアジアを結ぶ架け橋　リゾート＆ITの戦略拠点「沖縄IT津梁パークを整備中） |
| 6 | 企業誘致のターゲット産業・分野 | 製造業、IT |
| 7 | 事務所の中国企業誘致の主な取組み | ①　JETROの対日投資促進セミナーへの参加<br>②　上海市や中国関係機関との連携による投資環境セミナーの開催（検討中）<br>③　事務所職員による中国企業訪問（今後、実施可能性あり） |
| 8 | 地方自治体の体制整備状況 | ①　日本の担当部署の体制<br>外国企業誘致担当部署：企業立地推進課<br>②　企業誘致機関の体制<br>ワンストップサービスセンター：県及び沖縄県産業振興公社並びにJETRO沖縄センターとの連携により対応 |
| 9 | 企業誘致上での課題 | ・現在の査証制度により、日本へ自由に渡航できない。<br>・日本への進出にあたり、事務手続きが煩雑との意見あり。 |
| 10 | 事務所の今後の展開 | 事務所の主要業務は中国人観光客の沖縄県誘致や沖縄県産品の物産振興であるが、機会がある毎に、沖縄県の投資環境の説明も実施しているところ。今後は、沖縄県企業立地推進課と連携して、企業誘致に関する情報収集、情報提供の機会が増えていくと考えられる。 |

４　大阪府上海事務所

| | | 内　容 |
|---|---|---|
| 1 | 名称 | 社団法人大阪国際商業振興協会上海代表処 |
| 2 | 職員体制 | 所長、次長（ともに大阪府職員）、現地職員２名 |
| 3 | 設立年月日 | 1985年11月 |
| 4 | 主な業務内容 | ①環境ビジネス　上海市・江蘇省との相互経済交流、②大阪府内企業の中国（上海等華東地域）進出支援及び進出相談、③中国企業の大阪府への誘致、④中国人観光客の大阪府誘致、④友好交流事業の推進 |
| 5 | 外国企業の誘致に関するプラン・戦略 | 「大阪外国企業誘致促進センター」<br>企業誘致のためのオール大阪による仕組みづくり。<br>2004年４月、大阪府、大阪市、大阪商工会議所が共同で非営利法人である大阪外国企業誘致センター（O-BIC）を設立し、大阪への進出を希望する外国企業、外国公館・経済団体、また大阪に２次進出を希望する在日外資系企業に対して必要とされる情報を提供し、的確なアドバイスをするなどキメ細かいサポート体制を整え、企業誘致活動を展開している。 |
| 6 | 企業誘致のターゲット産業・分野 | 絞り込みはしていない。 |
| 7 | 事務所の中国企業誘致の主な取組み | O-BIC及び大阪市上海事務所と連携して事業を展開。<br>①　投資環境説明会<br>　大阪市上海事務所（大阪府上海事務所の隣室に開設されている）と共同で、2004年度以降、上海市、杭州市、寧波市において投資環境説明会を開催。参加企業は、上海市との友好都市関係や浙江省とのネットワークを活用して、大阪に関心のある企業を集めてもらっている。<br>②　トップセールス<br>　2008年度、大阪府知事が環境ミッション団を組織して、中国におけるトップセールスを実施。<br>③　JETROの対日投資促進セミナーへの参加 |
| 8 | 地方自治体の体制整備状況 | ①　日本の担当部署の体制<br>　外国企業誘致担当部署：国際経済交流課（専任）<br>②　企業誘致機関の体制<br>　ワンストップサービスセンター：大阪外国企業誘致センター（O-BIC） |
| 9 | 海外事務所のある優位性 | ・中国地方政府との友好関係を培っていくため、海外事務所が果たすべき役割は大きい。相手方と常日頃ダイレクトに話をできるのが、海外事務所の大きな強み。<br>・中国政府は、民間では相手にしてもらえない。 |
| 10 | 企業誘致のポイント | ・中国政府側のメリットも考え、日中双方にとって有益なものとなるような工夫が必要。例えば、大阪府と大阪市の共同で行う投資環境説明会の開催にあたっては、中国地方政府側の対中投資環境説明会を同時開催するなど、相互経済交流を推進する仕組みづくりとしている。<br>・企業誘致は 短期的に成果を求めてはいけない。長期スパンで考え、一過性のものではなく継続的に実施することが重要。<br>・中国企業はトップダウンで決まることが多く、企業のトップの意向が強く反映されることを念頭に置いておく必要がある。このため、知事のトップセールスは効果的といえる。 |

5　横浜市上海事務所

| | | 内　容 |
|---|---|---|
| 1 | 名称 | 財団法人横浜企業経営支援財団上海代表処 |
| 2 | 職員体制 | 所長（横浜市職員）、副所長（財団派遣）、現地職員２名　計４名 |
| 3 | 設立年月日 | 1987年10月 |
| 4 | 主な業務内容 | ①横浜市内企業の中国進出支援、②中国企業の横浜市への誘致、③中国人観光客の横浜市誘致、④上海市政府との友好交流 |
| 5 | 外国企業の誘致に関するプラン・戦略 | 「アジアにおける横浜　経済戦略」<br>アジアの優秀な人材・企業が集まり、絶え間なく技術革新が起こり、元気な企業が活動するような「横浜経済の持続的発展」を目指して、経済交流、雇用、観光、まちづくり、教育、医療等の担当部門が連携し、必要な環境整備を進める。<br>これらの取組みを通じ、アジアの人材が、アジアの競争力ある経済拠点都市・横浜に「訪れ」、「生活し」、「学び」、「働き」、「育つ」ことで、「横浜ファン」となり、ひいては「横浜発」のビジネスをアジアに拡大していくような、「アジアの人材・知財が集い、育つまち」を目指す。 |
| 6 | 企業誘致のターゲット産業・分野 | IT、バイオなど |
| 7 | 事務所の中国企業誘致の主な取組み | ①　トップセールス<br>2008年11月、副市長が「中国国際友好都市大会（於：北京）」にて、中国政府関係者など500名に対し、プレゼン。<br>②　ソフトウェア交易会への出展<br>上海市、無錫市、寧波市、煙台市などのソフトウェア交易会等などに出展。投資環境の説明やプレゼンを実施。中国地方政府の協力を得て、横浜市に関心のある企業を集めてもらっている。<br>③　事務所職員による中国企業訪問<br>日本への投資意欲のある企業を個別訪問（上海、大連、寧波など）。ソフトウェア交易会への出展等を通して、海外事務所で訪問先を発掘。<br>④　中国政府及び関係機関とのネットワーク形成<br>上海市のほか、北京、寧波、無錫、西安などの開発区が横浜市事務所を表敬訪問（月平均５機関程度）<br>④　JETROの対日投資促進セミナーへの参加 |
| 8 | 地方自治体の体制整備状況 | ①　日本の担当部署の体制<br>外国企業誘致担当部署：経済観光局　誘致・国際経済課　８名（兼務）<br>②　企業誘致機関の体制<br>ワンストップサービスセンター：JETRO対日投資・ビジネスサポートセンター（IBSCかながわ）と横浜市誘致・国際経済課が連携。 |
| 9 | 海外事務所のある優位性 | ・海外事務所又は日本側で進出意欲のある企業の情報を入手したら、迅速に現地へ向かうことが可能。<br>・中国で開催される交易会等への出展が容易。 |
| 10 | 企業誘致のポイント | ・常日頃から企業誘致を意識して、機会ある毎に投資環境をＰＲ。<br>・中国政府機関等が海外事務所を表敬訪問する機会をとらえて、投資環境を説明する。中国では相手と顔を合わせて話をすることが大切。<br>・JETRO対日投資部との連携。対日投資促進セミナーへの参加や中国企業の日本への招へい事業の活用。<br>・対日投資は誘致活動をしてもすぐに効果が現れるものではないので、長期スパンでみることが大切。 |
| 11 | その他 | ・神奈川県大連事務所との連携。JETROの対日投資促進セミナーでは神奈川県の資料も配布。また、大連ソフトウェア展示会へは神奈川県ブースへ参加。対日投資意欲のある企業との個別マッチングで同席。<br>・2006年５月、北京市と都市間交流覚書を締結。2007年度から財団法人日中経済協会北京事務所内に拠点を設置し、文化・経済連絡員の現地職員１名を配置。北京市に対する横浜市の窓口として機能している。北京市のソフトウェア関連企業の横浜市企業との商談会の連絡調整や展示会での情報収集等を行う。 |

6　神奈川県大連事務所

| | | 内　容 |
|---|---|---|
| 1 | 名称 | 財団法人神奈川県産業振興中心大連代表処 |
| 2 | 職員体制 | 所長（神奈川県職員）、現地職員１名　計２名 |
| 3 | 設立年月日 | 1990年2月 |
| 4 | 主な業務内容 | ①中国企業の神奈川県への誘致（業務の７～８割を占める、また企業誘致の長期的戦略として観光客誘致も実施）、②神奈川県内企業の中国進出支援 |
| 5 | 外国企業の誘致に関するプラン・戦略 | 「インベスト神奈川」<br>2004年10月、企業誘致のための総合的なパッケージである「インベスト神奈川（神奈川県産業集積促進方策）」策定。2005年度から、海外事務所を「海外企業誘致ステーション」と位置付け、駐在員による海外企業誘致の取組みを実施。2007年８月から「インベスト神奈川」の「第２ステージ」をスタート。 |
| 6 | 企業誘致のターゲット産業・分野 | ソフトウェア開発：日本企業からソフトウェア開発を受注している、あるいは受注しようとしている中国企業で日本に営業拠点・サポート拠点を設けていない企業をターゲットとしている。 |
| 7 | 事務所の中国企業誘致の主な取組み | ①　ソフトウェア交易会への出展<br>神奈川県の投資環境の説明、ソフトウェア開発企業の基礎情報の収集<br><br>②　事務所職員による中国企業訪問、提案交渉<br>2008年度　107回（４月～12月）<br>ソフトウェア交易会の出展などを通じて、海外事務所で訪問先を発掘<br><br>③　知事トップセールスの実施<br>2008年度２回　大連市、山西省太原市<br><br>④　中国政府及び関係機関訪問 |
| 8 | 地方自治体の体制整備状況 | ①　日本の担当部署の体制<br>外国企業誘致担当部署：産業活性課　経済交流班　６名（専任）<br><br>②　企業誘致機関の体制<br>ワンストップサービスセンター：神奈川県産業活性課がワンストップサービスセンターとして機能しており、またJETRO対日投資・ビジネスサポートセンター（IBSCかながわ）と共同で動いている。 |
| 9 | 海外事務所のある優位性 | ・企業誘致は足で稼ぐ仕事である。訪問することで新しい情報を入手できることがある。また、現場へ行って書面上とは違っていることがある。実際に現場へ行って確認できるのが海外事務所のある強み。 |
| 10 | 企業誘致のポイント | ・ターゲットの絞り込み。<br><br>・企業訪問先の相手方は企業トップとし、対日ビジネスを求めていてウィンウィンの関係となっているところとする。<br><br>・対日ビジネスを実施している企業は、ホームページ上で日本語版のウェブサイトを作っていることが多く、ひとつの目安となる。<br><br>・神奈川県への企業誘致促進にあたって、まずは神奈川県ということを売り込むことが必要であるが、中国国内で神奈川県が知られていないことがあるため、企業誘致の長期的戦略として観光客誘致にも力を入れている。観光客誘致促進は、神奈川県を知ってもらうために一番売り込みやすい。<br><br>・中国社会は人とのつながりを大切と考える。日本人職員は数年で交代するので、現地職員がネットワークを維持できるよう育成することが大切。 |

３　ヒアリング調査結果のまとめ

（１）在中国自治体事務所の企業誘致の取組み

在中国自治体事務所の業務は、調査を実施した６事務所を含め、事務所毎に違いはあるが、地元企業の中国進出支援、中国人観光客の誘致促進、物産の振興、航空路線の誘致、友好都市との交流事業などを行っている。

最近の傾向としては、訪日旅行に対する規制緩和等から中国人の訪日観光客が年々増加している背景を受けて、中国人観光客の誘致促進に力を入れている事務所が増えてきている。

また、中国企業の誘致を図るため、中国企業の発掘、投資環境説明会等への参加、個別企業訪問、地方自治体の首長等によるトップセールスなど積極的な取組みが展開されているが、このように積極的に活動しているのは、神奈川県、横浜市、大阪府、愛知県の外国企業の進出数が比較的多い地域の自治体事務所であった。

特に神奈川県は、海外事務所を「海外企業誘致ステーション」と位置づけ、中国企業の誘致促進を主業務としており、他の地方自治体には同様の例が無い。

また、大阪府と大阪市は地方自治体で連携している。2004 年４月、大阪府、大阪市、大阪商工会議所は共同で非営利法人である大阪外国企業誘致センター(O-BIC)を設立し、企業誘致活動を展開している。これを受けて、「大阪府上海事務所」と「大阪市上海事務所」は連携して企業誘致に取組んでいるが、単独の自治体で活動するよりも効果的といえる。

さらに、愛知県は、名古屋を中心に半径約 100 キロメートルに拡がる「グレーター・ナゴヤ」地域で広域連携して企業誘致活動を展開している。2006 年２月、地方自治体、経済団体、企業、大学、研究機関、JETRO、中部経済産業局等の多種多様な主体が参加して、グレーター・ナゴヤ・イニシアティブ協議会（GNIC）を設立した。（図表２－10）「愛知県上海事務所」は GNIC と連携して企業誘致活動を実施している。この GNI による企業誘致の取組みは、広域連携のモデルケースとなっている。

図表２－10　GNIC 組織図

出所：GNI ホームページ

また、「沖縄県上海事務所」は、これまで中国人観光客の誘致と物産振興をメインとしてきたが、今後は中国企業の誘致活動の事務所業務に占める割合が高まっていくと考えている。同事務所のように、地方自治体の企業誘致戦略等を受け、中国国内で企業誘致を展開していこうとしている自治体事務所もある。

（２） 中国企業誘致のための方策

① ターゲット産業・分野

「神奈川県大連事務所」では、ターゲット産業・分野を「ソフトウェア開発」として、日本企業からソフトウェア開発を受注している、あるいは受注しようとしている中国企業で日本に営業拠点・サポート拠点を設けていない企業をターゲットとしており、ターゲットが極めて明確である。他の事務所でも、ターゲット産業・分野を決めてはいるが、ここまでの絞り込みはしていない。

② 企業の発掘方法

中国国内の交易会や投資環境説明会等に参加して、中国企業の情報を集める方法が一般的であるが、「愛知県上海事務所」は同時に、コンサルタント・調査会社へ企業の発掘の調査委託をしている。受託会社から上がってきた企業は、事務所職員が確認する必要はあるが、企業誘致において難点といえる企業の発掘を専門的知識・能力のある会社に委託することで、初期段階の業務を省力化することができる。

また、海外事務所は少人数の職員体制であり、企業誘致のほかにも様々な業務を行っていることから、マンパワーの不足を補うことも可能となる。

③ トップセールス

地方自治体の首長等によるトップセールスでは、中国企業を集めての投資環境説明会や中国企業の個別訪問などが行われている。中国の企業はトップダウン型が多く、トップの意向が強く反映されることから、トップセールスは一定の効果があるといえる。

④ 投資環境説明会

中国国内で投資環境説明会を開催する場合には、対日投資に意欲を持っている中国企業をいかに集めるかが難しいところであるが、「大阪府上海事務所」は「大阪市上海事務所」と共同で、上海市との友好都市関係や浙江省とのネットワークを活用して、大阪に関心のある中国企業を集めている。なお、注目すべき点は、中国地方政府側の対中投資環境説明会も同時開催し、相互経済交流を推進する仕組みがとられていることである。

⑤ 中国企業の個別訪問

「神奈川県大連事務所」では、企業誘致が主業務とされていることもあり、企業訪問回数が多い。同事務所では現場主義をとっており足で稼ぐ仕事をしている。実際、現地に行ってみたら、書面上と違っていることは少なくないという。

⑥ 相談体制の整備

「福岡県上海事務所」は、自らが企業発掘活動を展開してはいないが、中国企業等が福岡県に興味を持って相談があったときには、迅速かつキメ細かな相談対応を実施している。

このように徹底したサポートの提供により中国企業の福岡県への進出を狙っている。

（３） 企業誘致のポイント

外国企業の誘致を積極的に進めていこうとする地方自治体においては、外国企業の誘致に関するプラン・戦略が明確である。地方自治体は、地元の産業界、大学、研究機関などの関係者から広く意見を聴き、地域のビジョンによる外国企業誘致のプラン・戦略を策定する必要がある。

次に、海外企業の誘致活動のためにターゲットの絞り込みは効果的といえる。海外企業の誘致に関するプラン・戦略を基に、どのような外国企業が地域に必要とされているか地元のニーズを把握し、税収増、雇用創出、文化的効果、地元企業へのメリット等からターゲットとなる産業・分野を絞り込む。海外企業が日本へ進出するのは、ビジネスになるからであるので、その点をしっかり踏まえ、より実効性の高い活動を展開することが肝要である。

中国企業の個別訪問は、中国企業が投資を決定する前段階から企業の意思決定においてプレゼンスを高めるためにも有用であり、ビジネスチャンスを示すことで進出の可能性が高まる。つまり、日本の投資環境がどんなに魅力的であってもビジネスにならなければ進出はしないので、ビジネスチャンスの創出が決め手といえる。

また、中国地方政府の協力を得て投資環境説明会等を実施するときは、中国地方政府側のメリットも勘案して、相互経済交流を推進する仕組みづくりが大切である。中国に進出した日系企業を含めた日本企業とのビジネスマッチング等により、対日直接投資につながるケースもある。

さらに、JETRO の積極的活用が挙げられる。地方自治体の海外事務所へ派遣される職員は、必ずしも経済交流分野に精通しているとはいえない。このため、JETRO の対日投資を促進するための様々なノウハウを活かすことがポイントといえる。海外の自治体事務所職員が外国企業の誘致に取組むにあたり、JETRO との連携は極めて有用といえる。

また、事務所の職員体制の課題としては、日本から派遣されている職員が３年程度で帰任することである。中国社会は人とのつながり、顔を合わせて話をすることが大切である。培ってきたネットワークを継続させるためには、ネットワークを引継げる現地職員の育成が必要であろう。

## 第３章　対日直接投資に関する実態調査

本章では、対日直接投資に関する実態調査の結果から、中国企業の日本への進出可能性や優先する立地条件、優遇条件、情報源などについて分析する。

### 第１節　調査内容及び調査結果

１　調査内容

当事務所では、中国企業の対日直接投資の可能性を探るために、北京市内の中国企業に対して実態調査を実施した。本調査では、対日直接投資の可能性がある中国企業をいかに選び出すかが鍵といえるが、選別に関しては専門的知識が必要となるため、調査会社の協力を得ることとした。なお、調査範囲を北京市内としたのは、中国企業の対外直接投資が活発化してきている地域であり、かつ当事務所の所在地域であることから調査が比較的容易に行えることによる。

〇調査内容

・調査期間　　2009 年 1 月 14 日～2009 年 2 月 9 日
・調査対象　　日本へ進出[19]可能性のある中国企業
・調査範囲　　北京市内
・調査方法　　電話ヒアリング（調査員が事前に調査対象会社と連絡調整を行った後、調査票を発送して、調査員の電話説明を聞きながらアンケートに答える方式）
・調査票　　巻末、資料参照
・調査企業数　220 社
・回答企業数　100 社（45.5%）

２　調査にあたっての課題

調査開始当初、回答率が 80%ぐらいに達すると予想して、日本へ投資可能性のある中国企業 100 社を選び出した。

しかし、調査過程において、金融危機の影響等もあり、多くの中国企業が国際市場への進出計画を放棄し、転じて国内市場の開発を重視していることがわかった。また、円高の影響を受け、運営コスト等の面から、日本市場の開拓については、直接投資ではない別の方法（例えば旅行業であれば日本の同業企業との協力）を望んでいることが判明した。このため、調査員が電話調査を行ったとき、多くの企業が回答を拒んだ。

また、調査期間が中国の春節（旧正月）の時期と重なり、多くの企業では責任ある回答ができる者が不在などの理由から、アンケート調査に協力してもらえない状況が多く発生した。このため、120 社を追加選出し、調査企業数は合計で 220 社となった。

---

[19]　調査における「進出」とは、100%出資の単独進出、現地企業の買収、現地企業への資本参加、現地及び第三国企業との合併、駐在員事務所や支店の設置をさす。なお、日本の企業に人員を派遣し、その事務所内で連絡事務所を開設する小規模進出を含む。日本への進出形態については、JETROのホームページ「対日投資情報」が詳しい。

３　調査企業の内訳

調査企業 220 社の内訳は製造業 35 社（15.9%）、非製造業 185 社（84.1%）である。製造業 35 社の内訳は、機械９社、化学５社、食品３社、石油１社、繊維１社、その他 16 社であり、非製造業 185 社の内訳は、商事・貿易業が 145 社と特に多く、全体の 65.9%を占めた。続いて、通信業 10 社、旅行業８社、運輸・運送業６社、飲食業５社、不動産業２社、建設業１社、金融・保険業１社、その他７社となっている（図表３－１、図表３－２）。

このように非製造業の商事・貿易業が多数を占めたのは、現在の日中経済情勢から、各方面の要素を総合して、日本への投資可能性がある企業は主に商事・貿易業に集中していると判断したことによる。

図表3－1　製造業の内訳

図表3－2　非製造業の内訳

４　調査結果

日本へ進出する可能性がある企業は 12 社、進出する可能性がない企業が 88 社、責任者不在 73 社、調査拒否 24 社、会話不成立 23 社であった。

## 第２節　調査結果の詳細

日本へ進出する可能性がある 12 社の対日ビジネス状況や進出実態・計画、優先する立地条件・優遇条件・情報源などは以下のとおりである。

１　所有形態

所有形態は中央国有企業３社、地方国有企業１社、民営企業８社である。

２　業種別内訳

業種別内訳は、商事・貿易業が半数の６社を占め、通信業と飲食業が各２社、旅行業１社、化学（商事・貿易業も行っている）１社となった。

３　対日ビジネス状況

12 社のうち 10 社は、日本とのビジネスを現在実施している。商事・貿易業５社と化学１社の６社は、「日本への製品の輸出を行っている」と回答し、うち５社が「日本からの製品の輸入を行っている」と答えた。また、旅行業の１社は、「日本への観光客の派遣」と「日本からの観光客の受入」を実施している。通信業社の２社のうち、１社は「日本企業との共同商品開発などの技術協力」、１社は「日系企業との業務提携」を行っており、飲食業の１社は、「日本での日系企業との合弁」を実施している（図表３－３）。

図表３－３　対日ビジネス（現在実施しているビジネス項目）

対日ビジネスを現在実施していない２社は商事・貿易業１社と飲食業１社である。将来実施する可能性がある項目として、商事・貿易業の１社は、「日本への製品の輸出」

と「日本からの製品の輸入」、「日本での日系企業との合弁」を選択し、飲食業の１社は、「日系企業との業務提携」を選んだ。

また、現在、対日ビジネスを実施している商事・貿易業を行う２社は、将来実施する可能性があるものとして、２社が「日系企業との業務提携」を、１社が「日本での日系企業との合弁」、「中国での日系企業との合弁」を選択した。

４　日本への進出状況・可能性

12 社のうち、３社が「既に進出している」と回答し、９社が「日本側の資金援助など支援条件があえば、将来進出する可能性がある」と回答した。

なお、日本へ既に進出している３社の進出形態は、駐在員事務所２社、日系企業との合弁１社となっている。

また、３社の進出目的は、駐在員事務所２社のうち１社は「日本国内での広報マーケティング拠点」、１社は「輸出販売拠点」、「輸入購買拠点」としている。日系企業との合弁の１社は、「日本国内での業務・人事管理拠点」としている。

なお、いずれの３社とも、今後日本での進出地点を増やす可能性について、「ある」と回答している。

５　今後、日本への進出についての可能性

今後、日本への進出について、どのような可能性があるかとの質問に対し、６社が「具体的進出計画がある」、５社が「日本側の資金援助、手続き・情報支援など、支援条件があえば進出を希望している」、１社が「現在具体的な進出計画は無いが、日本への進出の必要性を感じている」と回答した（図表３－４）。

図表３－４　今後、日本への進出についての可能性

６　日本への進出計画

（１）日本への進出時期

上述のとおり、日本への進出について、「具体的な進出計画がある」と回答した企業は６社あったが、進出時期については「未定」と回答した企業が 11 社となった。１社のみ「１年以内」に進出を希望している。

（２）日本への進出形態

日本への進出形態は、同様に「未定」が最も多く５社、続いて「駐在員事務所」４社、「現地法人（合弁）」３社、「支店」１社となった。（１社は「駐在員事務所」と「支店」を複数回答）

（３）今後の日本への進出目的

今後の日本への進出目的としては、「日本国内での広報マーケティング拠点」、「輸出販売拠点」、「輸入購買拠点」が各４社、「日本国内での業務・人事管理拠点」３社、「研究開発拠点」１社となった（図表３－５）。（複数回答あり）

図表３－５　今後の日本への進出目的

７　優先する立地条件

各企業に優先する立地条件について、優先順位をつけて選択してもらった。

最も優先するとした立地条件は、「提携企業との地理的近接性」で７社と突出して多かった。（図表３－６）。

図表３－６　最も優先する立地条件

また、優先する立地条件の上位第３位までの合計でみると、「提携企業との地理的近接性」が８社、「中国との空路・航路の有無」が７社、「都市の規模」、「地方自治体の誘致活動」が各６社と多かった。（図表３－７）。

図表３－７　優先する立地条件（上位第３位までの合計）

８　優先する優遇条件

どのような優遇条件があれば進出を考えるかとの質問に対し、優先順位をつけてもらった。最も優先するとした優遇条件は、「税金の減免」で４社と多く、「人件費の補助」と「提携企業に関する無料情報サービス」が各２社であった（図表３－８）。

図表３－８　最も優先する優遇条件

また、優先する優遇条件の上位第３位までの合計でみると、「税金の減免」が９社、「オフィス賃貸料の補助」が７社、「人件費の補助」が６社と多く、「市場に関する無料情報サービス」と「提携企業に関する無料情報サービス」が各４社と続いている（図表３－９）。

図表３－９　優遇条件（上位３位までの合計）

９　重視する情報源

日本へ進出する場合、どのような情報源を重視するかとの質問に対し、最も重視する情報源は、「合弁相手」が５社と最も多く、続いて「地方自治体」となった。（図表３－10）。

図表３－１０　最も重視する情報源

また、重視する情報源の上位第３位までの合計でみると、「合弁相手」が同様に最も多く８社、「地方自治体」が７社、「自社内部情報」が５社、「中国中央政府」、「日本政府」、「日本のコンサルタント・研究所」は各３社であった。（図表３－11）。

図表３－１１　重視する情報源（上位３位までの合計）

## 第３節　調査結果のまとめ

１　日本への進出可能性のある企業

今回の調査で、日本へ進出する可能性があると回答した企業は 220 社中 12 社であった。

次に、企業の所有形態をみると 12 社のうち、民営企業が８社と国有企業４社を上回った。このことは、中国国内における民営企業の成長と投資意欲の高まりをあらわすものといえよう。

また、業種別では、12 社のうち商事・貿易業を行う企業が７社（化学と商事・貿易と業務とする会社を含む）と最も多かった。これは、調査対象企業を選出するにあたり、現在の日中経済情勢から投資可能性が高い業種は商事・貿易業との判断を反映している。ただし、通信業は調査対象企業 10 社から２社を、飲食業にいたっては５社から２社を見つけて出していることから、業種によっては絞込みにより高い確率で見つけられる可能性があるといえる。

２　対日ビジネス状況

日本へ進出する可能性のある12社のうち10社は既に対日ビジネスを実施している。このことから、進出する可能性のある企業を見つけ出すポイントは、対日ビジネスを既に実施している企業といえ、対日ビジネスを始めていない企業よりも進出可能性が高いといえる。

また、12社のうち３社は既に日本へ進出しており、これら３社はさらに進出地点を増やす可能性があると答えている。このように既に日本に進出している企業でも、さらに拠点を増やそうとしていることは、注目すべき点である。進出形態としては、駐在員事務所の設置だけでなく、日本企業との合弁による現地法人も視野に入れられていることがわかった。

そして、日本への進出については、「具体的進出計画がある」又は「日本側の資金援助、手続き・情報支援など、支援条件があえば進出を希望している」とする企業が多かったが、進出時期については「未定」と回答する企業が大多数を占め、この辺りが企業誘致の難しさといえる。

３　日本への進出にあたっての優先条件など

日本への進出にあたって、最も優先する立地条件は、「提携企業との地理的近接性」であった。つまり、進出先にビジネス相手が存在していることであり、地方自治体が企業誘致を進めるための重要なポイントといえる。

また、「中国との空路・航路の有無」や「都市の規模」、「地方自治体の誘致活動」も進出先を選定する上での優先条件とされている。交通アクセスの良さや都市の魅力は企業誘致における優位性となりうるが、地方自治体によるトップセールスや投資環境セミナーなど積極的な誘致活動は効果的ということができる。実際、日本へ進出する場合、立地条件の類似する複数の進出候補地域がある場合、地方自治体の積極的アプローチが最終的な判断材料になるケースがあるという。

そして、進出する企業が優先する優遇条件であるが、「税金の減免」や「オフィス賃貸料の補助」、「人件費の補助」を多く望んでおり、日本への進出はコスト面の高さが影響している。

また、情報源の面でも「合弁相手」や「自社内部情報」とともに「地方自治体」の情報が重要視されている。このことは、地方自治体の中国企業に対する情報提供が、企業進出を判断する上での大きな役割を担っているといえよう。

## 第４章　中国企業の誘致に向けて

本章では、対日直接投資における阻害要因や対日投資関心度、日本進出と進出後の展開により、外国企業を日本へ誘致する上での要点を把握するとともに、中国企業の誘致に向けて考察する。

### 第１節 外国企業を誘致する上での要点

１　対日直接投資における阻害要因

JETRO の「第 13 回対日直接投資に関する外資系企業の意識調査[20]」（2008 年３月）によると、回答企業 864 社中、806 社から対日ビジネス上の阻害要因について何らかの返答があった。

半数以上の企業が、対日ビジネスの阻害要因と回答している項目は、「人材確保」（66.2%）、「ビジネスコストの高さ」（60.2%）、「製品に対するユーザーの要求水準の高さ」（59.6%）、「日本市場の閉鎖性、特殊性」（50.6%）である（図表４－１）。

一方、「行政手続き」（20.9%）、「不十分な優遇措置」（14.5%）、「情報・サービス不足」（14.2%）、「インフラ」（9.4%）、の項目は過去の調査と比較して低減傾向にあり、対日ビジネスにかかる環境が改善してきている。

アジアの企業の回答では、上位４つの要因は全体と同じであるが、「ビジネスコストの高さ」（62.2%）が最も高くなっている。これらは、対日直接投資を促進していくため引き続き改善に取組んでいかなければならない課題といえる。

図表4－1　ビジネス上の阻害要因（複数回答）

出所：JETRO「第13回対日直接投資に関する外資系企業の意識調査

[20] 2007年９月から2007年10月にかけて、在日外資系企業2,766社を対象として調査

２　外国企業の対日投資関心度

（１）投資環境において魅力ある国

それでは、外国企業は対日直接投資をどうとらえているだろうか。

アジア各国の投資環境に対する外国企業の見方において、日本は中国とともに 27%の同率で一位となっている（図表４－２）。

図表4－2 アジアで最も魅力のある国：アジア上位10カ国

出所：JETRO「欧米アジアの外国企業の対日投資関心度調査2008」

（２）投資プロジェクト件数

投資環境の魅力意識については、日本と中国は同率１位であるが、実際の海外直接投資件数についてみると、2007 年は、アジアにおける海外直接投資の 1,171 件を中国が受入れ、インドが 676 件と続いたのに対し、日本は 166 件であった（図表４－３）。日本に対するプラスのイメージを実際の対日直接投資に結び付けていくことが課題となっている。

図表４－３　２００７年における投資プロジェクト件数　アジア上位１０カ国

出所：JETRO「欧米アジアの外国企業の対日投資関心度調査」

３　外国企業の日本進出と進出後の展開

進出時に保有した拠点で最も多いのは、775 社のうち「販売拠点」528 社（68.1%）であり、次いで「サービス拠点」222 社（28.6%）、「地域統括・管理拠点」137 社（17.7%）である。

進出時と現在を比較すると、「サービス拠点」が 60 社増、次いで「販売拠点」、「地域総括・管理拠点」が各 43 社増、「製品開発拠点」、「日本仕様向けの開発拠点」が各 30 社増、「物流拠点」25 社増である。「基礎研究拠点」については増加数が 14 社と少ないものの伸び率は 43.8%増と最大となっている（図表４－４）。

今後、新たに設立することが予定されている拠点機能としては、「基礎研究拠点」、「製品開発拠点」、「日本仕様向けの開発拠点」の研究・製品開発機能との回答が多い。

つまり、外国企業の日本進出パターンとして、「販売拠点」からアフターサービス等の「サービス拠点」、「物流拠点」と順次、機能を増やしていることがわかる。ここから、既に日本へ進出した外資系企業の地方都市への二次進出の可能性も窺える。
実際、近年、東京の外資系企業を地方都市へ誘致しようとの地方自治体が増えてきていると聞く。

図表４－４　日本国内に保有する拠点

出所：JETRO「第13回対日直接投資に関する外資系企業の意識調査」

## 第２節　中国企業の誘致に向けて

### １　地方自治体と在中国自治体事務所の役割

外国企業の誘致は、地域の魅力を再生し、地域経済を活性化させる効果が期待されている。その取組みには、地方自治体、産業界、大学、研究機関等が一体となって取組む必要があり、リード役として果たす地方自治体の役割は大きい。

既に先行している地方自治体は、地域のビジョンによる外国企業誘致のプラン・戦略を策定し、地元ニーズに合致したターゲット産業・分野を定めている。日本国内の活動では、外国企業誘致担当部署やワンストップサービスセンターの設置、ウェブサイトによる情報発信、イベントの開催・参加、受入環境の整備などが展開されている。

また、海外事務所を活用して外国企業の誘致に取組むケースも多い。実際、中国国内の自治体事務所の中には、企業の発掘、個別訪問、投資環境説明会の開催のほか、地方自治体首長等によるトップセールスなどを実施している。

海外事務所がある優位性を活かし、現地における正確な情報把握、迅速な対応、キメ細かな対応のほか、中国地方政府との友好ネットワークの活用、中国国内の JETRO との連携などがなされている。

### ２　中国企業の誘致に向けて

日中間の貿易関係は、2007 年に中国が暦年ベースで初めて日本の最大の貿易相手国となり、また、中国からみても日本は EU27、米国に続き、第３位の貿易相手国となっている。日中の経済関係で両国は不可分のパートナーであり、中国企業にとって日本市場は重要な存在となっていることは間違いない。

現状、中国企業の日本進出は規模が小さいといえるが、中国の順調な経済成長に伴い、日中両国の経済関係はさらに緊密化することが予想され、今後、急速に拡大する潜在力を持っている。

製造業についていえば、進出数が少なく日本のビジネスコストの高さが阻害要因となっていると考えられるが、日本企業の技術力、製品開発力、ブランドイメージを獲得するための企業買収もあり、手法・戦略によっては日本進出の可能性もありうる。

また、日本市場での販売や日本の顧客を対象としたソフトウェア企業の進出が増えてきている。実際、中国企業のターゲットを IT 企業としている地方自治体も多く、地方自治体間における競争も激化しつつあるといえる。

これから、中国企業の誘致を戦略的に進めるためには、GNI のモデルケースのように複数の地方自治体、産業界、大学、研究機関等が一体となった連携が望まれる。既に外国人観光客誘致の面においては、東北、関東、九州など多くの地域ブロックで地方自治体による広域連携によりＰＲ活動が展開されている前例もある。広域的に連携することで、地域としての魅力を向上させ、まずは相手方に振り向かせることが大切と思われる。

また、早急に中国からの企業誘致に取り組むことが難しいのであれば、まずは既に日本へ進出している外資系企業の地方都市への二次進出を狙うことも効果的と言える。外資系企業の誘致の成功が呼び水となり中国からの企業誘致へと可能性が拡がるかもしれない。

中国企業の誘致は、十分な成果を得るまでは長期的な取組みが必要となるが、戦略的か

つ継続的に取組めば必ず成果につながっていくものと思われる。

**【資料】**

対日直接投資に関する実態調査

1　貴社の概要

| | | | |
|---|---|---|---|
| 企業名 | | | |
| 所在地 | | | |
| 電話番号 | | FAX 番号 | |
| URL | | | |
| 回答者氏名 | （所属役職） | （氏名） | |
| 所有形態 | A. 国有（a. 中央 b. 地方）、B. 集団所有制（郷鎮企業等）、C. 民営企業、D. 外資（a. 独資 b. 合弁 c. その他） | | |

業種　複数の業種に該当する場合は、売上高の最も多い業種を◎で囲み、その他の業種を○で囲んでください。

＜製造業＞

| | | | |
|---|---|---|---|
| A. 食品 | B. 繊維 | C. ゴム・皮革製品 | D. 化学 |
| E. 金属 | F. 機械 | G. 石油 | H. ガラス・土石製品 |
| I. その他 | | | |

＜非製造業＞

| | | | |
|---|---|---|---|
| J. 通信業 | K. 建設業 | L. 金融・保険業 | M. 不動産業 |
| N. 旅行業 | O. ホテル・旅館業 | P. 運輸・運送業 | Q. 商事・貿易業 |
| R. 飲食業 | S. 小売業 | T. 通信業 | U. その他 |

２　対日ビジネス状況

質問１　下記表中のＡ～Ｈのビジネスのうち、現在または将来、日本と可能性がある項目はありますか。該当するもの全てに○印をつけてください。

| 日本とのビジネスの項目 | 現在実施している | 将来実施する可能性がある |
|---|---|---|
| Ａ．日本への観光客の派遣 | １． | ２． |
| Ｂ．日本からの観光客の受入 | １． | ２． |
| Ｃ．日本への製品の輸出 | １． | ２． |
| Ｄ．日本からの製品の輸入 | １． | ２． |
| Ｅ．中国での日系企業との合弁 | １． | ２． |
| Ｆ．日本での日系企業との合弁 | １． | ２． |
| Ｇ．日系企業との共同商品開発などの技術協力 | １． | ２． |
| Ｈ．日系企業との業務提携 | １． | ２． |

３　進出実態

質問２　貴社は日本への進出[注1]可能性がありますか。該当するもの１つに○をつけてください。

（１）既に進出している。　→　質問３から回答してください。

（２）日本側の資金補助など支援条件があえば、将来進出する可能性がある。
→ 質問４から回答してください。

（３）不明　　→　質問６から回答してください。

（４）進出する可能性はない。　→　ここで終わりです。

注１）「進出」とは、100％出資の単独進出、現地企業の買収、現地企業への資本参加､現地及び第３国企業との合弁､駐在員事務所や支店の設置をさす。なお日本の企業に人員を派遣し､その事務所内で連絡事務所を開設する小規模進出も含む。

質問３　日本への進出形態。

（１）質問３-１　何年に進出しまたしたか。

１）＿＿＿＿年、２）不明

（２）質問３-２　どのような進出形態ですか。

１）駐在員事務所、　２）支店、　３）現地法人（　Ａ）独資、Ｂ）合弁　）、
４）不明

（３）質問３－３　進出目的をお教えください。該当するもの全てに○をつけて下さい。
１）連絡交渉窓口、２）情報収集窓口、３）日本国内での広報マーケティング拠点、
４）日本国内での業務・人事管理拠点、５）輸出販売拠点、６）輸入購買拠点、
７）研究開発拠点、８）物流拠点、９）製造拠点、
10）その他（　　）、11）不明

（４）質問３－４　今後日本での進出地点を増やす可能性はありますか。
１）はい
２）いいえ　→　質問６まで跳んでください。
３）不明　　→　質問６まで跳んでください。

質問４　日本への進出についてどのような可能性がありますか。
（１）具体的進出計画がある。
（２）日本側の資金補助、手続き・情報支援など、支援条件があえば進出を希望している。
（３）現在具体的な進出計画は無いが、日本への進出の必要性を感じている。

質問５　計画（構想）内容についての質問。
（１）質問５－１　進出時期はいつ頃を希望していますか。
１）１年以内、２）３年以内、３）５年以内、４）未定

（２）質問５－２　どのような進出形態を希望していますか。該当するもの全てに○をつけて下さい。
１）駐在員事務所、　２）支店、　３）現地法人（　Ａ）独資、Ｂ）合弁　）、
４）未定

（３）質問５－３、進出目的をお教えください。該当するもの全てに○をつけて下さい。
１）連絡交渉窓口、２）情報収集窓口、３）日本国内での広報マーケティング拠点、
４）日本国内での業務・人事管理拠点、５）輸出販売拠点、６）輸入購買拠点、
７）研究開発拠点、８）物流拠点、９）製造拠点、
10）その他（　　）、11）不明

質問６　立地条件についての質問。
（１）優先する立地条件はどれですか。優先順位をつけてお教えください。
第１優先　　、第２優先　　、第３優先　　、第４優先　　、第５優先　　、

第６優先　　、

１）有名観光地の有無、　２）中国との空路・航路の有無、　３）都市の規模、
４）提携企業との地理的近接性、　５）地方自治体の誘致活動、
６）中国の在外公館の有無、　７）生活環境、　８）友好都市の有無、
９）その他（何ですか　　）

質問７　優遇条件についての質問。

（１）どのような優遇条件があれば進出を考えますか。優先順位をつけてお教えください。

第１優先　　、第２優先　　、第３優先　　、第４優先　　、第５優先　　、
第６優先　　、

１）税金の減免、　２）オフィス賃貸料の補助、　３）人件費の補助、
４）企業設立時のインキュベーター施設の提供、
５）企業設立時のワンストップサービスの提供、　６）企業設立時の低利資金融資、
７）市場に関する無料情報サービス、　８）提携企業に関する無料情報サービス、
９）その他（どのような優遇条件ですか　　）

質問８　日本へ進出する場合、あなたはどのような情報源を重視しますか。下記表中のＡ～Ｒの情報源について、重視するものに優先順位をつけてお教えください。

第１優先　　、第２優先　　、第３優先　　、第４優先　　、第５優先　　
第６優先　　

（１）中国政府（Ａ．中央政府、　Ｂ．地方政府）
（２）日本政府（Ｃ．中央政府、　Ｄ．地方自治体）
（３）在外公館（Ｅ．日本にある中国の在外公館、　Ｆ．中国にある日本の在外公館）
（４）関係企業（Ｇ．合弁相手、　Ｈ．日本に進出している中国系企業、Ｉ．中国に進出している日本企業、Ｊ．自社内部情報）
（５）中国国内の経済団体（Ｋ．地元経済団体、　Ｌ．業界団体・組合）
（６）コンサルタント・研究所（Ｍ．中国のコンサルタント・研究所、Ｎ．日本のコンサルタント・研究所）
（７）進出予定地域の個人（Ｏ．留学生、　Ｐ．華僑、　Ｑ．知人・友人）
（８）Ｒ．その他（　　）

質問９　御社は、日本の中小都市でも、優遇条件次第で進出可能ですか。

１）はい、２）いいえ、３）不明

**【参考文献】**

**（１）書籍**

ア　日本語書籍

・高橋五郎編『海外進出する中国経済』日本評論社、2008 年。
・丸山知雄／中川涼司編『中国発・多国籍企業』同友館、2008 年。
・天野倫文／大木博巳編『中国企業の国際化戦略』JETRO､2007 年
・『ジェトロ貿易投資白書 2008』JETRO、2008 年

イ　中国語書籍

・中華人民共和国国家統計局編『中国統計年鑑 2008』中国統計出版社、2008 年。

**（２）論文・報告書**

・朱炎「中国企業の「走出去」戦略及び海外進出の現状と課題」中国経営管理研究、2007 年
・朱炎「中国企業の対外投資とグローバル戦略」富士通総研（FRI）経済研究所、2005 年。
・苑志佳「中国企業の海外進出と国際経営」中国経営管理研究、2007 年。
・小島末夫「中国の“走出去”戦略と対外投資奨励」国際貿易と投資、2005 年。
・石川幸一「活発化する中国の対外投資」国際貿易と投資、2004 年。
・三菱東京 UFJ 銀行「経済レビュー」2008 年 NO. １。
・三菱東京 UFJ 銀行「経済レビュー」2006 年 NO. 16。
・中国商務部、国家統計局、国家外国為替管理局「2007 年中国対外直接投資統計公報」、2008 年。
・世界貿易開発会議「世界投資報告書 2008」、2008 年。

**（３）ウェブサイト**

・内閣府ホームページ　（http://www.cao.go.jp/）
・総務省ホームページ　（http://www.soumu.go.jp/）
・経済産業省ホームページ　（http://www.meti.go.jp/）
・日本銀行ホームページ　（http://www.boj.or.jp/）
・独立行政法人日本貿易振興機構ホームページ
（http://www.jetro.go.jp/indexj.html）
・中国商務部ホームページ　（http://www.mofcom.gov.cn/）

【執筆者】北京事務所所長補佐　和光　達夫