

在日外資系企業の動向

— 在日外資系企業の意識調査報告から —

富山県貿易・投資アドバイザー 野村 允

はじめに

近年、わが国における外資系企業の事業活動が、わが国の市場・雇用市場両面の創出に大きな貢献的役割を果たしつつある。海外諸国では、自国の経済成長を促進する手段として積極的に外資誘致施策を実施し、その結果先進各国の多くは、対内直接投資残高のGDPに占める割合が20%～30%に達している。

2003年3月、日本政府は、外資系企業による投資が日本企業に新技術や革新的な経営をもたらし、雇用機会の創出にもつながるとして、対日投資増大の方針（5年後に日本への投資残高を倍増することを目標）を打出した。最近、地方においても、外資系企業の日本への直接投資動向に対する関心が高まりつつある。

本年4月、ジェトロは、「対日直接投資に関する外資系企業の意識調査報告(第10回)」を発表したが、この報告からは、外資系企業が地方進出に関心をし始めた気配を感じるとともに、外資系企業から提示された進出に際しての問題点の改善が地方における外資系企業誘致への参考になるものと思われる。

本稿は、限られた既存資料、ジェトロなどへのヒアリングを通して、在日外資系企業の動きを簡単にまとめるとともに、上述の調査報告の概要を紹介したものである。

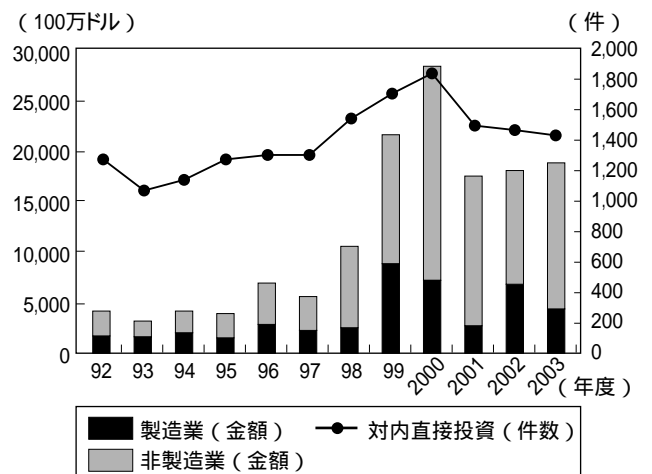
1. 対日直接投資の概観

(1) 2003年度の特徴

2003年度における日本の対内直接投資（報告・届け出ベース）は187億ドル（2兆1,661億円）で、前年度比4.4%増（円ベースで3.2%増）であった（図1）。うち、製造業向けが43億ドル（同36.1%減）、非製造業向けが144億ドル（同28.8%増）となり、非製造業分野が対日直接投資の牽引的役割を果たしたことになる。製造業では食品分野が、非製造業では金融関連、商事・貿易業、小売業の増加が目立った。

国・地域別では、アメリカからの対日投資が減少し、EUおよびアジアNIESの増加が際立った。中でも、中国政府の海外投資に対する前向きなスタンスを反映して、中国企業の対日投資は小規模な

図1 日本の対内直接投資動向 報告・届け出ベース



資料：「ジェトロ貿易投資白書」(2004年版)

から胎動し始めたことが注目される(表1)

2003年末時点での日本の対内直接投資残高(ストック)は、898億ドル(9兆6,099億円)で、前年比14.5%増(円ベースで2.6%増)となった。国・地域別では、欧米が全体の8割を占めた。

本年6月末、財務省の発表によると、2004年度の海外から日本への直接投資は374億ドル、前年度比2倍増と大幅な伸びを示し、同年度の日本から海外への年度直接投資(355億ドル)を上回った。国・地域別では欧米が主体であり、また業種別では金融・保険業、運輸業、通信業が増大した。ちなみに、韓国は前年度比約7倍増(サービス、商事・貿易)、中国は同約3倍増(商事・貿易)となった。

(2) 「外資系企業総覧」東洋経済:(2005年版)から見た動向

同資料掲載の企業は、①資本金5,000万円以上でかつ外資比率が49%以上の企業を収録、②株式会社公開企業や主要企業については基準以外も含む、③日本本社や外国銀行、外国証券等の在日支店も収

表1 日本の主要国・地域別対内直接投資報告・届け出ベース

(単位:100万ドル、%)

	2002年度		2003年度	
	金額	金額	伸び率	構成比
北米	5,380	3,893	27.6	20.8
米 国	4,876	3,090	36.6	16.5
中 南 米	1,837	4,075	121.9	21.8
ケイマン諸島(英)	1,671	2,586	54.7	13.8
バミューダ諸島(英)	70	1,431	1,934.8	7.6
E U	5,256	6,018	14.5	32.1
オ ラ ン ダ	3,221	2,800	13.1	15.0
フ ラ ン ス	90	193	114.3	1.0
ド イ ツ	980	1,173	19.7	6.3
英 国	257	230	10.7	1.2
東 ア ジ ア	373	1,427	282.9	7.6
中 国	3	3	2.8	0.0
ア ジ ア N I E S	370	1,425	284.8	7.6
大 洋 州	48	14	70.0	0.1
日 本	4,462	3,181	28.7	17.0
そ の 他	580	113	80.5	0.6
合 計	17,935	18,722	4.4	100.0

(注)①日本からの対内直接投資は外資系企業によるもの

②円建てで公表された数値を日銀インターバンク・期中平均レートを用いてドル換算。2002年度は1ドル=121.90円、2003年度は1ドル=113.03円で換算

資料:「ジェトロ貿易投資白書」(2004年版)

録、④上記以外の外資系企業で、基本的に資本金に関係なく外資比率20%以上の企業も収録、⑤アンケートは2004年12月に実施された。

A 外資系企業の親会社の国籍・地域別

①総数3,488件のうち、アメリカが1,543件(構成比44.2%)、EUが1,447件(同41.5%)、アジア地域が403件(同11.6%)であり、欧米企業で8割強を占めている。

②北東アジア地域では、韓国が183件、中国(香港を含む)が132件、ロシアが1件である。

B 外資系企業の業種

①製造業が814件(構成比23.3%)で、国別では欧州が384件、アメリカが380件、アジア地域では中国(香港を含む)が15件、台湾が11件、韓国が8件などである。

②非製造業は2,674件(同76.7%)で、国別ではアメリカが1,163件、欧州が1,064件、アジア地域では韓国が175件、中国(香港を含む)が117件、台湾が40件などである。

③ちなみに、中国(香港を含む)の場合、製造業の中で、医薬品、機械・同部品、電機・同部品が主体であり、非製造業では卸売業が全体の5割強を占め、そのほか運輸・通信業、ソフトウェア、情報サービス、サービス業、銀行などが目立つ。韓国の場合、製造業では電機・同部品、ガラス・窯業、化学などが主体であり、非製造業ではサービス業、ソフトウェア、情報サービス、運輸・通信業、銀行・保険業で全体の9割弱を占めている。そのほかコンサルタント業、リース・金融業など幅広い分野に展開している。2004年9月、関西に初めて進出したロシア企業は、最先端機器の販売を主体とする日本支店を開設した。

C 外資系企業本社の府県別所在

①東京都には2,645件立地し、全体の75%を占めているが、東京都周辺地区にも多く展開している

(神奈川県290、千葉県49、埼玉県34、静岡県32)。そのほか、大阪府が162件、兵庫県が89件、愛知県が47件である。

②立地の少ない地域は北海道9、東北13、九州26、四国5である。

③北陸地域には10件(富山4、石川4、福井2)が展開している。

2. 「在日外資系企業の意識調査」から

(1) 在日外資系企業の雇用

A 調査対象企業の概要

①企業ホームページ、在日外国商工会議所名簿、有価証券報告書などから4,276社の外資系企業を把握し、調査実施。

②進出形態別では、外資系子会社2,611社、外資系孫会社1,314社、在日支社351社。

③業種別では、卸・小売業、飲食店が2,025社

(47.4%)、製造業が753社(17.6%)であった。

④本社所在地別では、東京都が2,741社(64.1%)、神奈川県が349社(8.2%)、大阪府が199社(4.7%)であった(表2)。

B 調査内容

①外資系企業の雇用者は102万3,441人(2004年9月末現在)。

②この数字は日本の全常用雇用者の2.4%にあたる。投資国別では、アメリカが61万人(59.6%)、フランスとドイツがそれぞれ13万人(12.9%)であった(表3)。

③進出形態別にみると、外資系子会社が60万人(58.5%)、外資系孫会社が37万人(36.5%)、在日支店が5万人(5.0%)であった。

④業種別では製造業が38万人(37.4%)、卸売・小売業、飲食店が35万人(34.1%)であり、産業

表2 都道府県別外資系企業数(本社所在地)

(単位:社数、%)

都道府県名	合計		日本法人						在日支店	
			日本法人		外資系子会社		外資系孫会社			
	企業数	構成比	企業数	構成比	企業数	構成比	企業数	構成比	企業数	構成比
東京都	2,741	64.1%	2,424	61.8%	1,983	75.9%	441	33.6%	317	90.3%
神奈川県	349	8.2%	330	8.4%	227	8.7%	103	7.8%	19	5.4%
大阪府	199	4.7%	195	5.0%	137	5.2%	58	4.4%	4	1.1%
兵庫県	110	2.6%	106	2.7%	71	2.7%	35	2.7%	4	1.1%
埼玉県	89	2.1%	88	2.2%	19	0.7%	69	5.3%	1	0.3%
愛知県	80	1.9%	79	2.0%	33	1.3%	46	3.5%	1	0.3%
千葉県	77	1.8%	74	1.9%	39	1.5%	35	2.7%	3	0.9%
静岡県	70	1.6%	70	1.8%	21	0.8%	49	3.7%	0	0.0%
福岡県	44	1.0%	44	1.1%	7	0.3%	37	2.8%	0	0.0%
北海道	41	1.0%	41	1.0%	3	0.1%	38	2.9%	0	0.0%
その他	476	11.1%	474	12.1%	71	2.7%	403	30.7%	2	0.6%
合計	4,276	100.0%	3,925	100.0%	2,611	100.0%	1,314	100.0%	351	100.0%

表3 投資国別企業数と雇用者数

国名	企業数	構成比	雇用者(人)	構成比
米国	1,992	46.6%	610,038	59.6%
フランス	432	10.1%	132,285	12.9%
ドイツ	545	12.7%	131,797	12.9%
英国	293	6.9%	53,277	5.2%
スイス	174	4.1%	28,248	2.8%
オランダ	81	1.9%	11,308	1.1%
カナダ	43	1.0%	7,206	0.7%
その他	716	16.7%	49,282	4.8%
合計	4,276	100.0%	1,023,441	100.0%

表4 業種別雇用状況

業種	外資系雇用者(A)人	構成比	全常用雇用者(B)人	産業別外資系雇用比率(A/B)
建設業	3,754	0.4%	3,002,000	0.1%
製造業	383,091	37.4%	8,682,000	4.4%
運輸・通信業	85,273	8.3%	3,374,000	2.5%
卸売・小売業・飲食店	348,835	34.1%	11,440,000	3.0%
金融・保険業	116,113	11.3%	1,414,000	8.2%
不動産業	2,547	0.2%	353,000	0.7%
サービス業	83,326	8.1%	14,347,000	0.6%
その他	502	0.0%	325,000	0.2%
全産業	1,023,441	100.0%	42,937,000	2.4%

[注]全常用雇用者数(B):構成労働省「毎月勤労調査(平成16年9月分) (事業所規模5人以上の常用労働者数)

別外資系雇用比率が最も高いのは金融・保険業が12万人（8.2%）であった（表4）

(2) 日本のビジネス環境・魅力

A 調査対象企業の概要

①2004年11月から12月にかけて、在日外資系企業3,769社（4,276社から孫会社などを除外）にアンケート調査を実施。

②回答企業は707社、回答率18.8%。

B 拠点の機能別に見た日本の魅力

①拠点機能を販売、製造・加工、物流、基礎研究や製品開発、地域統括・管理の5つに分類し、さらに拠点別にいくつかの視点を設け、各項目に対する評価を求めた。

②拠点別に、50%以上を占めた項目は表5の通りである。販売拠点は「潜在顧客の多さ」、「所得水準の高い顧客層」、「事業パートナーの存在」であり、物流拠点は「日本国内アクセスの利便性」、

地域統括拠点は「情報を迅速に収集出来る」であった。その他の拠点の項目で高率を示したのは、製造拠点では「市場に近く、販売に便利」、研究・開発拠点では「市場や製造拠点の近接性」、「新製品開発向けの消費財の存在」が目立った。

C 日本進出を決めたビジネス環境の優位性

①日本への進出を決めた際、他のアジア諸国に比べて、どのような日本のビジネス環境の優位性を重視したかを尋ねた。表6の通り、決め手は「マーケットが見込める」（86.1%）、次いで「ビジネスパートナーの存在」が45.0%、「政治・社会的安定」が23.9%となり、多くの外資系企業が日本市場自体の魅力を描いている。

②日本マーケットの魅力については、「マーケットが見込める」と判断して進出した企業の中で、進出時と比べた現時点で一層「改善した」（20.5%）とする企業が「悪化した」（19.0%）を上回り、外資系企業は日本市場への魅力が増してきていると

表5 日本に投資する上で魅力的と評価するポイント

	評価の視点	魅力的			魅力的でない	わからない	無回答
			非常に魅力的	やや魅力的			
販売拠点	潜在顧客の多さ	83.9%	45.5%	38.3%	4.4%	4.0%	7.8%
	所得水準の高い顧客層	56.0%	21.2%	34.8%	13.2%	19.5%	11.3%
	商品の付加価値や流行に敏感な顧客層	45.7%	19.5%	26.2%	18.0%	23.9%	12.4%
	競合他社が多く、競争力の検証ができる	42.4%	9.2%	33.2%	26.0%	19.2%	12.3%
	競合他社が少なく、高い市場シェアが見込める	36.9%	12.9%	24.0%	29.4%	21.1%	12.6%
	ビジネスパートナーの存在	61.7%	20.1%	41.6%	12.4%	15.4%	10.5%
製造拠点	関連産業が発展・集積しているため、部品を調達しやすい	34.8%	10.7%	24.0%	9.5%	19.7%	36.1%
	市場に近く、販売に便利	42.0%	16.0%	26.0%	6.2%	15.7%	36.1%
	原料・部品の仕入れ価格が割安	8.3%	2.5%	5.8%	30.4%	24.3%	36.9%
	高品質な部品が調達しやすい	33.9%	9.2%	24.8%	8.2%	22.2%	35.6%
	質の高い労働力	38.6%	11.0%	27.6%	5.8%	19.4%	36.2%
物流拠点	国内物流コストが割安	11.3%	2.4%	8.9%	38.6%	19.7%	30.4%
	アジア地域へのアクセス利便性	32.5%	5.2%	27.3%	18.7%	18.8%	30.0%
	日本国内のアクセス利便性	52.5%	14.0%	38.5%	7.6%	10.5%	29.4%
	関税障壁および非関税障壁が低い	27.3%	5.8%	21.5%	19.7%	22.8%	30.3%
	アジア地域の調達・購買拠点としての利用価値	19.1%	3.5%	15.6%	23.3%	26.7%	30.8%
	信頼のおける物流関連業者	49.9%	10.5%	39.5%	5.9%	15.1%	29.0%
研究・開発拠点	大学や研究機関が充実	25.6%	5.2%	20.4%	11.3%	28.3%	34.8%
	先行的な研究が多く、最新情報が入手しやすい	34.9%	9.9%	25.0%	7.4%	23.1%	34.7%
	新製品開発の指針となる消費者の存在	36.8%	11.9%	24.9%	6.8%	22.1%	34.4%
	技術力の高い製造メーカーの存在	35.8%	10.7%	25.0%	7.2%	22.5%	34.5%
	日本企業は設計段階から参加させてくれる	21.1%	4.1%	17.0%	12.0%	31.7%	35.2%
	市場や製造拠点が近くにある	39.2%	9.8%	29.4%	5.7%	20.2%	34.9%
地域統括拠点	グローバル企業の本社が集積	43.3%	10.5%	32.8%	12.2%	18.8%	25.7%
	情報を迅速に収集できる	52.2%	9.6%	42.6%	8.2%	13.7%	25.9%
	金融面の環境整備状況	36.5%	7.6%	28.9%	16.4%	21.4%	25.7%
	国境を越える資金取引における税制	21.6%	2.0%	19.7%	24.8%	27.0%	26.6%

表6 進出時に重視した日本のビジネス環境

日本のビジネス環境	1位	2位	3位	合計	割合
マーケットが見込める	554	43	12	609	86.1%
ビジネスパートナーの存在	68	199	51	318	45.0%
政治・社会的に安定している	2	53	114	169	23.9%
有能な人材が確保しやすい	6	97	59	162	22.9%
日本を足がかりにしてアジアに進出しやすい	9	62	71	142	20.1%
日本企業は信頼できる(契約や約束を遵守する)	4	53	63	120	17.0%
インフラが整備されている	4	33	54	91	12.9%
法制度が整備されている	2	7	18	27	3.8%
外国人の生活環境(住居、教育、医療等)が整備されている	0	3	16	19	2.7%
外資規制が少ない	0	4	10	14	2.0%
対日投資誘致が熱心である	0	5	1	6	0.8%
公的機関の透明性が高い	1	3	1	5	0.7%
会計制度が整備されている	0	4	0	4	0.6%
その他	11	2	4	17	2.4%
無回答	46	139	233	418	59.1%
全体	707	707	707	2,121	-

[注] 割合は合計の回答件数の回答企業数に対する割合

認識しているようである。

③さらに、今回の調査では、アジアへのゲートウェイとしての日本の魅力が改善している点が、注目される。「日本を足がかりにしてアジアに進出しやすい」を重視して日本に進出を決めた企業は20.1%を占めていたが、これらの企業のうち現時点においてアジアへのゲートウェイとしての日本の魅力がより「改善した」と回答した企業が38.0%を占め、「悪化(11.3%)」を上回ったことから裏づけられる。

D 今後の事業展開

①日本における今後の事業展開について、「事業規模の拡大を図る」企業は52.1%、「現状維持」が40.6%、「事業縮小が必要と考えている」が3.1%となり、日本市場で事業展開を積極化する企業が多数を占めた。

②業種別で見ると、「事業規模の拡大を図る」業種としては、「機械」、「医薬品・化粧品」に多い。「現状維持」の業種としては、卸・小売業の「文具・玩具・スポーツ用品」、「輸送用機械器具」とサービス業の「運輸業」が目立った。

③具体的な事業展開としては、「販売力の強化」が66.8%、「新商品・サービスの投入」が56.6%となり、販売面での事業展開が中心となる(表7)。

④課題としては、事業拡大を図る企業のうち、半数以上(52.4%)が「希望する人材はいるが、確保出来ない」と回答しており、技術者や営業職などの人材確保が指摘されている。

⑤今後予想される在日外資系企業の事業展開としては、エレクトロニクスや医薬・化学関連企業による「研究開発の拡充」あるいは日本企業との「M&A」や「事業提携」を模索する動きがあげられている。

3 その他 - 関心のある進出地域 -

①今後新たに支店、工場、研究施設などの新たな拠点を設置する計画の有無について、「計画あり」が12.9%であった。

②「計画あり」と回答した企業が進出先として関心のある地域は「近畿(39.6%)」が最も多く、次いで東京都、中部・北陸、九州・沖縄と続いている。

③地方進出に際して、どのような問題があるのかについては、最も多かったのは「マーケットが見込めない」、「人材の確保が容易ではない」、「マーケットまでの距離が遠い」、「物流インフラの未整備」、「周辺産業が集積していない」などが指摘されている。

表7 今後の事業展開と、具体的な戦略 (各業種の企業数)

販売力を強化する		新商品・新サービスを投入する	
全業種	66.8%	全業種	56.6%
繊維商品・衣服(卸・小売)	85.7%	生活用品・リビング雑貨(卸・小売)	81.0%
医薬品・化粧品(卸・小売)	84.2%	電気機械器具(製造)	78.6%
金属製品(卸・小売)	83.9%	精密機械器具(卸・小売)	73.8%
一般機械器具(製造)	83.3%	医薬品・化粧品(卸・小売)	73.7%
生活用品・リビング雑貨(卸・小売)	81.0%	一般機械器具(卸・小売)	71.4%
既存の生産能力・サービスを拡充する		人員を増強する	
全業種	30.7%	全業種	26.7%
一般機械器具(製造)	66.7%	飲料食品(卸・小売)	51.9%
電気機械器具(製造)	64.3%	医薬品・化粧品(卸・小売)	47.4%
金融・保険業(サービス)	59.5%	金属製品(卸・小売)	45.2%
電子部品・デバイス(製造)	46.7%	専門サービス業(サービス)	43.5%
専門サービス業(サービス)	43.5%	電子部品・デバイス(卸・小売)	41.7%
日本企業との提携を強化する		日本での研究開発体制を拡充する	
全業種	20.1%	全業種	9.3%
医薬品・化粧品(製造)	50.0%	電子部品・デバイス(製造)	26.7%
輸送用機械器具(卸・小売)	40.0%	医薬品・化粧品(卸・小売)	26.3%
情報通信機械器具(卸・小売)	37.5%	化学(製造)	21.4%
電子部品・デバイス(卸・小売)	36.1%	電気機械器具(製造)	21.4%
情報通信業(サービス)	29.8%	医薬品・化粧品(製造)	18.8%
M & Aにより事業規模を拡大させる			
全業種	8.8%		
化学(製造)	32.1%		
医薬品・化粧品(製造)	25.0%		
一般機械器具(製造)	16.7%		
電子部品・デバイス(卸・小売)	16.7%		
輸送用機械器具(卸・小売)	15.0%		

おわりに

(1) 在日外資系企業の意識調査およびヒアリングなどから

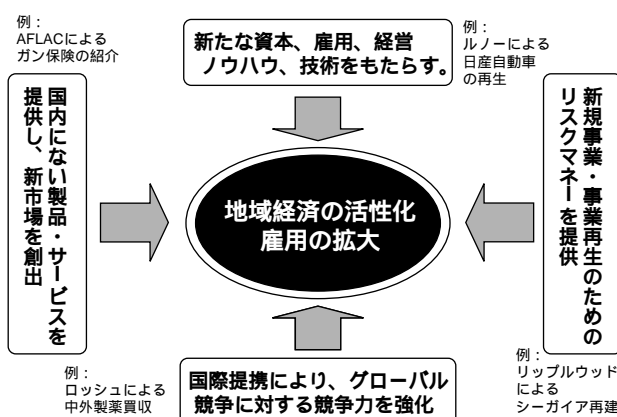
①今後の事業展開について、「事業規模の拡大を図る」企業が全体の54.1%を占め、在日外資系企業は前向きな対日戦略を指向していることが窺われる、②地方進出については、近畿、中部・北陸などを中心に地方への展開意向が強まってきたようである、③これまでも指摘されてきた問題点の中で、物流インフラの整備、周辺産業の集積、外国人の生活環境の整備には改善が見られたということである、④在日外資系企業の多くは欧米であるが、近年、北東アジア地域の中で、韓国、中国からの対日投資が着実に増加し、業種の多面的広がりも窺われる。最近、ロシア企業の動きも注目される。「外資系企業総覧」に掲載されている1社のほかに、世界第3位のアルミニウム企業の現地法人(東京、シンガポールをアジアの販売拠

点化) およびコンサルタント、教育・文化交流など幅広い分野に事業活動を進めようとする投資会社の進出があげられる。

(2) 北陸地域の外資系企業の動向と地域の対応

①「海外企業総覧」によれば、北陸地域に進出している外資系企業は7件であるが、実数は20件を超えるものと推測される(外資比率など選定基準如何にもよるが)。例えば、ジェット口福井の調査によれば福井県には欧米を中心に8件確認されている、②業種としては北陸3県の産業構造を反映して、繊維、機械部品、医薬品が主体であるが、最近では金融・保険、コールセンターなどの進出、および華僑資本によるレストランを中心とした事業展開も見られる、③今後、北陸地域としては、外資系企業誘致の重要性(図2)を改めて認識する中で、在日外資系企業から提起された地方進出に際しての問題点の改善(個性ある産業の集積、技術・研究開発の充実、人材の育成など)に努めるとともに、ジェット口など外資系企業誘致支援組織などとの協力を得ながら官民一体となって誘致活動を推進することが必要であろう。

図2 対内直接投資の効果



資料: ジェトロ資料から

参考・引用資料・ヒアリング先

「ジェトロ貿易投資白書」2004年版
 「第10回対日直接投資に関する外資企業の意識調査」

2005年3月

「外資系企業総覧(東洋経済)2005年版
 ジェトロ、(社)ロシア東欧貿易会など