

# 大阪におけるアジア系企業の活動

大阪府内の企業が海外を視野に入れて活動を行うことに加え、外国企業を地域に受入れることは、地域経済において双方向の国際化を進め、活性化につなげていく上で不可欠な要素である。なかでも、アジア系企業は世界経済において存在感を示し始めており、その国内での立地・事業活動についての動向が注目されている。

本章では、地域における外資系企業の影響とその活動実態について分析を行う。第1節では外資系企業は一般的にどのような活動を行い、地域に対してどのような影響を与えているのかという点について概観する。第2節では大阪における外資系企業の取引状況と、大阪への立地決定に影響を与えた要因、そしてアジア系企業と欧米系企業の特徴について分析する。第3節では大阪で外資系企業が活動していく上での課題について考察する。

## 第1節

## 大阪における外資系企業の活動

### 1. 外資系企業の活動

#### (1) 外資系企業の進出状況

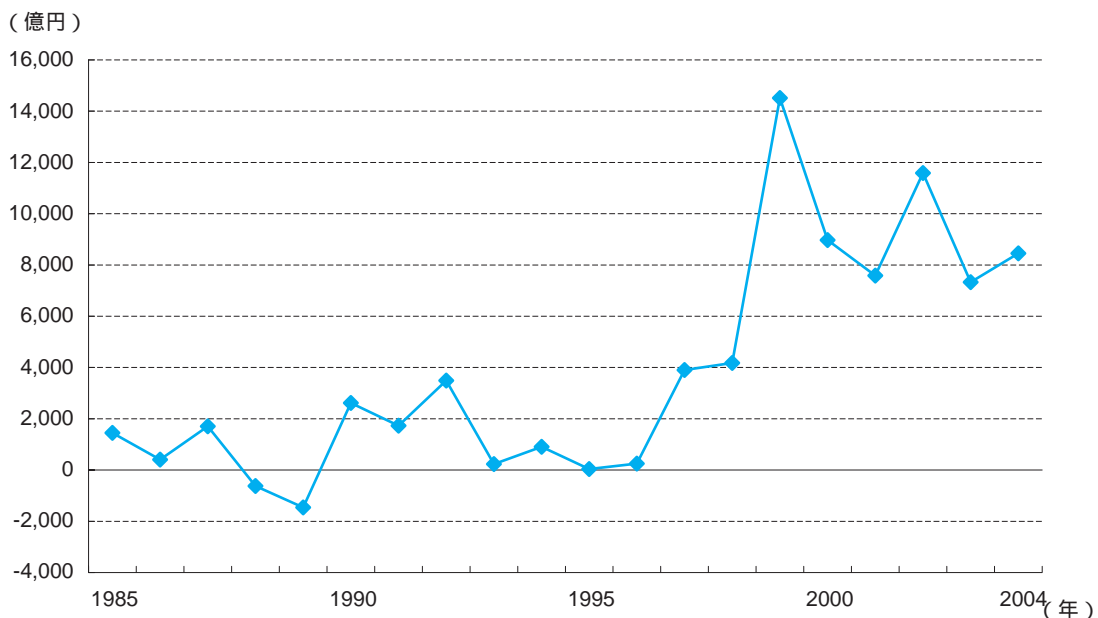
##### (低水準で推移してきたわが国の対内直接投資)

わが国企業が1980年代以降特に積極的に海外への進出を果たしていることは対照的に、外国資本の受入れを積極的に行うようになったのは最近のことである。わが国では長い間、活発な対外直接投資に対して対内直接投資は低い水準で推移していた。

バブル経済の崩壊を背景に外資の受入れ環境や制度などの態勢を見直すため、1994（平成6）年7月に内

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閣僚レベルの会議である「対日投資会議」が設立され、外資受入れの方針が明確化された。この会議及び専門部会での議論を受けて、関係各府省は「対日直接投資総合案内窓口」を設置し、2003年5月27日より窓口をJETROに一元化して業務を行っている。そのような取組もあって、1997～1998年を境に以前よりも高い水準で外国資本が流入するようになり、1999年以降は対内投資額が大幅に増加している（図表 - 3 - 1）。

図表 - 3 - 1 対内直接投資の推移



資料：財務省『国際収支統計』

### （外資系企業が地域経済にもたらす効果）

外資系企業の進出は、わが国の企業に対していっそうの競争をもたらすとする議論がある一方で、経済の活性化を促すという効果が期待できるという考えが一般的である。それでは外資系企業の対日進出は、わが国あるいは地域にとってどのような効果をもたらすのだろうか。

直接の効果として期待されるのは、外資系企業が新規に設立されることによって雇用が生み出されることである。また、事業の拡大や新たな拠点の設置に伴い従業員を増やすことで、更なる雇用を生み出すことも期待される。

雇用のほかに期待される効果としては、外資系企業には日本企業と外国企業との合併会社として設立されるものが多いことから、外資系企業を通じた技術や経営ノウハウの導入が挙げられる。

また、従来から日本企業と取引のある外国企業が日本国内に拠点を有することで、取引の迅速化や顧客である地域の企業の要望を反映しやすくなることにより、地域の企業にとっても取引に関する地理的・時間的コストを低減させることが可能になるというメリットが生じる。

これらを含め、対日投資会議では1995年6月13日の『対日投資会議声明 - 対日投資の促進のために - 』において、対日投資のわが国へのメリットとして次の点を挙げている。

- ・ 新たな技術や経営ノウハウの導入
- ・ 内外の企業による多様な競争  
(わが国経済の活性化、新規事業の創造、内外価格差の縮小、輸入拡大)
- ・ より低廉かつ良質な財・サービスの供給
- ・ 選択の多様性の拡大を通じた消費者利益の増大
- ・ 経済社会、文化の開放度の一層の向上

## (2) 外資系企業の類型

### （支社と子会社の2つの形態）

外国の企業が日本で活動を行おうとする場合、その形態は二つに大別される。ひとつは日本国内に支店や支所を設置し、自社の一事業所として活動する形態である。もうひとつは日本国内に独立した法人を設立する形態である。

一般に外資系企業とは後者のみを指す場合が多いが、本章では両者をまとめて「外資系企業」と総称することにする。

### （新規設立と合併・買収）

また、外国企業による日本法人の設立にあたっては、新規に会社を設立する場合と既存の会社を合併・買収する場合が考えられる。前者は「グリーンフィールド投資」と呼ばれ、そのメリットとしては新たな雇用機会や事務所・工場用地に対する需要を生み出すことが挙げられる。

後者は「M & A 投資」と呼ばれ、合併や買収、資本参加といった形で経営に参画するようなケースが該当する。この場合、短期的にはグリーンフィールド投資のような効果よりも、新たな技術・ノウハウや経営手法の導入といった経営資源の面での効果が期待される。また、長期的には事業拡大に伴って新たに国内に事業所や子会社を設立することで、グリーンフィールド投資と同等の効果をもたらすことも少なくない。

### （100%外資による設立と日本企業との合併による設立）

日本法人の新規設立は、資本の出資状況からも二つに分類することができる。ひとつは100%外国資本によって設立される形態、もうひとつは日本企業との合併会社として設立する形態である。

これらの資本形態によりそれぞれ異なるメリット・デメリットがある。合併会社を設立する主なメリットとして、外国企業にとっては合併相手の日本企業を通じて市場に関する情報が得やすくなること、また互いに相手企業の持つノウハウを吸収できることが挙げられる。一方、100%外国資本で新規設立をする場合には、合併相手が存在する場合と比べて情報が得にくいといったデメリットはあるが、経営方針の転換などに際し合併相手企業の合意を得る必要がないなど、柔軟な事業活動を行うことができるというメリットがある。

## 2. 大阪における外資系企業の立地状況

ここでは、統計データから大阪を含む国内地域別の外資系企業の立地状況と、その推移について把握する。

### （大阪の外資系企業数は緩やかに増加、全国シェアは低下）

最初に、外国企業の子会社として設立された外資系企業について、大阪の地位と全国的な推移をみる。大阪府の企業数は2004年において147社となっており、東京都、神奈川県に続いて全国で3番目に多い。1986年からの推移をみると、全国的に企業数が増加するなか、大阪府についても緩やかな増加傾向にある。大阪府が全国に占めるシェアについては1986年の9%から

2004年には7%とやや低下傾向にあるが、東京都でも同時期には75%から70%へと低下している。このことから、外資系企業の立地は都市部だけでなく、その周辺を含めて全国に分散する傾向が出ていると考えられる(図表 - 3 - 2)。

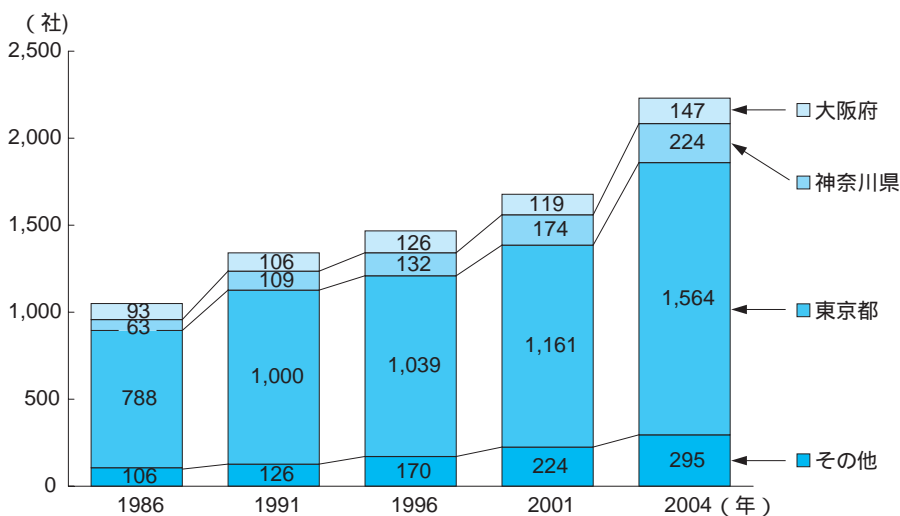
一方外国会社の支社・支店については、全国的に1986年以降増加してきたが、2001年から2004年にかけては減少に転じている。大阪府についても支社数は2001年以降減少し、全国に占めるシェアは1986年の

15%から2004年には10%に低下している。それでもなお、2004年の支社数は203か所と東京に次ぐ全国第2位の地位を保っており、第3位の愛知県(102か所)のほぼ2倍の事業所が立地している(図表 - 3 - 3)。

**(外資比率が高い企業は小規模企業が過半数)**

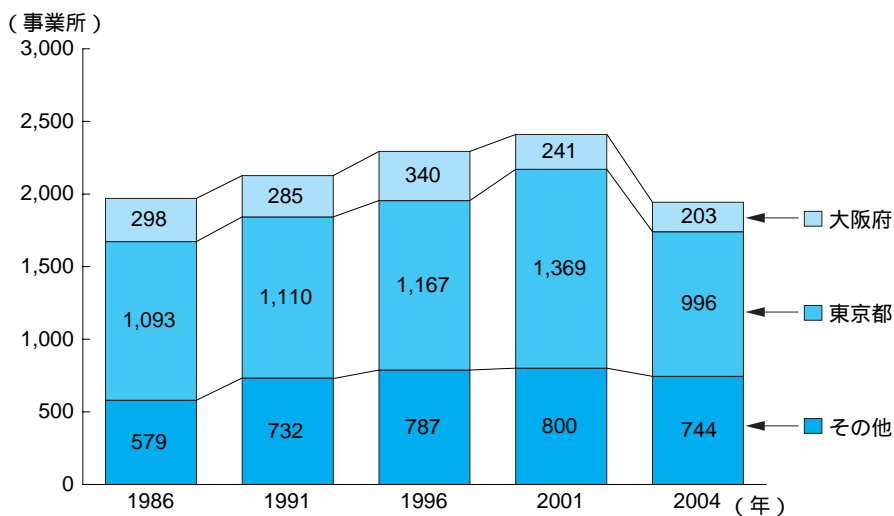
次に、大阪府内に立地する外資系企業のうち、子会社についてその規模や業種の状況を見る。『事業所・企業統計調査』によると、2001年時点で外資比率が

図表 - 3 - 2 外資系企業数の推移(府県別)



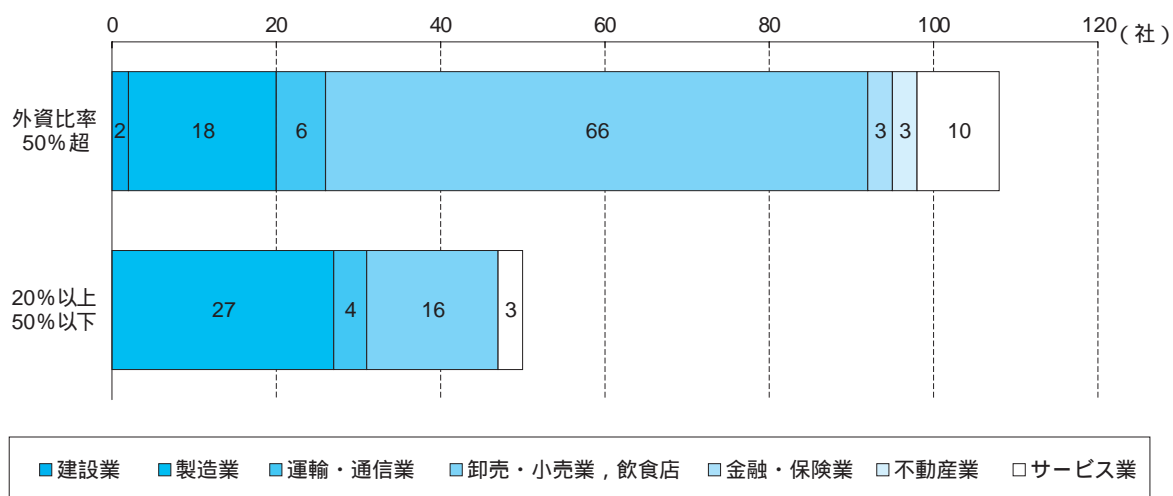
資料：経済産業省『外資系企業動向調査』。

図表 - 3 - 3 外国会社支社・支店数の推移(府県別)



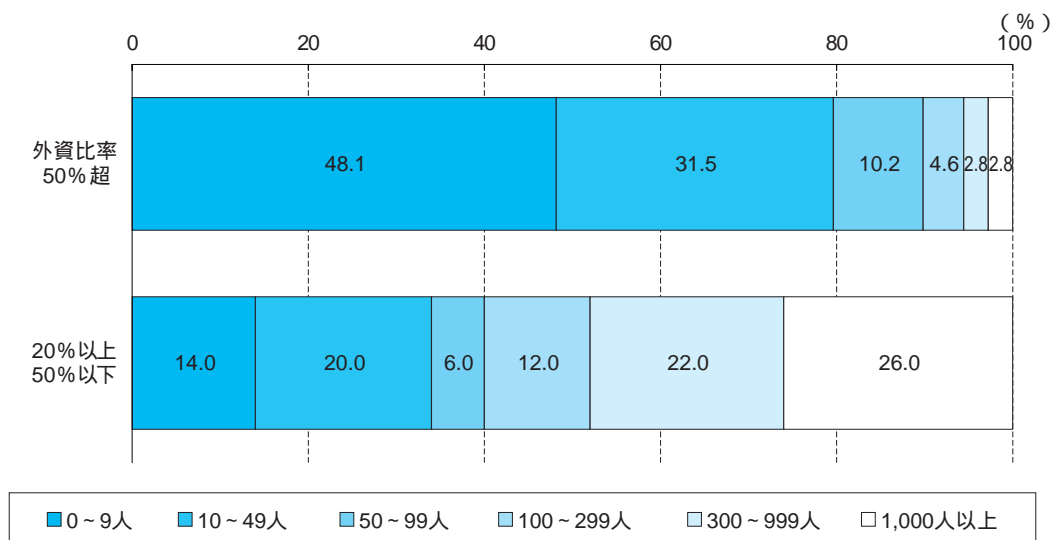
資料：総務省『事業所・企業統計調査』。

図表 - 3 - 4 大阪府における外資系企業の業種別構成



資料：総務省『事業所・企業統計調査』。

図表 - 3 - 5 大阪府における外資系企業の従業員規模別構成



資料：総務省『事業所・企業統計調査』。

50%を超過する企業は108社、20～50%の企業は50社にのぼる（図表 - 3 - 4）。両者とも、業種では「卸売・小売業，飲食店」と「製造業」が多い。

従業員規模別では、外資比率が50%を超過する企業のおよそ半数は従業員規模が10人に満たない小規模の企業であるのに対し、外資比率が20～50%の企業では従業員規模が300人以上の大企業が48%とほぼ半数を占めている（図表 - 3 - 5）。

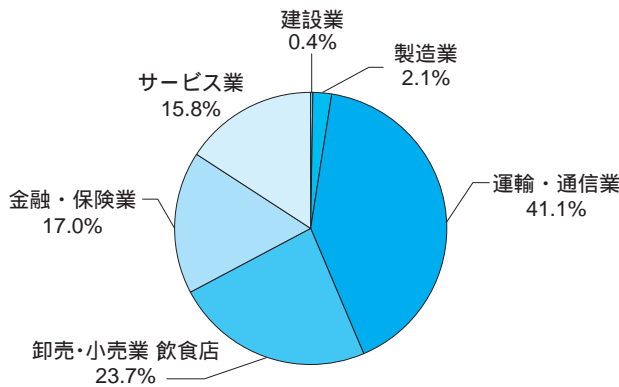
**（関西国際空港立地に伴う運輸業支店の立地が多い）**

外国企業の支店や営業所についてみると、事業所数

は241ヶ所にのぼり、「運輸・通信業」、「卸売・小売業、飲食店」、「金融・保険業」、「サービス業」といった非製造業の業種が98%と大半を占めている（図表 - 3 - 6）。そのなかで「運輸・通信業」の事業所が多い理由のひとつには、1994年の関西国際空港の開港に伴い、外国航空会社の支店が大阪府内に新設されたことが挙げられる。

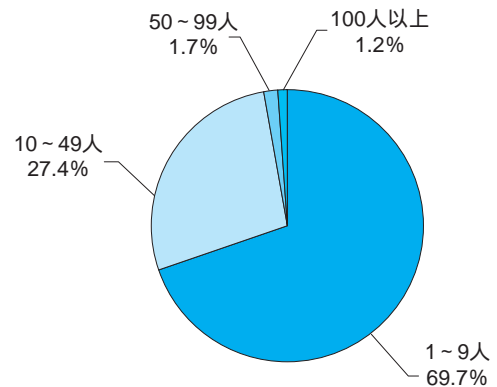
従業員規模別にみると、「1～9人」の事業所が約70%を占めており、多くの支店は小規模であることが示されている（図表 - 3 - 7）。

図表 - 3 - 6 大阪府における外国会社支店の業種別構成



資料：総務省『事業所・企業統計調査』。

図表 - 3 - 7 大阪府における外国会社支店の従業員規模別構成



資料：総務省『事業所・企業統計調査』。

### 3. 親会社地域別の傾向とアジア系企業の特徴

大阪府内に本社をおく外資系企業について、親会社の所在地域をアジア、アメリカ、ヨーロッパに大別して、それぞれの立地状況と特にアジア系企業の特徴をみる。

#### （最も企業数が多いのはヨーロッパ系企業）

大阪府内に本社をもつ外資系企業159社のうち、最も多いのはヨーロッパの企業で71社、続いてアメリカが48社、アジアが39社で、アジア企業はおよそ4分の1を占めている。

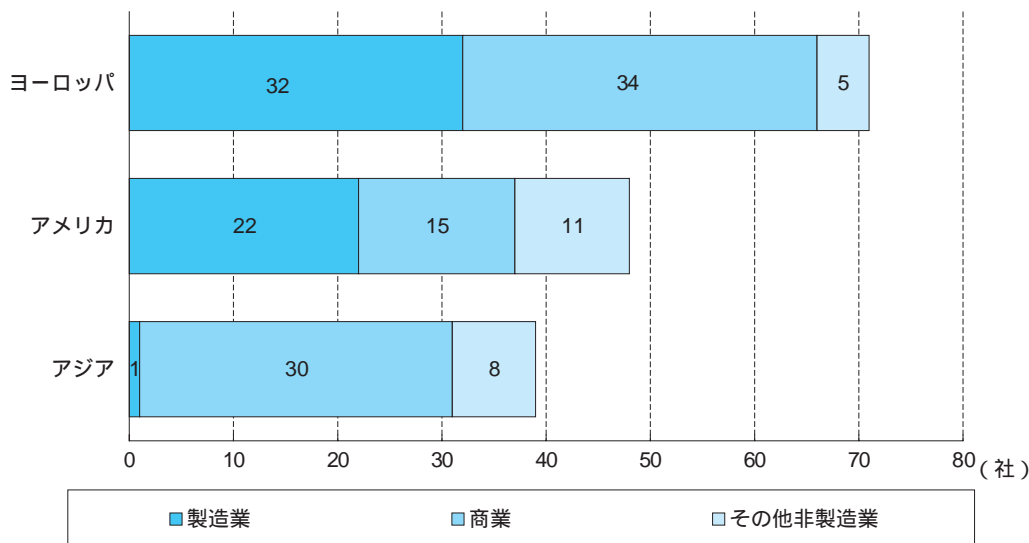
ヨーロッパ企業のなかではドイツを親会社の国籍とする企業が最も多く、ついでイギリスが多いが、リヒ

テンシュタインやスイス、スウェーデンといった国籍の企業も複数含まれている。アジア系企業では中国、香港、台湾、韓国といった東アジアの国・地域の企業を親会社とするものが大部分を占めている（図表 - 3 - 8）。

#### （アジア系企業は商業が大半を占める）

大阪府内の外資系企業全体としては商業の割合が多く、本国からの輸入を主な業務とする場合が多くみられる。親会社所在地域別に業種をみると、ヨーロッパ系企業では製造業・商業がほぼ同数で、これらが大半を占めている。アメリカ系企業は、製造業、商業と並んでサービス業などを含むその他の非製造業のいずれ

図表 - 3 - 8 親会社地域別・業種別の外資系企業数（大阪府）



資料：東洋経済新報社『外資系企業総覧2005』。

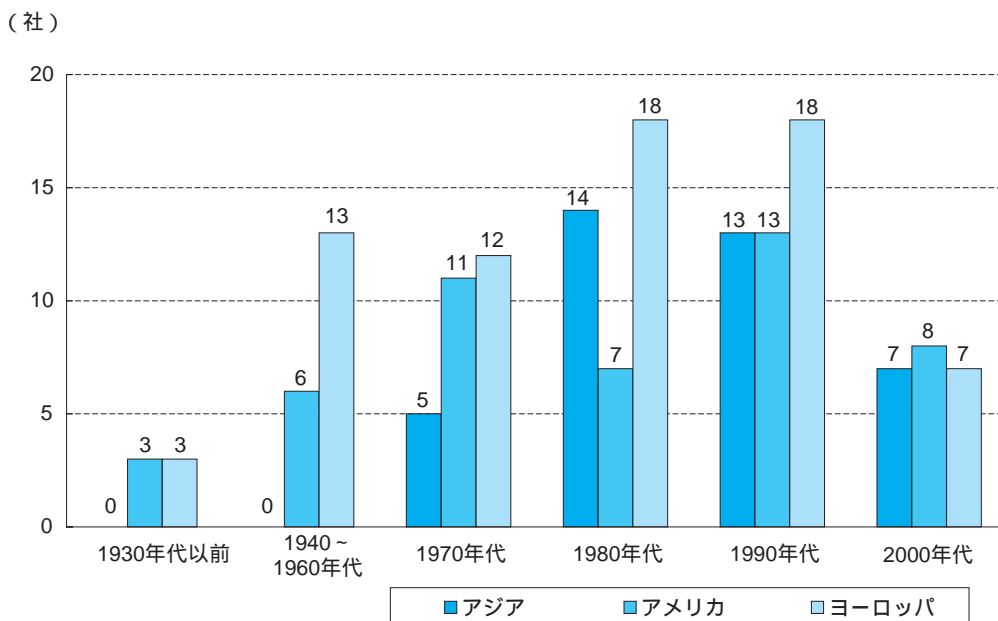
の業種も多く進出している。

これに対しアジア系企業の業種のうちでは商業が大半を占めており、その他の非製造業が次いで多くなっている。製造業で進出している企業は1社のみである。商業を営む企業のなかには、従来から大阪において主流であった繊維貿易以外に、親会社の技術力の向上を背景とした高度な工業製品を供給するアジア系企業もいくつかみられる。

### （アジア系企業の設立は1970年代以降）

次に、現在大阪に進出している外資系企業を設立年代別にみると、そのほとんどが1970年代以降に設立されている。1970年代以前に設立された企業はアメリカ系、ヨーロッパ系のみで、特に1940～60年代のヨーロッパ系企業の設立が目立っている。アジア系企業が設立されるようになったのは1970年代以降で、1980年代以降はアメリカ系、ヨーロッパ系と並ぶほどの設立がみられる。また、1990年代に入ってから韓国系企業の設立が目立っている（図表 - 3 - 9）。

図表 - 3 - 9 親会社地域別・設立年代別の外資系企業数（大阪府）



資料：東洋経済新報社『外資系企業総覧2005』。

### （顧客ニーズに対する理解を強みとするリンクイ）

株式会社リンクイ（大阪市）は、韓国から日本国内に向けたインバウンド観光を行う旅行会社である。1995年の設立以降、関西国際空港の開港、韓国での海外旅行の人気上昇などを背景に事業を拡大し、現在では東京及びソウルにも支店を構えて営業を行っている。1997年の韓国での通貨危機により一時的に影響を受けたが、現在では、それ以前を上回る水準にまで回復している。

同社の強みは、経営者自身が韓国出身であり、顧客である韓国人旅行者が何を求めているかをよく理解しているという点である。このような特定の客層は海外旅行者全体から見ると規模が小さいため、国

内大手企業の多いインバウンド観光業界においては、特定国の顧客ニーズに合わせたサービスを提供するという事はほとんどない。このように、いわゆる「すき間」の客層をうまく取り込んだことが同社の特徴である。

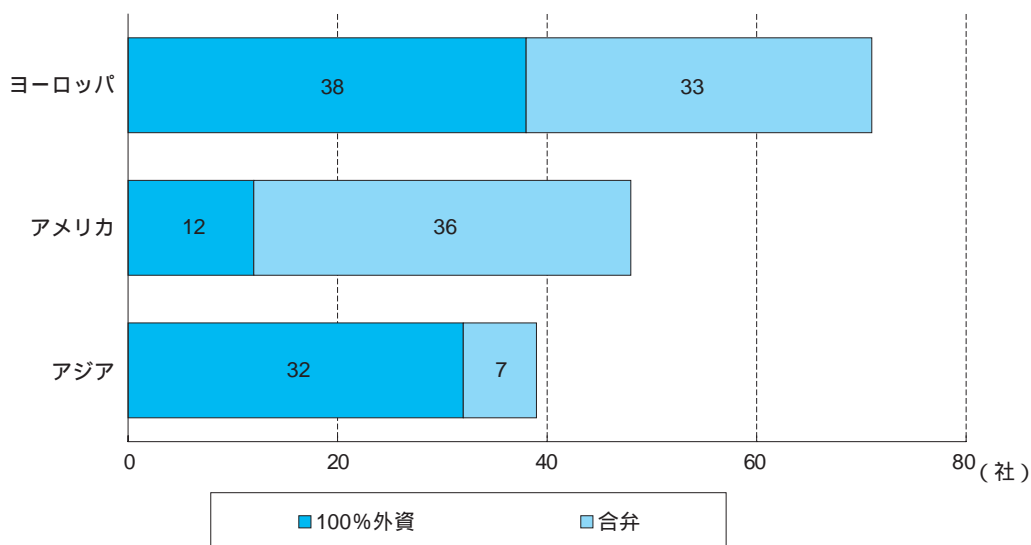
同社は設立から10年余りを経ているが、現在でも外国人経営の会社ということで、日本企業よりも厳しい取引条件を求められることがあるという。一方で、信用のある企業ならば外国企業相手の取引にも前向きになってきているなど、日本企業の意識にも変化の兆しが出てきたことも感じられるとしている。

### （欧米系に多い合併とアジア系に多い100%外資）

親会社所在地域ごとの外資系企業の資本出資比率についてみると、ヨーロッパ系企業では、100%外資の企業と日本企業との合併企業が38社と33社でほぼ半々となっている。一方、アメリカ系企業では48社中合併

企業が36社にのぼっているのに対して、アジア系企業では39社中100%外資で設立された企業が37社と大半を占めている。このように、所在地域によって違いがみられる（図表 - 3 - 10）。

図表 - 3 - 10 親会社地域別・資本形態別の外資系企業数



資料：東洋経済新報社『外資系企業総覧2005』。

## 第2節

## 外資系企業の大阪における事業展開と立地決定の背景

本節では、大阪府内に本社を置く外国企業の子会社（以下、子会社）及び外国企業の支社（以下、支社）を対象に行ったアンケート調査の結果から、外資系企業の取引状況と、それが立地決定に際して大阪を選択したことに与えた影響について分析する。さらに、その要因についてアジア系企業と欧米系企業に特徴に異なる要素があるかという点について考察する。

### 1. 取引先所在地域と立地の決定

#### (1) 府内外資系企業の取引先所在地域

仕入れ先・販売先といった取引先の存在や事業提携先の有無は、外資系企業の大阪府への立地にどのような影響を与えているだろうか。

#### （海外からの仕入れ、国内・府内での販売が主）

まず、府内の外資系企業の取引先所在地域についてみる。仕入れ先企業数及び販売先企業数の多い地域について尋ねたところ、仕入れ先地域については支社・子会社いずれの形態についても「海外（アジア以外）」、「海外（アジア）」とする回答が多かった。続いて多い回答は、支社では「大阪府内」、子会社では「その他国内」となっている（図表 - 3 - 11）。

販売先地域については、子会社では「その他国内」が最も多く、「大阪府内」が次いで多い。支社の場合

には「大阪府内」が最も多く、「大阪府外の近畿圏」がそれに続いている（図表 - 3 - 12）。

#### （子会社は全国的な展開を行うケースも多い）

以上のことから、府内の外資系企業は海外から仕入れを行い、大阪府内あるいはその周辺地域で販売を行うという場合が一般的であると考えられる。これには、外国にある本社及び親会社の製品の販売を目的に設立された支社及び子会社が多い、ということが背景にある。

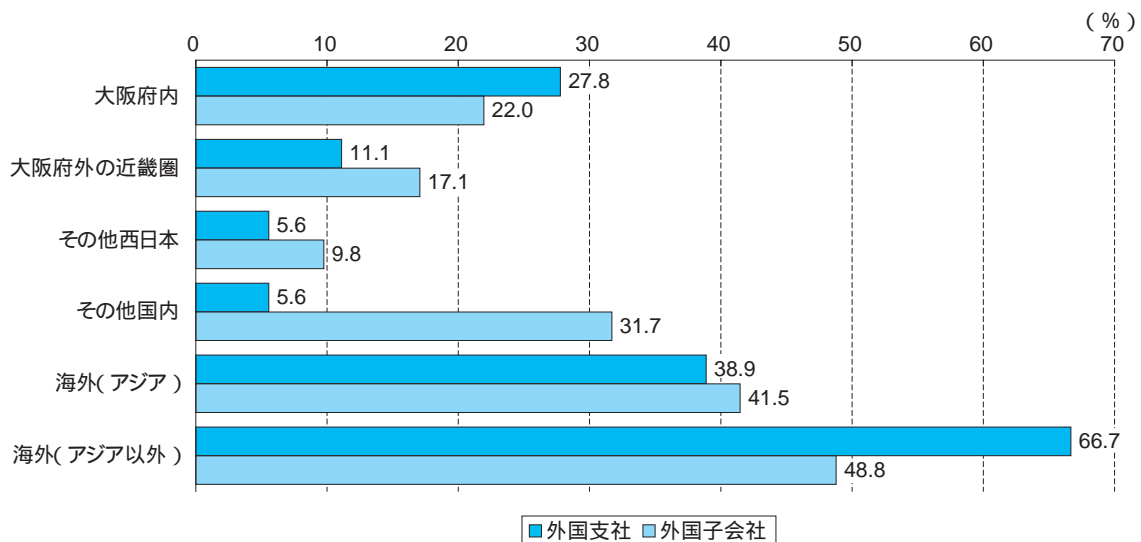
ただし子会社については、もともと全国的な取引を視野に入れて設立され、仕入れ・販売ともに関西・西日本を越えた国内他地域との取引を行う企業が多いことが特徴として挙げられる。子会社から全国の取引先への販売を行うほか、逆に、全国の取引先から外国親会社向けの仕入れを行う例もみられる。

支社や支店の場合は、東京など国内他地域に複数の拠点を持つ場合が多いことから、大阪における拠点の取引先はその周辺地域を中心とする場合が多いと考えられる。

#### （子会社の販売先に占める府内企業のシェアは低い）

次に、外資系企業が継続的に取引を行っている企業数のうち府内企業の占める割合をみると、販売面については、府内企業が全販売先に占める割合が「10%未

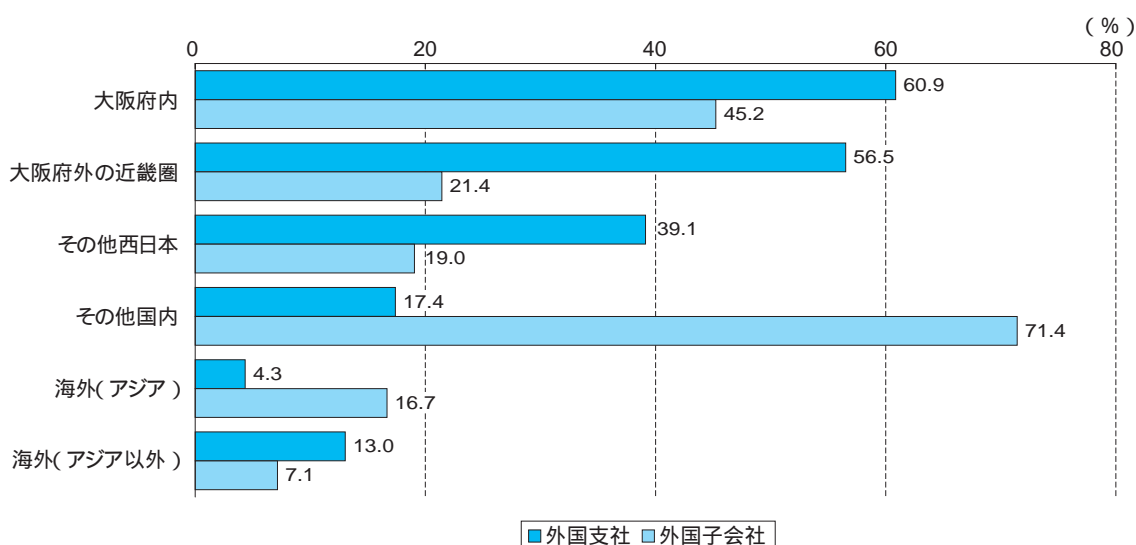
図表 - 3 - 11 仕入れ先企業数の多い地域



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）  
（注）複数回答。



図表 - 3 - 12 販売先企業数の多い地域



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）  
（注）複数回答。

満」と低い企業が、子会社では39%にのぼっている。ここでも子会社の取引は府内に限らず広範囲にわたっていることがわかる。これに対して、支社では府内の販売先企業が「50%以上」であるという回答が55%と最も多い（図表 - 3 - 13、図表 - 3 - 14）。

これらの結果から、仕入れに関しては海外からの調達が一般的であり、販売に関しては子会社は全国を、支社は大阪周辺地域を主な対象とする傾向にあるといえる。このことは、外資系企業の大阪府内への立地が、必ずしも府内における取引先企業の多さのみによるものでないことを示している。

### （大阪から全国・アジア地域を統括するトレスジャパン）

トレスジャパン株式会社（大阪市）は、印刷機器の開発・販売を行うデンマークのトレス・グループの日本法人として2004年に設立された。世界市場において高いシェアを占める印刷機器は多くがドイツ製もしくは日本製で、同社の製品はそれらにコンポーネントとして取り付けられるため、主に印刷機器製造業者に納入している。

日本法人の設立以前は、日本の取引先に対してはデンマークその他の海外グループ企業から直接輸出で販売を行っていた。近年、日本との取引量が拡大したことから、より良いサービスを提供できるように日本拠点を設立した。

現在は印刷機器製造業者のほか、エンドユーザーに対しても販売・アフターサービスを行っている。また、同社では国内販売に加え、アジア太平洋地域への販売・サービス業務も行っている。これらの地域への営業やアフターサービスには、日本からの技術スタッフのほか、他地域のグループ企業のスタッフも訪れる。大阪への立地は、アジア太平洋地域の統括機能を担ううえで、海外へのアクセスが良い関西国際空港の存在などが、同社にとって大きな決定要因となっている。

### (2) 立地を決定した理由

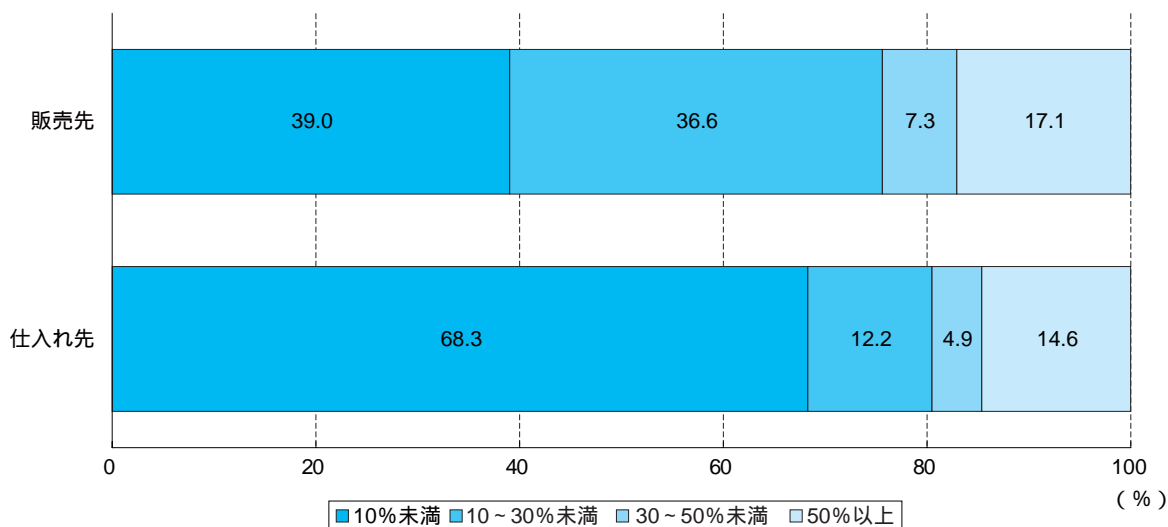
ここまで見てきたように、子会社では全国的な展開を行う企業が多いが、そのような中で、大阪に立地を決定したのはどのような理由によるのだろうか。

#### （既存の取引先へのアクセスを重視した立地）

大阪府内に立地した理由としては、支社・子会社とも「すでに取引している国内の取引先へのアクセスが良い」との回答が最も多かった。上述のように府内における取引先企業数が多くないことを考慮すると、府内の企業だけではなく、交通網を活用した国内の取引先に対するアクセスという面で、大阪への立地にメリットがあるという状況がうかがえる。

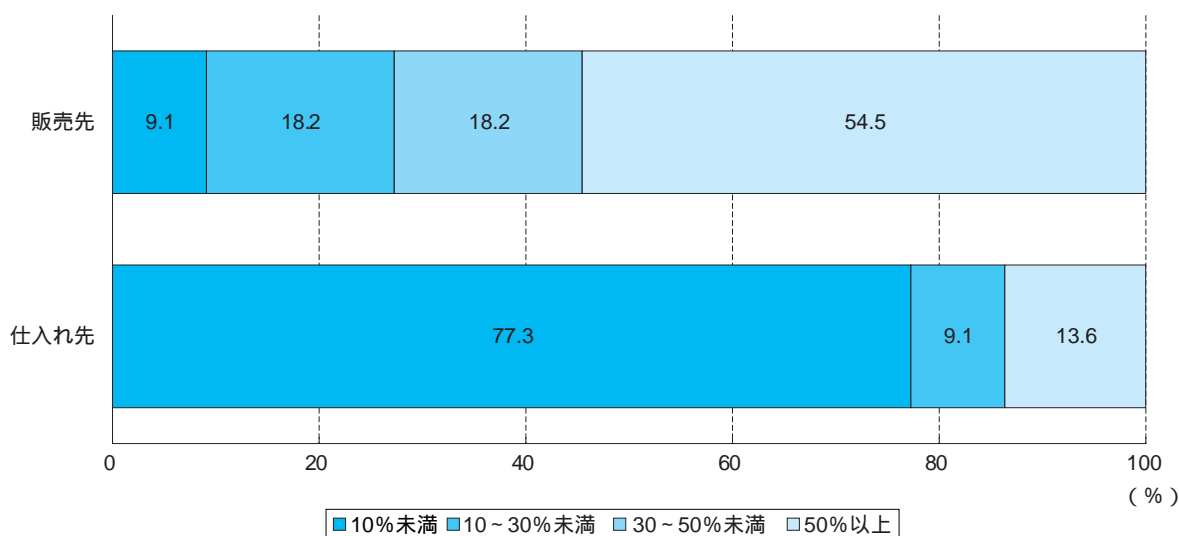
子会社の場合、次に回答が多いのは「資本・技術面で提携している相手企業が存在する」、「事業所維持コストが安い」であった。支社の場合には国内取引先

図表 - 3 - 13 外国子会社の取引先の府内割合



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）

図表 - 3 - 14 外国支社の取引先の府内割合



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）

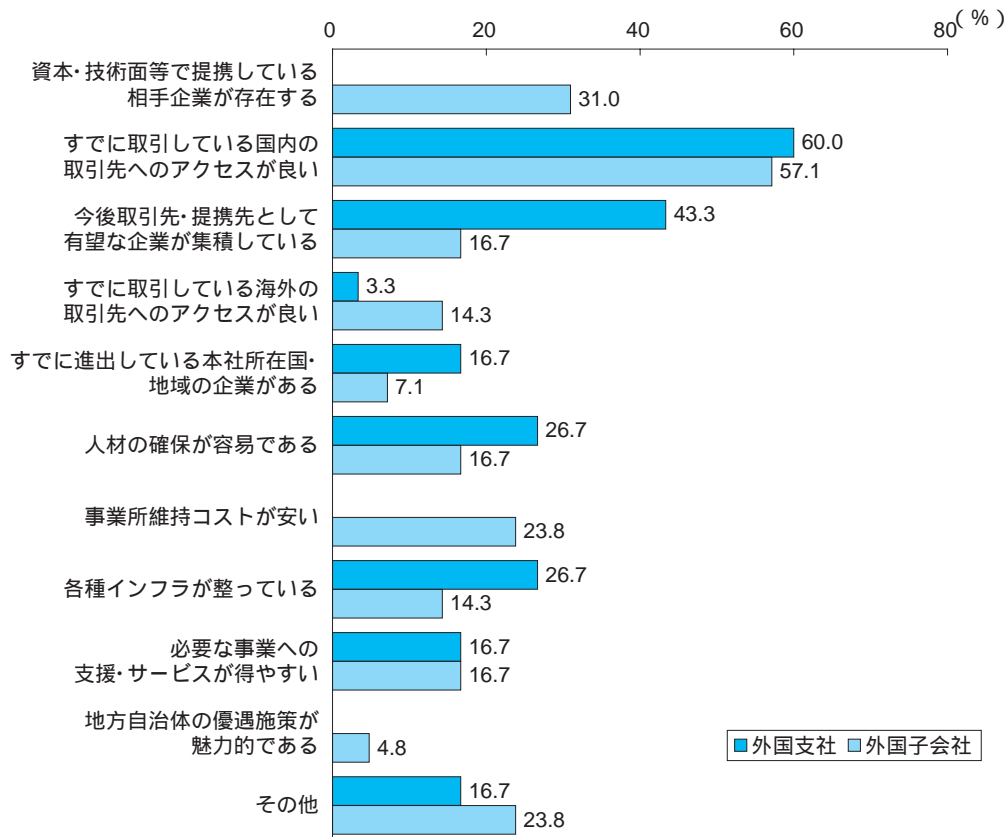
へのアクセスのほか、「今後取引先・提携先として有望な企業が集積している」、「人材の確保が容易である」、「各種インフラが整っている」といった回答が多かった。「その他」を挙げた企業では、社長・代表者がもともと大阪の出身であることが立地の決定に影響したという回答が複数みられた（図表 - 3 - 15）。

このように子会社と支社では回答に違いが見られるものの、共通して高い評価をしているのは取引先へのアクセスの良さであるといえる。

**（顧客とのコミュニケーションを重視するウォールストリートアソシエイツ）**

2005年秋に大阪市内で西日本拠点を開設したウォールストリートアソシエイツ（東京都中央区）は、外資系企業を主な顧客として活動する人材紹介会社である。同社では、対象を経理・財務部門、IT部門、人事部門、金融部門に特化して、求職者と求人企業の双方が希望する人材紹介サービスの提供を目指している。

図表 - 3 - 15 大阪府内に立地を決定した理由



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）  
 （注）複数回答。

同社は当初香港に本社を持つ企業の現地法人として1999年に東京で設立され、西日本拠点開設以前は国内のすべての案件を東京で取り扱っていた。大阪への進出を決めたのは、西日本からの求人に対し企業の要望を詳細かつ的確に把握するには、実際に顔を合わせてコミュニケーションを図ることが不可欠であると考えたためである。大阪は東京と比較すると外資系企業の数はい少ないが、西日本拠点設立以前から求人・登録者は多く、規模としては十分に大きな市場であると考えている。

現在、西日本拠点では開設後に新規に開拓した顧客が大きな割合を占めており、外資系企業だけでなく国際展開を行う日本企業に対してもサービスの提供を行っている。同社においても事業の拡張が見込めることから、2006年に入って従業員を新たに採用、現在は9人で活動している。従業員の採用は今後も続ける予定で、長期的には国内外への新たな拠点の設置も検討している。

## 2. アジア系企業の特徴と取引状況

### (1) 新たな分野でのアジア系企業の大阪進出

ここでは取引先所在地域と立地の決定要因について、親会社の所在地域別、特にアジア系企業の特徴を明らかにする。

近年大阪では、アジアからの外資系企業の進出が活発になりつつあり、今後もこの傾向は続くことが予想される。大阪外国企業誘致センターの「外国企業の大阪誘致実績」によると、2003～2005年度における大阪府への新規進出案件の半数以上が、アジアからの進出であった。そのなかには貿易、輸入販売といった従来型分野の進出だけでなく、ITや研究開発といった高度な技術などを要する分野の進出も含まれていた（図表 - 3 - 16）。

図表 - 3 - 16 大阪外国企業誘致センター 誘致実績

(単位：件)

	年	IT、バイオ、 研究開発	ロボテック	貿易	サービス	輸入・販売・ 市場開拓	公的機関等 ・その他	合計
アジア	2003	2	1	3	5	3	5	19
	2004	2			4	7	2	15
	2005	2			3	5	3	13
欧州	2003	1		2	2	2	1	8
	2004				2	4		6
	2005	1			1	2	1	5
北米	2003	2	1	2		1		6
	2004				2	1		3
	2005	4			2			6
オセアニア	2003							0
	2004							0
	2005	1						1
合計	2003	5	2	7	7	6	6	33
	2004	2	0	0	8	12	2	24
	2005	8	0	0	6	7	4	25

資料：大阪外国企業誘致センター資料。

**(親会社の研究開発を日本の技術力で支えるクオンタ・ディスプレイ・ジャパン)**

クオンタ・ディスプレイ・ジャパン株式会社(大阪市)は、台湾ディスプレイメーカーのクオンタ・ディスプレイ(廣輝電子)の100%出資で2002年に設立された。親会社のクオンタ・ディスプレイは、パソコンのOEMで世界第1位の生産実績を誇るクオンタ・コンピューター社(廣達電腦)とシャープ株式会社との提携で設立された会社である。

クオンタ・ディスプレイ・ジャパンでは、設計シミュレーションを中心とした液晶パネルの研究開発を親会社向けに行っている。研究開発を日本で行うのは、経験の深いエンジニアが多いほか、技術情報が日本の方が豊富であるといった大きなメリットがあるためである。設立当初はモジュール設計と工場の立ち上げ支援、製品設計などを行っていたが、現在ではこれらに加え、より高度な技術開発も行っている。このように開発の内容が拡大している背景には、以前は技術的に難しかった製品設計を現在では台湾で行うことができるようになったことがある。

日本人と台湾人の研究開発の考え方には異なる部分もあるが、台湾での工場の新規立ち上げにあたって、親会社の設計者との交流を通じ、相互の特長を活かしつつ補完することでいっそうのレベル向上が期待できるという。

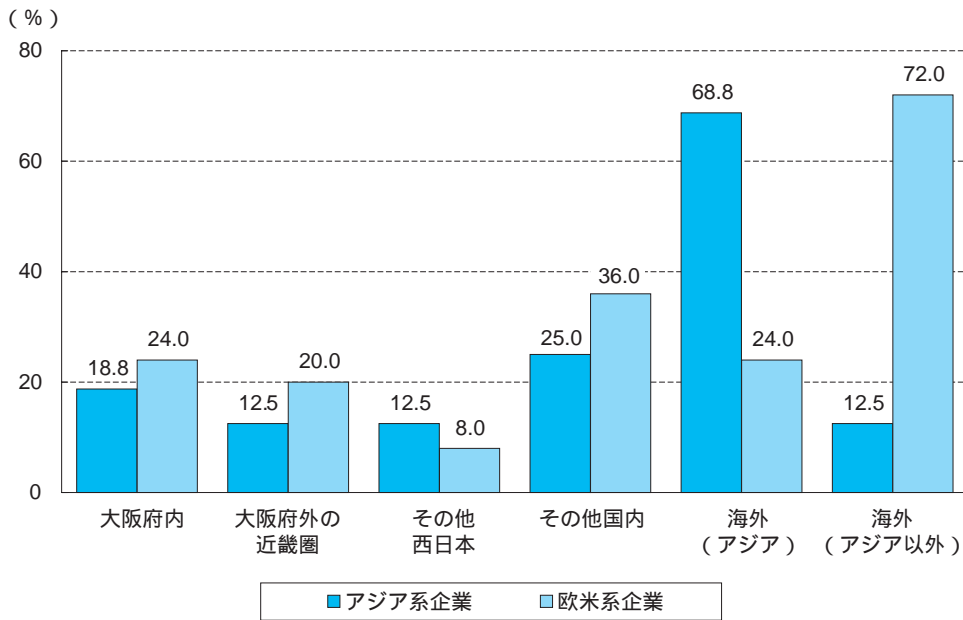
**(2) アジア系企業の取引先所在地域**

先に、外資系企業のうち子会社では販売先が全国的に所在している傾向があることを述べたが、ここではアジア系企業と欧米系企業との間で、その傾向に違いがあるかどうかをみる。

**(仕入れは親会社所在地域から)**

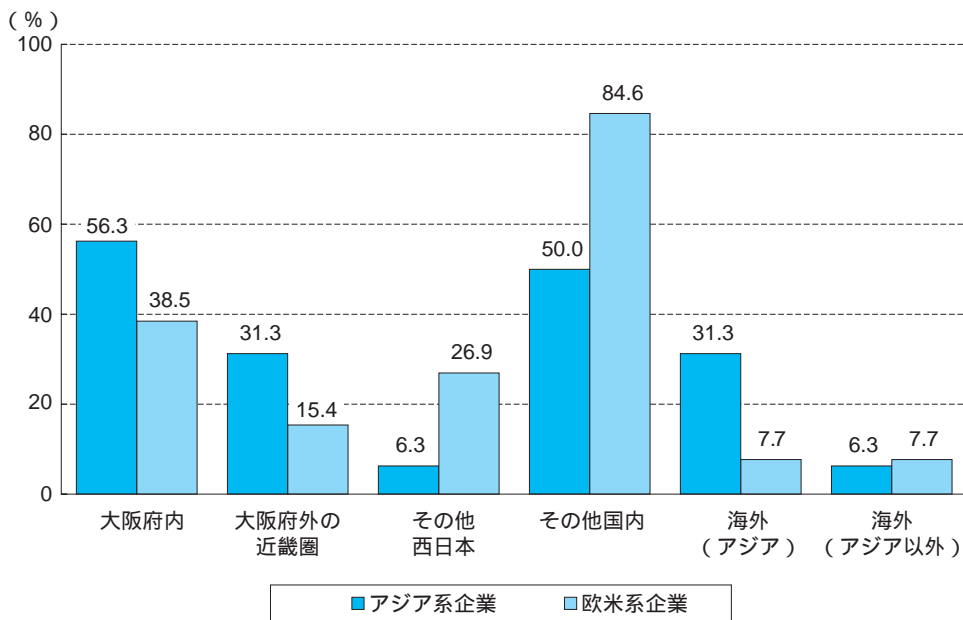
仕入れ先地域をみると、アジア系企業の場合はアジア、欧米系の企業の場合はアジア以外の海外が最も多く、それぞれ親会社のある地域を中心に仕入れを行っていると考えられる。また、「大阪府内」、「大阪府外の近畿圏」、「その他国内」を主な仕入れ先とする割合については欧米系企業がアジア系企業を上回っている(図表 - 3 - 17)。

図表 - 3 - 17 アジア系企業と欧米系企業の主な仕入れ先地域（外国子会社）



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）  
 （注）複数回答。

図表 - 3 - 18 アジア系企業と欧米系企業の主な販売先地域（外国子会社）



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）  
 （注）複数回答。

**（アジア系企業は大阪周辺地域での販売を重視）**

一方、販売先地域については、アジア系・欧米系とも「大阪府内」と「その他国内」の回答割合が最も高い。また、アジア系企業は「大阪府内」及び「大阪府

外の近畿圏」の回答割合が欧米系よりも高く、「その他西日本」及び「その他国内」については欧米系がアジア系を上回っている。

これらの結果から、アジア系企業・欧米系企業とも

に大阪への立地は、大阪及び全国への展開の双方を目的としているが、その中でもアジア系企業は、大阪及びその周辺地域への展開を目的とする比率が高いといえる（図表 - 3 - 18）。

**（府内企業を販売先とする割合が高いアジア系企業）**

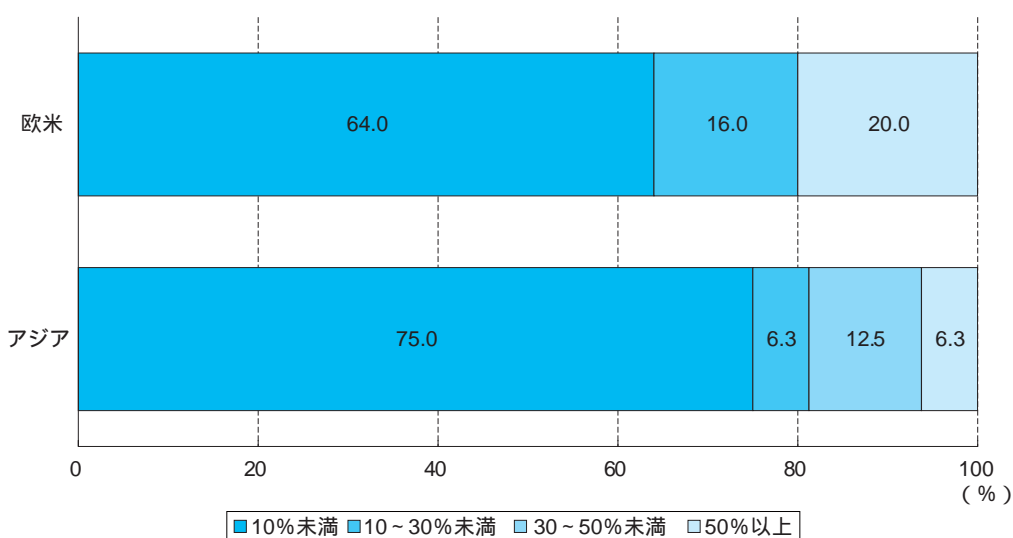
さらに、大阪府内企業との取引状況からも同様の傾向を読み取ることができる。仕入れ先については、府内企業数の割合は「10%未満」が欧米系・アジア系ともに最も多いが、その一方で欧米系企業の場合には、

府内仕入れ先企業数の割合が「50%以上」であるとする回答も20%と多くみられる。それに対し販売先については府内企業数の割合が「50%以上」であるとする回答は、欧米系企業（8%）に比べてアジア系企業（31%）では大幅に多い（図表 - 3 - 19、図表 - 3 - 20）。

**（アジア系企業は大阪とのつながりが相対的に強い）**

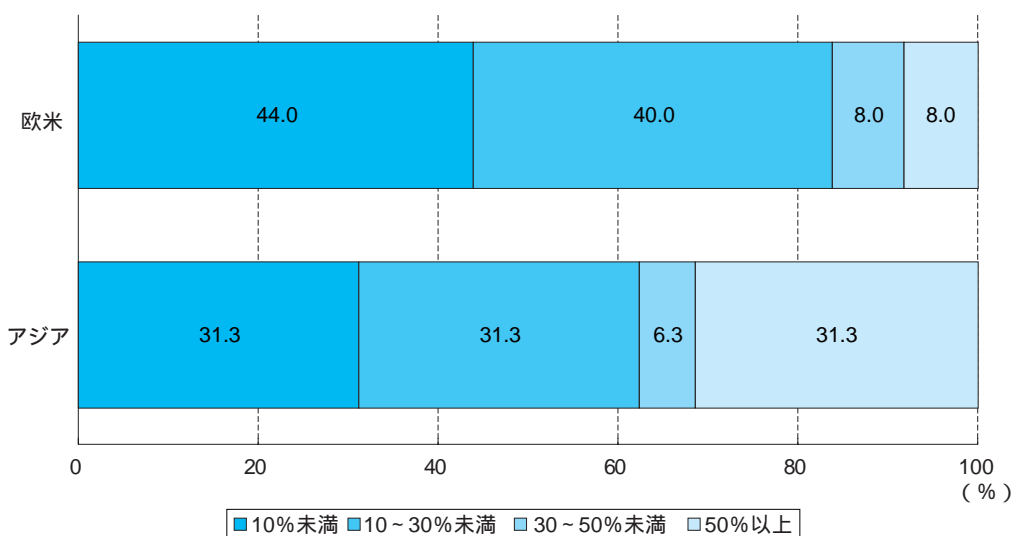
このように、販売面についてはアジア系企業は欧米系企業に比べ大阪及び周辺地域の企業とのつながりが

図表 - 3 - 19 アジア系企業・欧米系企業の仕入れ先の府内割合（外国子会社）



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）

図表 - 3 - 20 アジア系企業・欧米系企業の販売先の府内割合（外国子会社）



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）

相対的に強いといえる。この理由のひとつとして、アジア系企業には操業年数が浅く、企業規模の小さな企業が多いことから、立地周辺地域での取引活動が中心になる傾向があると考えられる。

**(3) アジア系企業の立地決定の理由  
(立地に際しアジア系企業は企業間関係をより重視する傾向)**

大阪府内への立地を決定した理由では、最も回答が多い項目が「既に取り引している国内の取引先へのアクセスが良い」という点は、アジア系・欧米系に共通であったが、その他の項目については若干の違いがみられる。

欧米系企業の場合、「資本・技術面等で提携している相手企業が存在する」のほか、「人材の確保が容易である」、「各種インフラが整っている」といった理由を挙げている。一方、アジア系企業では「今後取引先・提携先として有望な企業が集積している」、「既に進出している親会社所在国・地域の企業がある」で欧

米系の回答割合を大きく上回っている。

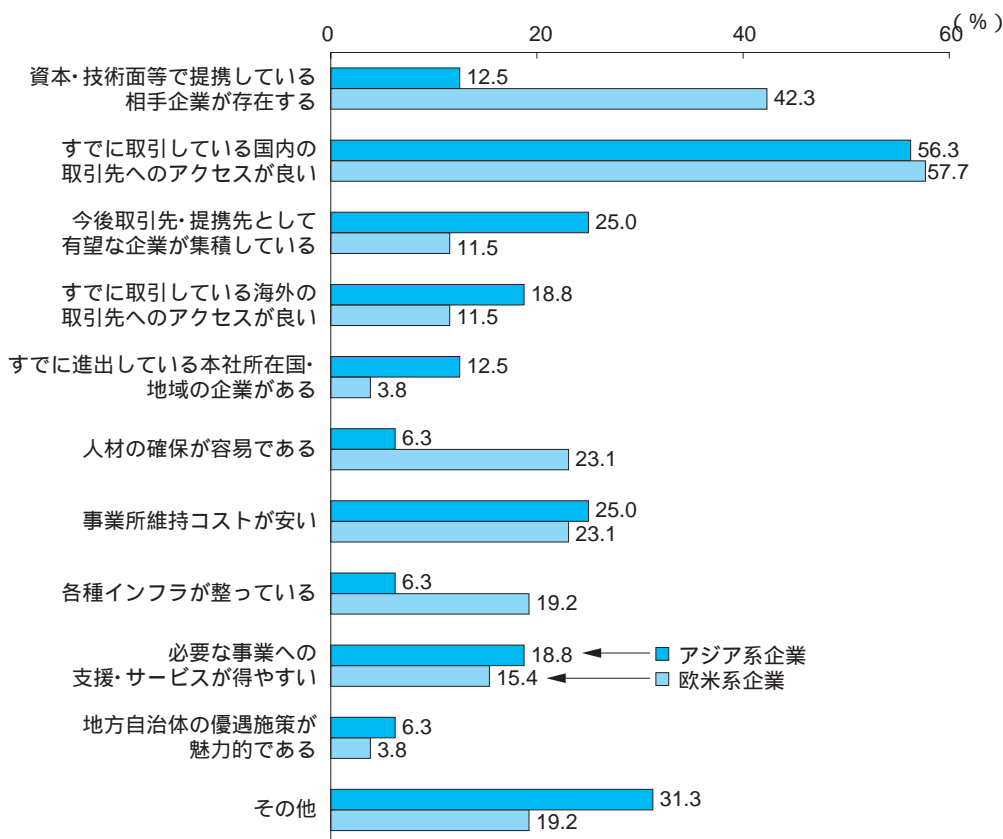
また、支社においても立地の理由については、「既に進出している本社所在国・地域の企業がある」はアジア系企業に、「人材の確保が容易である」は欧米系企業に回答が多いという傾向がある。

このことから、欧米系企業は大阪という地域のもつ特性に、アジア系企業は企業との関係にそれぞれ注目して立地を決定する傾向をうかがうことができる(図表 - 3 - 21、図表 - 3 - 22)。

**(今後は取引先所在地域の拡大も)**

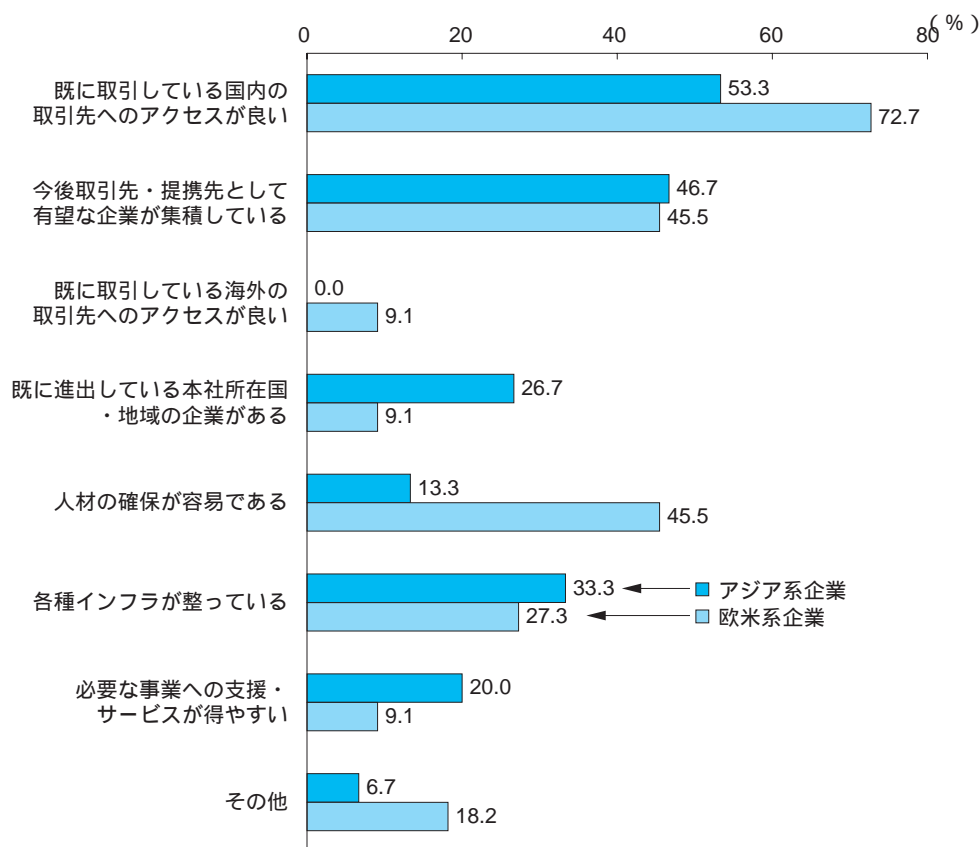
ここまでみてきたように、近年増加しつつあるアジア系企業の大阪進出は、大阪に集積する企業との関係に注目したものであるといえる。操業年数が欧米系企業に比べて平均的に短いことから、現在のアジア系企業の取引は大阪及びその周辺地域が中心である。アジア系企業の中にも、取引先へのアクセスの良さを活かし、今後全国的な展開を目指す例もみられる。

図表 - 3 - 21 アジア系企業・欧米系企業の立地を決定した理由(外国子会社)



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』(平成18年3月)。  
(注) 複数回答。

図表 - 3 - 22 アジア系企業・欧米系企業の立地を決定した理由（外国支社）



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）

（注） 1．複数回答。

2．「資本・技術面等で提携している相手企業が存在する」、「事業所維持コストが安い」、「地方自治体の優遇施策が魅力的である」は回答なし。

### （地理的メリットを活かし、全国的な販路開拓を目指すエアタックジャパン）

エアタックは台湾に本社を有し、中国を始め世界的な展開を行っている空気圧機器メーカーである。エアタックジャパン株式会社（大阪市、従業員数4人）は2003年に設立されたエアタックの100%子会社であり、台湾や中国にある関係会社などで生産された空気圧シリンダーやバルブなどの輸入販売を行っている。中国工場などでエアタック製品を利用した経験をもつ日本企業に対しても製品を供給するなど、グローバルに活動するグループの強みを活かしつつ、日本国内での新規顧客の開拓に力を入れている。

同社は大阪が地理的に日本のほぼ中心に位置するうえに交通の便が良いこと、港から直接コンテナを

輸送できる、といった地理的なメリットを考慮し大阪への立地を決定した。現在は全国的に販路の開拓を行っているが、大阪は全国に向けて営業を行う上で、移動に非常に便利であることを実感しているという。

大阪に立地を決定したもうひとつの理由に、大阪が商業の街であり、かつ、ものづくりの歴史をもつ地域であるということがある。製品の購入に際して外国では価格が支配的な要因であるのに対し、日本では品質・価格・納期などさまざまな面で高い水準が求められる。とりわけ大阪の企業は要求の水準が高く、当地で事業を行っていくことで、同社は製品性能や営業力・サービス力を向上させることができると考えている。



## 第3節

## 外資系企業の立地と地域の課題

外資系企業と現地企業との関係は、新たな外資系企業がその地域に立地するきっかけを与えられるかという点、そして外資系企業がその地域で事業を続けていくメリットを感じるかという点で、外資系企業の行動に影響を与えると考えられる。

本節ではこの2点に関連し、まず外資系企業がどのような経路から、立地や事業活動に必要な情報を入手しているかに注目して分析を行う。続いて、外資系企業が大阪で活動するにあたりどのような課題に直面しているかを検討する。

### 1. 情報の入手先

前節では、外資系企業の取引先所在地域と立地決定の要因を分析した。それでは外資系企業は、大阪への立地を考えるきっかけとなるような情報、また立地決定の際に重視する情報をどこから得ているのだろうか。

### (1) 立地当初の情報源と現在の情報源

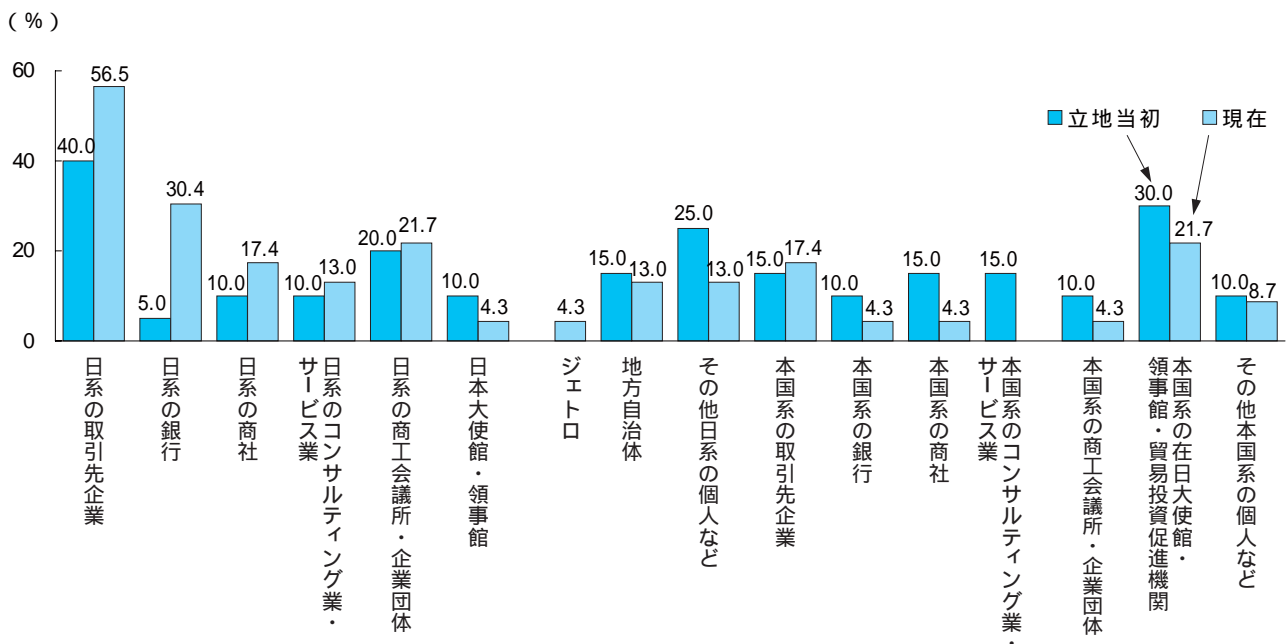
#### (立地に関する情報は取引先企業から)

まず、大阪府内への立地にあたり、どこから得た情報を最も重視したかをたずねたところ、支社・子会社いずれの形態においても「日系の取引先企業」という回答が最も多く得られた。支社の場合、それに続いて「本国系の在日大使館・領事館・貿易投資促進機関」、「その他日系の個人など」が多い。一方で子会社の場合には、日系の取引先企業に次いで多いのが「本国系の取引先企業」、「日系の商社」である（図表 - 3 - 23、図表 - 3 - 24）。

#### (現在の取引でも重視する情報源は取引先企業)

現在、取引上で重視する情報源も、全体的に「日系の取引先企業」との回答が最も多い。支社が活用するのは、ほかに「日系の銀行」や「日系の商工会議所・企業団体」、「本国系の在日大使館など」である。また、子会社の場合には「日系の商社」、「本国系の取引先企業」といった回答の割合が多くなっている。

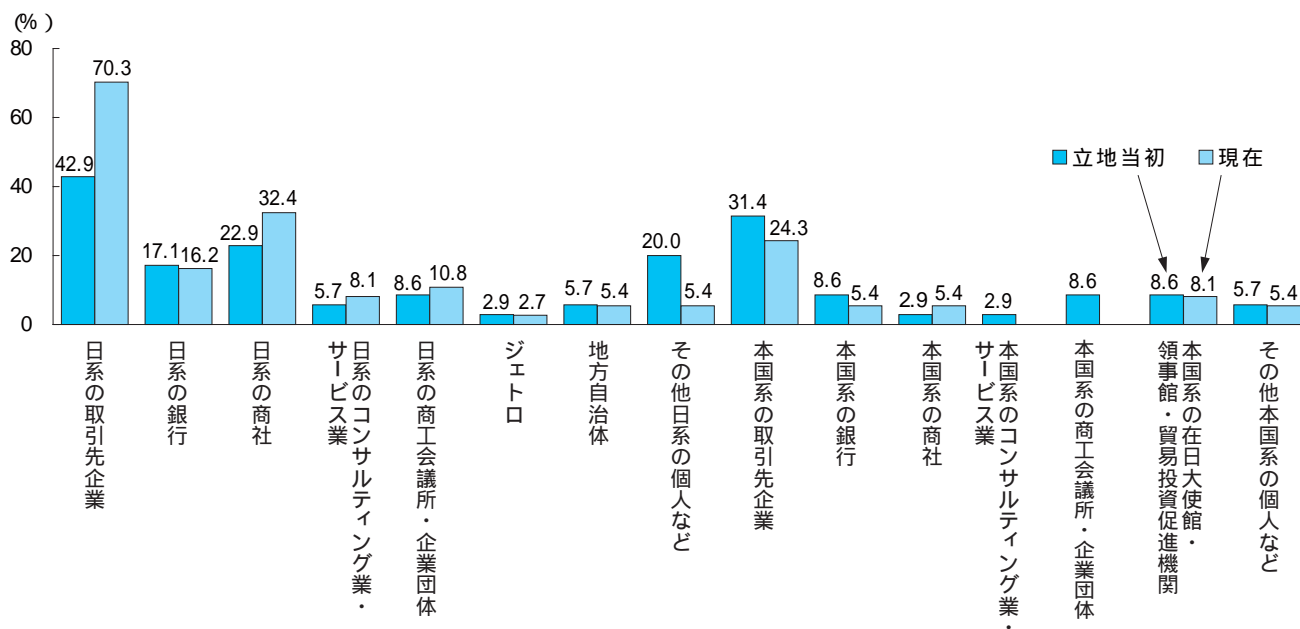
図表 - 3 - 23 外国支社の情報源



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）

（注）複数回答。

図表 - 3 - 24 外国子会社の情報源



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）

（注）1．複数回答。

2．「日本大使館・領事館」は回答なし。

### （日本企業の知識と経験をビジネスに活かすハウセン・テキスタイル）

ハウセン・テキスタイル株式会社（大阪市）は、中国の内モンゴル自治区に本社を持つ浩森グループの日本法人として2004年に設立された。親会社である内蒙古浩森羊織制品有限公司はカシミア原料やカシミア・カシミア混の紡毛糸及び梳毛（そもう）糸、カシミアニット製品を取り扱っており、浩森グループとして内モンゴルのほかに上海にもカシミアニット工場を保有している。

カシミア原料・製品を主に扱っている同社の浩森グループにおける役割は、日本の顧客と工場間のコーディネートを行うことである。顧客から詳しい話を直接聞き、仕様図に書かれていないポイントを把握して工場側に伝えることで、顧客の要望とでき上がった製品とのミスマッチを少なくすることを目指している。これまでの浩森グループの取引の大部分が欧米向けの大ロット生産であるため、当初、工場は日本向けの小ロット生産に不慣れであったが、現在では日本の顧客の意図を工場側に伝えることで、生産がスムーズに行われるようになっている。

日本は同社にとって、市場として今後有望である

だけでなく、繊維及びその加工に関する知識・情報を学ぶ場でもある。繊維に関して豊富な知識と経験を有する大阪の企業との取引は、設立して間もない同社にとって得られるものが多いと実感している。

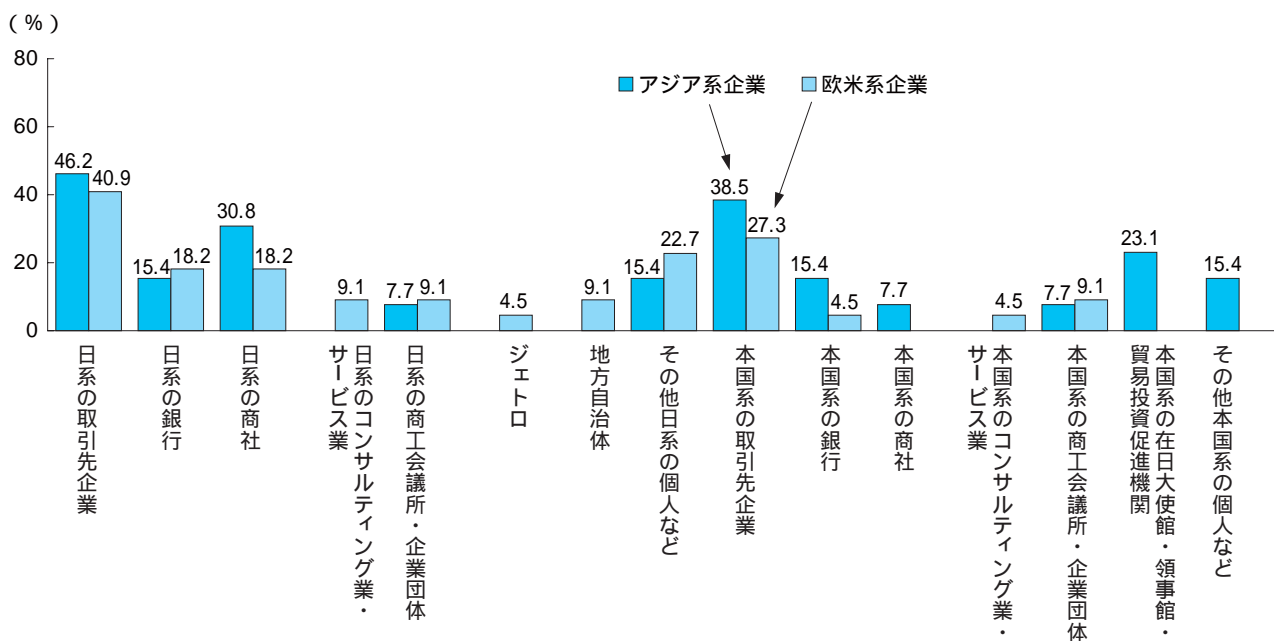
### （2）親会社所在地域・設立形態による情報入手ルートの違い

#### （アジア系企業はさまざまな情報源を活用）

親会社所在地域ごとにみると、アジア系企業・欧米系企業の間では、情報入手ルートに違いがみられた。全体としてアジア系企業は欧米企業に比べ情報入手するルートが多様であるといえる。アジア系企業の場合、「日系の取引先企業」、「本国系の取引先企業」のほかに回答が多かったのは、「日系の商社」や「本国系の在日大使館・領事館・貿易投資促進機関」である。

現在の取引では「日系の商社」を情報源として重要視している企業の割合が、欧米企業を大きく上回っているのもアジア系企業の特徴である。大阪では商社が多く集積していることから、アジア系企業にとって有益な情報をもつビジネスパートナーを見つけられる可能性も高いと考えられる（図表 - 3 - 25、図表 - 3 - 26）。

図表 - 3 - 25 アジア系企業・欧米系企業が立地当初重視した情報源（外国子会社）

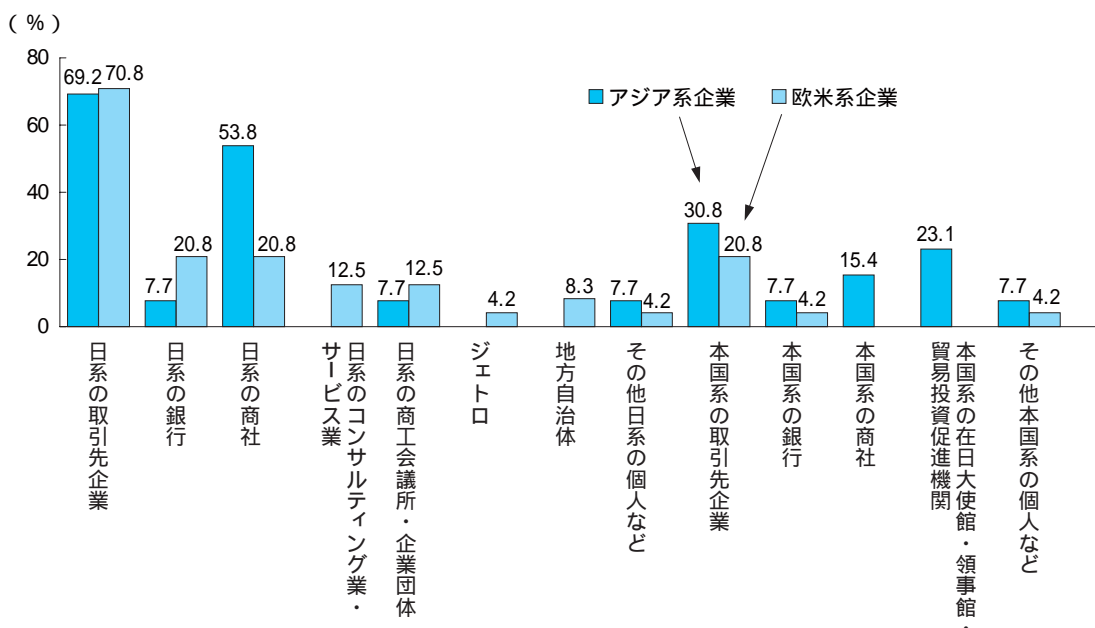


資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）

（注）1．複数回答。

2．「日本大使館・領事館」は回答なし。

図表 - 3 - 26 アジア系企業・欧米系企業が現在重視する情報源（外国子会社）



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）

（注）1．複数回答。

2．「日本大使館・領事館」、「本国系のコンサルティング業・サービス業」、「本国系の商工会議所・企業団体」は回答なし。

### （支社は公的機関からの情報も活用）

設立形態による違いをみると、子会社の形態では民間企業のみからの情報を重視する企業が最も多く、立地時と現在で大きな変化はない。それに対し、支社では民間の企業だけでなく、公的機関からの情報も重視する傾向にあるといえる。このことから、子会社は民間企業とのネットワークの中で情報を得る傾向にあることがうかがえる（図表 - 3 - 27）。

### （進出前の企業ネットワークが立地決定にも影響）

立地を決定する際に重視した情報は、日系の取引先企業からもたらされることが最も多い。これは、地域の企業が貿易や海外進出を通じて外国企業との交流機会を持つことが、外資系企業の進出のきっかけを生み出す可能性があることを示している。また、大阪は商社及び外国領事館・貿易投資促進機関の立地が多いことから、情報の得やすさという点でも強みをもつといえる。

欧米系企業に比べ、アジア系企業は本国系の領事館等からの情報を活用する傾向にあることから、こうした経路を通じて情報を提供していくことが、外資系企業の立地を促進するのに有効な方法のひとつであるといえよう。

一方で、JETROや地方自治体といった日系の公的機関を活用した企業は、今回調査回答のアジア系企業にはみられず、これら機関とアジア系企業とはまだ十分な接点をもっているとはいえない。諸外国の政

府・地方自治体も積極的な外資誘致を行っているなかで、公的機関がいかに有益な情報を提供していけるかという点は、今後、外資系企業の誘致における重要なポイントとなる。

## 2. 今後に向けた課題

ここでは外資系企業が立地し、事業活動を自律的に展開するために、地域として取り組むべき課題について検討する。

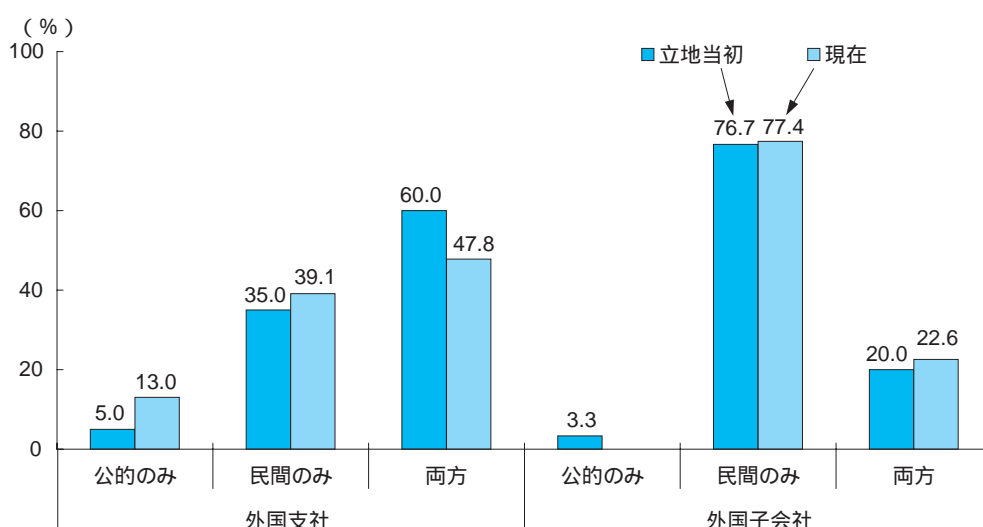
### (1) 人材確保の問題

まず、外資系企業が直面している人材確保の問題について考える。

#### （小規模の外資系企業では人材の確保が困難）

大阪府内企業で海外事業を担当する人材が不足しているのと同様に、外資系企業でも人材の獲得に苦労しているところは少なくない。それらの外資系企業では、日本人あるいは日本語のできる人材を活用している場合が多く、日本国内向けのビジネスについては言葉の面などの問題は少ない。ビジネスを進めていく上で困難なのはむしろ海外とのやり取りである。親会社あるいは本国市場とのつながりが密接である場合には、外国語での対応が不可欠であるため、それに関して適した人材が見つからないという問題に直面するケースが多い。

図表 - 3 - 27 重視する情報源（外国支社・外国子会社）



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）  
（注）複数回答。

前節までにみてきたように、大阪で活動する外資系企業には、従業員規模の小さい企業が多い。このような企業では、単に外国語を使うことができるだけでなく、営業職や技術職などを兼ねることのできる人材が求められる傾向にあるが、そういった人材の獲得は非常に難しいという。

また、経営者が外国人の場合には、2人以上の日本人を雇用する企業であることが、経営者向けのビザである「就業査証（投資・経営）」発給の要件とされている。この要件は外資系企業の設立が雇用にプラスの影響を与える反面、人材の確保が難しいような、設立間もない企業にとっては負担となることもある。

**（アジア系企業では人材確保のしやすさへの評価が低い）**

実際に立地を決定した理由を従業員規模別にみると、従業員9人以下の子会社では、「人材の確保が容易である」との回答割合が10人以上の企業を大幅に下回っている。また、人材の確保に関する評価はアジア系企業において低く、アジア系企業にとって十分な人

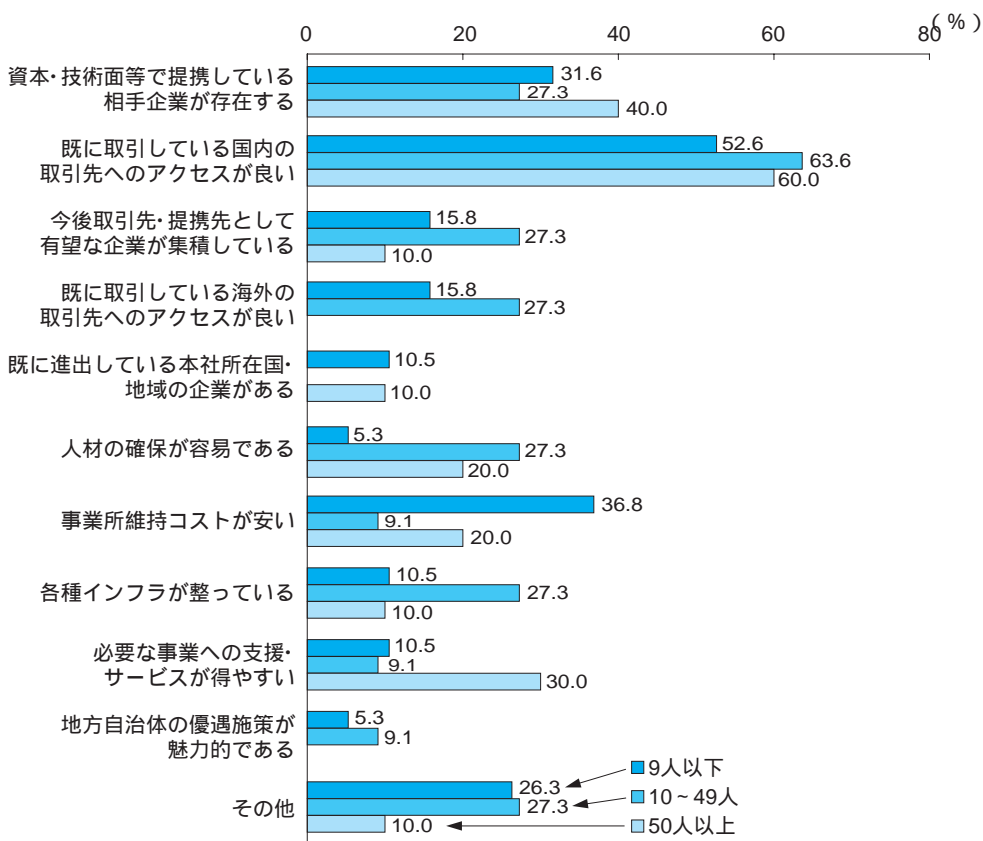
材の獲得が難しいことを表しているとも考えられる。

ただし、このような人材の獲得が難しいのは大阪に限ったことではなく、この点を克服することで大阪が優位性を持つことは可能である。このことから、外資系企業の事業活動に対応しうる人材を地域で育成・確保するとともに、必要とする企業への供給を促進する方策が今後重要な課題のひとつであるといえる（図表 - 3 - 28）。

**（海外人材の活用をサポートするジェイエイシー ジャパン）**

イギリスを本拠とする田崎グループの日本法人、株式会社ジェイエイシー ジャパン(東京都千代田区)は、外資系など国際企業への派遣を強みとする人材紹介・派遣会社である。同社大阪支店では1993年の設立以来、日本企業のパートナーである外国企業が大阪に拠点を立ち上げる際に、人材を紹介するようなケースを多く手がけてきた。しかしながら近年では外資系企業の大阪での新規設立が以前に比べ減少

図表 - 3 - 28 立地を決定した理由（外国子会社、従業員数規模別）



資料：大阪府立産業開発研究所『大阪府内における外国系企業・事業所の活動状況に関する調査』（平成18年3月）。  
（注）複数回答。

しており、代わって日本企業の海外進出に関わる案件が増加している。これを背景に2005年には大阪支店に国際事業部を立ち上げた。

そのなかで増加しているのが、外国人スタッフや在日留学生など海外人材の紹介である。主として日系メーカーの海外駐在要員や海外営業担当者として、国際業務を担当できる海外人材の確保を行っている。海外人材の活用は、その国の商習慣に長けた人物が海外企業との交渉を行うことでスムーズな契約を行うことができるなど、言語以外の面でも企業にとってメリットとなる。このために同社では言葉の壁や文化・習慣の違いといった課題に関しても企業に助言を行い、外国人スタッフや在日留学生などの採用を支援している。

## (2) 情報提供のあり方

### (外国機関との連携で情報提供の強化を)

もうひとつ地域が取り組むべき課題として、情報提供をどのように行っていくかが挙げられる。アジア系企業に対しては、本国系の領事館などを通じた情報提供を行っていくことや、JETROや地方自治体との接点を作っていくことが、有効と考えられることは先に述べた。このように情報を提供するための公的なネットワークを整備し、深めていくことにまず取り組む必要がある。

### (提供する情報の内容についても検討が必要)

それに加えて必要なのは、どのような情報を提供していくかという点である。前節の分析では、外国の子

会社の多くが全国的な展開を行っているという結果が得られた。このことから、大阪の市場についてだけでなく国内全域への展開を意識した情報提供を行うこと、あるいはその機会を設けることも、今後検討すべきである。

また、アジア系企業は他企業との関係を、欧米系企業は地域のもつ特性を重視するという傾向があることも先に述べた。立地先としての大阪をアピールしていく上で、このような傾向の違いを認識することも必要であろう。

### (外資系企業を交えた地域企業のネットワーク作りを)

外資系企業の対日投資や、日本企業への外国資本参加は、以前に比べると特別なことではなくなっている。それにもかかわらず、現在でも新規に立地した外資系企業との取引に慎重な日本企業も少なくない。これがかえって日本企業にも外資系企業にも、ビジネス情報の入手といった点で不利な状況を生み出している。

地域企業と外資系企業のあいだの情報共有を促すことは、地域企業に対してもメリットをもたらすことも期待できる。例えば、外資系企業と地域の企業が情報交換を行う機会を設けることで、外資系企業にとっては新たなネットワークが形成されるチャンスになるとともに、地域の企業にとっては海外の得がたい情報を入手するチャンスにもなる。

次章では、企業の海外事業展開の促進と外資系企業の誘致に関し、どのような支援が行われているかを検討する。

## 大阪・グローバルな構想とビジネスの成功に取り組む地域

最近の調査で、今後数年について最も前向きな景況感を示しているのは大阪企業である。成功につながるこの姿勢は、中小企業が98%以上を占める大阪のような地域にとっては特に重要である。大阪の中小企業は競争力維持のためにコスト削減を迫られる一方で、独創的な発想や技術、研究開発サービスを追求している。この実現には国際的な資源の利用が不可欠であり、それゆえに大阪は国際競争力のある産業クラスターの創出、そして「アジアとともに成長する」という構想に重点的に取り組んでいる。

大阪企業は国際感覚やビジネス感覚が比較的鋭いにもかかわらず、中小企業が多いため中国事業への人材や資金力・交渉力などが不足、結果として事業リスクを高めている。13億人の巨大市場を有しビジネスチャンスにあふれる中国は、同時にリスクにも満ちている。地域によって規制・法律・慣習・文化・考え方・ビジネスのやり方等が異なり、複雑であるために単一市場とみなすことはできない。

大阪企業にとって最も重要なのは、いかにしてリスクを克服し事業を成功させるかである。そのためには、香港に事務所を立ち上げ中国ビジネスの拠点とする、または香港企業と連携して中国に進出する「香港の効果的な活用」が最善の選択肢であろう。

「香港の効果的な活用」の第1の利点は、香港の魅力あるビジネス環境である。低水準かつ簡素な税制により、事業収入のほとんどを自社事業に還元できる。また事業上のトラブルは、整備された法制度により公正でオープンに対処できる。

第2の利点は、アジア太平洋地域の中心という理想的な立地と優れた物流システムを有することである。香港は空港での国際貨物取扱量は世界一、海上輸送のコンテナ港利用も世界で2番目に多い。

第3の利点が最も重要で、1978年の中国による対外開放政策開始以来の中国市場における香港企業の経験を活用できることである。香港企業が中国に整備した製造機能を製造コスト引き下げに、販売ネットワークを自社製品の中国販売に活用することができる。

経済貿易緊密化協定（CEPA）により、香港製品が中国へ無関税で輸出されるのに加え、香港企業は銀行・流通・専門サービス・IT・物流・輸送・通信等27のサービス部門で中国に容易にアクセスできるなど、中国と香港はいっそう緊密化している。

中国市場はその複雑さから未だ「未知数」である。リスクの多い中国市場に、直接進出する大阪企業が今なお多いが、是非「香港の効果的な活用」も考慮していただきたい。香港貿易発展局には、中国ビジネスを大きなチャンスに変えたいと望む企業にいつでも必要な支援を提供する用意がある。

香港貿易発展局大阪事務所長

テレンス・トー