

# 日本における情報通信産業の現状と課題

および国立市域への

企業誘致の可能性について<sup>1</sup>

一橋大学 公共政策大学院

公共経済プログラム 2年

益山 純一

2009年 9月

---

<sup>1</sup> 本稿は一橋大学公共政策大学院・公共経済プログラムにおけるコンサルティング・プロジェクトの最終報告書として、受入機関である国立市に提出したものです。本稿の内容はすべて筆者の個人的見解であり、受入機関の見解を示すものではありません。

## 要約

国立市は2008年11月に企業誘致促進条例に基づく企業誘致活動を開始した。条例で定められている対象業種の中でも情報通信業に焦点を絞り、どうすれば国立市に情報通信業の企業を誘致することができるかを考察することが本稿の主題である。国立市と対象業種である情報通信業の現状をそれぞれ分析した上で、国立市が今後どのように企業誘致活動を発展させることが良いかを3つの段階に分けて考察した。3つの段階とは「情報収集」・「対象企業との交渉」・「アフターケア」である。「情報収集」では、国立市に移転を希望する可能性の高そうな企業を目星をつけた。その上で、事業所の移転を考えている企業の情報を早い段階で得ることができる金融機関や商工会議所といった機関との協力関係を強化するための施策や、移転に関する情報を企業に直接尋ねる方法を提示した。「対象企業との交渉」では継続的な接触やフレキシブルな対応の重要性を示し、どのような点がポイントであるかを、他の自治体の事例を参考にしながら述べた。「アフターケア」では、誘致企業への誘致後の支援の重要性を確認した上で、企業への定期的な個別訪問や縦割り組織の改革といった施策を通じて、より企業の要望に応えることができるような組織づくりを提言した。最後に、金融危機後に浮かび上がってきた企業誘致政策の課題に触れた上で、今後どのような企業を呼び、どのような町を作っていきたいのかという長期的なビジョンの必要性を提示した。

## 謝辞

本研究を完成させるにあたり、多くの方々から有益なアドバイスを頂戴した。特に受入機関の担当者である国立市都市振興部地域振興担当課長の三田礼治様には現場の視点から多くの助言と指摘を頂いた。また2009年3月まで三田様とともに本プロジェクトを担当していただいた国立市企業誘致推進本部事務局の外山恵満様、2009年4月以降外山様の後任として参画していただいた国立市企業誘致推進本部事務局の寺本美貴様にも貴重なコメントを頂戴した。一橋大学公共政策大学院においては、コンサルティング・プロジェクトの担当教授である山重慎二准教授、ゼミの指導教官である別所俊一郎専任講師および公共政策大学院の学生の皆様から多くの有益なアドバイスを頂いた。そのほかにも、私のヒアリングに協力して下さった自治体や組織の方々からも有益なアドバイスを頂いた。心より感謝いたします。

## 目次

第1章 はじめに	5
第2章 国立市について	7
1. 昔と今	7
2. 文教地区	7
3. 産業	10
4. これまでの企業誘致活動	13
(1) 概要	13
(2) 対象とする業種	13
(3) 国立市が行う企業誘致活動の特徴	14
(4) 優遇・支援措置	15
(i) まちづくり協力金	15
(ii) 利子補給金	15
(iii) 企業立地協力金	15
(iv) 立地のあっせん	16
(5) 企業立地に関する国立市の特徴	16
(6) 現在の進捗状況	16
第3章 情報通信業の現状と立地傾向	17
1. 各分野の現状	17
(1) ソフトウェア業	17
(2) 情報処理・提供サービス業	18
2. 立地の現状	18
3. 情報通信業の立地の傾向	20
4. 多摩地区における情報通信業の立地	21
第4章 企業側から見た事業所移転	23
第5章 国立市企業誘致活動の今後の方向性	26
1. 概要	26
2. 情報収集	26
(1) 国立市に興味を持ってくれそうな情報通信業	26
(i) 現時点で多摩地区に立地している企業	26
(ii) 主要取引先が国立市周辺に立地している企業	27
(iii) 国立市のブランド力を評価する企業	27
(2) 情報源	29
(i) 情報源の重要性	29
(ii) 移転予定の企業の情報を早期に得る可能性の高い組織	29

(iii) 企業への聞き込み .....	30
(iv) 情報網を広げるための施策 .....	31
3. 対象企業との交渉 .....	33
4. アフターケア .....	35
第6章 金融危機後の企業誘致の流れ .....	38
1. 概要 .....	38
2. 税金と雇用の問題 .....	38
3. 契約上のトラブル .....	40
4. リスク分散 .....	41
5. 金融危機から浮かんできた課題 .....	41
第7章 おわりに .....	42

## 第1章 はじめに

中心市街地の衰退や住民の高齢化・厳しい財政状況など、地方をめぐる昨今の情勢は厳しさを増している。もちろん、このような現状に対して、当該する地方の自治体もただ手をこまねているわけではなく、地域を活性化させるための様々な施策を行っている。そのような施策の一つとして、かねてより行われてきた企業誘致政策に近年さらなる注目が集まっている。企業誘致政策では、地域産業のさらなる発展だけでなく、街の活性化・雇用の創出・税収の増加などさまざまな効果が期待されている。このような傾向は、2002年に三重県亀山市<sup>2</sup>がおこなったシャープ工場の誘致によってさらに刺激された。

また、国としても企業誘致に期待を寄せている様子がうかがえる。内閣が設置した地域活性化策の推進に関する検討チームが2007年に発表した「地域活性化政策体系」のなかでも、企業立地の促進による産業集積づくり支援について触れられている。そして、同じく2007年には経済産業省が地域経済の自立的発展の基盤強化のために「企業立地促進法」を導入した。

このように企業誘致政策に注目が集まるなか、国立市も2008年に企業誘致促進条例を制定し、同年11月から本格的に実施し始めた。本稿では国立市の企業誘致活動の中でも、情報通信業に対する企業誘致活動に焦点を絞って論じる。そして、国立市が情報通信業を誘致するにあたり、どのような戦略を立てることが望ましいのかを考察する。

まず第2章では国立市の概要と現在の企業誘致政策を確認する。文教地区に象徴される国立市の住環境への意識とそれに伴う企業の立地面での制約、東京都のデータを中心とした国立市の産業構造の特徴の分析、そして国立市の企業支援制度や企業誘致活動の現状を示す。

第3章では、情報通信業の現状と立地傾向を分析する。経済産業省『特定サービス産業実態調査』・帝国データバンク『TDB 業界動向』・日本経済新聞の記事などを参考とし、情報通信業のなかでもソフトウェア業と情報処理・提供サービス業に絞って業界分析を行う。また、国土交通省『ソフト系IT産業の実態調査』を参考として、ソフト系IT企業の立地状況を分析し、その立地の理由についても触れる。

第4章では、企業側から見た事業所移転のプロセスについて述べる。ここでは、NIKKEI NETや帝国データバンクのアンケートを参考に、企業の立場としてはどのような段取りで、またどのくらい期間をかけて事業所の移転先を選定するのかを示す。

第5章では、国立市が今後どのような施策を行うことがよいかという点について考察する。経済産業省『企業立地に頑張る市町村事例集』などを参考にした他の自治体の事例との比較や、じっさいに周辺自治体や関連機関にヒアリングを行ったうえで今後の国立市の方向性について検討する。具体的には、「情報収集」・「対象企業との交渉」・「アフターケア」の3段階に分けて考察する。「情報収集」では、移転情報を早期に知る立場にある機関との

---

<sup>2</sup> 東洋経済(2009年2月21日号)によれば、2002年の亀山市によるシャープ工場誘致は、莫大な補助金を切り札に誘致を勝ち取った最初の事例とされる。

協力強化や、直接企業に尋ねる際の方法について述べる。「対象企業との交渉」では、じっさいに企業と交渉するにあたって、企業との継続的な接触や企業に対するフレキシブルな対応といった点が重要であることを、成功を収めている自治体の事例も交えつつ示す。「アフターケア」では、誘致後も誘致企業との地道で継続的な接触や、企業からの要望に対して迅速に対応できる組織づくりが、次の企業誘致につながることを述べる。

第6章では、2008年の金融危機によって浮き彫りになった企業誘致の問題について触れることとする。苦境に立たされている自治体の企業誘致活動の現状を参考にして、「税金と雇用の問題」・「契約上のトラブル」・「リスク分散」といったテーマにわけて考察する。

第7章はまとめに充てられる。

## 第2章 国立市について

### 1. 昔と今

国立市は東京都の西南部に位置し、東は府中市、西は立川市、北は国分寺市、南は多摩川をはさんで日野市と接している。人口は約74000人、面積は8.15km<sup>2</sup>である。地形は、北部の台地から南部の河川沿いにかけて階段状になっており、北から立川段丘、青柳段丘、水田地帯と大きく3つに分けられる。最南部が水田地帯となっていたのは、「ハケ」と呼ばれる段丘崖線が連なり、豊富な湧水が存在し、稲作に適していたからである。

そのため中世までは、「谷保郷」と呼ばれていた国立市南部の水田地帯がおもに発展した。江戸時代に入ってから、南部を通る甲州街道を中心に民家が立ち並び、さらなる発展を遂げた。明治時代には谷保村・青柳村・石田村飛地の3村が合併して国立市の前身の「谷保村」が誕生したが、国立市は大正時代に至るまで、南部の水田地帯を中心に発達しており、北部一帯はほぼ雑木林に覆われていた。

しかし、大正末期に箱根土地株式会社によって、北部の開発が始まる。街路や住宅地が整備され、国立音楽大学の設置や一橋大学の誘致が行われた。また、国立駅・谷保駅が開設され、北部は計画都市として、また文教都市として発展する。

戦後は、文教都市としての国立市の良好な環境を守るべく、市民や学生を中心とした「文教地区指定運動」が起こる。その結果、1952年に当時の建設省と東京都から「文教地区」の指定を受けた。1965年には公団の富士見台団地が完成し、人口も5万人を突破して「国立市」が誕生し、現在に至る。

以上のような歴史的経緯から、現在の国立市は北部と南部とではずいぶんと色合いが違う。北部は文教地区として、一橋大学をはじめとする教育機関や良好な住宅地、個性豊かな商店街が特徴である。一方、南部は谷保村からの伝統を継承し、緑豊かな田園地帯となっている。

### 2. 文教地区

国立市を語る上で外せないのは、国立文教地区についてである。文教地区とは、東京都文教地区建築条例の指定を受けた地域のことであり、この地区内では、「風俗営業等の規制および業務の適正化等に関する法律」（風営法）の適用を受ける料亭・キャバレーの営業は認められず、ホテルの建築も制限される。環境を害し、風俗を乱す恐れのある業務の制限によって、市街地の良好な環境を守っている。

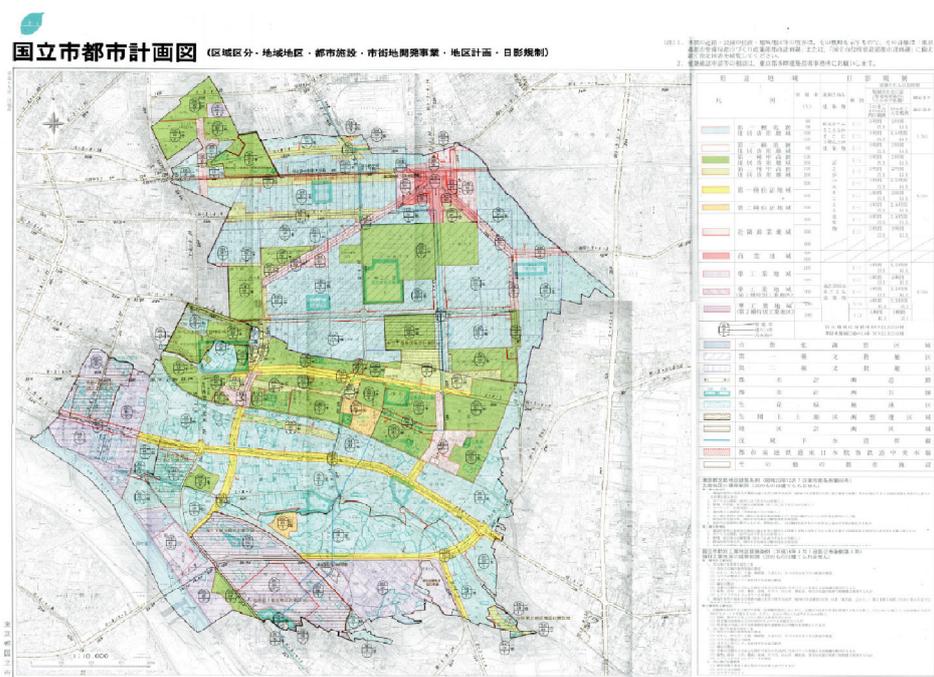
文教地区の指定には、朝鮮戦争が深くかかわっている。1950年に勃発した朝鮮戦争により、基地のある立川市には多数の米兵が進駐したために、国立市にも米兵相手の簡易旅館や飲食店などが出現し、環境が悪化した。この状況を受け、当時の国立市では「文教地区指定運動」が起こり、市を二分しての激しい論争が行われた。文教地区指定反対派は、文教地区指定は国立市の経済発展を阻害しかねないと主張したが、議論の末に町議会は文教地区指定を議決し、1952年に指定を受けた。この文教地区指定運動を通じて、国立市は学

園都市を作るという方針を再選択し、「開発」より「環境」のまちづくりを優先するという姿勢を打ち出した。そのため、現在でも北部は良好な環境と閑静な住宅街が維持されている。その一方で、国立市に進出する企業の業種は制限されることになった。

「環境」を重視する姿勢は土地の用途指定にも見られる。国立市北部は駅周辺を除き、大部分が「第一種低層住居専用地域」と「第一種中高層住居専用地域」となっている。これらの地域では建ぺい率や容積の制限が厳しく、また用途も制限されているため、進出する企業にとっては必ずしもメリットの大きい地域とは言えない。実際、国立市内の企業が建て増しを行おうとした際に、用途制限について国立市と協議することとなったものの、折り合いがつかず、市外に移転した事例もある。

このように、国立市は文教地区指定や用途制限によって「環境」を守り、また街のブランド力の向上をさせてきた。このことは逆に、企業が業務を行うに当たっての制限を多くし、進出しづらくさせてきた側面があるかもしれない。

図表 1：国立市の用途地区区分



出所) 国立市都市振興部

(<http://www.city.kunitachi.tokyo.jp/toshi/05toshi/0501/pdf/tokeizu2.pdf>)

(注) 水色が第一種低層住居専用地域 若草色が第一種中高層住居専用地域

図表2：用途地区内の建物制限について

用途地域内の建築物用途制限

用途	○ 建てられる用途		■ 建てられない用途		備考						
	①、②、③、▲は面積、階数等の制限あり(備考欄を参照)										
	第1種低層住居専用地域	第1種中高層住居専用地域	第2種中高層住居専用地域	第1種住居地域	第2種住居地域	近隣商業地域	商業地域	準工業地域	工業地域		
住宅、共同住宅、寄宿舎、下宿	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
兼用住宅で、非住宅部分の床面積が50㎡以下で、建築物の延べ面積の2分の1未満のもの	○	○	○	○	○	○	○	○	○	非住宅部分の用途制限あり	
店舗等	床面積が150㎡以下のもの	■	①	②	○	○	○	○	○	①日用品販売店舗、喫茶店、理髪店、建具屋、物品販売店舗、飲食店、損保代理店、銀行の支店、宅地建物取引業等のサービス業用店舗のみ。2階以下。 ②2階以下。	
	床面積が150㎡を超え、500㎡以下のもの	■	①	②	○	○	○	○	○		
	床面積が500㎡を超え、1500㎡以下のもの	■	■	②	○	○	○	○	○		
	床面積が1500㎡を超え、3000㎡以下のもの	■	■	■	○	○	○	○	○		
事務所等	床面積が3000㎡を超えるもの	■	■	■	○	○	○	○	○	▲2階以下	
	床面積が150㎡以下のもの	■	■	▲	○	○	○	○	○		
	床面積が150㎡を超え、500㎡以下のもの	■	■	▲	○	○	○	○	○		
	床面積が500㎡を超え、1500㎡以下のもの	■	■	▲	○	○	○	○	○		
ホテル、旅館	床面積が1500㎡を超え、3000㎡以下のもの	■	■	■	○	○	○	○	○	▲3,000㎡以下	
	床面積が3000㎡を超えるもの	■	■	■	○	○	○	○	○		
	ボーリング場、スケート場、水泳場、ゴルフ練習場、バッチング練習場等	■	■	■	▲	○	○	○	○		
	カラオケボックス等	■	■	■	▲	○	○	○	○		
遊戯・娯楽施設	麻雀屋、パチンコ屋、射的屋、馬券・車券発売所等	■	■	■	○	○	○	○	○	▲客室200㎡未満 ▲個室付浴場等を除く	
	劇場、映画館、演芸場、観覧場	■	■	■	○	○	○	○	○		
	キャバレー、ダンスホール等、個室付浴場等	■	■	■	○	○	○	○	○		
	幼稚園、小学校、中学校、高等学校	○	○	○	○	○	○	○	○		
公共施設・病院・学校等	大学、高等専門学校、専修学校等	○	○	○	○	○	○	○	○		
	図書館等	○	○	○	○	○	○	○	○		
	派出所、一定規模以下の郵便局等	○	○	○	○	○	○	○	○		
	神社、寺院、協会等	○	○	○	○	○	○	○	○		
	病院	○	○	○	○	○	○	○	○		
	公衆浴場、診療所、保育所等	○	○	○	○	○	○	○	○		
	老人ホーム、身体障害者福祉ホーム等	○	○	○	○	○	○	○	○		
	老人福祉センター、児童厚生施設等	▲	○	○	○	○	○	○	○	▲600㎡以下	
	自動車教習所	■	■	■	▲	○	○	○	○	▲3,000㎡以下	
	単独車庫(付属車庫を除く)	■	▲	▲	▲	▲	○	○	○	▲300㎡以下 2階以下	
工場・倉庫等	建築物付属自動車車庫	①	②	②	③	③	○	○	○	① 600㎡以下 1階以下 ② 3,000㎡以下 2階以下 ③ 2階以下	
	倉庫業倉庫	■	■	■	○	○	○	○	○	▲3,000㎡以下	
	畜舎(15㎡を超えるもの)	■	■	▲	○	○	○	○	○		
	パン屋、米屋、豆腐屋、菓子屋、洋服屋、畳屋、建具屋、自転車店等で作業場の床面積が50㎡以下	■	▲	▲	○	○	○	○	○	原動機の制限あり ▲2階以下	
	危険性や環境を悪化させる恐れが非常に少ない工場	■	■	■	①	①	②	②	○	原動機・作業内容の制限あり	
	危険性や環境を悪化させる恐れが少ない工場	■	■	■	○	○	②	②	○	作業場の床面積	
	危険性や環境を悪化させる恐れがやや多い工場	■	■	■	○	○	○	○	○	① 50㎡以下 ② 150㎡以下	
	危険性や環境を悪化させる恐れがある工場	■	■	■	○	○	○	○	○	○	
	自動車修理工場	■	■	■	○	①	①	②	②	○	作業場の床面積 ① 50㎡以下 ② 300㎡以下 原動機の制限あり
	火薬、石油類、ガスなどの危険物の貯蔵・処理の量	量が非常に少ない施設	■	■	①	②	○	○	○	○	① 1,500㎡以下 2階以下 ② 3,000㎡以下
量が少ない施設		■	■	○	○	○	○	○	○		
量がやや多い施設		■	■	○	○	○	○	○	○		
量が多い施設		■	■	○	○	○	○	○	○		
卸売市場、火葬場、と畜場、汚物処理場、ごみ焼却場等	都市計画区域内においては都市計画決定が必要										

\* 本表は、建築基準法別表第2の概要であり、すべての制限について記載したものではありません。

出所) 立川市

([http://www.city.tachikawa.lg.jp/cms-sypher/open\\_imgs/service/000000115\\_00000039](http://www.city.tachikawa.lg.jp/cms-sypher/open_imgs/service/000000115_00000039)

86.pdf)

### 3. 産業

国立市の産業構造はどのようになっているのであろうか。まずは事業所数と従業員数を見てみよう。東京都「事業所・企業統計調査報告」によると、2006年の国立市内にある全事業所数は2630事業所、従業者数は25797人であり、事業所数・従業者数ともに国立市と接しているどの自治体よりも少ない<sup>3</sup>。

産業別にみると<sup>4</sup>、卸売・小売業が最も比率が大きく、総事業所数の27.2%、総従業者数の24.7%を占める。その次にサービス業、飲食店・宿泊業が続く。ただし、このような傾向は国立市だけに見られるものではない。東京都の市部全体での傾向を見てみても、卸売・小売業は総事業所数の25.8%、総従業者数の20.7%を占めており、最も割合が大きい。また売上に関しても、例えば卸売・小売業の年間販売額もおおむね店舗数に比例しており、国立市がほかの市部に比べて、特筆して売り上げが大きいわけではない。

国立市において特徴的な業種は何であらうか。事業所数の比率では、他の市部と比べてそれほど大きな差異は見られないものの、従業者数では、運輸業と教育・学習支援業の割合が大きい。運輸業は市部平均4.2%に対して国立市では7.3%、教育・学習支援業は市部平均が7.9%に対して国立市では12.8%となっている。運送業の割合が大きいのは、谷保に中央自動車道のインターチェンジがあり、その周辺に道路貨物運送業が集積しているからと考えられる。そして、教育・学習支援業は一橋大学や東京女子体育大学など、教育機関が多く存在しているためと考えられ、学園都市としての国立市の側面が垣間見える。

一方、製造業は非常に少ない。市部における製造業の割合は、総事業所数の6.1%、総従業者数の12.7%であるのに対し、国立市では総事業所数の2.7%、総従業者数の2.6%にすぎない。じっさい、市内は従業員4人以上の工場が25か所しかなく、中小企業が中心である。なお、本稿で検討の対象とする情報通信産業は、総事業所数の1.4%、総従業者数の3.4%を占め、おおむね市部の平均と同じ水準である。

市内に存在する主な企業としては、ヤクルト本社の中央研究所や、東京多摩青果があげられる。しかし、これら企業の周辺に関連企業が集積しているというような広がりは見られない。

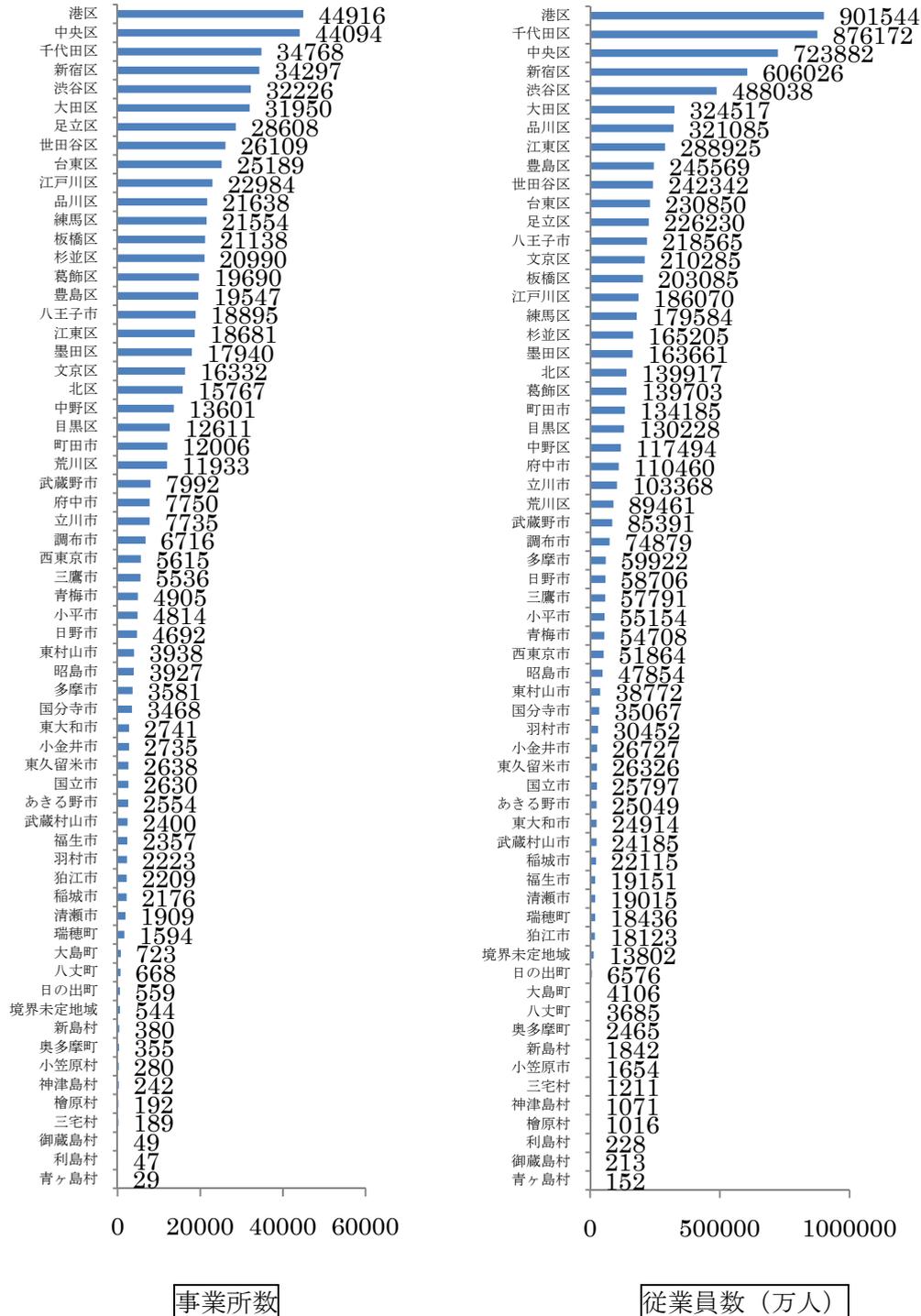
以上のように、国立市の特徴としては、他の東京都の市部に比べて、教育・学習支援業と運送業が盛んであり、製造業が乏しいという点があげられる。また、産業の規模はそれほど大きいわけではなく、企業は中小企業が中心である。

---

<sup>3</sup> 1平方キロメートルあたりの事業所数・従業員数でみると国立市は323事業所・3165人となり、事業所数は隣接する4自治体と比べても最も多い。ただ、立川市(322事業所・4307人)・府中市(264事業所・3765人)と比べると、事業所数の割に従業員数が少ない。両市に比べて小規模な事業所が多いと考えられる。

<sup>4</sup> 詳しくは文末の「資料」を参照

図表3：都内の区市町村別の事業所数と従業者数の比較



出所) 東京都 事業所・企業統計調査報告(2006)

図表 4: 東京都の市町村別の卸売・小売業の事業所数・従業者数・販売額

市	事業所数 (店)	従業者数 (人)	年間販売額 (百万円)	1店当たり販売額 (千円)
総数	32 527	269 260	7 649 213	235 165
八王子市	4 636	40 251	1 202 410	259 364
立川市	1 976	19 509	1 014 089	513 203
武蔵野市	2 055	16 807	479 974	233 564
三鷹市	1 168	9 658	312 984	267 966
青梅市	1 267	8 760	209 657	165 475
府中市	1 895	16 613	520 343	274 583
昭島市	982	8 935	333 790	339 908
調布市	1 885	15 698	431 949	229 151
町田市	3 103	28 565	750 139	241 746
小金井市	759	5 702	116 769	153 846
小平市	1 302	9 754	253 389	194 615
日野市	999	7 786	198 670	198 869
東村山市	1 040	7 818	157 193	151 147
国分寺市	821	6 596	148 595	180 993
国立市	686	5 854	176 884	257 848
福生市	651	4 194	95 855	147 243
狛江市	532	3 477	63 472	119 308
東大和市	703	6 029	127 023	180 687
清瀬市	542	3 277	56 535	104 308
東久留米市	832	6 921	179 284	215 486
武蔵村山市	642	5 035	124 299	193 612
多摩市	896	9 937	224 478	250 533
稲城市	399	3 041	51 566	129 238
羽村市	542	4 219	134 612	248 362
あきる野市	666	4 510	80 454	120 802
西東京市	1 548	10 314	204 801	132 300

出所) 東京都 事業所・企業統計調査報告(2006年)

## 4. これまでの企業誘致活動

### (1) 概要

国立市は、2008年11月に「企業誘致促進条例」を制定し、増設を行う市内企業・市外から市内へ移転する企業・市内に土地や建物を所有している住民や企業を対象として各種支援を行うことを定めた。具体的には税制面での優遇や情報提供などである。ただし、対象となるには、ある一定以上の事業規模であることや、納税を滞納していないといった一定の条件を満たす必要がある。

企業誘致の第一の目的とは、国立市の活性化である。国立市から移転する企業もいくつかあるため、それらの空地・空き店舗・空きテナントを放置せず、早期に解決する方策としても企業誘致は有益である。また、自主財源の確保や雇用機会の拡大も目的としている。

情報通信業に着目している理由は以下のとおりである。第一に、市長がマニフェストとして掲げている。第二に、国立市は企業誘致をするにあたって、文教地区と閑静な住宅街というブランドを損なわないという点について強い留意をしている。そのため、公害や有害排出物が極めて少ない情報通信業はこの条件に適する業種といえる。また、情報通信業は広大な敷地を必要とせず、将来性がある点も理由としてあげられる。

### (2) 対象とする業種

対象とする業種は「スポーツ・健康関連分野」や「バイオテクノロジー関連分野」など9業種のほか市長が適当と認める分野も対象となる。本稿ではそのうち、「情報・通信関連分野」の企業誘致を取り上げる。この分野は、市長がマニフェストの中でも「自主財源確保のため、優良IT企業等の誘致検討を進めます」と述べているとおり、期待が寄せられている分野である。より具体的には、日本標準産業分類の大分類G(=情報通信業)に分類される事業である。本稿ではその中でも、中分類39(=情報サービス業)や中分類40(=インターネット附随サービス業)などを中心に取り上げる。

図表 5： 国立市の企業誘致促進条例の対象となる業種

1 文学・芸術・教育関連	2 学術・商品開発 研究関連	3 生活文化関連	4 情報・通信関連
5 新製造技術関連	6 スポーツ・健康 関連	7 縫製・ファッション 関連	8 新エネルギー・ 省エネルギー関連
	9 バイオテクノロジー 関連	10 その他市長が適 当と認める分野	

出所) 国立市企業誘致促進条例より作成

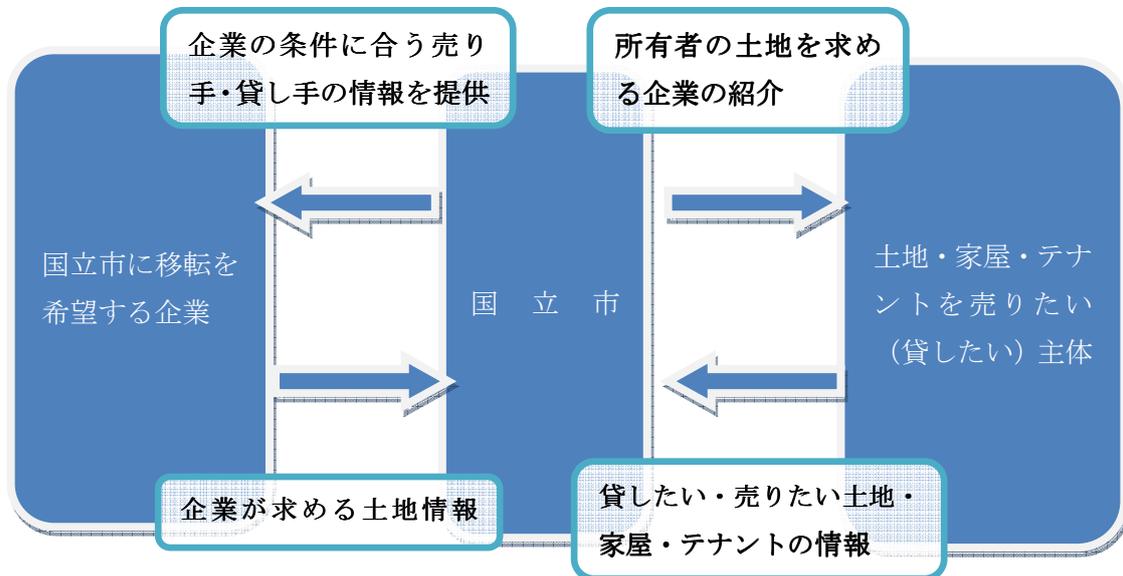
### (3) 国立市が行う企業誘致活動の特徴

企業誘致といえば、ハード部分である工業用地や設備をあらかじめ自治体が整備し、その後に企業を呼び込むというケースが一般的である。しかし、国立市はそのような手法は取っていない。そのような手法は国立市の実情に合致しないからである。国立市は前述のように産業が乏しく、立地の規制も厳しい。また、市としても、土地を行政が買い取って企業を誘致するという方法はリスクが大きいため望ましくないと考えているし、国立市内にはまとまった土地がない。

国立市の企業誘致とは、「国立市に移転したい企業」と、「土地・建物を売りたい・貸したい主体」という二者の仲介役を行うことである。具体的には、国立市は市域に移転を希望する企業の希望条件に関する情報をプールしておく。そして、条件に合致する企業が現れた場合、その土地・建物の売り手・貸し手に紹介する。つまり、市は、移転を希望する企業の移転先探しのお手伝いをし、あわせて、企業の希望する助成制度や支援窓口の充実を図るというものである。このように、国立市の企業誘致とは、移転を希望する企業への情報提供に関する支援という側面が大きい。

土地や建物の空きがある時には、ただ待っているだけではなく、国立市に移転する可能性のある優良企業があれば積極的にアプローチをしていくことも考えている。

図表 6：国立市の企業誘致の概要



#### (4) 優遇・支援措置

国立市が用意している優遇措置は、固定資産税の一部免除や低利融資、助成金といった資金面での援助が中心である。国立市は金融機関と連携して資格審査を行い、その結果つけられたランクに応じて支援を行う。また、立地に関する情報の提供も行われる。具体的には以下の4点である。

##### (i) まちづくり協力金

新設または増設した事業施設の固定資産税・都市計画税相当額の最大 80%を事業開始の翌年度より指定ランクに応じて交付する。上限は年間 1 億円である。

##### (ii) 利子補給金

立地の際の借入金の利子に対して、新設または増設した事業施設に対する固定資産税・都市計画税の相当額の最大 20%を、ランクに応じて事業開始の翌年度より交付する。(i)との併用可能。

##### (iii) 企業立地協力金

指定企業誘致協力者に対し、前年度に納付した固定資産税などの納税額のうち、土地を賃借する企業のランクに応じて最大 80%を助成する。ただし、期間は 5 年以内で、年額 5 千万円を限度とする。

#### (iv) 立地のあっせん

希望する企業に対して、立地に関する情報の提供・支援を行う。

図表 7：指定ランクによる優遇措置の違い

指定ランク	金額	期間
A	固定資産税等納付額の80%	5年間
B	〃 60%	5年間
C	〃 50%	4年間
D	〃 50%	3年間
E	〃 50%	3年間

出所) 国立市

#### (5) 企業立地に関する国立市の特徴

国立市は、情報通信産業の集積する都心からは少し離れた郊外ではあるが、広大な用地と安い地価・安い労働力といった条件に恵まれている北関東地域ほど都心から離れてはいない。そのため、バランスが良いともいえるが、やや特徴に欠けているかもしれない。鉄道の駅としては JR 中央線の国立駅と、JR 南武線の矢川駅と谷保駅があり、国立駅から新宿駅までは約 30 分で結ばれている。また、南部には中央自動車道の国立・府中インターチェンジがある。

#### (6) 現在の進捗状況

2009 年 6 月に、最初の事例として、警備会社の情報センターに企業誘致促進条例が適用された。警備会社はこのセンターで情報を集め、必要があれば国立市から現地へと向かう。国立市を選んだ理由は、多摩地区のへそであることと、国立・府中インターチェンジが近くにあることだそうである。

## 第3章 情報通信業の現状と立地傾向

### 1. 各分野の現状

ここでは、情報通信業の中でも、日本標準産業分類の小分類項目 391(=ソフトウェア業)および、392(=情報処理・提供サービス業)の現状について述べる。

#### (1) ソフトウェア業

2007年度のソフトウェア業の企業数は、経済産業省「特定サービス産業実態調査」によれば、前年よりも8.3%減の9885社である。昨今では、2008年9月にNTTデータなど4社がITサービス事業における広範な業務提携で合意するなど、2008年後半から合従連衡の動きが相次いでいる。これらの動きは、ソフトウェア技術の早期取り込みと、規模拡大による経済不況乗り切りの効果を求めてのものともみられ、海外企業を含めた合併や業務提携の動きは今後ますます加速するとみられている<sup>5</sup>。

また、新しく注目されている分野は、SaaS(Software as a Service)やセキュリティ関連である。SaaSとは、グループウェアやCRMなどのアプリケーションをユーザーがインターネット経由で利用できる仕組みのことである。その利便性から市場の拡大が予測され、特定非営利活動法人のASP・SaaSインダストリ・コンソーシアムでは、2012年には市場規模は現在の2倍である2兆円に達すると予測している。また、2008年には経済産業省がSaaSに関するガイドラインの作成を行っており、業界団体のサポートも活発化している。

ソフトウェア業はB to B(企業対企業)営業が中心であるため、立地場所は取引相手の集中する大都市に集まる傾向がある。全体の34%に当たる3350社が東京都に立地し、その従業者数も全体の51%にあたる28万人である。

雇用に関しては、高度な技術力を持つ人材の不足が問題となっている。なぜならば、プロジェクトが小型化・多様化するのに伴い、業務も細分化され、よりピンポイントな分野において高度な技術力を持つ人材が求められているからである<sup>7</sup>。また、コスト削減のため、海外企業に委託する事例も拡大している。それに対応するために、国立市に隣接する立川市では、ラオスからの労働者を育成して、市内企業の雇用に関するニーズを満たすための試みが始められている。

<sup>5</sup> 帝国データバンク TDB 業界動向 2009-II (2009)

<sup>6</sup> 同じ情報通信業のインターネット附随サービス業でも海外企業間で大規模な買収が目立っている。日経ITPLUSの2008年3月25日号の『企業買収の裏に見える「Web as a platform」の世界』によると、近頃はGoogleのような大手インターネット企業だけでなく、大手ICT企業によるインターネットベンチャーの買収も目立つそうだ。例えば、ヒューレットパカードが写真共有サイトのTabbloを買収した事例や、ノキアがコンテンツ共有サイトのTwangoを買収した事例などである。これらの動きは、自社の規格をその分野のプラットフォームにするためと考えられている。

<sup>7</sup> Nikkei Net『ケータイ技術者は引っ張りダコだが…ウェブ業界の労働実態(2)』によると、企業がエンジニアを募集するにあたって、ネットワークエンジニアやデータベースエンジニアというように、より細かな指定をするようになっている。

## (2) 情報処理・提供サービス業

情報処理・提供サービス業の企業数は、前年より 13.3%減の 4746 社である。ソフトウェア業と同様に、東京都が一大集積地となっており、東京都の事業所数は全体の 34%にあたる 1594 事業所、従業者数は全体の 52%にあたる 10 万 5 千人、年間売上高は全体の 61%にあたる 2 兆 5 千億円となっている。

2008 年は、「着うた」や「電子書籍」のような携帯コンテンツ配信関連企業の拡大が目覚ましい。携帯コンテンツ関連産業による団体であるモバイル・コンテンツ・フォーラムによると、携帯サービス事業の市場規模は年率 30%程度で拡大しており、1 兆円を超えている。今後の動きは、コンテンツの多角化や、高付加価値化が鍵となるとみられている。

また、いま注目されている分野としては、アプリケーション・サービス・コンテンツ・プロバイダ(ASP)があげられる。経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」では、2008 年 7 月より、ASP 業を個別に分類した統計を取り始めており、それによると、ASP 業の売上高は、2008 年 7 月から 2009 年 3 月の半年間に、約 1.5 倍となり、9 億 5 千万円となっている。今後も、携帯電話や i-phone のアプリ制作の分野を中心に伸びが見込まれる。

情報処理・提供サービス業の中でも、コンテンツ関連の業種は一般の顧客が相手の B to C 営業であり、ソフトウェア業に比べると立地面での制約は少ないと考えられる。

## 2. 立地の現状

国土交通省「ソフト系 IT 産業の実態調査」では、前述のソフトウェア業と情報処理・提供サービス業に加え、インターネット関連サービスを加えた 3 業種の立地傾向を分析している。ここでは、経済産業省「特定サービス産業実態調査」のような会社数ではなく、事業所数で調査している。2007 年 4 月～9 月の調査では、全国の事業所数は半年前に比べて 5%減の 36433 件となっており、東京 23 区も 2%減の 9927 件となっている<sup>8</sup>。

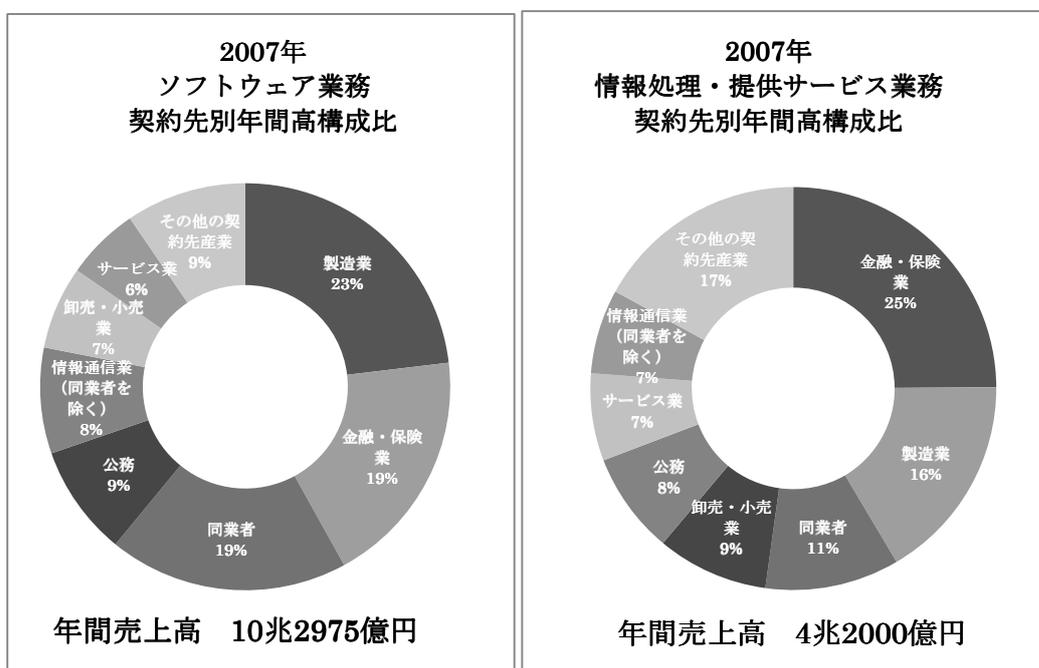
23 区では、千代田区の秋葉原駅や港区の外苑前駅・白金高輪駅周辺での事業所数の顕著な増加がみられた。立地の理由としては、鉄道の利便性や、地域イメージ高い評価が多く挙げられている。また、秋葉原については資材調達容易さも理由の一つとされる。一方、渋谷区の渋谷駅では顕著な減少がみられた。その主な理由は、賃料の高さである。

また主な政令市でも、主要駅や官公庁が所在するビジネス中心地区に情報通信業の集積が見られる。そのほか、地方に特徴的な点としてはインターネット関連サービスの伸び率が著しいことがあげられる。たとえば、鹿児島県および鳥取県での事業所数は 36%を超える高い伸び率を示している。

---

<sup>8</sup> ただし、これは新規立地率の低下を示すものではない。2007 年 4 月～9 月におけるソフト系 IT 産業の新規立地率は年率 22.2%で、ここ最近の傾向である 20%台の高い新規立地率は維持しているといえる。事業所数が減少したのは、廃業率が過去最高の 27.2%となった点が大い。

図表 8 : ソフトウェア業務および情報処理・提供サービス業務の契約先別年間高構成比<sup>9</sup>



出所) 経済産業省 2007年特定サービス産業実態調査

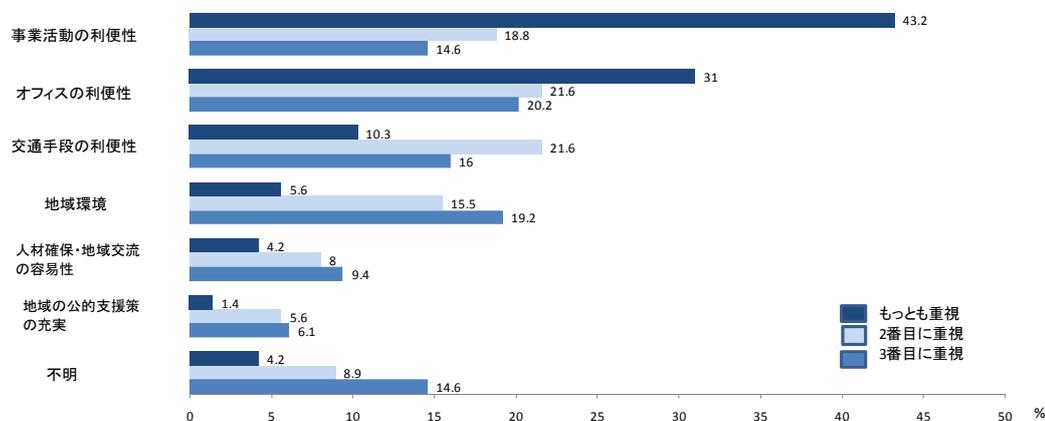
<sup>9</sup> 営業先との近接性を重視する傾向にあるソフトウェア業では、このような業種の近くに立地を希望する傾向にあるといえよう。特に、同業者への売上高は全体の19%にもものぼるのが特徴的である。秋葉原に立地した理由としては鉄道の利便性や地域イメージなどが挙げられていたが、営業先への近接性という点も一要因であろう。

### 3. 情報通信業の立地の傾向

情報通信業はどのような点を重視して立地を決めているのであろうか。前出の国土交通省の調査によると、営業先や鉄道の駅へのアクセスを重視するとした企業は7割に上った。特に、情報通信業のうちでもユーザーと相談するシステム・インテグレータ業(SI業)のような非定形的業務やメンテナンス関係を業務とする企業は、さまざまな企業の本社・支店が集積しているところに立地する傾向がある。また、同業種に属する企業間での情報交換の容易さや、人材確保の容易さといった集積のメリットといった点も、情報通信業がターミナルや既存の集積地に集中する傾向に拍車をかけている。じっさい、東京では秋葉原や茅場町、新宿、渋谷などに集積が見られる。

そのほかには、その地域のイメージやブランド力が重視されるという傾向がある。国土交通省のアンケートでは優先するポイントを3つまで尋ねているが、特に2番目、3番目に地域イメージを挙げる企業が多かった。白金高輪駅などは、従来は情報通信業の集積地ではなく、ターミナル駅でもないが、そのブランド力を高く買った企業が近年多く進出している。

図表9：ソフト系IT産業に属する企業が現在の場所に立地する際に考慮した要因とその重要度(n=213)



出所) 国土交通省 ソフト系IT産業の実態調査(2004年3月時点調査)

(注)「もっとも重要視した」「2番目に重要視した」「3番目に重要視した」という重要度ごとに単数解答

図表 10：図表 9 の各要因の中で重要視された項目（上位 3 項目まで）

立地に際して重要視した要因 (重要視された順)	要因を構成する項目（上位 3 位）	重要視した割合 (%)
事業活動の利便性	1 営業先・顧客へのアクセスの良さ	83.5
	2 土地勘の有無	71.6
	3 営業先・顧客の多さ	65.3
オフィスの利便性	1 賃料の妥当性	93.2
	2 フロアサイズの適当さ	88.6
	3 通信インフラの充実	79.7
交通手段の利便性	1 公共交通機関による移動の容易さ	81.2
	2 自動車による移動の容易さ	73.2
	3 空港へのアクセスの容易さ	17.9
地域環境	1 地域通信インフラの充実	71.3
	2 都市・地域の知名度の高さやイメージの良さ	69.5
	3 顧客ニーズの把握のしやすさ	57.7
人材確保・地域交流の容易性	1 社員の住居との近接性	66.0
	2 技術者等人材確保の容易さ	54.9
	3 学生アルバイトの確保の容易さ	23.9
地域の公的支援策	1 オフィス・オフィスビルの安価な提供	69.9
	2 人材紹介・ビジネスマッチング	36.8
	3 税の軽減	34.0

出所) 国土交通省 ソフト系 IT 産業の実態調査(2004 年 3 月時点調査)

(注) 重要視した割合とは、回答した事務所のうち「とくに重要視した」または「重要視した」を選んだ事業所の割合

#### 4. 多摩地区における情報通信業の立地

国立市の含まれる東京都多摩地区における情報通信業の立地はどのようになっているのであろうか。2006 年の東京都「事業所・企業統計調査報告」では、区市町村の町丁目ごとの事業所数が示されている。ここでは国立市と、隣接する自治体である立川市・国分寺市・府中市、情報信業が盛んと言われている八王子市・三鷹市、そして、周辺で同じ中央線の快速停車駅であり、規模も似通っている小金井市を対象とする。

立川市・八王子市といった人口が多く、鉄道のターミナルでもある多摩地区の中核地帯に集積が見られる。また、NEC や東芝を抱える府中市や、NTT の立地する三鷹市でも多くの事業所が存在している。その理由としては、営業先へのアクセスや交通の便の良さが考えられる。特に、駅付近に企業が集積する傾向が見られ、例えば立川市の場合は市内の事業所のうち 80%以上が駅周辺に存在する。そのため、立川市であっても、国立市境付近にはほとんど存在しない。

一方、国立市と似た面積・人口であり、あまり大企業が見られないという点でも共通している小金井市や国分寺市には、それほど多くの事業所が存在しない。また、これらの自治体では、企業の立地が町丁目ごとに分散しているのも特徴である。

図表 11: 国立市とその周辺自治体におけるソフト系情報通信業の事業所数・従業員数

自治体名	事業所数(従業員数)	駅付近 <sup>10</sup> の事業所数 (従業員数)	備考
立川市	115 社 (3310 人)	95 社 (3066 人)	立川駅周辺に全事業所の 8 割が集積
八王子市	128 社 (4406 人)	52 社 (2442 人)	駅周辺のほか、南大沢にも集積
府中市	122 社 (8386 人)	66 社 (4284 人)	NEC、東芝工場周辺にも集積
三鷹市	65 社 (1433 人)	51 社 (1321 人)	NTT 関連が多い
小金井市	7 社 (49 人)	3 社 (23 人)	大字ごとに分散
国分寺市	33 社 (743 人)	21 社 (640 人)	国分寺駅・西国分寺駅・国立駅周辺に分散
国立市	20 社 (605 人)	9 社 (532 人)	北部には鉄道総研関係の企業が存在

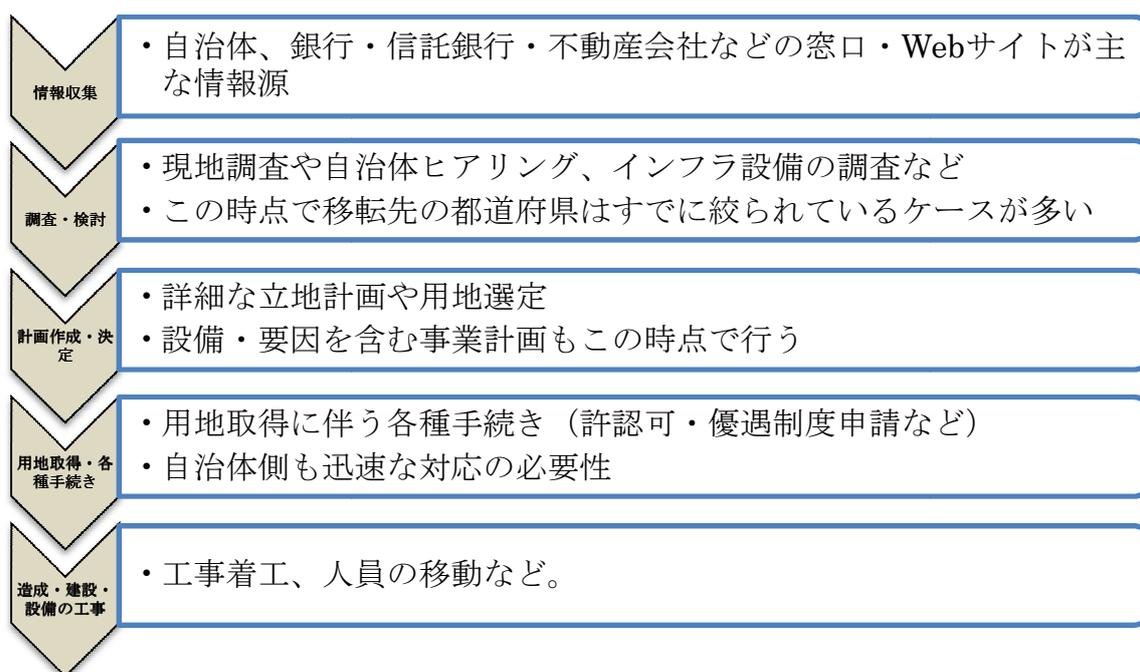
出所) 東京都 事業所・企業統計調査報告(2006年)

<sup>10</sup> 駅付近とは、立川市では立川駅周辺の曙町・柴崎町・錦町。八王子市では八王子駅周辺の東町・旭町・明神町・横山町。府中市では府中本町駅から府中駅周辺の寿町・府中町・日鋼町・片町・宮町・宮西町。三鷹市では三鷹駅南部の下連雀。小金井市では武蔵小金井駅周辺の本町と東小金井駅周辺の東町。国分寺市では国分寺駅周辺の本町・南町と国立駅北側の光町。国立市では国立駅南側の東。

## 第4章 企業側から見た事業所移転

企業がどのように移転先を選定するのかという点について簡単に触れておこう。日本経済新聞の Web サイトである「事業用地ナビ」によると、企業立地の流れは、「情報収集」、「調査・検討」、「計画作成・決定」、「用地取得・各種手続き」、「造成・建設・設備の工事」という5つのプロセスに分けられる。「情報収集」では、企業は自治体の窓口や不動産会社のウェブサイトなどを主な情報源として、基礎的な情報を集める。次に、「調査・検討」の段階で候補地の現地調査や自治体へのヒアリングを含め、さまざまな条件を調査・検討する。特に現地調査は、移転を検討する企業の約 65%が行っており、自らの視点で可能な限りの情報を得ようという姿勢が見受けられる。また、この検討の段階ではすでにどの都道府県に移転を検討するかを決定している場合が多い<sup>11</sup>。そしてこのような過程を経て、「計画作成・決定」が行われ、残り2つのプロセスへと続く。

図表 12：企業が行う事業所移転のプロセス



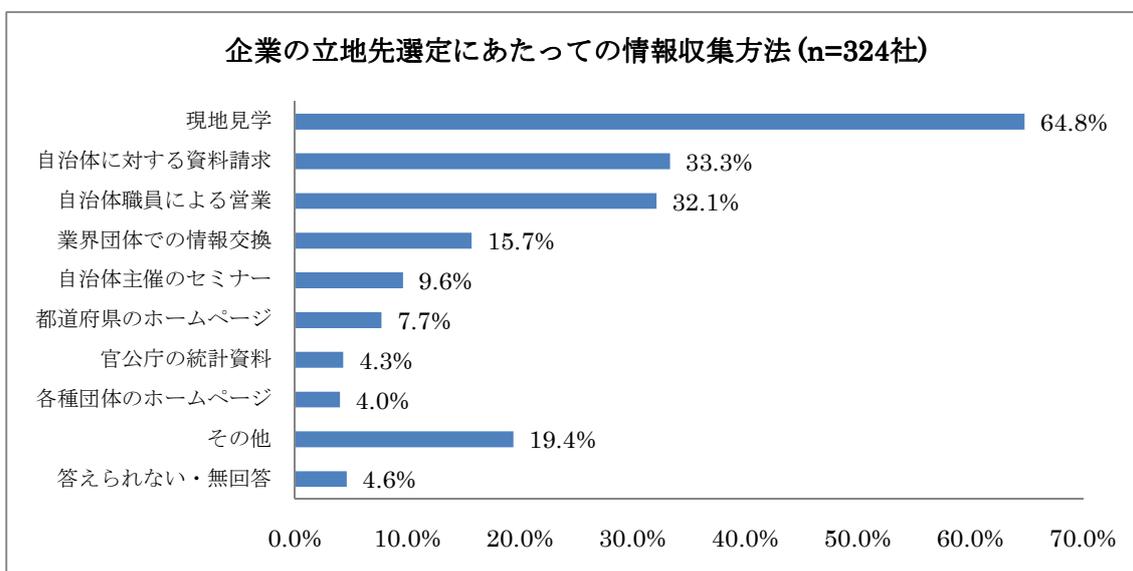
出所) NIKKEI NET 『企業誘致の流れ』より作成

(<http://land.nikkei.co.jp/guide/guide3/index.html>)

<sup>11</sup> 帝国データバンク 『企業立地に関する動向アンケート調査』(2006)

立地先以外の候補都道府県数はゼロと答えたのが全体の 48.5%。1~2 都道府県と答えたのが 34.9%。

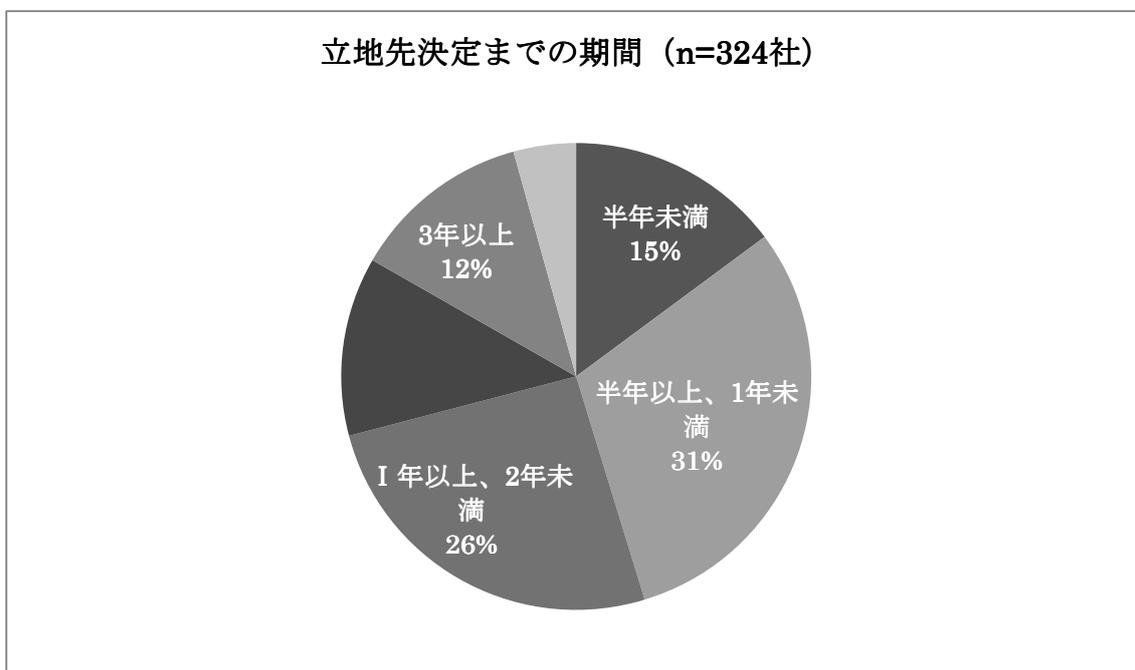
図表 13 : 企業の立地先選定にあたっての情報収集方法 (n=324 社)



出所) 帝国データバンク 企業立地に関する動向アンケート調査 (2006 年)

約7割の企業が検討開始から2年以内に移転先企業を選定する、というアンケート結果(帝国データバンク集計)が出ているように、検討から決定まではそこまで長い期間を要しない。そのため、誘致を行うためにアプローチを仕掛ける自治体側にも迅速な行動が求められる。日本立地センターによると、「企業が具体的に動き出した後では遅い。情報収集や検討を行っている段階からアプローチを行わなければいけない」から、自治体としては、「調査・検討」のプロセスまでに、できるだけ早く移転を希望する企業と接触する必要がある。

図表 14 : 立地先決定までの期間



出所) 帝国データバンク 企業立地に関する動向アンケート調査 (2006年)

## 第5章 国立市企業誘致活動の今後の方向性

### 1. 概要

それでは、国立市は今後どのようなアプローチを行うことが良いのだろうか。国立市が行うアプローチは、主に3つの段階に分けられると考える。それは、「情報収集」、「対象企業との交渉」、「アフターケア」である。

「情報収集」とは、市外・市内の企業を問わず、国立市に移転する可能性のある企業の情報を集めることである。移転を考えている企業がどの企業かを知らなければ、その企業にコンタクトを取ることはできない。国立市は用地買収や施設整備を通じた企業誘致ではなく、仲介役を務めることによる企業誘致の側面が強いため、企業の要望に沿って柔軟に対応できるほど広い土地を所有していないし、入居の融通がきく施設もない。そのため、できるだけ多くの企業情報を集めて、マッチングの可能性を広げることは非常に重要である。「情報収集」にあたっては、「国立市に興味を持ってくれそうな情報通信業とはどのような企業なのか」、「移転を予定している企業の情報をどこから得るのか」、といった点に留意する必要がある。

「対象企業との交渉」とは、移転に関する希望条件が、国立市にある土地・物件と合致しそうな企業を実際に訪問することである。そして、相手企業の条件を詳しく把握し、質問に対しても真摯に対応する。一方で、国立市としても土地・物件の情報の提供を行い、合わせて国立市の長所や支援制度などをアピールする。移転が決定した後も、自治体として行う諸手続きをスムーズに行うことが求められる。

「アフターケア」とは、定期的に誘致企業を訪問して、自治体に対する要望を聞き、できる限りの対応と取ることである。アフターケアが、なぜ企業誘致活動の一環として考えられる理由は、アフターケアが手厚い自治体は企業の評判がよく、次の企業誘致につながる事例が多く存在するからである。また、企業誘致の対象には、市内から市内への事業所移転も含まれており、次回の移転先として市内を選んでもらえるためにもアフターケアは有用であろう。

以下ではそれぞれの段階についてより詳細に検討する。

### 2. 情報収集

情報収集にあたっては、「国立市に興味を持ちそうな情報通信業とはどのような企業なのか」、「移転を予定している企業の情報をどこから得るのか」、という2点を検討する必要がある。

#### (1) 国立市に興味を持ってくれそうな情報通信業

##### (i) 現時点で多摩地区に立地している企業

まずは「国立市に興味を持ってくれそうな情報通信業」について考えることにする。手ごかりとして、八王子市の事例を見てみよう。八王子市は、国立市よりはるかに人口が多く、面積も広い自治体ではあるが、同じ中央線沿線にある多摩地区の自治体という点で立

地状況が似通っており、しかも国立市よりも前から情報通信業の企業誘致を積極的におこなっている。

八王子市の場合、市外から市内に移転してくる企業は、移転前も多摩地区に立地していた事例が多い。その理由は、会社の従業員の住生活に配慮したからである。都心と比べ、多摩地区は中小企業が多く、社員数も少ないところが多い。また、社員たちは多摩地区に家やマンションを持っている場合が多い。そのような状況で、企業が都心に移動すると、職場に通うための負担が増加する。つまり、従業員の生活が多摩地区にしっかりと根付いているために、移転するにしても同じ多摩地区内であるほうが、都合がよい。逆に、都心からの距離が八王子市と同じ程度で、しかも賃料の安い埼玉県西部から移転してくるといふ事例はあまり見られない。

八王子市のこのような現状から推察すると、多摩地区に根付いている企業は、次の移転先としても多摩地区を考慮に入れる可能性が高いだろう。それゆえ、国立市に来てくれるような企業としては、現時点で多摩地区に立地している企業は有力な候補といえるだろう。

## **(ii) 主要取引先が国立市周辺に立地している企業**

次に、第3章の検討を踏まえて、国立市に来る可能性のありそうな企業について考察する。もちろん、情報通信業のなかのソフト系IT企業といっても、ソフトウェア業やインターネット関連企業などタイプの大きく異なる業種を包括した大雑把な分類であるため、一概に言うことはできない。もっとも第3章でみたように、ソフトウェア業のような相手先との交渉や営業が仕事の大きな部分を占める企業は、ターミナル駅や相手先企業の近くに立地するという傾向が強いと考えられよう

ターミナル駅という点では、国立市にあまり強みがあるとは言えない。しかし、相手先企業の近くという条件は国立市にも当てはまる。国立市は、NECや東芝の工場を有している府中市に隣接しており、また、多摩地区の中心都市のひとつである立川市とも接している。これらの自治体に立地する企業を主な顧客とするソフトウェア業を、呼び込む可能性が考えられよう。立川IT交流会に参加している企業の中でも、府中市の東芝を主要な顧客先にしてしている企業が存在しているように、必ずしも相手先企業に近接していない企業もいくつか存在する。このような企業を呼び込むことができる可能性は、低くないと考えられる。

## **(iii) 国立市のブランド力を評価する企業**

第3章でみたように、ソフト系の情報通信業に見られる立地選定の特徴的な点として、街のブランド力を重視するという点が挙げられる。この観点からは、住んでみたい街や、イメージの良い街としてランキング入りすることが多い国立市のブランド力<sup>12</sup>は、ひとつの

---

<sup>12</sup> 不動産のポータルサイトHOME'S『住みたい街ランキング』では11位、角川マーケティングのWalker Plusが行う『住みたい街ランキング』では33位にそれぞれランクイン。

強みとして活かせるかもしれない。前述の八王子市の例からもわかるように、従業員の住生活に気を使っている企業は多い。帝国データバンクの企業立地に関するアンケートでは、重視している項目として、交通アクセスに次ぐ2位に周辺の住環境がランクインしている。つまり、煩わしい通勤を避け、より豊かなライフスタイルを志向するために職住近接を重視する企業は多いかもしれない。国立市に企業が立地し、その従業員が、住環境の良いといわれている国立市に住むという職住近接のスタイルは、提案型の誘致方法のひとつとして考えられよう。

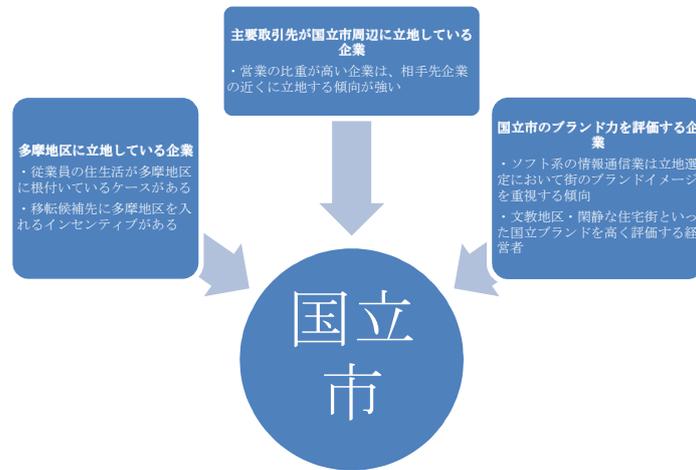
ブランド力という観点では、国立市のことを高く評価していると思われる企業にアプローチを行うことも有効である。例えば、大学時代4年間を国立市の一橋大学で過ごした人が、ICTのベンチャーを起業するといった場合には、国立市のブランド力を高く評価してくれる可能性はあるだろう。

もちろん、現時点ではソフトウェア業の大部分はターミナル駅周辺に立地している。しかし、国立市は多摩の中心に位置しており、立川や府中、八王子といった各都市からそれほど遠いわけでもない。ターミナル駅からの距離に対するプライオリティがそれほど高くなく、街のブランド力を重視するような企業であれば、アプローチする価値はあろう。

最後に、情報通信業のベンチャーを呼び込むといったことも選択肢の一つとして考えられよう。企業に際してまだ立地が決まっていない情報通信業のベンチャーにアプローチする方法もある。その場合は、ベンチャー企業が資金を借りに行くであろう日本政策金融公庫などと協力することによって、企業情報が比較的容易に手に入るかもしれない。ただ、国立市の企業誘致促進条例では、対象企業にある程度の規模や良好な財務状態を求めており、ベンチャー企業を対象にしているとは言い難い。

このように検討すると、国立市を移転候補先として考慮する可能性の高い企業とは、現在多摩地区に存在している、もしくは営業先が多摩地区に多い企業であろう。また、「相手先企業への近接性」と「住環境の良さや文教地区のブランド」を比較考量した場合に、住環境の良さをより重視する企業は、国立市を高く評価してくれる可能性がある。

図表 15) 国立市に興味を持ってくれそうな情報通信業



## (2) 情報源

### (i) 情報源の重要性

次に、「移転を予定している企業の情報をどこから得るのか」について考えよう。移転を計画していない企業を国立市に誘致することは困難だから、移転予定の企業情報の入手は重要であろう。

じっさい、国内の数多くの自治体が「移転を予定している企業」の情報を得るためにしのぎを削っている。しかし、このような情報が表に出ない場合も多くある。例えば、今年の10月20日にキャノンと長崎県の間で締結された立地協定などは、完全に関係者の意表を突いたものだった。キャノンのデジタルカメラ工場の誘致合戦は、大分県と鹿児島県との一騎打ちとみられていたが、下馬評にも上がらなかった長崎県が突如として契約を結んだ。長崎県はこの誘致交渉を極秘案件として扱い、秘密裏にことを進めていた。というのも、もしも長崎県とキャノンが交渉していることが漏れれば、大分県の猛烈な巻き返しが予想されたためである。

このように、場合によっては企業の移転情報は意図的に隠されることすらある。(財)日本立地センターへのヒアリングからも、「情報が表に出てきた時点ではすでに勝負がついている。表に出るまでにそのような情報を得ることが大切である」との証言を得ている。

### (ii) 移転予定の企業の情報を早期に得る可能性の高い組織

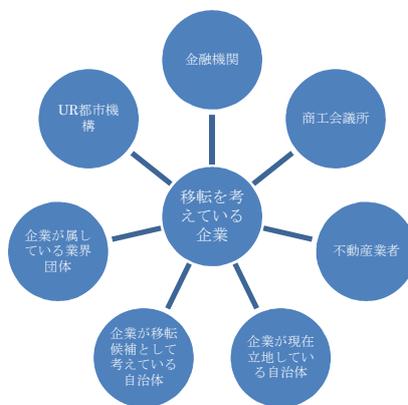
では、移転を希望する企業の情報をどのようにして得ることができるのであろうか。このような情報を最初に知りえる立場にいる主体としては、金融機関・商工会議所・農協・不動産業者・都道府県などがあげられる。いずれも、企業と日頃から密接なつながりを持っている組織か、もしくは移転希望企業が早い段階でアプローチする組織である。

銀行や信用金庫といった金融機関、あるいは商工会議所は、日頃の営業活動や定期的な会合を通じて企業と接する機会が多く、企業が移転を考えているといった情報を得やすい立場にある。また、農協は多くの不動産を抱えているために、土地や建物の買い手・借り手を探すノウハウを持っている。

一方、不動産業者や自治体には、移転を希望する企業のほうからアプローチする機会が多い。第4章でみたように、企業が移転先を選定する場合には、目星をつけた地域の不動産業者や自治体に直接出向き、情報提供を求めることが多い。この場合には、自治体はすでに移転を希望する企業の候補に挙がっているからこそ、企業からのアプローチを受けているのであって、自ら開拓したものとは言えない。

このように、これらの機関や組織には、移転を希望する企業の情報が集まっていると考えられる。自治体もこれらの機関と協力して情報収集に当たっている事例が数多くみられる。2008年に経済産業省が発表した「企業立地に頑張る市町村事例集」でも、三重県尾鷲市や和歌山県橋本市など、自治体の事例の多くに金融機関や商工会議所との連携が描かれている。アンケート調査でも、対象とした35都道府県のうち約7割が金融機関から自治体への企業紹介を通じて誘致を行っているという結果が出ている<sup>13</sup>。

**図表 16 : 移転を予定している企業の情報を早い段階から得る可能性の高い組織**



### (iii) 企業への聞き込み

このような金融機関や商工会議所などとの連携のほかに、対象企業に直接アプローチをかけるという方法もある。具体的には、ダイレクトメールによって企業に尋ねる方法や、セミナーを主催して直接企業に説明をするという方法がある。日本立地センターによれば、ダイレクトメールなどを通じて企業に直接連絡を取るのが、最も早く有力な情報を手に入れる手段であり、成功例も多い。ダイレクトメールを送る場合には、1000社から3000社

<sup>13</sup> 帝国データバンク 『自治体における企業誘致に関する実態調査』(2007年)

へ送るのが一般的であり、費用は100万円程度である。また、返信率は高くても10%である。返信の中で条件が合致しそうな企業には直接訪問し、連絡を絶やさずに通うことが成功の秘訣といわれる。このやり方は、情報をいち早く手に入れることができる反面、費用がかかり、やや手間もかかる。

企業に直接アプローチをする方法を実践している自治体として足利市があげられる。足利市は、3年で23社の企業を誘致した実績を収めているが、職員は4年間でダイレクトメールを7590社、意向調査を6629社に対して行っており、企業訪問数も1025社を数える。足利市は他にも、職員の親戚・友人からの情報や市議会議員からの情報など、さまざまな方法で情報収集を行っており、いかに企業の移転情報を把握することを重視しているのかをうかがい知ることができる。

また、同じ多摩地区の八王子市の事例を挙げることができる。八王子市の場合、情報収集にあたって協力しているおもな機関は、多摩信用金庫やりそな銀行といった地元にいる金融機関のほか、商工会議所・市内の不動産業者・UR都市機構・TAMA協会(経済産業省の推進機関)といった機関である。金融機関を通じて市内・市外からの移転希望企業の情報を得ているほか、金融機関に市の企業誘致補助制度を説明し、営業を通じて八王子市の売り込みの協力を依頼するといった試みもなされている。UR都市機構の紹介に始まる企業誘致の例が多いが、金融機関からの紹介や商工会議所を通じた誘致活動でも成功事例がみられる。

一方、市内の不動産業者と共同して運営しているサポートネット制度は、今のところ成功事例があまりない。サポートネット制度は、不動産業者が移転企業の情報を得ると自治体にその情報を一枚紙で送るといった仕組みだが、業者は有力な情報をあまり八王子市に送らないといわれる。不動産業者には、有力な情報を自治体に伝えるインセンティブがあまりないのかもしれない。

#### (iv) 情報網を広げるための施策

以上を踏まえ、国立市が情報源とすべき機関や組織について以下の3点を留意するべきであろう。

第1に、すでに国立市も実施していることが多くあるが、金融機関や商工会議所、市内の不動産業者といった協力機関との綿密な連携の継続と推進である。現在でも、アドバイザーとして多摩信用金庫やりそな銀行が国立市の企業誘致に参加しているが、このような取り組みを今後もすすめ、国立市の強みや支援制度を売り込む体制を整えるべきであろう。

八王子市の場合、市内から市内への移転という事例も多く、移転企業の情報を最初に市に伝えたのは金融機関や商工会議所というケースが多いようだ。金融機関にどのような方法で協力してもらっても検討が必要かもしれない。

金融機関に対しては、金融機関が移転希望する企業と接触した場合に、国立市を薦めてもらうことやその情報を国立市へと伝えてもらうことが企業誘致へとつながる。それゆえ、

金融機関にも国立市の強みや、行っている優遇制度を詳しく知ってもらうことが肝要となろう。そのために市職員が金融機関の担当者に直接会いに行き、あるいは制度などの説明の場を設けて、金融機関の担当者の理解を深める努力をすることが必要となろう。また、誘致が成功した場合には、市から金融機関に手数料を支払うような仕組みがあれば、金融機関もさらに協力的になるかもしれない。

不動産業者との包括的な協力においても、彼らが持つ情報を十分に利用できるように、情報提供に対して報酬を出す制度を作ったり、協力的な宅建業者を市が表彰したりして、情報提供へのインセンティブのある仕組みが必要かもしれない。

第2に、企業と直接コンタクトする試みを進めることである。情報を早く得るには企業に直接たずねるのが最も効果的であろう。費用や手間のかかるダイレクトメールだけでなく、電子メールなども活用し、直接に企業に質問することが重要であろう。その際には、前述したように、現在多摩地区で操業している情報通信業にターゲットを絞れば、無作為にアプローチするよりも成功率は高く、費用も節約できるだろう。

第3に、周辺の自治体や東京都との連携を強めることである。他の自治体の事例をみると、さまざまな機関や組織とパイプを作り、情報を得ようとしていることがわかる。また、八王子市へのヒアリングによると、商工会議所が企業誘致に一役買ったケースも少なくない。各自治体は、その自治体内の企業の情報を持っているであろうから、パイプを作っておくのも重要だろう。具体的には八王子市・三鷹市・立川市・青梅市の4市で構成する「たま IT 会議」といった活動に参加するといったことがあげられる。また、東京都は今年中に企業立地を支援するウェブサイトを立ち上げる予定なので、そのようなサイトにも、国立市が積極的に情報を載せていくことが有益であろう。

図表 17) 情報収集にあたり留意する必要がある点

協力機関との連携の推進	企業へのダイレクトな聞きこみ	東京都・周辺自治体との連携
<ul style="list-style-type: none"> <li>・協力機関が移転を希望する企業と接触した場合、「国立市を薦めてもらう・対象企業の情報を国立市へとつたえってもらう」ように関係を構築する</li> <li>・協力機関に国立市の強み・優遇制度などを詳しく理解してもらうようアプローチを行う</li> <li>・情報提供へのインセンティブを作り出すため、成功報酬や表彰制度を採用する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まだ表に出ていない企業の移転情報を得ることができる</li> <li>・ダイレクトメール・電子メールを活用</li> <li>・送付対象企業は多摩地区で操業している情報通信業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自治体は、自らの自治体に立地している企業に関する情報を豊富に持っている</li> <li>・そのため東京都や周辺自治体とのパイプを作っておくことは有効</li> <li>・今年中に立ち上げる予定である東京都の企業立地支援サイトや、「たまIT会議」のような自治体間の相互協力団体への参加</li> </ul>

### 3. 対象企業との交渉

国立市にある土地・物件と希望条件が合致しそうな企業の情報が手に入れば、対象企業とコンタクトをとる段階へ進む。この段階では、相手企業がどのような移転先を探しているのかを詳しく把握したうえで、自らの自治体の情報を提供し、アピールをする必要がある。ここで重要な点は2点ある。それは、「継続的な接触」と「フレキシブルな対応」である。

第1は「継続的な接触」である。もちろん、ファーストコンタクトも重要である。誘致に成功している自治体はしばしば、メールや電話ではなく、早い段階で直接に相手先企業へ訪問している。16社の企業誘致を成功させた瑞浪市は、成功の理由の一つとして自治体の熱心なセールスを挙げ、地道で着実な企業訪問によるPRが成功につながったとしている。また、市長自らが相手方に売り込むという事例もある。17社の誘致を決めた相馬市では、市長が自ら営業を行っており、その際には相手企業の事業内容や必要となるインフラなどを事前に綿密にリサーチして訪問をしている。このような熱意が、その自治体の企業誘致体制の積極性を印象付け、成功の一因になったと考えられる。訪問した後の継続的な接触も重要である。日本立地センターへのヒアリングによると、誘致を成功させるには定期的な接触が大切なのだという。定期的な接触により、企業の考えや、要求条件の変化などを常に把握しておくことが重要であろう。例えば、半年に1度はコンタクトを取るといったようなことが求められよう。

第2は「フレキシブルな対応」である。情報通信業の誘致の際に起こりやすい問題のひとつは、自治体の優遇措置に関する基準についてである。例えば、「優遇措置を受ける条件として、一定以上の雇用者数や投下固定資産額を前提条件としている自治体の場合、それを少しでも下回れば絶対に優遇措置が受けられないのか?」、といったものである。これは、情報通信業では、雇用者数や投下固定資産額が少ない場合が多いためである。国立市も、事業施設の常時雇用者は10人以上という基準を定めている。ここで、常時雇用者が9人だが、優良な企業が来た場合の対処が問題となる可能性がある。実際の事例としては、杓子定規な判断を行っている自治体よりも、比較的柔軟に対応を行っている自治体のほうが成功をしている。もちろん基準を甘くすれば良いというわけではないが、相手企業の事業内容に応じた柔軟な対応は求められよう。

また、一口に情報通信産業といっても、分野によって要求する条件はさまざまである。例えば、比較的規模の大きなソフトウェアの受託企業であれば、ある程度の労働者を常に確保できるかどうか重要になるし、アプリケーションサービスを扱う企業であれば、データベースを設置するための耐震対策が十分に行われているのかといった点を気にかける場合が多い。このような個別具体的な質問に対しても、十分に説明を果たし、また対応することが重要になるであろうし、フレキシブルな対応が必要とされよう。

**図表 18：対象企業との交渉（営業）において成果を上げている自治体の事例**

<p><b>栃木県足利市</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「職員全員営業マン」の実行</li> <li>・職員の親戚や友人・知人、関係機関および関係者の協力のもと企業をリストアップ。2003年から2006年の4年間に1025社へ企業訪問を行う</li> <li>・保険外交員や一般市民からの「近くの工場が増設するらしい」といった些細な情報を起点に訪問を積み重ねる</li> <li>・誘致対象企業は物流関連施設に特化</li> <li>・2004年から2005年にかけて分譲開始となった2団地に23社を誘致し、約3年で完売を達成する</li> </ul>
<p><b>岐阜県瑞浪市</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・特殊なことは行わず着実な企業訪問を繰り返す</li> <li>・営業の際には、瑞浪市の強みをアピール。強みとは、東海環状などの道路網や豊田市との隣接といった立地面での優位性や恵まれた住環境など</li> <li>・前市長の発言からくるアナウンス効果</li> <li>・あいさつのたびに「雇用の場の創出」・「産業構造の複合化」・「産業振興は福祉の糧」といったフレーズを常に盛り込むことで、企業誘致に積極的な自治体であるという姿勢を強調</li> <li>・進出企業は16社に及び、10社がすでに操業を開始</li> </ul>
<p><b>福島県相馬市</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市長自らが先頭に立って企業誘致を行う</li> <li>・市長が企業と会う際には相手企業のことを事前に詳しくリサーチして、相手にとって何が必要かを理解した上で行動</li> <li>・(株)IHIに対してはジェットエンジンのことを、(株)エム・セテックであれば太陽光発電の仕組みなど、その製造方法だけでなく企業理念まで事前に勉強</li> <li>・17社の誘致を達成</li> </ul>
<p><b>北海道白老町</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・狙いをつけた企業には繰り返し足を運ぶ</li> <li>・2006年度には訪問企業数68社・訪問件数149件、2007年度は10月までに訪問企業数48社・訪問件数108件。繰り返し足を運ぶため、社数より訪問件数が2倍以上多くなっている。</li> <li>・熱意のある対応</li> <li>・立地企業からは、「立地前の現地視察が土日だったにも関わらず笑顔で対応してくれた」など、白老町職員の熱意を評価するコメントが寄せられている。</li> </ul>

出所) 経済産業省 「企業立地に頑張る市町村事例集」より作成

#### 4. アフターケア

企業を呼びこむことに成功したからと言って、それで企業誘致は終わりではない。なぜなら、その企業との協力を欠かさず、産業の発展を支えることもまた自治体の重要な役目であるからである。

また、企業誘致の観点から言ってもアフターケアは必要である。なぜなら、企業の移転には市内から市内への移転という場合も多いからである。それゆえ、立地している企業に次の移転の際も自らの自治体を選んでもらえるように努力する必要がある。あるいは、企業支援に手厚いといった評価が、さらなる企業誘致につながる事例もある。

誘致を成功させた代表例としてよく挙げられる北上市などはその典型例であろう。北上市は半世紀にもわたって企業誘致に取り組み、のべ 190 社もの企業を誘致しているが、そ

の成功要因の一つとして、誘致後も企業への支援が手厚い点があろう。現在も、市長をはじめとする幹部職員が年間に市内の120～130社を訪問し、立地後の操業状態とともに、従業員の住宅や生活環境といった細かな要望まで御用聞きのように把握し、市の施策に反映している。

個別訪問は、情報収集の面からも有用である。商工会議所からの有力な情報が企業誘致の成功につながる例が比較的多いことからわかるとおり、企業誘致に関する情報は市内企業から得られる場合も多い。北上市はこのような活動を行うための組織づくりにも留意しており、6人の専任スタッフの配置や、立地に関する許認可に関しては関係各課の担当者を一同に集めて処理をするといった縦割り組織を改革する取り組みも行っている。

以上を踏まえ、国立市としても「市内企業との定期的な接触」や「縦割り組織の改革」を意識しつつ企業誘致体制を発展させていくことが有用であろう。「市内企業との定期的な接触」を行うために、現在の企業誘致専任スタッフの拡充をする。そして、個別訪問や定期的な会合・勉強会などを通じて市内企業の現状を把握し、要望に対しても丁寧に対応することで連携を深めていくことがよいかもしれない。

「縦割り組織の改革」では、企業への対応を迅速に行う組織を作ることで、市内企業の満足度の高い自治体を目指すものである。たとえば、ある許認可であっても、税務・土木・農林にまたがるような案件であった場合、対応は遅くなりがちである。そのため、各部署の担当者が一同に集まるような横断的仕組みをつくることが有用であろう。

このような地道なアフターケアから得られる情報は、さまざまな場面で活用することができるだろう。たとえば「仕事創出型の企業誘致の実施」があげられる。第3章で述べたように、ソフトウェア業のように営業を重視する業種は、取引先へのアクセスを重視する。それゆえ、企業誘致を行うときに、「国立市の企業がこういう業務内容の情報通信企業を求めているから来てくれませんか」というやり方で企業を誘致するのも一案かもしれない。すなわち、企業の仕事創出・発掘である。このようなPRを行う際にも、市内企業の業務内容や、情報通信業務に対する潜在的・顕在的ニーズを常に把握することが求められよう。

図表 19：誘致企業へのアフターケアにおいて特に成果を上げている自治体の事例

<p><b>岩手県北上市</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市長をはじめとする幹部職員が年間120～130社を訪問し、操業状態の把握のほか、住宅や生活環境などあらゆる御用開きを実施</li> <li>・要望を整理した上で公表し、市政に反映</li> <li>・市長は東京に出張するときには市内企業の本社を訪問し、情報収集と関係の維持関係を図っている</li> <li>・企業立地課には6人の専任スタッフを設置し、開発許可などの手続きや届け出などに対して迅速な対応に勤める</li> <li>・半世紀にわたり企業誘致に注力し、190社の誘致を達成</li> </ul>
<p><b>長野県駒ヶ根市</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成13年から年に2回、市と商工会議所の職員が6班のチームを編成し、市内主要企業100社のヒアリング</li> <li>・調査終了後は職員が商工会議所と合同で報告会を開催し、情報を共有</li> <li>・要望に応えたものとしては、「ケーブルTVの行政自主放送での企業紹介番組」や、「曲がっていた市道をすくまっすくにした」など</li> <li>・財務・建設・農林など関係部署で全庁横断のプロジェクトチームを組み、迅速な対応を目指す</li> <li>・商工観光課内には技術者を配置し、道路の付け替えなどには即時対応する</li> <li>・雇用に関しては、地元企業の経営者らで組織する「テクノネット駒ヶ根」や地元企業40社・職業安定所・県の技術専門学校などで組織した「駒ヶ根雇用対策協議会」を設置</li> <li>・前者では経営に対する勉強会のほか、人材育成のための講習会の実施を行う</li> <li>・後者では連携による人材確保の迅速化を目指す</li> <li>・誘致実績としては、平成19年の(株)トヨセツや(株)日本電産など社員数数百人規模の誘致に成功</li> </ul>
<p><b>熊本県大津町</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・町では「大津町企業連絡協議会」を開設し、会員企業65社で研修会や講演会・企業と町行政機関との懇親会・企業と学校との情報交換会・町の行事への参加などを行う</li> <li>・町職員や住民との相互理解を深め、企業が地元へ根差す手助けを行う</li> <li>・スポーツ大会などには600名の参加者があるほどの活況</li> <li>・迅速できめ細かい行政の対応</li> <li>・台風時には誘致担当者が役場に待機し緊急連絡に備え、積雪時には誘致企業の社員が出勤する前に融雪剤をまく</li> <li>・前述の協議会のメンバーからの要望に対しては、すべて書面で回答を作成</li> <li>・既立地企業の振興として町内企業のホンダに配慮し、大津町での一般公用車をすべてホンダ車で統一</li> <li>・(株)ホンダをはじめ工業団地に誘致をすすめる、平成14年には製造品出荷額が熊本県1位となる。</li> </ul>

出所) 経済産業省 「企業立地に頑張る市町村事例集」より作成

## 第6章 金融危機後の企業誘致の流れ

### 1. 概要

ここで、自治体の企業誘致に関する現状や認識が、金融危機後にどのように変わったのかについて簡単に触れておこう。金融危機以前は企業の業績もよく、自治体の企業誘致活動も順調に進み、それが自治体の税収増につながるといった状況が続いてきた。しかし、金融危機後の世界同時不況によって、企業誘致の案件は激減し、今まで表に出なかったさまざまな問題が浮き彫りになっている。とりわけ、「税収と雇用の問題」、「契約上のトラブル」、「リスク分散」の3点が重要な問題となっている。

### 2. 税収と雇用の問題

第1は、「税収と雇用の問題」である。法人税は景気の波に非常に左右されやすい税であるから、今回の金融危機による不況で企業の業績が悪化し、自治体では軒並み税収減となっている。例えば、トヨタ自動車のある豊田市では、法人市民税は去年よりも96%減の16億2800万円と予測されている。同じく自動車産業からの法人税を税収の中心とする愛知県は、その豊かな財源から地方交付税不交付団体であったが、2009年度には交付団体に転落した。税収減にともない、自治体の企業誘致活動も修正を迫られている。また、このようなリスクが明らかになったため、一時期過熱した補助金合戦のような資金面・ハード面での支援から、情報提供といったソフト面での企業誘致支援を行うべきであるという流れになっている<sup>14</sup>。

---

<sup>14</sup> 経済産業省の立地環境整備課の綿引伸一課長補佐も「企業誘致促進において、企業等への補助金等に頼るのには限界がある。地域間の無用な補助金競争を煽るのではなく、行政側のワンストップサービスの強化による手続きの迅速化といったソフト面での支援を強化すべき」と述べている。

図表 20 : 法人依存度の高い主な自治体の 2009 年度予算の法人市民税比率

自治体名	主な立地企業 (グループ含む)	09 年度 の市税 収入	09 年度の 法人市民 税	08 年度 の法人 市民税	市税全体に占める法人市民 税比率 (%)		
					09 年度	08 年度	07 年度
田原市 (愛知県)	トヨタ自動車	11925	445	7052	3.7	37.4	36.9
豊田市 (愛知県)	トヨタ自動車	80897	1628	44205	2.0	35.8	36.0
光市 (山口県)	武田薬品工業	9637	2240	3676	23.2	33.1	29.9
安中市 (群馬県)	信越化学工業	10243	2227	3050	21.7	28.1	23.9
取手市 (茨城県)	キヤノン	15800	1774	5236	11.2	26.9	24.1
韮崎市 (山梨県)	東京エレクトロン	4399	199	1462	4.5	25.8	18.7
大阪市 (大阪府)	製薬など製造業	641000	123800	169485	19.3	24.7	24.9
裾野市 (静岡県)	トヨタ自動車	10196	1040	3000	10.2	24.4	24.5
野洲市 (滋賀県)	村田製作所	8294	934	1910	11.3	21.0	19.0
君津市 (千葉県)	新日本製鉄	18710	3000	4182	16.0	20.8	19.4

出所) 日経グローバル NO119 (2009 年)

また、企業誘致の効果として期待される雇用創出に関しても、問題が生じている。進出した企業が地元社員を雇わずに派遣社員や請負社員を雇う事例が多いが、そのような派遣社員や請負労働者が今回の不況によって大量に辞めさせられている。のみならず、雇用調整の影響を受けた人々への対応までもが自治体の負担となっている。

大分県の事例はその典型例である。大分県・市は、キヤノンに合わせて 78.2 億円もの優遇措置を行った。今回の金融危機では、税収減に加えて、雇用が非常に大きな問題となっている。大分県は雇用の創出を見込んでキヤノンを誘致したが、大分キヤノンの労働者の 47%は派遣労働者であり、大分県全体の派遣労働者数も 5 年前と比べて約 4 倍になっている。そのような派遣労働者や請負労働者の多くは県外出身者であり、地元の雇用創出にはあまり貢献してこなかった。そのような状況で大分キヤノンは、今回の金融危機に対処するために減産を決め、請負労働者を約 1000 人削減した。大分市はこれに対処するため、市職員の臨時採用や、公営住宅の提といった対応を迫られた。このように、雇用創出を見込んで行った企業誘致が、逆に自治体の負担を増やす結果となる危険性がある<sup>15</sup>。

<sup>15</sup> 日本政策投資銀行地域振興部の藻谷浩介参事役も「今や、企業誘致で城下町ができるような効果は望めない。せいぜい税収増。企業誘致がオールインワンの政策といった幻想は捨てるべきだ」と指摘している。

図表 21 : 大分キャノンの雇用状況<sup>16</sup>

	直接雇用			派遣	請負	合計
	正社員	パート・嘱託・ 期間社員	計			
07年 6月	1180	390	1570	1700	4000	7270
08年 1月	1300	1150	2450	1450	4000	7900
08年 7月	—	—	4490	130	4980	9600
08年 11月	—	—	4626	130	4100	8900

出所) 週刊東洋経済 2009年2月21日号

図表 21 : 大分キャノンマテリアルの雇用状況

	直接雇用			派遣	請負	合計
	正社員	パート・嘱託・ 期間社員	計			
07年 6月	715	5	720	1400	190	2310
08年 1月	780	500	1280	1380	310	2970
08年 7月	—	—	1910	710	1060	3680
08年 11月	—	—	1970	15	1600	3600

出所) 週刊東洋経済 2009年2月21日号

### 3. 契約上のトラブル

第2は「契約上のトラブル」の問題であり、雇用関係の契約で多く発生している。例えば、前述の大分県のキャノンの事例では、大分県とキャノンとの協定書の中に、キャノンが操業短縮などの事態に至るおそれのある場合には「事前に県及び市に連絡してその対応策に最善の措置が取られるように配慮する」という条項が存在していた。しかし、細かな内容までは定められておらず、キャノンは、報告自体は行ったものの、工場ごとの失業者数などを公表しなかった。そのため、大分県は十分な情報を得ることができず、適切な対策を決めることができなかった。また、尼崎市が誘致したパナソニックプラズマディスプレイ社の事例のように、派遣労働者雇用のための補助金を受けたにもかかわらず、すぐに請負労働者へと切り替えたというような事例も存在する。

今回の不況で、雇用者削減や工場移転延期といった問題が多くみられるようになってい

<sup>16</sup> 図表 20、図表 21 より、社員のかかなりの部分が派遣労働者や請負労働者で賄われていることがわかる。また、直接雇用であってもパート・嘱託・期間社員といった場合がある。

るから、そのような事態に対応できるような契約を結ぶ必要があるだろう。

#### 4. リスク分散

第3は「リスク分散」である。今回の金融危機で、単一の業種に依存している自治体の税収が大幅に落ち込んだ。とりわけ製造業や輸送用機械の落ち込みが激しく、トヨタ自動車の工場がある愛知県田原市では93%の法人市民税収減、キヤノンの工場がある茨城県取手市では70%近くの法人市民税収減となった。これまでも、北上市などは業種を分散させて、企業城下町となるのを防いできたが、このような意味でのリスク分散は今後さらに重視されるであろう<sup>17</sup>。もっとも、すでに栄えている産業があれば、その強みを生かして企業誘致を行うのもひとつの方策として考えられよう。

#### 5. 金融危機から浮かんできた課題

ハード面での融資は行わず、ソフト面での支援を中心に行っている国立市のやり方は、リスク回避の手法の一つと考えられよう。ただ、情報通信業の企業誘致においては、自治体の投入した資金が税収として回収できなかった事例が少ないといえども、どの程度まで税を優遇すべきなのか、どの程度労働力を投入してまで企業誘致を続ける価値があるのかは常に考えていなければならないだろう。そのためには、現在の縦割り組織の壁を取り払い、企業誘致推進本部に情報やノウハウを集めることで、世の中の変化に対して迅速に対応しなければならない。

---

<sup>17</sup> ただし、不況下の税収の大幅減の対策として誘致する業種を分散させるという発想は、自治体側の立場からの発想であることを留意する必要があるだろう。だから、たとえ誘致する企業の業種を分散させるためとって、来てほしい業種以外を締め出すという発想に陥ることは好ましくない。

## 第7章 おわりに

本稿は、国立市と情報通信業の現状を把握した上で、国立市が情報通信分野の企業を誘致するためにはどのような施策を講じればよいかという点を検討した。国立市は東京都の西南部に位置するベッドタウンとしての色合いが濃く、市内の企業は中小企業が中心で、特に製造業が少ない。また、国立文教地区は閑静で良好な住宅環境として評価が高く、住みたい街にランクインするなど、国立市の住宅街としてのブランド力は高い。一方、誘致対象となる情報通信業は事業所の移転先を選定するに当たり、「家賃の妥当性」のほか、「取引相手企業への近接性やアクセスの良さ」・「街のブランド力」を重視する傾向にあることを示した。

国立市の情報通信業誘致の今後の方向性は、国立市に興味を持ってくれそうな企業の目星をつけた上で、「情報収集」・「対象企業との交渉」・「アフターケア」の3つの段階に分けて考えることが助けとなるかもしれない。国立市に興味を持ってくれそうな企業としては、現在すでに多摩地区に根付いていて移転先も多摩地区を希望する可能性の高い「多摩地区立地の企業」、アクセス面で国立市に利のある「主要営業先が国立市周辺に立地している企業」、職場周辺の住環境を重視するといった「国立市のブランド力を高く評価する企業」が挙げられる。

「情報収集」では、企業の移転をいち早く知りえる立場にある協力機関や周辺自治体との連携の推進や、そのための成功報酬といったインセンティブの付与を行うことが今後の関係強化につながるであろう。同時に、企業にもダイレクトメールや電子メールを通じて移転情報を入手し、早い段階から企業との関係構築と国立市の売り込みを行うことが有効であろう。「対象企業との交渉」では、継続的にコンタクトを取ることで売り込みを行い、国立市の立地面での利点を理解してもらうとともに、企業立地に関して協力的であるという自治体の姿勢をアピールすることが成功につながっている事例を示した。また、情報通信関連での企業誘致においては、優遇措置の適用条件においてトラブルがおりやすいという現状を鑑みると、杓子定規ではないフレキシブルな対応も求められているといえよう。「アフターケア」では、市内企業の産業振興策という側面だけでなく、未永く国立市にいてもらうため、また次の企業誘致のための情報収集や業界のニーズ把握のためにも、アフターケアを行うことが重要であることを述べた。企業から見て満足度の高い自治体となるためには、地道な個別訪問や定期会合の実施のほか、企業からの要望に対して迅速に対応できるような組織づくりが有用であるかもしれない。

最後に、今後の課題としては、2008年の金融危機から浮かび上がってきたいくつかの問題についてのさらなる分析が必要であろう。金融危機によって企業の利益が大幅に減少し、それに伴って自治体に払う法人2税の額も減少した。そして企業の雇用調整により、職を失った労働者が自治体内で増加するという事例も見られた。自治体側は企業誘致のために行った優遇措置に見合った税収を得られないばかりでなく、雇用問題や企業との契約上のトラブルなど様々な問題に直面している。今後は優遇策の水準の再検討や契約内容の見直

しといった個別の改善策だけでなく、ハード面での支援からソフト面での支援への移行や企業誘致に付随するリスクの把握といった全体的な方針の見直しも重要となろう。そして何より、今後どのような企業を呼び、その企業とどのような関係のもとで、国立市を発展させるべきかという明確なビジョンが必要となるのかもしれない。

【資料】 国立市の産業小分類の事業所数と従業者数

産 業 小 分 類		事業所数	事業所数(%)	従業者数 (人)	従業員数(%)
<b>A~R</b>	全 産 業	2 630	100.00	25 797	100.00
<b>A</b>	農 業	-	-	-	-
	01 農業	-	-	-	-
<b>B</b>	林 業	-	-	-	-
	02 林業	-	-	-	-
<b>C</b>	漁 業	-	-	-	-
	03 漁業	-	-	-	-
	04 水産養殖業	-	-	-	-
<b>D</b>	鉱 業	-	-	-	-
	05 鉱業	-	-	-	-
<b>E</b>	建設業	161	6.12	1 166	4.52
	06 総合工事業	62	2.36	408	1.58
	07 職別工事業（設備工事業を除く）	48	1.83	266	1.03
	08 設備工事業	51	1.94	492	1.91
<b>F</b>	製造業	71	2.70	672	2.60
	09 食料品製造業	8	0.30	121	0.47
	10 飲料・たばこ・飼料製造業	-	-	-	-
	11 繊維工業(衣服, その他の繊維製品を除く)	-	-	-	-
	12 衣服・その他の繊維製品製造業	2	0.08	6	0.02
	13 木材・木製品製造業（家具を除く）	1	0.04	7	0.03
	14 家具・装備品製造業	2	0.08	6	0.02
	15 パルプ・紙・紙加工品製造業	2	0.08	6	0.02
	16 印刷・同関連業	10	0.38	51	0.20
	17 化学工業	4	0.15	46	0.18
	18 石油製品・石炭製品製造業	-	-	-	-
	19 プラスチック製品製造業（別掲）	4	0.15	10	0.04

	を除く)				
20	ゴム製品製造業	-	-	-	-
21	なめし革・同製品・毛皮製造業	1	0.04	3	0.01
22	窯業・土石製品製造業	-	-	-	-
23	鉄鋼業	-	-	-	-
24	非鉄金属製造業	-	-	-	-
25	金属製品製造業	8	0.30	65	0.25
26	一般機械器具製造業	5	0.19	107	0.41
27	電気機械器具製造業	4	0.15	39	0.15
28	情報通信機械器具製造業	1	0.04	9	0.03
29	電子部品・デバイス製造業	4	0.15	26	0.10
30	輸送用機械器具製造業	4	0.15	28	0.11
31	精密機械器具製造業	6	0.23	116	0.45
32	その他の製造業	5	0.19	26	0.10
<b>G</b>	<b>電気・ガス・熱供給・水道業</b>	<b>4</b>	<b>0.15</b>	<b>53</b>	<b>0.21</b>
33	電気業	-	-	-	-
34	ガス業	-	-	-	-
35	熱供給業	-	-	-	-
36	水道業	4	0.15	53	0.21
<b>H</b>	<b>情報通信業</b>	<b>38</b>	<b>1.44</b>	<b>878</b>	<b>3.40</b>
37	通信業	7	0.27	141	0.55
38	放送業	-	v	-	-
39	情報サービス業	20	0.76	605	2.35
40	インターネット附随サービス業	-	-	-	-
41	映像・音声・文字情報制作業	11	0.42	132	0.51
<b>I</b>	<b>運輸業</b>	<b>41</b>	<b>1.56</b>	<b>1 874</b>	<b>7.26</b>
42	鉄道業	1	0.04	26	0.10
43	道路旅客運送業	5	0.19	171	0.66
44	道路貨物運送業	25	0.95	1 480	5.74
45	水運業	-	-	-	-
46	航空運輸業	-	-	-	-
47	倉庫業	8	0.30	173	0.67

	48 運輸に附帯するサービス業	2	0.08	24	0.09
<b>J</b>	卸売・小売業	716	27.22	6 377	24.72
	49 各種商品卸売業	-	-	-	-
	50 繊維・衣服等卸売業	4	0.15	20	0.08
	51 飲食料品卸売業	29	1.10	364	1.41
	52 建築材料，鉱物・金属材料等卸売業	21	0.80	221	0.86
	53 機械器具卸売業	41	1.56	510	1.98
	54 その他の卸売業	29	1.10	394	1.53
	55 各種商品小売業	1	0.04	81	0.31
	56 織物・衣服・身の回り品小売業	112	4.26	391	1.52
	57 飲食料品小売業	193	7.34	2 460	9.54
	58 自動車・自転車小売業	20	0.76	153	0.59
	59 家具・じゅう器・機械器具小売業	57	2.17	250	0.97
	60 その他の小売業	209	7.95	1 533	5.94
<b>K</b>	金融・保険業	16	0.61	390	1.51
	61 銀行業	3	0.11	170	0.66
	62 協同組織金融業	3	0.11	116	0.45
	63 郵便貯金取扱機関，政府関係金融機関	-	-	-	-
	64 貸金業，投資業等非預金信用機関	3	0.11	5	0.02
	65 証券業，商品先物取引業	1	0.04	31	0.12
	66 補助的金融業，金融附帯業	-	-	-	-
	67 保険業（保険媒介代理業，保険サービス業を含む）	6	0.23	68	0.26
	不動産業	225	8.56	584	2.26
<b>L</b>	68 不動産取引業	67	2.55	273	1.06
	69 不動産賃貸業・管理業	158	6.01	311	1.21
	飲食店，宿泊業	359	13.65	2 705	10.49
<b>M</b>	70 一般飲食店	227	8.63	2 025	7.85
	71 遊興飲食店	126	4.79	560	2.17

	72	宿泊業	6	0.23	120	0.47
		医療, 福祉	283	10.76	3 121	12.10
<b>N</b>	73	医療業	205	7.79	1 251	4.85
	74	保健衛生	3	0.11	68	0.26
	75	社会保険・社会福祉・介護事業	75	2.85	1 802	6.99
		教育, 学習支援業	176	6.69	3 313	12.84
<b>O</b>	76	学校教育	37	1.41	1 938	7.51
	77	その他の教育, 学習支援業	139	5.29	1 375	5.33
		複合サービス事業	14	0.53	296	1.15
<b>P</b>	78	郵便局（別掲を除く）	10	0.38	223	0.86
	79	協同組合（他に分類されないもの）	4	0.15	73	0.28
		サービス業（他に分類されないもの）	514	19.54	3 945	15.29
<b>Q</b>	80	専門サービス業（他に分類されないもの）	103	3.92	478	1.85
	81	学術・開発研究機関	7	0.27	562	2.18
	82	洗濯・理容・美容・浴場業	214	8.14	1 088	4.22
	83	その他の生活関連サービス業	23	0.87	71	0.28
	84	娯楽業	23	0.87	338	1.31
	85	廃棄物処理業	11	0.42	118	0.46
	86	自動車整備業	18	0.68	141	0.55
	87	機械等修理業（別掲を除く）	15	0.57	93	0.36
	88	物品賃貸業	19	0.72	188	0.73
	89	広告業	11	0.42	178	0.69
	90	その他の事業サービス業	42	1.60	529	2.05
	91	政治・経済・文化団体	11	0.42	109	0.42
	92	宗教	13	0.49	32	0.12
	93	その他のサービス業	4	0.15	20	0.08
		公務（他に分類されないもの）	12	0.46	423	1.64
<b>R</b>	95	国家公務	2	0.08	23	0.09
	96	地方公務	10	0.38	400	1.55

出所) 東京都 事業所・企業統計調査報告(2006年)

## 【参考文献】

- 経済産業省 (2008) 『企業立地に頑張る市町村事例集』  
『週刊東洋経済』 2009年2月21日号  
『日経ビジネス』 2008年12月1日号  
『日経グローバル』 2008年3月3日号、12月15日号、2009年3月2日号  
『産業立地』 2008年7月号
- 帝国データバンク(2005) 『企業立地(誘致)に関する意向調査』  
<http://www.tdb.co.jp/report/watching/press/k051001.html>
- 帝国データバンク(2006) 『企業立地に関する動向アンケート』  
<http://www.tdb.co.jp/report/watching/press/k061002.html>
- 帝国データバンク(2007) 『自治体における企業誘致活動に関する実態調査』  
<http://www.tdb.co.jp/report/watching/press/p071001.html>
- 経済産業省 『特定サービス産業実態調査』  
<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/tokusabizi/index.html>
- 国土交通省(2008) 『ソフト系 IT 産業の実態調査』  
[http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha08/02/020326\\_.html](http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha08/02/020326_.html)
- 国土交通省(2006) 『ソフト系 IT 産業の実態調査』  
[http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha04/02/020914\\_.html](http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha04/02/020914_.html)
- 日経 事業用地ナビ 『企業立地の流れ』  
<http://land.nikkei.co.jp/guide/guide3/index.html>
- HOME'S CLUB 『東京都住みたい街ランキング 2008』  
<http://homesclub.next-group.jp/research/research/2009/20090226.php>
- Walker Plus 『住みたい街ランキング 2009』  
<http://www.walkerplus.com/newlife/tokyo11.html>
- 東京都(2006) 『事業所・企業統計調査報告』  
<http://www.toukei.metro.tokyo.jp/jigyoku/jg-index.htm>
- 経済産業省(2009) 『工業統計調査』  
<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kougyou/index.html>
- 内閣官房 『地域活性化策の推進に関する検討チーム』  
<http://www.cas.go.jp/jp/seisaku/tiiki/index.html>
- 国立市ホームページ  
<http://www.city.kunitachi.tokyo.jp/>
- 帝国データバンク(2009) 『TDB 業界動向』
- 金融財政事情研究会(2008) 『第 11 次業種別審査辞典』

**【ヒアリング先】**

八王子市産業振興部産業政策課

日本立地センター

東京都 産業労働局 商工部 地域産業振興課

立川商工会議所

立川市

中小企業庁