

第3章 米国の地方における企業誘致

3-1 米国の地方自治

米国は、コロンビア特別区等の一部地域を除き、50州の連邦である。各州の内部は、さらに郡や市町村等の行政単位に分れているが、その内容や所掌事務は一様ではない。

3-1-1 連邦と州

米国では、連邦に対する州の独立性が強く、貨幣の発行や外交、外国貿易、帰化と移民、郵便等の連邦憲法規定事項や、度量衡等性質上連邦議会の専権事項と考えられる分野等を除き、州政府が多くの権限を保持している。そのため、連邦憲法や法に違反しない範囲内で、州内の通商、工業、労働、教育、土地等について、連邦の判断を仰がずに独自の政策を打ち出すことができる。したがって、企業誘致においても、州が果たす役割は非常に大きい。

3-1-2 州と地方団体

州憲法によって、州内には、郡 (County)、市 (City)、町 (Town)、村 (Village)、特別区 (Special District) 等の地方団体が設置されている。各州の独立性が強いため、その設置目的、政治的性格、行政的権限、財政規模等は様々であり、一概に説明することは困難である。そのため、ここでは一般的な解説にとどめたい。

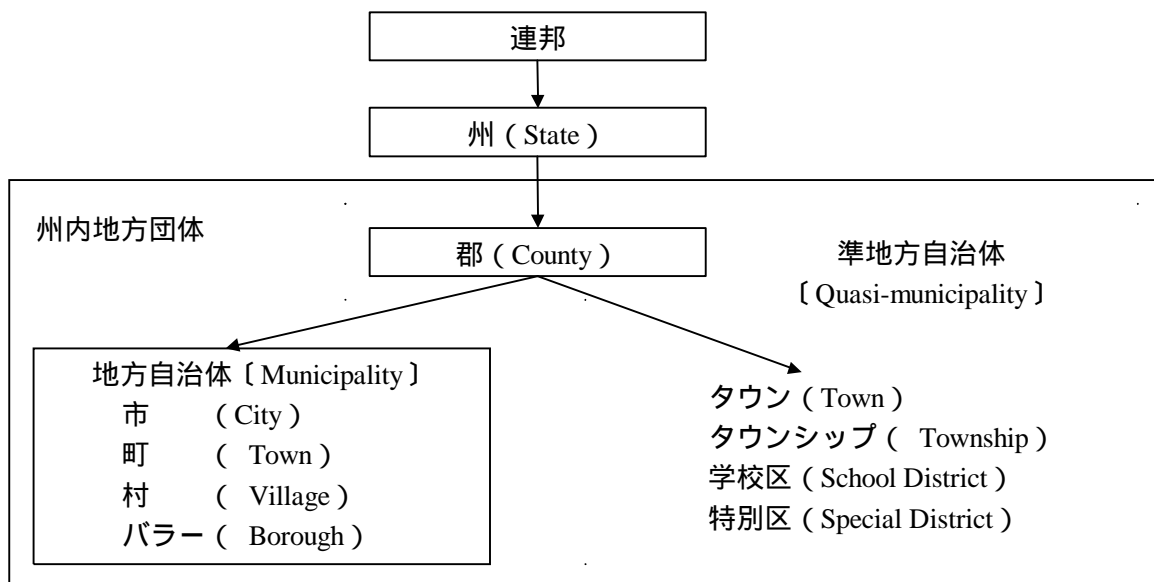
前記の地方団体は、その設立目的と設立経緯により、地方自治体 (Municipality) と準地方自治体 (Quasi-municipality) に分類される。地方自治体は、州による承認を条件とするものの、基本的には住民の意思によって設立されるもので、市、町、村があたる。これらの団体は、その組織と権限を記載している憲章 (Charter) を有している。準地方自治体は、基本的には住民の意思とは無関係に州立法部によって設立され、州政府の出先機関としての性格が強く、郡、タウン、タウンシップ、特別区があたる。

州内に設置されている地方団体の内容とその所掌事務は各州ごとに異なっている。一般的に、郡と市町村は全州に見られるものの、州内全域がいずれかの郡に属している場合がほとんどであるのに対して、いずれかの市町村に属していない地域はかなり見受けられる。タウンとタウンシップは州ごとのばらつきが大きく、前者はニューイングランドの諸州、後者は中部大西洋岸と中西部の諸州に見られる。

地方団体の主たる財源は租税と補助金である。税金の種類や税率は州によって異なるが、

主な税目としては、資産税、相続税、所得税、法人税、消費税等がある。補助金は、連邦や州、郡から交付されるが、その依存度も各地域や地方団体によって異なっている。¹

図表 3-1 米国の地方行政単位



出所：各種文献により第一勧銀総合研究所にて作成

(1)郡

原則として、州の全域はいずれかの郡に分割され、郡内に複数の市町村が含まれている。州政府の下部機関として設けられた単位で、その性格は広域的な行政区画である。主な所掌事務は、課税・徴税、警察、検屍、検察、裁判、刑務所、保健、医療扶助、生活保護、道路、農業関係、小中学校、図書館等である。また、最近では、従来市町村が担当していた消防、救急、公園、下水道、産業廃棄物等の事務も扱う例が増えてきている。

(2)市・町・村・バラー

市・町・村は、ある地域に一定の人口の集中している場合に、その住民の要請に基づいて創設されたものである。名称は州ごとに異なっているが、概ね人口規模の違いによって、

¹ 米国の地方制度については、片岡寛光・奥島孝康『アメリカの政治』早稲田大学出版部、1994、財団法人自治体国際化協会『CLAIR REPORT』No. 029、1991、藤岡純一・自治体問題研究所『特集海外の地方分権事情』自治体研究社、1995、山下茂・谷聖美・川村毅『比較地方自治（増補改訂版）』第一法規、1992、を参考にした。

市、町、村、バラ等と呼ばれている。これらの所掌事務も、州、地域、市町村により様々である。一般的には、市の所掌事務は幅広く、日本の市町村のそれに近い。主なものとしては、教育、保健衛生、警察、司法、消防、福祉、道路、都市計画、上下水道の管理、交通がある。小規模市町村の場合、特に町村においては、郡がそれらの行政機能の一部を代替している場合もある。また、財政面でも、州や郡に依存する割合が高い。

(3) タウン・タウンシップ

郡をさらに細分化したもので、州法によって設置されている準地方自治体である。地方自治体のタウン（町）と名称は同じであるが、異なったものである。地方自治体の管轄区域とタウンの管轄区域は、重複しない場合と重複する場合がある。最近は、上級かつ広域団体である郡や州に事務が移管されているケースも見られる。

(4) 特別区

特定の事務を実施する目的を持って設置される。準地方団体とされるが、設置には州法が定める一定数以上の住民の署名等が必要とされる場合が多く、その点では住民の意思に基づいて設置される地方自治体に似ている。

特定の事務としては、公立学校の教育行政や社会教育、港湾施設、上下水道、交通等が挙げられる。既存自治体の区域を越えて広域での対応が可能であること等のメリットがある。

3-1-3 米国の地方における企業誘致の概要

(1) 歴史

米国の外国企業誘致は、現在は州レベルが中心となって行われている。連邦レベルにおいては、時代ごと、また立法府や行政府によって取り組み姿勢が異なっている。そのため、連邦レベルと州以下のレベルに分けて捉える必要がある。²

連邦レベル

連邦政府は、外国資本の対米投資を促進する施策は、1950年代までは特に講じていなかったが、1961年に、主として国際収支面での効果を期待³して「対米直接投資促進計画」

² 米国の外国企業誘致の動向については、各年の日本貿易振興会編『ジェトロ白書・投資編』に詳しい。また、オハイオ州など6州の最近の動向については、財団法人自治体国際化協会『CLAIR REPORT』No. 125,1996でも述べられている。

³ 米国の貿易収支は、1960年代後半から黒字幅が縮小し、1971年には赤字に転落した。

(Invest in the U.S.)を採用した。さらに多国籍企業の海外進出に伴う米国内での新規雇用の創出を求める動き等も背景にして、同計画は1968年の「国際収支改善計画」に受け継がれるとともに、連邦政府の経済開発局(EDA: Economic Development Administration)と中小企業局(SBA: Small Business Administration)により、外国企業に対する低利融資や補助金交付制度が設けられた。しかし、EDAの制度は貧困地域の経済開発が目的とされ、適用地域が限定されていたため、外国企業の利用はあまり見られなかった。

外国企業の対米投資は、労働者の雇用機会の増加、地域開発、新技術導入による生産性向上、国際収支の好転等により、米国経済に貢献すると好意的に受け止められていた。そのため、優遇制度の創設だけでなく、外国企業への情報提供活動の強化も図られ、1966年には連邦商務省が誘致情報の提供を目的に、パリに産業開発事務所を開設した。

1970年代に入って、対米投資が拡大する中で、オイルマネーに代表される外国企業の直接投資に対して米国内で警戒感が高まり、1974年10月には、対米投資(直接投資と間接投資)の現状と影響についての調査を政府に課す1974年外国投資調査法(Foreign Investment Study Act of 1974)が成立した。2年後にまとめられた報告書は、対米投資の規模が米国経済の規模に比して小規模であること、米国企業が包括的に乗っ取られる懸念はないこと等を指摘し、外国企業の対米投資に対する規制は必要ないとの結論を出した。しかし、依然として議会では警戒感が払拭されず、1976年には再び同様な法が制定される等、以降も複数の規制案が提出された。

1980年代に入ると、外国企業の直接投資が世界経済に好影響を与えることが評価されるとともに、外国企業が自由に米国で投資を行い主要な産業の支配力を増してきているのに対して、外国では米国企業の投資活動が制限されているとの不満が高まり、投資においても「相互主義」の原則が打ち出されるようになった。そのため、それを阻害する諸外国政府の規制や障壁の除去を理由として、対米投資を制限する規制案が提出された。

現在の政権では輸出促進が大きなテーマとなっており、対米直接投資も輸出を拡大するものとして歓迎されている。そして、産業開発補助金に見られるように、連邦政府は州政府や地方団体を通じて間接的なかたちで支援を行っている。

このように、外国企業による対米投資については、連邦レベルでは基本的に歓迎されているものの、外国企業のプレゼンスの高まりとともに、議会ではしばしば警戒感が台頭している。しかし、連邦政府は、ほぼ規制に反対する立場を堅持している。

州レベル

州政府以下のレベルでは、一部に例外があるものの、雇用の創出と地域開発が行われる

ため、ほぼ一貫して外国企業による直接投資を歓迎している。各州は、誘致促進のために、免税措置、低利融資、労働者の訓練と採用支援等の制度を積極的に採用した。

1966年の連邦商務省による在パリ産業開発事務所開設以降、州政府もこれに追随して在外州政府事務所を設置した。また州開発局内への国際部門の設置、誘致対象国の言語での投資案内の作成、ミッションの派遣等、州による外国企業誘致の積極的な取り組みが見られるようになった。特に、1970年代以降は、欧州だけでなく日本に対する働きかけが強まり、在日州政府事務所も開設されるようになった⁴。

やがて、各州間での誘致競争の激化とともに、経済発展が遅れている州を中心として、誘致対象企業へのインセンティブが高騰するケースが見られるようになり、インセンティブ競争に対する懸念が高まった。当時開かれた州際関係諮問委員会（ACIR：Advisory Commission on Intergovernmental Relations）は、企業の立地に大きく影響するのは、租税面でのインセンティブよりも、マーケットへのアクセス、賃金水準、労働組合等であり、本来であればインフラ整備や職業訓練制度の充実を図るほうが重要であるものの、インフラ整備等は費用と時間がかかるため、即効性のあるインセンティブ制度が積極的に採られたものと分析している。

また、民間では、全米商工会議所が外国企業の対米投資を基本的には歓迎する立場をとっていた。

(2)現在の外国企業の対米直接投資状況

1990年以降、外国企業の対米直接投資残高は増加している。国別で見ると、英国が首位で、日本、オランダ、ドイツ等が続いている。日本の残高は1985年から1990年まで急増している。

米国経済に占める外国企業の割合も一定の規模になっており、雇用者数等、米国でのプレゼンスの大きさも無視できない。

外国企業の米国進出に対しては、進出に際して供与したインセンティブに見合う経済効果は期待できないとする意見や、外国企業のM&Aが国家安全保障に影響を与えるとする意見が出されたことはあったものの、一般的には評価されていると言える。特に、州や地方団体に限ってみれば、歓迎されてきたと言って良いであろう。

⁴ 在日州政府事務所は1996年2月段階で33州にのぼる。米国の地方自治体の在日拠点は、州の他にカリフォルニア州サンパナディーノ郡等の3つの地方自治体を加え、アメリカ州政府在日事務所協議会（ASOA：American State Offices Association）を設立し、共同で日本企業の対米誘致活動を行っている。

図表 3-2 国別対米直接投資残高推移

(単位：百万ドル)

	1980年	1985年	1990年	1995年
全世界	83,046	184,615	394,911	560,088
英国	14,105	43,555	98,676	132,273
日本	4,723	19,313	83,091	108,582
オランダ	19,140	37,056	64,671	67,654
ドイツ ^(注)	7,596	14,816	28,232	47,907
カナダ	12,162	17,131	29,544	46,005

注：ドイツの1980年と1985年は旧西独のみ。1990年は旧東独を合算。

出所：日本貿易振興会『1997 ジェトロ白書』

U.S. Department of Commerce 『Statistical Abstract of the United States 1996』

図表 3-3 米国内の外資系企業雇用者数推移

(単位：千人)

	1981年	1990年	%	1992年	%	1993年	%
50州合計	2,402.3	4,704.4	4.9	4,680.9	5.0	4,681.7	4.9
サスカワネ州	65.1	104.7	8.0	111.7	5.2	105.1	8.1
インディアナ州	47.0	126.9	5.7	127.2	4.9	122.6	5.3
カンザス州	14.6	29.6	3.1	27.2	2.3	28.4	3.0

注：外国人（企業、政府等）が10%以上の直接・間接の権益を持っている米国企業が対象。

50州のみの数字で、プエルトリコ等は含まない。比率（%）は、総企業数に占める割合。

1981年は不明。

出所：U.S. Department of Commerce 『Statistical Abstract of the United States 1996』

図表 3-4 米国内の外資系企業資産（土地建物・設備機器）簿価推移

(単位：百万ドル)

	1981年	1990年	1992年	1993年
50州合計	178,003	552,902	631,956	672,604
サスカワネ州	5,318	10,067	12,028	13,122
インディアナ州	1,883	13,426	14,905	15,848
カンザス州	877	5,134	2,714	2,732

注：外国人（企業、政府等）が10%以上の直接・間接に所有権を保有している米国企業が対象。

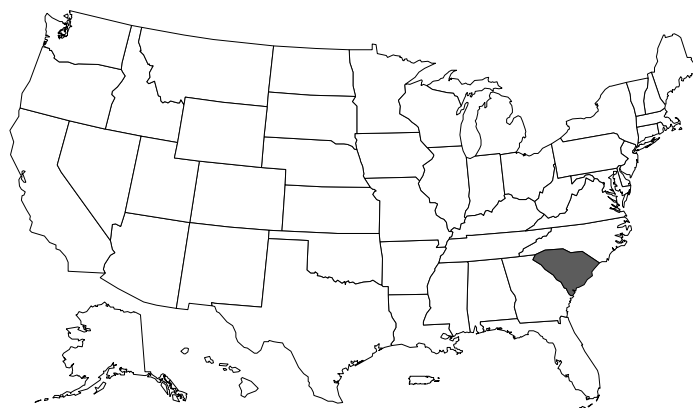
50州のみの数字で、プエルトリコ等は含まない。また1981年の数値は、アラスカ州とハワイ州は含まない。

出所：U.S. Department of Commerce 『Statistical Abstract of the United States 1996』

3-2 サウスカロライナ州における企業誘致

3-2-1 サウスカロライナ州の概要

図表 3-5 サウスカロライナ州とその概要



面積	31,189 平方マイル (80,779 km ²)
居住人口 (1995 年 7 月 1 日)	3,673 千人
州内総生産 (1992 年)	698 億ドル
失業率 (1994 年)	6.3%

出所： U.S. Department of Commerce 『Statistical Abstract of the United States 1996』

サウスカロライナ州は米国南東部に位置している。北部にはアパラチア山脈が走り、東部は大西洋に面している。気候は温暖（温帯～亜熱帯）で、平均気温は冬が 0 前後、夏が 28 前後である。人口は約 367 万人で、静岡県（約 372 万人）とほぼ同じである。面積は 31,189 平方マイル（80,779 km²）で、北海道（83,451 km²）よりはやや狭いものの、静岡県（7,328 km²）の約 11 倍である。⁵州内総生産は約 698 億ドルで、50 州中、中位に位置する。

高速道路、航空路線、鉄道等、州内の交通輸送網も発達しており、州内のほとんどの場所から空港まで車で 1 時間で到達できる。また、南東部のチャールストン港は大西洋岸南部では第 1 位の国際貿易港で、東海岸・メキシコ湾岸全体でも、ニューヨーク/ニュージ

⁵ 日本のデータは社団法人経済企画協会編『地域経済要覧 1996』による。

ャージーについて第2位の規模を誇っている。

従来は、農業と、豊かな水力を活かした北西部の繊維工業が主要な産業であった。1960年代に入ってから州内の工業化が急速に進み始め、北西部にドイツ紡績機械メーカーが進出する等、外国企業の進出も見られるようになった。北西部地域は現在でも州内の中心的な工業地帯となっている。

3-2-2 取り組み主体

(1)概要

企業誘致活動は、州政府の商務省が中心となり、海外に事務所を設置し、積極的に行っている。しかし、このことは、州内の郡や市といった地方団体が独自で誘致活動を行うことを制限・禁止するものではない。実際に、一部の有力な地方団体は独自に誘致活動を行っている。また、複数の地方団体による共同誘致組織や、官民共同の誘致組織も見られる。また、商工会議所や電力会社も独自に誘致活動を行っている。

しかし、州政府は、進出を検討する企業は州政府を交渉窓口としたほうが、窓口が限定されて交渉の負担が軽減されること、広範な情報を入手できること、州政府が多くのインセンティブの権限を持っていることから、企業側にとってメリットがあると考えている。

(2)各主体の機構

州

州政府内では、商務省の経済開発部が企業誘致を担当している。

アライアンス

州内には、地方団体と民間企業が共同で設立したアライアンス（Alliance = 同盟）と呼ばれる共同誘致組織が5つ存在する。アライアンスには、複数の郡にまたがって設立されているものと、ひとつの郡で設立されているものがある。

・グリーンウッド郡経済同盟（The Greenwood County Economic Alliance, Inc）

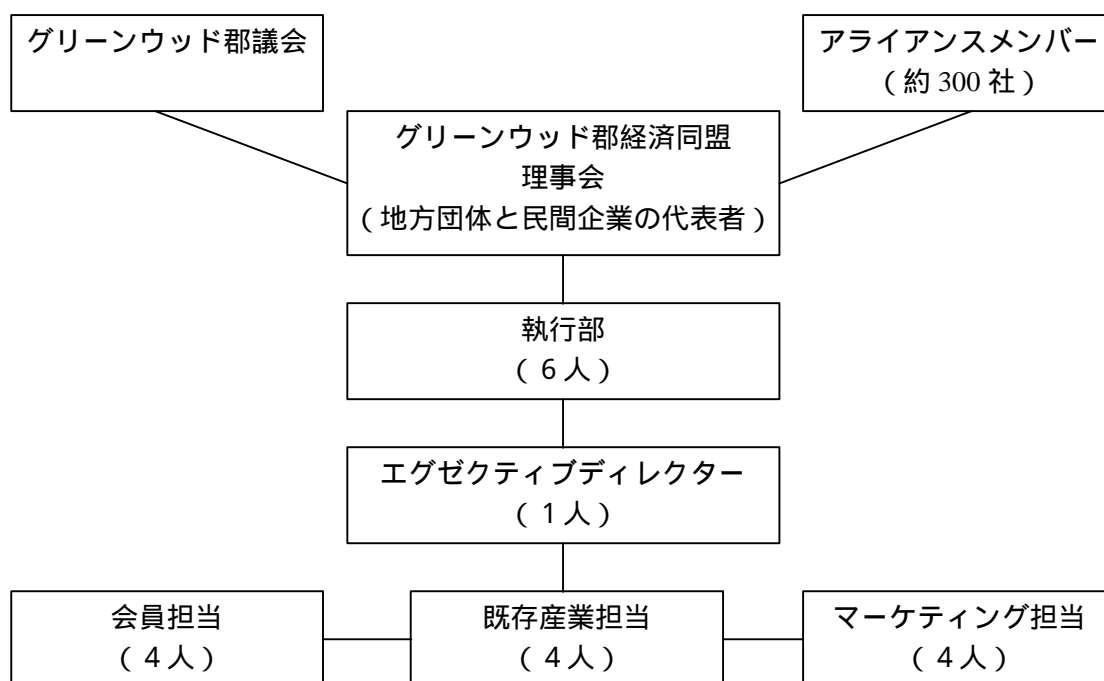
当アライアンスは、グリーンウッド郡地方団体と民間企業（進出外国企業を含む。）の出資により、1986年に設立された。グリーンウッド郡は5つの市によって構成されているが、各市が単独で企業誘致活動を行うことは難しいため、複数の市が共同で取り組むこととしたものである。地域の民間企業も参加し、地域社会の総意として企業誘致を行っている。

組織上は3つの委員会が誘致活動を担当する形態となっているが、実際は、誘致担当者

と秘書の2名で行っている。担当者は別の組織でも企業誘致を経験しており、企業誘致の経験が長くノウハウを持っている。

当地域が企業誘致に成功している理由としては、従来からの工業地帯であるため労働力が優れていること、豊富な水量に恵まれていることのほかに、前述のように、経験の長い誘致担当者を中心として、複数の地方団体にまたがって効率的な誘致活動が行われていることが挙げられる。

図表 3-6 グリーンウッド郡経済同盟組織図



出所：グリーンウッド郡経済同盟資料

・中央カロライナ経済開発同盟（Central Carolina Economic Development Alliance）

当組織は、地方団体（コロンビア市と周辺5郡）と民間企業の出資により、1994年に設立された。当初、当地域では各地方団体が独自に誘致活動を行っていたが、グリーンビルをはじめとする州北西部には多数の外国企業が進出したのに対し、当地域への進出は少なかった。各地方団体ごとの非効率的な誘致活動がその原因のひとつとして考えられたため、広域での共同誘致活動を目的として設立された。まだ設立から間もないため、顕著な実績を上げるところまではいっていないが、今後協力の効果が出るものと期待されている。

商工会議所（グリーンビル商工会議所：Greenville Chamber of Commerce）

当会議所のあるグリーンビルは州北西部の工業地域の中心地である。古くから繊維工業が盛んで、1960年代からドイツ紡績機械メーカーの進出が見られた。現在では郡内企業の約40%は外国企業で、その大半は欧州（特にドイツ）企業である。

会議所全体の年間予算約300万ドルのうち、企業誘致予算は約80万ドルを占めている。それらの資金は、85%が民間企業、15%が地方団体によって負担されている。企業誘致担当者は9人で、そのうち3人がリクルーティング、6人がリサーチを行っている。

電力会社（デュークパワー社：Duke Power）

企業誘致は地方団体やその関係組織だけでなく、電力会社でも行われている。当社内でも企業誘致活動は重視されており、現在では企業誘致担当者は9人となっている。誘致予算は、担当者の給与を含めて年間100万ドルである。

(3) 企業誘致に取り組む目的

州・地方団体

州や地方団体等が企業誘致に取り組む目的としては、雇用の確保と創出が大きい。サウスカロライナ州では、従来は繊維が主要な産業であった。しかし、繊維産業の衰退に伴ない、州内の失業率が上昇し、賃金は低下した。この状況を脱する施策としてとられたのが企業誘致活動である。特に、古くから州への進出実績のあったドイツ企業と、米国への進出時期にあっていた日本企業に働きかけた。その結果、サウスカロライナ州の失業率は、1980年代前半に比べて低下している。また、単なる雇用の確保だけでなく、付加価値が高く、より待遇の良い職場を州民に提供していくことも重視されている。

商工会議所

企業の誘致により、地域の発展と地域企業のビジネスチャンスの増加が見込まれるため、地域の商工会議所も積極的に取り組んでいる。実際に、ある日系企業では、製品の部品だけでなく用度品等も、意識的に地元から購入している。

一般的に、誘致対象企業が既進出企業の競合企業である場合は、商工会議所の誘致活動に対して反対意見が出るのが懸念される。しかし、現在では、そのような反対意見はほとんどないと意見が各所で聞かれた。これは、企業側が強行すれば進出を防ぐことはできないこと、他州や他地域に進出してもその影響は当地の企業にも及ぶこと等から、進出に反対するよりは自地域に取り込んで、競争していくほうが良いと考えられているからである。

電力会社

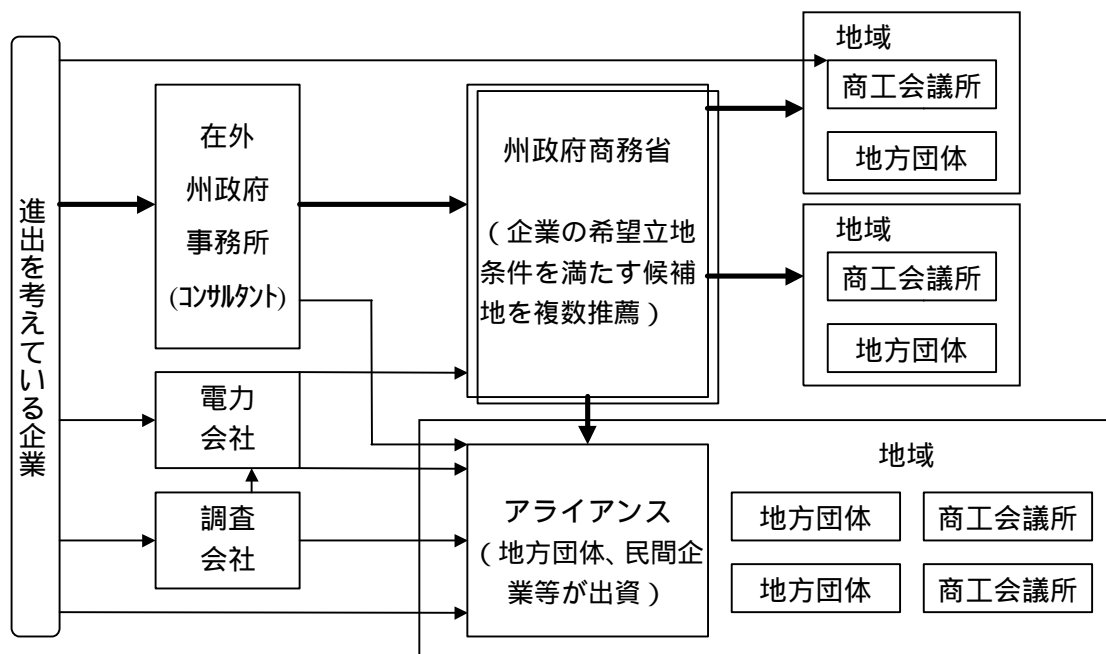
電力会社は、販売電気量の増加のため、顧客層の拡大を図っており、電力消費量や雇用者数の大きい製造業や小売業の誘致を進めている。また、電力供給事業は公共的な色彩が強いため、自社だけでなく、地域の発展も図る必要があると考えられており、その面からも企業誘致活動は重要な業務とされている。

3-2-3 企業誘致活動

(1) 誘致活動のフロー

前述のように、誘致活動実施機関は複数存在するが、各々の活動内容についての取り決めはなく、当該機関が自由に選択できる。しかし、実際は、各機関の権限や組織によって、役割分担の大枠は出来上がっている。例えば、免税等のインセンティブの供与の権限は、州と地方団体にあるが、特に州のインセンティブは内容が充実しており、担当者等の組織面でも充実している。そのため、企業誘致活動では、インセンティブ供与決定権と、企業動向についての情報収集力、企業に対する情報提供能力を持っている州政府が中心となる場合が多い。

図表 3-7 サウスカロライナ州での一般的な企業誘致情報の流れ



出所：ヒアリングにより第一勧銀総合研究所にて作成

一方、アライアンスや商工会議所、電力会社はインセンティブの供与者ではない。そのため、企業に対して州もしくは州内の特定地域への進出を働きかけるとともに、インセンティブ供与の権限を持っている州や地方団体と企業との間に入って、それぞれの希望がかなうように働きかけるコーディネーターとして機能する。例えば、企業に対してはインセンティブ等の情報を提供する一方、州に対してはその供与を働きかける。

このように、サウスカロライナ州では、主として州政府が中心となって企業誘致活動を行っているが、一定の範囲内で各機関も独自に誘致活動を行っている。整然としたフローがあるのではなく、複数のフローが併存しながら、効果を発揮していると言える。

(2) 企業探索と地域への導入

企業誘致の主体

有力地方団体や地域の企業誘致組織、電力会社等も独自に企業探索活動や誘致活動を行っているが、中心となっているのは州政府である。企業誘致は専門的な職能、経験を要すると考えられており、州商務省内に企業誘致専門セクションが設けられている。特に、外国企業誘致担当は専門的な職能が必要と認識されており、国内企業誘致担当に比べて人事異動が少なかった。現在は両部門は統合されているが、総勢約 20 名のうち 3 名は 20 年近く企業誘致業務に従事している。また、弁護士の資格を持つ者も 5 名程度おり、民間のビジネス慣行についても熟知している。

外国企業誘致のための在外事務所を、日本（東京）、ドイツ（ミュンヘン）、韓国（ソウル）に設置しており、企業情報や初期の誘致交渉は各国の事務所が担当している。例えば日本事務所の企業誘致スタッフは 3 名（投資担当 1 名、貿易担当 1 名、秘書 1 名）で、機動的な企業誘致活動を行うことが重視されている。また、企業誘致活動を行うためには相応の経費が必要とされ、人件費と事務所賃借料を含んだ在日事務所の活動費はおおよそ月間 400 万円程度となっている。

1983 年の在日事務所設立後、様々な企業誘致活動が行われたが、数年間はまったく実績があがらなかった。成果が見られるようになったのは、新知事の就任を契機に開催した 1986 年の投資セミナー以降である。これは JETRO の支援を受けてニューヨークで開催したもので、約 150 社の在米日本企業のトップや管理者を対象に、州知事以下 30 名程度の要職者が州の投資環境について説明を行った。このセミナーがきっかけとなり、当時米国工場の新設を検討していた富士写真フィルムが、サウスカロライナ州への関心を示し、複数の候補地を検討した結果、1988 年に州西北部のグリーンウッドに進出した。この PR 効果は大き

く、1985年に2件、1987年に2件と低調だった企業誘致は、1988年には富士写真フィルムを含め10件にものぼった。このことから、有名大企業が立地することのPR効果は非常に大きいと認識されている。

誘致対象企業の選定方法

・業種

企業誘致の最大の目的は雇用の確保であり、誘致対象企業は雇用者数の多い製造業が中心となっている。誘致機関によって、さらに業種が選別される場合もあるが、その程度は異なる。また、既進出企業の競争企業を誘致する際の地方団体、誘致機関の対応にも差異が見られる。

・対象企業の発掘

勧誘方法としては、雑誌への広告掲載、DM発送、ミッション派遣、セミナー開催が一般的に行われている。ミッションは、州が企画し、地方団体や各地の誘致機関、電力会社等の担当者を集めて派遣するケースが多いが、電力会社や誘致機関が独自に派遣するケースもある。

誘致機関が情報の入手先としているのは、州の在外事務所、既進出企業、民間調査機関等である。民間調査機関の利用は、誘致機関が調査料を支払って対象企業の発掘を行う調査委託のかたちだけでなく、民間企業から立地調査の委託があった場合に自地域を推薦してもらえるように調査機関に働きかける場合も見られる。

情報入手に際しては、既存のネットワークの活用が重視されており、特に重視されているのが既進出企業である。ミッション派遣の際は、進出既企業から紹介をもらい、その取引先や関係会社に対して勧誘するケースが多い。

進出情報の信憑性、正確性には注意が払われており、常に最新情報を入手するように心掛けられている。州商務省は、年間150～200社の民間企業に接触し、誘致勧誘と情報の収集を行っている。

・勧誘方法

誘致企業の規模、組織の程度により、当該企業の進出時に誘致機関が関与する程度は異なる。大企業であれば、企業もしくは企業が委託した調査会社が主体的に進出地を探るため誘致機関の関与は比較的少ないが、中小企業の場合は、州等に依存する部分が多くなる。

一般的なフローでは、企業がサウスカロライナ州進出に関心を示した段階で、州政府は当該企業の専任担当者（プロジェクトマネージャー）を決定する。プロジェクトマネージャーは、企業から進出希望地の条件を聴取し、各地域の特徴を勘案して、条件に適合した

複数の候補地を企業に提示する。例えば、西北部のグリーンビルは以前からの工業地帯であり、労働者の質が高い。そのため、ハイスキルを求める企業に向いている。一方、コロンビアは大手配送業者の集荷場があり、配送を重視する企業に向いている。そのほか、立地環境等の調査や州での諸手続を行うとともに、様々なビジネス上の課題（法律事務所選定、ファイナンス等）についても、企業に専門家を紹介する等の支援を行う。

誘致交渉にあたっては、交渉段階である程度のプラン（進出候補地、進出時のインフラの整備）が整っていて、具体的に提示できることが重要であることと、企業誘致活動といってもマニュアル化できるものは少なく、企業誘致担当者が良きセールスマンであること、誠実であることが重要であると指摘されている。

(3)アフターケア

州政府のプロジェクトマネージャーは、企業の進出後も、数年間は当該企業に対する州政府側の窓口となり、州内での操業がスムーズに進むように支援を行う。また、商工会議所等の地域の誘致機関も企業の要望を聴取している。これは制度化されているものではなくて、地域や誘致機関、進出企業によって内容に差異が見られる。

企業の駐在員やその家族に対しても配慮がなされており、駐在員の家族のためには日本人補習校⁶が設置されている。日本人補習校は、州都コロンビアは1985年、西北部のグリーンビルは1989年に設立され、通常は土曜日に3時間程度数学や日本文化について授業が行われている。駐在員の家族に対する英語教育のボランティア活動等も行われており、州政府や地方団体、地元の人々に、外国人を温かく迎え入れる雰囲気があると指摘されている。

⁶ 海外において日本人駐在員の子弟が教育を受ける学校の形態としては、全日制日本人学校（日本人学校）、現地校、国際学校（インターナショナルスクール）、補習授業校（補習校）、その他の教育機関が挙げられる。補習校は、現地校や国際学校に通学している日本人生徒を対象に、土曜日や放課後を利用して日本語で授業を行うもの。日本人学校と同様、現地の邦人の要望によって設置される。維持運営は現地の邦人、日本企業関係者、在外公館員等の代表者によって構成された運営委員会によって維持運営され、運営経費は、主として父兄の負担する授業料その他によってまかなわれるが、日本政府も教材費の一部および若干の講師謝金等の補助を行っている。教師は、現地に在住する邦人や大学、研究所等に勤務する人の中で、教職経験者や教員免許状を持っている人たちに委嘱している場合が多い。（長谷部正治編『新訂版海外子女教育マニュアル』財団法人海外子女教育振興財団,1987）

3-2-4 インセンティブ

(1) インセンティブの概要

インセンティブの供与は州、地方団体によって行われるが、特に州のインセンティブが充実しており、大きなウェイトを占めている。その主な内容は、免税措置と職業訓練の提供、インフラ整備である。企業に対する補助金交付制度は存在しない。

州政府のインセンティブの供与対象は製造業に限定され、立地地域による制限が付されているものもある。進出規模や時期、地域等によってもインセンティブの内容は異なる。例えば、州政府が企業の進出を促進している地域では、インセンティブを厚く供与している。インセンティブの内容については、州商務省の担当者から示されるが、その内容については、個別に州政府や地方団体と交渉することができる。

しかし、既進出企業からは交通網や確保できる水質・水量等の立地環境を最重要視するという意見、誘致機関からはインセンティブよりも立地環境の優位性を企業への訴求ポイントにするとの意見が聞かれ、双方からインセンティブが最終的な決定要因ではないとの指摘もされている。これは資金力に優る大企業や、優れた立地環境の地域にとっては当てはまることと考えられるが、中小企業や特段の優位性を有しない地域では、インセンティブの及ぼす影響は大きいものと考えられる。

(2) 免税

法人所得税、法人認可料、売上税・使用税、資産税について、免税措置が講じられている。

法人所得税は、事業活動による所得に対して源泉課税される。州外に本社を置く外国企業は、全所得のうち州内の事業活動に源泉する所得を、州内の資産、支払給与、売上高に応じて課税される。しかし、フルタイム従業員 10 人以上を新規雇用した場合は、その雇用者数に応じて原則 5 年間控除措置が講じられる。控除額は立地場所によって異なり、地域開発の進んでいる高度開発地区では 1 人当たり 1,500 ドル、標準開発地区では 2,500 ドル、開発途上地区では 3,500 ドル、最も遅れている未開発地区では 4,500 ドルとなっている。税負担の 50% を超えることは認められないが、その年に控除できなかった分については、さらに 10 年間繰り越すことができる。従業員用の社内託児所の設立・運営費も、10 万ドルもしくは従業員 1 人当たり 3,000 ドルを限度として控除が認められる。インフラ設備の建設改善費用も、1 万ドルを限度として 費用の 50% の控除が認められる。州内での本社や支社のオフィス設置費用も、建設費もしくは 5 年間の賃借料の 20% の控除が認められる。

法人認可料は、払込資本金および払込剰余金 1 ドルに対して 10 分の 1 セントと年間 15 ドルを納税するものである。しかし、州内に本社または支社を設立した場合、75 人以上の雇用創出（うち 40 人は管理職または専門職）を条件として、建設費または 5 年間の賃貸料の 20% が控除される。

売上税は小売売上、有形動産のリース・レンタル収入に対して、使用税は州内で使用・消費・保管する目的で州外の小売業者から購入した有形動産の使用・保管・消費に対して課税される。しかし、製造に用いる機器や備品、修理部品、最終製品の一部となる材料、製造過程で消費される工業用電力や燃料は課税対象から除外される。

資産税は、郡・市レベルで不動産・動産に対して課税される。評価額は州税務委員会、税率は州法によって定められている。しかし、在庫品と無形資産、水質汚染や大気汚染等の除去や軽減を目的とした工場設備は非課税とされる。また、5 万ドル以上の投資により新設・拡張された工場は、郡の課す資産税が 5 年間免除される。さらに、設備投資が 8,500 万ドル以上の施設については、郡と税額や納税手続について交渉することができる。

(3) 職業訓練

州の職業訓練制度では、「技術教育プログラム(TECH: Technical Education Comprehensive)」が注目され、中でも「特殊訓練校(Special Schools)」の制度が興味深い。

例えば、2 年制の職業教育講座では、製品デザイン、試作品の開発、工程管理、マネージメント、品質管理等の技術が教育されている。この教育制度は全米で最も長い歴史をもち、内容も充実しており、他州や外国の職業訓練校のモデルケースとされている。

特殊訓練校は、特定の企業の要請に応じて人材を募集し、就労希望者に対して、就労前に州の予算でトレーニングを実施する制度である。新規にサウスカロライナ州に進出する企業だけでなく、既に進出している企業も利用できる。

教育内容は講義と実技からなり、受講生が工場配属時から即戦力となって働けることが重視され、仕事の内容、必要とされるスキル等を企業から聴取して、オリジナルのカリキュラムが作成されている。また、可能な限り配属される職場と同じ条件のもとで教育が行われており、例えば、実技では企業から借り受けた機械を用いたり、実際に配属される工場で行われる場合もある。富士写真フィルムが本制度を利用した際は、日本で撮影されたビデオを参考にして、チームコンセプト、トータルクオリティー、ISO9000 シリーズ等を盛り込んだカリキュラムを州が作成した。また、一部の受講生は州の費用負担により日本の工場に派遣され教育を受けた。

図表 3-8 サウスカロライナ州の特殊訓練校制度の流れ

企業がサウスカロライナ州への立地を決定し、工場設立等事業立ち上げ準備開始。同時に州の”Pre-Employment Training System”の適用申込。

州は、テレビや新聞等のメディアを通じてトレーニングへの参加希望者を、企業の進出場所から 30～50 マイルの地域で募集。募集者数は企業の採用予定人数の 2 倍以上。応募は、現在就職している人も応募できるように夜間まで受付。

トレーニング実施。期間中、優秀者を数名選定し、州の費用負担で企業の本国に派遣し、約 2 ヶ月の OJT を実施することも可能。工場操業開始後、管理者として事業の運営にあたる。

トレーニング修了後、採用予定者数の 1.2 倍程度に対し、トレーニング修了証明書を交付。

企業は、トレーニング修了者の中から必要な人材を採用。（面接選考等）

出所：州政府資料およびヒアリングにより第一勧銀総合研究所にて作成

特殊訓練校制度の受講者が全員当該企業に採用されるわけではなく、スクールへの参加状況、受講態度、チーム活動への適性の有無等により数段階の選別が行われる。この選別は州の Job Agency が一括して行うが、最終的な選別は企業が行う。選別後も、試用期間（平均 5～6 週間）中に企業が適性がないと判断した者は不採用とすることができる。

特殊訓練校制度が設立されたのは、衰退傾向にあった繊維産業やゴム手袋製造業の従事者を他の産業に移動させることがきっかけとなっていた。1961 年の設立後、延べ 1,000 社以上、17 万人以上が利用している。最近の受講者の平均年齢は 31 才で、現在よりも高度で待遇の良い仕事を希望する就職者が中心となっている。

本制度は、一部の日系企業からは、高度な技術取得は望めないとの指摘があったものの、概ね既進出企業から高く評価されている。企業側のメリットとしては、人材採用のために事前に長期間渡米する必要がなくなること、工場建設中に労働者の教育ができるため工場完成から時間を置かずに操業を始めることができること、管理職候補者に対して事前に日本で OJT を実施することにより企業と管理職候補者との事前のコミュニケーションが十分とれること等が挙げられる。また就労希望者にとっても、事前に必要なスキルが習得できるとともに、経営方針、企業風土、職務内容等の把握ができるというメリットがある。

州政府も本制度は企業誘致に大きな効果があると考えており、資金面⁷、人員面⁸を含めて、特に問題と考えている点はない。

本制度は、結果として既存企業の従業員を転職させることになる場合もあるが、特定の1社から同時に多人数を引き抜くわけではないため、既存企業からの反発もない。また、本制度に税金を投入することに対する州民や企業からの反対も聞かれない。

(4) インフラ整備

企業が進出地を決定して実際に工場を建設する際には、州政府が、土地の購入、工場への取付道路の整備、電力会社の配電、上下水道整備等のまとめ役となり、調整を行う。

また、地方団体は州政府から補助金の交付を受けて、企業誘致のためのインフラ整備を行うことができる。例えば、企業が進出に際して道路整備等を望む場合は、地方団体と州政府が協議を行い、同プログラムを利用して企業の要望に応える。

企業の進出に伴って地域のインフラが整備されることも、地場企業が新規企業の進出を歓迎する要因のひとつとなっている。

(5) その他

連邦の定める発行条件等を満たしている場合には、州政府が産業振興債（IRB：Industrial Revenue Bond）を発行し、企業に対して低利融資を行うことができる。

3-2-5 当地に進出した企業の事例

(1) TCM Manufacturing, USA, Inc.

進出の経緯

東洋運搬機の子会社で、フォークリフトを製造している。

外国で開催された会議で、以前より検討していた米国進出の意向を漏らしたところ、当地の所有者から購入の打診があり、立地条件も良好であったため購入した。当地を選択したのは偶然であり、立地場所選定にあたっては州の支援は受けなかった。

利用したインセンティブ等

進出に際しては、特殊訓練校制度を利用した。70時間の教育により、メートル法からフ

⁷ 顧客企業向けのプログラムをつくるのに1,500万ドル以上の費用がかかっているが、資金削減の話がでたことはないとされている。

⁸ スペシャルスクールの講師として、州政府は専任インストラクター60人と、パートタイムインストラクター（地元企業の技術者である場合が多い。）800人を雇用している。

オークリフトの操作等まで従業員を教育した。管理職の採用についても州の支援を受け、現社長も他社からの転職者である。

電力会社からも、当工場への電線の無料引込工事と、進出当初の料金割引を受けた。

その他

進出後も、年に1回程度、州政府の担当者が来社し、当社から要望を吸い上げている。

商工会議所内には「コミティー100」と呼ばれる地域経済発展のためのグループ活動があり、当社社長も参加している。地域経済発展のために資金や時間を提供することは当然であるとされ、資金負担（5,000～8,000ドル）も行っている。

(2) 富士写真フィルム

進出の経緯

1989年に進出し、オフセット印刷用紙、ビデオテープ、レンズ付きフィルム等の製造工場と配送センターがある。

米国市場の規模は大きく、以前より進出を検討していた。具体的な立地場所の選定には、専門の調査会社（米国）を利用し、当社の提示した条件（工業用水の確保、処理費用等）に適合した候補地の中から選定した。南部の4州が最終候補として残ったが、前記の条件が最も良かった当地に決定した。

利用したインセンティブ等

インセンティブでは、免税制度も利用したが、特殊訓練校制度が大きく評価されている。他地域に比べて労賃は高いが、ハイテク企業は労働者の質が重要であり、労働力の重要性がよく理解されている当地に優位性があると考えられている。

(3) Hitachi Electronic Devices(USA), Inc.

進出の経緯

日立製作所電子デバイス事業部の所管のブラウン管製造工場で、1991年に操業開始した。従業員は約1,000人で、そのうち日本人は20人程度である。

以前から米国への進出は検討していたが、テレビ（ブラウン管）のダンピング問題が発生して、日本から米国への輸出が困難になったことが直接の契機となった。

立地場所の検討にあたっては調査会社を利用している。選定にあたっては、安定した動力が得られること、最新鋭設備を稼働させるので良質の労働力が得られること、大量の水が得られること、排水処理が容易なことを重視した。当地への進出を決定したのは、既に

一定のインフラが整っており操業開始までのスケジュールが短期間で済むこと、顧客への配送が容易なこと等が最大の要因で、州や郡の勧誘が最終的な決定要因となったものではないとされている。しかし、サウスカロライナ州の誘致活動は他州に比べて積極的であったとも指摘されている。

利用したインセンティブ等

免税措置を利用しているが、その内容は、他州でもほとんど同レベルであると考えられている。特殊訓練校制度は、進出時、規模拡大時に利用している。効果はあるものの、ノギスの使い方等の基本的技術が中心で、限界も感じられている。より専門的なことを求める場合は、当社から教育担当者を派遣する必要があり、負担が増すと指摘されている。

その他

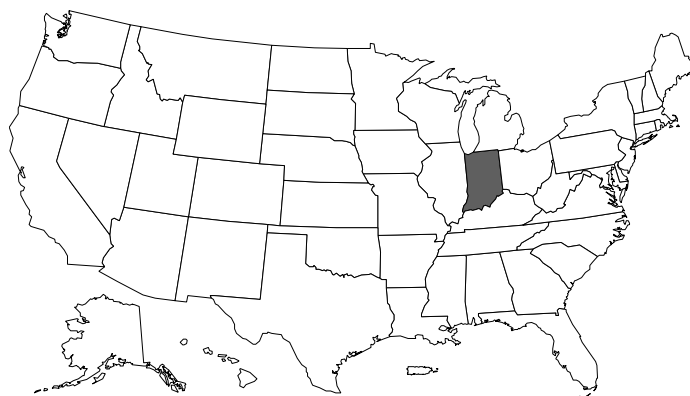
進出後も、州、郡との関係は順調であるとされている。しかし、会社、個人とも、特に定期的なフォローアップは受けていない。郡オフィスとの接触は、公私両面で比較的多いが、州政府との接触については、日本人幹部は把握していない。

当地の人は総じて親切で、南部特有の歓待 (Southern Hospitality) が評価されている。

3-3 インディアナ州における企業誘致

3-3-1 インディアナ州の概要

図表 3-9 インディアナ州とその概要



面積	36,420 平方マイル (94,328 km ²)
居住人口 (1995 年 7 月 1 日)	5,803 千人
州内総生産 (1992 年)	1,216 億ドル
失業率 (1994 年)	4.9%

出所： U.S. Department of Commerce 『Statistical Abstract of the United States 1996』

インディアナ州は米国中央平原北東部に位置している。北西は五大湖のひとつミシガン湖に接しており、五大湖とセントローレンス川を通じて大西洋と結ばれている。また、州南部にはオハイオ川が流れ、ミシシッピ川を通じてメキシコ湾とつながっている。面積は 36,420 平方マイル (94,328 km²) で北海道 (83,451 km²) よりも大きい。人口は 5,803 千人で、千葉県 (5,754 千人) を若干上回り、岡山県 (1,939 千人) の約 3 倍である。⁹

インディアナ州は、高速道路、航空、鉄道、水運等の交通網の要衝で、「米国の十字路」と呼ばれている。特に 7 本の高速道路は州都インディアナポリスを中心として発達しており、インディアナポリスからシカゴまで約 4 時間、デトロイトまで約 6 時間半で移動する

⁹ 日本のデータは社団法人経済企画協会編 『地域経済要覧 1996』による。

ことができる。

農業が盛んで、大豆、とうもろこしの主要産地となっている一方、製造業も従事者数が人口の約 30%を占める等盛んである。特に鉄鋼業と自動車関連産業、組立機械、医薬品および医療機器等が知られている。

インディアナ州は州法で借金財政を禁じているため、州政府の活動は堅実である。現在では約 20 億ドルの剰余金があり、企業の税負担を軽減する努力がされている。また、州内には、電気、水道、ガス等の整備が行われた安価な造成済工業団地が 100 ヶ所以上ある。初期投資コストが低いことも企業にとっての大きな魅力となっている。また、州内には、有力な大学が多く、州の人々の教育レベルは高い。勤勉が重視される中西部の倫理観も残っているとされている。

インディアナ州は、1980 年代の景気低迷時には深刻な不況に襲われて失業率が上昇し、一時は「錆ベルト」と呼ばれた。これをきっかけとして、雇用の確保を大きな目的として外国企業誘致が積極的に行われるようになり、日本の自動車メーカーの工場誘致の成功等比較的早期に成果が上がっている。

3-3-2 取り組み主体

(1)概要

州通商局経済開発部が中心となって活動している。他に、市等にある経済開発公社、商工会議所、電力・ガス会社等の民間企業も、州政府やその在外事務所と連携して取り組んでいる。

(2)各主体の機構

州

州通商局職員 150 人のうち、新規外国企業の誘致を担当しているのは約 25 人である。そのほかに、各地域の郡、市、商工会議所、官民共同の誘致機関等に約 200 人の誘致担当者がいる。各地域の誘致担当者は自治体職員の場合もあるが、郡・市の商工会議所や経済開発公社のメンバーであることも多い。地域の誘致担当者は、通常はそれぞれの地域に駐在し、州政府職員と協力しながら企業誘致を行っている。また、州がミッションを外国に派遣する際は、地域の担当者も参加している。

州内の様々な誘致主体では、企業誘致に際して必要とされる税金等の実務知識を得た

CED¹⁰ (Community Economic Developer) が従事している。CED の資格を取得していなくても自由に企業誘致活動を行えるが、特に当州には CED の有資格者が多いと言われている。

州政府は、日本のほか、オランダ、カナダ、台湾、中国、韓国、シンガポールに在外事務所を開設している。日本事務所は 4 名で運営され、代表は米国人であるが、他のスタッフは日本人である。日本人スタッフのチーフは同事務所に 12 年勤務しており、その間 150 社以上の投資プロジェクトに関与している。また、過去には連邦商務省との直接契約に基づいて市場開発のためのコンサルティングを行っていたこともあり、現在でも連邦商務省や産業界に幅広い人脈をもち、それらの情報チャネルを活かして、当州への企業に誘致に結びつけている。

経済開発公社 (コロンバス市経済開発公社 : Columbus Economic Development Board)

郡、市の企業誘致は、商工会議所でなく、資金面、人材面で銀行、電力会社等に支えられた経済開発公社と呼ばれる組織が行っている場合もある。経済開発公社は、市レベルでの新規投資促進と既進出企業の事業の維持を目的とする非営利団体である。企業誘致は、政治的に中立を守り、継続して行う必要がある。また、誘致だけに注力する必要があり、市や商工会議所の業務の片手間に行うことは困難であると考えられている。そのため、それらの組織と協力する必要はあるものの、組織は独立させおくほうが良いと考えられている。

コロンバス市経済開発公社は、1976 年に設立されたが、実質的に活動が始まったのは設立から 5 年後の 1981 年からである。その後は経済情勢にも恵まれ、2 ~ 3 年で成果を上げることができた。

当公社の専任職員は担当者 (誘致経験 12 年) と秘書だけである。年間の予算は 30 万ドルで、会員となっている地元企業と、企業進出や経済開発によってメリットを享受すると考えている銀行、建設会社、出版会社、製造業者等が負担している。会員には 2 種類あり、最低年 6,000 ドルの会費を払って月 1 回会合に参加するもの (30 社)、年 2,500 ドルの会費を払って年 4 回会合に参加するもの (10 社) がある。また、企業のほかに、市長、大学長、職業訓練校の校長等も参加している。

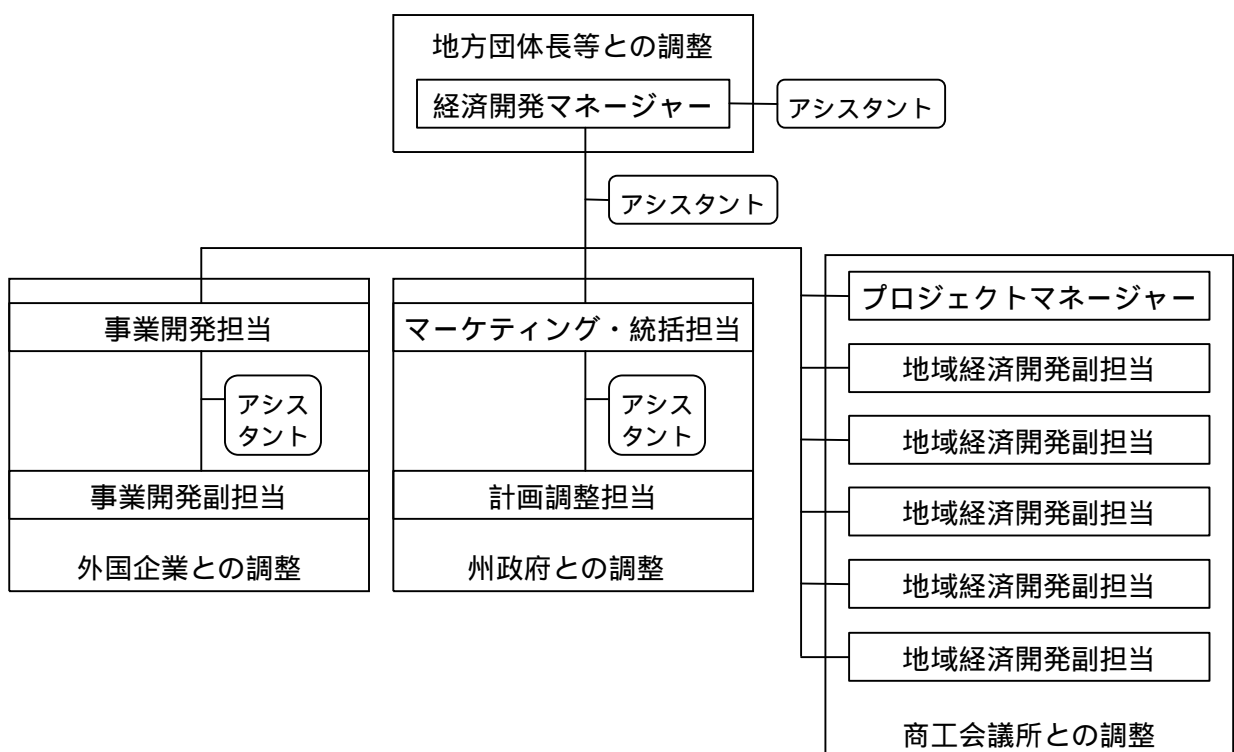
電力・ガス会社 (ピーエスアイエネルギー社 : PSI Energy)

全米 13 位の規模で、インディアナ州全 92 郡のうち 69 郡に電力を供給しており、625,000

¹⁰ 全米組織である、American Economic Development Council が認定する資格。同協会が中心となって地域経済開発の専門家を育成しており、一定のレベルに達した者を CED として認定している。

人の顧客を抱えている。同社は企業に情報を提供する部署として経済開発部を設置し、各地域の人口動態や、工場用地、建物に関するデータを提供している。これらのデータは、自社の営業所や、大学等から収集したものである。また、データの提供だけでなく、企業からの情報収集や、当州への誘致活動等も行っており、当社のヘリコプターを利用して誘致対象企業を候補地に案内するサービスも行っている。

図表 3-10 PSI Energy 社経済開発部組織図



出所：PSI Energy 社資料

また、資金面でも誘致活動を支えている。州政府は、政府内の誘致担当部門と在外事務所の経常的な運営費用以外には企業誘致に関わる予算を持っておらず、ミッション派遣やセミナー開催等の費用は電力・ガス会社等が負担している。その他、郡、市、商工会議所の誘致活動に対しても資金等の援助を行っている。これらの企業は地域の経済開発により利益を得ることができるため、州や地方団体等の行う企業誘致活動に協力的であり、資金負担にも前向きに対応をとっている。企業誘致を自ら行っているという当事者意識を強く持っているとも指摘されている。

(3)企業誘致に取り組む目的

州・地方団体・経済開発公社

現在の州の平均失業率は3.2%程度で、1982年の12%に比べかなり低下している。しかし、住民に対して、引き続き雇用を確保することと、より高度な産業を誘致して付加価値の高い雇用機会を創出することが、企業誘致の大きな目的とされている。また、一部に残っている雇用機会の少ない地域での雇用創出も重視されている。

電力・ガス会社

自社の顧客開拓による電力・ガスの需要の増加が企業誘致の直接的な目的であるが、州全体の経済開発も大きな目的となっている。PSI Energy 社内での企業誘致活動の位置づけは高く、誘致担当部署として経済開発部が1986年に設立され、現在は人員15人、年間予算270万ドルで運営されている。中心となっている担当者は既に8～15年の経験を有している。

また、州商務省の誘致活動に対しても、誘致資料作成費用の一部を負担する等、人材面、資金面で大きな貢献をしている。また、自社でも独自に州のPRパンフレットを作成したり、企業が求めていると考えられる資料（電力・ガス関係以外の資料も含む）をそろえて州政府を通じて対象企業に交付している。これらの資料に掲載するデータも、自社の営業網等を通じて独自に収集している。

3-3-3 企業誘致活動

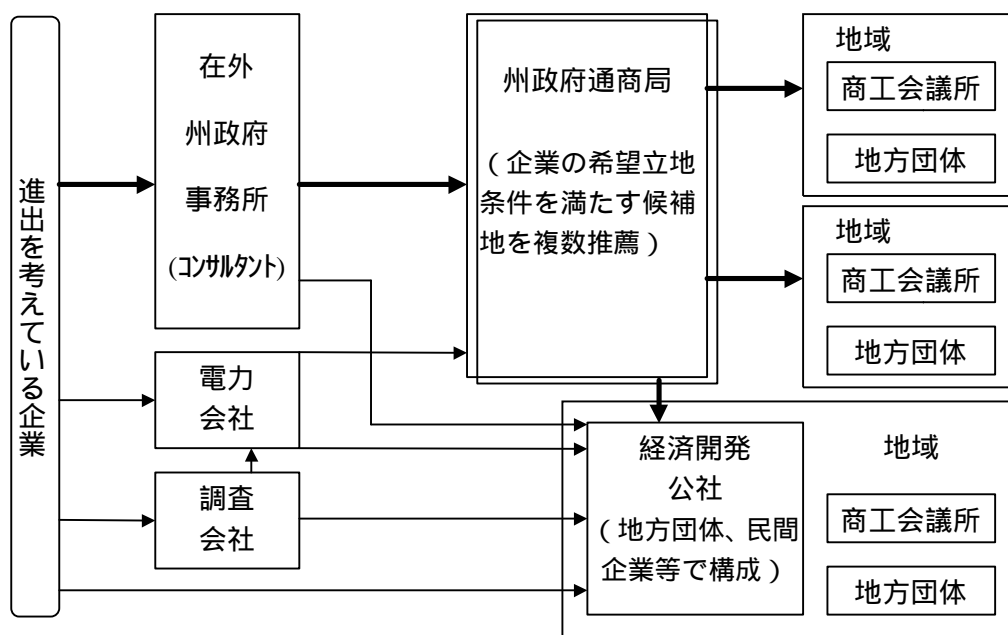
(1)誘致活動のフロー

対象企業の探索は州の在外事務所で行う。在外事務所等を通じて対外進出の動きのある企業の情報を収集しているが、州が得た情報は、自動的に各地の地方団体に流れるような仕組みにはなっていない。州が得た情報は、企業の希望する面積や交通の便といった立地条件を州が検討し、それらの条件と合うと考えられる地方団体にのみ流される。州内の候補地が絞り込まれてからは、各地域レベルでの対象企業への働きかけが強く求められる。一般的には、郡・市の企業誘致担当者は対象企業の関心を高める努力を行い、企業が関心を示した段階で郡や市のトップが企業に対してセールス活動を行っている。州政府はこのような地域レベルでの誘致を支援する立場となっている。

インディアナ州への投資を誘導するといった勧誘初期の段階では州通商局が主体となる場合が多いが、地方団体や経済開発公社といった関連誘致機関、電力・ガス会社等が独自

に誘致活動を行っている。そして、情報収集や企業への訪問のために、地域団体は州の在外事務所に対して、電話、FAX、E-MAIL、面談等により積極的に接触している。例えば、コロンバス市経済開発公社の担当者が来日する際は、州の在外事務所が企業訪問のアポイントメントや交通機関やホテルのアレンジメントを行うほか、企業訪問時に職員が同行して通訳を務める場合も多い。これは制度化されているものではないが、双方の担当者の目的が一致しているため、相互に協力している。また、同じ担当者がドイツ企業やフランス企業に訪問する際には、州のアムステルダム事務所の手助けは受けず、独自にアポイントをとって訪問している。その場合、交渉は英語にて行われており、言葉の壁がその差異を生んでいると考えられる。

図表 3-11 インディアナ州での一般的な企業誘致情報の流れ



出所：ヒアリングにより第一勧銀総合研究所にて作成

(2) 企業探索と地域への導入

企業誘致の主体

対象企業の発掘段階では、州通商局、特に在外事務所の役割が大きい。在外事務所では、インディアナ州への投資を検討している企業に対して、現地ホテルの予約、案内役や移動のための車やヘリコプターの手配等、現地視察のアレンジメントも行っている。

また、一部の有力な地方団体や経済開発公社は独自に活動している。

誘致対象企業の選定方法

・業種

州内の地域ごとに誘致したいと考えている企業の業種が異なるため、州政府では誘致対象企業の業種の選択は特には行っていない。しかし、地域レベルでは、誘致に際して企業間の競争関係が意識され、業種が特定される場合もあるのではないかと指摘されている。

電力・ガス会社が主として考えている誘致対象企業は製造業である。現在は自動車関連企業を中心であるが、今後はエレクトロニクス関係の企業を誘致したいとしている。その他、商業の誘致にも取り組んでいるとの意見も聞かれた。

・対象企業の発掘

勧誘方法として、州政府の主導により、ミッションの派遣、セミナーの開催が行われている。また、重要企業に対しては、企業側の母国語で作成した資料の配布を行っている。

情報の入手先としては、既に進出している企業が重視されている。例えば、ミッションの派遣時には、それらの企業から紹介を受けて企業を訪問している。電力・ガス会社や地域の誘致機関が情報を入手した場合、州政府や州の在外事務所に連絡をとり、協力しながら誘致活動を進めている。州政府は利用していないが、地域の誘致組織では企業誘致を専門にするコンサルタントを利用しているところもあると言われている。また、電力・ガス会社も 100 社程度のコンサルタントに対し、資料の送付や電話により接触を図っている。また、誘致担当者が個人的に親しくしている大企業の CEO を通じて情報を収集する例や、展示ブースを出展しない場合でもトレードショーに参加して海外企業等と接触している例が聞かれた。

・勧誘方法

勧誘時には、資料提供の迅速性が重視されている。例えば、外国企業が在外事務所に情報提供を求めてきた場合、在外事務所では当日中に州政府通商局の担当者に連絡する。州政府通商局は企業の希望条件に合う地域を複数選定し、当該地域からの資料収集後、直ちに在外事務所へ FAX で送付する。そのため、企業は州の在外事務所に情報提供を求めた翌日には関連資料を入手することができる。

州政府は、企業に対して各候補地の立地条件について助言は行うが、特定の企業に特定の地域を勧めることは、企業側から依頼があっても行っていない。当州では外国企業の立地が分散しているが、州が意図して分散したものではないとされている。

(3)アフターケア

郡や市の企業誘致担当者は、誘致時だけでなく、企業の地域への進出後も支援を行っている。支援の内容は、従業員採用や販売先紹介等のビジネスに直接関係するものだけでなく、駐在員子弟の学校、病院の世話等にも及ぶ。このようなアフターケアは、基本的には地域レベル（郡、市、商工会議所等）が対応するが、そこだけで対応できない場合は州政府も対応する。州政府をはじめとする各誘致機関の担当者は、進出後3年程度で進出企業を黒字化させたいのとの意向を持って誘致とアフターケアに取り組んでいる。

また、アフターケアの一環として、郡や市の誘致担当者がかなりの頻度で訪日し、進出企業の本社を訪問して要望等を聴取している。同様のことは電力・ガス会社によっても行われている。例えば、進出地の工場を訪問するだけでなく、ミッションで来日し、重要な顧客を訪問した際にも、地域に対する希望を聴取している。

3-2-4 インセンティブ

(1)インセンティブの概要

当州への進出に際しては、免税、職業訓練、インフラ整備等のインセンティブが講じられる。これらは州政府によるものと、市町村によるものがあり、その内容は、各地域、各企業の投資規模によって異なる。市町村が講じるインセンティブについては、企業と市町村の間で決められ、州政府は直接的には関与しない。

一時は誘致競争に伴うインセンティブの高騰を懸念する声が聞かれたが、現在では各州間で暗黙の基準ができていて、そういった懸念は少なくなっているとされている。

(2)免税

法人所得税、資産税、在庫税、売上税・使用税等に対して減免措置がある。

法人所得税は、事業区域（Enterprise Zone）あるいは経済活性化区域（ERA：Economic Revitalization Areas）内の企業に対して認められる「雇用費用の控除」（被雇用者1名について最高1,500ドル）、「債務利息支出の控除」（債務利息の5%相当額の控除）、「投資控除」（投資額の1%相当額の控除）がある。このほかに、事業区域以外でも認められる「カレッジおよび大学寄付金の控除」「エネルギーシステム費控除」「調査費控除」「産業復興税控除」（一定の条件を満たす遊休工業設備に対する投資に対する控除）等の制度がある。

資産税は、不動産（土地および建物）と一定の有形動産に対して地方団体レベルで課税

される。指定された経済活性化区域において資産を所有し、当該不動産に改良を加えたり、新規製造設備を設置する者は、資産税の減額措置を受けることができる。中古の製造設備を州外から経済活性化区域に移築する場合、当該設備は減額措置の対象となるが、土地は対象とはならない。経済活性化区域の設置は、当該地を管轄する地方団体に対して資産所有者が申請し、一定の審査を経て認められるが、その手続は複雑であり、弁護士に相談することが勧められている。

州際在庫税については、州際取引とされる資産に対しては課税が免除される。

売上税・使用税については、原料・機械類・工具等製造工程で直接使用される品目および直接製造に使用される装置類の購入、州際取引による販売、政府機関への販売、公害防止設備等は課税が免除される。

(3)職業訓練

企業が新規採用および現職の従業員の職業訓練を行う場合、その訓練費用の一部（原則50%未満）を補助する「トレーニング 2000」と呼ばれる職業訓練プログラムがある。訓練費用には、企業の本国からのトレーナーの受入費用や従業員の日本での研修費用（いずれも賃金、福利厚生費、旅費、滞在費）、トレーニングマニュアルの作成費用と翻訳費用、トレーニング用機械の購入費用等が含まれる。本制度を利用できる企業は、新規設立または操業中の製造業、流通業で、補助期間は1年間または2年間である。新規進出企業が「トレーニング 2000」を利用することによって、他社の社員が引き抜かれることもあるが、特に問題視はされていない。このほかに、インディアナ州職業技術訓練大学（アイビーテック）が職業技術訓練教育を行っており、州内企業であれば利用することができる。

(4)インフラ整備

一定の条件の下で、連邦政府が市町村にインフラ整備のための補助金を交付する制度がある。例えば、「産業開発基礎整備プログラム」は、新規雇用者の51%以上を低所得者や中所得者から採用することを条件として、人口5万人以下の市、町、郡（レーク郡を除く）に対して連邦政府が補助金を交付して、上下水道、道路の建設、拡張を行わせている。また、州政府が、郡、市、町、経済開発公社等に対して資金を貸し付けることによってインフラ整備を行う「産業開発交付資金」等のプログラムがある。

一般に大規模工場等が進出する際には、取付道路、鉄道引込線、上下水道、ガスや電気の引込工事等が、州政府等の費用負担により提供される。また、工場の敷地についても、造成されたうえで低価格での貸与が行われる場合もある。これらのインフラ整備は、企業

側にもメリットがあるが、地方団体側にも、従来価値が低かった土地が再評価されて固定資産税収入が増加するメリットがある。

(5)その他

産業監視オンブズマン

当州で事業を展開するために必要な許認可の申請準備やその取得を支援するとともに、利用できる政府機関や、民間財源による産業支援プログラムについての情報を提供する窓口である。企業だけでなく、地方団体や地方の経済開発団体、経済開発公社等も利用することができる。

金融支援制度

民間企業のために州または地方団体が発行し、一般金融機関よりも低金利で融資する「産業振興債（IRB：Industrial Revenue Bond）」の制度がある。債券の購入者が購入したIRBの利子を控除するためには、連邦政府の内国歳入規約にしたがって発行されている必要がある。

外国企業誘致のための金融支援制度は、インディアナ州独自のものはない。しかし、市町村が独自に設けている場合もあり、その内容等はそれぞれの判断に委ねられている。

3-3-5 当地に進出した企業の事例

(1)Subaru-Isuzu Automotive Inc. (SIA)

進出の経緯

当社は富士重工業といすゞ自動車の合弁工場で、1987年に設立された。

当初は進出先としてケンタッキー州が有力であったが、州と郡から提示されたインセンティブの内容が良かったこと、地元パーデュー大学があり優秀なスタッフが得やすいこと、従来からの工業地帯で労働者の質が高いことから当地に決定した。

利用したインセンティブ等

インセンティブの内容は、工場敷地の貸与、工場周辺のインフラ整備、税金減免、トレーニング費用の負担で、総額8,600万ドル（約112億円）¹¹になると言われている。州の一部では、工場誘致のインセンティブにではなく教育に使うべきだとして供与に反対する意見があったが、郡レベルでは、地元の雇用が増加すること、道路・上下水道の整備に伴な

¹¹ 1988年8月26日付東京読売新聞朝刊による。

い住宅地が拡大すること、土地の評価額が上昇して固定資産税収入が増加すること等、地元の受けるメリットが理解されていたので、反対はなかった。この SIA の誘致成功が、トヨタ自動車の米国第 3 工場の誘致成功に大きく影響したと考えられている。

地方団体以外では、インディアナ・ガスが無料で配管工事を行っている。

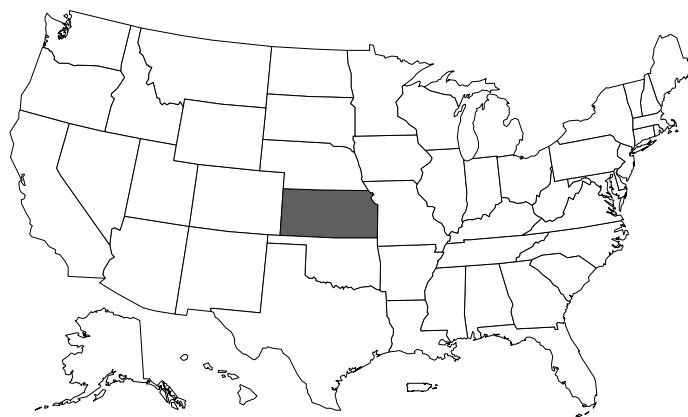
その他

アフターケアの面では、PSI Energy 社が当州の日本人会で作成している冊子に広告を掲載するとともに、編集作業も協力している。

3-4 カンザス州における企業誘致

3-4-1 カンザス州の概要

図表 3-12 カンザス州とその概要



面積	82,282 平方マイル (213,110 km ²)
居住人口 (1995 年 7 月 1 日)	2,565 千人
州内総生産 (1992 年)	562 億ドル
失業率 (1994 年)	5.3%

出所： U.S. Department of Commerce 『Statistical Abstract of the United States 1996』

カンザス州は米国中西部に位置し、「米国のへそ」と呼ばれている。面積は 82,282 平方マイル (213,110 km²) で、北海道 (83,451 km²) の約 2.6 倍、新潟県 (10,938 km²) の約 19.5 倍である。人口は 2,565 千人で、新潟県 (2,482 千人) を若干上回っている。¹² 気候は温暖ですごしやすい。ヨーロッパ系移民により開拓され、現在でもプロテスタント的な勤労精神の伝統が残っているとされている。

交通網も発達しており、州内を多くの高速道路が貫き、ミズーリ川、ミシシッピ川を通じて水路でもシカゴやニューオリンズと結ばれている。また、2つの国際空港を含む13の主要空港から全米に航空路線が伸びており、航空機によってカンザスシティからシカゴやアトランタまでは90分以内、ニューヨーク、ロスアンゼルスには3時間以内で到達できる。

¹² 日本のデータは社団法人経済企画協会編『地域経済要覧 1996』による。

鉄道も全米4位の線路総延長距離(約9,800km)となっているほか、カンザスシティのターミナルの年間貨物取扱量はシカゴに次ぎ全米第2位の規模となっている。

産業は、農業や牧畜業が有名で、従来から農業州として知られている。小麦や畜産(カンザスビーフ)の産出量は全米1、2位を争っており、世界的なブランドとして認知されている。現在でもカンザスシティは全米きっての農畜産物の一大集散地となっている。そのほか、航空機産業や医薬品産業等の優れた産業集積もあるが、そのような分野に強い州であるということはいまだあまり知られていない。

当州が、企業誘致に積極的に取り組み始めたのは約10年前からであるが、その背景には、石油ショックで航空機産業が、ソ連のアフガニスタン侵攻に伴う農産物の対ソ禁輸で農業が打撃を受けたことが指摘されている。

3-4-2 取り組み主体

(1)概要

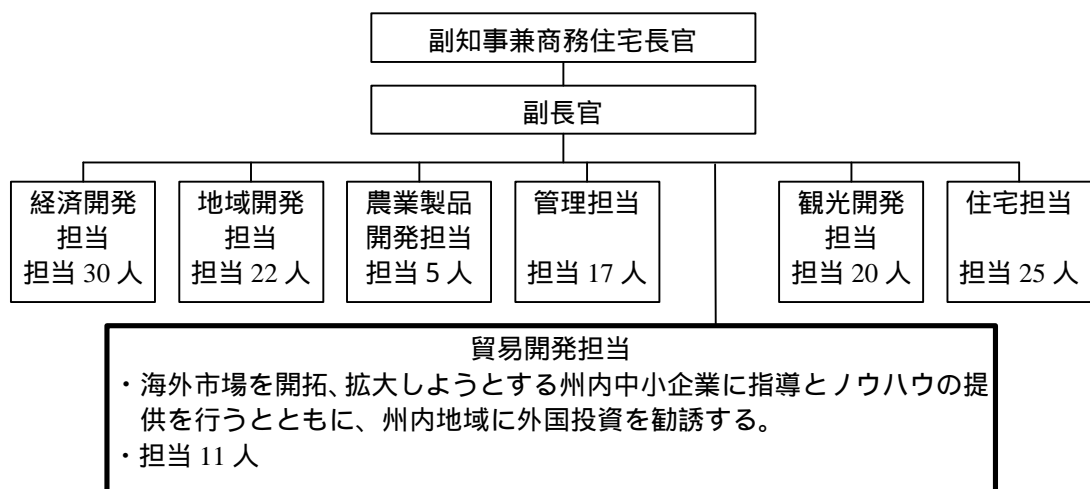
州政府の商務住宅省が中心となっており、前述したサウスカロライナ州、インディアナ州に比べて州主導の色彩が強い。

地域レベルでは、商工会議所も誘致活動を行っているが、州政府の発掘した企業に対する働きかけが主で、海外で独自に企業を発掘するところまではいっていない。

(2)各主体の機構

州

図表 3-13 カンザス州商務住宅省組織図



出所：カンザス州商務住宅省資料により第一勧銀総合研究所にて作成

商務住宅省の貿易開発局が、輸出促進とともに企業誘致活動を行っている。

商工会議所（ハッチンソン商工会議所：The Greater Hutchinson Chamber of Commerce）

商工会議所も企業誘致に積極的な姿勢を見せている。例えば、州中部にあるハッチンソン商工会議所は、従来から農機具の修理製造企業があり溶接技術を持つ労働者がいること、近くに航空機産業の集積地があり協力企業が得やすいこと等をセールスポイントとして企業誘致に取り組んでいる。会員数は約 1,400 で、業種も多様である。職員 12 人のうち、誘致担当者は 1 人だけであるが、30 年の経験を持っているベテランである。

(3) 企業誘致に取り組む目的

州・地方団体

カンザス州の失業率は、過去 20 年間、全米平均を下回っており、他州ほど失業が大きな問題となったことはない。しかし、対ソ農産物禁輸時には失業率が上昇したこと、今後の農場での機械化の進展に伴ない余剰労働力が発生する可能性があること、大学卒業生の州外流出が懸念されること、自己の持つ能力に比べて付加価値の低い職業に就いている労働者が存在していることから、今後とも雇用を創出していくことと、より付加価値の高い職場と産業を創出していくことが必要とされ、その手段として企業誘致が重視されている。税収増加も、企業誘致の目的ではあるが、長期的な目標とされている。

商工会議所

地域振興の観点から企業誘致活動を行っている。

3-4-3 企業誘致活動

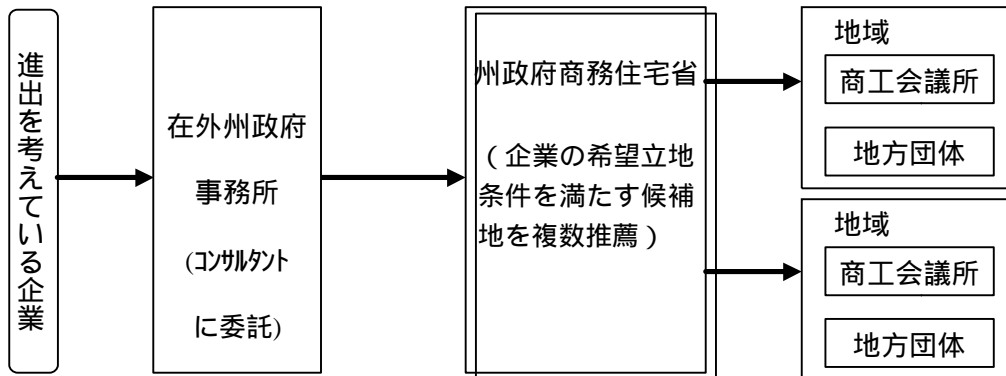
(1) 誘致活動のフロー

一般的には、まず州商務住宅省が在外事務所を通じて情報収集と州への誘致活動を行い、関心を示した企業に対しては州内地方団体や商工会議所も個別に誘致活動を行う。州と地方団体、商工会議所は密接な関係を築いていて、頻繁¹³に情報を交換している。

州政府は、企業に対して州内への立地を勧誘して複数の候補地を推薦するが、アドバイスに止まり、進出地の最終決定はあくまでも企業の選択に委ねられている。

¹³ ヒアリング事例では 1 週間に 1 回程度。

図表 3-14 カンザス州での一般的な企業誘致情報の流れ



出所：ヒアリングにより第一勧銀総合研究所にて作成

(2) 企業探索と地域への導入

企業誘致の主体

主導権は州政府商務住宅省貿易開発部にある。同部には4~5人の企業誘致担当があり、そのほとんどが“Director”クラスである。これは、海外進出という企業にとっての重要戦略を支援するには、誘致専門家であるだけでなく、責任ある地位についていることが必要であると考えられているからである。日本企業の担当（欧州企業の担当と兼任）は2人おり、そのうち1人は15年、もう1人も10年の誘致経験を持っている。

州政府が誘致の主導権を握っているのは、地域が主導権をとると企業側が混乱すること、まずは州内への立地を促すことが重要であること等が認識されているからである。特にカンザス州は工業州としての知名度が低いため、そういった取り組みが必要であると考えられている。

州政府の在外事務所は、カナダ、シドニー（オセアニア、東南アジアを管轄）、ブラッセル（ヨーロッパ）、東京（日本を管轄。韓国、中国は本国で管轄。）にあり、企業誘致を行っている。

誘致対象企業の選定方法

・業種

誘致対象のセグメント化は行っていない。また、新規企業を誘致した際に、既存企業から反対されたことはないとされている。

・対象方法の発掘

情報の入手先は、主に州の在外事務所、JETROのような各国の機関、大使館等である。そのほかに、企業の関心を引き付けるために、広告、セミナーの開催、企業への個別提案活動、現地視察の便宜供与等を行っている。しかし、他の州よりも目立って積極的に宣伝活動を行っているわけではなく、既進出企業等とのネットワークが最も重視されている。また、在外事務所の運営を委託する等、州レベルでコンサルタントも活用している。

・勧誘方法

企業が進出先の決定を行う前には、多数の地域を比較検討したうえで、10カ所程度の地域に候補地の絞り込みを行うが、その候補地に残るような地道なPR活動を行っている。

また、企業誘致活動は10年～20年と継続することによって徐々に企業の集積が進んで地域経済に影響を与えると考えられており、長期的継続的に取り組むことが重視されている。

企業がカンザス州への進出を検討する際には、州政府は地域の様々な民間専門機関のリストの提示や各種データの提供を行う。諸手続の代行は行わないが、アドバイスは行っている。

(3)アフターケア

企業の進出後のアフターケアは、基本的には郡や市等の地域レベルで行っている。しかし、州も誘致担当者が企業に接触することにより、企業の意向を汲み取るような動きを取っている。進出企業からも、州政府や地域の担当者との間には信頼関係ができていて、意見を言いやすいと指摘されている。

カンザスシティには日本人補習校¹⁴が設置されている。

3-4-4 インセンティブ

(1)インセンティブの概要

州内への誘致企業へのインセンティブとしては、免税、職業訓練、インフラ整備がある。その供与については、業種による選別はなく、小売業でも供与を受けることができる。企業への補助金の供与は、州民の理解が得られないため行っていない。

(2)免税

法人所得税については、州法の基準を満たした企業は、新規に創出した雇用に応じて納

¹⁴ 日本人補習校自体は、我が国の文部省が地域に立地した企業やその家族等からの要望に基づいて設立する。

税額が優遇される「雇用創出税額控除」、新規投資額に応じて優遇される「投資税額控除」を受けることができる。前者は新規雇用1人につき1,500ドル(州政府が指定した都市圏外地域では、新規雇用1人につき州法人所得税2,500ドル、適格とされた従業員については連邦法人所得税500ドル)、後者は新規投資10万ドルについて法人所得1,000ドルが控除される。そのほかに、自国の業種平均賃金以上の給与を従業員に支払う等の条件を満たす場合には、投資税額控除が受けられる制度や、研究開発費の控除制度がある。

資産税については、地方団体は、企業が、商品の製造、研究開発、他州向け取引用商品の保管に使用する土地建物、機械等の評価額の全部または一部を免除することができる。

在庫税は、すべての製造業者、販売業者の在庫について免除される。

(3) 職業訓練

連邦政府の職業訓練制度である「カンザス州職業訓練パートナーシップ法プログラム(JTPA: Kansas Job Training Partnership Act) (訓練中の従業員の賃金の最高50%を補助する。)のほかに、州独自の職業訓練制度として「カンザス州産業訓練プログラム(KIT: Kansas Industrial Training Program) (雇用前研修と現場再訓練プログラムからなり、費用はKITが負担する。)、 「カンザス州産業再訓練プログラム(KIR: Kansas Industrial Retraining Program) (再建中の企業の従業員および保有技術や知識が古くなった従業員を対象に再訓練を行う。)等がある。外部講師招請費用等だけではなく、進出企業の親会社からの指導員派遣費用も補助金の対象となるが、事前に州と個別に交渉する必要がある。また、中小企業であっても前記制度は利用できる。

従業員を訓練することによって企業の業績が伸び、業績の伸びに伴って従業員の採用が増加して地域が発展することが認識されており、訓練プログラムに税金を投入することに対する州民の反対は聞かれない。

前記の職業訓練プログラムの利用とその資金の調達、州内の労働力市場の状況等についての企業からの相談には、企業誘致の窓口である州商務住宅省が応じている。

(4) インフラ整備

連邦住宅都市開発省の地域開発基金制度に基づき、州商務住宅省は地方団体の行うインフラ整備事業に対して補助金の交付を行っている。地方団体は、この資金を、上下水道や道路等の整備だけでなく、特定の企業のための土地建物の取得、機械設備の購入、周辺施設の改良、運転資金融資に充当することができる。

(5)その他

連邦政府、州政府の一定の制限の下で免税扱いの産業振興債（IRB）を発行して企業へ貸し付ける制度がある。また、電力会社等も、企業進出後数年間はエネルギー料金の割引を行っている。

KTEC（Kansas Technology Enterprise Corporation）

最新のテクノロジーを製品化することにより、カンザス州企業の成長と州への新産業誘致を図ることを目的として1987年に設けられた資金とコンサルテーションのプログラムである。エネルギー会社や銀行等の民間企業と州が資金を負担しており、州は宝くじやレースの収入を充当している。当州は、航空機産業や医薬品が強く、関連する部品産業やR & D拠点の設立に期待がかかるが、KTECは産学共同研究等を効果的に機能させている。

3-4-5 当地に進出した企業の事例

(1)TSW PRODUCTS CO., INC.

進出経緯

当社は、東大阪市にあるタカコ精機株式会社の子会社で、1991年に設立された。油圧機械用の部品を製造している。社長以下全社員が米国人で、日本人駐在員はいない。

タカコ精機株式会社は米国への進出を以前から検討していたが、計画が具体化したきっかけは、同社の社長が当社の現社長と出会ったことである。進出先として当地を選んだ理由としては、労働者の質が良いこと、協力企業が得やすいこと等のほかに、現社長の出身地で人脈があったことが大きい。また、進出が成功した要因としては、現社長が、親会社と州政府、市、商工会議所等の間に入って、コーディネーター的な役割を果たしたことが大きい。

利用したインセンティブ等

労働者の訓練制度と、税金の減免措置を利用した。

3-5 米国の地方における企業誘致の特徴

(1) 誘致遂行機関

連邦政府は企業誘致には関与せず、各州政府の企業誘致セクションが中心となって誘致活動を行っている。特に州の在外事務所での情報収集活動が重視されており、現地出身者を雇用して、長期安定的に取り組まれている。例えば日本には、全米 50 州のうち、33 州が在外事務所を設置し、多くの事務所で日本人が働いている。

在外事務所で収集された情報は、州政府が誘致の候補地として適当であると判断した地方団体や同地の商工会議所、地方団体と民間企業との共同誘致組織に伝達される。それら地域の諸団体と州政府は、インセンティブの提示等で連携を保ちながら、企業に対して進出を働きかける。一部の有力な地域では、州政府からの情報提供だけに頼ることなく、独自に企業に接触するとともに、誘致活動を行っている。

また、上記のような公的団体だけでなく、電力会社も誘致活動を行っており、州政府のミッション派遣や誘致資料作成等に対して資金面で援助するだけでなく、人材と資金を投入して、独自に企業と接触し、情報収集に努めている。

いずれの組織でも、誘致担当者は専門家として位置づけられており、豊富な経験、広い人脈を持つとともに、一定の権限を持っている。また、コンサルタント契約も適宜利用されており、行政の枠に縛られず、機動的かつ柔軟に対応することが可能となっている。州の在外事務所も、コンサルタント契約¹⁵で運営されている場合が多いと言われている。

(2) 誘致目的と方針

近年の誘致活動の活発化は、1980 年代のリセッションに端を発しており、雇用の維持が大きな目的とされていた。現在では、リセッション時に比べて失業率は低下し、調査を行った 3 州ではそれほど問題視はされていない水準となっているものの、引き続いて雇用を維持していくことと、所得水準向上のためにより付加価値の高い職場や産業の誘致を行うことが大きな目的とされている。

また、企業誘致による地域経済の発展と、それに伴う地場企業の商取引等の拡大が期待されることから、商工会議所や民間企業も誘致に取り組んでいる。特に電力会社は、自社顧客の増加のため、積極的に取り組んでいる。

¹⁵ 在日事務所であれば、コンサルタント契約委託料(日本事務所運営費用)は年間数千万円と言われている。

(3)企業の探索

州の在外事務所が中心であるが、州政府と電力会社も広く探索活動を行っている。

在外事務所の情報源は、新聞記事等のオープンとなっているものだけでなく、独自のネットワークが重視されている。州内での情報源としては、既進出企業、外国企業の在米子会社、日本領事館、外国銀行が挙げられており、特に自州に進出している企業が重視されている。

地方団体は、一部の有力団体は州政府と同様な活動を行っているが、大半の団体は州政府に依存している。

また、情報掘り起こしの方法としては、ミッション派遣、セミナー開催、DM発送が行われている。

(4)企業の地域への導入・進出後のアフターケア

在外事務所は、入手した情報を直ちに州政府に報告するとともに、迅速に企業が求める情報を提供する。州政府は、電力会社や、郡、商工会議所等が備えている地域情報を収集して、在外事務所に送付し、現地での誘致活動を支援する。

州政府では、在外事務所および進出候補地と密接な連絡をとりながら、担当者が企業に対して、インセンティブを含む様々な支援策や進出条件等の交渉を一元的に行う。企業の関心が深まった場合は、州や郡・市の首長がトップセールスを行う。

進出先が決定してからも、企業が直面する諸手続や、協力企業の確保や従業員の採用等の様々な経営課題、住居、学校、病院等の外国人駐在員の生活に関わる問題に対しても、州と地方団体等が連携してあたっている。地域の誘致機関は、駐在員の生活面に関与する機会が多いが、自らに決定権限がない州のインセンティブについても、企業と州政府の間に入って、州政府に対する働きかけを行い、コーディネーター的な役割を果たしている。

(5)インセンティブ

各州で、税金の減免、インフラ整備、州の費用負担での労働者の職業訓練、低利融資等が行われている。企業に対する補助金は、特定企業に対して現金を供与することが納税者の理解を得にくいいため、一般的なインセンティブではない。しかし、州の費用負担により造成した工場用地の低料金での貸与、税金の減免、職業訓練の実施等、実質的に企業の初期投資が低くなるような仕組みがつけられている。また、これらのインセンティブは一括パッケージとして誘致対象企業に提示され、企業側が理解しやすいような仕組みとなっている。

各州間の誘致競争により、一時はインセンティブの行き過ぎを懸念する声が聞かれたが、最近では州政府等が供与するインセンティブの額と、進出企業が地域にもたらす経済効果のバランスがよく考えられている。新聞紙上で報じられているインセンティブの額は、工場用地の取得・造成費用、域内の道路や上下水道の整備、労働者の訓練費用などの総計で、いずれも地域や住民に資産として残るものである。¹⁶

進出企業からは、インフラ整備、労働者の職業訓練制度を評価する意見が聞かれたが、大企業を中心として、必ずしも最終的な決定要因とはなっていないとする指摘も多かった。

また、電力会社やガス会社も、料金の割引制度等を設けて支援している。

(6)全体

米国の企業誘致担当者等は、日本の地方自治体と米国の州政府等の取り組みを比較して、違いを次のように指摘している。

取り組みに対する経験や姿勢の違い

州では、州知事の選挙公約が企業誘致であることも多く、知事自らが積極的に企業誘致に取り組んでいる。また、早くから外国企業を誘致対象にしており、在外事務所を設置し、15年から20年かけて外国企業の誘致に努めている。日本の地方自治体は、まだ取り組み始めたばかりであり、外国企業誘致経験の蓄積がまだ十分ではない。また、米国に比べると、首長をはじめとする行政担当者の取り組み姿勢も総じて弱い。

市場環境

米国には、大きな市場だけでなく、豊富かつ低廉な事業用地、労働力等、外国企業が立地に関心を示せば提示できる魅力的な事業環境がある。日本は、企業誘致体制だけでなく、事業環境も十分ではない。また、整備された工業団地等の情報も、米国企業まで十分伝わっていない。

インセンティブ

米国では、州政府等の判断により機動的に大きなインセンティブが講じられているのに対し、日本ではインセンティブの運用が機動的であるとは言えない。

¹⁶ 最近では、インディアナ州エバンスビル北部に建設されるトヨタ自動車の米国第三工場に対して、州政府が2,980万ドル分のインセンティブを供与すると報道されている。(1995年12月4日付日経産業新聞)