

山梨県における中国系企業誘致の可能性に関する研究

－ 山梨国際観光創業特区の設立に向けた中国四川省での調査結果 －

特区分科会調査グループ

代表：吉田 均¹⁾ 代表：塚田 涼子²⁾

内藤 博貴 (山梨県立大学国際政策学部 4 年)

菅原 萌 (同 2 年)

篠原 希美 (同 2 年)

A research about the possibility of direct investment
by Chinese company in Yamanashi

YOSHIDA Hitoshi, TUKADA Ryoko

キーワード：地域開発 海外直接投資 インバウンド観光

Key words : community development, foreign direct investment, inbound tourism

1. 調査組織¹⁾

本研究は、2007年に設立された甲府商工会議所観光政策研究会²⁾を母体としている。同研究会は、山梨県の国際観光（インバウンド）に関する政策提言のための研究会として誕生した。中国系の富裕層をターゲットとした外国人観光客の誘致をテーマに、行政、企業、大学、商工会議所の役割分担とその連携方法を、ハード・ソフトの両面から検討し、同年度末に山梨県知事に政策提言を行うことを目的としていた。この研究会は、(株)山梨総合研究所専務理事の早川源を委員長、(株)印伝屋上原勇七社長の上原重樹を副委員長に、宝石産業からは(株)石友社長の松葉惇、交通関係からは山梨交通(株)常務取締役の雨宮正英、(有)丸三タクシー社長の石川一、観光関連からは富士屋ホテル(株)副社長の小池雅彦、(株)JTB関東甲府支店支店長の

山田邦明、山梨県観光情報(株)理事長の田中正喜、(株)湯村ホテル専務取締役の山本重光、そして山梨県観光部国際観光振興室室長の窪田克一室長、甲府商工会議所専務理事の渡辺恭史、山梨県立大学国際政策学部准教授吉田均の12名で組織された。事務局は、同会議所に置かれ、地域振興部部長の北井武国と同振興課係長の佐藤達也が担当した。

さらに2007年、同研究会の過程で、観光関連での構造改革特区の可能性を検討するため、新たに特区分科会が設立された。設立当初の委員は、山梨県商工総務課課長補佐の手塚伸、甲府市観光開発課課長の七沢福富、同政策課係長の坂本竜也に、観光政策研究会から窪田室長と吉田の2名が加わった³⁾。そして事務局には、同研究会同様、甲府商工会議所の北井部長と佐藤係長のほか、さらに学生スタッフとして、塚田涼子（山梨県立大

1) 山梨県立大学 国際政策学部 国際コミュニケーション学科

Department of International Studies and Communications, Faculty of Global Policy Management and Communications, Yamanashi Prefectural University

2) 財団法人日本生産性本部

Japan Productivity Center

学3年)、滝隼人(同3年)、篠原里奈(同3年)、下斗米あい(同3年)、渡邊佑奈(同3年)、竹内正樹(同2年)、兜森ふみ野(同1年)の7名の山梨県立大生が参加することとなった。

2. 調査概要

(1) 調査目的

内閣府の構造改革特区制度を利用した山梨観光創業特区(仮)を設立するためには、その設立条件として、認定後の利用可能性を実証するための調査データが必要となる。本件の場合、中国国内での調査により、山梨県に投資可能性のある中国系企業をある程度発見する必要がある。本調査は、そのための基礎調査として、中国四川省における山梨県への投資意向調査として実施された。

したがって本調査の目的は、以上の調査を通じて、神戸市・新潟市などで既に特区認定されている、「地方公共団体の助成等による外国企業支店等開設促進事業(No.512)」を緩和要件とする特区を設立することにあつた。それにより非補助金分野による優遇措置(在留資格の付与)を獲得し、山梨県内への旅行代理店やランドオペレーターなど、観光関連での中国系企業の誘致を目指すことにあつた。なお本研究会が想定した山梨観光創業特区(仮)の設立目的は、次の通りである⁴⁾。

- A) 甲府盆地へ観光客を誘導するため、新たな旅行商品(オプションツアーなど)の開発を推進する。
- B) 中国人好みの多様な商品を開発するため、新たな商品の共同開発を推進する。
- C) さらに中国文化圏(中国・台湾・香港)での知名度を向上させるため、特区認定による山

梨ブランドの形成と浸透を図る。

(2) 調査方法

調査は、「対日直接投資に関する実態調査」⁵⁾に基づいて実施された。同調査表は、同特区分科会が企画し、甲府商工会議所成都市事務所所長の石原久、同事務所特別顧問の呉漢竹、同所員の趙良が中国四川省成都市で実施し、本稿執筆者の吉田、塚田、内藤、菅原、篠原が分析に当たった。調査の実実施スケジュールは、下記の通りである(表1を参照)。

なお本調査に使用した調査表は、2003年度に環日本海経済研究で吉田均が中心となって実施した、「産業連携促進のための外資系企業誘致に関する日中共同研究」⁶⁾の調査表を、同特区分科会で修正して使用した。

(3) 調査対象

調査対象は、中国四川省に立地する中国系国有および民有企業30社とした。対象企業は、同特区分科会と甲府商工会議所成都市事務所が協議して決定した。調査に使用したアンケート調査用紙は、同成都市事務所が中国語に翻訳し、対象企業に送付した。さらに回収率を上げるため、その後調査員が未回答企業を直接訪問し回答を依頼した。最終的な回答数は、25社であった。

3. 調査結果

主要な設問に対する回答は、次の通りであった。なお回収できた回答が少なかつたため、設問の指示通り、次の設問にジャンプしなかつた回答についても、そのまま集計した。

表1 調査日程

日 時	内 容
2007年9月～08年1月	特区分科会での調査計画の立案。
2008年1月～4月	成都市での調査の実施。
2008年6月	調査結果の回収分析、結果の中間発表。
2008年10月	調査結果の発表。

(1) 対日ビジネスの状況

全企業を対象とした「現在日本とどのようなビジネスを行っているか」という質問に対しては、「A. 日本への観光客の派遣」が22%、「B. 日本からの観光客の受入」11%、「C. 日本への製品の輸出」11%、「E. 中国での日系企業との合併」11%、「G. 日系企業との共同商品開発などの技術協力」34%、「H. 日系企業との業務提携」が11%であった。「G. 日系企業との共同商品開発などの技術協力」が34%と最も多く、日本の技術への需要が高いことがわかる。また、「A. 日本への観光客の派遣」が「B. 日本からの観光客の受入」と合わせて3割を占め、観光業も需要が高いといえる（表2を参照）。

上記と同じ対象に対する「将来日本とどのようなビジネスを行う可能性があるか」という質問に対しては、「A. 日本への観光客の派遣」が5%、「B. 日本からの観光客の受入」5%、「C. 日本への製品の輸出」9%、「D. 日本からの製品の輸入」9%、「E. 中国での日系企業との合併」22%、「F. 日本での日系企業との合併」9%、「G. 日系企業との共同商品開発などの技術協力」18%、「H. 日系企業との業務提携」が23%であった。「E. 中国での日系企業との合併」が22%、「H. 日系企業との業務提携」が23%と大きな割合を占めており、将来日本企業との合併や業務提携を行いたいと考えている企業が多い（表3を参照）。

表2 現在実施している対日ビジネス

	件数	%
A. 日本への観光客の派遣	2	22%
B. 日本からの観光客の受入	1	11%
C. 日本への製品の輸出	1	11%
D. 日本からの製品の輸入	0	0%
E. 中国での日系企業との合併	1	11%
F. 日本での日系企業との合併	0	0%
G. 日系企業との共同商品開発などの技術協力	3	34%
H. 日系企業との業務提携	1	11%

表3 将来可能性がある対日ビジネス

	件数	%
A. 日本への観光客の派遣	1	5%
B. 日本からの観光客の受入	1	5%
C. 日本への製品の輸出	2	9%
D. 日本からの製品の輸入	2	9%
E. 中国での日系企業との合併	5	22%
F. 日本での日系企業との合併	2	9%
G. 日系企業との共同商品開発などの技術協力	4	18%
H. 日系企業との業務提携	5	23%

(2) 既進出企業の動向

既に日本に進出している企業に対する質問については、次のような傾向がみられた。「どのような進出形態ですか」という質問に対しては、「1、駐在員事務所」が29%、「2、支店」が14%、「3、現地法人」が0%、「4、不明」が57%であった。不明を除くと駐在員事務所が最も多く、次いで支店であった(表4を参照)。

「進出目的をお教えてください」という質問に対しては、「1、情報収集窓口」と「3、日本国内

での広報マーケティング拠点」が共に25%、不明が50%であった(表5を参照)。不明が多いが、情報を収集する窓口や日本国内で広報マーケティングを行う拠点を求めている企業が多く含まれていることわかる。

「今後日本での進出地点を増やす可能性はありますか」という質問に対しては、「はい」が33%、「いいえ」が17%、「不明」が50%であった。増設の可能性のある企業が3分の1存在する(表6を参照)。

表4 日本への進出形態

	件数	%
1、駐在員事務所	2	29%
2、支店	1	14%
3、現地法人	0	0%
4、不明	4	57%

表5 日本への進出目的

	件数	%
1、連絡交渉窓口	2	25%
2、情報収集窓口	0	0%
3、日本国内での広報マーケティング拠点	2	25%
4、日本国内での業務・人事管理拠点	0	0%
5、輸出販売拠点	0	0%
6、輸入購買拠点	0	0%
7、研究開発拠点	0	0%
8、物流拠点	0	0%
9、製造拠点	0	0%
10、その他	0	0%

表6 進出拠点の増設の可能性

	件数	%
1、はい	2	33%
2、いいえ	1	17%
3、不明	3	50%

(3) 進出計画中の企業の動向

日本への進出計画（希望）を有する企業に対する質問については、次のような傾向がみられた。「日本への進出について、どのような可能性があるか」という質問に対しては、「1、具体的進出計画がある」が0%であるのに対して、「2、日本側の資金補助、手続き・情報支援など、支援条件があえば進出を希望している」が13%、「3、長期的構想として希望している」が49%、「4、現在具体的な進出計画は無いが、日本への進出の必要性を感じている」が38%であった（表7を参照）。現在具体的に日本への進出計画を有する

企業はないが、半数の企業が長期的にその必要性を考え始めている段階にある。

「進出時期はいつ頃を希望しているか」という質問に対しては、「3年以内」が33%、「5年以内」が11%、「未定」が56%であった。「3年以内」、「5年以内」で約5割に達しており、数年のうちに進出を希望している企業が多いことがわかる（表8を参照）。

「どのような進出形態を希望しているか」という質問に対しては、「駐在員事務所」が37%、「支店」が25%、「現地法人」が13%、「未定」が25%であった（表9を参照）。

表7 日本への進出拠点の可能性（計画中の企業）

	件数	%
1、具体的進出計画がある	0	0%
2、資金補助など、支援条件があえば進出を希望している	1	13%
3、長期的構想として希望している	4	49%
4、具体的な進出計画は無いが、進出の必要性を感じている	3	38%

表8 日本への進出時期

	件数	%
1、1年以内	0	0%
2、3年以内	3	33%
3、5年以内	1	11%
4、未定	5	56%

表9 日本への進出形態

	件数	%
1、駐在員事務所	3	37%
2、支店	2	25%
3、現地法人	1	13%
4、未定	2	25%

表10 進出目的

	件数	%
1、連絡交渉窓口	4	40%
2、情報収集窓口	0	0%
3、日本国内での広報マーケティング拠点	1	10%
4、日本国内での業務・人事管理拠点	0	0%
5、輸出販売拠点	3	30%
6、輸入購買拠点	0	0%
7、研究開発拠点	1	10%
8、物流拠点	0	0%
9、製造拠点	1	10%
10、その他	0	0%
11、不明	0	0%

「進出目的は何か」という質問に対しては、「1、連絡交渉窓口」が40%、「5、輸出販売拠点」が30%、「3、日本国内での広報マーケティング拠点」が10%、「7、研究開発拠点」が10%、「9、製造拠点」が10%の順であった(表10を参照)。

回答企業数が少ないため正確な傾向については分析不能であるが、既進出企業と計画中の企業とでは、「連絡交渉窓口」が多い点では一致するが、そのほかの進出理由については異なる傾向がみられる。

(4) 立地条件について(複数回答)

対日ビジネスの意向のない企業を除く、全ての企業に対して立地条件を問うと、「3、都市の規模」が17%、「4、提携企業との地理的近接性」17%、「2、中国との空路・航路の有無」16%、「5、地方自治体の誘致活動」14%、「6、中国の在外公館の有無」14%、「7、生活環境」8%、「8、友好都市の有無」8%、「1、有名観光地の有無」6%の順であった(表11を参照)。交通の便の良さ、都市の規模、提携企業との近接性が最も求められており、次いで地方自治体との関係、

表11 希望する立地条件(複数回答)

	件数	%
1、有名観光地の有無	2	6%
2、中国との空路・航路の有無	6	16%
3、都市の規模	6	17%
4、提携企業との地理的近接性	6	17%
5、地方自治体の誘致活動	5	14%
6、中国の在外公館の有無	5	14%
7、生活環境	3	8%
8、友好都市の有無	3	8%
9、その他	0	0%

在外公館の有無が問題とされていることがわかる。

なお最優先する立地条件を1つだけあげた場合は、「2、中国との空路・航路の有無」37%、「4、提携企業との地理的近接性」25%、「6、中国の在外公館の有無」25%、「3、都市の規模」13%の順であり、その順位に多少の違いがみられた。

(5) 優遇条件について（複数回答）

3. (4)と同様の対象に、「どのような優遇条件があれば進出を考えるか」という質問に対しては、「税金の免除」が18%、「企業設立時のワンストップサービスの提供」、「企業設立時の低利資金融資」、「市場に関する無料情報サービス」が14%であった（表12を参照）。資金面での条件の

ほか、情報面や手続き面でのサポートを求めているといえる。

なお最優先する優遇条件を1つだけあげた場合は、「インキュベーター施設の提供」、「市場に関する無料情報サービス」が29%で最も多かった。当然のことながら進出の初期段階で重要となる条件を一番に求めていることが分かる。

(6) 進出時の情報源（複数回答）

3. (4)と同様の対象に、「日本進出の際の情報源は何か」を問うと、「関係企業」が24%と最も多く、次いで「日本政府」、「在外公館」、「コンサルタント・研究所」がともに14%であった（表13を参照）。提携企業や進出経験のある企業など、関係企業からの情報を信頼している。また中

表12 優遇条件について（複数回答）

	件数	%
1、税金の減免	6	18%
2、オフィス賃貸料の補助	3	9%
3、人件費の補助	4	11%
4、企業設立時のインキュベーター施設の提供	4	11%
5、企業設立時のワンストップサービスの提供	5	14%
6、企業設立時の低利資金融資	5	14%
7、市場に関する無料情報サービス	5	14%
8、提携企業に関する無料情報サービス	3	9%
9、その他	0	0%

表13 優遇条件について（複数回答）

	件数	%
1、中国政府	4	11%
2、日本政府	5	14%
3、在外公館	5	14%
4、関係企業	8	23%
5、中国内の経済団体	4	11%
6、コンサルタント・研究所	5	14%
7、進出先の個人	4	11%
8、その他	0	0%

日両国から広く情報を求めていることがわかる。

上記同様、最優先する情報源を1つだけ挙げ場合は、「中国政府」が50%と最も多く、次いで「在外公館」が33%、「日本政府」が17%だった。政府の情報を最優先にしていることが分かる。

(7) 山梨県への投資可能性

3. (4)と同様の対象に、「山梨県からの投資要請があれば進出可能か」という質問に対しては、「はい」が0%であるに対して、「条件による」が86%、「いいえ」が14%、であった。条件次第で山梨県にも可能性があることがわかる（表14を参照）。

(8) 山梨県のセールスポイント

3. (4)と同様の対象に、「富士山は山梨県のセールスポイントになるか」という質問に対しては、「はい」が89%、「いいえ」が0%「不明」が11%であった（表15を参照）。日本で一番高い山があることは、山梨のセールスポイントに充分なりえることがわかる。

「山梨県が東京から電車で1.5時間、バスで2時間の至近距離に位置していることがセールスポイントになるか」という質問に対しては、「はい」が78%、「いいえ」が0%、「不明」が22%だった（表16を参照）。東京から交通の便がよいとも、セールスポイントになるということがわかる。

「県都甲府市は、1000社を超える宝飾関連企業があり、日本の宝飾品出荷額の3分の1を占め、宝石の街と呼ばれていることがセールスポイントになるか」という質問に対しては、「はい」が78%、「いいえ」が0%、「不明」が22%だった（表17を参照）。宝飾産業の品も山梨のセールスポイントになりえることがわかる。

「日本一の生産量を誇る桃、ブドウ、ワインが、山梨県のセールスポイントになるか」という質問に対しては、「はい」が67%、「いいえ」が22%、「不明」が11%であった（表18を参照）。前者ほどではないが、山梨の特産物も、セールスポイントになりうるということがわかる。

表 14 山梨県への投資可能性

	件数	%
1、はい	0	0%
2、いいえ	1	14%
3、条件による	6	86%

表 15 富士山の存在

	件数	%
1、はい	8	89%
2、いいえ	0	0%
3、不明	1	11%

表 16 東京からの距離

	件数	%
1、はい	7	78%
2、いいえ	0	0%
3、不明	2	22%

表 17 宝飾産業の存在

	件数	%
1、はい	7	78%
2、いいえ	0	0%
3、不明	2	22%

表 18 特産物の存在

	件数	%
1、はい	6	67%
2、いいえ	2	22%
3、不明	1	11%

4. 結論 — 山梨県への中国系企業の投資可能性 —

2008年度の調査は、中国中西部（内陸部）で実施した。中国の中西部（内陸部）は、その地理的条件のため、東部（沿海部）と比較し大きく経済開発が遅れた地域である。その地域にあって、政治・経済・文化の拠点都市であり、山梨県との友好姉妹都市である成都市の調査は、中国の地方都市での対日直接投資の動向を推測する上で非常に重要な意味を持つ。

結果的には、調査した25社中8社が、何からの形態で日本への進出計画（希望）を持っていることがわかった。これは現地のスタッフが対日投資に関心があると思われる企業を選別した上での調査とはいえ、非常に高い確率である。またその進出時期も、3年以内が3件、5年以内が1件であり、決して遠い未来ではない。したがって現在中国系企業の誘致活動を開始すれば、成果があがる可能性が高いといえる。

以上は、日本の内陸部に位置する中小都市でも、十分可能性がある。山梨県からの投資要請があれば条件次第で進出するとした企業が6社存在している。このことから、空港も港も持たない100万人以下の都市でも、十分可能性があるといえる。つまり既に中国の地方都市から日本の地方都市への直接投資が開始される直前の状態にあり、その条件も十分整っていると考えられる。日本と中国との経済関係は、相互直接投資という、日本人の想像する以上に成熟した関係に移行しつつある。時代の流れから取り残されないためにも、山梨県や関係市町村は、外資系は勿論、特に中国系企業の誘致政策を準備すべきである。本研究と山梨観光創業特区の提案が、その先鞭となることを願って止まない。

注

- 1) 本稿の所属団体および氏名は、当時のものを使用している。
- 2) この研究会の実施期間は、2007年9月13日～2008年3月31日までであった。
- 3) 2009年10月現在の委員は次の通りである。山梨県観光部国際交流課課長：窪田克一、同商工労働部商工総務課総括課長補佐：手塚伸、甲府市産業部産業振興

室観光開発課課長：功刀晴彦、同企画部企画総室政策課係長：坂本竜也、甲府商工会議所地域振興部部长：小林明、同振興課主事：杉田季久、山梨県立大学国際政策学部准教授：吉田均。このほか学生スタッフとして、本稿の筆者である内藤博貴、菅原萌、篠原希美が参加している。

- 4) 甲府商工会議所観光政策研究会が、2008年3月28日に横内正明山梨県知事に提出した、「甲府地域への中国人観光客の誘致について提言」、2008年、甲府商工会議所観光政策研究会には、次のように記載されている。

(3) 2) 「山梨県観光創業特区（仮称）」の設立

中国人入国ビザに対する規制緩和（No.512）を利用した、「山梨県観光創業特区（仮称）」を設立し、日本でのビジネスに関心のある中国系旅行代理店などの誘致を図る。以って、甲府盆地へ観光客を誘導するため、中国人の嗜好にあった旅行商品の開発を推進する。あわせて特区認定により山梨ブランドを形成し、アジアでの知名度の向上を図る。

- 5) 使用した調査表は、本稿の指定枚数を大幅に超えているため、割愛せざるを得なかった。必要な方は、代表筆者吉田均までご連絡をいただきたい。
- 6) 環日本海経済研究所（編）、2004年、『産業連携促進のための外資系企業誘致に関する日中共同研究』（2004年度外務省日中知的交流支援事業）、環日本海経済研究所。