

「日本企業誘致のためにはどうするか」口頭報告  
日本貿易振興会(JETRO)・赤津光一課長（国問研作成要約）

企業を誘致し、FDI を誘導するためには、経済環境を整備することが不可欠である。1989 年以降の体制転換により経済体制の改革に着手した南東欧諸国に対して、現在も依然として社会主義的なものが残っているのではないかというネガティブなイメージを抱いている日本人は多い。この点で、社会主義的システムがどれだけ改革されているかが焦点となる。

例えば日本人は、チェコのカットグラス、ブルガリアのヨーグルトなどとは異なり、ポーランドに対して冷戦時代の反体制活動として注目を浴びた「連帯」のイメージから、労組が強いというネガティブなイメージを抱いている。しかし、大半の南東欧諸国は、これら中欧諸国と比較しても良く知られておらず、国家のイメージがないのが現状であろう。つまり、どのように投資先としての良いイメージを形成するかが今後の重要課題となる。

特に、イメージがない場合は、良いイメージを Pick up して宣伝・定着を図るべきであろう。その為には、まずは自国に来てもらうように努力すべきであり、この点で、観光業は非常に重要な位置付けを帯びている。

日本企業が海外に進出する際に重視する要素は、業種によって程度の差はあるだろうが、一般的には コスト優位性、 産業集積の度合い、 市場へのアクセス度合い、 人材供給能力、 インセンティブ、等の諸要素である。

ポーランドの事例を元に検証すると、EU 加盟を目前に控えインセンティブの内容も変更してはいるが、自由経済地区(FTZ)内の 10 年間免税などが認められてきた。しかし、現地に進出した日本企業の半数は、FTZ 以外へ進出しており、この点で、インセンティブも万能ではないことが判る。

また、日本企業の慎重さと比較して韓国企業の進出が著しいと指摘されているが、日本企業は、ハイリスク・ハイリターンを回避し、各国企業が進出して問題ないと判断した後に進出するのが通例である。つまり、「皆が出るから自分も出る」という横並び的意識が多い。この性質を利用して、一社でも誘致して成功話を作り上げ実績を残せば、FDI の呼び水となるのではないか。

また、日本社会は非常に特殊であり、日本人は現地における生活環境に対してなかなか順応出来ない。そもそも日本人の英語教育はある程度の水準なので、せめて英語環境が整っていれば進出し易いと考えられる。更に、子女教育についても日本人学校や International School 等が整備されているのが望ましく、食事も日本食が簡単に入手可能であることや、ゴルフ場などの娯楽施設が存在し、治安が確保されていることが望ましい。

最後に、熱心な誘致策を展開していたポーランドのバルジフ FEZ や、日本語 Web や日本語の出来るスタッフを用意して本気を見せているチェコ共和国等の例を考えるに、日本企業は情に脆いところがあり、本気で進出して欲しいということを真剣に伝えることが出来れば良い結果を導き出せると思う。