

大阪の都市競争力 ～外資系企業のアジア都市立地戦略調査～

大阪産業経済リサーチセンター

はじめに

競争環境のグローバル化により、大阪の都市戦略は、東京・愛知等との比較に基づく国内都市間競争から、アジアにおける国際都市間競争へと意識転換が求められています。経済的・政治的・社会的には、以下の背景が考えられます。まずは、「広義の輸送費」が低下する中で、企業活動が広域化・グローバル化し、競合する都市も急速に広域化・グローバル化しており、都市にはグローバルな立地競争という見方が求められているということ。そして、都市間競争という考え方は、政策的にも近年注目されており、大都市圏を中心に推進されている国家戦略特区など、アジアとの国際都市間競争を念頭においた政策が目立つということの2点です。

本報告書は、アジア主要都市の企業立地競争力を比較した『アジア主要都市と大阪の都市間競争力比較～企業立地の観点から（基礎調査）～』（2013年度）を踏まえ、同調査で残された課題に向き合うべく、同調査の応用編と位置づけています。主要都市に立地する外資系企業向けアンケート（有効発送数：1930、有効回答率：13.1%）により、外資系企業あるいは多国籍企業（MNEs）の都市への立地戦略を確認することで、アジアにおける大阪の国際的な立地競争力を明らかにしました。

調査結果の概要

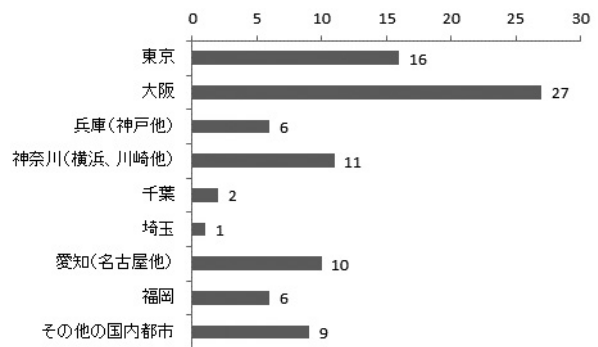
外資系企業・MNEsの立地について

日本国内に立地するMNEsは、主には日本にマーケットを求めて日本法人を設置しています。大阪への外資系企業・MNEsの立地は、本社、支社、営業所などで少なからず拠点立地がみられます。これら大阪に支社や営業所を設置している外資系企業・MNEsは、東京に日本法人の本社を置いているケースが大半です。また、大阪へ進出している外資系企業は、卸売業が多いという特徴が

あります。

次に、BCP（Business Continuity Plan）の観点からの拠点分散先都市を尋ねました。実施・検討とも大阪が最も多いという結果となりました（図表1）。大阪への立地ポテンシャルが見受けられます。

図表1 拠点分散先の都市（実施あるいは検討）
（n=58、複数回答）（単位：社）



MNEsのアジア・オセアニア拠点立地について

MNEsがアジア・オセアニア地域において、どの都市にどの機能（RHQ（地域統括）・販売統括・R&D・物流・グローバル調達）の拠点を置いているかを尋ねた結果、大阪へのRHQ、販売統括の拠点立地は、台北と同程度の拠点数でした。東京、上海、香港、シンガポールは拠点立地で突出していますが、大阪にも少なからず拠点立地がみられるということです。

機能別に拠点設置理由を尋ねた結果、マーケットの魅力は特に重視されていることがわかりました。また、重要な取引先・提携先の立地も全機能で重視されており、英語での円滑なコミュニケーションも物流以外の全機能で重視されていることがわかりました。

機能別の拠点立地傾向をみると、RHQや販売統括は、立地コストの高い都心部に、企業集積や情報集積、人流アクセスの良さを求めて立地する

傾向があると考えられます。また、英語でのコミュニケーションも重視している傾向があります。

R&Dは、立地コストやアクセスより、優秀な人材や関係先の立地を重視する傾向があり、英語でのコミュニケーションも重視する傾向があります。

物流機能は、マーケットに近く、物流アクセスの良いポイントで、コストのかからない都市に立地する傾向があると考えられます。グローバル調達は、関係先の立地、アクセス容易性、英語が重視されるという傾向がみられました。

今後重視するマーケット・産業について

今後重視する欧米以外のマーケットを尋ねた結果、日本、中国・香港、ASEANへの関心が高いことがわかりました。また、ブラジル、ロシアなど、アジア以外の新興国への関心もみられました。

今後重視するアジアの局地経済圏を尋ねた結果は、東京圏への関心が最も高く、上海経済圏、大阪圏、インドネシア、シンガポール、タイなどへの関心も高いことがわかりました。大阪圏もマーケットとしての注目度は高いこととなります。

今後参入を検討・予定している産業を尋ねた結果は、医療・健康関連産業が圧倒的に多く、新エネルギー産業や次世代輸送機器、IT・エレクトロニクス産業にも高い関心がみられました。

大阪への進出ポテンシャルについて

大阪でのビジネス環境上の課題を尋ねました。結果として、取引先企業の立地が少ない、あるいは、ビジネスチャンスが少ない、人材確保への不安、国際間アクセスへの不安、英語でのコミュニケーションへの不安などの課題が浮き上がりました。

大阪の立地魅力の認知度を尋ねた結果に関しては（立地魅力は図表2を参照）、関空の24時間運用や有力大学とR&D機関の集積、中小企業集積、オフィス賃料の安さ、グランフロント大阪などの認知度は高いのですが、最大1億円の補助制度や地方税最大ゼロとなる特区制度への認知度は低く、大阪における現行のインセンティブへの認知度の低さが課題であることがわかりました。

大阪の立地魅力の内、新規立地（再投資）動機になる項目を尋ねた結果（図表2）、大阪のオフィス賃料が安いこと、地方税最大ゼロとなる特区制度、最大1億円を補助する大阪府の制度などに回答が多くあり、立地コストが外資系企業やMNEsの立地に与える影響が大きいことがわかりました。

地方税最大ゼロとなる特区制度、最大1億円を補助する大阪府の制度は、認知度が低いことを考えると、これら2項目のPR強化は政策上の課題といえます。GDPの規模や単なる集積の事実を示すだけではPRにはなりにくいということもわかりました。

図表2 大阪の立地魅力に対する 立地動機（「なる」と「多少なる」を合計）

