

地域産業の内発的発展を促進する 企業誘致政策に関する考察

河 藤 佳 彦

A Study on the Company Invitation Policies to Promote Internal Development of Regional Industry

Yoshihiko KAWATO

要 旨

本稿は、企業誘致を地域経済の持続的な内発的発展に結びつけることが重要であるという視点に立ち、その重要性の確認と実現のための方策について考察することを目的とする。そのために、地域産業の内発的発展を促進する企業誘致の要件と方策、内発的発展に有益な誘致企業を把握する方法について検討し、具体的な事例によりその適用可能性について検討した。

企業誘致においては、地域の個性や優位性の有効活用、地域社会との共通価値の共有、既存の地域産業と一体となった発展の実現が期待できる企業を誘致することが重要である。そのために誘致主体である自治体は、自らの地域の個性や優位性を客観的に把握する必要がある。また、誘致企業の地域への定着性を高めるために、企業誘致と既存の地域企業の振興政策や創業促進政策を総合的に実施する必要がある。

Summary

With a perspective that company invitation should be associated with sustainable and internal development of regional economy, this paper aims to confirm the importance and discuss the measures for realization. The author examined requirements for and measures of company invitation facilitating internal development of regional economy as well as the way to know what companies are beneficial to the internal development and explored the possible application based on concrete examples.

It is important to invite a company allowing effective utilization of regional characteristics

and advantage, having shared values with regional communities, and expecting cooperative development with existing local industry. For this reason, a local government, as a main body working on company invitation, should understand its own regional characteristics and advantages and implement comprehensive measures to invite potential companies and promote regional development and business launch to help more invited companies take root in the region.

I. はじめに

自治体による第二次世界大戦後の企業誘致政策は、国による産業立地政策に呼応する形で進められた¹⁾。国の産業立地政策は、国土の有効活用、経済や人口の地域格差の是正を図るために講じられた、企業立地の地方分散化政策である（河藤、2014）。産業立地を促進する地域には、優先的な社会基盤整備や財政上の優遇措置が実施された。しかし、これを活用する側の自治体の多くには主体的な地域産業政策の理念が醸成されておらず、企業誘致についても地域主体の政策を実施する段階には至っていなかった。すなわち、企業誘致の必要性やビジョン、産業立地上の自らの優位性などについて十分に議論されないまま、優遇制度を地域に誘導すること自体を目的とする政策が推し進められた。その結果、企業立地が計画どおりに進まないことや²⁾、進出企業が短期間のうちに撤退してしまうことがあった³⁾。

1990年代に入り我が国では、企業数そのものが長期的な減少傾向を示すようになり⁴⁾、新たな産業集積の形成が難しい状況になる。その中で国の産業政策は、既存の産業集積の維持・発展を重視するようになった⁵⁾。地域においても、内発的発展を基本理念とした地域産業政策が重視されるようになっていったが、一方で外発的発展の促進手段である企業誘致を積極的に進める自治体も多かった⁶⁾。しかし先述のとおり、誘致企業（工場、事業所、研究所など、本社以外の機能を持つ施設を含む。以下同じ。）の立地が内発的発展には必ずしも結びつかない、または、誘致のために多額の優遇措置を適用したにも拘わらず、誘致企業が短期間のうちに撤退してしまうというケースも少なからず見られた。企業誘致という政策手段は、成功すれば地域経済の振興に効果が発揮されるが、失敗すれば誘致策としての産業基盤の整備や優遇措置への財政投資が地域の損失として残される。

企業誘致に失敗しないための重要な要件は、誘致主体である自治体が「企業誘致を地域経済の持続的な内発的発展に結びつける」という方針を堅持し、成功に導くために取り組むことである。その取り組みとしては、①地域への定着と地域産業の内発的発展の促進が期待される誘致企業の見極め、②誘致活動の効果的な実施、③誘致後の定着強化策の実施が挙げられる。本稿では①を中心に論じたい。

Ⅱ. 誘致企業の定着に必要な要件

本章では、企業誘致における重要な視点について確認する。誘致企業が地域に定着するためには、次のような要件が必要と考えられる。

- (1) 既存企業等の地域内の諸主体と緊密で広範な連関関係を構築し、地域経済の内発的発展を誘発・促進できる企業であること。
- (2) (1)の前提として、誘致主体となる自治体は「地域の論理」と「企業の論理」は異なることを十分に認識した上で取り組むこと。「地域の論理」とは、自治体が企業誘致に当たって目指す目標が、地域の経済・産業の振興、住民生活の向上など公共福祉への貢献にあるということである。これに対して「企業の論理」とは、基本的には売上・利潤の向上など企業の個別利益の獲得である。両者は全く相反する価値観と見ることできる。誘致主体である自治体にこの点の理解と両方の論理を統合できるビジョンが足りないと、誘致企業が地域に定着せずに短期間に撤退する事態を招きかねない。そうなると、持続的な地域経済の発展という政策目的を達成することはできず、さらには損失を被ることもある。

企業行動は売上・利潤の追求を基本とすることから、景気変動などによる収益の悪化など、経済情勢や大局的な経営戦略の観点から、工場や事業所の撤退や移転、縮小を実施することは日常的にあり得る。そのような情勢の影響を回避し誘致企業の立地を維持させるための方策とは、誘致段階において自治体が誘致企業に対して、「経営戦略上の重要な立地要件」となりうる個性や優位性を地域資源として備えた地域であることを的確に提示することである。この場合の地域資源としては、誘致企業の事業活動に不可欠な原材料、部品や加工技術、人材の供給源としての大学や専門学校が存在、充実した交通網（道路・鉄道・港湾）などが挙げられる。誘致企業がその重要性を理解し自社ニーズと合致すれば、その企業は主要な生産拠点や流通拠点、営業拠点、研究・開発拠点などを当該地域に進出させ、そこに定着するものと考えられる。そして、その企業活動により地域経済の内発的発展が促進され、地域と企業の共通価値（後述）が創出される。

Ⅲ. 産業集積との相互関係を踏まえた企業誘致

企業誘致のあり方について近年では、受け入れ地域における既存の産業集積との連関性を重視し、地域経済・産業の内発的発展を促進することの重要性が認識されるようになってきている。高野（2015）はこのことについて、次のように論じている。「これまでの“外来型立地”“内発的立地”といった区分された立地概念ではなく、融合した“企業立地”として捉えていくことにある」。「これからの“企業誘致”は「域外から来てもらう」だけでなく、地域企業の増設・拡張、新たな事業創出からの成長を含んだものとして考えていくことが重要であり、業種ではなく、分野・

機能、業際、異業種等組合せ等による効果を重視する“企業誘致”から幅広い“企業立地”として捉えていくべきであろう。この主張からは、2つの重要な論点が確認できる。一つは産業分野を横断する企業誘致・連携・融合による一体的な産業集積の形成の必要性であり、もう一つは、その実現のために企業誘致と既存の地域企業の振興政策、創業促進政策を総合的に実施する必要性である。その総合的な産業政策により、誘致企業と地域企業など諸主体との間で密接な取引関係や連携が構築され、誘致企業の地域への定着性が高まる。誘致企業の地域への定着性を高めることは、企業誘致と一体として実現すべき重要な要件である。

産業集積との相互関係を踏まえた企業誘致の重要性に理論的な基盤を提供してくれるのが、マイケル・E・ポーター（Michal E.Porter）（以下、「ポーター」とする。）ら（2011）の「共通価値の戦略（CSV：Creating Shared Value）」（本稿では、CSVを「共通価値創造」と表現する。）とポーター（1999）の「クラスター理論」である。以下、両理論の重要点を「誘致企業を含む地域企業の共存と連関性の重要性」という視点から確認する。

1. 共通価値創造〔CSV（Creating Shared Value）〕の適用

ポーターら（2011）は、共通価値の概念の定義を「企業が事業を営む地域社会の経済条件や社会状況を改善しながら、みずからの競争力を高める方針とその実行」としている。また、「共通価値を創出するに当たって重視すべきことは、社会の発展と経済の発展の関係性を明らかにし、これを拡大すること」、そして「社会のニーズや問題に取り組むことで社会的価値を創造し、その結果、経済的価値が創造される」、「企業の成功と社会の進歩は、事業活動によって結びつくべき」としている。すなわち、企業は単に利潤の追求だけに終始しては企業としての成長に限界が生じるという認識のもとに、企業活動の中核的な目的である利潤追求が社会的利益の実現に合致することが企業の新たな成長・発展に結びつくという理論であり、そのキーワードとなるのが「共通価値」である。利潤追求の企業活動が社会のニーズに応え地域社会の発展に寄与するものになれば、企業に対する社会的評価や信用力が高まり企業としての成長を期待できる。

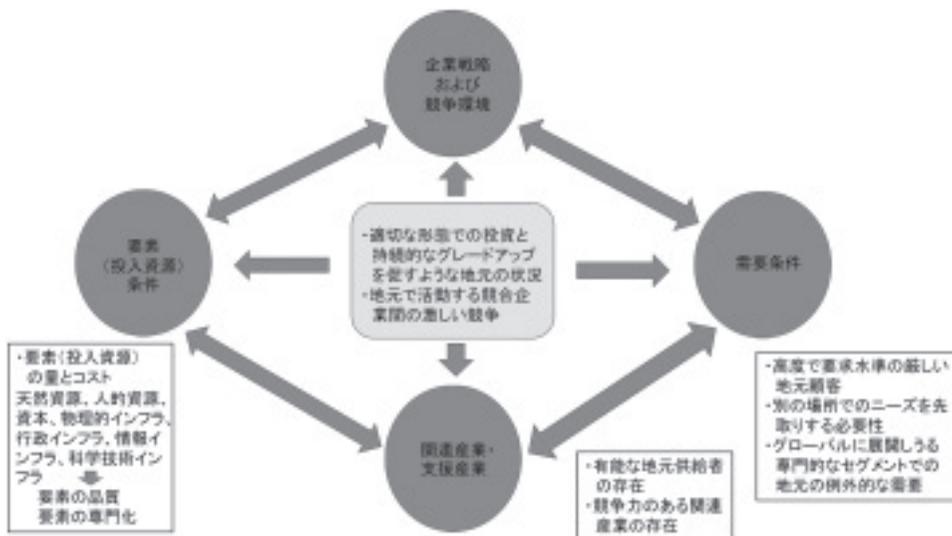
共通価値創造（以下、「CSV」とする。）を実現するための方策として、ポーターら（2011）は次のような3つのアプローチを提示している。（1）製品と市場を見直す、（2）バリューチェーンの生産性を再定義する、（3）企業が拠点を置く地域を支援する産業クラスターをつくる。

（1）は、社会的な課題を解決する新しい商品やサービスを生み出すことにより、社会価値と企業価値の両立を図ろうとするものである。地域経済との関係の視点で見るとこれは、当該地域の地域資源を活用して新たな商品やサービスを生み出す可能性を示している。（2）は、自社のバリューチェーンを見直すことにより、社会価値と企業価値の両立を図ろうとするものである。地域経済との関係の視点で見るとこれは、立地企業が当該地域の企業との取引関係や地域資源、立地上の優位性を有効活用することにより、地域全体の産業振興や雇用拡大が図られることを示している。（3）は、自社の企業価値を高めるため自社の生産性やイノベーションに影響を与え

るクラスターを形成することで、社会的な課題の解決を図ろうとするアプローチである。地域経済との関係の視点で見るとこれは、次のことを示している。誘致企業を核とする産業クラスターを形成できれば、既存の産業集積は全体として生産性が高まり発展の可能性に繋がる（中小企業庁、2014。ただし、地域経済との関係の視点は筆者の見解）。以上3つのアプローチのうち取り分け（3）は、誘致企業が地域の内発的發展を促進する効果が期待できるものとして特筆される。そこで次節では、クラスター理論の適用可能性について検討する。

2. クラスター理論の適用

ポーター（1999）はクラスターを、「特定分野における関連企業、専門性の高い供給業者、サービス提供者、関連業界に属する企業、関連機関（大学、規格団体、業界団体など）が地理的に集中し、競争しつつ同時に協力している状態」（p.67）と定義している。そして、「その全体としての価値が各部分の総和よりも大きくなるようなもの」（p.86）としている。すなわち前節でも確認したように、誘致企業がその立地した地域でクラスターを形成できる場合、誘致企業は産業集積全体の発展に貢献し、自らもその恩恵を享受できる。企業立地がその企業の競争優位性に与える効果については、（図1）のモデルで表わされる。ポーターによるこのモデルは、地域資源の視点から捉えることができる（河藤、2010）。すなわち、競争環境、要素（投入資源）、需要条件、関連産業・支援産業は、クラスターにおいて企業が競争優位性を獲得するための源泉としての地域資源と見ることができる。これを誘致企業の観点から捉えると、企業が経営戦略を立てる際に、地域資源を活用する方法を提示してくれるものであり、地域経済と密接な連携関係を形成する上で大変有益であると言える。



（図1）立地の競争優位の源泉

出典：マイケル・E・ポーター（竹内弘高訳）『競争戦略論Ⅱ』ダイヤモンド社、1999年、p.83より作成。

その有益性については、ポーターら（2011）による次の指摘によっても確認できる。「企業がその主要なロケーションにクラスターをつくれれば、企業の成功と地域社会の成功の関係もより強化される。そこでは、企業の成長によって、これを支援する産業で雇用が創出され、新たな企業の種がまかれ、付帯的なサービスの需要が生まれるという乗数効果が期待できる」。「また、企業がクラスターを構成する条件の改善に取り組むと、その影響は他の参加者や地元経済にも波及していく。たとえば人材開発プログラムなどは、他社にも熟練労働者の供給を増やすことになる」。

地域資源の有効活用については、高野（2014）も、一般財団法人日本立地センターによる企業誘致活動に関するアンケート調査結果を踏まえ、次のように論じている。「全体を通して、企業誘致は「雇用機会や税収の確保」を主目的に、地域企業の成長・発展や地域産品・資源の利活用など、他の地域産業への波及にも期待されていることがわかる。加えて、企業誘致に伴って事業活動が活発化することで居住人口の増加やヒトの動き（交流人口）も拡大し、宿泊・飲食等の副次的なビジネスの増加、あるいは地域のビジネス環境の向上といった面も期待されている」。また岡田（2011）は、企業誘致における群馬県の強みを、「高速交通ネットワークの充実、土地取得が比較的容易、水資源の豊富さなどである。さらに、地震が少なく、平野部では降雪がほとんどないなど、企業経営に影響の大きい立地面でのリスクが小さい点も挙げられる」としている。このように、地域ごとに異なる地域資源の個性や優位性を、本節で確認したポーターのクラスター理論を適用して抽出することは有効な手段である。

IV. 内発的發展を誘発・促進できる産業分野・企業の要件と把握方法

本章では、前章までの検討を踏まえ、内発的發展を誘発・促進できる産業分野・企業の要件とその把握方法について検討する。まず、その要件を概括的に確認すると次のようになる。1. 地域の個性（特性）・優位性を活かせる産業分野・企業であること。地域の個性（特性）・優位性の把握方法としては地域や産業地域、産業集積の類型化、数量的な方法、歴史的視点などが挙げられる。2. 地域産業との連関性の強い産業分野・企業であること。連関性が強いとは、例えば企業の事業活動に欠かせない原材料や製品、資金（地域金融機関からの融資など）、安定した労働力（正規雇用）などを地域内部で調達することである。3. 地域の外部からの所得誘導効果の高い産業分野・企業活動であること。すなわち前記2の要件に加え、その成果物（製品、サービス〔観光など〕）を地域外部の幅広い市場に販売して利益を上げる産業・企業であること。

以上の3要件に合致する産業分野や企業を把握するための類型や指標について、以下で具体的な事例を挙げて検討する。

1. 地域の個性（特性）・優位性を活かせる産業分野・企業であること。

地域・地域産業の個性（特性）・優位性については、次のような類型化が事例として挙げられる。

(1) 地域の類型化の事例

山田ら(2007, pp.4-7)は、地域を実質的に類型化する場合の基本的な3つの地域概念と、各々の地域概念に基づく地域類型化の判断基準について、次のように整理している。

「同質地域」：地域を構成する諸要素のなかで特定の要素に注目した場合の、その要素について共通の特徴をもつ(同質的である)空間の集合(産業活動に着目：農業地域、工業地域など。人口密度や人口増加率に着目：過密地域、過疎地域など)。

「結節地域」：地域を構成する空間の相互依存関係に着目して定義される地域内部の構造や、そこに立地する主体間の関係を議論するために不可欠の地域概念。ある生産要素や生産物の市場を空間的に捉えたもの(都市圏、商圏など)。

「計画地域」：政策的な目的の対象になる地域(首都圏整備計画、近畿圏整備計画の対象地域など)。市区町村の区域などの形式的な地域や、経済的な地域とは必ずしも一致しない。

地域産業の現状について論じる場合、産業分野に着目した「同質地域」の視点から産業地域として捉える場合が多い。しかし、小売業やコンテンツ産業などの都市型産業の立地について論じる場合には、都市圏や商圏の観点から捉えることが重要となる。また、製造業についても、食品加工業など、その立地条件を大都市圏との関係において論じることが有効な場合もある。さらに、現実の産業立地の状況を論ずる場合には、首都圏整備計画など政策的な視点から捉える必要もある。このため、地域に適した産業立地のあり方について論じるためには、上記の3つの地域概念から多面的に捉えることが求められる。

(2) 産業地域の類型化の事例

柳井(2004)は、「(広義の)産業地域」を「(狭義の)産業地域」と「事業所地域」、また同じく「(広義の)産業地域」を別の視点から「都市」と「生産地帯」に分けて類型化しており、産業地域を多面的に捉える方法として注目される。そのうち「都市」と「生産地帯」との関係から捉えた場合の類型化は、次のように示される。

「都市」形成の基礎的要素：〔事業所地域〕中枢管理地域、管理地域。〔(狭義の)産業地域〕金融サービス地域、小売・消費者サービス地域。

「都市」形成にとり付加的要素：研究開発地域、卸売・生産者サービス地域。

「生産地帯」の構成要素：物流・保管地域、工業地域、農林水産地域(うち、物流・保管地域、工業地域は『都市』形成にとり付加的要素』でもある)。

(3) 産業集積の類型の事例

中小企業庁(2006)は、産業集積について次のような類型を提示している。

「企業城下町型集積」：特定大企業の量産工場を中心に、下請企業群が多数立地することで集積を形成。

「産地型集積」：消費財などの特定業種に属する企業が特定地域に集中立地することで集積を形成。地域内の原材料や蓄積された技術を相互に活用することで成長してきた。

「都市型複合集積」：戦前からの産地基盤や軍需関連企業、戦中の疎開工場などを中心に、関連企業が都市圏に集中立地することで集積を形成。機械金属関連の集積が多く、集積内での企業間分業、系列を超えた取引関係が構築されているケースも多い。

「誘致型複合集積」：自治体の企業誘致活動や、工業再配置計画の推進によって形成された集積。誘致企業は集積外部の系列に属する企業が多く、集積内部での連携が進んでいないケースも多い。ただし、全国の集積地域すべてを特定の類型に当てはめることは難しく、複数の属性を持つ集積も多く見られる。

地域産業の個性（特性）・優位性を的確に把握するためには、上記のような類型を組み合わせた複眼的な視点が必要となる。すなわち、地域特性を一般的な観点から類型化したうえで（上記（1）など）、これと関連づけて地域産業の類型を把握する（上記（2）、（3）など）ことが必要となる。取り分け地域産業の立地形態が多様化する今日においては、単に産業分野を基準とするだけでは地域産業の的確な把握は困難であり、地域の機能や都市との関係などの、産業分類とは別の座標軸を導入することが重要となる。

（4）地域産業の数量的な把握方法の事例

地域産業の数量的な把握方法は多くあるが、以下では産業構造と産業特性の2つの観点から具体的な指標の事例を提示する。

1）産業構造の把握（事例）

産業構造とは、国または地域における産業分野の構成割合を示す指標であり、使用するデータとしては付加価値額、従業者数などが挙げられるが、各々のデータの特徴を把握し、選択的・総合的に活用することが必要となる。例えば、付加価値額は全ての産業について算出が可能であるため、農業、製造業、卸売・小売業など、特徴の大きく異なる産業分野を包括する産業構造も示すことができる。また、従業者数も同様である。しかし、例えば事業所数をデータとして使用する場合には注意を要する。何故ならば、事業所数は事業所規模の大小に拘わらず表示されることから、全体として事業所数が少ない場合でも大規模な事業所の割合が大きければ、大きな付加価値や雇用を生み出す可能性が高く、事業所数に基づく産業構造が必ずしも当該地域の産業規模の比率を的確に反映するとは言えない。

産業構造を知るために活用できる政府統計としては、経済センサス（基礎調査、活動調査）、工業統計調査、商業統計調査、県民経済計算、国勢調査などが挙げられる。これらのデータは、都道府県・市町村別、また産業分野別などにより分類整理がされている。各々の統計データの特徴を把握し、選択的・総合的に活用することが求められる。

地域における産業構造を把握することにより、当該地域において大規模な付加価値や雇用を創

出している「基幹産業」を見出すことなどができる。

2) 産業特性の把握 (事例)

1) で把握方法を概観した産業構造により、地域産業の構成比率を把握することはできるが、その指標を他の地域と比較した場合の相対的な特徴までは把握できない。例えば、ある地域におけるある産業の構成比率が従業者数基準で30.0%である場合、それが他の地域として比較して標準的であるのか特徴的であるのかを知ることはできない。

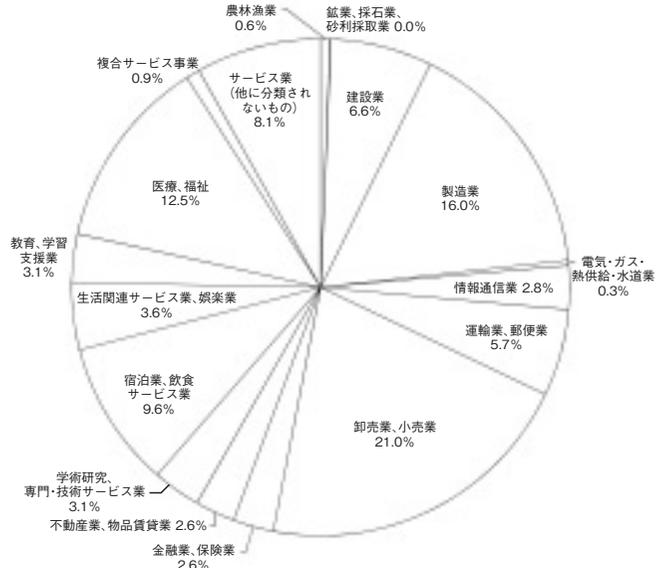
これに一つの判断基準を提示してくれる指標が、特化係数である。特化係数は次の算式で導出される。特化係数=当該地域における当該産業の構成比率(%) / 全国における当該産業の構成比率(%)。

特化係数は、全国における当該産業の構成比率を標準的な構成比率として捉え、当該地域における当該産業の構成比率がどの程度乖離しているのかを、比率の絶対値により示すものである。数値が1であれば標準的な産業であり、1より小さければ標準より集約度の小さな産業と捉えることができる。それに対して特化係数が1より大きければ、当該地域において集約度が高く個性的な産業と捉えることができ、当該地域は当該産業に関して“特化”していると言える。

3) 具体的な地域への適用

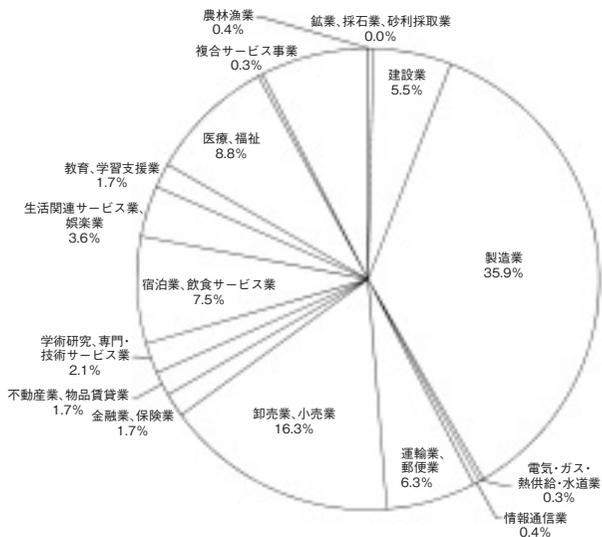
1) と2) で示した地域産業の数量的な把握方法について、具体的な地域への適用を試みる。地域としては、群馬県太田市を採り上げる。

まず、太田市の産業構造(図3)を全国の産業構造(図2)との比較により確認する(従業者数基



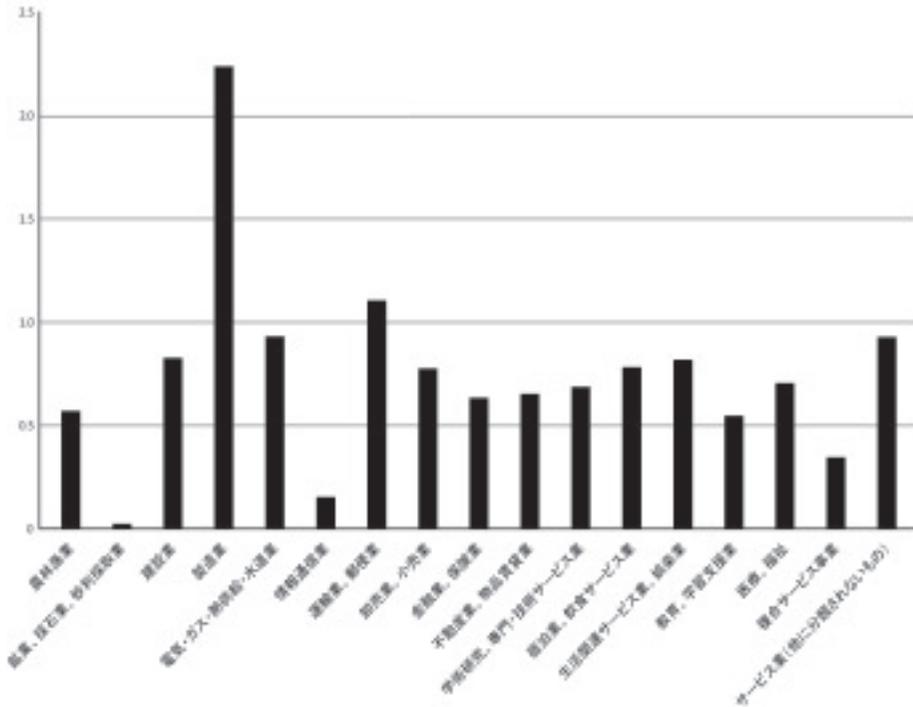
(図2) 全国の産業構造

出典：総務省統計局『経済センサス基礎調査』2014年、民営事業所(従業者数)より作成。



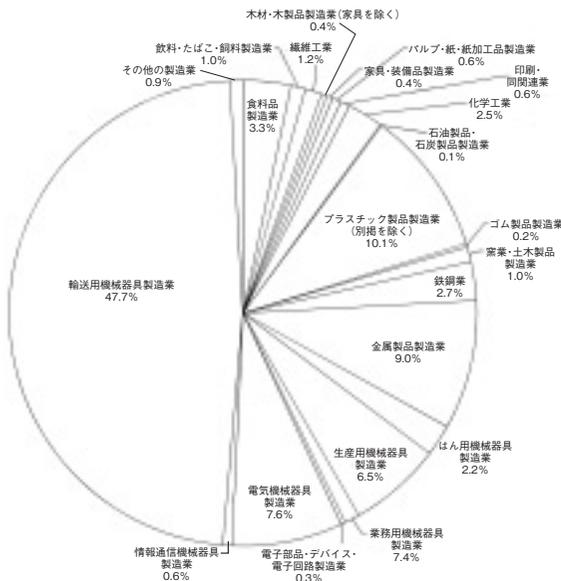
(図3) 群馬県太田市の産業構造

出典：総務省統計局『経済センサス基礎調査』2014年、民営事業所(従業者数)より作成。



(図4) 太田市の産業(大分類)の特化係数(従業者数基準)

出典：総務局統計局『経済センサス基礎調査』(2014年)、民営事業所(従業者数)より作成。



(図5) 太田市の製造業の産業構造(従業者数)

注：従業者数4人以上の事業所。

出典：経済産業省『工業統計調査』2014年より作成。

準)。全国との比較において特徴的なことは、製造業の構成比率が高いということである。それを数値において確認するため、特化係数を算出する(図4)。特化係数が1を超える産業分野は製造業と運輸業・郵便業であり、取り分け製造業が際立っていることが改めて確認できる。

次に太田市において、産業構造における構成比率と特化係数が共に大きい製造業に着目して、その産業構造を確認する。データは、従業者数と粗付加価値額の両方を用いて示した(図5、6)。両者には程度の違いはあるが、共に輸送用機械器具製造業の占める割合が大きい。さらに、輸送用機械器具製造業の構成内容を

『経済センサス 基礎調査』(2014年)
(総務省統計局) 産業 (小分類) 別
従業者数により確認すると、全体
18,865人のうち18,189人 (96.4%)
が自動車・同附属品製造業であり、
自動車産業が太田市の主要産業に
なっていることが分かる。

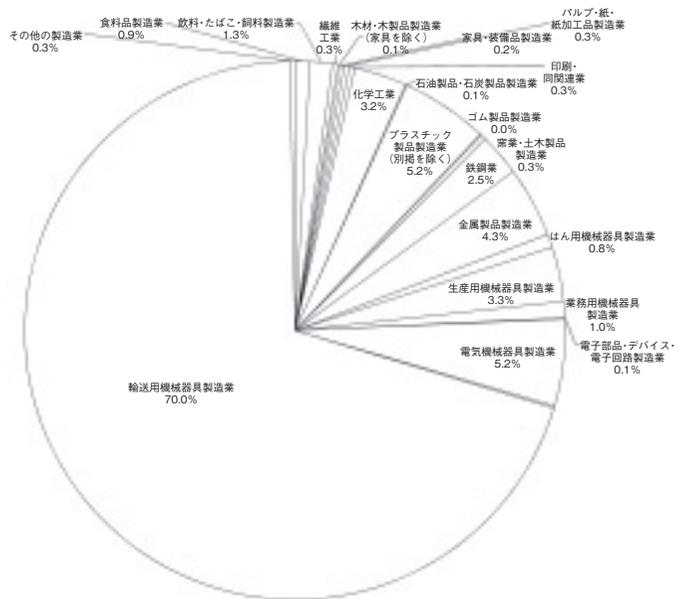
(5) 歴史的視点の必要性

地域産業の将来のあり方につ
いて考察するためには、当該地域の
産業の歴史を把握する必要がある。
ここでは、「歴史」について
二つの視点から捉えることとす
る。一つは「産業のライフステー
ジ」であり、もう一つは「地域産
業の歴史」である。以下、夫々について論じる。

1) 「産業のライフステージ」の視点からの考察

地域産業を構成する各々の産業の現状は、(4)で検討した産業構造や特化係数を活用することにより確認できる。すなわち、ある特定の地域産業の現状は次のように類型化できる。①基幹産業(従業者数や粗付加価値額などにおいて規模の大きな産業)であり特化産業である、②基幹産業ではあるが特化産業ではない、③特化産業ではあるが基幹産業ではない、④基幹産業ではなく特化産業でもない。地域の特色ある産業としての「特化産業」に着目すると、①の状況を示す産業は、地域の特色ある産業が基幹産業となっていることから、これまで地域産業が順調に特色ある発展を遂げてきたと言える。また③の状況を示す産業は、地域の特色ある産業として発展していく可能性が期待できる。しかしこれは、地域の特色ある産業が将来に亘り継続的に発展することを約束するものではない。①の状況を示す産業が成熟期にあれば、今後は衰退していく可能性がある。また③の状況を示す産業がこれまで長期間にわたり同様の状況にあれば、それ以上の成長は期待できない可能性もある。したがって、産業振興戦略は当該産業のライフステージを考慮に入れて取り組む必要がある。

産業のライフステージは、概ね萌芽期、成長期、成熟期、衰退期として捉えることができる。現在がその内のどのステージにあるのかを知るためには、過去の状況を時系列、すなわち歴史的視点から捉える必要がある。そこでは、従業者数や付加価値額などのデータが利用できる。産業政策の観点からすると、①や③の状況を示す産業が成長期にあるならば、当該産業の成長を一層



(図6) 太田市の製造業の産業構造(粗付加価値額)

注: 従業者数4人以上の事業所。

出典: 経済産業省『工業統計調査』2014年より作成。

促進することが地域産業の発展には効果的である。ただし、①の状況を示す産業が成熟期から衰退期にあるとしても、当該産業への発展期待を早急に放棄すべきではない。何故ならば、①の状況を示す産業は、これまでの歴史の中で培われた豊富な技術やノウハウ、人材、取引や協力関係を蓄積している。その蓄積を新たな社会ニーズに応用し市場を開拓できれば、当該産業には新たな成長・発展が期待されるからである。

2) 「地域産業の歴史」の視点からの考察

ある産業が地域において長い歴史に根ざした存在であることは、当該産業に属する企業が地域に定着する上において重要な要件になる。事例としては、富士重工業株式会社（以下、「富士重工」とする。）の事業所群を中心とする、自動車産業の企業城下町型の産業集積である群馬県太田市が挙げられる。富士重工は1917年（大正6年）に中島知久平が群馬県尾島町に飛行機研究所を設立（同年、太田市に移転）して以来、飛行機関連のメーカーとして太田市に根ざして発展した。第二次世界大戦の終戦時の1945年には富士産業株式会社と改称、平和産業に転換し、スクーターや農器具などの生産から、自動車を中心に生産を拡大し、1953年には現在の社名になり発展してきた（富士重工業株式会社、2016）。また静岡県浜松市では、鈴木道雄が1909年（明治42年）に鈴木式織機製作所を創業し、1920年（大正9年）鈴木式織機株式会社として法人設立、1954年（昭和29年）に鈴木自動車工業株式会社と社名変更以来、主に自動車メーカーとして発展してきたスズキ株式会社（1990年に現社名⁷⁾、山葉寅楠が1889年（明治22年）に合資会社山葉風琴製造所を設立し、日本楽器製造株式会社を経て主に楽器生産を中心に発展してきたヤマハ株式会社⁸⁾などの製造業を中心に、複合的な産業集積として発展してきた。

地域産業の発展は、客観的な立地条件の適合性のみによって決まるのではない。有能な産業人の出現など、歴史上の偶然の出来事により特定の産業の萌芽が生じた場合、それをきっかけとして当該産業の成長が更なる成長を誘発し、自己増殖的に成長が継続して集積が形成されることになる。このような過程が地域で進行すれば、当該産業が地場産業になる。そして、当該産業やその関連産業は地域に定着することが期待される。その促進のためにも、企業誘致は既存の産業集積の振興政策との連携が重要となる。

2. 地域産業との関連性の強い産業分野・企業であること。

企業活動においては、常に取引関係が伴っている。具体的には原材料、部品や加工、サービス（法律、会計、コンサルティングなど）の購入、生産物やサービスなどの販売である。これらの取引は、当該取引に伴う直接効果のみならず関連する取引を誘発するなど、波及効果を地域経済にもたらす。以下、この理論的視点を産業連関表により確認する。

地域内外の産業が相互に関連性を持っていることを数値により示すのが、地域産業連関表である。総務省資料⁹⁾は、国の産業連関表の構造を次のように説明している。「財・サービスが最終需要部門に至るまでに、各産業部門間でどのような投入・産出という取引過程を経て、生産・販

地域産業の内発的発展を促進する企業誘致政策に関する考察

需要部門 (買い手)	中間需要				最終需要			移輸入／ 控除	地域内 生産額
	1 農林水 産業	2 鉱業	3 製造業	計	消費 固定 資本 形成	在庫 純増	移輸出 計		
供給部門 (売り手)									
中間 投入	1 農林水産業	行：生産物の販売先構成（産出）			粗付 加価値 の 構成 （投入 及び				
	2 鉱業								
	3 製造業								
	・								
	計								
粗付 加価値	雇用者所得				粗付 加価値 の 構成 （投入 及び				
	営業余剰								
	資本減耗引当								
	家計外消費支出								
	間接税								
	補助金／控除								
計									
地域内生産額									

(図7) 地域産業連関表の構造

注：最終需要の消費は、民間消費支出、一般政府消費支出、家計外消費支出である。

出典：総務省 (http://www.soumu.go.jp/main_content/000286849.pdf, 2016年10月15日取得) を基に作成。

売されたものであるのかを、一定期間（通常1年間）にわたって記録し、その結果を（中略）行列（マトリックス）の形で一覧表に取りまとめたものである。同資料は次の関係が成立することを示している。「① 総供給＝国内生産額＋輸入＝中間需要（計）＋最終需要（計）＝総需要／② 国内生産額＝中間需要（計）＋最終需要（計）－輸入＝中間投入（計）＋粗付加価値（計）／③ 中間投入（計）＝中間需要（計）／④ 粗付加価値（計）＝最終需要（計）－輸入（計）。なお、①及び②については、各行・列の部門ごとに成立するが、③及び④については、産業（計）（部門の合計）についてのみ成立する」。この関係は、地域産業連関表についても適用できる。すなわち、国内生産額は都道府県や市町村の「地域内生産額」、輸出は「移輸出」（移出＋輸出）、輸入は「移輸入」（移入＋輸入）と置き換えて活用できる。この構造を示したのが（図7）である。

産業連関表を用いて得られる重要な結果の1つとして、経済波及効果の数量的把握がある。ある産業分野に新たな需要が発生すると、相互の取引関係や雇用者所得からの支出などを通して、当該産業や他産業にも需要の波及効果が広がる。地域産業を全体として見ると、結果的には最初の直接需要を超える需要が生じ、生産誘発効果をもたらす。したがって、この生産誘発効果が大きな産業であるほど、地域産業全体の拡大効果を持つことになる。企業誘致においても、地域産業への生産誘発効果の大きさを踏まえた判断が求められる。また併せて、生産誘発効果に伴う雇用誘発効果、付加価値誘発効果、税収誘発効果の大きさなどにも着目する必要がある。

3. 地域の外部からの所得誘導効果の高い産業分野・企業であること。

企業が生み出す商品やサービスが地域外の市場に移輸出されると、地域の外部から内部に所得が搬入され、地域経済の拡大効果をもたらす。この効果について以下、山田ら（2007、pp.50-53）の説明による「移出基盤モデル」に基づき確認する。このモデルは仮説として、「地域の所得水準はその地域の移出（すなわち地域外への財貨・サービスの販売）によって決定する。移出の増加が地域の経済成長をもたらす」とするものである。山田らはこれを就業者に関するモデルとして、次のように定式化している。（この定式化における「移出」は、前の2における「移輸出」と同義語として捉える。）

$T = E + L$ …① T: 地域の総就業者数、E: 移出産業の就業者数、L: 域内産業の就業者数
総就業者数が増えれば域内産業の就業者数も増えると考え、次のように定式化できる。

$L = a + bT$ …②

上記の①式および②式より、 $T = 1 / (1 - b) \times (a + E)$ 。つまり、移出産業の就業者数が1人増えると地域の総就業者数はその $1 / (1 - b)$ 倍増え、経済成長をもたらす。

また、大友（1997）は、地域経済基盤に関する「Basic - Nonbasic分析」（BN分析）を用いて、移出産業活動の効果を、次のように説明している。特定の地域の産業活動は、次のように分類できる。①その地域における自己消費分を除いた余剰分をその地域外に移出する活動、②その地域における自己消費分として、その地域の内部需要のための活動、③その地域における自己消費分に対して対応できず、地域外から移入する活動。このうち①は地域の存立・発展を支える産業活動として、基盤活動（basic activity）とする。それに対して②、③は地域の存立・発展を直接可能にするわけではない産業活動として、非基盤活動（nonbasic activity）とする。

ここで大友は、移出産業の就業者数を捉える1つの方法として、特化係数の理論の活用を提示している。すなわち、特化係数の数値により当該産業の地域内の状況を次のように規定する。

特化係数 = 1：生産と消費において過不足なく、均衡している。

特化係数 > 1：当該地域で必要とされる以上にその産業の生産物が生産され、その余剰分が地域外に移出されている。

そして、特化係数から1を引いた残りの分が基盤活動を表し、一方、残りが0かマイナスのときは基盤活動が無いとみなす。すなわち、特化係数が1を超える場合、その数値から1を引いた数値を特化係数で割り、当該地域・当該産業の就業者数の数を掛け合わせた数値が、当該産業（移出産業）において基盤活動に従事する就業者の数ということになる。前述の山田ら（2007）の「移出基盤モデル」と併せて捉えると、移出産業が地域経済の成長に重要な役割を担うことが分かる。

V. 事例による考察

前章までの検討から、地域にとって有益な企業誘致に求められる重要な要件は、地域の個性・優位性を活かせること、現在ある地域産業群の事業活動と密接な連携を形成して相乗効果を創出し一体となって発展していけると共に、地域外部から大きな所得誘導効果が得られることであると言える。本章では、筆者の既存論文（共著を含む）を事例として、このことについて確認したい。

1. 製造業における取引ネットワーク構造と振興策

河藤（2009a）では、製造業における取引ネットワーク構造と振興策に関する考察を、秋田県湯沢市を事例として行った。この研究の目的は、多様な製造業が共存しており、地域内において分野横断的・総合的な検討が可能な「秋田県湯沢市」を事例として、地域の製造業の振興方策について、「成長期待産業」の事業者間の取引ネットワーク構造を通して考察することであり、事業者に対するアンケート調査やヒアリング調査などを実施した。

当該研究ではまず、湯沢市における「成長期待産業」を、2005年の経済産業省『工業統計表』から算出した「労働生産性」（粗付加価値額／従業者数）が400万円以上の産業と定義して抽出した。また、成長期待産業に属する企業の取引ネットワークについて、販売先と調達先を各々、「周辺地域」（同一・周辺市町村）、「近隣地域」（同一都道府県）、「遠隔地域」（同一都道府県外）の3種類に仕分け、これを縦横のマトリックスとして組み合わせ、3×3（合計9）の「調達先・販売先」の類型を設定した。

その上で次の趣旨に基づき、「成長期待産業」に属する事業者へのアンケート調査を実施した。「成長期待産業」に属する事業者について、成長の有無やその要因などを確認することにより、「成長事業者」、「成長産業」を抽出し、「事業者間の取引ネットワーク構造」と「地域産業の発展」との関係性を知る。また、有効な政策手段について事業者の意向を知る。

実施概要は次のとおりである。1）実施時期：2008年2月4日～21日、2）実施対象：成長期待産業に属する事業者：NTTタウンページ（2008年1月25日現在、インターネット版）で情報を取得した。3）主な質問項目：①売上高の伸びの有無、②営業利益の伸びの有無、③営業利益の伸びの要因（自己努力・地域との関連性など）、④仕入先、販売先の所在地、⑤営業利益向上のための取組み、⑥公的支援として望むこと。4）調査対象数および回収数：調査対象数393、回収数63（回収率16.0%。ただし、無効回答も含む）、有効回答件数47件（廃業、休業、回答辞退、非製造業、プロフィール記載なし、同一事業者で異名の重複分を除く。）

以上の結果、主に次のような結論を得た。①地域における成長期待産業として「機械金属関連産業」と伝統的地場産業を中心とする「生活関連産業」、「土木・建築関連産業」を見出した。②

「機械金属関連産業」（成長産業）の主な業種では、地域外にある本社との関係が強く地域産業との連関性が低いことが特徴的である。進出工場が地域の産業資源を十分に活用できるよう政策的な取り組みが必要である。③「生活関連産業」（成長産業）に属する主な業種では、調達先と販売先の両方において、取引関係の範囲が広域にわたっていることが特徴的である。その一層の発展のためには多様な市場の新規開拓が必要であり、政策主体にはその支援策が求められる。

また、アンケート回答企業の内の成長事業者5社に対して、2008年3月27日～28日にヒアリング調査を実施した。上記の結論の具体的な内容について、ヒアリング調査を実施した成長事業者の1社（金型製造業）で確認する（原文引用）。

1) 事業の沿革：本社は神奈川県内。初代の社長の出身が湯沢市であったこと、賃金水準が低く人が集め易かったこと、さらに土地・建物の調達コストが安いことなどの理由により湯沢市に工場を立地した。2) 湯沢市の立地上の課題：企画・立案・技術開発、営業などの中枢機能は本社に集中しており、湯沢市の工場では生産・加工のみを担当している。地域事業者との連携関係は殆どない。地域範囲を秋田県まで広げると取引関係の可能性も出てくるが、取引先との出会や交流のための仕組みがない。3) 課題への対応方策：企業を誘致する場合、ハード整備だけでなくソフト面も含めた工夫が必要である。企業の立地意欲を高めるためには、地域の優位性に関する指標の提供が必要だ。例えば、人口構成から労働力の確保が容易であることや通勤時間が短いというように労働市場に魅力があること、地域市民の可処分所得が高いこと、地域企業との取引連携のための仕組みがあり、その活用方法について具体的に指導してくれることなどである。また、企画・技術開発など企業の中核管理機能が立地することが必要である。

以上の結果を企業誘致の視点から捉えると、次のことが言える。湯沢市において「機械金属関連産業」に属する企業（事業者）を誘致する場合、既存の地域産業との連関関係の構築可能性を視野に入れた誘致を図るとともに、誘致後は既存の地域産業との連携関係の構築を促進する施策の実施が必要となる。また「生活関連産業」は、地域産業とも連関性が強く、地域外部からの所得誘導効果も期待できることから、企業誘致においては当該産業分野にも着目すべきである。地域産業政策の視点からは、既存企業も含めた地域企業に対して、技術力や経営力の強化、販路開拓などを促進していくことが重要となる。

2. 産業集積の特色と優位性の活用方策

河藤・井上（2016）では、企業城下町型産業集積としての群馬県太田市における、産業集積の特色と優位性に関する考察を行った。この研究の目的は、太田市域の産業集積が活力を維持している現状、産業集積を構成する企業や経済団体、研究機関などの諸主体が連携して積極的にイノベーションに取り組んでいる状況などについて、アンケート調査やヒアリング調査などにより確認したうえで、その特色と優位性について考察するものである。その結果、次のような結論を得た（原文引用）。

太田市域の自動車産業においては、中核企業とサプライヤー企業群との関係（中核企業と1次サプライヤー、1次サプライヤーと2次サプライヤー…）は一般に、各々が競争性を維持しながら事業成果を共有できる関係を構築している。このような関係が、中核企業を軸として幅広く広がっている。また、サプライヤーも中核企業や親企業以外にも多くの取引先を有しており、その範囲の拡大に取り組んでいる。さらに、サプライヤー以外の自立型企业も含め、仲間受け、異業種・同業種交流、産学官連携などの形で多様な連携を持ち発展を支え合っている。その結果として産業集積全体のグレードが高まっていく。

太田市域の産業集積について規模と安定性の維持を可能にしている基本的な要因は、集積を構成する中小企業のイノベーションへの積極的な取組みである。そして、中核企業を頂点とする階層的下請構造は、集積内の中小企業に直接・間接にイノベーションを促進する強いインセンティブを与えている。この関係を安定的に維持させる基盤となっているのが、中核企業とそのサプライヤーのみならず自立型企业も共有する「ものづくり理念に基づく地域共存意識」（互恵の関係）であり、これが産業集積全体の維持発展を促進しているものと考えられる。

当該研究における以上の結論は、地域産業全体のあり方を踏まえた企業誘致の視点から捉えると、次のことが言える。既存の地域企業群とサプライヤーとしての取引関係を形成できる大企業（中核企業）を誘致することができれば、サプライヤー企業群のみならず、多様な取引・連携関係を通して地域の企業群全体の拡大発展が期待される。また、その結果として大企業の地域定着度も向上する。すなわち、CSVを実現するための方策として、ポーターら（2011）が提示する3つのアプローチのうちの重要な1つ「企業が拠点を置く地域を支援する産業クラスターをつくる」という要件を実現できる大企業を誘致することにより、産業クラスターの創出が期待される。

3. 企業誘致が困難な過疎地域の産業立地政策

河藤（2009b）では、交通の利便性の低さ、電力や工業用水不足など産業基盤の面における大きな制約などの理由により企業誘致が困難な過疎地域の産業政策のあり方についての考察を、離島である島根県隠岐郡海士町を事例として行った。この事例は企業誘致に直接に言及したものではないが、地域産業振興における基礎自治体としての町の役割の重要性について論じたものであり、結果として地域内産業の振興が将来的には企業誘致に繋がる可能性を示唆している。このため、本事例を採り上げることにより、過疎地域における企業誘致の可能性を検討したい。

交通アクセス、道路や電力・産業用水、大規模な産業適地などの産業基盤が乏しい離島の産業振興においては、企業（事業者）の自主的な進出に期待しては成果が望めない。そこで、公共主体である町が自ら積極的な役割を果たすことが必要となる。積極的な役割とは、地域外からの企業の誘致に期待するのではなく、地域内の地場産業である漁業や農業の生産性を高めることや、地域外に有望な市場を開拓することである。海士町ではそのための実働機関として第三セクターを設立し、事業を実施している。すなわち、海士町の特産品である海産物や農産物の加工に

ついて、地域の事業者の誰もが利用できる「共同利用施設」を整備した。その具体的な内容は、以下のとおりである（原文引用）。

海産物や農産物は、収穫したままの状態では付加価値が小さく、また鮮度を維持することが困難であることから、大規模市場を擁した大都市近郊の第1次産業地域と比べて不利な状況に置かれている。この課題を解決するためには、海産物や農産物を加工し、付加価値や保存性を高めることが効果的である。そのための加工施設を、各々の漁業者や農業者が単独で整備することは不可能であるため、地域の漁業者や農業者が共同で利用できる施設を最も身近な公共主体である町が主導して整備するという方法がとられているのである。

一方、その施設の運営には専門的な技術やノウハウが必要とされる。また、新規市場開拓のためのマーケティング力も必要とされる。こうした高度な事業マネジメント能力を備えた経営主体が整うことによって、整備された共同利用施設は、第1次産品の生産者に大きな付加価値と需要の拡大をもたらすものとなる。海士町では、その中心的な役割を第三セクターが担っていると言える。

こうした観点から、施設整備と第三セクターを主体とした海士町の産業政策を捉えると、その事業効果は単に第三セクターの収益に留まるものではなく、第1次産業を中心とした地域の基幹産業に広く経済的な利益を及ぼす効果を持つ有効性の高い産業政策であると言える。

過疎地域の活性化において重要なことは、その地域で所得が得られる産業が育つことである。その産業とは、第1次産業やそれに加工や市場開拓を結びつけ高付加価値化を図る「第6次産業」と言える。地域産業により所得を高めることができれば、結果として、地域外からも地域産業への参画を希望しIターンする人が出てくる可能性も生まれる。

VI. おわりに

本稿では、地域産業の内発的発展を促進する企業誘致の要件と方策、その目的に叶った有益な誘致企業の把握方法について検討し、事例によりその適用可能性について考察した。

企業誘致政策を成功させるためには、基本的に次の2つの要件が求められる。(1) 誘致する企業は、地域経済の内発的発展を誘発・促進できる企業であること。(2) 前提要件として、地域経済・地域産業の振興、住民生活の向上など公共の福祉への貢献といった地域ニーズの実現を目指すという「地域の論理」と、売上・利潤の向上といった「企業の利益」の両方を同時に達成できることである。この2つの要件を達成するためには、誘致企業と、既存の地域産業や創業企業との相互連関性・一体性の形成が求められる。

上記(1)の要件を満たす企業とは、地域産業との連関性が強く、地域の外部からの所得誘導効果の高い企業である。また、上記(2)の要件を充足するために重要な方策となるのがポーターら(2011)によるCSV戦略であり、製品と市場の見直し、バリューチェーンの生産性の再定義、

産業クラスターの形成という3つの実現方策が提示されている。この3つの方策はいずれも、誘致企業に求められる上記の2つの要件を達成するために有効性が高い。とりわけ産業クラスターの形成は、既存の産業集積の成長発展という内発的発展の促進につながる重要な方策である。産業クラスターの戦略はポーター（1999）が詳しく論じているので、本稿ではこれについても注目した。その中でポーターが「立地の競争優位の源泉」として挙げた、競争環境、要素（投入資源）、需要条件、関連産業・支援産業は、クラスターにおいて企業が競争優位性を獲得するための地域資源として捉えることができる。これを誘致企業の観点から捉えると、企業が経営戦略を立てる際に地域資源を活用する方法を提示しており、誘致企業が地域経済と密接な連携関係を形成する方策として捉えることができる。

本稿では、このような企業誘致の要件と方策について検討した上で、地域の内発的発展に有益な誘致企業の把握方法について検討した。地域・地域産業の個性（特性）や優位性の把握方法については、地域、産業地域、産業集積の各々の類型化理論、地域産業の数量的な分析による把握（産業構造、産業特性の把握方法の事例）、歴史的な視点（「産業のライフステージ」および「地域産業の歴史」の視点）などを提示した。また、地域産業との関連性の強い産業分野・企業の把握方法については、産業連関表の機能を用いて検討した。さらに地域の外部からの所得誘導効果の高い産業分野の抽出方法については、「移出基盤モデル」、「Basic - Nonbasic分析」を用いた。

最後に、筆者（共同研究を含む）の既存研究に基づき、理論的な考察の適用可能性について、「製造業における取引ネットワーク構造と振興策」と「産業集積の特色と優位性の活用方策」を事例として検討した。併せて、「企業誘致が困難な過疎地域の産業立地政策」についても検討することにより、企業誘致が困難な過疎地域においても、地域内産業の振興策が将来的には企業誘致に繋がる可能性があることを確認した。

以上のことから企業誘致においては、地域の個性や優位性を有効活用し、地域社会と共通価値を共有することができ、既存の地域産業と一体となった発展が期待できる企業を誘致することの必要性が確認された。また、その実現のためには、自治体などの誘致主体が自らの地域の個性（特性）や優位性を客観的に把握し、それを有効活用できる企業を誘致することが重要であるということが分かった。

本稿では、誘致すべき企業の要件について多面的に考察を行ったが、誘致企業が既存の地域企業と連携を強め、一体となって発展することを支援するための地域産業政策のあり方に関する考察は行っていない。継続的な企業誘致を可能とするためには、誘致企業を含めた地域内の産業や企業を対象とした振興政策のあり方が重要となる。また、企業への個別の誘致戦略のあり方も重要である。今後、このような観点も含めた総合的な企業誘致政策のあり方について考察を行っていきたい。

（かわとう よしひこ・高崎経済大学地域政策学部教授）

注

- 1) 国による産業立地政策と呼応する形で進められた、企業誘致を伴う地域開発としては、次のような事業が挙げられる。①新産業都市・工業整備特別地域（1962年：新産業都市建設促進法、1964年：工業整備特別地域整備促進法）：重化学工業による地域開発、②テクノポリス構想（1983年：高度技術工業集積地開発促進法）：半導体関連の先端技術産業誘致、③頭脳立地（1988年：地域産業の高度化に寄与する特定事業の集積の促進に関する法律（頭脳立地法））：地方圏のソフトウェアなど、産業支援サービス業の立地、④オフィス・アルカディア（1992年：地方拠点都市地域の整備及び産業業務施設の再配置の促進に関する法律〔地方拠点法〕）：地方圏のオフィス機能の立地促進（河藤、2011）。
- 2) 鈴木（2007）は、次のように論じている。「新産業都市や工業整備特別地域の指定を受けた自治体では、法人住民税や固定資産税の3年間減免措置をはじめ、国庫補助率引き上げ・地方債特例・地方交付税特例など財政特例措置などを支援材料に、格安な工場用地・工業用水・電力の提供、産業道路や住宅の整備など先行投資の約束を明記した企業誘致条例を制定して、中央と地方の政財界および行政が三つ巴となって工場の誘致運動に努めて行った。（中略）立地要因を満たし得なかった新産業都市は計画倒れに終わり、広大な遊休地を生み、自治体財政に多大な負担を残すだけに終わったところもある」。
- 3) 電子版「日本経済新聞」（2012年8月14日付）には、大阪府が2007年度に2つの企業グループに対して交付した企業誘致補助金の一部について、両企業グループが立地施設を他社に譲渡したことにより、返還を受けた旨の記事が掲載された。同記事は、「企業の急な生産計画の変更で、地方自治体が交付した誘致補助金が返還されるケースが相次いでいる」と報じている。
- 4) 中小企業庁（2016）の付属統計資料第4表「開業率・廃業率の推移（非一次産業）」①企業（個人企業+会社企業）によると、1991年における期首企業数は5,302,358社であったものが2012年には3,891,356社に減少している（期間の途中で日本標準産業分類の改訂があったため、全く同一基準による比較ではない）。
- 5) 既存の産業集積の維持・発展を重視着目した法律としては「特定産業集積の活性化に関する臨時措置法」（1997年施行、10年以内に廃止）、その後継法としての「企業立地の促進等による地域における産業集積の形成及び活性化に関する法律」（2007年施行）、および「中心市街地における市街地の整備改善と商業等の活性化の一体的推進に関する法律」（1998年施行）、その後継法（改正法）としての「中心市街地の活性化に関する法律」（2006年施行）がある。
- 6) 経済産業省（2015）によると、1995年以降の工場立地件数（研究所は含まない）は、次のとおりである。1995年：1,301件、1996年：1,546件、1997年：1,513件、1998年：1,157件、1999年：969件、2000年：1,126件、2001年：1,123件、2002年：844件、2003年：1,052件、2004年：1,302件、2005年：1,544件、2006年：1,782件、2007年：1,791件、2008年：1,630件、2009年：867件、2010年：786件、2011年：869件、2012年：1,227件、2013年：1,873件、2014年：2,471件、2015年：1,070件。ただし、この件数は誘致によるものだけでなく、企業が自主的に立地したものも合わせたものである。
- 7) スズキ株式会社（<http://www.suzuki.co.jp/corporate/outline>、2016年10月15日取得）。
- 8) ヤマハ株式会社（<https://www.yamaha.com/ja/about/history>、2016年10月15日取得）。
- 9) 総務省（http://www.soumu.go.jp/main_content/000286849.pdf、2016年10月15日取得）。

参考文献

- 大友 篤『地域分析入門 改訂版』東洋経済新報社、1997年、pp.102-110
- 岡田 勉（群馬経済研究所主任研究員）「群馬県の工場立地動向と企業誘致のポイント」群馬経済研究所『ぐんま経済』第332号、2011年、pp.10-15
- 河藤佳彦「製造業における取引ネットワーク構造と振興策に関する考察：秋田県湯沢市を例として」『日本地域政策研究』（日本地域政策学会）第7号、2009年a、pp.33-40
- 河藤佳彦「離島振興における産業政策の役割に関する考察：島根県隠岐郡海士町を事例として」『産業研究』（高崎経済大学附属産業研究所）第45巻第1号、2009年b、pp.13-29
- 河藤佳彦「中小製造業における地域資源の意義と有効活用方策」『JOYO ARC』（財団法人 常陽地域研究センター）第486号、2010年、pp.6-13
- 河藤佳彦「企業誘致」増田正・友岡邦之・片岡美喜・金光寛の編著（編集協力：高崎経済大学地域政策研究センター）『地域政策学事典』勁草書房、2011年、p.165
- 河藤佳彦「地域産業政策の現代的意義に関する考察」『地域政策研究』第16巻第2号、高崎経済大学地域政策学会、2014年、pp.21-39
- 河藤佳彦・井上真由美（共著）「群馬県太田市における産業集積の特色と優位性に関する考察」『地域政策研究』第19巻第1号、高崎経済大学地域政策学会、2016年、pp.27-49
- 経済産業省『2015年 工場立地動向調査』2015年
- 鈴木 誠「第3章 地域開発政策の検証」岡田知弘・川瀬光義・鈴木 誠、富樫幸一『国際化時代の地域経済学第3版』有斐閣、2007年、pp.137-210
- 高野泰匡「地方自治体の企業誘致活動に関する取組の現状：企業誘致活動に関するアンケート調査結果」『産業立地』第53巻第2号、一般財団法人 日本立地センター、2014年3月、pp.9-15
- 高野泰匡「企業立地動向と変わりつつある企業誘致：企業誘致をどのように考えていくか」『産業立地』第54巻第2号、一般

地域産業の内発的發展を促進する企業誘致政策に関する考察

- 財団法人 日本立地センター、2015年3月、pp.9-17
- 中小企業庁編『中小企業白書2006年版』、2006年、pp.135-136
- 中小企業庁編『中小企業白書 2014年版』2014年、pp.439-441
- 中小企業庁編『中小企業白書 2016年版』2016年、p.587
- 富士重工業株式会社『富士重工業株式会社 会社概況2016』2016年、pp.35-36
- マイケル・E・ポーター (Michael E. Porter) (竹内弘高訳)『競争戦略論Ⅱ』ダイヤモンド社、1999年
- マイケル・E・ポーター、マーク・R・クレイマー (Michael E. Porter and Mark R. Kramer)「経済的価値と社会的価値を同時実現する 共通価値の戦略」『DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー』第36巻第6号、ダイヤモンド社、2011年6月、pp.8-31
- 柳井雅人編著『経済空間論：立地システムと地域経済』原書房、2004年、p.90
- 山田浩之・徳岡一幸編『地域経済学入門〔新版〕』有斐閣、2007年