

LOCAL LOVE 企業

～地域とともに発展する企業を発掘せよ～

チームID: SL400870 (大学) 同志社大学3年 LOCAL LOVE 班
 ◎馬渡 周 岩根 拓也 村木 光 原 麻子 前田 秀
 指導教諭: 新聞 三希代

コード	銘柄名	取得金額	投資比率
5332	TOTO	¥361,240	7.225%
5991	ニッパツ	¥361,084	7.222%
6367	ダイキン工業	¥362,208	7.244%
6645	オムロン	¥362,520	7.250%
6869	シスメックス	¥362,230	7.245%
6902	デンソー	¥362,010	7.240%
6971	京セラ	¥360,612	7.212%
6981	村田製作所	¥358,960	7.179%
7259	アイシン精機	¥321,925	6.439%
7282	豊田合成	¥323,454	6.469%
7296	エフ・シー・シー	¥322,800	6.456%
8273	イズミ	¥360,195	7.204%
9042	阪急阪神ホールディングス	¥360,986	7.220%
9048	名古屋鉄道	¥360,870	7.217%
		¥4,994,439	
	内手数料	¥53,345	1.067%
	現金	¥5,561	0.111%
	合計	¥5,000,000	100.00%

目次

第1章	はじめに.....	2
第2章	LOCAL LOVE に至る過程.....	3
第1節	地方を取り巻く現状.....	3
第2節	東京一極集中の弊害.....	4
第3節	企業が地方に立地するメリット	6
第4節	地域貢献活動の必要性.....	7
第5節	LOCAL LOVE 企業とは.....	10
第3章	「LOCAL LOVE 企業」のポートフォリオの作成.....	10
第1節	定量スクリーニング.....	10
第2節	定性スクリーニング.....	11
第4章	LOCAL LOVE 銘柄の特徴と投資比率	13
第1節	投資銘柄の紹介	13
第2節	投資比率の決定	18
第5章	実証分析.....	19
第1節	仮説の検証.....	19
第2節	LOCAL LOVE 企業の特徴分析・比較.....	20
第6章	アンケート結果.....	24
第1節	企業アンケートの概要	24
第2節	企業アンケートの回答	25
第3節	行政アンケートの概要	26
第4節	行政アンケートの回答	27
第5節	企業と行政のかかわりについて	28
第7章	おわりに.....	29
	参考文献.....	31
	(資料1) 企業アンケートの回答	33
	(資料2) 行政アンケートの回答	36
	(参考資料1) 愛知県豊田市長へのインタビュー.....	46

第1章 はじめに

安倍首相が就任してから、早くも2年が経とうとしている。日本経済の復活を目指して掲げた「3本の矢」の中に、民間投資を喚起する成長戦略がある。それをさらに具体的なところに落とし込み、かつ大臣のポストまで新設して推し進めようとしているのが、「地方創生」である。時宜を得て、2014年11月21日、地方創生関連2法案が成立した。しかしながら、今回の「地方創生」の取り組みは過去の政策と異なり、実効性があるのか現段階では不明確である。

これからの日本は、さらなる高齢化と人口減少に直面することが不可避であり、地方衰退のシナリオは既定事項になっていると言っても過言ではない。しかしながら、このような状況下でも日本中のヒト・モノ・カネが集まる東京ではなく、地方に本社をおいて、成長を続けている企業が一定数存在することは見落とせない。さらに現在検討されている成長戦略が実現すれば、現在すでに地方に立地している企業だけでなく、これから地方に拠点を移す企業も力をつけるであろう。また、企業が立地している地域において市民と共存しなければならないのは、言うまでもない。そのためには、企業が市民に働きかけ、両者の関係が強まることにより、地域活性化が促進され、地域経済の発展、並びに企業価値の向上にもつながるであろう。

そこで我々は、「東京に本社がなく、地域貢献活動をしている企業は企業価値が高い」と仮説を立て、これらを「LOCAL LOVE 企業」と定義し、検証を行った。地域貢献活動を測る指標として、1.地域貢献活動、2.地元採用の積極性、3.産学連携や大学との協定の3つの観点から、企業が立地する地方とともに生きる14社を選定した。我々は、この「LOCAL LOVE 企業」の企業価値が高いことを証明し、今後の日本企業の取り組むべき課題として、立地と地域貢献活動の重要性を示す。

本稿の構成は、第2章で「LOCAL LOVE 企業」の定義とその定義に至った過程を紹介する。第3章では定量・定性によるスクリーニングの過程、第4章では選定した銘柄と投資比率、第5章では効率的フロンティアとボラティリティによる分析、第6章ではフィールドワークとして行った企業と行政へのアンケート調査とその考察を、最後に第7章を総括とする。

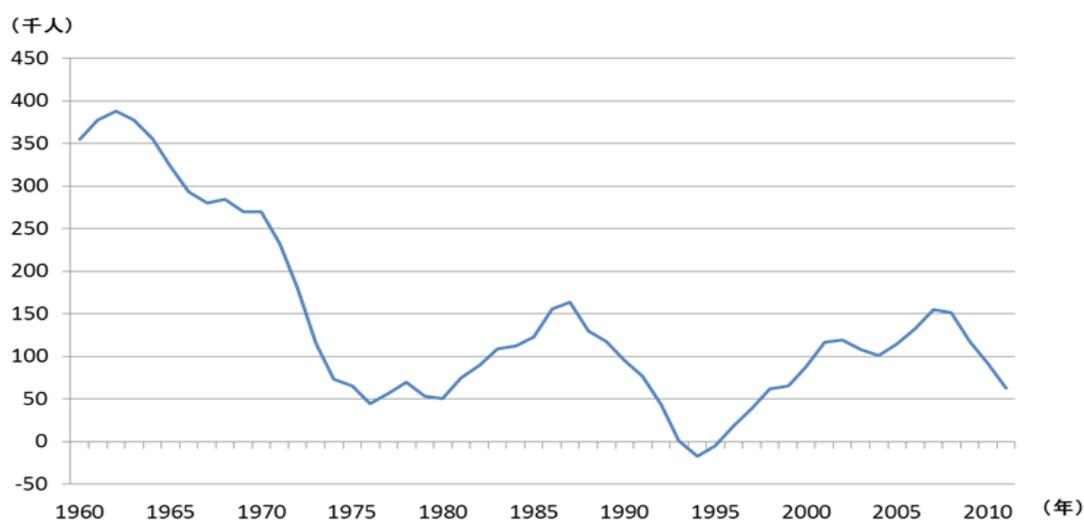
第2章 LOCAL LOVE に至る過程

第1節 地方を取り巻く現状

「地域活性化」や「国土の均衡ある発展」といった、現在議論されている「地方創生」の概念は高度経済成長期が終わるところからあったものの、東京への一極集中が止まることはなく、2000年代の景気回復期には地域間格差が取り沙汰された。そんな中で地方から都市圏、とりわけ東京への人口移動は依然として続いており（図2-1）、現在日本における人口総数、世帯数、大学数、事業所数の4分の1が東京圏に集中している（図2-2）。また、数多くの企業は東京が今以上に飽和状態になることを懸念している（図2-3）。一方で東京都の人口は2020年に1336万人まで増え続けるが、2008年以降日本の総人口は減少局面に入っている。「東京一極集中」と「人口減少」の2つの問題点の共通解として「地方創生」すなわち「地域活性化」への協力が企業に求められている。

本稿では「地方」の定義を「東京以外」とする。「東京以外」を地方とするのは一般的な用法と異なるので、以降で「東京以外」を地方とする理由を説明する。

図2-1 1都3県への転入超過数



『住民基本台帳人口移動報告』 長期時系列図より独自作成

¹ 図2-1にある1都3県は、東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県を指す。

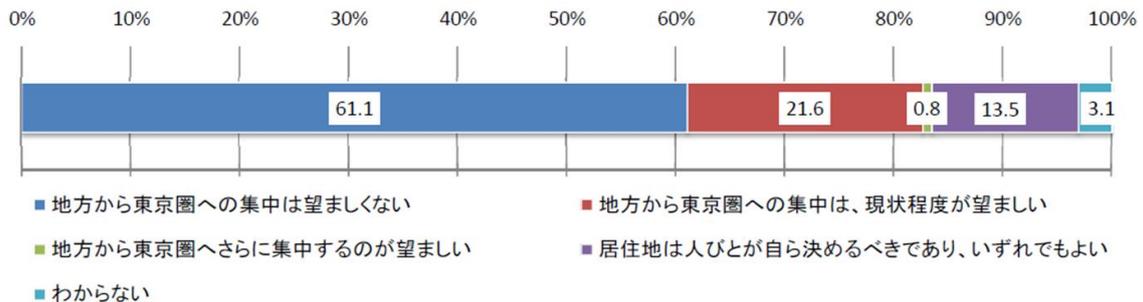
図 2-2 東京一極集中の現状

	南関東(1都3県)	構成比	近畿	構成比	中部	構成比
人口総数(2012)	35,704,000	28%	20,845,000	16%	18,047,000	14%
世帯数(2010)	15,595,792	30%	8,644,585	17%	6,896,882	13%
大学数(2012)	225	29%	153	20%	100	13%
事業所数(2006)	1,429,170	24%	959,382	16%	894,138	15%
研究機関数(2009)	2,336	32%	1,197	16%	919	13%

総務省統計局より独自作成

研究機関数：各都道府県別統計と『ランキングで見る県民性のデータ』より独自作成

図 2-3 地方から東京圏への人口移動に対する企業アンケート



内閣府 経済諮問会議 (2014)

『人口・地域の将来像と東京・地方の選好に関する企業アンケート調査』より引用

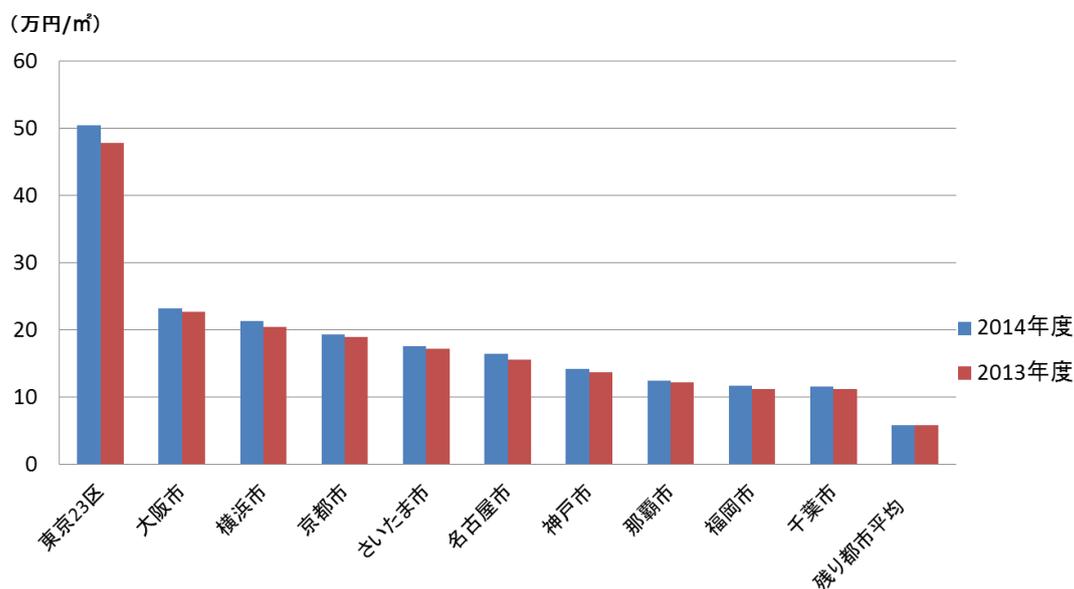
第 2 節 東京一極集中の弊害

東京一極集中は国レベルの行政管理や経済活動の効率化などの集積によるメリットがあった。しかし、今日では東京の規模が大きくなりすぎたためにあらゆるシステムの限界が顕著になり、時代が進むにつれて弊害が大きくなっている。住民にとって「土地需要の増加」は住宅価格の上昇につながり、東京の人口が増えれば他の地域と比較したときに地価は高くなる (図 2-4)。また、新聞を読めないほど混雑している電車 (表 2-5) や長時間通勤は労働者にとって負担になる。

企業の視点に立つと、東京に立地する業務・商業機能がさらに高密度になれば、事務所の賃借料や労働者の住居費等の費用 (図 2-6、2-7) が過大になり、また道路・国際空港などの社会資本の量的質的不足が経済活動そのものを大きく制約する事態になる可能性がある (図 2-7)。

実際に図 2-3 で示したアンケート調査からも多くの経営者が東京圏にこれ以上集積するのが望ましくないと回答しており、現時点で東京は飽和状態になっていると考えられる。以上の突出した東京への一極集中の現状を踏まえ、我々は本稿での「地方」の定義を「東京以外」とすることにした。

図 2-4 都道府県庁所在地の住宅地「平均」価格



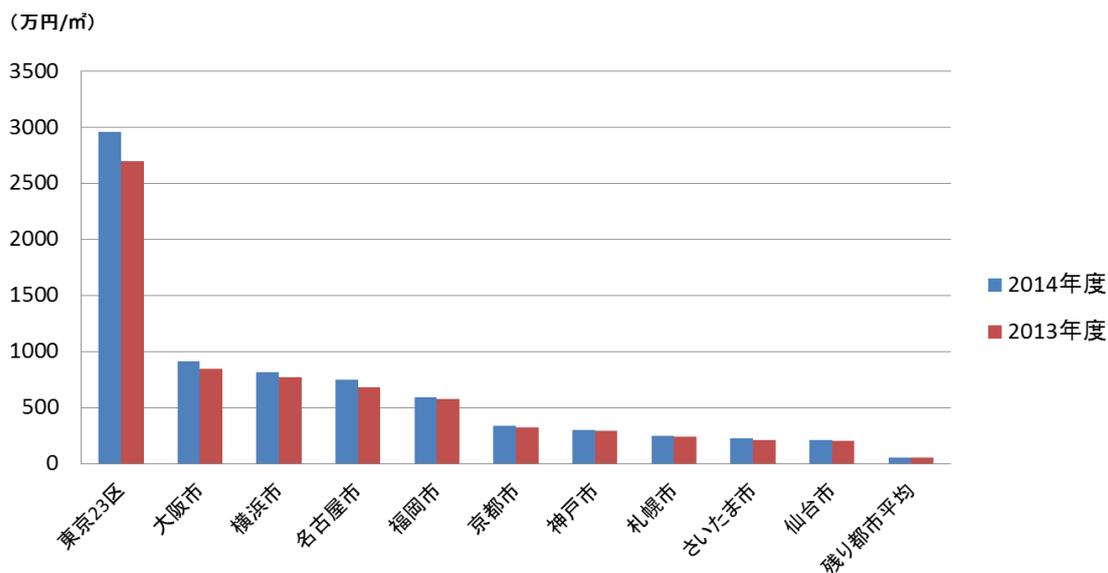
国土交通省（2014）『都道府県庁所在地の住宅地平均価格』より独自作成

表 2-5 三大都市圏主要区間の平均混雑率

東京圏	大阪圏	名古屋圏
164%	123%	127%

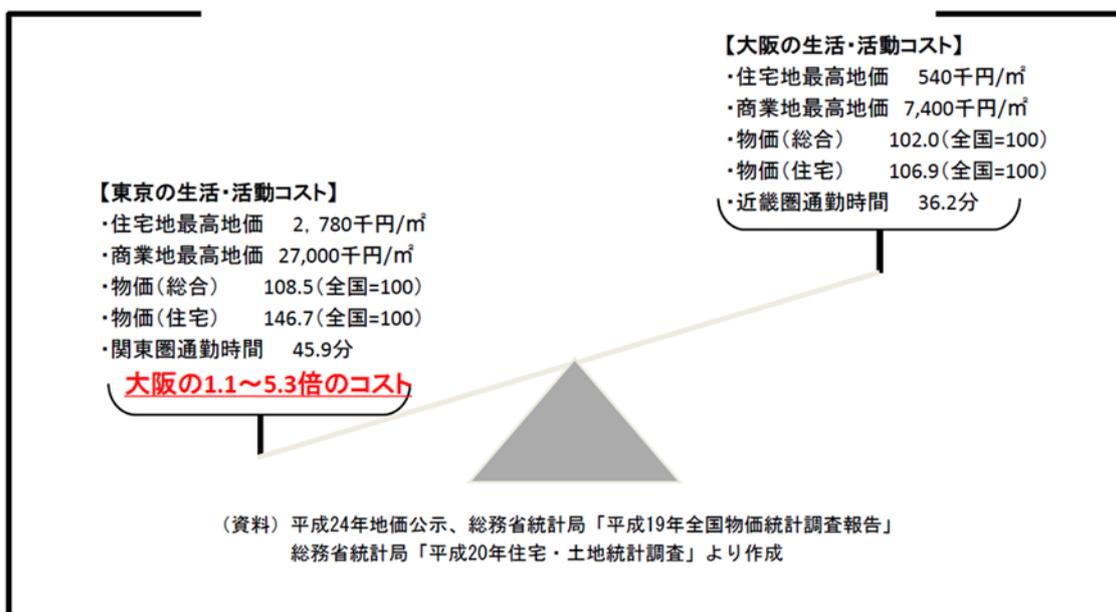
国土交通省『三大都市圏の混雑率』（2012）より独自作成

図 2-6 都道府県庁所在地の商業地「最高」価格



国土交通省（2014）『都道府県庁所在地の商業地最高価格』より独自作成

図 2-7 東京と大阪の生活・活動コストの比較

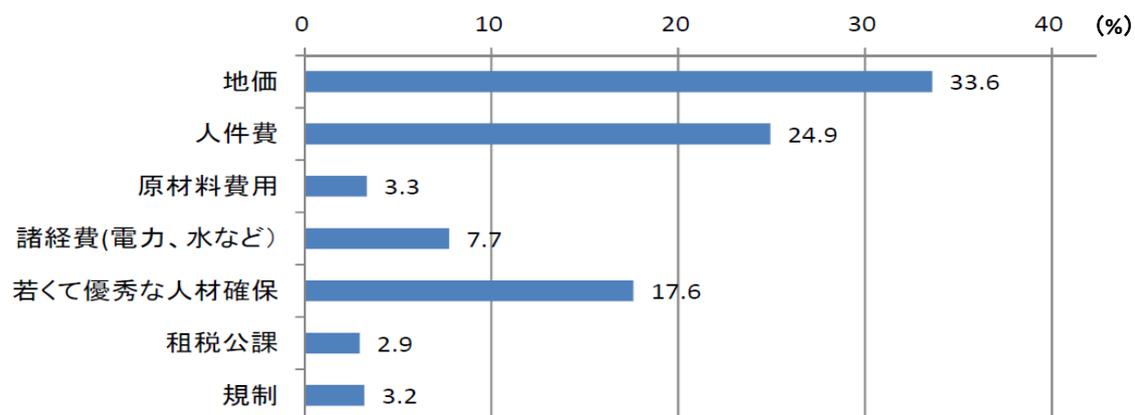


内閣府 経済諮問会議 (2013)『東京一極集中の要因と限界』より引用

第3節 企業が地方に立地するメリット

第2節で述べたような弊害があるにもかかわらず、数多くの企業が東京に本社を置いている。つまり企業は東京には一極集中による弊害以上のメリットが存在していると考えている。地方に本社のある企業が重要視していることとして、以下(図2-8)が挙げられるが、東京の地価は高く、人件費もかかる。近年では地元の大学に進学を希望する高校生の割合が増加し(図2-9)、地元に戻って就職したいと考えている学生も増加している。そのため、今後の人口減少局面においては東京に立地することで「若くて優秀な人材確保」ができる保障はない。地方において「若くて優秀な人材確保」ができれば地方に立地するメリットが高まり、企業としても高いコストを払ってまで東京にいる意味はなくなる。したがって、我々はこれからの日本においては東京ではなく、地方に本社を置く企業は企業価値が高くなっていくのではないかと考える。

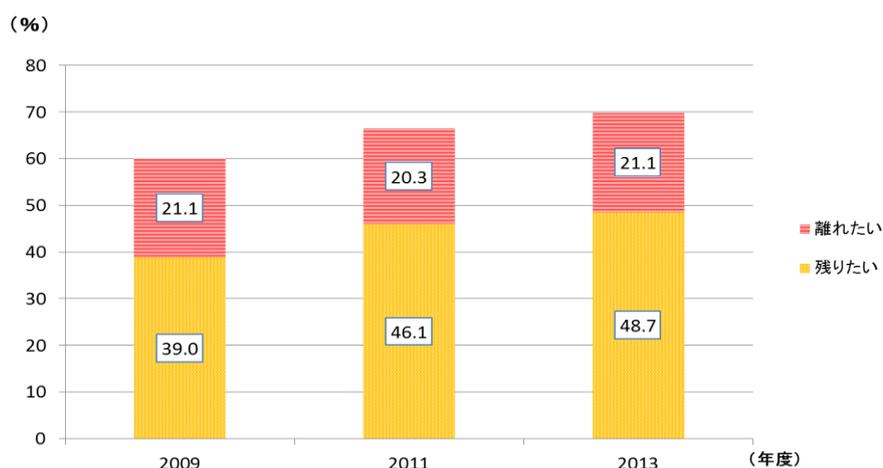
図 2-8 地方に本社のある企業が重要視していること



内閣府 経済諮問会議 (2014)

『人口・地域の将来像と東京・地方の選好に関する企業アンケート調査』より引用

図 2-9 高校生の地元志向の高まり

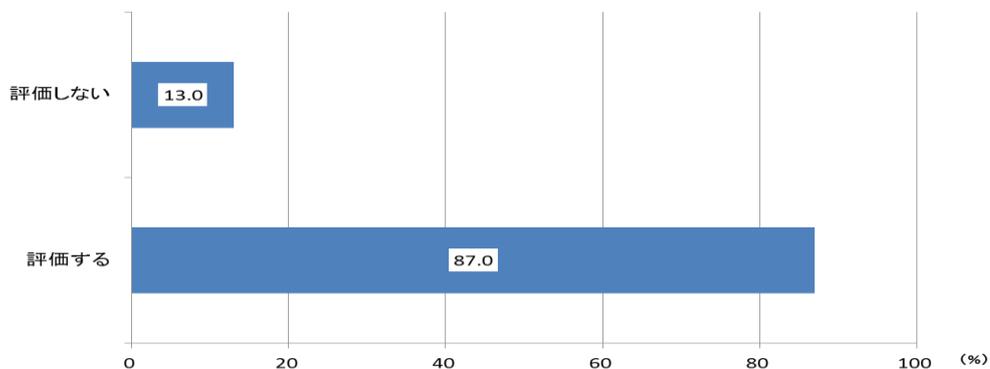


リクルート (2013) 『進学センサス』より独自作成

第 4 節 地域貢献活動の必要性

地方に立地する企業が優秀な人材を確保していくためには、一定の知名度と良いイメージが必要だと考えることができる。一般生活者は企業の社会貢献活動を評価し (図 2-10)、好印象を抱くことがわかる (図 2-11)。また就職活動にあたって、社会のために働きたいという就職観を持っている学生が多いことから (図 2-12)、地域貢献活動は地域のためになるだけでなく、優秀な人材を確保するための宣伝広報にも役立ち、企業にとってもメリットが存在すると考えられる。実際に、企業側も地域経済の衰退が自社の収益悪化につながるとの認識もある (図 2-14)。

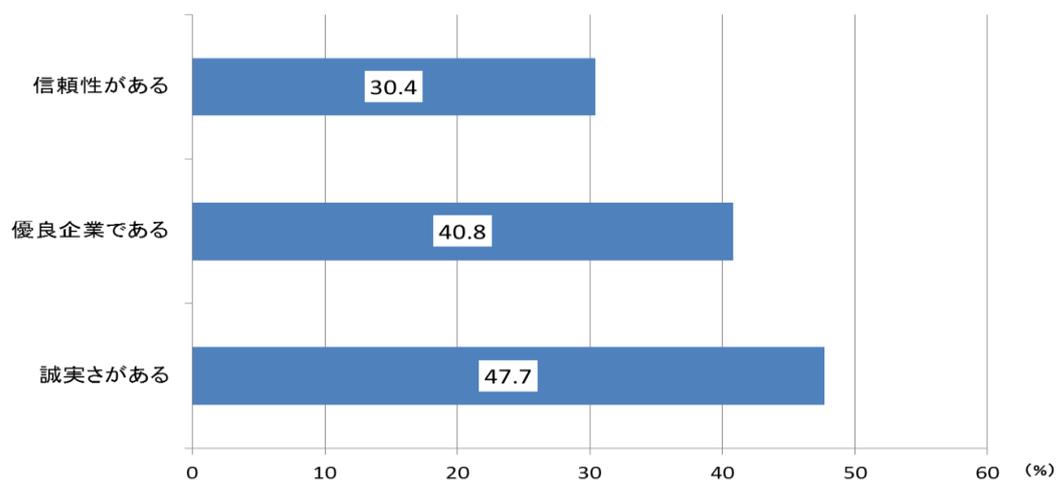
図 2-10 企業の社会貢献活動に対する評価 (n=2,184)



goo リサーチ (2004) 『企業の社会貢献活動に対する一般生活者の視点』より独自作成

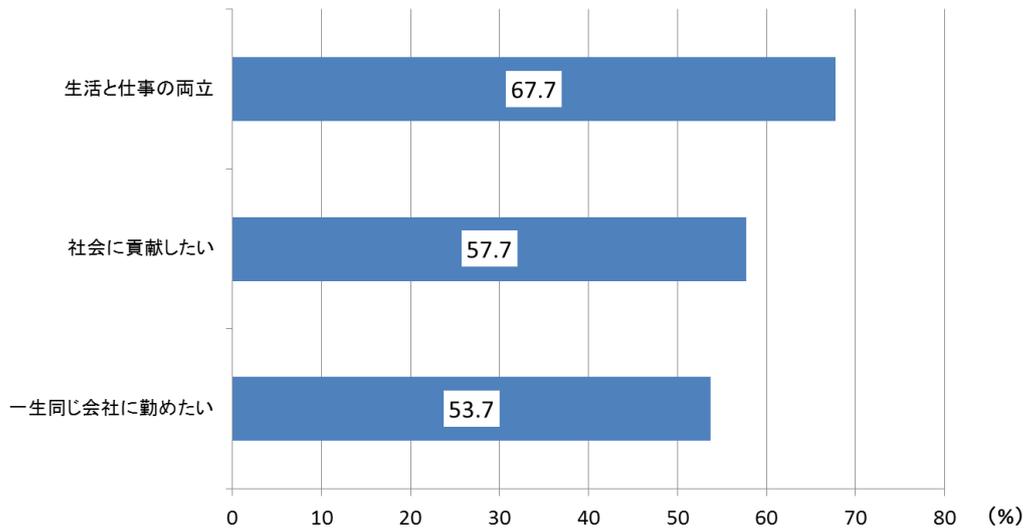
図 2-11 社会貢献活動をする企業のイメージ (n=1,899 : 複数回答)

・ 図 2-10 で評価すると答えた人のうち



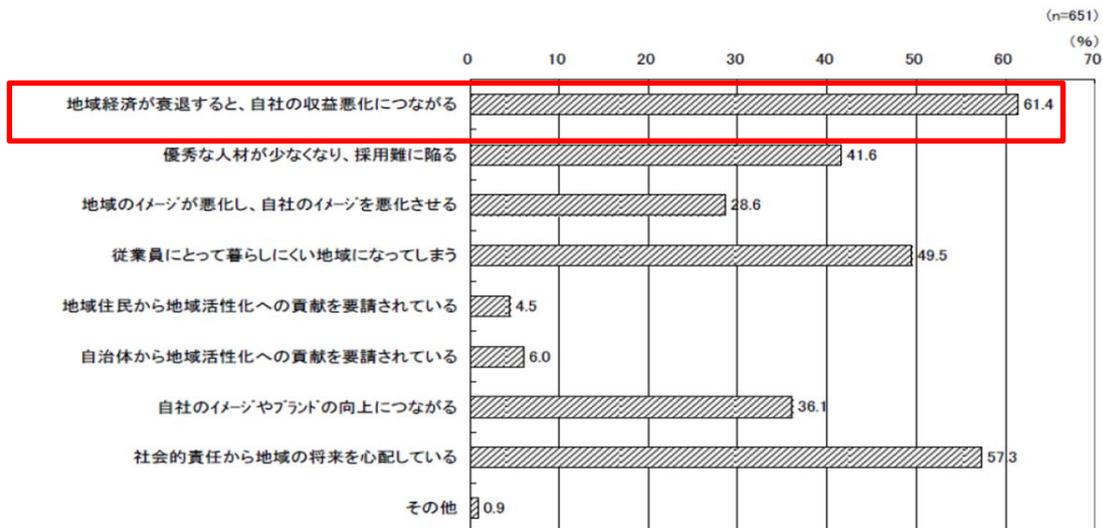
goo リサーチ (2004) 『企業の社会貢献活動に対する一般生活者の視点』より独自作成

図 2-12 大学生の就職観について（上位3項目）



日経就職ナビ（2014） 『人気就職ランキング』より独自作成

図 2-13 「地域に活気があること」に対して関心がある理由（n=651）



（注）複数回答のため、合計は100を超える。

みずほ総合研究所（2007）『地域活性化における企業の役割について』より引用

第5節 LOCAL LOVE 企業とは

そこで、我々は東京に立地するメリットが減少しつつあり、一方で地方に立地することが国家政策と学生の地元志向と相まって、企業価値を高めると考えた。本稿では地方に立地する企業の中で、地域とともに生きる企業こそが真に企業価値が高いと仮定し、地域貢献活動に力を入れている企業を LOCAL LOVE 企業と定義した。以降で、実際に地域貢献活動をしている企業の企業価値が高いこと示す。

第3章 「LOCAL LOVE 企業」のポートフォリオの作成

本稿においては、「東京に本社がなく、地域貢献活動をしている企業」を「LOCAL LOVE 企業」と定義した。第3章ではポートフォリオの作成の過程について説明をしていく。

「LOCAL LOVE 企業」を選定するにあたり、東京証券取引所に上場している全 3433 社（2014 年 11 月末時点）を対象とし、第一スクリーニングでは、財務指標による定量スクリーニングを、第二スクリーニングでは地域貢献活動などに関して我々の考えた 7 項目をもとに、得点化することで定性スクリーニングを行った。

第1節 定量スクリーニング

定量スクリーニングの前段階として「東京に本社がない」企業を選定し、その後「ROE5 期連続プラス」「営業キャッシュフロー5 期連続黒字」「法人納税額平均値以上」「利益成長あり」の 4 項目によって企業の絞り込みを行った。以下、それぞれの指標についての説明をする。

まず「本社が東京にない」とは、日経 NEEDS のデータベースに基づいて「本社所在地」の項目を用いて本社が東京以外の企業を選定した。実質の本社が東京にあっても、登記上の本店所在地が東京以外にある企業はここでは除外することができないので、のちの定性スクリーニングで除外をした。「東京に本社がない」ということを指標に選んだ理由は、第2章で述べた東京一極集中のデメリットや、地域活性化の観点からである。

定量スクリーニングでは財務指標によるスクリーニングを行った。それぞれの指標を選んだ理由を以下に述べる。1 つ目の ROE はいかに株主の資本を利益に結び付けられているのかを示す指標であり、JPX 日経 400 など最近の株式市場において最も重要視されている指標の一つになっている。今回、「ROE5 期連続プラス」という指標を設けたのは、地方に立地しながらも最低限、株主資本を効率的に活用することで企業が地方の発展に寄与することができるとの考えからである。東証平均は 6.9%（2014 年 11 月末時点）であるが、業種によって差が生じることや、その他の定量的な指標との兼ね合いの観点から単純にプラ

スと設定した。

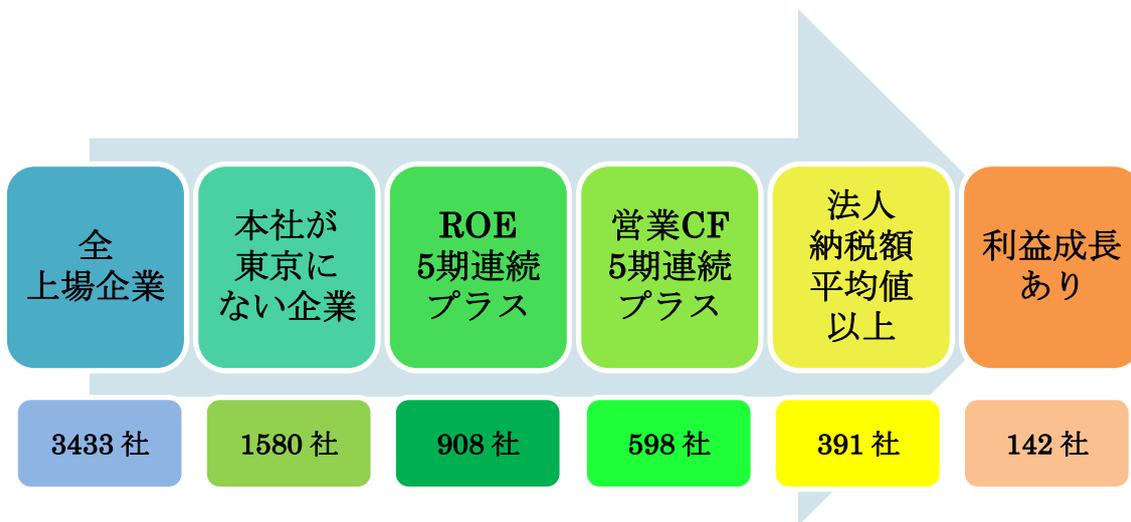
2つ目の営業キャッシュフローは本業での儲けを表す指標であるが、本業で安定的に収益を出せる企業こそ地方にとって存在価値があると考えた。さらにリーマンショックから早期に立ち直った企業、つまり外的な要因に臨機応変に対応できる企業が地方の成長に大きく寄与すると考え、5期分つまり2009年度から採択した。

3つ目の法人納税額には「LOCAL LOVE」の概念が組み込まれている。地方に根付いて、地域活性化に貢献する企業を、「LOCAL LOVE 企業」と定義したため、財務指標の中でもっとも地方への貢献がわかりやすい法人納税額が平均値以上の企業を選定した。法人納税額が平均値以上の企業を選定すると、規模の比較的大きい企業が選ばれてしまうのではないかと考えられる。しかし、そのような企業が各地域の経済の中心となり、地域経済を牽引していると考えられるため、このような基準を設けた。

最後に税引前営業利益を使用して5年間で利益成長があったか否かを見た。これは、地方に立地している企業でも、成長をしていくことが地域貢献の一つの要素に含まれると考えたためである。

以上の定量スクリーニングにより、我々が定義する「LOCAL LOVE 企業」というのは、最低限度の利益を出し、財務面からも地域に貢献し、かつ成長を続ける企業である。上記の条件を満たす企業は142社であった（図3-1）。

図 3-1 定量スクリーニングの手法



第2節 定性スクリーニング

定性スクリーニングでは、第一節で紹介した定量スクリーニングで絞り込んだ142社のうち、地域貢献活動を積極的に行っている企業を選定した。地域貢献活動を、「地域社会との交流」「環境保護活動」「スポンサー事業」「文化事業への貢献」「青少年育成への貢献」

の 5 項目に分けた。また地元採用への積極性を測る指標として「本社所在地域でのインターンシップ」の有無を、そして研究開発や企業の採用活動につながりやすい大学生との接点を測る指標として「産学連携」および、寄付講座などの「協定校」の有無を調査した。

以上の計 7 項目を使用して 10 点満点で企業を採点し、上位の企業を「LOCAL LOVE 企業」とした。以下の図 3-2 に指標の項目を示す。右端にはそれぞれの項目の点数を記した。傾斜配点をした項目についての理由を以下に説明する。

「地域社会との交流」については、地元のお祭りなど地方が主体となって活動するイベントに参加しているかを調査した。この項目は、企業が地域社会の一員として地域住民と直接触れ合う方法として最も有効であると考えたため、2 点を加点した。「本社所在地域でのインターンシップ」について、インターンシップは主に大学生向けに行われるもので、地元での人材確保に大きく影響すると考えられるため、本社所在地域でのインターンシップの有無を調査した。また「産学連携」および「協定校」の有無については、企業にとって新しい風を吹き込むことができ、インターンシップとともに大学生が企業を知る重要な機会となることから、それぞれ 2 点を加点した。特筆がないものに関しては、すべて 1 点とする。

図 3-2 定性スクリーニングの指標と内容

地域社会との交流	・地域が主体となるイベントへの参加	2 点
環境保護活動	・本社所在地域での緑化活動や清掃活動 ・環境保護への意識を高める講座の有無	1 点
スポンサー事業	・地元スポーツチームのスポンサー ・マラソン大会のスポンサー、協賛	1 点
文化事業への貢献	・音楽や伝統文化への支援	1 点
青少年育成への貢献	・自社の事業に関連した出前授業 ・工場見学	1 点
インターンシップ	・本社所在地域での実施	2 点
産学連携および協定校	・産学連携 ・寄付講座の実施有無	2 点

以上7項目10点を満点として、定量スクリーニングで選定された142社について各企業の公式ホームページ、コーポレートガバナンス報告書、就職支援サイトのリクナビなどで調査を行った結果、10点満点の企業が11社、9点の企業が3社となったため、この14社でポートフォリオを作成することとした。

第4章 LOCAL LOVE 銘柄の特徴と投資比率

第1節 投資銘柄の紹介

本節では、第3章で選定した「LOCAL LOVE 企業」を、地域貢献活動の内容を踏まえて紹介する(表4-1)。

表4-1 投資銘柄紹介

		主な事業内容
		住宅設備機器、ニューセラミック
		特徴
5332	TOTO	「TOTOグループ社会貢献・地域共生方針」に基づき、効果的・効率的な活動を推進するためのPCDAサイクルを実施。2013年度社会貢献・地域共生活動実績における支出の分野別実績では、地域貢献活動、次世代育成が最も多い割合で40%となっており、具体例としては、工場での夏祭りの開催や工場見学の受け入れ、北九州国際音楽祭の支援や子供たちへ向けたスポーツ大会やマラソン大会の運営が挙げられる。
本社所在地	福岡県	
法人納税額	5590.2百万円	
利益成長	1/142位	
定性得点	10点	
		主な事業内容
		ばね、サスペンション
		特徴
5991	ニッパツ	インターシップでは、研究開発本部でのデータ解析、ばねやシートの生産本部での開発設計やものづくりについて学ぶプログラムがある。文系の大学生に対しても、経営企画部の業務を体験したり、外国人も積極的に受け入れている。また工場見学では、小・中学生から高校生、大学生まで幅広く受け入れ、自社の事業内容について理解を深めてもらう取り組みをしている。
本社所在地	神奈川県	
法人納税額	8758.8百万円	
利益成長	54/142位	
定性得点	10点	

		主な事業内容
		空調、化学、油機、特機、電子システム
		特徴
6367	ダイキン工業	各事業所がそれぞれの地域に根ざした企業を目指して、「環境保全」「教育支援」「宗教・文化」への貢献を軸に活動している。「教育支援」では、従業員が講師となり、地域の小・中学校へ出張授業を行うことで、生徒一人ひとりが科学の楽しさに触れ合う機会を積極的に提供している。
本社所在地	大阪府	
法人納税額	32733.6百万円	
利益成長	16/142位	
定性得点	10点	

		主な事業内容
		制御機器・FAシステム、電子部品、車載電装部品、社会システム、健康医療機器・サービス
		特徴
6645	オムロン	オムロングループ全従業員がボランティアに参加する「オムロンデー」は1991年の創業記念日に日本で取り組みがスタートした。これは、就業時間内に会社が「時間」を支援しボランティア活動の体験機会を提供するもので、社員の自発的な参加によって継続されており、自社を代表する地域社会貢献活動となっている。特に障害者や高齢者への支援活動に注力している。
本社所在地	京都府	
法人納税額	13933.2百万円	
利益成長	2/142位	
定性得点	10点	

		主な事業内容
		検体検査、ライフサイエンス、ヘルスケア
		特徴
6869	シスメックス	本社所在地が兵庫県であることから、阪神淡路大震災からの復興へ感謝の気持ちを込めて、神戸マラソンや神戸ルミナリエに毎年協賛している。また地域との交流イベントを通して、健康に関する講演会やヘモグロビン推定値の測定体験なども行っている。
本社所在地	兵庫県	
法人納税額	8022.4百万円	
利益成長	66/142位	
定性得点	10点	

		主な事業内容
		自動車関連分野、生活・産業機器分野
		特徴
6902	デンソー	<p>企業としての社会貢献だけでなく、社員一人ひとりの社会貢献活動も重視しており、「ハートフルクラブ」という社員有志のボランティアグループを結成している。また、社会貢献で顕著な功績を上げた社員を表彰する「社長表彰」に加えて2010年度からは「ベストハートフル賞」を設けて社員表彰を行っている。</p>
本社所在地	愛知県	
法人納税額	7576.4百万円	
利益成長	26/142位	
定性得点	10点	

		主な事業内容
		情報機器、電子デバイス、ファインセラミック応用品、半導体部品、通信機器
		特徴
6971	京セラ	<p>「人のため、世のために役に立つことをなすことが人間として最高の行為である」という創業者・稲盛和夫氏の理念に基づいて設立された稲盛財団を通じて学術支援や文化・芸術支援をしている。また1994年に創設した「京都パープルサンガ（現：京都サンガF.C.）」をグループをあげてサポートしている。</p>
本社所在地	京都府	
法人納税額	7576.4百万円	
利益成長	62/142位	
定性得点	10点	

		主な事業内容
		AV、通信、自動車、エレクトロニクス
		特徴
6981	村田製作所	<p>「ムラタの森」活動をはじめ、事業所所在地域での地域イベントを積極的に開催、参加している。小中学生向けの「理科授業」、高校生向けには京都府高等学校総合文化祭の「優秀校発表会」への協賛、「村田学術振興財団」を通じての研究助成など幅広い教育支援を行っている。</p>
本社所在地	京都府	
法人納税額	23046.6百万円	
利益成長	26/142位	
定性得点	10点	

		主な事業内容
		自動車部品、住生活・エネルギー関連製品、福祉関連製品
		特徴
7259	アイシン精機	「自然・環境保護」「青少年育成」「まちづくり」を3本柱として、地域に密着した企業市民活動を展開している。愛知県内の小学校延べ150校、約1万4千人の小学生が受講している「アイシン環境学習プログラム」では、独自のプログラムのもと、体系的に環境を学んでいる。2014年2月には、経済産業省が主催する「第4回キャリア教育アワード」において、「最優秀賞（経済産業大臣賞）」を受賞した。
本社所在地	愛知県	
法人納税額	43267.8百万円	
利益成長	12/142位	
定性得点	9点	

		主な事業内容
		自動車部品、オプトエレクトロニクス
		特徴
7282	豊田合成	「社会福祉」「環境保全」「青少年育成」「地域防犯」の4つを柱とした地域貢献活動を行っている。ボランティア表彰制度を設けており、社員のモチベーションをいっそう高め、ボランティアの輪を広げるきっかけづくりをしている。
本社所在地	愛知県	
法人納税額	10938.6百万円	
利益成長	82/142位	
定性得点	9点	

		主な事業内容
		自動車・オートバイ・その他クラッチ製造
		特徴
7296	エフ・シー・シー	浜松市姫様道中をはじめ、年間を通じて地域イベントに参加している。バイクやクラッチについて知ってもらうための産業祭への出展や、高校生の職場体験学習の受け入れ、地元浜名湖のクリーンアップ活動などBtoB企業でありながら、地域住民と積極的に関わっている。
本社所在地	静岡県	
法人納税額	3399百万円	
利益成長	11/142位	
定性得点	9点	

		主な事業内容
		ショッピングセンター、ゼネラルマーチャング イジングストア
		特徴
8273	イズミ	<p>社会に出る前に、働くことの喜びを知り、社会のマナーを学ぶために、学生や社会人だけでなく、子どもたちの社会見学も行っている。2010年度は、中学・高校など243校1,285名を受け入れ、食品売場や衣料品売場などで作業や販売に取り組んでいる。社会見学には、115校5,524名の生徒が来店した。また、地元球団である「広島東洋カープ」のオフィシャルスポンサーを務めている。</p>
本社所在地	広島県	
法人納税額	9616百万円	
利益成長	74/142位	
定性得点	10点	

		主な事業内容
		都市交通、不動産、エンタテインメント・コ ミュニケーション、旅行、国際輸送、ホテル
		特徴
9042	阪急阪神ホール ディングス	<p>阪急阪神沿線を中心に、「未来にわたり住みたいまち」をつくることを目指しており、「まちづくり」「人づくり」に重点を置き、様々な活動を行っている。また、従業員・OBのボランティア活動や、社会貢献に関するセミナー等への参加に対して、ポイントを付与するという社会貢献ポイント制度を設けている。</p>
本社所在地	大阪府	
法人納税額	19337.2百万円	
利益成長	19/142位	
定性得点	10点	

		主な事業内容
		都市交通、レジャーサービス、流通、不動産
		特徴
9048	名古屋鉄道	<p>博物館明治村や沿線自治体の犬山市とタッグを組んで観光客を誘致するなど、沿線の活性化に大きく貢献している。また子ども向けには「たい・けん・がく」や「でんしゃまつり」など、本物の電車をより身近に感じてもらうためのイベントも積極的に行っている。</p>
本社所在地	愛知県	
法人納税額	6765.2百万円	
利益成長	50/142位	
定性得点	10点	

第2節 投資比率の決定

選定した14社の最適な投資比率を決めるため、最小のリスクで最大のリターンを生み出す効率的フロンティアによって、ポートフォリオの投資比率を決定する。以下に効率的フロンティアの導出過程を示す。

$$\sigma_p = \sqrt{\sum_{i=1}^{14} (w_i \sigma_i)^2 + 2(w_1 w_2 \text{cov}_{1,2} + w_1 w_3 \text{cov}_{1,3} + \dots + w_{13} w_{14} \text{cov}_{13,14})}$$

$$\mu_p = \sum_{i=1}^{14} w_i \mu_i$$

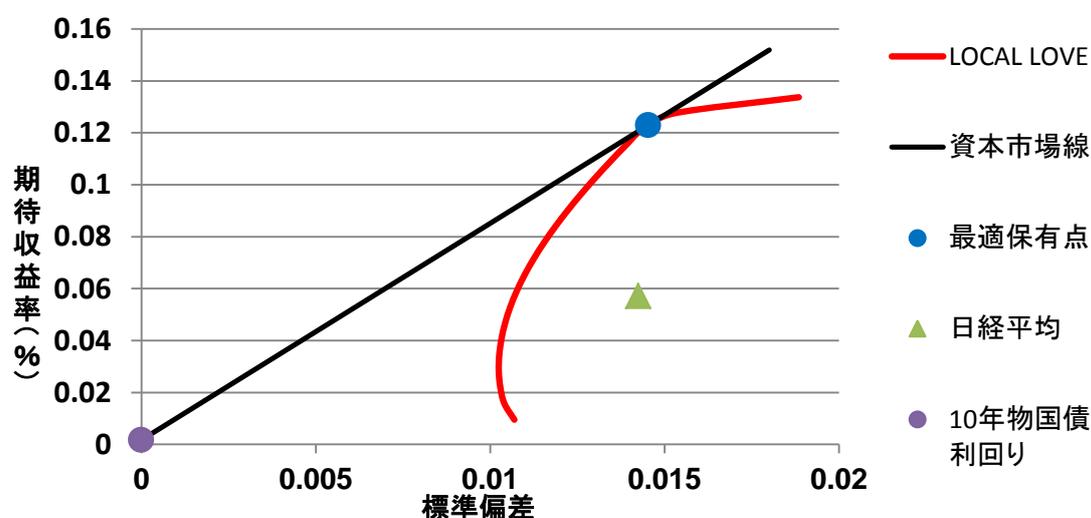
σ_p : ポートフォリオのリスク μ_p : ポートフォリオのリターン

σ_i : 個別企業のリスク μ_i : 個別企業のリターン

w_i : 個別企業の投資比率 $\text{cov}_{i,j}$: i 社と j 社の共分散

リスクは株価の変化率の標準偏差、リターンは株価の変化率の平均とする。また、各社のリスクとリターンは2004年4月1日から2014年3月1日までの株価の日次データを用いて算出した。その結果、LOCAL LOVE企業のリスクとリターンの関係は図4-2のような効率的フロンティアで示される。ここにシャープレシオ最大の点の最適ポートフォリオも導き出す。また2014年11月28日時点の10年物国債の利回り0.431%を日次換算した0.00172%をリスクフリーレートとして用いた。

図4-2 LOCAL LOVE企業の効率的フロンティア



Yahoo!ファイナンスのデータを基に独自に作成

最適ポートフォリオを選出すると、シスメックス、イズミ、ダイキン工業の3銘柄のポートフォリオになり、14社でリスク分散することができなかった。効率的フロンティアは、あくまで過去の株価パフォーマンスを表しているものであり、今後の企業価値の伸びは考慮されない。

そこで、今回は「東京に本社が無く、地域貢献活動を積極的に行っている企業」の企業価値が伸びることを期待して、定性スクリーニングの得点に応じて投資比率を決定することにした。選定された14社は、定性スクリーニングの得点が10点もしくは9点であったので、概ね10：9の比率で購入することにした。

第5章 実証分析

第1節 仮説の検証

「東京に本社が無く、地域貢献活動をしている企業は企業価値が高い」という仮説を検証するために、定量スクリーニングで選定された142社のうち、登記上の本社所在地と東京の両方に本社を持つ企業を除いた114社について実証分析を行った。データは2013年度のもので、被説明変数に企業価値として時価総額をおき、説明変数にはスクリーニング過程で用いたROE（自己資本利益率）、営業キャッシュフロー、法人納税額を用いる。定量スクリーニングで用いた利益成長率は、企業によって成長のスピードが大きく異なり、一概に高い成長率を是としなないためここでは使用しない。また、定性的要素である地域貢献活動を定性スクリーニングで得られた10点満点の値をそのまま用いる。以下に最小二乗法による推定を行った結果を示す。（表5-1）

表5-1 クロスセクションデータによる実証分析結果

【推定式】	
$\log(\text{JIKA})_i = \beta_0 + \beta_1 \text{ROE}_i + \beta_2 \log(\text{CF})_i + \beta_3 \log(\text{TAX})_i + \beta_4 \text{SUM}_i + u_i$	
【変数の名称】	
$\log(\text{JIKA})$ ：時価総額（対数値）	ROE：自己資本利益率
$\log(\text{CF})$ ：営業キャッシュフロー（対数値）	$\log(\text{TAX})$ ：法人納税額（対数値）
SUM：定性スクリーニングで得られたポイント（0～10）	
【推定結果】	※括弧内は t 値の絶対値
$\log(\text{JIKA})_i = 7.284 + 0.010 * \text{ROE}_i + 0.145 * \log(\text{CF})_i + 0.870 * \log(\text{TAX})_i + 0.016 * \text{SUM}_i$ (27.636) (2.258) (1.837) (8.374) (1.888)	
サンプル数 n = 114 修正済み決定係数 = 0.691	

なお、各変数の記述統計量は、表 5-2 の通りである。

表 5-2 記述統計量

	ROE	CF	TAX	SUM
平均値	10.768	4.218	3.846	5.372
中央値	9.710	4.146	3.740	6.000
最大値	49.980	5.843	5.180	10.000
最小値	2.450	2.588	3.302	0.000
標準偏差	5.694	0.509	0.378	3.042

t 検定を行ったところ、法人納税額は有意水準 1%で棄却された。そして ROE は有意水準 5%、営業キャッシュフローと定性スクリーニングで得られたポイントは有意水準 10%で棄却された。よって、すべての説明変数が時価総額に有意な影響を与えているといえる。以上の結果より、我々が独自に設定した定性スクリーニング 7 項目は、時価総額に有意な影響を与えていることが証明された。

第 2 節 LOCAL LOVE 企業の特徴分析・比較

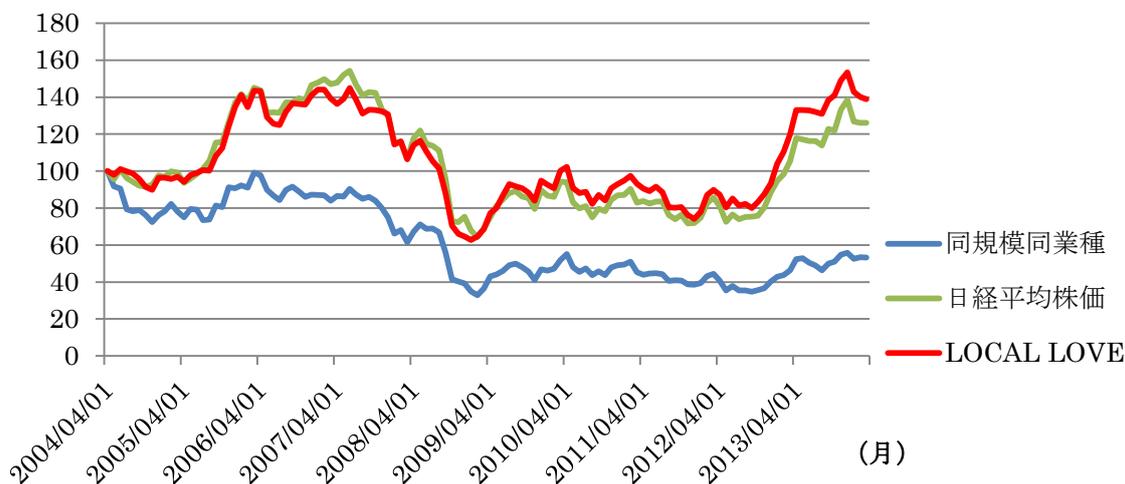
本節では、我々の作成した「LOCAL LOVE 企業」のポートフォリオの特徴について分析するため、効率的フロンティアによる分析、および株価分析の二つの手法で分析を行った。比較対象として、「東京に本社があり、時価総額の最も近い同規模同業種の企業」14 社でポートフォリオを作成した(表 5-3)。以下、このポートフォリオを「同規模同業種ポートフォリオ」と表記する。

表 5-3 同規模同業種の 14 社

同規模同業種			
証券コード	企業名	証券コード	企業名
5938	LIXIL グループ	6503	三菱電機
5929	三和ホールディングス	7211	三菱自動車
6762	TDK	7240	NOK
6723	ルネサスエレクトロニクス	7251	ケーヒン
4543	テルモ	8252	丸井グループ
7751	キヤノン	9007	小田急電鉄
6502	東芝	9006	京浜急行

まずはじめに、2004年4月1日から2014年3月31日の10年間の株価の時系列グラフを描いた（図5-4）。各株価の推移を2004年4月の株価を100として指数化している。

図5-4 株価の推移



次に、2004年4月1日から2014年3月31日までの日次データを用いて、効率的フロンティアを作成した結果、図5-5のようになった。また、最適点における収益率、標準偏差、またシャープレシオは表5-6に示した通りである。

図5-5 効率的フロンティアによる比較

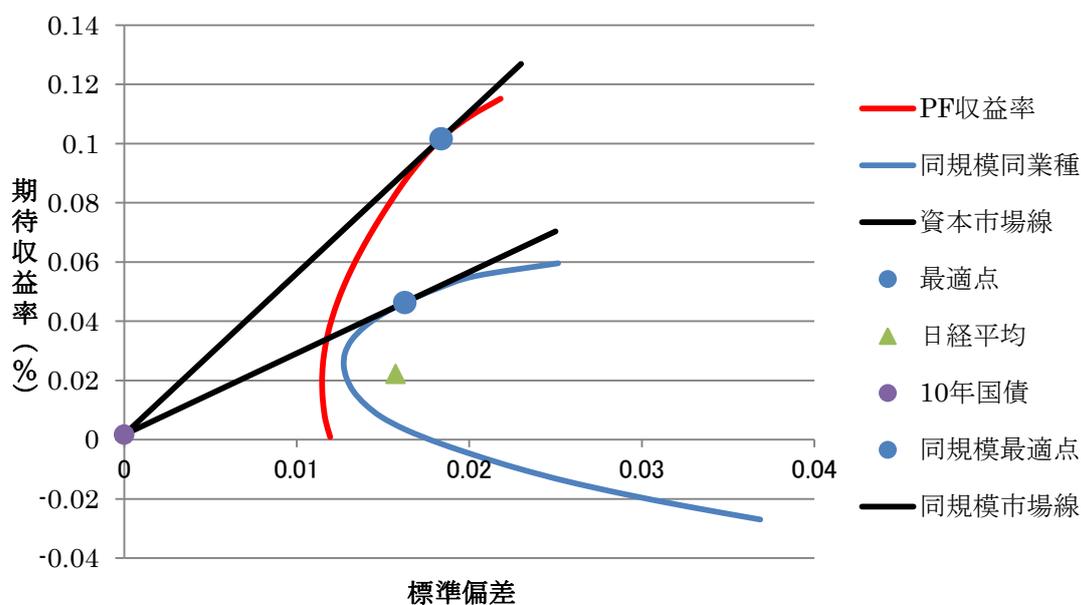


表 5-6 最適点の比較

	最適点収益率	最適点標準偏差	シャープレシオ
LOCAL LOVE	0.102	0.018	5.442
同規模同業種	0.046	0.016	2.745

「LOCAL LOVE 企業」は、「同規模同業種ポートフォリオ」と比べて、最適点において収益率が高いが、それとともに標準偏差がわずかに高いという結果になった。しかし、シャープレシオが高いことから、同一のリスク（標準偏差）に対するリターン（期待収益率）が高いといえる。よって我々のポートフォリオに投資するほうが、効率的にリターンを得ることができると考えられる。

次に GARCH(1,1)モデルで条件付き分散（リスク）を推定し、株価変動の不確実性（ボラティリティ）の観点から株価分析を行った。データの期間は効率的フロンティアと同様、2004年4月から2014年の3月までの10年間であり、月次データを用いた。推定式は以下のようになり、変数の R は各ポートフォリオおよび日経平均株価の変化率、 u は誤差項、 V はボラティリティである。また、ボラティリティは V_t の推定値の平方根を100倍したものである。

$$R_t = \alpha_0 + \alpha_1 R_{t-1} + u_t$$

$$u_t \sim N(0, V_t)$$

$$V_t = \beta_0 + \beta_1 u_{t-1}^2 + \beta_2 V_{t-1}$$

条件付き分散の推定結果および、その時系列グラフは以下の表 5-7 と図 5-8 のようになった。また、L-VOLATILITY は LOCAL LOVE 企業のポートフォリオ、D-VOLATILITY は同規模同業種のポートフォリオ、N-VOLATILITY は日経平均株価、それぞれの条件付き分散推定結果を示している。また、記述統計量、 β 値は表 5-9、表 5-10 に示した通りである。

表 5-7 条件付き分散推定結果

LOCAL LOVE		
$R_t = 0.005 + 0.226 * R_{t-1}$		
(1.051)	(4.220)	
$V_t = 0.00007 - 0.092 * u_{t-1}^2 + 1.079 * V_{t-1}$		
(1.189)	(3.201)	(22.035)
同規模同業種		
$R_t = -0.002 + 0.159 * R_{t-1}$		
(0.360)	(1.324)	
$V_t = 0.0004 + 0.125 * u_{t-1}^2 + 0.777 * V_{t-1}$		
(0.773)	(1.889)	(4.713)
日経平均		
$R_t = 0.004 + 0.169 * R_{t-1}$		
(0.768)	(1.379)	
$V_t = 0.0002 + 0.109 * u_{t-1}^2 + 0.819 * V_{t-1}$		
(0.942)	(1.842)	(6.945)

図 5-8 条件付き分散推定結果（時系列グラフ）

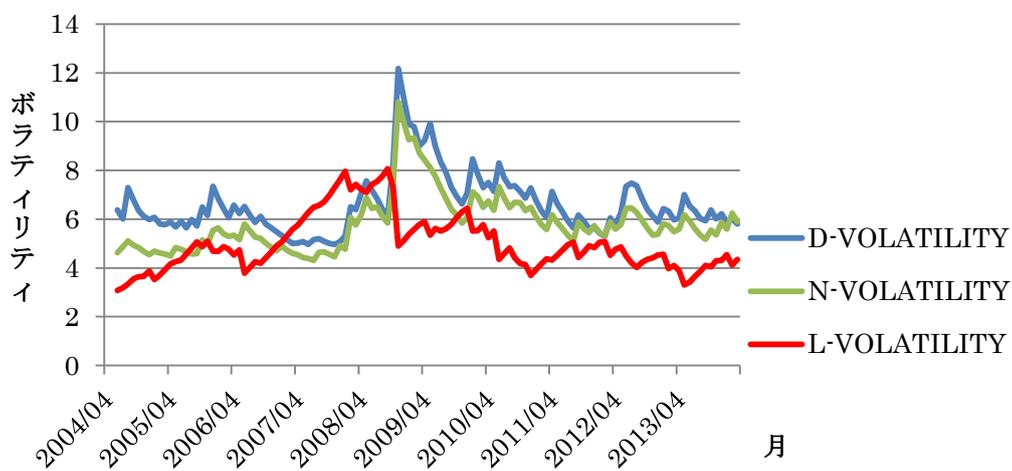


表 5-9 記述統計量

	LOCAL LOVE	同規模同業種	日経平均株価
平均値	4.991	6.592	5.814
中央値	4.714	6.307	5.607
最大値	8.062	12.181	10.807
最小値	3.074	4.960	4.309
標準偏差	1.157	1.243	1.169

表 5-10 β 値

	LOCAL LOVE	同規模同業種
β 値	0.862	1.026

推定結果のグラフ（表 5-8）より、「LOCAL LOVE 企業」は同規模同業種、日経平均株価と比較すると、株価の変動幅が小さいことがわかる。また、 β 値（表 5-10）からも同規模同業種の企業ほど日経平均株価の影響を受けにくいことがわかる。現在の変動幅が大きい市場状況を踏まえると、「LOCAL LOVE 企業」は比較的安定しており、長期的に高い収益を上げると考えられる。

第 6 章 アンケート結果

前章までに説明してきた実証分析においては、指標やインターネット上の情報のみで企業分析を行ってきた。そこで、本当に我々の分析が正しかったのか、生の声を聞くことにした。本稿では、実際に選定した企業とそれらの企業が立地する地方自治体にアンケート調査を行い、どのような姿勢で企業と行政が「地域貢献活動」に対して臨み、何を求めているのかを探ることにした。

第 1 節 企業アンケートの概要

我々は、選定した「LOCAL LOVE 企業」に対して、地域貢献活動に対してどのような姿勢で取り組んでいるのか詳細に調査するためにアンケートを送付した。選定した 14 社にアンケートを送付し、4 社から回答を得た。以下に送付したアンケートのフォーマットを示す（図 6-1）。なお、詳細なアンケートの回答内容は末尾の資料をご覧ください。

図 6-1 企業アンケートのフォーマット

【別紙】アンケート

以下の質問に、貴社にとって差し障りのない範囲内でお答えいただけると幸いです。

【1】 貴社が本社を東京ではなく、現在の地域に立地していることによって、特にメリットを受けていると考えられる事項をお答えください。(2つまで回答可)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 立地コスト | <input type="checkbox"/> 税制優遇制 |
| <input type="checkbox"/> 人材確保 | <input type="checkbox"/> 産学連携による開発や販促活動 |
| <input type="checkbox"/> 従業員の福利厚生（生活面） | <input type="checkbox"/> サプライチェーンとの近接性 |
| <input type="checkbox"/> インフラへのアクセス | <input type="checkbox"/> その他（ ） |

【2】 貴社が行っている地域貢献活動によって、手ごたえを感じたことや企業価値の向上に寄与したことがありましたら、具体的にお答えください。

【3】 採用活動について、貴社が重点的に採用活動を行っている地域、大学はありますか？

【はい・いいえ】

- 重点的に採用活動を行っている地域、大学が
貴社の本社や工場が立地する地域と異なる場合はチェックを入れてください。

【4】 地域別の法人税率が導入された、貴社の法人納税額は減ることになった場合、生まれる資金の活用方法をお答えください。(3つまで回答可)

- | | |
|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 社員の賃金アップ | <input type="checkbox"/> 設備投資（国内） |
| <input type="checkbox"/> 設備投資（海外進出を含む） | <input type="checkbox"/> 有利子負債の返済 |
| <input type="checkbox"/> 内部留保の積み増し | <input type="checkbox"/> 福利厚生の充実 |
| <input type="checkbox"/> CSR 活動の拡充 | <input type="checkbox"/> M&A 資金 |
| <input type="checkbox"/> その他（ ） | |

質問は以上です。ご協力、誠にありがとうございました。

第2節 企業アンケートの回答

【1】 の設問からそれぞれの地域の特色を活かした理由で本社を設立している企業が多かった。産学連携を理由としたオムロン株式会社は「学生の数が日本一」である京都市にあることから、学生と積極的にかかわることによって、そのメリットを享受しているようである。立地コストを理由としたデンソー株式会社は、広大な土地が必要な工場を郊外に持

つことによって、そのメリットを享受している²。また、自動車産業は裾野が広い産業であるため、関連企業や中小下請け企業の多くが東海地方に集まることでメリットが生じている。**【2】**の設問の「地元コミュニティと良い関係を築いている」や「地域の魅力が増し、交流人口が増加することが当社の事業にプラス」ということから、各企業の地域貢献活動が企業価値向上に寄与していると考えられる。**【3】**の設問から企業は、全国から優秀な人材がほしいと考えており、自社の知名度を高めるための工夫が必要なことがわかる。**【4】**の設問では、一部の企業から旺盛な設備投資への意欲が感じられ、法人税の引き下げが企業活動を活発にすると考えられる。

第3節 行政アンケートの概要

我々は、行政が企業に対してどのような方法でアプローチをし、また何を期待しているのかを探るために、選定した企業が立地する11自治体にアンケートを送付し、9自治体から回答を得た。各自治体に送付したアンケートのフォーマットを図6-2に示す。結果として、我々が想定していたLOCAL LOVE企業と行政が考えるLOCAL LOVE企業とでは少し考え方が異なっていた。

図6-2 行政アンケートのフォーマット

【別紙】アンケート

以下の質問に、貴団体にとって差しさわりのない範囲でお答えいただけると幸いです。

【1】 貴団体が企業誘致活動や企業優遇政策を行っている中で、手ごたえを感じた事や地域活性化に役立ったことを実績を含めて、お答えください。

【2】 よりよい地域づくりのために企業が果たすべき役割は何だと思えますか？
現在、実施している企業誘致政策や産業振興策の目的を踏まえてお答えください。

質問は以上です。ご協力、誠にありがとうございました。

² 参考：愛知県刈谷市の商業地価格は1㎡あたり205,000円、東京23区の商業地価格は1㎡あたり28,700,000円と100倍程度の差がある。工場は工業用地価格に依存し、東京23区に工場を立地することは考えにくいいため、単純な比較はできないが立地コスト面で相当なメリットがあると考えられる。

第4節 行政アンケートの回答

回答を得た9自治体の回答について、回答内容を体系化し、言及されていた内容に○をつけた。◎については、回答の中で「特に」のような強調の表現があったものである。(図6-3) 詳細な回答内容に関しては、本稿末尾の資料をご覧ください。

図6-3 行政アンケートの回答内容

【1】地域活性化に役立った企業誘致活動や企業優遇政策				
	中小企業支援	立地促進	設備投資支援	ベンチャー支援
京都市	○	○	○	○
愛知県刈谷市	○	○	○	
広島市		○		
北九州市	災害に強い都市を掲げ、誘致→雇用創出ができています			
名古屋市	○	○	○	
京都府長岡京市	○	○	○	
愛知県清須市			○	
神戸市		○	○	○
愛知県豊田市	自動車産業を中心とした集積を進めている			
大阪市	○		○	
【2】よりよい地域づくりのために企業が果たすべき役割は何だと思いますか？				
	雇用創出	納税	地域社会との共生・活性化	産官学連携
京都市	○	○	○	○
愛知県刈谷市	○		○	○
広島市	○		○	
北九州市	◎	◎	○	○
名古屋市	○	○	○	
京都府長岡京市	○	○	○	○
愛知県清須市	○		○	○
神戸市	◎	◎	○	
愛知県豊田市	○	○	○	
大阪市	○		○	

※愛知県豊田市は選定した「LOCAL LOVE 企業」に自動車関連産業が多く見られたため、トヨタ自動車の本社がある豊田市長にインタビューしたものである。

【1】の設問から、どの自治体も立地促進や設備投資のための充実した融資制度を企業に積極的に活用してほしいとの考えがある。それによって【2】で得られたような、地域経済の活性化および雇用創出を図りたいとの一連の流れが見える。しかし、回答の中には「企業の流出抑制」や「産業空洞化防止」といった否定的な要素を含んだものが目立ち、攻めの企業誘致政策を伺わせる記述は多くなかった。特に日本第二の都市である大阪(大阪市)の回答では、東京への本社機能の流出に対する強い危機感が表れており、依然として東京

一極集中が止まる心配がないことを感じさせられる。

他方で、攻めの企業誘致の姿勢を打ち出している自治体があったことは、今後の地方の未来に希望を感じさせた。北九州市では「災害リスクが低い都市」をアピールし、アジアへの地理的な近さもあることから、企業誘致に成功しており、企業活動の活性化が地域経済の活性化に寄与しているとの回答があった。また神戸市では「神戸エンタープライズゾーン条例」をベースに産業の集積を図り、外資の投資を促すなど、積極的な企業誘致・優遇政策を行っている。

第5節 企業と行政のかかわりについて

選定した「LOCAL LOVE 企業」の幅広い地域貢献活動は、地域経済のコミュニティを強化し、地域経済の活性化に貢献しているといえる。これは企業、行政、そして地域全体が地域経済の発展のためのひとつの有効な手段として考えていることがわかる。企業側は成長を通じて雇用の拡大や稼ぐ力を向上させ、行政側は名古屋市や大阪市の回答にあったように中小企業の活性化のために積極的に支援に取り組んでおり、企業・行政の双方向から地域経済の発展に取り組んでいる。そして、大企業とのつながりを強め、地域産業の基盤をさらに強化していくことが「地方創生」の重要な要素になるのではないかと考えられる。

第7章 おわりに

地方と企業との結びつきが地域経済や企業にとって、また今後の日本を創っていく上で重要であることに違いはない。そこで本研究では、「東京に本社がなく、地域貢献活動をしている企業は企業価値が高い」という仮説のもと、スクリーニングに沿って14社の企業のポートフォリオを作成し、実証分析を行った。具体的な分析として、計量分析、ポートフォリオ分析、条件付き分析推定を行った。これらの分析より得られた結果は以下の2点である。

第一に、クロスセクションデータを用いた最小二乗法による回帰分析により、我々が独自に定義づけた地域貢献活動の指標が企業価値に有意な影響を与えることが分かった。

第二に、我々の LOCAL LOVE 企業ポートフォリオに二つの特徴が見られた。1点目にポートフォリオの比較分析により、投資効率が同規模同業種で東京に本社がある企業より高いことが示された。2点目に条件付き分散推定により、市場の株価への影響が同規模同業種の企業より小さいことが見られた。

本研究の課題として、二つのことが挙げられる。一つ目は、選定された企業が実際に地域貢献活動をどのように捉えているのか、十分な回答を得ることができなかったことである。二つ目はスクリーニングの結果、選定された企業が東海地方や近畿地方の企業ばかりになってしまったことである。東京以外という条件でも、太平洋ベルト上に立地することが企業にとって大きなメリットがあることを感じさせる結果になった。地方創生への取り組みには大きな壁があるだろうが、今後の動向に注目したい。

我々は日経ストックリーグを通して、企業の成長・日本経済の発展のためには、長期投資の視点が必要不可欠であることを学んだ。地方創生法案により、企業に対する様々な優遇政策が今後広がっていくと言われている。しかしながら、地方に本社を置く企業の成長にはそれだけでなく、適切な投資を行う多くの投資家が必要である。現在の日本経済を牽引している企業の多くが東京に本社を置いているが、その中の多くの企業は東京以外の地方にて創業した。現在、地方に本社を置いている企業の中には、この先日本の中心となる企業が眠っているかもしれない。我々は今後そうした企業の成長を見込み、株主という立場から長期的な視点を持ち、適切に見極め投資していくことが大事であると考えた。また、2014年1月に導入されたNISA（少額非課税投資制度）の普及により、個人投資家の増加が言われているが、先進国と比較しても日本における投資家の数はそれほど多くない。これからますます株主の増加が望まれており、加えて、短期的なキャピタルゲイン得ることを目的とするのではなく、長期的に企業を応援する株式投資が必要である。

最後になったが、この論文の執筆にあたって、大変なご協力を賜った新関三希代教授、ご多忙にもかかわらずアンケート調査にご協力いただいた自治体職員の皆様および企業担当者の皆様、そしてこのような貴重な学習の機会を設けてくださった日本経済新聞社様、野村證券様に対して深く感謝し、本稿の終わりとさせていただきます。

参考文献

- 首相官邸 (2014) 『地方創生関連 2 法案成立に伴う石破大臣のコメント』
総務省統計局(2014) 『住民基本台帳人口移動報告』長期時系列データ
とどらん (2014) 『ランキングで見る県民性データ』
東京都 (2013) 『東京都男女年齢 (5 歳階級) 別人口の予測』
総務省統計局 (2010) 『国勢調査結果報告』
国土交通省 (2014) 『土地総合情報ライブラリー』
国土交通省 (2012) 『三大都市圏の混雑率』
内閣府 経済諮問会議 (2014)
『人口・地域の将来像と東京・地方の選好に関する企業アンケート調査』
内閣府 経済諮問会議 (2013) 『東京一極集中の要因と限界』
リクルート (2013) 『進学センサス』
みずほ総合研究所 (2007) 『地域活性化における企業の役割について』
goo リサーチ (2004) 『企業の社会貢献活動に対する一般生活者の視点』
日経就職ナビ (2014) 『人気就職ランキング』

*ポートフォリオ 14 社ホームページ

- TOTO ホームページ <http://www.toto.co.jp/>
ニッパツ ホームページ <http://www.nhkspg.co.jp/>
ダイキン工業 ホームページ <http://www.daikin.co.jp/index.html>
オムロン ホームページ <http://www.omron.co.jp/>
シスメックス ホームページ <http://www.sysmex.co.jp/>
デンソー ホームページ <http://www.denso.co.jp/ja/>
京セラ ホームページ <http://www.kyocera.co.jp/>
村田製作所 ホームページ <http://www.murata.co.jp/>
アイシン精機 ホームページ <http://www.aisin.co.jp/>
豊田合成 ホームページ <http://www.toyoda-gosei.co.jp/>
エフ・シー・シー ホームページ <http://www.fcc-net.co.jp/>
イズミ ホームページ <http://www.izumi.co.jp/>
阪急阪神 HD ホームページ <http://holdings.hankyu-hanshin.co.jp/>
名古屋鉄道 ホームページ <http://top.meitetsu.co.jp/>

*行政アンケート回答自治体・企業誘致および産業振興政策に関する HP

- 北九州市 企業立地優遇制度 <http://kitakyu-kigyorichi.jp/location/incentive.php>
広島市 産業振興

<http://www.city.hiroshima.lg.jp/www/genre/000000000000/1001000001352/index.html>

神戸市 企業優遇措置 <http://www.city.kobe.lg.jp/business/attract/yugu/sochi/index.html>

大阪市 総合企業誘致・立地支援サイト <http://www.investosaka.jp/index.php>

京都府長岡京市 事業者向けページ（商工業）

<http://www.city.nagaokakyo.lg.jp/category/3-3-0-0-0.html>

京都市 企業立地ガイド

<http://www.city.kyoto.lg.jp/menu2/category/26-2-0-0-0-0-0-0-0-0.html>

名古屋市 事業者向けページ 産業振興

<http://www.city.nagoya.jp/jigyoushousa/category/387-0-0-0-0-0-0-0-0-0.html>

愛知県刈谷市 産業・ビジネス <http://www.city.kariya.lg.jp/sangyo/index.html>

愛知県清須市 事業者向け情報

http://www.city.kiyosu.aichi.jp/jigyosha_joho/index.html

(資料1) 企業アンケートの回答

投函日：2014.12.6

6645 オムロン

受取日：2014.12.28

回答内容：

【1】 貴社が本社を東京ではなく、現在の地域に立地していることによって、特にメリットを受けていると考えられる事項をお答えください。(2つまで回答可)

産学連携による開発や販促活動 その他(“京都”というブランド)

【2】 貴社が行っている地域貢献活動によって、手ごたえを感じたことや企業価値の向上に寄与したことがありましたら、具体的にお答えください。

○社会福祉の分野で、大分県別府市、京都府京都市に身障者の方々の働く「オムロン太陽(株)」、「オムロン京都太陽(株)」があります。それぞれ、地域活動にも積極的に取り組み、地元コミュニティと良い関係を築いています。

○本社を置く京都においては、次のような活動を実施。

- ・京都経済の活性化、スポーツ振興として「京都マラソン」を協賛
- ・文化芸術分野で「京都コンサートホール」へのパイプオルガン寄贈とコンサートの協賛、NHK文化センターとのタイアップによる「オムロン文化フォーラム」開催
- ・京都市教育委員会の活動に対するサポート

○大分県で毎年開催される「大分国際車いすマラソン大会」協賛

○熊本県山鹿市を拠点に女子実業団の「オムロンハンドボールチーム」が活動。地域の小中学校でハンドボール教室を開催するなど、地域貢献活動にも力を入れています。

【3】 採用活動について、貴社が重点的に採用活動を行っている地域、大学はありますか？

【いいえ】

【4】 地域別の法人税率が導入された、貴社の法人納税額は減ることになった場合、生まれる資金の活用方法をお答えください。(3つまで回答可)

設備投資(海外進出を含む)

M&A資金

6902 デンソー

受取日：2014.12.15

回答内容：

【1】 貴社が本社を東京ではなく、現在の地域に立地していることによって、特にメリットを受けていると考えられる事項をお答えください。(2つまで回答可)

立地コスト サプライチェーンとの近接性

【2】 貴社が行っている地域貢献活動によって、手ごたえを感じたことや企業価値の向上に寄与したことがありましたら、具体的にお答えください。

さまざまな活動を行っているため、一概に申し上げることが難しいです。

【3】 採用活動について、貴社が重点的に採用活動を行っている地域、大学はありますか？

【はい】

重点的に採用活動を行っている地域、
大学が貴社の本社や工場が立地する地域と異なる場合はチェックを入れてください。

【4】 地域別の法人税率が導入された、貴社の法人納税額は減ることになった場合、生まれる資金の活用方法をお答えください。(3つまで回答可)

その他（経営状況を踏まえ、その都度、適切な活用方法を検討します。）

9042 阪急阪神ホールディングス

受取日：2014.12.9

回答内容：

学生の研究に関して万全のフォローができる体制ではないため、一律にお断りさせていただいている。

9048 名古屋鉄道

受取日：2014.12.15

回答内容：

【1】 貴社が本社を東京ではなく、現在の地域に立地していることによって、特にメリットを受けていると考えられる事項をお答えください。(2つまで回答可)

その他（創業の地であるため）

【2】 貴社が行っている地域貢献活動によって、手ごたえを感じたことや企業価値の向上に寄与したことがありましたら、具体的にお答えください。

・沿線自治体と連携した地域観光キャンペーン（愛知県犬山市など）の展開により、地域価値の向上を図っています。この展開により、地域の魅力が増し、交流人口が増加することは当社の事業にもプラスとなります。

・名古屋駅地区の街の魅力向上に取り組む「名古屋地区まちづくり協議会」に参画しています。この取り組みでは、街の将来像を描き、その実現に向けて展開案の検討や市への提言を行っているほか、定期的な清掃活動や花壇の設置など、街の美化にも貢献しています。当地区では、2027年のリニア開業を見据えた大規模開発が検討されており、これらの活動を通じて将来の街づくりを地域一体となって進める機運を盛り上げていきます。

・当社グループ所有の巨大マネキン「ナナちゃん人形」は、名古屋駅前のシンボルとして親しまれています。この「ナナちゃん人形」を中心とした賑わいが名古屋駅地区全体に波及・発展することを目指し、地元の大学・NPO法人と活用方法を検討しています。街の魅力創出とともに、当社グループブランドの向上にもつながる取り組みです。

・このほか、沿線自治体とは、各種協議会・委員会や意見交換会、社会実験等を通じて、当社拠点駅における魅力的な街づくりのための取り組みを進めています。

【3】 採用活動について、貴社が重点的に採用活動を行っている地域、大学はありますか？

【いいえ】

【4】 地域別の法人税率が導入された、貴社の法人納税額は減ることになった場合、生まれる資金の活用方法をお答えください。(3つまで回答可)

設備投資（国内）

有利子負債の返済

その他（株主還元）

(資料2) 行政アンケートの回答

京都市役所訪問

訪問日：2014.12.18 14:00～

京都市産業観光局産業戦略部産業政策課（中谷様・林様）



京都市役所にて
左から
前田 岩根 中谷様 林様 村木

手元の赤いパンフレットは、
京都市企業立地ガイド

Q. 京都市が行う企業誘致政策の特徴は何か。

A. 京都市は大阪府や神戸市のように港湾施設があったり、土地が十分にあるわけではない。工場よりも“高付加価値を生み出す”産業を誘致することに力を入れている。具体的には、「らくなん進都」の R&D（研究開発拠点）や「京都市リサーチパーク」への誘致などがあげられる。

Q. 企業と協力して行っているイベントはあるか？

A. R&D（研究開発拠点）を誘致するために産業スペシャリストに積極的にアプローチしているほか、東京や海外に積極的に出向いて、ビジネス拠点としての京都市を知ってもらう活動をしている。中小企業向けには自社を PR できる場として「京都ジョブナビ」を設けており、大学生を中心にアプローチを積極的に行っている。

Q. 京都市がビジネスの拠点としてアピールできることはなにか。

A. 京都は観光産業の知名度と相まって、ネームバリューがある。ビジネスのついでに観光や日本の伝統文化を楽しんでもらうことができ、海外のお客様を呼ぶにはもってこいの立地であると思っている。また、「京大桂ベンチャープラザ」に見られるように、質の高い人材が集い、非常に高い水準で研究開発ができています。ベンチャーに対して、資金面での援助や、成熟企業によるランク付け（京都市ベンチャー目利き委員会）など、さま



ざまな産業分野の社長や経営者が触れ合う機会を設けている。

Q. 行政として企業に求める要素はなにか。

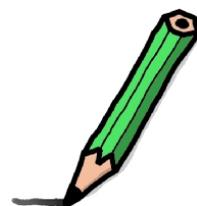
A. 例えば（選定した）京セラは工場が京都市にない。一方で、島津製作所や堀場製作所は京都市内に工場があり、中小企業とのつながりがとても強い。行政側の視点では、そういった企業こそが地域密着型企业ではないかと考えている。やはり産業というのは、大きな会社に小さな会社がぶら下がって、大きな会社が仕事をとれば小さな会社にも恩恵がおよぶ。そういった企業に今後も京都市にいてほしい。一方で、本社が京都市に立地してしてくれるということは、その周辺にサービス業を伴って波及効果があるので、ぜひとも長期安定的に企業には居続けてほしいと考えている。

Q. 京都市には大学生が多いが、就職となると京都を離れる人が多いのではないか。

A. 中小企業はいい人材をもとめているので、前述のように中小企業が自社を PR できる場として「京都ジョブナビ」を設けている。しかし大学生に対して、具体的な対策は現在のところは行っていない。

Q. 人口減少時代にどう対応していくか。

A. 住みたいと思う街づくりをしていきたい。雇用がないと人は集まらないが、住みたくない街にも人は集まらない。雇用対策と街づくりのバランスを大切にして、魅力ある街づくりをしていく。



愛知県刈谷市 アンケート回答

受取日：2014.12.15

Q1. 貴団体が企業誘致活動や企業優遇政策を行っている中で、手ごたえを感じた事や地域活性化に役立ったことを実績を含めてお答えください。

A. 刈谷市内にはトヨタ系の大企業が多数本社を構えており、それに付随して自動車産業に関わる製造業を営む中小企業が多数事業所を設置しています。自助努力によって、一定の経営安定化を図ることができる大企業に比べ、中小企業を取り巻く環境は依然として厳しく、刈谷市においては主に以下の施策で中小企業の経営の安定化、効率化を図っています。主な優遇政策は以下の通りで、制度によって対象となる業種が異なっています。

・ 中小企業投資促進補助金（平成 24 年 7 月 1 日施行）

中小企業者が、自ら使用するための工場等を刈谷市内に新增設したり、工場等の建物内に新たに機械設備を設置する場合に、その費用の一部を補助。また、愛知県の「新あいち創造産業立地補助金」とリンクしており、対象要件を満たした場合、市と県から補助する。

(HP) <https://www.city.kariya.lg.jp/sangyo/chusyomukeyushi/chusyotoshi.html>

(実績) 平成 25 年度までに 6 件 101,832,000 円交付

・ 小規模企業者設備投資促進補助金（平成 26 年 4 月 1 日施行）

刈谷市内に所在する事業所における設備の更新等を行う場合に、その費用の一部を補助する。

(HP) <https://www.city.kariya.lg.jp/sangyo/chusyomukeyushi/syoukou2013.html>

(実績) 平成 26 年 11 月末現在、11 件 14,889,000 円交付

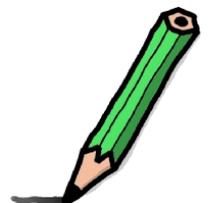
・ 新産業技術開発支援補助金（平成 22 年 10 月 1 日施行）

企業の新たな技術開発を支援するため、「あいち産業科学技術総合センター」、「名古屋市工業研究所」及び「公益財団法人科学技術交流財団あいちシンクロトン光センター」が行う依頼試験等を利用する事業者に、手数料の 3 分の 2 を補助する。

(HP) <https://www.city.kariya.lg.jp/sangyo/chusyomukeyushi/kaihatsuhojo.html>

(実績) 平成 25 年度実績 116 件 3,961,301 円交付

Q2. よりよい地域づくりのために企業が果たすべき役割はなんだと思いますか？
現在、実施している企業誘致政策や産業振興策の目的を踏まえてお答えください。



A. 地域のコミュニティに参画し、企業も一緒になってまちづくりを推進していくことが重要だと考えます。本市においては、4者（行政・企業・大学・商店街）協定を結び活動している実績がある他、お祭りや行事に企業から参加されたり、地域住民を企業の行事に招待している事例があります。また、中心市街地の活性化に係る各種会議（地域の商店街が中心）に企業の総務担当者が出席しております。

また、市内産業の振興は、周辺地域の商業活性化、市内における雇用の創出、本市の経済基盤の安定など、多面的な波及効果をもたらすものであり、前述した各種施策によって、企業の市外流出防止を図っているものであります。

広島県広島市 アンケート回答

受取日：2014.12.22

Q1. 貴団体が企業誘致活動や企業優遇政策を行っている中で、手ごたえを感じた事や地域活性化に役立ったことを実績を含めてお答えください。

A. 企業立地促進補助制度により、産業の集積と雇用の創出が図られた。

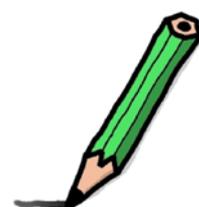
<実績>

2005~2013年度の補助金交付件数…38件

補助対象事業所における常用労働者数…2475人

Q2. よりよい地域づくりのために企業が果たすべき役割はなんだと思いますか？
現在、実施している企業誘致政策や産業振興策の目的を踏まえてお答えください。

A. 地域経済の活性化と雇用の創出。



福岡県北九州市 アンケート回答

受取日：2014.12.22

Q1. 貴団体が企業誘致活動や企業優遇政策を行っている中で、手ごたえを感じた事や地域活性化に役立ったことを実績を含めて、お答えください。

A. 本市は、震度5以上の地震が過去100年間で1回だけという「災害リスクが低い都市」として、企業誘致の際、アピールしており、東日本大震災以降、災害時でも事業を継続できる体制づくりを目指している企業の本市への拠点設置表明が相次いでいる。

<事例>

①2014.4 「Yahoo! JAPAN」が災害時のリスク分散を目的にYahoo!ニュースの編集拠点を本市に開設。

②2014.10 「三井生命保険」が首都圏の災害時における顧客対応力強化のため、「北九州お客様センター」を開設。

・上記以外にも、アジアへ近いロケーションに加え、安定した人材供給、物流インフラの充実など、本市には立地企業にとって多くの強みを有している。

・企業誘致に伴い、昨年度は約700人の新規雇用が創出され、特に雇用吸収力の高いコールセンターについては多くの雇用を創出することができた他、市内遊休不動産の活用が図られるなど、地域経済の活性化に貢献することができた。

Q2. よりよい地域づくりのために企業が果たすべき役割はなんだと思いますか？

現在、実施している企業誘致政策や産業振興策の目的を踏まえてお答えください。

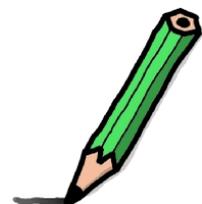
A.

・行政としては、企業誘致や産業振興によって、税収と雇用が増加することが最も重要。

・「ものづくりのまち」として発展してきた本市において、そのノウハウとマインドを継承・発展していただくこと。

・深刻な公害問題を企業、市民、大学、行政が一体となって、環境改善を成し遂げた「産学官民のチームワーク」といった資産を次代に引き継いでいただくことを期待している。

・加えて、商工会議所や青年会議所などの地域団体によるまちづくり活動への参画や、地元企業人による教育支援事業、工場見学などの産業観光やイベントの協力など、地域企業が果たすべき役割は大変大きいものと考えている。



愛知県名古屋市 アンケート回答

受取日：2014.12.24

Q1. 貴団体が企業誘致活動や企業優遇政策を行っている中で、手ごたえを感じた事や地域活性化に役立ったことを実績を含めてお答えください。

A. 名古屋市では、企業誘致及び市内企業における再投資による市内への産業立地の促進を目的とした「名古屋市産業立地促進補助金」をインセンティブとして、名古屋市産業振興ビジョンにおける重点産業分野産業の誘致等に取り組んでいます。

Q2. よりよい地域づくりのために企業が果たすべき役割はなんだと思いますか？
現在、実施している企業誘致政策や産業振興策の目的を踏まえてお答えください。

A. 企業誘致はじめ産業振興の目的は、地域の企業が増える・元気になることで、雇用確保や税収増などの効果をもたらすことにあり、これまでも当地域の発展は地域の産業の発展とともに歩んできたと考えております。より良い地域づくりのためには、企業活動が活発になることが、本市の活性化に寄与するものと考えますので、企業とりわけ市内 99%を占める中小企業の支援に取り組んでいるところです。

京都府長岡京市 アンケート回答

受取日：2014.12.25

Q1. 貴団体が企業誘致活動や企業優遇政策を行っている中で、手ごたえを感じた事や地域活性化に役立ったことを実績を含めてお答えください。

A. 本市は、京都市と大阪市の真ん中に位置し、交通の便がよく、それに加え、平成 25 年度には、京都第二外環状道路の開通、阪急の新駅「西山天王山駅」が開業し、さらには、平成 26 年度末には京都縦貫自動車道が全線開通する予定であり、近畿北部や北陸を環状する道路網の要所ともなります。これらがもたらす利便性の向上は、本市の大きな魅力としてアピールできるものであり、企業誘致活動施策面からしても、企業立地の都市間競争を有利に展開するため、さらなるアドバンテージと考えています。

そのような中、本市は、「長岡京市企業立地促進条例」を平成 15 年 10 月 1 日に施行し、平成 20 年、平成 25 年と 2 回にわたり、各 5 年の期限延長を行い、企業誘



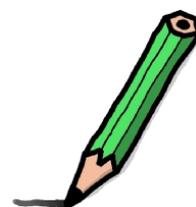
致活動施策に取り組んでおります。本条例は、厳しい雇用情勢に対応するため、新規地元雇用者正規雇用を促すとともに、市内での移転、新・増築される場合も対象とし、企業流出を抑制する内容をも盛り込む内容となっており、実績としては、過去に4社の企業が本条例に則して助成を行い、立地を促進いたしました。

それにより、税収入の確保、関連の中小企業への発注の増加、通勤客が駅前店舗で消費するにぎわい効果による近隣の商店街の活性化等々、まちの活性化などの財政的效果や、あわせて、CSRの推進や雇用機会の創出を図ることができたと考えています。

Q2. よりよい地域づくりのために企業が果たすべき役割はなんだと思いますか？
現在、実施している企業誘致政策や産業振興策の目的を踏まえてお答えください。

A. 企業立地促進施策に取り組むことで、税収入の確保、関連の中小企業への発注の増加、通勤客が駅前店舗で消費するにぎわい効果などの財政的效果を図るとともに、あわせて、雇用機会の創出など、まちの活性化につなげていくことは大切な視点と考えています。
とくに、立地いただいている企業のイベントへの協賛・協力や森林保全へのコラボレーション、災害等での危機管理協力など、その地域貢献度は非常に高いものであり、そのような企業とのパートナーシップこそ、何より大切なことだと考えています。

また、本市は、他の市町村には、あまり例を見ない、市内の企業で構成されている団体「長岡京市経済協議会」（現在18社）があり、市内の商工業等振興に関して、事業所の親睦並びに関係機関等の連絡を密にし、地域経済の発展に寄与することを目的として、活動をされており、その事務局を本市商工観光課が担当しております。
企業間同士、または、企業と行政が顔を見れる距離感で情報交換を行うことで、企業のCSRの推進、企業の流出抑制の一端を担っていると考えています。



愛知県清須市 アンケート回答

受取日：2014.12.25

Q1. 貴団体が企業誘致活動や企業優遇政策を行っている中で、手ごたえを感じた事や地域活性化に役立ったことを実績を含めてお答えください。

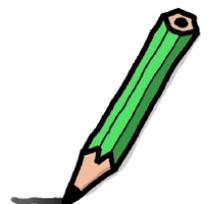
A. 東海地区の中小企業がコスト抑制や諸外国との価格競争から、海外工場への移転が活発化している。こうした中、本市では市内企業債投資促進要綱を制定し、長期にわたり市内に立地する中小企業が行う工場等の新增設等の再投資に要する経費に対し、市内企業債投資促進奨励金を交付することにより支援している。

また、企業懇話会を平成 22 年に発足し、清須地域内にある会員企業間、行政、商工会と情報交換を行い、清須地域内における企業の繁栄、地域発展に努めている。

Q2. よりよい地域づくりのために企業が果たすべき役割はなんだと思いますか？
現在、実施している企業誘致政策や産業振興策の目的を踏まえてお答えください。

A. 長年にわたり、本誌にある企業の生産量増加や品質の向上等を目的とした設備とす費を支援することで当該企業の市外への流出防止や取引先企業も含めた地域経済の活性化につながる。

本市としても、企業の市外あるいは海外への流出を防止することで本市の産業空洞化防止や雇用の維持創出を図ることができると考えており、地域にある企業へ期待するものである。



兵庫県神戸市 アンケート回答

受取日：2014.12.25

Q1. 貴団体が企業誘致活動や企業優遇政策を行っている中で、手ごたえを感じた事や地域活性化に役立ったことを実績を含めてお答えください。

A. 神戸市では、市税の軽減等を行うことにより、持続的な成長が見込まれる産業分野及び集客力の抜本的な強化に寄与する産業分野に属する事業の集積を促進し、経済の早期復興を目的として、市税（固定資産税、都市計画税、事業所税）を一定の条件のもと減免する神戸エンタープライズゾーン条例（「神戸エンタープライズゾーン及び神戸国際経済ゾーンにおける支援措置に関する条例」）を平成9年に制定しました。

本条例の実績としては、平成25年度末時点の累計で、土地処分は143ha（分譲104ha、賃貸39ha）、雇用創出数は約8,200人、投資額は約1,600億円となっており、市税の軽減額は約33億円となっています。条例による市税軽減が、企業誘致、雇用創出、税収増加など、神戸経済の活性化に成果をあげてきたと考えています。

また、賃料補助制度としては、医療・健康・福祉等のライフサイエンス分野を対象とした新産業立地賃料補助や、県市協調によりポートアイランド第2期や、三宮・元町地域等のオフィスへの入居企業に適用される「外国・外資系企業向けオフィス賃料補助制度」（対内直接投資促進起業支援事業）を実施しています。

さらに、今年度からは、雇用創出型製造業集積促進補助（投資額（土地除く）の3%以内、限度額5億円で、①常用雇用者100人以上、②土地取得2ha以上、③投資額（土地代除く）25億円以上の全てを満たす企業）を新設し、雇用創出等で地元経済への波及効果の高い製造業の集積を図っています。

Q2. よりよい地域づくりのために企業が果たすべき役割はなんだと思いますか？

現在、実施している企業誘致政策や産業振興策の目的を踏まえてお答えください。

A. 経済的な観点からの企業が果たすべき役割は、市内経済の活性化を通じた、雇用創出や市税収入の増加にあると考えています。

本市では、企業誘致政策として、上記で回答した各種の背策を行うとともに、新たなイノベーションを創出し得る

企業の集積を図るとともに、産業振興施策としては、本市の産業構造上強みを有する分野や地域特性を活かした分野に重点的に施策に取り組んでいます。

これらの施策の総合的な取組みにより、市内経済や企業活動の活性化を図っています。



大阪市 アンケート回答

受取日：2014.12.28

Q1. 貴団体が企業誘致活動や企業優遇政策を行っている中で、手ごたえを感じた事や地域活性化に役立ったことを実績を含めてお答えください。

A. 国内においては東日本大震災後、BCP の観点から関西への立地を検討する企業が見られるものの、首都圏一極集中の状況に大きな変化はなく、大阪に拠点を置く企業の東京ほか他都市への流出傾向が引き続きみられる。

企業の流出は雇用機会や地元企業の取引機会の減少など、地域の活性化にも悪影響を及ぼすことが、本市では在阪企業の本社機能流出を防ぐため、平成 19 年度から在阪主要企業の本社訪問を実施し、意見交換を行うなどネットワークの構築に努めるとともに、訪問したコイ行に対しては、本市の情報を中心に企業が参考となるような情報をメールマガジンにより定期的に配信している。

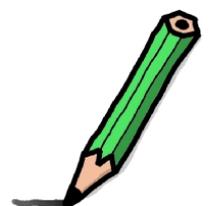
訪問したことにより企業側が府市の助成制度を知り、市内への再投資に結び付くなどの成果がある。

Q2. よりよい地域づくりのために企業が果たすべき役割はなんだと思いますか？
現在、実施している企業誘致政策や産業振興策の目的を踏まえてお答えください。

A. 大阪市内にある事業所の 98%を占める中小企業は、市民の雇用や暮らしを支えるなど極めて大きな役割を果たしている。本市では、中小企業が地域経済において果たす役割の重要性をかんがみ、中小企業の健全な発展、市内経済の活性化及び市民生活の活性化に寄与することを目的に、「大阪市中小企業振興基本条例」を平成 23 年 11 月 1 日に施行した。

本条例においては、下記の通り企業に対して取り組む内容を定めている。

- ・中小企業者には、社会経済環境の変化位に応じ、自主的に経営基盤の強化及び経営革新に努めること、地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚し、地域社会と共同して、地域の発展に積極的に取り組むことを定める。
- ・大企業者には、事業活動を行うにあたり、地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚するとともに、中小企業者との連携及び協力に努めること、中小企業の振興が大阪及び関西の経済発展において果たす役割の重要性を理解し、本市が実施する中小企業の振興に関する施策に協力するように努めることを定める。



(参考資料 1)

愛知県豊田市長へのインタビュー

2014.12.23 (14:55~16:25) @ 尋心館 20 教室

<豊田市の現況および問題点>

・トヨタ関連企業の多くが立地する。2005年に周辺の7市町村と合併。旧7市町村は消滅可能性都市で、市内交通網が発達していないため、合併後も都市地域と農山村地域の格差は大きなものになっている。そのため、地域単位での「自立」と地域相互の「つながり」を強めるために「おいでん・さんそんシステム」(山村地域を活性化させる取り組み)を作り、農山村地域の活性化に取り組んでいる。

<質疑応答>

Q. トヨタ、及びそれに関連する企業が不況などに直面したときの対策はあるか。

A. 自動車産業はすそ野の広い産業であるがゆえトヨタ自動車関連会社からの税収は豊田市全税収の7~8割に及ぶ。リーマンショック時には税収が年1200億円から600億円に減ってしまったが、貯蓄を切り崩すことによって財政に影響はなかった。可能な限り、税金は貯蓄に回して、法人税収が下ぶれたときに崩すスタンスを想定している。徴収しなくても2~3年は耐えうる基金を確保している。

Q. 自動車産業以外の企業誘致などの政策はしているのか。

A. している。主に、工場団地を立地することや環境エネルギー系の企業を誘致している。ただし、あくまでもベースは自動車産業というスタンスで、自動車産業から派生した産業については、積極的に誘致することを目指している。

Q. 行政として企業に求めることは。

A. 地域に馴染んで企業活動をしてほしいと思っている。家族や従業員は地域の重要な構成員であり、企業による雇用の創出・拡大によって、さらに地域に根付いて活動してほしいと考えている。

Q. 人口減少時代にどう対応していくのか。

A. 企業と協力して「雇用を拡大」することによって、人口減少を食い止めるよう努力していく。

