

*MMRC*  
*DISCUSSION PAPER SERIES*

No. 282

中国市場開放期の経済政策と日本企業の直接投資  
—新たな日中互惠関係の探索—

東京大学大学院経済学研究科  
天野倫文

2009年11月



東京大学ものづくり経営研究センター

Manufacturing Management Research Center (MMRC)

ディスカッション・ペーパー・シリーズは未定稿を議論を目的として公開しているものである。引用・複製の際には著者の了解を得られたい。

<http://merc.e.u-tokyo.ac.jp/mmrc/dp/index.html>

# 中国市場開放期の経済政策と日本企業の直接投資

～新たな日中互惠関係の探索～

China's Market Deregulation Policy and Foreign Direct Investment of Japanese Firms:  
Searching for the New Complementarity of Japan and China

東京大学大学院経済学研究科

天野倫文

Tomofumi Amano

## 概要

本稿は、中国の直接投資に関する経済政策の過去からの流れを整理し、とりわけ同国の WTO 加盟以降における市場開放期の経済政策の変化をまとめ、それらが日本企業の対中直接投資に与えた影響を分析する。中国はこれまでも経済発展の段階に応じて外国企業の直接投資に求める役割を変えてきたが、近年の市場開放・内需拡大期において中国が外国企業に求める役割期待は従来とは確実に異なるものとなっている。こうした中国の政策変化は、日本企業の今後の成長戦略を左右しつつあるが、本稿では、日系企業の海外事業活動に関する諸統計から、近年の同国における成長戦略を読み解き、市場開放・内需拡大期における在中日系企業の経営戦略の現状を分析する。さらに、それらをふまえ、新たな局面における日中企業のアライアンスのあり方についても考察する。

## Summary

This paper surveys the history of China's FDI policies in the past, specifically views the policy changes since their affiliation to the WTO, and examines its impact on FDI strategies of Japanese firms. While China has strategically changed the roles of foreign investment in the pace of their economic development, the roles have been changed quite differently from the past ones in the middle of recent market deregulation and domestic demand growth. These policy changes also strongly influence the growth strategies of Japanese firms which suffer from their stagnant domestic businesses. This paper analyzes the current states and future prospects of their foreign business activities in China and introduces some models of strategic alliance of Japanese and Chinese firms in the process of their market penetration.

## Key words

China, market deregulation, domestic demand, market penetration, strategic alliance

# 中国市場開放期の経済政策と日本企業の直接投資

～新たな日中互惠関係の探索～

東京大学大学院経済学研究科

准教授 天野倫文

中国のこれまでの経済発展の中で外国企業の対内直接投資は常に不可欠な存在であり、その中で日本企業の直接投資も一定の役割を果たしてきた。2001年のWTO加盟を経て、中国の経済政策における直接投資の位置づけは、従来の輸出指向型投資から一転して、市場開放を進めて内販型投資や非製造業による投資を呼び込み、内需の強さを生かして国際競争力を形成するスタンスに転換した。過去20余年の間、中国は自国の経済発展の段階に合わせて外国企業による対内直接投資の規制緩和を図ってきたが、近年の市場開放はいわばその大団円とも言う。

高い成長性と市場規模が見込まれる中国市場の開放は、外資系企業の直接投資や中国での事業活動に大きな影響を与えた。日本企業も例外ではなく、現在は中国市場を基軸にアジアの生産・販売活動をどう強化していくべきか、模索や試行が続いている状態である。そのようななか、各産業分野で中国企業とのアライアンスも進められている。

本稿は次の三節から構成されている。第1節では、改革開放からWTO加盟を経て、現在に至るまで、中国の直接投資に関する経済政策が、各経済発展の段階でどのように推移し、それが同国の経済にいかなる影響を与えたのかを整理する。第2節では、日本企業に焦点をあて、近年の市場開放政策の中で、日本企業の対中直接投資や中国市場における事業活動がどのように変化しつつあるかを分析する。それらをふまえ、第3節において、市場開放・内需拡大期における日本企業と中国企業のアライアンスについて検討する。

## I 中国の経済発展と直接投資の役割

中国は、1978年以来、改革開放に向けて舵を切り、世界経済の潮流の中で、自国の発展を図ることとなった。改革開放の中で、沿海部を中心に実施された対外開放政策により、中国の貿易と対内直接投資は大きな伸びを見せた。1989年の天安門事件以降、改革開放政策に一時的な陰りが見えたが、1992年に鄧小平主席が南巡講話を行い、同政策強化を働きかけた。その結果、対外開放を通じた経済改革が急速に進みはじめ、1990年代の経済発展を方向づけた。2001年に中国は悲願であったWTO加盟を果たし、グローバル経済で中心的な役割を果たすようになった。

改革開放からWTO加盟以降まで、中国の経済発展にとって、外資企業による対内直接投資はきわめて重要な役割を果たしてきた。そして、その役割は、中国の経済発展の

段階に応じて変化してきた。そこで以下では、(1) 1980年代の改革開放初期、(2) 1990年代の対内直接投資拡大期、(3) 2000年代のWTO加盟以降の3つの時代区分において外国企業の対内直接投資が果たした役割を整理しておく。

### (1) 改革開放初期の対内直接投資 (1980年代)

開放初期の1980年代において、外国企業の対内投資には2つの役割が期待されていたと考える。第1は、中国が推進する主要産業の国産化政策への寄与であり(国産化政策による技術導入と直接投資)、第2は、外国投資による輸出振興を通じた外貨獲得と雇用創出である(輸出指向型直接投資の誘致)。中国の対内直接投資が急拡大するのは1990年代以降であるが、その骨格は80年代に形成されたといえる。

なお、中国では、外資の企業形態を制定する法律が、この時代に制定されている。1979年に「中外合資経営企業法」、1988年に「中外合作経営企業法」、1986年に「外資企業法」が制定され、それぞれの法律によって、「合資企業」、「合作企業」、「外商独資企業」という三つの企業形態(三資企業)が規定され、外国人が中国で会社を設立する際の準拠法となっている。

#### 国産化政策による技術導入と直接投資

中国政府は従来の軍需・重工業偏重の産業政策を転換し、民需中心の軽工業の発展を積極的に図った。改革開放政策によって個人消費が増大し、消費財の輸入も増加していたが、中国はとくに消費拡大が顕著な軽工業の分野で国内生産を育成し、急増する内需に対する輸入代替化を図ろうとした。この時代の中国政府の政策は明確で、軽工業分野で国産化すべき産業分野については、外国企業の対内投資による市場アクセスを制限し、輸入品に高関税をかける一方で、外国企業からの技術供与やプラント輸出を促し、中国企業の生産能力を拡大しようとした。

反面、国内で生産能力を拡大するうえでボトルネックとなる基幹部品や鉄材などの主原料については外国企業との合弁を中国内で進め、それらの産業における技術ノウハウを獲得すると同時に、国内における供給不足を解消しようとした。外国企業も将来の市場開放を視野に入れながら、これらの中国側からの技術供与やプラント輸出、基幹部品における合弁事業などの諸事業を手掛けていった<sup>1</sup>。

家電分野の例をあげよう。1980年代前半、経済改革の一環として行われた農産物買付価格や賃金の引き上げなどによって、国民所得は増加し、耐久消費財の需要が爆発的に伸びていった。供給体制が不十分な中で重要な増加は大幅の需給ギャップを生み出し、日本等からの家電製品輸入が急増した。これに危惧し、中国政府は家電製品の輸入代替

---

<sup>1</sup> 天野・範(2003)は家電分野における中国市場の輸入代替化プロセスを検証している。カラーテレビ、エアコン、冷蔵庫などの産業分野において、国内生産比率=(国内生産-輸入)/国内需要を計算すると、中国の家電分野の国内生産比率は1980年代後半から90年代前半にかけて上昇し、1に近づいていく。家電分野については1980年代後半から90年代前半にかけて輸入代替化が進んだと考えられる。

化政策を掲げ、外国からの技術・設備の導入と国産化を強力に進めていった。計画経済から社会主義市場経済への移行期にあった中国では、地方分権と地方企業への自主経営権の付与が同時に進められ、地方政府主導で、外国企業からの技術導入や国産化が実施され、供給基盤が急速に整備された。

我々の調査では、カラーテレビの分野だけでも、日本企業からの対中技術輸出やプラント輸出・設備輸出などは30件以上にのぼり、その多くは、1983年から85年までの間に集中しており、契約相手は中国全土におよぶ。日本側でこの分野の技術・設備輸出をリードしたのは、松下とその関係企業であり、東芝や日立も好意的であった。彼らにとっての当時の対中ビジネスは、技術やプラントの販売による重要なライセンス収入源であったと同時に将来に向けた独資市場参入の布石だった。

技術・設備導入を利用して、中国の国有企業は旺盛に家電の組立を行った。1985年には全国で83工場がカラーテレビの生産を開始し、119ラインが設置され、年間生産能力は1700万台に達した。84年の生産台数が134万台であったから、わずか1年で十数倍の生産能力が導入されたことになる。このうち日本から導入された組立ラインの生産能力が1280万台であった。他方でカラーブラウン管の国内生産能力は100万台前後と乏しく、基幹部品は輸入に依存していたため、1980年代後半からは、カラーブラウン管を日中合弁で国産化する動きが進んでいった。その先行例が、松下と北京市のブラウン管工場の合弁会社である北京松下彩色顕像管有限公司（BMCC）であり、これを皮切りに複数の国際合弁事業が展開された。

カラーテレビは1つの典型例であるが、中国政府は、国内で消費が拡大し、国産化が必要と思われる産業分野に類似の国産化政策を講じた。自動車については1980年代後半に「三大三小二微」<sup>2</sup>と呼ばれる国産化と外国技術導入政策が進められ、乗用車組立分野において外資との合弁に許可が与えられた。この間、輸入乗用車や輸入部品については高関税がかけられ、部品の現地調達化が求められた。エンジンなどの基幹部品については「三大三小二微」の枠組みで技術導入のための合弁も奨励されていた。

### 輸出指向型直接投資の誘致

改革開放初期において、中国は自国産業の国産化を推進するために外国企業からの技術導入を進め、基幹部品などは合弁事業を展開しようとした。しかし家電や自動車などの耐久消費財は大きな市場が見込まれたため、当初は外国企業がこうした市場で自由に生産・販売活動を行うことは厳しく制限されていた。

---

<sup>2</sup> 「三大三小二微」は、中国政府主導で行われた乗用車の国産化と海外技術導入の政策である。三大（第一汽車、東風汽車、上海汽車）、三小（北京汽車、天津汽車、広州汽車）、二微（長安汽車、貴州航空）に乗用車組立と外資との合弁を許可するもので、当初、第一汽車、上海汽車は独・VWと、東風汽車は仏・シトロエン、北京汽車は米・クライスラー、広州汽車は仏・プジョーと合弁事業を行い、天津汽車はダイハツと技術提携を行った。長安汽車は鈴木自動車と合弁、貴州航空は富士重工業と技術提携を行った（丸山、1994；関・池谷、1997；李、1997）。

一方で、外国企業の力を経済成長に生かすために、沿海部に外国企業の事業活動を許可する特別区を設置した。折しも 1970 年代頃から、東アジア諸国では、自由貿易地域（FTZ: free trade zone）制度を導入して、限られた地域に外国企業を呼び込み、輸出指向型の生産活動を拡大して、雇用創出と外貨獲得を行う政策は一般的に普及していた。中国も、他の東アジア諸国の政策にならい、徐々に沿海都市部の外国企業への開放を進め、外国企業の生産拠点を誘致しようとした。

1980 年には広東省の深圳、珠海、汕頭、福建省のアモイ及び海南省に 5 か所の経済特別区（当初は輸出特別区と呼ばれた）が設置され、その成功を受けて 1984 年には大連、秦皇島、天津、煙台、青島、連雲港、南通、上海、寧波、温州、福州、広州、湛江、北海の 14 沿海都市の開放と経済技術開発区の設置が進められた。

特別区での外資企業の形態は先の三資企業政策による。合弁経営企業（equity joint venture）は、外国企業と中国企業が共同出資によって法人格を有する企業を設立し、出資は現金、建物機械設備、工業所有権、技術、土地使用権などをもって行い、出資率に応じて双方が経営リスク、損益、事業清算時の残余財産分配などを分担する。合作経営企業は、契約式合弁企業（contractual joint venture）とも呼ばれ、外国企業と中国企業が双方の権利義務を定めた合意契約書によって共同して生産・経営を運営し、売上高・損益なども合意契約書の規定に従って分配する。独資企業（wholly foreign owned enterprise）は、外国投資者が 100% 出資の外資企業である。

外国企業がどの程度の出資を行うかによって、現地法人の活動に異なる制約が課された。一般的に、上述の特別区では、進出した外国企業に部材や設備の輸入許可や関税免除、法人税減免などの面で便宜を与える反面、企業が生産した製品の輸出を義務付けるところが多かった。さらに製品輸出を条件に、外国企業が独資で現地法人を設立することも許可された。つまり、中国政府は、外国企業の中国国内への販売拡大を制限する「水際作戦」をとる一方で、沿海地域での生産活動の拡大と外貨創出を期待したのである。

この政策が意図するところは外貨獲得と雇用創出である。国産化政策が意図した技術導入等は二次的であった。広東省で大々的に展開された「来料加工」や「進料加工」は、中国の地場企業が外国企業から生産委託を受けて加工組立を行い、香港や深圳などから輸出する方式であるが、委託先工場は量産機能しかもたない。それらは内陸から移動した多数の農民工によって担われ、農村部の余剰労働力を吸収する役割を果たした。

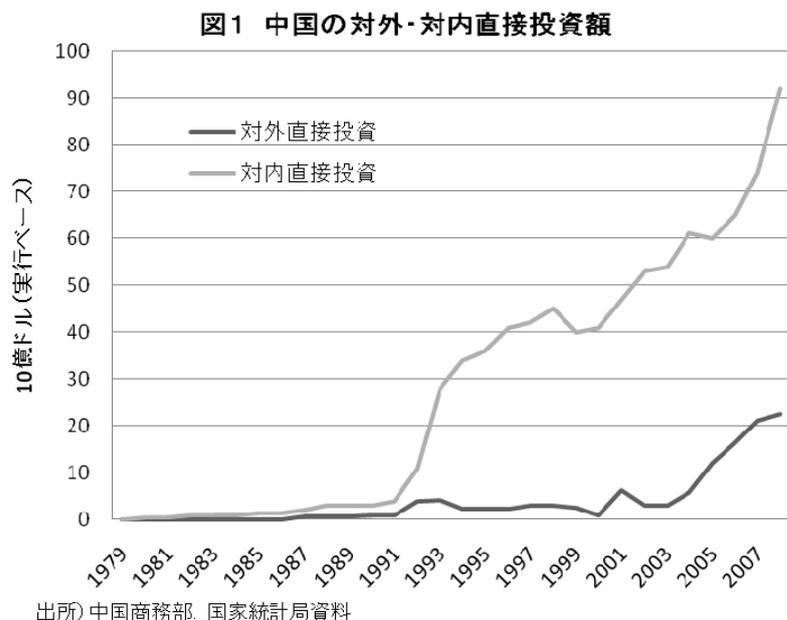
貿易収支の改善と外貨蓄積が不可欠であったため、特別区での生産活動においては厳格な外貨管理が実行されていた。三資企業が原材料や設備の輸入などで外貨を必要とする場合、出資金や輸出で稼いだ外貨でそれを賄うという外貨バランス義務が制定されていた（その後、外貨管理は緩和され、1996 年には中国は IMF8 条国へ移行したため、經常取引は既に原則自由化された）。

特別区はその後さらに広がりを見せた。1980 年代後半には、長江デルタ、珠江デルタ、閩南トライアングル（アモイ・泉州・漳州）、山東半島、遼東半島、河北省、広西

チワン族自治区を経済開放区として沿海経済開放地帯が形成された。1990年には上海浦東新区の開発と開放が決定され、長江沿岸都市の開放を進め、長江開放地帯が形成された。これらの沿海部諸地域は1990年代の外資誘致の表舞台となった。

## (2) 外資依存度の高まりと経済発展の加速化（1990年代）

改革開放の初期において、国産化政策を支援するための技術導入や直接投資と、雇用創出と外貨獲得を狙いとした輸出指向型直接投資の誘致は、それぞれ目的が異なり、明確に区別されていた。1990年代に入り、この枠組みに沿って、対内直接投資は急拡大を見せた。図1に中国の対外・対内直接投資の推移を示しているが、中国の対内直接投資の拡大はまさに1992年の南巡講話が契機になっている。中央政府による方針の明確化が国内外に与えた影響はきわめて大きかった。



### 段階的な市場開放と内販型直接投資の拡大

1990年代に中国の対内投資が伸長した背景の1つは、主要な工業製品分野において、段階的な市場開放が進められたことによる。家電産業や自動車産業などでは、1980年代からとられた国産化政策は、90年代前半になると様々な限界を見せ始める。この限界を克服し、産業化を軌道に乗せるために、工業製品分野では、段階的に市場開放を進め、外資企業との合弁拠点設置を加速化させる動きが目立つようになった。これにより、内販型の生産現地法人が多数設置されるようになった。

まず家電分野から見てみよう。市場経済移行期にあった中国では、1980年代を通じて国内産業保護のために輸入品に高率の関税をかけ、国内生産品の価格は相対的に高めにコン

トロールされていた。価格統制ゆえに、多数の企業が参入し、弱小企業が温存される状態が続いた。しかしこうした価格政策により、闇取引などの問題は後を絶たず、過剰な参入を抑え、非効率な国有企業の撤退を促すために、中国政府は 1993 年から 95 年にかけて価格自由化を行い、関税を引き下げ、外国企業の参入を認可する措置を講じていった。

日系家電メーカーは矢次早に中国市場に内販型生産拠点を設立していった。1995 年から 97 年の間に、松下（済南市）、日本ビクター（武漢市、福州市）、三洋電機（東莞市）、ソニー（上海市）、東芝（大連市）、シャープ（南京市）などがカラーテレビの合弁生産拠点を設置している。フィリップス、三星電子、LG などの外国企業もほぼ同じ時期にカラーテレビの現地生産を開始した（天野、2005）。

これらの規制緩和により、1990 年代後半の中国市場はやや混乱を来した。外資参入によるシェア低下を危惧した中国企業は低価格戦略で対抗した。1996 年に四川省の長虹電子集団が 20% 近くの値下げを敢行したことを皮切りに、中国のカラーテレビ市場は本格的な価格競争に突入し、価格低下が進む中で、生産台数が 1995 年から 99 年の間に 2000 万台から 4200 万台に倍増するなど、深刻な供給過剰を招いた。カラーテレビ市場での価格競争は、家電製品の他分野にも飛び火し、家電製品市場全体に低価格競争が蔓延した。

外国企業も苦戦を強いられた。1994 年当時、カラーテレビのトップシェアは松下（14.7%）であったが、2000 年までに 5.0% までシェアが下がった。外資系ブランドの地位が低下する中で、「長虹」、「海爾」、「康佳」、「海信」、「創維」、「TCL」などの、中国系ブランドが地位を向上させた。彼らは体力が低下した地方の国営企業などを買収して、全国ブランドを普及させ、知名度を高めていった。

自動車産業でも大きな転換が見られた。中国の自動車産業政策は 1990 年代前半まで「三大三小二微」の枠組みで進められたが、それ以上の発展を見込むのが困難な状態になっていた。この枠組みを生かして中国で地位を確立したのは独・VW で、1985 年に上海汽車との合弁で上海大衆汽車を設立し、中国国民車に成長するサンタナの生産を開始した。その後、第一汽車との合弁でジェッタ、アウディの生産を開始し、90 年代半ばまでに中国の市場シェア 60% のトップメーカーとなった。しかしこの政策がうまく機能したのはこの例のみで、残りの 40% は北京ジープ（クライスラーとの合弁）、神龍汽車（シトロエンとの合弁）、天津汽車（ダイハツとの技術提携）が細々とノックダウン生産を行うのみであった。GM、フォードやトヨタを始めとする日系大手は、現地生産拠点を持たずに細々と輸出対応しており、中国の自動車産業の発展にとっても健全な状態とは言えなかった。

このような状況を打開するため、中国政府は 1994 年に自動車産業政策が発表し、第 9 次 5 年計画が始まった。この中で、「三大三小二微」政策が見直され、都市資本への集積と複数の外資との提携が認可されることになった。その結果、これまで手をこまねいていた世界の自動車メーカーが、拡大する需要を見越して相次いで現地資本との合弁を進めることになる。中国政府は、これらの合弁企業の中国市場への生産・販売の拡大を通じて、外国系自動車への市場開放も実現させようとした。

GM は 1997 年に上海汽車との合弁で上海 GM を設立した。スズキや富士重工といった日系 GM グループメーカーも二微の各社と合弁を行っている。1992 年に二輪車の現地生産を果たしていた本田は 1998 年にブジョーが撤退した広州汽車との合弁に契約し、東風汽車との合弁も進めている。トヨタはかつて天津汽車とダイハツが軽自動車のライセンス生産を行っていたプロジェクトを引き継ぎ、2000 年に天津トヨタを立ち上げた。第一汽車や広州汽車とも提携している。フォードは、重慶市の長安汽車と提携し、2001 年に小型乗用車フィエスタを生産している。日産は、ルノーとのリバイバルプランの実行のため中国進出が頓挫していたが、業績回復に伴い東風汽車との合弁会社設立に合意し、2003 年から現有の東風汽車の工場で乗用車の生産が行われている。このように、長春、上海、天津、北京、武漢、広州、重慶 といった中国都市資本との合弁で、世界のメジャー自動車メーカーが中国進出を果たし、本格的な乗用車国産化の時代が到来した。

さらに 1994 年の自動車産業政策が力点を置いたのが、部品産業の育成である。これまで部品産業分野への外資導入は出資比率 50%以下の合弁事業に制限されており、そのことが中国の自動車産業の発展にとって大きな足かせとなっていたが、この政策では部品産業における投資促進策が盛り込まれ、部品生産にも出資比率 50%以上の外資導入が許可された。さらに WTO 加盟後は、一部の基幹部品を除いて出資規制が撤廃された。こうした動きを受けて、外資系部品メーカーの中国進出は加速化し、2001 年には約 620 社に及んだ。

以上のように、中国市場では、1990 年代半ば頃に、80 年代の国産化政策の枠組みが見直され、段階的に市場開放を進めていく動きが見られた。これが外資企業にとっては大きな参入機会となり、家電や自動車などの分野でも、多数の外資企業の進出が進んだ。1990 年代後半の対内直接投資の急増は、このような内販型直接投資が増加したためである。

### 輸出指向型量産拠点と「世界の工場」

1990 年代に、中国は沿海部都市を中心に、世界市場に向けた輸出指向型量産拠点としての地位も確立していった。表 1 は、1990 年代以降において、中国経済における外資企業の貢献度合いをいくつかの観点から見たものである。対内直接投資(実行ベース)の伸びにしたがって、工業生産増加額に占める外資企業の比率は 2005 年には 28.6%まで上昇している。輸出総額に占める外資企業による輸出額の比率は同年で 58.3%、輸入総額に占める外資企業による輸入額は 58.7%を占めるようになった。これらは概ね加工貿易によるものである。

中国の国際貿易の面における外資企業のプレゼンスはきわめて大きくなった。1990 年代前半までは貿易収支の赤字に苦しんでいた中国だが、輸出指向型直接投資の誘致政策の展開と厳格な外貨管理により、1990 年代前半には輸出が大幅に拡大し、それに伴って輸入も拡大したが、貿易収支の黒字幅は 2005 年に 1000 億ドルを超える金額に達するに至り、外貨蓄積は拡大した。

中国国家统计局の 2006 年時の統計では、1 人あたり名目 GDP が 2 万元を超える省・

直轄市は、上海市（5.7 万元）、北京市（5.0 万元）、天津市（4.1 万元）、浙江省（3.2 万元）、江蘇省（2.9 万元）、広東省（2.8 万元）、山東省（2.4 万元）、福建省（2.2 万元）、遼寧省（2.2 万元）とほぼ沿海部に位置している（中国平均は 1 人当たり 1.8 万元である）。これらの沿海部都市は、輸出・輸入額が大きく、外資企業による工業生産比率が相対的に高い。これらの沿海部都市には中国内陸部から労働者が移住し、生産活動に携わるが、それら農村工は流動性が高いため、賃金が大幅に上昇しない仕組みができてい。加工貿易を通じて、沿海部都市の従業員と進出外資企業が富を蓄積する構造であるが、これらの所得蓄積により、沿海部主要都市には中間層を中心とする市場が形成されつつあることも確かである。

**表1 中国経済への外資系企業の貢献度合い**

年	対内直接投資額(実行ベース) 億ドル	対内直接投資額/固定資産投資額 %	外資系企業による工業生産増加額/工業生産増加額 %	外資系企業による輸出額/輸出総額 %	外資系企業による輸入額/輸入総額 %	外資系企業関連税金/税金総額 %
1993	275.2	12.1	9.2	27.5	40.2	5.7
1994	337.8	17.1	11.3	28.7	45.8	8.5
1995	357.2	15.7	14.3	31.5	47.7	11
1996	417.3	15.1	15.1	40.7	54.5	11.9
1997	452.6	14.8	18.6	41	54.6	13.2
1998	454.6	13.2	24	44.1	54.7	14.4
1999	403.2	11.2	27.8	45.5	51.8	16
2000	407.2	10.3	22.5	47.9	52.1	17.5
2001	468.8	10.5	28.1	50.1	51.7	19
2002	527.4	10.1	33.4	52.2	54.3	20.5
2003	535	8	35.9	54.8	56.2	20.9
2004	606.3	7.2	31.4	57.1	57.8	20.8
2005	603.3	5.6	28.6	58.3	58.7	20.7

(出所) 中井邦尚「中国の貿易・対外投資政策」天野論文・大木博巳『中国企業の国際化戦略』ジエトロ第1章所収。  
原データは2005中国外商投資報告書、中国統計概要2006。

### (3) WTO 加盟後の経済政策と直接投資（2000 年代）

2001 年に中国が WTO に加盟し、それまで部分的に進んでいた市場開放の動きが加速化した。WTO への加盟は、それまでの中国の投資と貿易のあり方に抜本的な変化をもたらすことになったので、以下、(1) 輸入拡大と貿易収支の調整、(2) 外資三法の見直しと商業分野の規制緩和、(3) サービス産業分野の市場開放、(4) 中国企業による対外直接投資の促進政策の 4 点から説明しておきたい。また最後に、この間の市場開放を受けて、対内直接投資の地理的分布の変遷についても把握しておく。

#### 輸入拡大と貿易収支の調整

貿易政策面については、(1) 輸入関税の段階的引き下げ、(2) 人民元レート調整、(3) 輸出増値税還付率の引き下げなどの諸点を指摘できる(中井、2007)。

第1に、輸入関税の引き下げについてである。中国は改革開放後、競争力の低い国内産業への影響を考慮し、中国での生産に必要な原材料・部品・設備などを除き、関税や輸入割当などの非関税障壁を通じて、輸入を抑制する政策を施行してきた。上述の1990年の市場開放化により、関税は徐々に引き下げられ、WTO加盟前の時点で、中国の平均関税率は15.3%であったが、これをさらに推し進め、2005年以降は、平均関税率が10%を割り込むオーダーまで下がってきている。そのほかに、これまでの輸入品に対する許可証管理、輸入割当についても、品目数を段階的に削減するなど、非関税障壁の緩和も進めている。2005年には、改正対外貿易法の施行により、貿易権を国有・民営・外資企業を問わず開放することが決まり、貿易を自由に行える環境が整備されている。

第2に、貿易収支の黒字幅削減については、上述の輸入拡大政策に加えて、人民元レートの切り上げが段階的に行われてきた。これまでのところ人民元レートの調整幅は小幅にとどまっているが、2008年の金融危機以降、実質的なドル安が進み、輸出に対しても減少圧力が働いたが、2009年4月の中国国家外貨管理局の報告によれば2008年の貿易収支の黒字幅も前年比15%ほど拡大した。

第3の輸出増値税還付率の引き下げは、これまでの輸出指向型直接投資に再考を迫るものである。増値税とは、「物品の販売または役務の提供を通じ発生する付加価値(増値)を課税対象とする税」であり、現在の増値税制度は1994年に導入されたものである。こうした付加価値税は、一般的には「消費地課税主義」の原則があるため、中国政府も当初は輸出品に対する増値税は0%と規定していた。しかし95年以降、中国政府は税収を確保すべく、2度にわたり、輸出増値税の還付率の引き下げを実施した(17%→14%→9%)。2000年以降も、輸出増値税の還付率の更なる引き下げや、撤廃を求める法律が施行されており、これらは加工貿易型企業に対し、コスト面で大きな影響を及ぼす結果となった(中井、2007)。

### 外資三法の見直しと商業分野の規制緩和

投資政策面においても、重要な変化が見られた。まずWTOのルールに従って上述の外資三法(「中外合資経営企業法」、「中外合作経営企業法」、「外資企業法」)の見直しが行われ、(1) 外貨バランス要求の撤廃、(2) 原材料の国内調達優先要求の廃止、(3) 生産・経営計画の届出義務の廃止、(4) 輸出義務から輸出奨励に変更、(5) 工会の設立に関する条項の追加、などが行われた。これにより、進出企業の輸出義務や外貨バランス要求などの制約が緩和され、現地法人の自由度が高まった。

より重要なのは、商業分野の開放である。WTO加盟以前、中国では商業分野の開放は著しく制約されていた。内販権については、外資企業は中国企業と合弁を組むことによってその権利を獲得し、そこで販売ができるのは、その生産現地法人でつくられる製

品に限られていた。したがって 1990 年代までは、市場開放が進んだとはいえ、外国企業がその市場にアクセスするためには必ず合弁相手が必要で、販売ルートは概ね合弁相手のそれに委ねざるをえなかった。貿易権についても同様であり、中国で貿易を行う権利はほとんど中国企業にしか与えられておらず、外資企業には限定的な貿易権しか与えられていなかった。たとえば、保税区内に設立された外資の貿易会社は保税区内に限定された輸出入しか認められなかったし、生産型企業は自社使用の原材料・部品の輸入および自社製品の輸出しか認められなかった。

しかし 2004 年に施行された「外商投資商業領域管理弁法」により、流通分野の開放が進み、独資での商業企業の設定が法的に可能になった。

まず内販権についてである。「外商投資商業領域管理弁法」の制定により、次のような外資企業が国内流通権を持てるようになった<sup>3</sup>。(1) 生産型企業は中国で製造した自社製品に限定して中国国内で販売することが許可されているが、他社の製品を取り扱うことはできない。ただし、生産型企業がアフターサービスを行うことは認められており、これに必要な部品などの購入・販売は可能となった、(2) 保税区内の貿易会社は中国国内での販売はできないが、運用面において変則的な国内販売を行うことができる(交易市場に仲介を委託して国内販売を行う)、(3) 傘型会社は傘下企業が製造したものは販売が可能になった、(4) 卸売・小売会社はもともと出資資格制限、最低資本金、地域制限、店舗数制限など、厳しい制限があったが、上記管理弁法の施行により、開放に向けて動き出し、独資による設定が可能になった<sup>4</sup>。

次に貿易権についてである。中国では貿易権と内販権は別のものであり、内販権を取得しても貿易は行えるものではなく、逆もまたしかりである。管理弁法の制定により、外資企業について、以下の貿易権が許可されることになった。(1) 生産型企業はもともと自社使用の原材料・部品の輸入および自社製品の輸出を行っていたが、これ以外に 1000 万米ドル以上の自社製品を輸出している企業の場合は、他社製品の輸出も可能となった、

(2) 傘型企業は傘下企業の生産に使用する原材料・部品の輸入および傘下企業の製品と他社製品の輸出を行いうるようになった、(3) 貿易会社や商業(小売・卸売)企業は完全な貿易権を持っているが、これらの企業の独資による設定が可能になった、(4) 外資調達センターの設定が可能になった。

以上の内販権と貿易権の開放は、これまでの閉鎖的状況と比較すると各段の自由化で

---

<sup>3</sup> 藤井昌和「中国商業分野の開放について」福井県上海事務所、2004 年 9 月。

<sup>4</sup> 以下、卸売・小売分野の規制緩和についてまとめておきたい。(1) 出資者資格については外国企業、その他の経済組織、個人などであり、出資者資格の制限が無くなる、(2) 業務範囲については手数料ベースによる流通業務代行サービス、卸売、小売、フランチャイズ経営が可能になる、(3) 最低資本金は、会社法に基づく最低資本金(卸売 50 万元・小売 30 万元)となる、(4) 出資比率制限については 2004 年 6 月より外資メジャーの合弁企業の設定が可能になり、2004 年 12 月より独資による設定が可能になる、(5) 設立地域の制限：卸売については、新弁法施行の日より地域制限を廃止、小売については、2004 年 12 月以降地域制限を廃止、(6) 許認可機関は商務部が許認可を行う。受付窓口は設立地の省級の商務部主管部門、(7) そのほか一既に設立された外資企業からの再投資による商業企業の設定が可能となる(藤井、2004)。

あり、外資系企業の中国市場に向けたビジネスが大きく拡大するきっかけとなったといえよう。2005年以降、日系企業によるこれら2つの権限獲得への許認可申請は急増しているという。

### サービス産業分野の市場開放

商業分野の規制緩和と並んで中国が重視してきたのがサービス分野の規制緩和である。保険サービス業については、2002年2月に外資系保険会社の設立申請手続きを明文化した「外資保険会社管理条例」が定められ、2004年6月にその細則が設けられ、WTOの加盟文書の公約が満たされることになった。現在は独資による保険会社設立が可能となっている。電気通信サービス業は、WTO加盟以前において、外資に対する参入規制が最も厳しいセクターのひとつであったが、地域および出資の制限が段階的に緩和されつつある。2002年1月に「外商投資電信企業管理規定」が施行されたことにより、合弁会社設立が可能となり、外資側の出資比率も、固定電話や携帯電話事業の基礎通信サービスは49%、インターネットなどの付加価値サービスは50%までとすることがきまった（ただし、外資系通信キャリアが基礎通信市場に参入するケースはほとんどなく、付加価値サービス市場に事実上限定されている）。建設サービス業でも2004年末までに独資による現地法人設立が解禁され、運輸サービス業においても2005年12月に施行された「外商投資国際貨物輸送代理企業管理弁法」により、外資による100%出資の現地法人の設立が可能になった（内堀、2006）。

これら一連の商業・サービス分野の規制緩和により、WTO加盟以降、これらの分野への対内直接投資額は大幅な伸びを見せている。2008年の対内直接投資統計によれば、合計924億ドルの対内投資のうち54.0%の409億ドルを製造業が占め、44.1%の407億ドルを非製造業が占めている（表2）。前掲の図1で示したように、2001年以降、中国の対内直接投資額は急成長をたどっているが、こうした中で、非製造業の占める比重は大幅に拡大しつつある。

業種	2006年	2007年	2008年		
			金額	シェア	伸び率
農業	599	924	1,191	1.3	28.9
鉱業	461	489	573	0.6	17.0
製造業	40,077	40,865	49,895	54.0	22.1
非製造業	21,884	32,490	40,737	44.1	25.4
不動産業	8,230	17,089	18,590	20.1	8.8
リース・ビジネスサービス業	4,223	4,019	5,059	5.5	25.9
卸・小売業	1,789	2,677	4,433	4.8	65.6
運輸・郵便業	1,985	2,007	2,851	3.1	42.1
その他	5,657	6,699	9,804	10.6	46.4
合計	63,021	74,768	92,395	100.0	23.6

(出所)ジェトロ北東アジア地域事務所資料、原データは「中国商務年鑑」各年版、国家統計局「China Monthly Statics」各月版

### 対外直接投資の促進政策

最後に中国企業による対外直接投資の促進政策について触れておく。2001年以降、中国はそれまでの輸出促進・市場制限という方向を転換し、市場開放と輸入促進、輸出制限に向けて政策のかじ取りを行ってきた。1990年代までは中国は諸外国から一方的に对内直接投資を受け入れ、外資系生産現地法人からの輸出を拡大して外貨の蓄積を図ってきたが、外貨蓄積が過大になった現在、元高による輸出減少と失業率の増加を懸念して、いかに外貨の過剰な蓄積を抑え、それらを自国企業の成長のために活用するかという視点が強化されつつある。「走出去」政策と呼ばれる、中国企業の外貨活用の規制緩和と対外直接投資の促進政策がそれである（天野・大木、2007）。

この政策は2000年に制定された第10次五カ年計画の中で明確に位置づけられ、2005年の第11次五カ年計画の中でも引き続き強化すべき政策として施行されている。中国が比較優位を発揮できる分野について対外投資を奨励し、競争力のある企業の海外における加工貿易の展開、製品、サービス、技術輸出の促進、国内で不足している資源の開発を海外で進め、資源調達を進めること、国際経済技術協力を図ること、クロスボーダーM&A、株式参加、上場、再編・連合などの方式を通じて自国の多国籍企業を育成・発展させることなどが提唱されている。

このような政策的支援もあり、中国企業の多国籍化は徐々にではあるが進みつつある。前掲の図1を見ると、中国の対外直接投資（実行ベース）は2003年頃から増え始め、2007年には200億ドルを超える水準に達している。ちなみに日本の同じ年の対外直接投資額（フロー）は735億ドルであり、この年の統計で見れば、中国の対外直接投資額は日本の約3.7分の1という計算になり、決して小さな金額ではない。

### 対内直接投資の地域別分布

WTO加盟以降の市場開放は中国経済と外資系企業のビヘイビアに大きな変化をもたらした。この間、中国国内の対内投資の地域分布はどう変化しているのだろうか。表3は、中国の省・自治区・直轄市別の対内直接投資額の統計である。引き続き、江蘇省、広東省、山東省、浙江省、遼寧省、上海市、天津市、北京市など、沿海部の省や直轄市が対内直接投資の受け入れ先となっており、実行額ベースで見た伸び率も高い。ただし、それに加え、中部や西部においても、沿海部と比較すると金額は小さいが、対内直接投資の実行額ベースでの伸び率は、年率2~3割程度に及んでおり、今後はこれら内陸部の経済発展と対内直接投資の伸長も期待される。

		(単位:件、100万ドル、%)					
	省・自治区・直轄市名	契約件数	伸び率	契約金額	伸び率	実行金額	伸び率
東部	江蘇省	4,236	-29.2	50,730	n.a.	25,120	14.7
	広東省	6,999	-26.4	28,640	-15.6	19,167	11.9
	山東省	1,527	-43.3	n.a.	n.a.	8,202	10.2
	浙江省	1,858	-36.3	17,820	-12.6	10,073	-2.8
	遼寧省	1,319	-28.5	20,297	-2.3	12,020	32.1
	上海市	3,748	-10.9	17,112	15.1	10,084	27.3
	天津市	691	-23.7	13,260	15.1	7,420	40.6
	北京市	1,897	-12.9	n.a.	n.a.	6,082	20.1
	福建省	1,101	-36.1	7,152	-24.3	5,672	39.7
	河北省	248	-32.8	2,890	-7.4	3,425	41.3
海南省	122	-29.1	1,518	-18.3	1,285	14.2	
中部	湖北省	343	n.a.	n.a.	n.a.	4,114	17.5
	湖南省	517	-29.9	4,586	-13.8	4,005	22.5
	江西省	689	n.a.	4,926	-9.6	3,604	16.1
	河南省	364	n.a.	n.a.	n.a.	4,033	31.7
	安徽省	256	-49.4	2,060	-33.2	3,490	16.4
	山西省	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	2,720	21.0
西部	吉林省	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	3,008	32.5
	黒龍江省	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	2,660	22.5
	内モンゴル自治区	125	n.a.	n.a.	n.a.	2,651	23.4
	四川省	357	-23.0	6,290	37.3	3,120	76.2
	陝西省	156	n.a.	n.a.	n.a.	1,370	14.6
	重慶市	135	-43.8	2,795	-31.3	2,729	151.5
	広西チワン族自治区	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	971	42.0
	青海省	22	n.a.	309	-25.7	220	-29.0
	貴州省	40	n.a.	n.a.	n.a.	149	17.8
	甘肅省	35	n.a.	n.a.	n.a.	128	8.8
	寧夏回族自治区	19	26.7	132	32.3	62	23.6
	雲南省	228	33.3	n.a.	n.a.	780	54.5
	新疆ウイグル自治区	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
チベット自治区	4	n.a.	27	n.a.	23	n.a.	

(出所)JETRO北東アジア地域事務所資料、原データは各省・自治区・直轄市政府統計資料など。

#### (4) 小括

第1節では、1980年代の改革開放初期、1990年代の改革開放後期、2000年以降の市場開放期の3つの時代区分に分けて、中国の対内直接投資が経済発展に果たした役割についてまとめてきた。1980年代は内販型の直接投資は、中国国内の国産化政策に沿う投資や技術供与のみが許可され、それらの技術移転や直接投資は、家電や自動車などの製造業分野で中国が産業を立ち上げる下支えとなってきた。一方で不足する外貨を賄うために、広東省から沿海部の主要都市に経済特区や技術開発区を広げ、輸出指向型の水際投資を増やしていった。中国の豊富な労働力と内陸部から沿海部への労働人口の移動により、このような輸出指向型の生産拠点は、他国から中国に集中するようになった。

1990年代に入り、南巡講和を契機に中国に向けた輸出指向型投資はさらに加速され、後者のような生産拠点の集積は「世界の工場」と呼ばれるに至った。内販型の投資についても1990年代半ばから、国産化政策の反省点を踏まえた外国投資の受け入れと市場開放が進みはじめ、主として製造業分野での内販型投資による進出が相次いだ。

このような政策は、中国のWTO加盟を契機に転換を迎えた。2000年代の中国の経済政

策は、むしろ輸出指向型投資によって急増した貿易収支の黒字幅や外貨蓄積を相殺する方向に手が打たれている。製造業分野のみならず、商業・サービス分野の大幅な規制緩和が行われ、内販型投資と輸入が急増した。その一方で、外資系企業の輸出増値税還付率の低減や中国企業による対外投資の促進政策が行われ、中国経済がグローバル経済の中に円滑に適応できるように調整が試みられている。外資系企業の対内直接投資に期待される役割は、輸出を通じた貿易収支の改善や雇用拡大のみならず、製造業から商業・サービス業に渡る幅広い分野に技術や経営ノウハウを移転・定着させ、市場を活性化させ、雇用創出と所得増加を図るという一段と高い位置づけに変わりつつある。

## II 在中日系企業の海外事業活動

第1節で、我々は、経済発展の段階における直接投資の役割と政策の変化について述べてきた。続いて第2節では、日本企業の対中直接投資と在中事業活動について分析を進めたい。とりわけ、同国のWTO加盟期以降の日本企業の中国戦略に焦点をあて、その傾向を、経済産業省の「海外事業活動基本調査」と国際協力銀行の「海外直接投資アンケート調査（我が国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告）」の2つの調査データから分析していきたい。

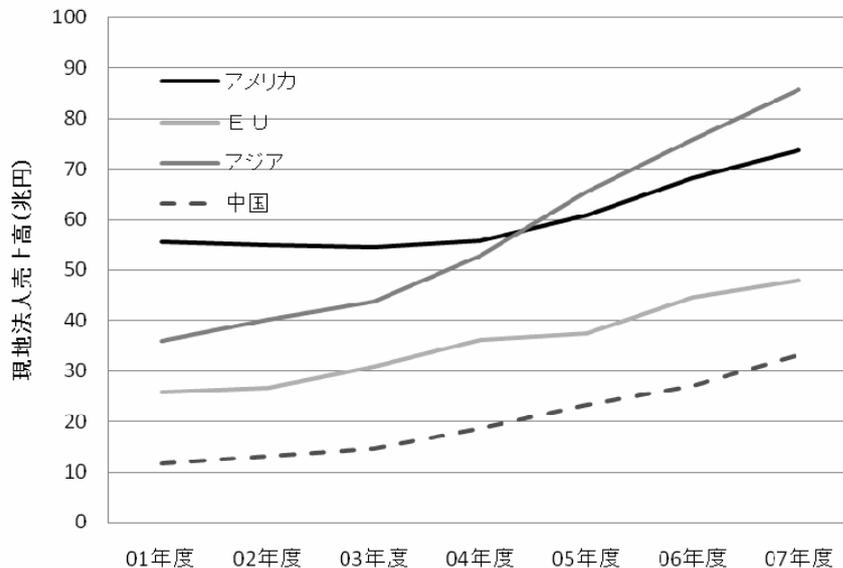
### (1) 在中日系現地法人の事業活動

#### 海外現地法人の地域別売上高・利益率比較

まず経済産業省の「海外事業活動基本調査」から、日本企業の海外事業活動の概要と中国ビジネスの変遷について分析していく。「海外事業活動基本調査」は、同省が毎年日本企業の本社に対して、本社と傘下の海外現地法人の状況を把握するために行っている統計調査で、金融・保険、不動産を除く全業種が対象となっている。参考までに2008年度の調査（2007年度実績についての質問票）では、4,948の本社に質問票を発送し、3,503社から回答を得ている（回収率70.8%）。うち有効回答企業数は、本社企業が3,378社、現地法人が16,732社である。この統計をベースに近年の在中日系現地法人の活動状況を見てみよう。

図2は日系企業の地域別海外現地法人の売上高の推移である。これまでは日本企業の海外事業活動の規模が最も大きいのはアメリカであったが、2005年度にはじめてアジアの日系現地法人の売上高がアメリカのそれを抜き、アジアが最大の地域となった。アジア地域のプレゼンスの拡大の要因の1つは中国にあり、中国のWTO加盟以降、在中日系現地法人の売上高は伸長を続けており、現在はEUと並ぶ規模に達しつつある。これがアジア全体の売上を底上げした。

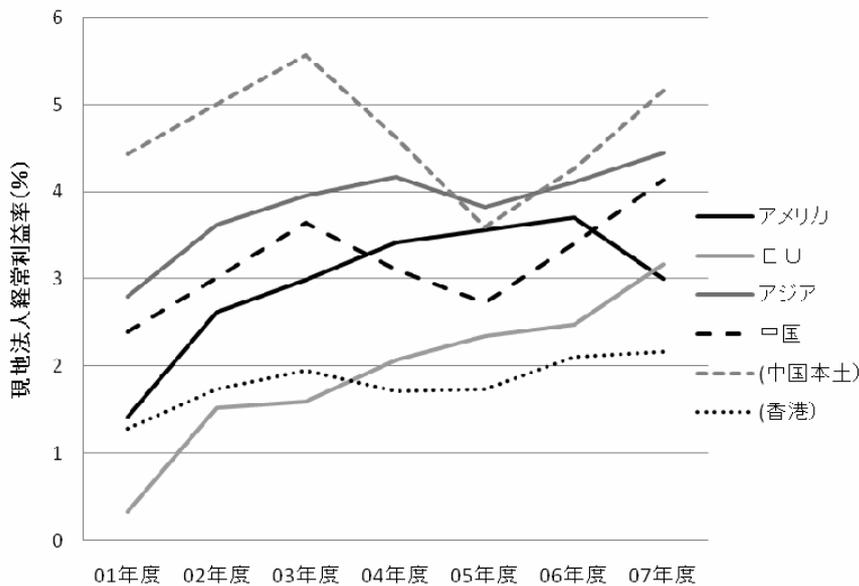
図2 日系企業の海外現地法人売上高(地域別)



(出所) 経済産業省「海外事業活動基本調査」各年版

地域別の海外現地法人の経常利益率の推移を見ると、2001年度から07年度まで、日系企業の海外現地法人の経常利益率は平均して上昇を続けており、2007年度ではアジアや中国で4%超、アメリカやEUで3%前後の水準に達している。興味深いのは中国の経常利益率の統計を中国本土と香港に区別した場合である。香港の海外現地法人の経常利益率は2%台と低く、中国本土の海外現地法人の経常利益率は5%超と高い(2007年度)。2001年度以降の統計では、中国本土の海外現地法人の経常利益率は、どの地域と比較しても高い水準にある。既述のとおり、香港は、広東省との「来料加工」や「進料加工」をベースとしており、現地法人の販売先はアメリカ、日本、欧州などへの輸出である。海外現地法人の役務は中国生産の統括管理となり、コストセンターであるため、利益率は低くなる。一方、中国本土のビジネスは、香港と比べれば、中国市場での販売を目的とした海外現地法人のウェイトが高い。これらの統計を見れば、中国ビジネスの拡大は、日本企業の連結ベースでの利益拡大に不可欠な存在になりつつあることがわかる。

図3 日系企業の海外現地法人経常利益率(地域別)



(出所) 経済産業省「海外事業活動基本調査」各年版

### 在中日系現地法人の売上高・仕入高分析

次に、在中日系現地法人（中国本土・香港）にサンプルを限定して、それらの売上高と仕入高の構成について分析したい。表4は2004年度と07年度の2つの年度の間、中国本土と香港に位置する日系現地法人の売上高の構成がどのように変化したかを分析したものである。全産業と製造業、非製造業の各々について統計をとっている。

この期間に、中国本土の日系現地法人の売上高は、19兆円から22兆円へと伸長した。香港の日系現地法人の売上高は10兆円から11兆円に変化しているが、香港の売上高成長率と比較すると中国本土の成長率が高い。中国本土の日系現地法人では、製造業の現地販売額が5兆円から10兆円へと倍増している。非製造業の現地販売額も伸びており、中国市場における販売拡大が、日系現地法人の売上高成長のドライバーになっているといえよう。

	2007年度(中国本土)				2004年度(中国本土)			
	売上高	日本向け輸出額	現地販売額	第三国向け輸出額	売上高	日本向け輸出額	現地販売額	第三国向け輸出額
全産業	21,797,109	4,033,261	14,403,745	3,360,103	18,540,241	4,615,237	8,908,469	5,016,535
		18.5	66.1	15.4		24.9	48.0	27.1
製造業	16,193,181	3,604,187	9,814,009	2,774,985	10,206,406	3,164,144	4,707,138	2,335,124
		22.3	60.6	17.1		31.0	46.1	22.9
非製造業	5,603,928	429,074	4,589,736	585,118	8,333,835	1,451,093	4,201,331	2,681,411
		7.7	81.9	10.4		17.4	50.4	32.2
	2007年度(香港)				2004年度(香港)			
	売上高	日本向け輸出額	現地販売額	第三国向け輸出額	売上高	日本向け輸出額	現地販売額	第三国向け輸出額
全産業	11,316,163	3,103,465	3,837,075	4,375,628	9,568,201	2,504,959	3,682,230	3,370,962
		27.4	33.9	38.7		26.2	38.6	35.2
製造業	2,977,962	1,174,530	1,049,755	753,677	3,215,962	1,271,361	966,175	977,926
		39.4	35.3	25.3		39.5	30.0	30.4
非製造業	8,338,206	1,928,935	2,787,320	3,621,951	6,352,239	1,233,098	2,726,105	2,393,036
		23.1	33.4	43.4		19.4	42.9	37.7

	2007年度(中国本土)				2004年度(中国本土)			
	仕入高	日本からの輸入額	現地調達額	第三国からの輸入額	仕入高	日本からの輸入額	現地調達額	第三国からの輸入額
全産業	17,200,870	5,202,204	10,287,881	1,710,785	15,568,059	5,561,494	6,235,640	3,770,925
		30.2	59.8	9.9		35.7	40.1	24.2
製造業	12,277,368	3,712,410	7,194,314	1,370,644	7,975,327	2,948,749	3,903,157	1,123,421
		30.2	58.6	11.2		37.0	48.9	14.1
非製造業	4,923,502	1,489,794	3,093,567	340,141	7,592,732	2,612,745	2,332,483	2,647,504
		30.3	62.8	6.9		34.4	30.7	34.9
	2007年度(香港)				2004年度(香港)			
	仕入高	日本からの輸入額	現地調達額	第三国からの輸入額	仕入高	日本からの輸入額	現地調達額	第三国からの輸入額
全産業	10,354,819	3,195,027	3,870,116	3,289,676	8,509,094	3,053,624	2,581,694	2,873,776
		30.9	37.4	31.8		35.9	30.3	33.8
製造業	2,516,639	1,063,758	724,523	728,358	2,662,505	995,465	1,369,120	297,920
		42.3	28.8	28.9		37.4	51.4	11.2
非製造業	7,838,180	2,131,269	3,145,593	2,561,318	5,846,589	2,058,159	1,212,574	2,575,856
		27.2	40.1	32.7		35.2	20.7	44.1

在中日系現地法人の仕入高についても同様に分析しよう(表5)。中国本土の現地法人について現地調達率(現地調達額/仕入高)を計算すると、製造業においては2004年度の48.9%から07年度の58.6%まで約10%上昇し、非製造業においては30.7%から62.8%まで大幅な上昇があったことが確認できる。この時期には、製造業の現地調達化のみならず、非製造業において大幅な現地調達化が進んだことが、全産業ベースでの現地調達比率の向

上につながった。なお、香港の製造業現地法人においては、中国調達が増加したため、現地（香港）調達率は51.4%から28.8%まで下がっており、中国本土の現地法人とは対照的な動きを示している。

### 出資比率と立地分布の分析

次に在中日系企業の日本側出資比率の推移を見てみよう（表6）。2004年度と比較すると、2007年度においては、全産業ベースで、日本側が100%出資する現地法人数の比率（61.7%）が増えている。日本側が50%以上のマジョリティを持つ合弁企業の比率（26.3%）と、50%未満のマイノリティ出資企業の比率（11%）は2004年度と比較してあまり変化はない。製造業と非製造業の別を見ると、とくに非製造業において独資化を志向する比率は高くなっている（70.8%）。中国のWTO加盟以降は、非製造業分野で独資を認可する規制緩和が進められており、日本企業の動向もそれに適合している。

	2007年度							
	合計	25%未満	25%以上 50%未満	50%	50%超 75%未満	75%以上 100%未満	100%	不明
全産業	4,662	111	403	166	521	537	2,877	47
		2.4	8.6	3.6	11.2	11.5	61.7	1.0
製造業	2,770	69	257	119	383	385	1,537	20
		2.5	9.3	4.3	13.8	13.9	55.5	0.7
非製造業	1,892	42	146	47	138	152	1,340	27
		2.2	7.7	2.5	7.3	8.0	70.8	1.4
	2004年度							
	合計	25%未満	25%以上 50%未満	50%	50%超 75%未満	75%以上 100%未満	100%	不明
全産業	3,585	100	355	178	498	457	1,989	8
		2.8	10.0	5.0	14.0	12.8	55.2	0.2
製造業	2,230	66	243	112	396	326	1,082	5
		3.0	10.9	5.0	17.8	14.6	48.5	0.2
非製造業	1,335	34	112	66	102	131	887	3
		2.5	8.4	4.9	7.6	9.8	66.4	0.2

(出所)経済産業省「海外事業活動基本調査」

最後に、海外事業活動基本調査の回答企業の中国内の立地分布を見てみたい。現在のところ、中国における日系企業の設立場所は、依然として沿海部に集中しているといえる。2007年度には4,662社から回答があったが、このうち95%におよぶ4,443社が沿海部の省と香港に所在地を置いており、中国の事業活動の本拠地はあくまで沿海部とする企業がほとんどである（こうした傾向は、他国の外資系企業よりも強い）。

むろん、本拠地を沿海部に置きながら、販売や生産などの諸活動は内陸の主要都市に向けても伸びていることは言うまでもない。販売会社の場合であれば、支店である分公司の設置は内陸部に向けても進んでいるし、生産活動の一部も内陸部に広がりつつある。金型や部品などの協力会社の探索も必ずしも沿海部だけにとどまっているわけではない。

	2007年度			2004年度		
	合計	製造業	非製造業	合計	製造業	非製造業
中国計	4,662	2,770	1,892	3,565	2,230	1,335
沿海地域	3,562	2,331	1,231	2,563	1,816	747
広西壮(チヨワン)族自治区	7	6	1	6	5	1
広東省	542	398	144	372	294	78
海南省	5	4	1	5	4	1
浙江省	171	153	18	127	117	10
福建省	52	44	8	42	35	7
江蘇省	588	542	46	383	348	35
山東省	173	142	31	145	121	24
遼寧省	278	190	88	221	164	57
天津市	201	158	43	150	119	31
北京市	212	81	131	180	87	93
上海市	1,297	579	718	904	494	410
河北省	36	34	2	28	28	-
中部地域	107	85	22	80	62	18
湖南省	11	10	1	7	6	1
湖北省	27	18	9	18	15	3
江西省	7	5	2	14	6	8
安徽省	27	23	4	16	16	-
河南省	12	11	1	7	7	-
山西省	4	3	1	3	2	1
内蒙古自治区	4	3	1	4	2	2
黒竜江省	5	3	2	5	2	3
吉林省	10	9	1	6	6	-
内陸地域	63	49	14	58	48	10
シンチャンウイグル自治区	1	-	1	4	1	3
チベット自治区	-	-	-	1	1	-
甘肅省	-	-	-	-	-	-
青海省	-	-	-	1	-	1
四川省	31	28	3	30	26	4
雲南省	2	2	-	3	3	-
貴州省	1	-	1	1	1	-
寧夏回族自治区	1	1	-	1	1	-
陝西省	12	6	6	13	11	2
重慶市	15	12	3	4	4	-
香港	881	285	596	861	303	558
不明	49	20	29	3	1	2

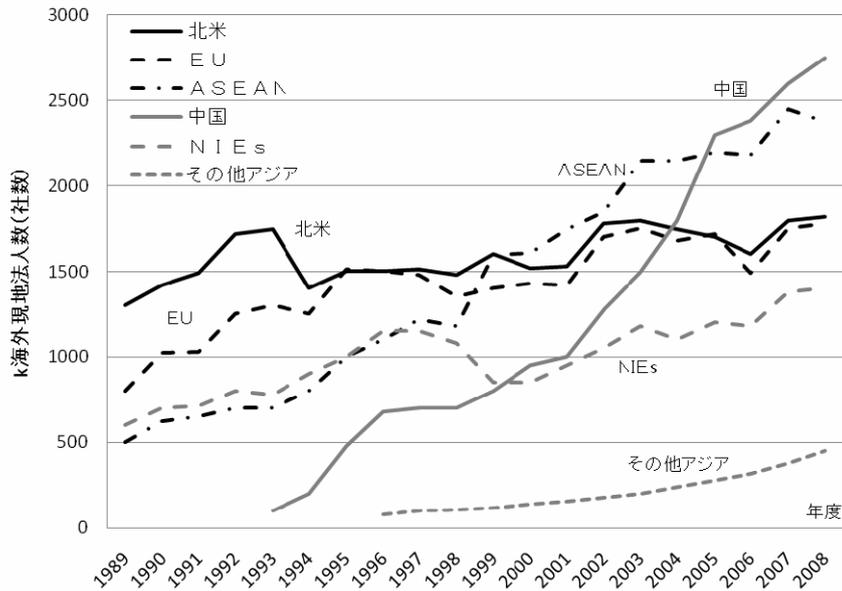
(出所) 経済産業省「海外事業活動基本調査(2007年度調査・2004年度調査)

## (2) 日本企業の中国ビジネスに関する将来展望

### 新規設立と既存拠点の拡充・深化

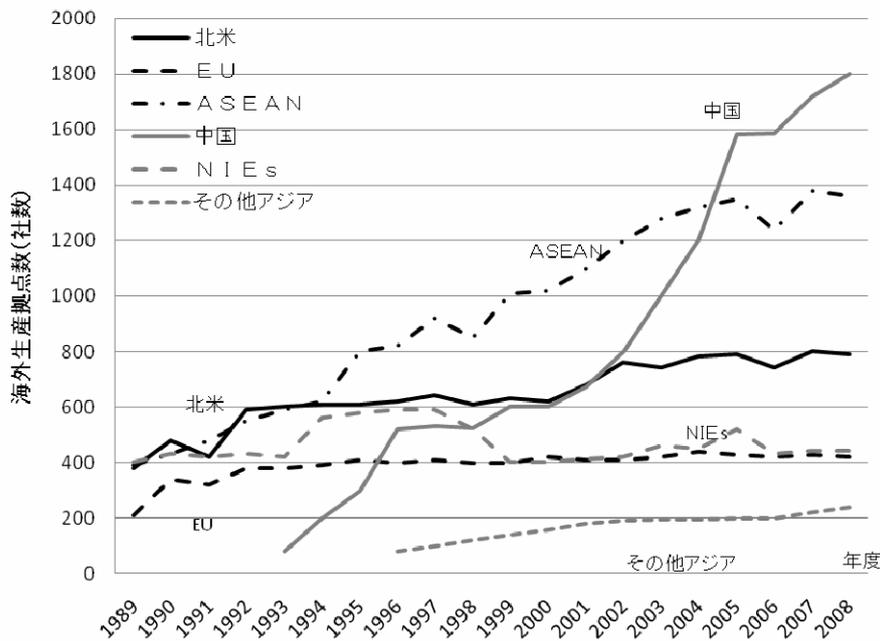
経済産業省の「海外事業活動基本調査」と並んで、日本企業の国際的な事業展開を把握するために用いられる調査統計が、国際協力銀行の「海外直接投資アンケート調査(我が国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告)」である。「海外事業活動基本調査」が現地法人への質問調査であるのに対して、「海外直接投資アンケート調査」は日本の本社(製造業に限る)の国際化戦略の現状と将来展望についてヒアリングを毎年行っている。直近の2008年度調査(第20回)から、日本企業の中国ビジネスの将来展望について、情報を得たい(調査票送付先は本社982社、回答企業数620社、回答率63.1%、回答企業が保有する海外現地法人数は11,877社)。

図4 日系企業の海外現地法人数(地域別)



(注)シンガポールは1998年までNIEsに、99年よりASEANに分類している  
 (出所)国際協力銀行「我が国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告」

図5 日系企業の海外生産拠点数(地域別)



(注)シンガポールは1998年までNIEsに、99年よりASEANに分類している  
 (出所)国際協力銀行「我が国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告」

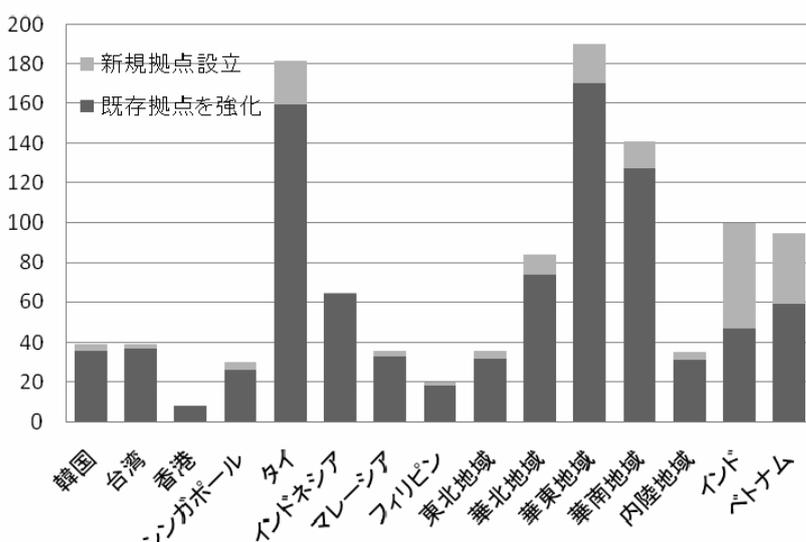
図4と図5は、それぞれ「海外直接投資アンケート調査」に回答した企業の海外現地法人数と海外生産拠点数について、地域別の推移を見たものである。この統計では、日本の製造企業の海外投資先として中国が記録されるようになったのは1993年以降であり、その

後は ASEAN とともに、海外現地法人数と海外生産拠点数から見た日本企業の国際化の牽引役となってきた。とりわけ中国が WTO に加盟した後の同国の海外現地法人数と海外生産拠点数の伸びは顕著であり、2005 年には ASEAN を抜いて、日系企業の海外現地法人の拠点数としては、全世界で最大の地域となる。現在の中国は名実ともに、日本企業の国際展開を、投資件数的には最も受け入れている国であり、今後も大きな立地条件の変化がない限りはこの傾向は続くと予想される。

図 6 と図 7 は 2008 年度の「海外直接投資アンケート調査」に回答した企業（本社）について、今後アジアのどの地域で生産と販売を拡大・強化しようとしているかを聞いた結果である（複数回答可）。図 6 の生産面での強化・拡大は、ASEAN ではタイ、インドネシア、ベトナムが今後生産活動を強化する分野として期待されており、タイやベトナムは新規拠点設立を検討している企業も多い。インドでは今後の新規拠点設立が見込まれる。ASEAN と並んで中国でも日系企業の生産活動は今後強化・拡大される可能性が高い。とくに華東地域と華南地域は引き続き、既存拠点の強化による、生産活動の拡大が期待される。内陸地域は沿海部ほどの生産拡大は計画されていない。

図 7 の販売活動においても中国の存在感は際立っている。華東地域では、新規拠点設立、既存拠点拡張、代理店活用強化のいずれかの方法で販売を強化しようと考えている企業が多い。華北地域や華南地域も、華東地域に次ぐ市場として期待されている。中国以外では、タイ、インドネシア、インドなどの販売拡大が見込まれており、インドでは新規拠点の設立を検討している企業が多かった。

回答社数 図6 今後生産を強化・拡大する分野

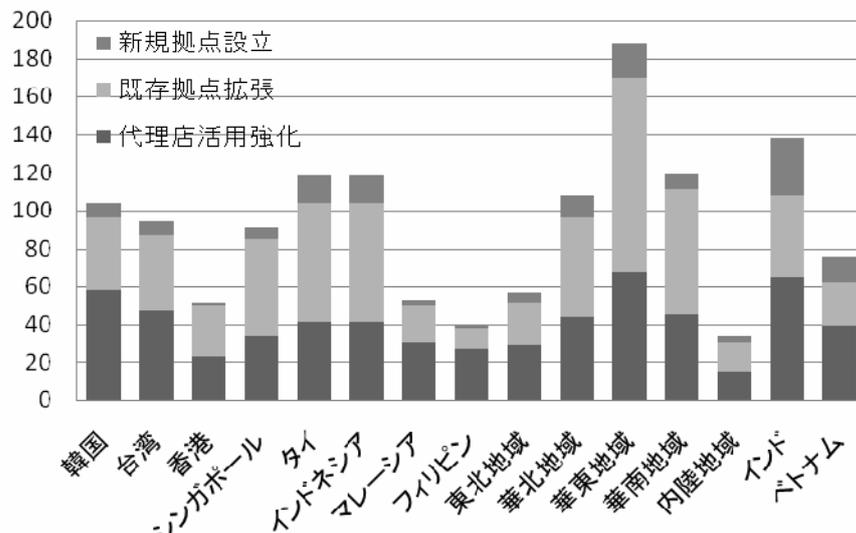


(注) 複数回答は可能

(出所) 国際協力銀行「我が国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告」

回答社数

図7 今後販売を強化・拡大する分野



(注) 複数回答は可能

(出所) 国際協力銀行「我が国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告」

「海外直接投資アンケート調査」では、中国が今後有望視される理由と主な課題について質問項目が設けられている（複数回答可）。有望視される理由としては、「現地マーケットの今後の成長性」（77.6%）、「安価な労働力」（44.9%）、「現地マーケットの現状規模」（37.1%）、「組立メーカーへの供給拠点」（24.8%）、「安価な部材・原材料」（16.3%）である。経年で見ると、「現地マーケットの今後の成長性」は高率を維持しており、「現地マーケットの現状規模」は近年伸びてきている。その反面「安価な労働力」は2004年度には7割近い回答率を得ていたものの、08年度の調査では44.9%まで率を下げた。

中国の主な課題として挙げられているのは、「労働コストの上昇」（63.9%）、「法制の運用が不透明」（58.2%）、「知的財産の保護が不十分」（50.2%）、「他社との激しい競争」（45.6%）、「代金回収が困難」（32.3%）などである。「法制の運用が不透明」、「知的財産の保護が不十分」などはかねてから指摘されていた課題である。2008年度には「労働コストの上昇」がはじめてそれらの比率を上回った。また良い面としては「代金回収が困難」と回答する企業の比率が年々減少している。

### (3) 小括

以上より、日本企業の海外事業活動において、中国の重要性は年々強くなってきており、これまでの生産拠点としての機能に加え、販売面で中国を有望な市場と位置付ける見方が日本企業に浸透しつつある。売上高の成長性や現状規模、および利益率といった観点から検証しても、中国市場は他地域よりも、生産や販売の拡大・強化のための優先度が高い市場である。また中国のWTO加盟を受けて、新たに設立する拠点を中心に、独資によって中

国進出を図る企業は増えている（とくに非製造業の分野で顕著である）。

既に見てきたように、WTO加盟以前の外資系企業の中国展開は、製造業の内販展開や非製造業分野の事業拡大が制約を受けており、日系企業の活動範囲もそのような意味で限界を有していた。しかし近年、市場開放と規制緩和が進む中で、日本企業が中国市場で、生産と販売、サービスなどの一連のサプライチェーンを統合的に展開できる可能性が広がってきた。サプライチェーン内の統合的な価値創出を得意とする日本企業にとっては、かつてない事業機会が生まれているとすら言える。労働コストの上昇などの懸念事項はあるものの、それらのデメリットを払拭する生産性と付加価値率の高いビジネスを中国市場に展開していけば、日本企業の成長の可能性はさらに広がるだろう。

### Ⅲ 日中アライアンスの可能性の広がり

内販型の直接投資の受け入れの可能性が広がり、日本企業の中国市場への期待感が高まる現在、多くの分野で日中のアライアンスの可能性は顕現化しつつある。

製造業分野での現地調達化の動きはますます強くなるだろう。華東地域や華南地域では日系企業の生産活動は今後と拡大・強化される見込みであり、生産コストを下げるために部品や金型などの中間財や資本財を中国に進出した日系企業や中国ローカル企業から調達する傾向は高くなるだろう。自動車産業などでは、低価格車を供給する中国民営企業との競争を視野に入れて、日系自動車メーカーとそのサプライヤーの現地部材調達化は急ピッチで進んでいる。サプライヤーは、中国市場で求められる品質を計算に入れて、ローカル企業に外注化できる金型・部品製作についてはアウトソーシングが進んでいる（天野ほか、2008）。

逆に、基幹部品や資本財を供給する企業が中国ローカル企業との取引関係を強める可能性も増えてきている。エレクトロニクス製品の分野では、中国企業の家電製品に日本や韓国、台湾製の基幹部品が使われていることは、これまでしばしば指摘されてきたが、自動車産業のような産業分野でも中国民営企業が生産する自動車のうち高価格帯の車種や輸出用車種のエンジンや ECU が中国に進出した日系企業や欧米系企業から供給されていることが報告されている（大鹿ほか、2009）。工作機械や産業機械などの資本財メーカーは中国に進出した外資系企業や中国ローカル企業の需要拡大を狙った営業やサービス活動を強化している。これらの基幹部品・資本財メーカーの活動は、中国ローカルの完成品メーカーへの技術支援や共同開発という要素を多分に含んでおり、アームレングスな取引関係以上の意味がある（新宅・善本、2009）。

中国民営企業の側に立てば、彼らの狙いは中国市場におけるシェア拡大と、「走出去」政策に象徴されるような国際化の進展である。日本企業や欧米企業からの基幹部品の導入と技術支援は彼らのこのような経営目的を達成するうえでも鍵を握っている（天野・大木、

2007)。

製造業の販売面に焦点をあてると、代理店を活用した販売やサービスの展開が重視されていることが注目できる。先の製造業を対象にした国際協力銀行の「海外直接投資アンケート調査」では、華東・華南・華北の各地域での販売活動を拡大していく際に、既存拠点の拡張や新規拠点の設立とともに、代理店の活用と強化を挙げる企業が多い。中国市場の広さや発展途上な市場特性、商慣行の固有性などから、こうした市場をすべて自拠点でカバーすることは困難と見ている企業も多く、日系企業の中国での内販型ビジネスが広がるにつれて、ローカルの代理店との取引関係は増えてくると考えられる。また傘下に幅広い代理店との取引関係を有した販売会社との合弁事業も検討されるようになるだろう（高ほか、2008）。

ちなみに、販売面における市場のローカル度が高く、潜在的な成長性が高い産業分野ほど、現地事業は独資ではなく、ローカル企業との合弁が選択される可能性は高くなると考えられる。法制度上、独資が許されていても、このような分野では合弁が選好される傾向がある。一例をあげると、ビルや住宅などの建設や、環境や産業インフラ産業に関する分野では、日系企業はそれらに用いられる資材を開発・製造できたとしても、施工する業者はローカル企業であるため、彼らとの接点を保つ営業・サービス活動は、ローカル企業の力を借りなければできない。こうした分野では独資ではなく、ローカル企業との合弁が組まれるケースが多い。

商業分野やサービス業の分野では、市場のローカル度も高く、かつ成長力の大きな分野でもあるため、経営のローカル性の維持と成長に対するスピード、およびリスク分散の観点から合弁事業を選択することも少なくない。例えば、株式会社ミレアホールディングスは日本では損害保険事業と生命保険事業の両方を営み、加えてアジア市場に向けて事業を拡大するために2002年に「ミレアアジア社」をシンガポールに設置した。現在、この会社を中心に、中国、フィリピン、ベトナム、タイ、マレーシア、インドのローカルな損害保険会社に資本参加を行い、損害保険事業の急速な海外展開を図っている。中国の生命保険事業については、2003年に中国ローカルの「生命人寿保社」に対して、ミレアアジア社と日本の東京海上火災保険株式会社が共同で24.9%出資をすることで合意し、中国の損害保険分野と生命保険分野の両方に参入することに成功した。同社は、アジア市場のみならず、それ以外の海外市場に対してもローカル企業への資本参加を行い、多国籍企業化を図ろうとしている。

研究開発の分野でも、今後は製造業・非製造業の違いを超えて、中国市場向けに製品やサービスを開発し、それらに必要な部材を現地調達する必要性は強くなるため、商品企画や製品開発などの現地化を行うインセンティブは強くなる。現在も中国における市場調査や製品開発、事業企画などの拠点設置の動きは進められており、このような分野では大学や研究所など公的機関との共同開発や、それらの機関からの人材獲得、ローカル企業との共同開発などの様々なパートナーシップが生まれる可能性がある。

以上のように、中国の WTO 加盟と市場開放は、日本企業とのアライアンスやパートナーシップの可能性を多面的に広げたと述べている。日本企業にとっても、市場の規模と成長性が高い中国は、日本国内以外に、製造と販売、開発をフルセットで移転できる有望な国であり、それゆえに、様々なアライアンスの可能性が検討できる。日本企業にとっても、中国ビジネスの拡大の可能性は、進出した事業において現地化が進み、定着化が図れるかどうかであり、資本・取引関係を総合的に検討して、アライアンスやパートナーシップの可能性を考察することの意義はきわめて大きい。

## 参考文献

- 天野倫文・李瑞雪・金容度・行本勢基「中国金型産業論—中国インフラ産業の発展とアジア国際分業への影響」新エネルギー産業技術研究開発機構 研究助成事業・調査研究報告書、2008年
- 天野倫文・大木博巳『中国企業の国際化戦略—「走出去」政策と主要 7 社の新興市場開拓』ジェトロ、2007年。
- 天野倫文・範建亭「日中家電産業発展のダイナミズム—国際分業の展開と競争優位の変化（上）（中）（下）」『経営論集』（東洋大学）、第 58・59・60 号、2003年。
- 内堀敬則「中国は WTO 加盟でどう変わったか—サービス業の規制緩和措置とその実態」『みずほリサーチ』2006年（8月）。
- 大鹿隆・井上隆一郎・呉在烜「自動車産業—アーキテクチャ分析によるアジア産業比較」新宅純二郎・天野倫文『ものづくりの国際経営戦略—アジアの産業地理学』有斐閣、2009年
- 新宅純二郎・善本哲夫「液晶テレビ・パネル産業—アジアにおける国際分業」新宅純二郎・天野倫文『ものづくりの国際経営戦略—アジアの産業地理学』有斐閣、2009年
- 関満博・池谷嘉一『中国自動車産業と日本企業』新評論、1997年。
- 関満博・範建亭『現地化する中国進出日本企業』新評論、2003年
- 高婷・天野倫文・新宅純二郎・善本哲夫「中国家電市場「三国志」と日本企業—上海の販売マーケティングの現場を訪問して」『赤門マネジメントレビュー』第 7 巻 12 号、2008年。
- 中井邦尚「中国の貿易・対外投資政策」天野倫文・大木博巳『中国企業の国際化戦略：「走出去」政策と主要 7 社の新興市場開拓』第 1 章所収、ジェトロ、2007年。
- 範建亭『中国の産業発展と国際分業—対中直接投資と技術移転の検証』風行社、2004年。
- 丸山恵也『アジアの自動車産業』亜紀書房、1994年。
- 李春利『現代中国の自動車産業—企業システムの進化と経営戦略』信山社、1997年。