


研究レポート

No.293 June 2007



アジア企業の対日投資戦略と日本の誘致策

主席研究員 朱 炎



富士通総研 (FRI) 経済研究所

要 旨

1. 日本は外国からの直接投資(対内投資)を積極的に誘致しているため、近年、各国からの対日投資が大幅に拡大している。しかし実際、対日投資の大部分は欧米諸国の企業による投資であり、アジア企業からの投資はまだ少ない。対日投資をさらに拡大させるためには、アジア企業を積極的に誘致しなければならない。
2. アジア諸国・地域の経済発展にともなって、アジア企業もそれぞれの発展パターン、産業構造、そして企業の競争力優位に応じて、グローバル展開し、対外投資を積極的に拡大している。そのなか、アジア企業は、対日投資も展開し、先進諸国企業とやや異なるパターンで進めている。
3. アジア企業は対日投資に当たって、投資・不動産、製造業、ビジネス関連サービス、生活関連サービスの業種別、またキャピタルゲイン、市場・技術の獲得、調達の確保などの目的別で、企業買収、現地法人の設立、サービス・調達拠点の設立、出店などの形態ととて、対日投資を進めている。
4. アジア企業の対日投資を誘致するためには、アジア企業の狙いに応え、投資先としての日本の優位性を発揮でき、弱点を克服できる対応が必要となる。まず、投資の誘致のプライオリティーを調整する。また、日本の産業高度化と産業再編の必要性という視点から、アジア企業の技術獲得、企業買収を促進し、奨励すべきである。最後に、アジアの華人企業の対日投資を促進するため、華人ネットワークを活用し、日本にある華人企業の経営を支援する必要がある。

目 次

1. はじめに	1
2. Invest Japan の進展と日本におけるアジア企業のプレゼンス	1
2.1 Invest Japan の進展	1
2.2 アジア企業の対日投資と日本におけるプレゼンス	3
3. シンガポール企業のグローバル化と対外投資戦略	6
3.1 シンガポール企業の発展戦略	6
3.2 政府系企業の対外投資	7
3.3 対日投資の実態	8
4. 香港企業の発展戦略と対外・対日投資	11
4.1 香港企業の発展戦略	11
4.2 対外投資の展開	11
4.3 不動産中心の対日投資	13
5. 台湾企業の発展と対外・対日投資戦略	14
5.1 台湾企業の発展戦略	14
5.2 対外投資の拡大	15
5.3 技術目当ての対日投資	18
6. 中国企業の発展戦略と対外・対日の拡大	20
6.1 中国企業の発展戦略	20
6.2 急拡大する対外投資	21
6.3 拡大する対日投資	23
7. アジア企業対外投資の特徴と対日投資の狙い	26
7.1 アジア企業対外投資の特徴	26
7.2 対日投資の特徴	28
7.3 アジア企業対日投資の狙い	28
7.4 投資先としての日本の優位性と弱点	29
8. アジア企業の対日投資への誘致策	31
8.1 アジア企業の誘致に必要な対策	31
8.2 華人ネットワークの活用が重要	32
参考文献	34

1. はじめに

日本は外国からの直接投資(対内投資)を積極的に誘致しているため、近年、各国からの対日投資が大幅に拡大している。しかし実際は、対日投資の大部分は欧米諸国の企業による投資であり、アジア企業からの投資はまだ少ない。アジア諸国経済、そしてアジア諸国の企業は、日本経済と密接な関係にあり、今後、より多く投資する可能性も大きい。対日投資をさらに拡大させるためには、アジア企業をもターゲットに定め、積極的に誘致しなければならない。

そのためには、本文はまず日本の対外投資の実態や、アジア企業のプレゼンスを確認する。次に、アジア諸国の経済発展やアジア企業のグローバル展開と対外投資の実態を検討する。さらに、アジア企業の対日投資の狙い、日本進出を通じてアジア企業が何を求めるかを分析する。これを踏まえて、最後に、アジア企業の期待に応えて、日本がアジア企業をより多く対日投資させるための誘致策などを提案する。

ちなみに、本文で論ずるアジア企業としては、おもに対日投資が比較的多いシンガポール企業と香港企業、近年対日投資を拡大している台湾企業、今後対日投資を拡大させる潜在力が大きい中国企業を対象とする。一方、韓国企業は対外投資を積極的に展開しているが、対日投資がまだ少ないため、本文の検討対象としない。

2. Invest Japan の進展と日本におけるアジア企業のプレゼンス

2.1 Invest Japan の進展

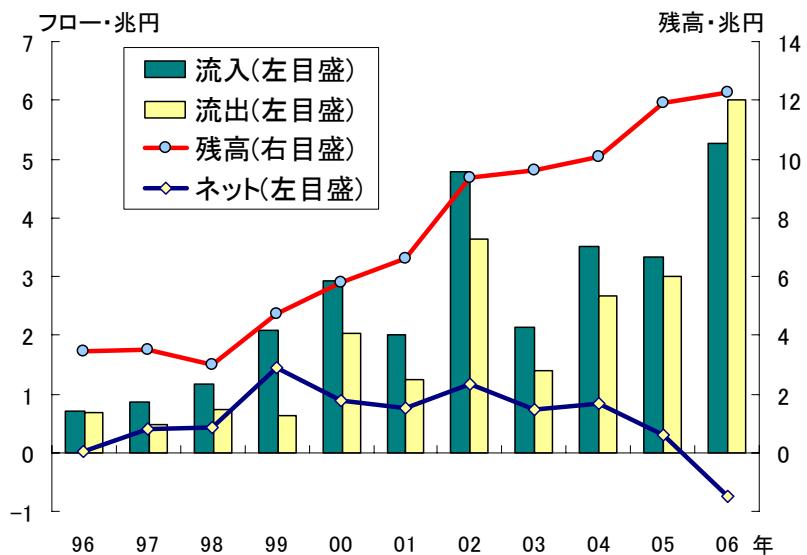
日本では、長期的な安定成長を図るため、外国の対日直接投資(対内直接投資)を拡大させる必要がある。

政府は 2003 年に、Invest Japan 計画を策定し、対日直接投資残高を 06 年末までに 01 年末比で倍増させる方針を決定した。すなわち、06 年末の対日直接投資の残高を 13.2 兆円まで増やすことが政府目標である。

Invest Japan 計画の実施によって、対日投資が大幅に拡大してきた。日本経済の長期的な不況と景気回復の過程中に、多くの日本企業はリストラを実施し、選択と集中、事業の統廃合を積極的に実施した。事業再編のなか、外資による投資のチャンスも数多く現れた。同時に、日本経済の規制緩和、構造変化も進んでおり、外資にとっても日本への進出がしやすくなった。このような背景のもとで、対日投資が拡大し、2006 年の流入額は記録的な 6 兆円に達した。同時に、日本の景気回復に伴って、不況の時期に外国資本が買収した日本企業、投資した事業の価値が上昇し、それらが大量に売却されたことによって、06 年の流出額は流入額を上回り、ネット投資額はマイナスとなった。また、06 年末の対内投資残高は 12.3 兆円、投資倍増の政府目標である 13.2 兆円には届かなかったが、01 年に比べると

85.2%も増えた(図表1)。

図表1 日本の対内直接投資残高の推移



(出所) 日本銀行「財務省国際収支統計」により作成。

対内投資の主要投資者は先進国企業である。2005年末の対内直接投資残高でみると、先進国(OECD加盟国28カ国)からの投資残高は全体の85.4%を占めており、米国からの投資が最も多く、欧州各国が続いている(図表2)。一方、途上国からの投資にはアジア諸国・地域からの投資は最も多い。アジアからの投資は合計66.4億ドル、全体に対し6.6%を占めた。そのなか、香港とシンガポールからの投資は上位10位以内、韓国と中国は上位20位以内に入っている。

図表 2 日本の国・地域別対内直接投資残高(負債、2005 年末)

単位：百万米ドル、%

	投資残高	シェア	順位
合計	100,331	100.0	
アジア	6,636	6.6	
香港	2,586	2.6	8
シンガポール	2,138	2.1	10
台湾	1,378	1.4	12
韓国	310	0.3	18
中国	101	0.1	20
北米	47,262	47.1	
米国	43,459	43.3	1
カナダ	3,803	3.8	6
西欧	37,728	37.6	
オランダ	11,540	11.5	2
フランス	10,672	10.6	3
ドイツ	5,847	5.8	4
英国	3,004	3.0	7
中南米	8,138	8.1	
ケイマン諸島	5,544	5.5	5
その他	567	0.6	

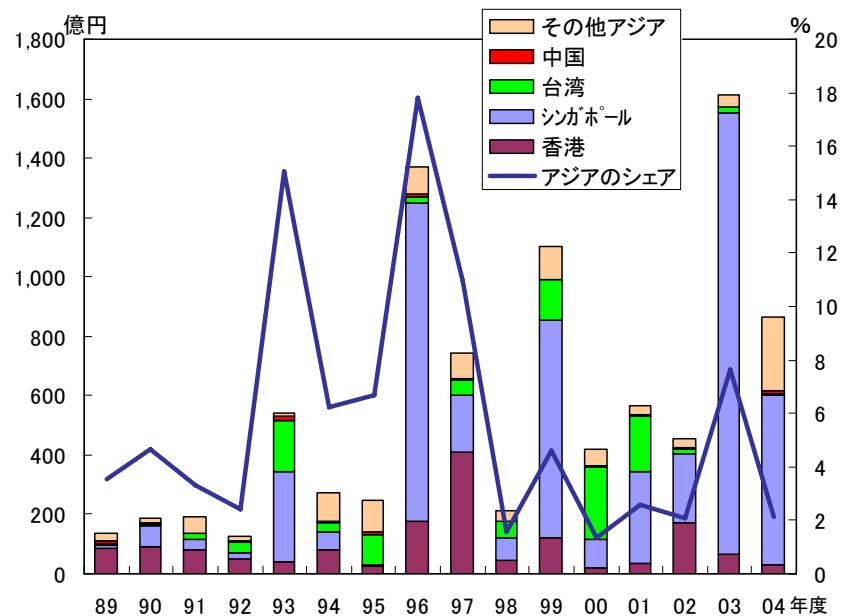
(出所) 原典は、財務省、日本銀行「本邦対外資産負債残高統計」、
JETRO が米ドル換算。

2.2 アジア企業の対日投資と日本におけるプレゼンス

アジア企業の対日投資は、欧米諸国に比べるとまだ少ないが、近年拡大している。そのなか、シンガポールからの投資は最も多く、香港からの投資も少なくない。台湾からの投資は近年拡大している。中国からの投資はまだ少ないが、拡大する潜在力が大きい。

財務省の統計によると、1989～2004 年度、この 4ヶ国・地域からの対日投資は合計で 8002 億円、同時期のアジアからの対日投資全体の 9 割を占めた。そのなか、シンガポールは対日投資の 9 位、香港は 15 位、台湾は 16 位、中国は 30 位となっている。しかし、この 4ヶ所からの投資は同時期の対日投資全体の 3.7% しか占めていなかった(図表 3)。この意味では、今後、大きく拡大する潜在力が大きく、日本にとっては、アジアからの投資を積極的に誘致すべきである。

図表3 アジア諸国・地域の対日直接投資



(出所) 財務省「対外及び対内直接投資状況」により作成。

(注) 報告・届出ベース(この統計は2004年度で廃止)。

シェアは対日投資全体に占める4カ国・地域のシェア。

アジアからの対日投資の業種別の金額を1989～2004年度の合計でみると、製造業への投資は非製造業より少ないことは、対日投資全体の状況とほぼ同様である。香港と台湾は製造業の割合が比較的高い。製造業のなかでは機械(電機、電子も含む)の割合が高い。一方、非製造業のなかでは、商事・貿易業とサービス業の割合が高いことが共通するが、シンガポールの場合は金融・保険業のシェアが高い(図表4)。

図表4 アジア企業の対日直接投資の業種別構成

単位：件、億円、%

	シンガポール		香港		台湾		中国		対日投資全体	
	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額
合計	688	5,278	1,537	1,528	1,003	1,095	605	101	34,262	218,919
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
製造業	17.2	18.1	31.7	42.5	17.3	36.2	5.8	11.2	25.0	26.4
食品	1.5	9.5	1.4	0.2	1.9	0.1	0.2	0.1	1.4	0.8
繊維	0.1	0.0	0.5	1.3	1.9	2.3	1.8	1.6	0.4	0.2
ゴム・皮革製品	0.9	3.0	0.3	0.1	0.1	0.0	--	--	0.2	0.4
化学	1.5	0.7	2.5	0.3	1.4	0.6	0.2	0.1	3.5	7.2
金属	0.7	0.0	3.5	0.1	1.0	0.0	1.0	0.3	2.0	0.8
機械	7.0	4.3	16.5	40.1	7.5	33.0	1.5	7.8	10.6	14.0
石油	0.6	0.6	0.4	0.0	0.1	0.0	0.8	1.2	1.6	2.0
ガラス・土石製品	0.4	0.0	0.8	0.0	0.6	0.0	--	--	0.7	0.1
その他	4.5	0.0	5.8	0.5	2.9	0.2	0.3	0.1	4.7	1.0
非製造業	82.8	81.9	68.3	57.5	82.7	63.8	94.2	88.8	75.0	73.6
通信業	1.7	0.9	0.5	1.3	--	--	0.5	0.3	1.4	12.2
建設業	2.6	0.1	5.7	0.2	2.0	0.0	5.1	6.6	3.4	0.1
商事・貿易業	29.7	23.9	36.9	24.2	59.2	23.5	57.5	44.6	32.2	12.0
金融・保険業	12.4	31.3	2.6	3.5	0.6	0.3	0.2	0.0	8.7	35.8
サービス業	25.1	22.5	17.1	21.1	14.9	29.9	26.1	31.6	22.8	9.5
運輸業	4.1	2.2	1.5	0.4	0.4	0.0	2.5	4.6	1.2	1.2
不動産業	6.1	1.0	2.5	5.5	5.3	10.1	1.2	0.7	3.6	2.3
その他	1.2	0.1	1.5	1.2	0.3	0.0	1.2	0.4	1.6	0.4

(出所) 財務省「対外及び対内直接投資状況」により作成。

(注) 報告・届出ベース、1989～2004年度の合計で計算。

対日投資をさらに拡大させるには、欧米企業のみならず、アジア企業も対内投資を誘致するターゲットにする必要がある。

一方、アジア諸国・地域の経済発展にともなって、アジア企業もグローバル展開し、対外投資を積極的に拡大している。そのなか、とくに香港、台湾、中国および東南アジアの華人系資本の対外投資が注目されている。日本としては、アジア企業、とくに華人系企業を新たに認識し、その対日投資を積極的に誘致すべきである。

アジア諸国・地域は、経済発展のレベル、経済発展のパターン、産業構造が違うので、アジア企業の優位性や、対外投資の目的、対日投資の場合に求めるものがそれぞれ違う。

以下、シンガポール、香港、台湾、中国企業のグローバル展開、対外投資と対日投資の実態を検討したい。

3. シンガポール企業のグローバル化と対外投資戦略

3.1 シンガポール企業の発展戦略

シンガポール企業を検討する場合、政府系企業と民間企業は、その果たす役割、経営の手法、行動パターンが違うので、両者を分けて考える必要がある。

シンガポール経済には、政府系企業(Government Linked Companies, GLC)、外国の多国籍企業(MNC)と地元民間企業(Private Local Companies, PLC)という三つのセクターが存在し、経済成長を支えている。そのなか、政府系企業はシンガポール経済を支える重要な役割を果たしており、ほぼすべての分野に勢力が及び、対外投資に関しても主役である。多国籍企業はシンガポールの製造業と金融などの分野においてプレゼンスが大きいが、対外投資とは関係ない。民間企業は三大セクターにおいてもっとも弱い部分で、おもにサービス業などの伝統産業で発展してきた。民間企業も対外投資を行っているが、その規模は政府系企業よりはるかに小さい。

政府系企業は、従来、シンガポール経済を発展させることや、社会の安定を維持する責任を負わせていたため、シンガポール経済のすべての分野で展開し、大きく成長し、シンガポールの経済発展に大きく貢献してきた。21世紀に入ってから、シンガポール経済は転換期に入り、政府系企業の役割も大きく変化した。シンガポール政府は政府系企業の再編を実施し、テマセク(Temasek Holdings, THL)と政府投資公社(Government Investment Company, GIC)の2大グループを誕生させ、それぞれに新しい役目を与えた。

シンガポール経済はすでに成熟し、政府系企業が背負ってきた国内経済を振興する責任はすでに果たし、国内では政府系企業が徐々に民営化するが、海外では積極的に投資するように、経営戦略は大きく変化した。シンガポールにとって、対外投資で収益を上げることは、シンガポール経済を発展させる新しい戦略である。すなわち、この2社は国の経済戦略を実行する投資会社になることである。

テマセクと政府投資公社の対外投資はおもに金融投資、企業買収と株式取得、もしくは不動産投資などの形で進め、すなわちキャピタルゲインを狙う投資が主な形態である。テマセクの傘下企業は、それぞれの分野で、例えば銀行、不動産、工業団地、港湾、ホテルなどの分野で対外投資を展開している。アジア地域とくに新興市場と、日本を含む先進国は、対外投資の2大投資先になる。実際、アジア通貨危機後、シンガポールの周辺国のかで、多くの企業は経営危機に陥り、シンガポールの政府系企業は多くの企業への買収、もしくは出資を行った。新興市場への進出も積極的であり、シンガポール企業の進出をサポートするため、政府系企業は中国、ベトナム、インド、インドネシアに多数の工業団地を設立した。対日投資は、先進国への投資の一部と位置づけ、規模がまだ大きくなく、しかもキャピタルゲインを狙う投資に限定している。

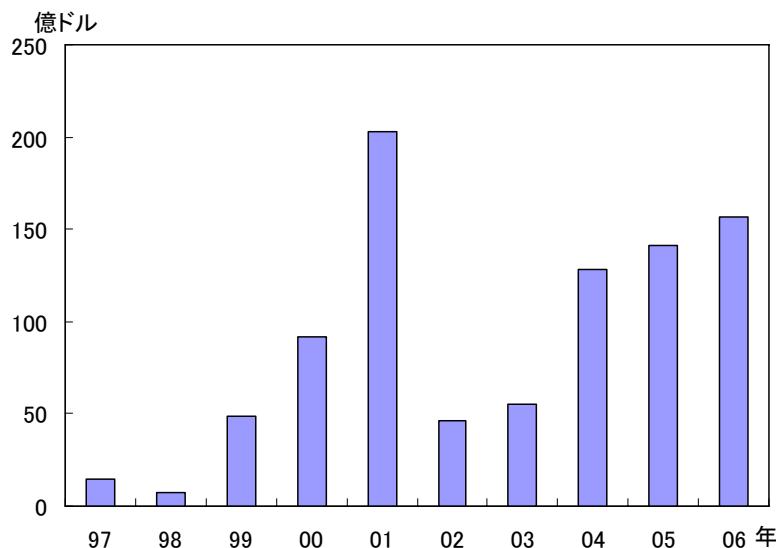
一方、シンガポールの民間企業は、政府系企業と異なる方法で発展し、違う戦略で対外投資を展開している。シンガポール国内では、民間企業は政府系企業と外資系多国籍企業

に圧迫され、銀行、保険などの金融業、サービス業と小規模な製造業にしか発展できなかった。国内での発展の余地が狭まれたため、民間企業は早くも対外投資で活路を見出そうとした。民間企業の対外投資先は ASEAN の周辺国や中国であり、製造業は生産工場を移転したが、金融業とサービス業も投資している。シンガポール政府は、90 年代から民間企業の対外投資を奨励する政策を取り、インドネシア、ベトナムなどの ASEAN 諸国、中国とインドに投資を誘導し、こうした地域に工業団地建設など、政策的にサポートしている。民間企業にとって、日本は主要投資先ではなく、対日投資は独自性、優位性を持つ一部のサービス分野への小規模投資に止まっている。

3.2 政府系企業の対外投資

シンガポール企業の対外投資の主力は政府系企業である。通貨危機後、シンガポール政府は政府系企業を再編し、2 大グループのテマセク(Temasek Holdings, THL)と政府投資公社(Government Investment Company, GIC)は、対外投資を積極的に展開し始めた。1997 年から 2006 年 3 月までの時期に、海外での投資額は 893 億米ドルに達し、最も多い 2001 年には 203 億米ドルにのぼった(図表 5)。

図表 5 シンガポール政府系企業の海外での投資額



(出所) JCCI(シンガポール日本商工会議所)月報 2006 年 9 月号(原典は Straits Times, 2006 年 3 月 15 日)により作成。

(注) セマテクを中心とする政府系企業による投資。2006 年は 1~3 月。

テマセクは政府系投資会社であり、銀行の DBS、通信の SingTel、航空のシンガポール航空、不動産の Capital Landなどの企業の株式を保有し、傘下に収めている。一方、シンガポールと海外での企業買収、株式、不動産にも投資してきた。2002 年以降、政府系企業の再編に伴って、セマテクの経営方針も投資ファンドに変化した。保有する政府系企業の株

式の売却と債券発行で資金を調達し、テマセクは潤沢な資金をバックに、海外で企業買収、出資、金融投資を積極的に行うようになった。2006年3月決算では、投資資産は1,290億シンガポールドル(約10兆円)にのぼり、その49%はシンガポールにあり、海外資産は51%を占め、世界各国に分布しているが、日本はわずか1%しか占めていない。テマセクは投資資産を今後、シンガポール、日本を除くアジア地域、日本を含む先進国に3分の1ずつ分散することを目指している¹。

一方、GICは海外を投資対象とする対外投資専門の投資会社であり、世界40数カ国の株式、債券、不動産、為替などに投資している。2006年3月期の決算では、純資産は1,000億ドルにのぼり、対外投資はおもにアメリカと欧州に集中しているが、対日投資は約10%を占めている(図表6)。同社は、今後、新興国市場(現在約20%)に投資を拡大することを計画している²。

図表6 政府系企業の対外投資規模と国別シェア

	テマセク 2006年3月	GIC 2006年3月
投資規模	投資資産 1,290億SG\$	純資産 1,000億US\$
投資先		
シンガポール	49%	—
アメリカ	6%	40~45%
EU	5%	20~25%
オーストラリア	18%	
ASEAN	9%	
東アジア	8%	
日本	1%	8~10%
その他	4%	

(出所) 顔尚強「GLC(シンガポール政府系企業)について」第4章、
シンガポール日本商工会議所『JCCI月報』2006年9月号
などにより筆者まとめ。

(注) 資産の国別シェア。東アジアは中国、韓国、台湾。

3.3 対日投資の実態

政府系企業の対外投資のなか、対日投資がまだ少なく、その対外投資全体に占めるシェアもなお小さいが、セマテクとGIC及びその子会社は、日本の企業への出資、不動産開発への投資など、対日投資を実施している。図表7では新聞報道に基づいて、対日投資の大型案件をまとめた。

¹ NNAデータベース 2007年1月4日。

² 『日経金融新聞』2006年7月14日、NNAデータベース 2006年7月13日。

図表 7 シンガポール政府系企業による日本での主要投資案件

投資企業	投資案件内容	投資額	時期
GIC リアルステート	福岡市の複合商業施設「ホークスタウン」を買収	1,000 億円	2007 年
THL	三井生命の第三者割当増資に出資	200 億円	2006 年
THL	イ・モバイルの第三者割当増資に 7% 出資	120 億円	2006 年
THL(Seletar Investments)	アイ・ロジスティクスの株式 9.95% を取得	17 億円	2006 年
GIC リアルステート	宮城県でショッピングセンターを買収		2005 年
GIC スペシャル・インベストメント	日興アセットマネジメントに、米ウォーバーグ・ピンカスと共同で 25% を出資	約 33 億円	2004 年
GIC リアルステート	鹿島が建設した複合ビル品川シーサイド 2 棟を購入	425 億円	2004 年
GIC	米プロロジス(20% 出資)と共同で、日本で不動産投資ファンドを設立、80% 出資	3 億ドル	2003 年
GIC リアルステート	川崎でオフィスビル(データセンター)を購入	148 億円	2001 年
THL	フレッジテクノロジーの株式 10% を取得		2001 年
GIC(アルダニー・インベストメント)	三井不動産と共同で汐留の土地を 1,382 億円で落札、オフィスビル(汐留シティセンター)を開発		1999 年

(出所)新聞報道により筆者まとめ。

(注) THL はセマテク、GIC はシンガポール政府投資公社。

テマセク傘下の不動産会社、キャピタルランドは、日本で現地法人を設立し、商業施設、住宅などに大規模な不動産投資を進めている。キャピタルランド・ジャパンが自ら投資するほか、投資ファンドも設立して日本の不動産に投資している。私募不動産ファンド「キャピタリテール・ジャパン・ファンド(CRJファンド)」は商業施設への投資に特化している。バーレーンの投資銀行、アルキャピタ(Arcapita)銀行と共同で設立した合弁会社、ARCキャピタルランド(キャピタルランドが 18.9% 出資)は賃貸マンションに投資している。今まで、数多くの不動産物件に投資した(図表 8)。2004 年 7 月に、キャピタルランドは、今後 3 年間でショッピングセンターなど日本の商業施設を 12~20 件買収し、最大で 1,000 億円を投資するという計画を発表した³。キャピタルランドは日本で不動産投資信託(REIT)が 2 つ、私募ファンドが 8 つのファンドを運用している⁴。ちなみに、キャピタルランドの傘下企業、サービスアパートの世界 2 位のアスコットは日本でサービスアパート、高級ホテルを経営するラッフルズホテルは日本でホテルに投資している。

³ 『日本経済新聞』2004 年 7 月 9 日。

⁴ NNAデータベース 2005 年 11 月 2 日。

図表 8 キャピタルランドの不動産投資の主要案件

投資企業・ファンドと投資案件	取得金額	時期
CRJ ファンド：商業施設、今後 3 年の投資規模 1,470 億円(2005 年 12 月発表)		
ラパーク瑞江(東京)	55 億円	2003 年
イズミヤ枚方店(大阪)	75 億円	2005 年
ビビットスクエア(千葉・船橋)	210 億円	2005 年
イトーヨーカドー千歳店(北海道)	53 億円	2005 年
ARC キャピタルランド：賃貸住宅、今後の投資規模 500 億円(2006 年 9 月発表)		
富士見デュープレックス・リズ(東京)	45 億円	2005 年
グランド・ビュー(大阪)		
カレッジ・コート(福岡)	40 億円	2005 年
スタジオ・アパート(大阪)		
コロネイド池上台(東京)	38 億円	2006 年
大阪で 2 軒、西宮で 1 軒		
キャピタルランド・ジャパン：今後の投資規模 1,000 億円(2004 年 7 月発表)		
賃貸住宅：アイランドシティ(福岡)	80 億円	2005 年

(出所) 各種新聞報道によりまとめ。

GIC傘下の不動産会社、GICリアルエステートは 2005 年 9 月に、米系物流施設開発会社プロロジスの日本法人と組んで、今後 4 年間で総額 30 億ドル(約 3,300 億円)の対日不動産投資を行うと発表した⁵。

一方、シンガポールの民間企業の対外投資は、政府系企業の対外投資に比べてやや違い、おもに周辺の ASEAN 諸国と中国に集中しており、投資規模は政府系企業に比べると小さい。近年、シンガポールの中小企業も対日投資を始めた。こうした投資はサービス分野に集中し、シンガポール企業が持つ優位性と独自性を活かせる。例えば、飲食、エステ・スパ、ソフト開発などが挙げられる。しかも、最近の対日進出は、異業種の複数の店舗を一ヶ所に開く傾向がある。

例えば、シンガポールのスパ業者は、2002 年から日本に進出し始め、2006 年 11 月までに 4 社が日本で 10 店舗をオープンした。そのうち、スパケア・インターナショナル社は、日本で 100 店舗を展開すると計画している⁶。

⁵ 『日経金融新聞』、『産経新聞』2005 年 9 月 2 日。

⁶ NNAデータベース 2006 年 11 月 22 日。

4. 香港企業の発展戦略と対外・対日投資

4.1 香港企業の発展戦略

香港経済は国際貿易センター、国際金融センターとして発展してきた。しかも、中国の経済発展をサポートし、中国経済と連携することは香港経済の成長の源にもなっている。香港経済はもともと国際化していたため、香港企業の発展も最初から香港に限らず、グローバルに展開してきた。香港企業の中核は、大手コングロマリットと大手不動産ディベロッパーであるが、中堅、中小の商社、製造業企業もある。香港の製造業企業は、80年代以降、対中投資を通じて生産基地を中国に移転し、中国で発展させるようになった。製造業の中国移転によって、香港では非製造業、とくに金融、不動産、貿易・ロジスティックス、小売、サービス業などが大きく発展した。現在、こうした非製造業も中国、そしてアジアで展開するようになっている。

アジア通貨危機後、香港経済は6年間も続いた長い不況を経験した。香港内では不況のため需要が低迷し、多くの企業は海外で発展を求めて、対外投資を拡大させてきた。

香港企業の対外投資の最大の投資先は中国である。中国から見れば外国からの直接投資全体のなかで、香港からの投資は6割も占めた。香港企業の対中投資は金融、製造業、不動産、貿易・小売・卸売、インフラ整備(港湾、高速道路、電力)など、ほぼすべての分野に及んでいる。中国以外の対外投資はおもに2種類ある。1種類は、大規模なプロジェクトの実施であり、例えば住宅、商業施設などの不動産開発、港湾の建設と運営、道路、地下鉄などの交通システム、携帯電話の運営などが挙げられる。もう1種類は、事業の発展をサポートする投資である。例えば、商社、製造業企業の販売、サービス拠点、海運会社の支社などがその類になる。

香港企業の対日投資は多くはないが、およそこの2種類の方法で行われている。とくに香港経済の不況の時期には、需要が不足し、不動産市況が低迷していたため、大手コングロマリットと大手不動産ディベロッパーが日本に投資のチャンスを探した。一方、生産工場を中国に移転した食品、アパレル、雑貨などの製造業企業は、日本で販売、サービス、調達のための現地法人を設立することも多い。

4.2 対外投資の展開

香港はアジアの経済センターの1つであり、国際金融センター、国際貿易・物流センターでもあるため、香港企業の経営グローバル化が進展し、積極的に対外投資を行っている。

香港の対外直接投資統計によると、2005年の対外直接投資残高は3.7兆香港ドル(約55兆円)にのぼった(図表9)。また、香港の対外直接投資の特徴の1つとして、外国企業は香港経由でオフショア投資も行っており、全体の約3割を占めている。香港企業の得意分野は金融、貿易、物流などのサービス分野であり、その対外投資もこうした分野に集中している。製造業については、80年代以降、製造業企業は生産基地を中国に徐々に移転したため、

現在、製造業の対外投資は中国に限っており、他の国での製造業投資は販売拠点確保と販売ネットワークの構築に止まっている。

図表9 香港の対外直接投資と対日投資

単位：10億香港ドル

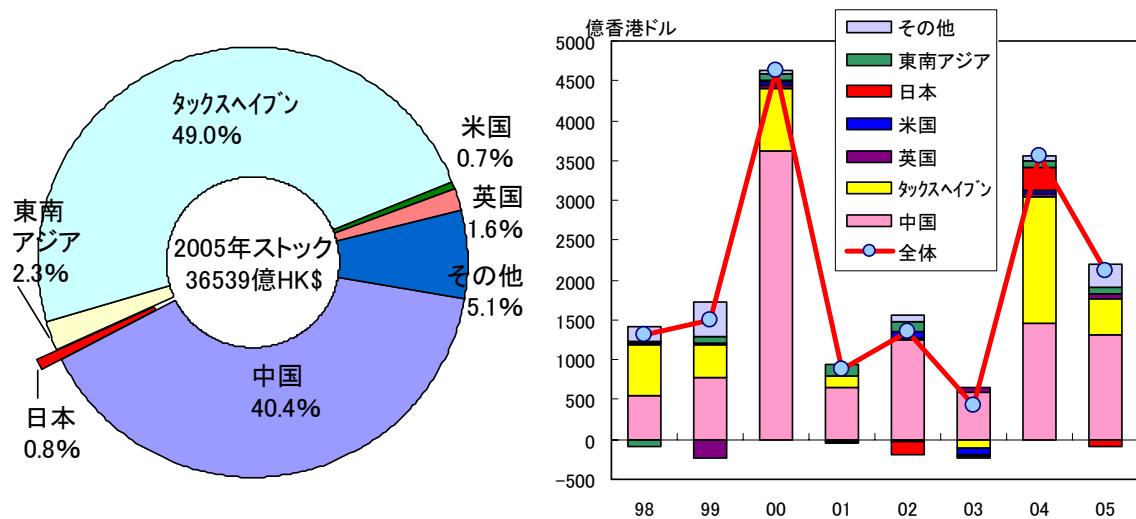
	投資額残高(Position)		投資額フロー		投資収益の流入	
	全体(除くオフショア)	対日	全体(除くオフショア)	対日	全体	日本から
1998年	1,733.6	(1,008.2)	7.9	131.6	(85.3)	-0.8
1999年	2,499.4	(1,380.9)	17.4	150.2	(98.8)	0.6
2000年	3,027.8	(1,723.8)	18.3	462.6	(410.9)	3.2
2001年	2,749.2	(1,704.5)	11.5	88.5	(61.7)	-1.7
2002年	2,412.9	(1,694.0)	11.9	136.2	(119.8)	-17.1
2003年	2,636.7	(1,812.6)	15.2	42.9	(28.6)	1.0
2004年	3,133.6	(2,182.1)	42.1	356.1	(300.3)	28.4
2005年	3,653.9	(2,514.4)	29.7	211.5	(159.1)	-9.2
						1.3

(出所) 香港政府統計処「対外直接投資統計」(CEIC データベース)。

(注) 香港の対外直接投資、市場価格。残高は年末。括弧内はオフショア投資を除いた数値。

香港の対外投資の対象地域をみると、2005年のストックに占める中国への投資は約4割、タックスヘイブンへの投資も大部分が中国への迂回投資と見られ、両者合計は9割にもなる。日本への投資は僅か0.8%であり、イギリスの1.6%、シンガポールの1.1%に続いているが、米国への投資の0.7%よりは多い。毎年の投資フローも同じような状況にある(図表10)。

図表 10 対外直接投資の国・地域別構成



(出所) 香港政府統計處「対外直接投資統計」(CEIC データベース)。

(注) 左図は 2005 年のストック、右図は各年のフォロー、いずれも市場価格、オフショア投資も含む。タックスヘイブンにはバージン諸島、ケイマン諸島、バミューダ、パナマを含める。東南アジアはシンガポール、マレーシアとタイで構成される。

4.3 不動産中心の対日投資

香港企業の対日投資はおおむね以下の 3 種類で構成される。その 1、不動産開発である。香港の不動産市場は 1998 から 2004 年の長い低迷が続いたため、香港のディベロッパーは不動産価格上昇の潜在力が大きい日本の不動産市場に目を向けた。その 2、キャピタルゲインを狙う企業買収である。その 3、日本での事業展開を目指し、日本で企業を買収し、もしくは、グローバルネットワークを構築するため、日本に拠点を設立することである。商社(とくに食品、繊維)、物流(海運など)、通信などの企業が、日本での投資を活発化している。

香港企業の対日投資で最も知られているのは、パシフィック・センチュリー・グループ (PCG) のリチャード・リー(李澤楷)会長による投資である。李氏は、1998 年に、東京駅八重洲口の旧国鉄保有地を 900 億円で落札し、地上 31 階建て、オフィス、ホテル、商業施設を含む総合ビル、「パシフィック・センチュリー・プレイス丸の内」を建設し、2001 年にオープンさせた。この投資には、李氏の父親の傘下企業、ハチソン・ワンポアも 45% 出資した。2006 年、李氏はこの建物の一部を 2,000 億円で売却し、11~12 億米ドルの利益を稼いだといわれ、売却後も PCG がオフィス部分以外を所有・運営していく⁷。李氏は、今後も個人所有の PCG を通じて、対日投資を積極的に続けていくと表明している。

また、前述したシンガポール政府投資公社が三井不動産と共同で開発した「汐留シティセンター」ビルのプロジェクトには、香港の大手ディベロッパー、HKR インタナショナル

⁷ NNAデータベース 2006 年 9 月 22 日。

も参加した⁸。

また、香港経由のオフショアの対日投資も拡大している。例えば、2005年、日本の対内投資統計によると、香港からの投資は9.6億米ドル(国際収支ベース、ネットフロー)で、タックスヘイブンのケイマン諸島に次ぐ第2位の対日投資者になった。その背景は、ドイツ証券東京支店の法人化にともない、香港ベースのドイツ証券は払込資本金1,112億円を香港から投資した⁹。

ちなみに、中国企業の対日投資も多くは、香港で設立した現地法人、もしくは香港での上場企業経由で行われている。

5. 台湾企業の発展と対外・対日投資戦略

5.1 台湾企業の発展戦略

台湾経済は製造業を中心に発展してきた。台湾の製造業企業の強みは成熟した技術を用いて、低コストで大量生産し、OEMの形で先進国市場に販売することである。このような優位性を持つ台湾企業にとって、市場、コスト、技術が重要である。市場に関しては、台湾の市場が狭いため、企業の発展は最初から国際市場をターゲットにしてきたが、海外で市場を拡大させることはいつも大きな課題である。コストについては、台湾の発展に伴って、土地や賃金などのコストが上昇し、コストの安い地域に移転する必要があった。技術に関しては、欧米、日本企業からの技術移転や、台湾での合弁企業設立、またOEM生産を通じて技術を獲得している。この3つの要素の影響で、台湾企業は対外投資と海外展開に積極的である。

台湾企業の大規模な対外投資は80年代から始まり、おもに東南アジア諸国に向かった。90年代以降、中国への投資が可能となってから、大規模な対中投資を始めた。労働集約型産業がどんどん中国に移転し、アパレル、家具、食品、雑貨、機械などの産業は中国で生産基地を設立し、輸出のみならず、中国国内販売も拡大してきた。労働集約産業の中国に移転したことによって、台湾内では新しい産業、とくにIT産業を発展させることができた。

IT産業のなかでは、パソコン関連産業、半導体、液晶パネルという3つの産業は強い競争力を持ち、世界で大きな市場シェアを獲得している。パソコン関連産業のなかでは、ローランド、低付加価値の部品、周辺機器を先に中国に移転し、その後デスクトップパソコン、ノートブックパソコンも中国で生産するようになった。現在、パソコンはほぼすべてが中国でOEMの形で生産され、世界中に出荷されている。ファウンドリーで生産する半導体産業は、依然として主要工場は台湾内にあるが、中国での生産も始まった。液晶パネル生産はここ数年間に大規模な投資で新たに育成した産業であり、パネル工場は台湾内に構え、ディスプレイ用とテレビ用パネルを世界中に出荷している。その川下の生産工程であ

⁸ 『日経産業新聞』1997年2月9日。

⁹ 『通商弘報』2006年4月25日。

るパソコンのディスプレイの組み立てはすべて中国に移転した。

製造業の生産基地の中国への移転により、台湾企業は低コストの生産基地、大きな市場を手に入れ、競争力を維持してきた。ただし、台湾の製造業の課題の 1 つは、自らの研究開発能力不足であり、技術は欧米企業、日本企業に依存している。今まで、パソコン、半導体と液晶の 3 分野では、OEM 生産、製品の供給を通じて、先進国企業から技術を獲得してきた。

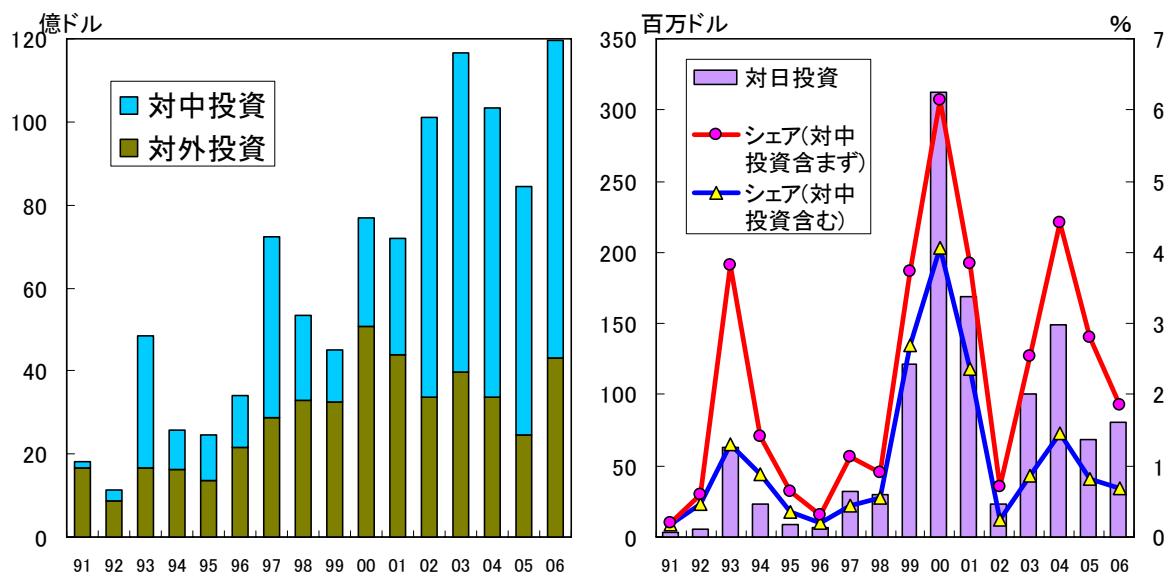
一方、台湾の非製造業は、もともと競争力が強くない。その対外投資は製造業に比べると規模が小さく、しかもおもに中国に集中している。例えば、金融、小売、物流、不動産開発などが中国に進出している。

台湾企業、とくに製造業の発展パターンと特徴によって、その対日投資の形態も決められた。おもに 3 種類の投資がある。第 1 に、技術獲得のため、日本で企業を買収し、もしくは日本企業に出資する。第 2 に、台湾および中国で生産した製品を日本で販売するため、もしくはサービスを提供するための現地法人を設立する。第 3 に、台湾及び中国にある生産工場に供給する素材、部品を日本企業から調達するため、日本で現地法人を設立し、もしくは日本企業を買収し、出資する。

5. 2 対外投資の拡大

台湾経済の発展に伴って、台湾企業は積極的に対外投資を展開している。対外投資が拡大するなか、対日投資も拡大してきている(図表 11)。1991 年から 2006 年まで、台湾の対外投資は 457.5 億ドルであったが、同時期の対中投資(統計上では対外投資に含まない)の 548.9 億ドルも計上すれば、対外投資全体は 1,006.5 億ドルにのぼった。しかし、対日投資はなお少なく、同時期の累計で 12 億ドルに止まり、対外投資の 2.6%、対中投資も含めた対外投資全体の 1.2% しか占めていなかった。

図表 11 台湾の対外直接投資と対日投資の推移



(出所) 台湾経済部投資審議委員会。

(注) 対中投資の各年対中投資額には、事後承認した以前に行った投資案件の投資額も含まれる。

台湾の対外投資の地域分布をみると、最大の投資先は言うまでもなく中国である。第 2 位はタックスヘイブンであり、対外投資(対中投資を含まず)合計の件数で 2 割強、金額で 5 割弱を占めている。これも実際、台湾政府の規制を避けるために迂回した対中投資である。対外投資で最も多いのはアメリカであり、件数で 4 割強、金額で 2 割弱を占めていた。日本への投資はなお少なく、アジアのなかでも件数で 3 位、金額で 5 位に止まっている(図表 12)。すなわち、台湾企業にとって、日本は主要投資先になっていない。

図表 12 台湾の対外投資の地域分布(1991 年～2006 年)

単位: 件、百万ドル

	件数	シェア	金額	シェア
合計	10,628	100.0	45,755	100.0
アジア	2,979	28.0	12,244	26.8
シンガポール	391	3.7	3,477	7.6
香港	862	8.1	2,483	5.4
ベトナム	324	3.0	1,353	3.0
マレーシア	206	1.9	1,285	2.8
日本	398	3.7	1,198	2.6
タイ	264	2.5	992	2.2
インドネシア	162	1.5	526	1.1
フィリピン	121	1.1	499	1.1
韓国	119	1.1	240	0.5
北米	4,551	42.8	7,943	17.4
米国	4,489	42.2	7,629	16.7
カナダ	62	0.6	313	0.7
欧州	530	5.0	1,942	4.2
オランダ	122	1.1	828	1.8
英国	140	1.3	488	1.1
中南米	2,112	19.9	22,394	48.9
タックスヘイブン	1,944	18.3	21,765	47.6
オセアニア	334	3.1	915	2.0
サモア	261	2.5	459	1.0

(出所) 台湾経済部投資審議委員会。

(注) 合計には対中投資が含まない。中南米のタックスヘイブンには、ケイマン諸島、バージン諸島、バミューダ、パナマを含む。サモアもタックスヘイブン。

台湾企業の強みは製造業であり、対外投資も製造業のシェアが高いことがその特徴である。とくにコストの安い中国と ASEAN 諸国への生産基地の移転は、製造業の対外投資の主流である。図表 13 で示したとおり、対外投資における製造業のシェアが極めて高い。製造業のなかでも得意とするパソコン、半導体、液晶に代表される電子・電機のシェアがとくに高い。また、非製造業のなかでは、科学技術、すなわち研究開発のシェアが高い。ちなみに、対外投資全体に金融のシェアが高いのは、タックスヘイブン経由の対中投資のほとんどは、企業設立の出資、株式取得など金融の形で行われたためであった。

図表 13 台湾の対外投資の産業別構成

単位：件、百万米ドル、%

	対外投資全体		対日投資		対米投資		対中投資	
	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額
全体	11,501	48,831	423	1,111	4,797	8,923	35,541	54,886
シェア	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
製造業	50.3	38.3	58.4	74.4	60.7	62.2	84.2	89.8
食料品	1.2	1.0	1.2	0.1	0.3	0.6	7.1	3.8
繊維・アパレル	3.7	5.3	2.4	2.0	0.9	5.5	10.7	6.0
化学・ゴム	9.6	7.0	9.9	3.0	10.3	16.7	13.1	13.5
非金属鉱物製品	1.6	1.5	0.9	1.3	1.7	2.3	4.2	4.9
金属製品	1.2	1.3	0.9	9.9	0.5	1.1	7.5	7.8
機械・輸送機械	2.4	1.9	5.0	8.5	1.1	2.5	9.2	8.6
電子・電機	24.5	16.5	30.7	47.8	39.0	26.3	18.5	36.2
精密機械	1.5	0.5	3.1	1.4	2.4	1.1	2.6	3.2
その他製造業	4.6	3.2	4.3	0.4	4.5	6.2	11.3	5.7
非製造業	49.7	61.7	41.6	25.6	39.3	37.8	15.8	10.2
卸売・小売	15.0	8.3	22.5	5.6	8.4	11.5	5.2	3.1
飲食・サービス業	1.7	1.4	2.1	0.7	1.9	1.8	3.4	2.1
輸送・通信	1.5	3.9	2.4	0.3	0.7	1.3	0.7	0.8
金融	15.1	41.4	3.5	2.4	3.8	10.3	0.0	0.5
不動産	0.9	0.7	2.4	6.5	0.4	0.4	0.3	0.6
科学技術・R&D	13.2	4.2	7.1	9.9	23.4	9.9	3.6	1.8
その他	2.3	1.8	1.7	0.2	0.6	2.5	2.6	1.4

(出所) 台湾経済部投資審議委員会。

(注) 2006 年までの累計。対外投資合計には対中投資が含まれない。

5.3 技術目当ての対日投資

台湾企業の得意分野は成熟する技術を用いて、低コストでの大量生産である。パソコン、半導体、液晶などの IT 産業は、その代表である。しかし、こうした優位性を持つ製造業でも、自らの技術を持たず、技術を日米欧の企業に依存している。多くの台湾企業は自らの研究開発にも注力しているが、先進国で技術を持つ企業に出資、買収、または先進国で研究開発を行うことに通じて、技術を獲得しようとしている。これは台湾企業が日本を含む先進国に投資する際のもっとも重要な目的である。

実際、今まで、多くの台湾企業は技術を獲得するため、対日投資を積極的に展開している。そのなか、技術獲得と部品供給確保のために、IT 分野の企業買収と合弁がとくに注目される(図表 14)。こうした製造業における対日投資は、おおむね技術獲得、販売拡大と供給確保の 3 つの目的のもとで行われてきた。

図表 14 台湾企業の主な対日投資案件

台湾企業	対日投資の事業内容	目的	金額
倫飛、仁宝、華宇	2000 年、鳥取三洋の液晶パネル工場の拡張工事に出資	液晶パネルの供給確保	46 億円
聯華電子	2000 年、日立が建設する半導体ウェハー工場に 40%出資(2002 年に日立に譲渡)	技術の獲得	280 億円
奇美電子	2001 年、日本 IBM の液晶パネル工場を買収(2005 年にソニーに売却)	技術の獲得	5,000 万ドル
友達光電	2003 年、富士通ディスプレイテクノロジーに 20%出資(2004 年に富士通に譲渡)	液晶パネルの技術獲得	2,000 万ドル
中国鋼鉄	2003 年、住友金属の子会社に 33%出資	半製品の供給	8,500 万ドル
華生科技	2003 年、液晶素材の生産企業を設立	日本での販売	430 万ドル
日月光半導体	2004 年、NEC の半導体後工程工場を買収	技術獲得、販売	50 億円
金豊機器	2004 年、倒産した金属加工機の住倉工業を買収	技術獲得	
長春人造樹脂	2004 年、住友化学の樹脂部門を買収	技術の獲得	6,000 万ドル
東元電機	2005 年、安川電機とエンジニアリングの合弁企業を設立、40%出資	日本での事業展開	7,000 万ドル
広達電腦	2006 年、三洋電機と合弁企業を設立、19%出資。液晶テレビの企画、研究開発と調達で協力	液晶テレビの技術獲得	

(出所) 各種報道によりまとめ。

今後、ハイテク産業において、台湾企業は技術の獲得を主要目的に、日本企業への資本参加、買収、日本での研究開発施設の設立などの形で、対日投資を拡大させていくであろう。

6 中国企業の発展戦略と対外・対日投資の拡大

6.1 中国企業の発展戦略

中国経済の急成長に伴って、中国企業も大きく成長し、実力が増している。大企業はグローバル展開を積極的に進めている。中国政府も企業のグローバル展開と対外投資に優遇政策を設け、サポートしている。

中国企業の対外投資の背景として、以下の要因が働いている。まず、国内市場は大きいが、競争も激しく、多くの企業は国際市場に打って出て、海外に発展のフロンティアを求めている。次に、中国企業の大量輸出により、先進諸国との間で貿易摩擦が激しくなった。貿易摩擦を避けるため、中国企業は海外に生産工場を設立し、生産した製品を迂回して欧米諸国に輸出する。さらに、中国企業の多くは、技術力とブランド力が弱いため、生産する製品の付加価値も比較的低い。技術とブランドを獲得するため、海外に企業買収を行っている。最後に、中国経済の急成長により、各種の資源に対する需要も急増している。国内の資源不足を補うため、資源関連の大手企業は世界中に鉱山や油田・ガス田、資源を保有している企業を買収する。

中国企業の投資先は全世界に広がっているが、周辺諸国、とくに香港と ASEAN 諸国への投資が多い。また、市場開拓のため、アフリカ、ロシアを中心とする CIS 諸国、中南米など、先進国企業があまり投資しない途上国にも向かっている。さらに、先進国では企業買収にも積極的である。

中国企業のグローバル展開と対外投資において、国有企業と民間企業の行動パターンには、多少異なることもある。国有企業は大きな規模と比較的潤沢な資金をバックに、対外投資と海外での企業買収は比較的大規模であり、投資先は途上国のみならず、先進国にも進出している。一方、民間企業は中国国内での競争に比較的不利な立場にあるため、技術と資金面でも優位性を持たず、サバイバルのため、海外進出することが多く、ニッチの分野、ニッチの市場に進出し、競争優位を見出そうとしている。このような背景によつて、民間企業は、競争が相対的に激しくない途上国に進出することが多く、先進国への投資も比較的ニッチの分野に限る。

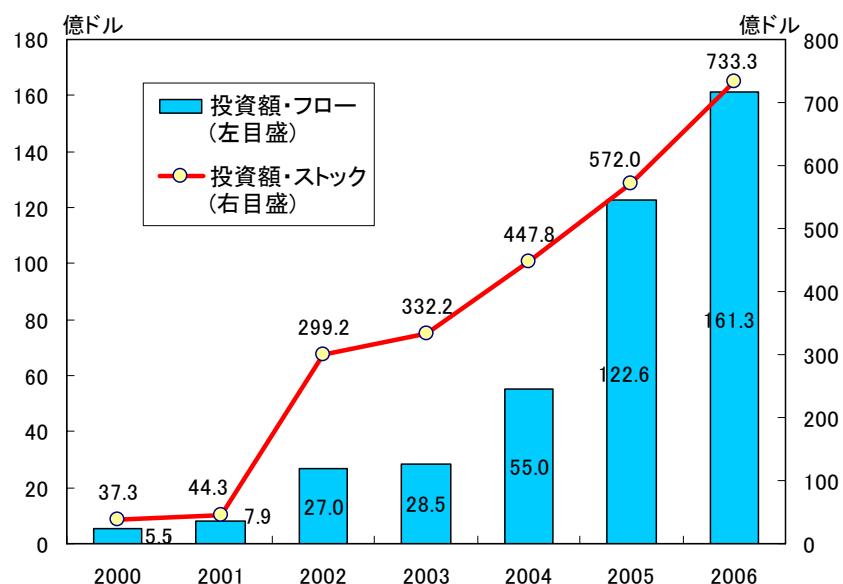
中国企業の対日投資は、おもに 3 つの方法で進んでいる。1 つは、販売、アフターサービス、調達のための現地法人を設立することである。もう 1 つは、技術があるが、資金繰りや後継者問題で経営が困難に直面する中堅企業もしくは中小企業を買収することである。さらに 1 つは、中国の特色のある中華料理などの出店である。なかには、中国風の飲食店、中国商品の販売の店が集中する商業施設の建設、すなわち中華街を建設する投資案件もある¹⁰。

¹⁰ 例えば、浙江省の中瑞財団が、170 億円の投資で、仙台に中華街を建設する計画を進めている。『東京新聞』2005 年 4 月 13 日、『朝日新聞』2006 年 8 月 22 日、23 日。

6.2 急拡大する対外投資

中国はまだ発展途上国であるが、経済の急成長に伴って、企業のグローバル経営と対外投資が急ピッチで進んでいる。ここ3、4年の間、対外投資の増加がとくに注目される。2006年に、中国の対外直接投資(非金融部分)は161.3億ドル、投資額のストックは733.3億ドルに達した(図表15)。

図表15 中国の対外直接投資の推移



(出所) 中国商務部、国家統計局『中国対外直接投資統計公報(非金融部分)』各年度。

(注) 商務部統計、非金融分野。2006年は速報。

中国企業の対外投資の内訳は、2006年の統計がまだ発表されていないが、2005年までの統計で検討できる。投資先は、公式統計では163カ国・地域に及ぶが、圧倒的にアジア、中南米に集中している。05年末の投資額ストックの地域別・国別シェアを見ると、アジアが71%、中南米が20%をそれぞれ占めている。上位10カ国・地域で見ると、香港への投資が一番多く、ストックでは63.8%、その次はケイマン諸島や英領バージン諸島で、いわゆるタックス・ヘイブン税制を有する国・地域への投資である。韓国、米国への投資は主に買収の案件によって増えている(図表16)。ちなみに対日投資は、2005年末の投資額ストックで1.5億ドルと少なく、順位も20位に止まっている。また、タックス・ヘイブンに向かう投資のなかで、実際、相当部分が外資としてまた中国に戻ってくると思われる¹¹。

図表16 中国の対外投資の主要投資先

¹¹ 中国の場合は、国内投資ではさまざまな規制があるが、外資なら歓迎・優遇される。したがって、一度タックス・ヘイブンの国・地域で投資会社を作り、そこから中国に投資すると、外資として免税措置などの優遇策を受けられることになる。例えば、外資であれば、法人税は2年間免除、その後3年間半減となり、設備輸入でも優遇策を享受できる。このため、中国企業は迂回して投資する傾向がある。

単位：億ドル、%

	フロー			ストック	
	2003年	2004年	2005年	2005年末	シェア
合計	28.5	55.0	122.6	572.1	100.0
アジア	15.0	30.0	43.7	406.3	71.0
中南米	10.4	17.6	64.7	114.7	20.0
欧州	1.5	1.7	5.1	16.0	2.8
アフリカ	0.7	3.2	3.9	16.0	2.8
北米	0.6	1.3	3.2	12.6	2.2
大洋州	0.3	1.2	2.0	6.5	1.1
①香港	11.5	26.3	34.2	365.1	63.8
②ケイマン諸島	8.1	12.9	51.6	89.4	15.6
③英領バージン諸島	2.1	3.9	12.3	19.8	3.5
④韓国	1.5	0.4	5.9	8.8	1.5
⑤米国	0.7	1.2	2.3	8.2	1.4
⑥マカオ	0.3	0.3	0.1	6.0	1.0
⑦オーストラリア	0.3	1.2	1.9	5.9	1.0
⑧ロシア	0.3	0.8	2.0	4.7	0.8
⑨スダン		1.5	0.9	3.5	0.6
⑩バミューダ		0.0	0.6	3.4	0.6

(出所) 中国商務部、國家統計局『中国対外直接投資統計公報(非金融部分)』各年度。

(注) 地域別と上位 10 カ国・地域(ストックの多い順)。対日投資は 2005 年に 1717 万ドル、2005 年末のストックで 1.5 億ドル(20 位)。

中国の対外投資(非金融分野)のなかで、業種別で最も多いのは、企業への出資と株式保有などを主要形式とするビジネスサービスである。その次は卸売、小売であり、これには貿易会社も含まれる。さらに次は交通輸送関連と資源開発であり、鉱山、鉱業に投資することも多い。製造業は、ストックでは、まだ 10% にすぎない(図表 17)。この数年間の傾向では、資源開発と製造業への投資が、全体の平均より伸び率が高く、徐々にこれらの分野にシフトしていることが見てとれる。

図表 17 対外投資の業種別構成

単位：億ドル、%

	フロー		ストック	
	2004年	2005年	2005年末	シェア
合計	55.0	122.6	572.1	100.0
鉱業	18.0	16.8	66.5	11.6
製造業	7.6	22.8	57.7	10.1
建設業	0.5	0.8	12.0	2.1
交通輸送	8.3	5.8	70.8	12.4
情報サービス	0.3	0.2	13.2	2.3
卸売・小売	8.0	22.6	114.2	20.0
不動産	0.1	1.2	15.0	2.6
ビジネスサービス	7.5	49.4	165.5	28.9
住民サービス	0.9	0.6	13.2	2.3
その他	3.9	2.5	43.8	7.7

(出所) 中国商務部、国家統計局『中国対外直接投資統計公報(非金融部分)』各年度。

中国企業の対外進出と直接投資は内外の経済・政治情勢の変化の影響を受け、それに応じて、さまざまな形で行われている。例えば、市場開拓や販売拡大、先進国との貿易摩擦の回避、技術とブランドの獲得、資源の獲得という 4 種類の目標があげられる。実際、中国企業の対外投資は、目的に応じて、投資先を先進国、周辺諸国と途上国、資源国を選択し、また、投資の形態に関しては、生産工場、販売会社、アフターサービスのサポート拠点の設立や、買収と資本参加などを選択する。

6.3 拡大する対日投資

中国企業の対日投資は、おもに販売拡大・販路確保、技術獲得の 2 つのことを狙っている。日本での販売拡大を狙う中国企業は、日本で販売会社、サービス拠点を設立し、販路を持つ日本企業を買収するなどの形で進めている。技術獲得を狙う中国企業は、独自の技術を持ち、経営や資金繰りの問題に直面する日本企業を買収し、もしくは出資するほか、研究開発の拠点を設立する形態をとっている。実際、中国企業の対日投資はおもにこの 2 つの分野で進めている。まだ少ない中国の対日投資には、近年、中小・中堅企業の買収とソフト会社の現地法人設立が注目されている。

企業買収については、電気機械の大手企業の上海電気グループは、日本で 2 社の機械メーカーを買収し、技術を把握するのみならず、製品を中国で販売させることで経営再建に成功した。医薬大手の三九医薬集団は中堅の製薬会社を買収し、得意とする漢方薬の生産販売を日本で始めた。2006 年、中国の太陽電池大手、民営企業の尚徳太陽能電力は、日本市場の開拓と技術獲得のため、日本の太陽電池メーカー、MSK を買収した。買収金額は最大で 3 億ドルになり、中国企業の対日投資では過去最大となる(図表 18)。

図表 18 中国企業が日本で行ったおもな企業買収案件

中国企業	事業内容
上海嘉樂集団	2001 年に兼松のグループ企業、高級婦人服メーカーのチャレンジジャパンの 55% の株式を 5000 万円で取得、社長を派遣
上海電気	2002 年に秋山印刷機械を 20 億円で買収、印刷機械を生産販売
	2004 年に工作機械メーカーの池貝を 4.8 億円で買収、工作機械を生産販売。20 億円を資金援助
三九製薬	1995 年に日本法人を設立、漢方薬の販売開始、2003 年に東亜製薬を買収、2004 年からドラッグストアのチェーン店を展開
尚徳太陽能電力	2006 年に太陽電池メーカー、MSK を買収、買収額は 1.6~3 億ドル

(出所) 新聞記事など各種資料により筆者作成。

一方、中国のソフト企業と IT ベンダーも日本に積極的に進出し、市場開拓と販売拡大のため、現地法人設立のラッシュもみられた(図表 19)。例えば、大手ソフト会社の金山と用友など、半導体メーカーの中芯と宏力、通信設備の華為科技、通信キャリアの中国網通などが挙げられる。そのなか、日本企業のソフト開発のオフショアリングを受けて発足し、成長してきたが、日本に進出し、ソフトの販売やシステム開発受注を目指す「逆上陸」を果たしたソフト開発企業も少なくない。

図表 19 中国の IT 関連企業の日本進出

中国企業	日本進出の経緯	日本進出の目的、事業内容
方正集団	1996 年に日本法人を設立	日本語版印刷システムの販売拡大、システム開発の受注、システム開発の技術習得
北京浩豊時代科技	2003 年に日本法人を設立	コールセンターソフト、テレマーケティングソフト、電話応対ソフトの開発、販売
用友軟件	2004 年に初の海外拠点として、日本法人の日本用友ソフトエンジニアリングを設立	日本語版の経営管理ソフト(ERP)を大企業向け販売、日本企業からシステム開発の受注
上海鼎正科技発展	2004 年に名古屋で日本法人の上大鼎正を設立	カーナビなどのソフト開発、自動車関連メーカーに売り込む
金山軟件	2005 年に日本進出、日本法人を設立	日本語版の業務ソフト、セキュリティーソフトを低価格で販売
大連新隆計算機技術	2005 年に横浜で日本法人の新隆ジャパンシステムサービスを設立	顧客の日本企業との連携、ソフト開発の迅速化
上海兆虹信息技術	2005 年に岐阜県に営業拠点を設立	日本企業が持つソフトを中国語化、中国に輸出
阿里巴巴	企業間電子商取引(B2B)の日本語サイトの開設、運営	日本企業を顧客に取り込む
中芯国際	2002 年に日本法人を設立、日本企業と代理店契約	ファウンドリー受注の拡大
華為科技	2005 年に日本法人を設立	日本の通信キャリアに設備納入の拡大
聯想集団	2005 年に米 IBM の PC 部門を買収、日本 IBM の PC 事業を継承	日本で自社ブランドの販売拡大、研究開発
宏力半導体	2006 年に日本法人を設立	ファウンドリー受注の拡大
中国網通	2007 年に日本法人を設立	日中間のインターネット通信回線を提供

(出所) 新聞記事など各種資料により筆者作成。

(注) 方正集団、中国網通は香港法人による投資。中芯国際と宏力半導体は中国上海に設立された半導体ウエハー製造の台湾系ファウンドリー。

ちなみに、中国の大手企業の多くは、グローバル経営の統括会社を香港に設立し、中核企業を香港の株式市場に上場させているため、中国企業の対日投資と日本進出は香港経由で行われることも多い。

また、中国企業の日本進出のもう 1 つの形態は、日本の株式市場で上場することである。東京証券取引所は懸命に誘致しているにもかかわらず、現段階で東証に上場した中国企業は、東証マザーズに 2004 年に上場した香港を拠点に中国の金融情報サービスを配信する新華ファイナンスや、07 年 4 月に上場したテレビ関連情報を提供するアジア・メディアの 2 社に止まっている。

7. アジア企業対外投資の特徴と対日投資の狙い

アジア経済のそれぞれの発展パターン、産業構造、そして企業の競争力優位が違うので、それぞれの企業の経営グローバル化と対外投資も独自の特徴を持つようになる。以上では、アジア企業のグローバル化の異なるアプローチと発展戦略、それぞれの対外投資と対日投資の実態を検討した。

アジア諸国企業の対外投資は、日米欧などの先進国企業に比べて、異なる特徴を持っている。その対日投資にも、欧米企業の対日投資と異なる行動パターンがある。日本はアジア企業の対日投資を誘致するためには、こうした特徴を把握し、対日投資を通じてアジア企業が求めるもの、そしてアジア企業からみた投資先としての日本の優位性と弱点を検討する必要がある。

7.1 アジア企業対外投資の特徴

アジア企業(ここではシンガポール、香港、台湾と中国の企業)のグローバル展開と対外投資、そして対日投資には共通した特徴もある。その特徴は日米欧企業の対外投資と比較すると、異なることもある。

第1に、華人企業の特徴の1つとして、しかも強みとして、華人企業同士の相互協力、すなわち華人ネットワークの活用が挙げられる。これは、華人企業としてのシンガポール、香港、台湾と中国の企業が共通することである。

華人企業同士なら、同じ文化、言語に基づき、価値観、ビジネス慣習も近いため、共同事業の場合には実施しやすい。華人社会、そして華人企業は、相互扶助、相互協力の伝統と習慣がある。対外投資の場合、進出先の事情が分からぬ場合、現地で華人企業は水先案内人の役割を果たしている。このため、華人企業は海外に進出する際、一般的に華人企業がすでに存在し、プレゼンスが大きい国への進出は比較的積極的であり、投資が成功する可能性も大きい。

対外投資における華人企業同士の相互協力は、2種類の方法で行われている。1つは、さまざまな形で進出先の地元の華人企業の力を借りることである。このような事例は、華人人口が多く、華人企業が経済に大きな力を持つ東南アジアでよく見られる。例えば、現地の華人企業と合弁企業を設立し、こうした現地の華人企業から土地を譲り受け、華人企業が開発した工業団地に入居するほか、企業設立の手続き、職員の採用の代行なども協力を求める。進出先での職員の採用、とくに経営幹部の採用の場合、中国語のみならず中国の文化と習慣も分かる現地の華人を登用することが多い。

もう1つは、先に進出した華人企業が後で進出する華人企業に協力し、新たに進出する企業が先に進出する企業に頼ることである。先に進出した企業は進出した先で経営基盤を築き、現地の事情も精通するため、新たに進出企業に対して、現地の事情の紹介、企業設立の手続き、経営のアドバイス、人員の募集などに協力する。先に進出した企業は工業団

地を建設し、その国内で進出企業を募集し、入居する企業に対して、経営に関するサービスをすべて提供することもよくある。例えば、台湾企業が多く進出している国では、進出した台湾企業が「台商協会」を設立し、台湾企業間の相互協力を促進し、新たに進出台湾企業に協力している。同様に、中国企業も進出先で「中国企業協会」を設立し、会員企業は相互間のビジネスで協力し、新たに進出する中国企業に便宜を図っている。

華人企業としての相互協力は、日米欧企業の対外投資に比べて最大の違いといえる。

第2に、シンガポール、香港、台湾と中国はいずれも途上国であり、企業の対外投資、とくに製造業の投資は途上国企業の特徴を持っている。

製造業の場合は、グリーンフィールド投資が多く、M&Aの投資が比較的少ない。また、進出先で生産拠点の集積、サプライチェーンの構築なども共通し、欧米企業よりも日本企業のやり方に近い。製造業の対外投資は、おもに市場とコスト目当てのものであり、これも日本企業と同様である。ただし、中国の製造業企業の対外投資のほとんどは、現地と周辺の市場を獲得すること、および貿易摩擦を回避することを狙い、すなわち市場目当ての投資であり、まだコスト削減で対外投資をする時代に入っていない。

一方、製造業の場合も企業買収などM&Aを通じて対外投資を進めている。シンガポールと香港企業は一般的に優良企業を買収の対象にするが、台湾と中国企業は一般的に技術と販売チャネルを持ちながら経営問題を抱えている企業を買収する傾向がある。また、買収後、短期間で売却することをせず、比較的長持ちする。すなわち、アジアの製造業企業が海外で行った企業買収の多くは、資産目当てではなく、技術と販売ルートを狙いことが多い。これは、欧米企業と大きく異なるが、日本企業とは類似している。

第3に、アジア企業の非製造業分野における対外投資は、大手企業と中小企業の行動パターンがかなり異なる。

大企業、例えば大手投資会社、財閥企業とコングロマリットは潤沢な資金をもとに企業買収、不動産投資などを進めている。こうした企業の投資手法はおおむね先進国の大企業と同じであるが、買収した企業、あるいは投資した事業を長い時間をかけて育て、価値を十分に上がってから売却する。すなわち、長持ちであることは欧米企業と違う。例えば、香港の財閥企業、ハチソン・ワンポアは、94年にイギリスの通信事業に投資しオレンジという企業を設立し、移動通信3位の上場企業に育って、99年に147億ドルで保有する株式を売却し、数十倍の利益を得た。同社は94年からインドの通信事業に投資し、Hutchison Essarを設立し、同国で大手の移動通信キャリアに育った。2007年2月に、190億ドルで売却し、百倍の利益を得た¹²。ちなみに、Hutchison Essarを買収したのは、日本での通信事業を売却したばかりの英国のボダフーンである。

一方、中小企業の投資は比較的伝統的な方法で行われている。投資業種は飲食、サービス、貿易など、もともと独特な商品とサービスを提供し、もしくはユニークなビジネスモデル

¹² 『徹底検証 アジア華人企業グループの実力』(朱炎編著、ダイヤモンド社2000年)456ページ。中新网記事、2007年2月13日。

で優位性を持つ分野で発展している。

7.2 対日投資の特徴

アジア企業の対日投資も、欧米企業と違う特徴も持っている。アジア企業の対日投資は、製造業、大手投資会社・財閥企業、中小のサービス業企業に分けてその特徴を見る事ができる。

アジア企業のなか、製造業の対日投資は一般的に市場と技術を狙うものである。販売、サービスの拠点を設立し、もしくは技術を持つ企業を買収することがその投資の方法と手段である。台湾企業を除けば、シンガポール、香港と中国の製造業企業の対日投資は規模が小さく、金額的に多くない。

一方、アジアの投資会社や不動産会社の対日投資は、大規模に行われている。一般的には、大型プロジェクトや不動産開発に投資することが多い。投資の手段と方法は、欧米企業の企業買収や不動産購入などの対日投資とほぼ同じであるが、アジア企業によるこのようないい投資は、比較的長持ちすることが特徴である。例えば、シンガポールの投資会社による不動産などの対日投資は、売却と撤退が少ない。香港企業による投資も同じである。前述したパシフィックセンチュリーグループによる丸の内の総合ビル開発の案件は、投資から売却までは8年も経過した。

アジア企業のなかで、中小サービス企業の対日投資は、おもに飲食店、ヘルスケアが多い。これは、独特なサービス内容、もしくは独特なビジネスモデルで日本に市場開拓の目的で行われている。

7.3 アジア企業対日投資の狙い

アジア企業を誘致するためには、まず、こうした企業の日本進出や対日投資の目的を確認する必要がある。国別、企業種類別、また業種別には違うが、共通したこともある。

第1に、大手投資会社や、大手ディベロッパー、財閥企業は、日本進出の目的は企業買収、事業展開を通じて、経営努力によって企業と事業の価値を上昇させ、より大きなリターンを求めることがある。すなわち、キャピタルゲインの獲得が最大の目的である。もちろん、事業のグローバル化、資産の分散などの狙いもある。

第2に、製造業企業は日本進出を通じて、狙うものは基本的に市場と技術である。市場を獲得、維持、拡大するため、日本で販売拠点を設立し、営業活動を展開し、日本企業との関係を強化する。また、販売拡大のため、サービスセンターを設立する必要もある。技術を獲得するためには、情報収集、調達の拠点、研究開発センターを設立する場合もある。さらに、市場と技術を獲得するため、販売チャネル、ブランドと技術を保有する日本企業を買収することもある。また、日本企業のビジネスモデルを習得することも目的の1つである。ほかにも、日本企業との販売、調達、技術提供などの取引関係、協力関係を維持するために、日本で拠点を設立することもある。

第3に、ビジネス関連のサービス企業、例えば通信、物流と金融などの企業は、日本進出の目的がおおむね製造業と同じである。ただし、製造業よりも、事業のグローバル化、サービス拠点のグローバルネットワークの構築をより重視している。

第4に、生活関連のサービス業は、おもに独自の商品、独自のサービス、ユニークなビジネスモデルを持って日本に進出し、店舗を出すことで、対日投資を行っている。例えば、中華風、東南アジア風の飲食店、SPAなどのヘルスケアの店、特産品を販売する小売店が挙げられる。こうした店を1ヶ所に集積し、または特別な方法で販売する動きもある。例えば、各地方都市で中華街建設の計画が多い。

この数種類のアジア企業の日本進出と対日投資の狙い、および選択する投資方式は図表20にまとめられた。

図表20 アジア企業の対日投資の狙いと投資方法

	投資・不動産会社	製造業	ビジネス関連サービス	生活関連サービス
投資の目的				
市場獲得・販売拡大		◎	◎	◎
技術獲得		◎		
素材・部品の調達		○		
キャピタルゲイン	◎		○	
情報収集	○	○	○	
取引先との関係を維持		○	○	○
ビジネスモデルの習得と応用	○	○	○	○
資産の分散、リスク分散	○	○	○	
グローバルネットワーク		○	◎	
投資の手段				
企業買収	◎	○	○	
大型開発の参加	◎		○	
代表事務所	○	◎	○	○
現地法人	○	◎	○	○
研究開発センター		○		
サービス拠点		○	○	○
出店			○	◎

7.4 投資先としての日本の優位性と弱点

アジア企業の対日進出の狙いに照らして、アジア企業を誘致することに当たって、投資先としての日本の優位性と弱点も認識しなければならない。

優位性としては、第1に、日本は大きな市場である。しかも日本市場では、販売する製品に対して、品質、グレード、ブランドの基準が高い。アジア企業、とくに製造業企業にとって、日本での販売拡大は、企業自身の発展に大きなメリットがある。

第 2 に、日本はアジア最大の先進国であり、金融、物流、法律、会計など、ビジネス関連サービスとサポート機能も健全である。アジア企業にとって、日本で資金調達、上場、物流、特許などの面で、メリットがある。

第 3 に、日本は技術大国でもある。今まで、アジアの製造業企業の多くは、日本企業の技術協力と技術移転のもとで発展してきた。日本経済の産業高度化と産業再編のなか、子会社、事業、工場、及び製品や技術がスピンドルアウトされ、その買い手を捜す必要もあり、アジア企業は受け皿になれる。アジア企業にとって、対日投資で技術を持つ日本企業を買収すること、日本で研究開発を行うことは大きな魅力がある。

しかし、アジア企業の誘致に当たって日本の弱点も見逃してはいけない。

第 1 に、日本は先進国であり、生産コストと物流コスト、そして企業を運営するコストも高く、アジアの製造業企業が持つ低コストによる大量生産などの優位性を発揮できない。また、投資会社や、不動産ディベロッパーにとっては、日本に投資する収益は、自国やアジア諸国など他の投資先に比べて比較的低い。

第 2 に、アジア企業にとって、日本は大きな市場であるが、メインの輸出市場はやはりアメリカ、そして欧州である。しかも、日本は成熟する市場であり、投資によって販売をさらに大幅に拡大させることができない。

第 3 に、日本の社会や市場は比較的閉鎖的である。とくにアジア企業が日本企業を買収しようとする際には、さまざまな面で抵抗に遭遇し、嫌われることが多い。

第 4 に、日本では華人企業の力がまだ弱い。すでに述べたが、シンガポール、香港、台湾と中国の企業はいずれも華人企業であり、対外投資の際、現地の華人企業に協力を求めるのみならず、進出する華人企業同士も相互間で協力している。日本では、従来の華人・華僑の経済力が弱く、おもに飲食業と貿易を営んでいる。対日投資で日本に進出した華人企業がまだ少なく、実力も弱い。華人企業の実力が弱いことは、アジアの華人企業の対日投資にとってマイナス要因になろう。

ちなみに、2007 年 5 月から、日本で企業を買収する場合、海外の親会社がその株式で支払うことができる「三角合併」が解禁された。解禁によって、外資による日本での企業買収がしやすくなり、対日投資が大幅に拡大すると期待される。アジア企業にとって、「三角合併」の解禁によって、対日投資が当然やりやすくなるが、対日投資を拡大する効果は欧米企業に比べて小さい。その理由として、まず、アジア企業の対日投資は、企業買収の形態をとるのはまだ少ない。次に、アジア企業のなかには大手企業もあるが、一般的に規模が大きくなれない。買収企業の時価総額が買収対象の企業より大幅に上回らなければ、「三角合併」のメリットを享受できない。さらに、日本そして世界におけるアジア企業の知名度がまだ低く、実力も強くないため、日本企業の株主が「三角合併」を受け入れ、アジア企業の株式を保有する意欲が低い。したがって、「三角合併」の解禁は、アジア企業に対して、対日投資を促進する効果が小さいといえよう。

8. アジア企業の対日投資への誘致策

以上では、アジア企業の対外投資と対日投資の実態、アジア企業のグローバル戦略と対外投資の特徴を検討した。また、アジア企業の対外投資の狙いも確認した。こうした特徴と狙いを踏まえて、日本はアジア企業の対日投資を如何にして誘致し、拡大させるかについて、とるべき措置を検討する。

8.1 アジア企業の誘致に必要な対策

アジア企業の対日投資の狙い、投資の形態、投資先として日本の優位性と弱点に基づき、アジア企業の対日投資を促進するためには、アジア企業の狙いに応え、アジア企業から見た日本の優位性を発揮でき、弱点を克服できる対応が必要となる。以下の対策が必要であると提案できる。

第 1 に、誘致の重点を再確認し、企業誘致のプライオリティーを調整する必要がある。現段階では、対日投資を誘致する最重要のターゲットはやはり欧米企業である。対日投資の多様化、とくに日本における外資のビジネスモデルの多様化を図りたい場合、欧米企業に加え、アジア企業も重点的に誘致すべきである。

また、アジア企業を誘致する対象に関しても、プライオリティーを付ける必要がある。現在、アジア企業を誘致する政府の関連機関の誘致対象と重点分野として、投資会社、不動産会社、製造業企業よりも、飲食業、SPAなどの生活関連サービスを重視する傾向がある。その原因は、対日投資を行っているアジアの投資会社、不動産ディベロッパー、製造業企業は比較的に大規模で、市場調査、関連手続きを自ら実施することができるが、生活関連のサービス業のほとんどは中小企業であり、日本の政府関連機関の協力を必要とする。しかし、対日投資の規模、日本経済への影響力から考えると、誘致に力を入れる優先順位は、投資・不動産、製造業、ビジネス関連サービス、生活関連サービスの順に、プライオリティーを調整すべきである。

第 2 に、アジア企業の技術獲得という期待をかなわせ、支援することである。アジア企業、とくに製造業企業にとって、技術を保有する日本企業を買収し、出資するほか、日本の技術人材、研究機関と大学などの研究施設、また研究開発の蓄積を活用し、日本で研究開発活用を行えることも魅力的である。誘致策の 1 つとして、こうした企業が日本で研究開発センターの設立、日本の企業と研究機関との共同研究、共同での製品開発を奨励、支援することである。

第 3 に、アジア企業の日本での企業買収を斡旋し、奨励、支援することである。アジアの製造業企業、とくに台湾と中国の企業は、技術やブランド、また販売ルートを持つが、経営に問題を抱えている日本の中小企業を買収することに興味がある。実際、このような中小企業は日本に大量に存在する。同時に、後継者問題を抱え、今後廃業を免れない中小企業も数多くある。こうした経営の継続が難しい中小企業をそのまま放置すれば、失業、

技術の消滅、大企業の下請けという産業構造の乱れなどの問題が生じてしまう。行政としては、融資などの支援を実施するほか、外資による資本参加と買収を奨励し、とくにアジアの製造業企業への紹介、斡旋を強化すべきである。ドイツ政府は、中国で行われた投資説明会、セミナー、商談会などの投資誘致活動において、後継者問題で廃業の可能性がある中小企業を重点的に紹介している¹³。これは、日本にとっても参考になろう。

日本の企業が外国企業によって買収されることは、日本の技術が流失してしまい、競争相手を育てるなどの懸念が存在し、外資による企業買収の障害にもなっている。実際、日本企業は絶えず経営革新と高度化を図っている。また、経済の発展や経営環境の変化に対応して、産業の再編、企業の選択と集中が常に行われている。その過程中には、日本企業が所有する子会社、事業、生産工場は、技術と製品が陳腐化したため、もしくは中核事業にならない場合、整理の対象になり、スピンドルアウトされる。いままで、このようなスピンドルアウトされた事業は、日本で売却するか、もしくは途上国、例えば中国と ASEAN 諸国に移転するかによって、事業が存続する。売却も海外移転もできなければ、例えば多くの中小企業は、事業が消滅し、商権と技術も消えてしまう。こうしたスピンドルアウトされたものを外資に売却する場合、欧米企業はこうした資本価値の低い事業に興味がないが、アジア企業、とくに製造業企業は、日本企業との技術レベルの差があるので、スピンドルアウトされる事業を宝とみるであろう。すなわち、アジア企業の日本での企業買収は、日本企業のスピンドルアウトを日本で引き受けることができる。日本企業にとっては、陳腐化したもの、放棄したものをスピンドルアウトし、荷物を降ろすことができれば、新しい産業、より高度な技術と製品を発展させることができると、技術的な優位性を保つこともできる。この意味では、アジア企業による日本での企業買収は、日本企業の高度化と事業再編にプラス効果があり、奨励すべきであろう。

第 4 に、アジア企業の対日投資を促進するためには、日本にある華人企業の組織を活用し、日本在住華人の起業、企業経営を支援すべきである。すなわち、アジア企業を誘致するため、華人ネットワークを活用すべきである。これについては以下で詳しく検討する。

8.2 華人ネットワークの活用が重要

すでに述べたが、アジアの華人系企業の対外投資には、投資先の華人企業、および先に進出した企業は、進出に協力するなどで、大きな役割を果たしている。

日本では、華人企業の実力が弱いことは、華人企業誘致の弱点となっている。しかし実際、日本にある華人企業、華人企業の組織、および進出した企業の組織はすでに存在し、活動している。

例えば、日本在住の華人が経営する企業と経営者の組織として、数百のメンバー(企業もしくは経営者個人が会員)を有する「日本中華総商会」が活動している。メンバーのうち、

¹³ 中国浙江省での調査では、ドイツ政府が現地で開催した数回の投資誘致のセミナーでは、後継者不足の中小企業への中国企業の買収を呼びかけていることが分かった。

従来日本に居住していたいわゆる華僑が起こした企業も含まれるが、大部分はこの 20 年間留学などで来日した中国人が起こした企業である。また、日本に進出した中国の大手企業で構成される「在日中国企業協会」は、数十社のメンバーを有する。さらに、日本に進出する香港系企業とその経営者で構成される「太平商会」は、100 以上のメンバーを持ち、そのうち大手企業・財閥系企業は 40 社以上もある。在日台湾企業の組織は「在日台商聯誼会」であり、約 150 社がメンバーとなっている。シンガポール企業も同じような組織を設立し、活動している。こうした組織は、日本に投資したい華人企業に情報提供、アドバイスなど、対日投資を促進する役割を果たしている。日本は華人企業の対日投資を拡大するためには、こうした組織を投資誘致に活用すべきである。

日本の対内投資の誘致活動は、日本の華人企業とその組織を経由して、アジア、そして全世界の華人企業に発信できる。2007 年 9 月に、第 9 回「世界華商大会」が神戸で開催される。この大会は、世界の華人財界の親睦を促進するイベントであり、全世界から少なくとも 3,000 人の華人財界人が出席する。日本にとって、これはアジアの華人企業に対して、対日投資の誘致活動のチャンスになる。

日本における華人の創業、その事業の成功は、デモンストレーション効果などを通じて、日本に投資したいアジアの華人企業に大きなインパクトを与え、励ますことになる。日本にある華人企業の成功は、日本に進出したい華人企業が抱える日本でのビジネスが難しい、儲からない、外国企業には閉鎖的である、などの懸念を解消することができる。また、こうした日本で成功した華人企業は、進出したい華人企業にとって、日本での企業経営の手本にもなる。こうした成功した華人企業が大量に現れることは、日本進出したいアジアの華人企業に対して、日本投資を働きかけ、呼びかけるほか、進出する際に協力もしやすくなる。結果として、対日投資の誘致に貢献する。そのため、華人の日本での起業、企業の発展を奨励、支援することは、結果的に対日投資の促進という効果を果たせる。

従来、在日華人企業の経営分野は飲食業など限られ、経営規模と影響力はいずれも小さかった。近年、留学で日本の大学で勉強し、専門知識を身につけた華人、おもに中国人は日本でベンチャー企業を起こし、大きく成長する事例が増えている。そのうち、華人が日本で起こした事業が大きく成長し、上場を果たした企業は、確認できる限り 5 社もある(図表 21)。上場を計画している華人企業も大量にある。ほかにも、上場企業を数社買収した中国人経営者もある。

図表 21 日本で上場した中国人が経営する企業

企業名	業種・業務内容	設立時期	上場先(時期)	創業・経営者
ソフトブレーン (4779)	情報・通信業：経営ソフト開発販売	1992	東証マザーズ(00.12) 東証一部(05.6)	宋文洲(中国人留学生)
イーピーエス (4282)	サービス業：臨床試験のデータ処理	1991	JASDAQ(01.7) 東証一部(06.9)	嚴浩(中国人留学生)
SJ ホールディングス(2315)	情報・通信業：ソフト開発	1989	JASDAQ(03.3)	李堅(中国人留学生)
ミホウジャパン (2880)	食料品：冷凍食品の製造販売	1994	ヘラクレス(04.12)	高島順(中国出身、来日)
ストリーム (3071)	小売業：情報機器のネット販売	1999	東証マザーズ(07.2)	劉海涛(中国人留学生)

(出所) 東京証券取引所資料などによりまとめ。

(注) 企業名における括弧内の数字は証券番号。宋文洲は 2006 年 8 月にソフトブレーンの会長、取締役を辞任、同社のマネージメントアドバイザーに就任。

したがって、日本は、在日華人、とくに中国人の起業、その事業の発展に対して奨励し、融資、上場など資金面の支援を強化すべきである。すなわち、アジアの華人企業の対日投資を促進するために、在日華人の事業を支援すべきである。

参考文献

- ・顔尚強 2007 『シンガポール経済を主導する GLC(シンガポール政府系企業)』 シンガポール日本商工会議所
- ・財団法人国際経済交流財団 2007 「アジアとの相互依存関係の中での外国資本・労働・技術の導入を活用した我が国将来ビジョンの調査研究報告書」
- ・朱炎 2005a 「中国企業の対外投資とグローバル戦略」富士通総研『研究レポート』No.232
- ・朱炎 2005b 『台湾企業に学ぶものが中国を制す』東洋経済新報社
- ・朱炎 2000 『撤退検証 アジア華人企業グループの実力』ダイヤモンド社
- ・朱炎 1998a 「アジアの華人企業グループ——その発展、経営の特徴 通貨危機の影響と今後の展望」富士通総研『研究レポート』No.39
- ・朱炎 1998b 「華人企業ネットワークの新展開」富士通総研『研究レポート』No.22