

日本の国際競争力と中国の対日直接投資

商学部教授 広瀬憲三

日本企業は近年、中国・韓国企業に世界市場で押され、液晶テレビをはじめ多くの家電製品でシェアを落としている。一方、中国は、急速な経済成長を遂げ、GDPベースでは日本を抜き、アメリカについて世界第2位となっている。このような中国の企業は、近年、レナウンの買収など日本の企業と合併、買収をするケースが増えてきており、日本のブランドを武器にさらなる拡大を続けている。

はたして、日本の国際競争力は低下しているのだろうか。また、中国企業による日本企業の買収によって日本企業は今まで培ってきたブランド・技術を中国に奪われ、衰退してしまうのだろうか。

「日本の国際競争力は低下しているか？」(松永宣明 商工金融 62巻2号 2012.2)は、日本の国際競争力は低下していないと主張している。アメリカはソフト、金融で強い競争力を維持しており、液晶テレビ、パソコン、スマートフォンなどの家電を輸入に頼っているとあって、競争力が低下しているとはだれも考えない。同じように、日本も家電など耐久消費財について世界市場で韓国・中国に負けるような状況であっても一般機械、電気機械などの資本財の輸出では強い競争力を持っているという。韓国・中国が耐久消費財の輸出を増やすことは、それらを生産するための資本財に対す

る需要が増え、日本の資本財輸出が拡大するという関係にある。日本の資本財の輸出は1985年の17兆円から2010年の21兆円へと増大している。しかもこの時期大幅な円高が進んでいることを考えると、純輸出では3~4倍に拡大しており、今後も高い技術力を保持し、資本財を輸出する体制であるならば、国際競争力を維持することができると述べている。

中国は近年、急速に海外への投資、企業の買収を拡大させている。中国の対外直接投資額は、2010年には680億ドルとなり日本を抜いて世界第5位となっており、日本への直接投資は、3億4000万ドルと前年に比べて4倍以上に拡大している。このような中国企業の海外進出について述べた論文として、「中国企業の対日直接投資・買収」(郭四志 帝京経済学研究 45巻1号 2011.12)、「急増する中国対外直接投資—ファイヤーセールFDIの視点から—」(青木浩治 甲南経済学論集 52巻1-2号 2012・1)がある。

郭論文では近年急速に拡大している中国の対外直接投資、特に日本に対する直接投資・企業買収について、その特徴と中国企業の狙いについて分析しており、中国企業による対日投資が拡大する背景として、「高度成長を背景とした企業収益の増大により投資余力が高まる中、日本企業が持ってい

る技術、ブランド、ノウハウなど経営資源を吸収し、自社の競争優位・経営資源を強化させる狙い」であると主張している。ただこのような中国企業の対日進出は日本にとってマイナスとはいえないと考えている。「経営の苦境に陥った日本企業や中国に進出しようとする企業にとっても、資金面での支援に加え、急成長する13億の中国市場への足がかりを得られるというメリット」は大きく、日本企業は中国の対日投資を積極的に活用し、グローバル化を進めていくべきであると述べている。

青木論文では、中国の対外直接投資の特徴を、①中国の対外直接投資残高をみると国有企業によるものは圧倒的に大きい、②中国の対外直接投資のうち、製造業についてみると、途上国むけについては繊維、電気などで生産移管型が多くみられるが、先進国向けについては、「その多くがM&Aによる広い意味での技術・ノウハウ・ブラン

ド獲得を」目的としている、と考える。また、中国の対外直接投資の拡大の背景として、2000年代になされた商務部関連、外貨管理局関連の対外直接投資に関する規制緩和が重要であると指摘している。さらに、中国企業による近年の対外直接投資は「何らかの意味で経営不振に直面していた」企業をターゲットとしたファイヤーセール対外直接投資が増大しているとし、グローバル金融・経済危機による財務困難に直面した企業の増加と急速な経済成長による中国企業の財務面での優位性に焦点を当てて中国の対外直接投資の加速化を説明する理論的枠組みを提示している。

日本企業がグローバル経済の中で、国際競争力を持ち続けるためには、積極的に世界の企業と競争する中で、新たな技術、独自の技術を生み出していくことが重要であり、国全体としてもそれを後押しするような政策が求められる。