

第 2 部

日系企業のアジア展開と海外進出の課題

日本企業の中国進出の現状と課題

丸屋豊二郎

第1節 中国投資ブームの再来

1. 2000年から拡大に転じた対中投資

近年、中国への直接投資が急増している。米欧からの投資が相変わらず好調であるのに加え、アジア経済危機後、低迷していた日本、台湾、韓国などのアジア諸国からの投資が2000年になって回復したことが大きな要因である。特に最近では、アセアンから中国へシフトする企業もみられ、中国投資ブームが再来している。

中国の直接投資受入額は90年代に入って急増し、96年には400億米ドル（実行額）に達した。しかし、実行額においては98年の455億米ドルをピークに、また契約項目、契約額では93年をピークに減少傾向にあった。ところが、2000年になって中国の対内直接投資は再び増加に転じ、2000年には契約件数で32%、契約金額で51%と大幅に増加し、2001年には2000年実績をさらに上回っている。中国対外貿易経済合作部の速報によると、2001年には契約項目26,139件（前年比16%増）、契約金額691.91億米ドル（同10%）、そして実行額において468.46億米ドル（同15%増）に達した（表1）。

とりわけ、2000年に入って日本、台湾、韓国からの直接投資が急増している。2000年にはこれらの国・地域からの投資が契約件数・金額で大きな伸びを示したのに続いて、2001年には実行額においても著しい伸びを見せた。中でも2001年には日本は実行額において45.8億ドルの投資を行い米国について第4位であるが、伸び率では57%でトップとなった。台湾は国・地域別統計では31.6億ドル（実行額）で第5位であるが、バージン諸島やケイマン諸島など英領植民地を経由した間接投資が多く、これらを合わせると100億ドル前後に達するものと推定され、実質的には香港に次いで堂々第2の投資地域である。また、韓国も2000年、01年と急増し、実質的には、香港、台湾、米国、日本に次いで第5位の投資国に浮上した（表2）。

表1 対中直接投資額と前年比増加率の推移：1990—2001年

	契約件数		契約額		実行額	
	件数	%	億米ドル	%	億米ドル	%
1990	7,273		65.96		34.87	
1991	12,978	78.4	119.77	81.6	43.66	25.2
1992	48,764	275.7	584.24	387.8	110.07	152.1
1993	83,437	71.1	1,114.36	90.7	275.15	150.0
1994	47,549	-43.0	826.80	-25.8	337.67	22.7
1995	37,011	-22.2	912.82	10.4	375.21	11.1
1996	24,556	-33.7	732.77	-19.7	417.25	11.2
1997	21,001	-14.5	510.04	-30.4	452.57	8.5
1998	19,799	-5.7	521.02	2.2	454.63	0.5
1999	16,918	-14.6	412.23	-20.9	403.19	-11.3
2000	22,532	33.2	626.57	52.0	407.72	1.1
2001	26,139	16.0	691.90	10.4	468.45	14.9

(出所) 『中国統計年鑑』各年版、対外貿易経済合作部でのヒアリング

表2 2001年の投資国・地域別対中投資の状況

	契約件数		契約額		実行額		前年比増加率 (%)		
	件数	%	億米ドル	%	億米ドル	%	件数	契約額	実行額
中国香港	7,976	30.5	205.98	29.8	169.63	36.2	10.8	21.4	8.8
バージン諸島	1,500	5.7	97.67	14.1	50.58	10.8	29.6	16.6	32.0
米国	2,594	9.9	75.05	10.8	48.58	10.4	-0.6	-6.2	10.8
日本	2,003	7.7	53.51	7.7	45.78	9.8	24.1	45.4	57.0
台湾	4,196	16.1	69.03	10.0	31.58	6.7	35.0	70.8	37.5
韓国	2,933	11.2	35.05	5.1	19.73	4.2	14.3	47.0	32.5
ドイツ	275	1.1	97.50	14.1	12.60	2.7	-6.1	-66.4	21.0
英国	269	1.0	15.66	2.3	10.61	2.3	3.1	87.8	-8.8
フランス	150	0.6	5.14	0.7	5.85	1.2	9.5	-18.9	-31.4
中国マカオ	457	1.7	5.02	0.7	2.76	0.6	5.5	44.3	-20.5
総計	26,139	100.0	691.90	100.0	468.45	100.0	16.0	10.4	14.9

(出所) 中国対外貿易経済合作部でのヒアリング

2. 対中投資急増の背景

こうした急増する対中投資の背景には、中国のWTO加盟が挙げられる。中国はWTO加盟に際して、(1)大幅な輸入関税の引き下げ、(2)輸入ライセンスの撤廃など広範で構造的な非関税障壁の撤廃、(3)貿易権の自由化などいっそうの規制緩和、(4)ローカルコンテンツ要求、輸出入バランス要求など貿易関連投資措置 (TRIM) 協定、(5)サービス部門 (流通、金融・保険、旅行・観光、通信、運輸など) の開放 (GATS)、(6)著作権保護法や商標保護法など知的財産権に関する協定 (TRIPS) を受け入れることで合意した。こうしたグローバルな貿易・投資ルールを中国が受け入れたことで、中国市場がいっそう開放され、かつ中国の経済制度の透明性が

増大するとの期待が外国企業の対中進出を加速している。

しかし、アジア諸国が対中投資を増加させた背景には、もう1つの要因、アジア企業のグローバル化への対応がある。97年のアジア経済危機を契機に日本などアジアの企業は、急速に進展するグローバル化に積極的に対応し始めたことである。グローバル化の進展で世界的に競争が激化する中で、製品の低価格化とリードタイムの短縮を迫られた企業はいつその現地化を図ると同時に、これまでアセアンを中心とした生産分業から中国を含めたアジア大の規模で生産分業を展開するようになった。つまり、企業はアセアンだけでなく中国を含めた東アジア地域での最適生産、調達を模索するようになり、その結果、巨大な国内市場を擁し、かつコストパフォーマンスが高く、産業集積あるいは技術蓄積で比較優位に立つ中国が生産拠点として俄然注目されるようになったということである。

このため、最近ではアセアンから中国へ生産基地をシフトする企業も増えている。特に顕著なのは台湾企業である。台湾企業は80年代後半に生産コストの上昇に対応すべくマレーシアなどアセアンへ進出したが、対中投資が認められると次第に投資先を中国本土に移し、90年代中頃には台湾の中小企業はほとんどアセアンから姿を消したといわれている。また、日本企業も依然としてアセアンが重要な生産拠点であることに変わりはないが、ミノルタが一瞬レフ工場をマレーシアから中国にシフトするなど一部の企業にアセアンから中国シフトが見られるほか、最近では新規投資や設備の増設はアセアンではなく、中国に向かうケースが増えている。

3. 最近の対中投資の特徴

それでは、最近の対中投資はどのような特徴をもっているのでしょうか。まず、地域的な特徴としては、沿海地域、とりわけ、上海、江蘇、浙江などの長江デルタ地域あるいは華東地域に多いことである。中国沿海地域は直接投資総額の87%を占めるが、このうち広東、福建などからなる華南地域が39%を占め最も多いが、長江デルタ地域も1市2省だけで28%を占める。しかし、増加率を見ると、92年以降、長江デルタ地域が最も高く、01年1—9月には上海が対前年同期比で契約額66%増、実行額42%増、同様に江蘇がそれぞれ78%増、23%増、浙江67%増、13%増となっている。

近年、長江デルタ地域に外国企業の進出が増えている理由としては、(1)この地域は工業化で発展した歴史を持ち技術・技能の蓄積を有すること、(2)多くの大学が存在し優れた人材を調達できること、(3)上海はこれまで国内流通の拠点として発展してきたこと、(4)欧米の多国籍企業の多くが上海に中国総本部を設けていること、である。したがって、国内販売を狙って進出する企業は上海のこれまで蓄積されてきた国内流通ネットワークを利用するため上海周辺に工場立地するケースが多く、また、欧米の多国籍企業からOEM受託しているIT企業あるいはEMS企業が多国籍企業の中国総本部がある上海周辺に工場を設けることは受注、製品開発、生産などの面でメリット多い。こうしたことが国内販売だけでなく、輸出生産基地としても外国企業

に上海周辺が注目されだした理由である。

この他にも最近の対中投資についていくつかの特徴がある。業種別に見ると、ITなど電子通信産業への投資が多いことである。対中投資の7割が製造業向け投資で、そのうちの26%（全体の18%）が電子・通信である。特にアジア経済危機以降、この分野への投資が著しく増加している。世界のIT産業をリードする台湾系企業の進出が顕著で、今日ではIT機器の大部分は中国生産で、かつその70%は台湾企業によるものであるとさえ言われている。また、進出形態では、最近、独資（100%出資）が増えている。WTO加盟を控え、中国が2000年末に外資法を改正し、資本出資比率義務を撤廃したことが原因である。国内販売を狙った外資の進出でも、規制業種を除き、独資での進出が可能となったことが大きく影響している。

もう1つの大きな特徴は、これまで中国への投資といえば、どちらかといえば、労働集約的な分野が多かったが、最近ではハイテク分野への直接投資も増えている。アジア危機以降、経済のグローバル化と情報化の進展に伴い、アジア大の生産分業構造構築へ向けた分業再編とプロダクトサイクルの同時期化が影響している。こうした動きを象徴するように、最近、日本企業のハイテク分野への大型投資案件が目立っている。具体的には、長江デルタ地域だけでも、NEC、日立、TDK（以上、半導体）、京セラ（携帯電話用デバイス）、東芝、ソニー（パソコン）、松下（PDP）、キャノン（複写機）などの進出が相次いでいる。

第2節 日本企業の対中投資の実態—日系企業実態調査結果

それでは、日本企業の対中投資の現状はどのようになっているのであろうか。ジェットロが2001年10月に実施した「日系製造業活動実態調査」をもとに見てみることにしよう。01年に実施した調査対象企業の概要に表3のとおりである。これを見ると、回答企業629社中、上海周辺の企業が271社、北京周辺の企業145社、華南の企業が108社、大連105社となっている。

1. 改善した収益状況、背後に投資環境の改善

まず、中国に進出している日系企業の収益状況であるが、7割から4分の3の企業が黒字と答えている。従来、中国での操業は儲からないというのが通念であったが、最近、ハード、ソフト両面の投資環境の改善で収益が改善している企業が増えていることをジェットロの調査は裏付けている（表4）。

2000年の営業収益が黒字である企業が75%で、01年も黒字見込みの企業が70%と非常に高い。逆に赤字である企業は2割前後というのが最近の実態である。この背景には、90年代初めの劣悪なインフラ（道路、電力、通信など）が改善されたほか、WTO加盟を控えて中国の経済法制度が徐々に整備され、中国独特の商習慣や乱収費、それに行政手続きの煩雑さなどが

表3 中国進出日系企業実態調査・対象企業の概要

	企業数	シェア (%)
<回答企業数>	629	(100.0)
<地域別分類>		
北 京	145	(23.1)
上 海	271	(43.1)
大 連	105	(16.7)
華 南	108	(17.2)
<業種別構成>		
食品・農産品加工	35	(5.6)
繊維・アパレル	75	(11.9)
木材・家具等	16	(2.5)
化学・プラスチック製品	75	(12.0)
ゴム・窯業等	25	(4.0)
非鉄・金属製品	52	(8.2)
一般機械	31	(4.9)
電気機械・機器	67	(10.7)
電気・電子部品	113	(18.0)
自動車・2輪車	46	(7.3)
精密機器	18	(2.9)
その他	76	(12.1)
<設立年>		
1969年以前	8	(1.3)
1970—1979年	9	(1.4)
1980—1985年	9	(1.4)
1986—1990年	61	(9.7)
1991—1995年	385	(61.4)
1996年以降	155	(24.7)
<輸出(国内販売)比率>		
100% (0%)	132	(21.2)
99—70% (1—30%)	177	(28.5)
69—50% (31—50%)	49	(7.9)
49—30% (51—70%)	46	(7.4)
29—1% (71—99%)	132	(21.3)
0% (100%)	47	(13.8)

(出所) 『2001年度ジェトロ日系製造業活動実態調査』(表3～表10)

表4 日系企業の営業損益状況と改善・悪化理由

<営業損益>	黒字	均衡	赤字
2000年の営業損益(実績:社)	460	28	128
同 上 (%)	(74.7)	(4.5)	(20.8)
2001年の営業損益(見込み:社)	453	74	115
同 上 (%)	(69.6)	(11.9)	(18.5)
<前年比での営業損益状況>	改善	横ばい	悪化
2000年比での01年の収益状況(社)	279	121	218
同 上 (%)	(45.1)	(19.6)	(35.3)
2001年比での02年の収益状況(社)	302	207	105
同 上 (%)	(49.2)	(33.7)	(17.1)
<営業損益が改善する理由>	企業数	シェア (%)	
国内販売の拡大による売上増加	158	(56.8)	
調達コストの削減	138	(49.6)	
輸出拡大による売上増	119	(42.8)	
その他支出の削減	67	(24.1)	
<営業損益が悪化する理由>	企業数	シェア (%)	
販売価格引下げによる売上減少	136	(65.4)	
輸出低迷による売上減少	110	(52.9)	
競争激化による売上減少	71	(34.1)	
国内販売低迷による売上減少	57	(27.4)	

近年急速に改善されてきたことがある。これまで輸出型企業はおおよそ黒字で、国内販売型企業は概ね赤字といわれてきたが、今回の調査結果によると、70%以上を国内販売に頼っている企業が39% (240社) 占めていることを考慮すると、国内販売型にも黒字に転換する企業が増えていることを示している。

したがって、在中日系企業の収益に影響を与える要因は、従来のインフラあるいは経済法制度の未整備といった問題から内外の市場動向あるいは当該企業の競争力といった本質的な問題

へと移りつつある。今回の調査でも01年に収益が「改善」したと答えた企業は45%で、「悪化」したと回答した企業が36%であったが、改善理由としては、(1)「国内販売の拡大による売上増加」(57%)、(2)「関連コストの削減」(50%)、(3)「輸出拡大による売上増加」、(4)「その他支出の削減」となっている。一方、収益が悪化した理由では、(1)「販売価格引下げによる売上減少」(65%)、(2)「輸出低迷による売上減少」(53%)、(3)「競争激化による売上減少」(34%)が多い。これらから判断する限り、中国で操業する日系企業の収益状況は、内外市場の動向や企業の競争力に左右されるようになったことを示している。

これらの調査結果は、同時に日本企業の中国での事業展開が好転する方向に向かっていることを示している。01年は日本経済の長期低迷に続き、米国経済までが減速し事業環境は前年に比べ悪化したにもかかわらず、01年の在中日系企業の収益状況について半分近くの企業が改善していると答えている。また、02年の営業損益見通しについても、「改善」と答えた企業が49%と約半分に達し、「悪化」と答えた企業が17%に過ぎないことから、日本企業の中国でのビジネス展開が好転し、今後ますます中国進出ラッシュに拍車がかかるものと思われる。

2. 激化する競争と進む現地化

しかし、在中国日系企業を取り巻く環境は内外ともいっそう厳しさを増している。収益が悪化していると回答した企業の理由が、競争激化やそれに伴う販売価格の引下げであったことから明らかである。今回の調査でも、最近の国内外の市場において他社製品との競争が厳しくなっているかとの質問に対して、「国内、国際市場でも競争が激しくなっている」と答えた企業が340社(55%)で最も多く、「国内市場での競争が激しくなっている」と答えた企業も176社(28%)に達する。実に回答企業の67%の企業が海外市場において、また同83%の企業が国内市場で競争激化していると感じており、「競争激化は感じない」という企業はわずか5%に過ぎない。

しかもその競争相手は国内、海外でも中国製品が主流になりつつある(表5)。まず、中国市場での競争では、輸入品との競争よりも中国生産品との競争が激しく、競争相手は地場企業、とりわけ日系企業が最も多く、次いで台湾系企業、欧米系企業の順である。また、輸入品との競争では、その過半は日本製であり、現地日系企業の製品と日本からの輸入品を合わせるとほぼ半分に達する。進出日系企業の競争相手は、確かに中国製品との競争が激しくなっているが、同時に中国市場を舞台に日本企業同士の競争が激化しているのも事実である。次に海外市場での競争相手を見ると、「日系企業(在中国)」が154社(43%)で最も多く、次いで「中国企業(香港含む)」、「韓国または台湾企業」、「日系企業(在アセアン)」となっている。海外市場においても中国で生産された製品との競争が激化する方向にあり、アセアンなど中国以外の日系企業の製品との競争はその半分に満たない。

表5 中国国内及び海外での競争相手

	企業数	シェア (%)
1. 国内での競争相手		
＜回答企業数＞	629	100.0
中国生産品	492	78.2
（地場企業）	(339.0)	(53.9)
（進出日系企業）	(230.0)	(36.6)
（進出台湾系企業）	(115.0)	(18.3)
（進出欧米企業）	(102.0)	(16.2)
輸入品	137	21.8
（日本製）	(71.0)	(11.3)
（台湾製）	(51.0)	(8.1)
（欧米製）	(41.0)	(6.5)
（アセアン製）	(13.0)	(2.1)
2. 海外での競争相手		
＜回答企業数＞	360	100.0
日系企業（在中国）	154	42.8
中国企業（含香港）	111	30.8
韓国・台湾企業	96	26.7
日系企業（在アセアン）	63	17.5
欧州企業	60	16.7
日系企業（その他地域）	55	15.3
米国企業	43	11.9
アセアン企業	16	4.4

表6 激化する競争への対応策

対応策	企業数	シェア (%)
現地調達率の引き上げ	328	55.2
生産品目の高付加価値化	316	53.2
人材育成・スタッフの現地化	239	40.2
マーケティングの強化	223	37.5
経営合理化	210	35.4
物流システムの効率化	90	15.2
経営戦略・意思決定の現地化	62	10.4
アウトソーシング	34	5.7
回答企業数	594	100.0

表7 原材料・部品の調達先

進出国・地域	企業数	シェア (%)
中国国内での調達	554	94.1
（中国系企業）	(488.0)	(82.9)
（日系企業）	(367.0)	(62.3)
（台湾系企業）	(136.0)	(23.1)
（他アジア企業）	(63.0)	(10.7)
（その他）	(50.0)	(8.5)
日本からの輸入	523	88.8
韓国・台湾から輸入	125	21.2
アセアンから輸入	84	14.3
欧州から輸入	44	7.5
米国から輸入	34	5.8
回答企業数	589	100.0

こうした競争は、品質や機能、あるいは納期、商品差別化という分野より現地での販売価格や輸出価格の面で顕著である。したがって、低価格競争から脱却するため「生産品目の高付加価値化」に取り組む企業やいっそうのコスト削減を図るために「経営合理化」や「マーケティングの強化」に取り組む企業もあるが、多くの進出日系企業は低価格競争に対応するため、よりいっそうの現地化を進めている（表6）。具体的には、「現地調達比率の引き上げ」（328社：55%）や「人材育成・スタッフの現地化」（239社：40%）である。

中国へ進出した日系企業の現地化は、2、3年前から始まっている。例えば、原材料・部品の調達先を見ても、既に9割以上の企業が現地調達を実施しており、原材料・部品の過半数を地場中国で調達している企業は290社（49%）に達する。中でも最近、地場中国系企業から部材を調達する日系企業が増えている。表7をみると、現地調達のうち中国系企業からの調達が82%と最も多く、日系企業からの部材調達（62%）を大きく上回っている。また、中国進出日系企業は台湾企業から部材を調達する企業が増えているのも最近の特徴である。地場台湾系企業から部材を調達している日系企業は23%に達するほか、台湾から部材を輸入する企業も比較

的多い。

原材料・部品の現地調達の流れは、今後も加速する方向にある。激化する競争への対応からも明らかであるが、今後の原材料・部品調達の方針について、「現地調達を拡大する」と答えた企業が492社（80％）に達し、「日本からの輸入を拡大」（12社：2％）、「韓国・台湾からの輸入を拡大」（25社：5％）、「アセアンからの輸入を拡大」（15社：2％）を大きく上回っている。そして現地調達を拡大する具体的な手段としては、「地場（中国）企業の育成・地場（中国）企業からの調達拡大」が359社（74％）と最も多く、「進出日系企業からの調達拡大」は143社（29％）で、「日本の生産協力会社に対する現地生産要請」と答えた企業はわずか19社（4％）である。中国に進出している日系企業の部材調達は、現地化、とりわけ、日系企業よりは台湾・韓国系企業から、さらにできることなら地場中国系企業からの調達を望んでいるのが実情である。

3. 拡大する中国での事業展開

中国はWTO加盟を契機に経済制度等が整備されたこともあって、近年、収益が改善する日系企業が増えている。これが最近の中国投資ブームを引き起こしているわけであるが、既に中国に進出した日系企業の間にも、今後1、2年の間にさらに事業規模を拡大しようとする企業が多い。今回の調査では、今後1、2年の事業展開の方向性について、「規模を拡大する」と答えた企業が437社（70％）で、「規模縮小」と答えた企業はわずか12社（2％）である。規模を拡大する具体的な方法は、既存工場の拡張・増設が最も多く、次いで生産品目の多様化、高付加価値化が多い（表8）。こうした中で、これらに次いで「現地での設計、研究・開発機能の強化」を挙げる企業が138社（32％）と多いことは非常に注目される。最近、北京の中関村や上海周辺に設計、研究開発機能を設ける企業が増えているのも事実である。果たして日系企業は生産だけでなく、設計、研究開発までも中国へシフトしようとしているのであろうか。

今回の調査では、中国に設計、研究・開発部門を持っているかどうかについても質問した。その結果は、612社中224社の企業（37％）が「ある」と答えている（表9）。設置理由としては、「現地市場ニーズへの迅速な対応」が171社（77％）で最も多い。最近、家電、二輪車を中心に中国系企業の追い上げが激しく、進出日系企業は中国仕様の製品開発を迫られている。また、これから中国市場を徹底的に開発しようとする企業にとって中国市場により密着した製品開発が求められていることなどが背景にある。この他にも設計、研究・開発部門を設置している理由として、「コスト削減」や「開発期間の短縮」を挙げる企業も多い。これらの企業はグローバル経済へ対応して生産と設計、研究・開発の一体化を図ったものである。したがって、中国で行われる製品設計、開発は中国仕様に限ったものではなく、これからはアジアあるいは日本仕様の製品開発までも行う企業が増えることになる。

しかし、現在、中国で行われている研究・開発機能は製品の開発や品質の改善などの初期的

表 8 今後の事業展開で規模拡大する場合の具体的対応

具体的な対応	企業数	シェア (%)
既存工場の拡張・増設による生産能力の拡大	222	50.9
生産品目の多角化	204	46.8
生産品目の高付加価値化	160	36.7
現地での設計、研究・開発機能の強化	138	31.7
新工場建設による生産能力の拡大	126	28.9
既存工場の近代化、改修による生産能力の拡大	119	27.3
全世界・域内生産施設の現地法人への集約化	44	10.1
地域統括機能の強化	21	4.8
現地企業の買収	6	1.4
その他	18	4.1
回答企業数	436	100.0

表 9 設計、研究開発の有無とその理由と機能

	企業数	シェア (%)
1. 設計、研究開発の有無	612	100.0
あ る	224	36.6
な い	388	63.4
2. 「ある」場合の設置理由	223	100.0
現地市場ニーズへの迅速な対応	171	76.7
コスト削減	107	48.0
現地での人材育成	96	43.0
開発期間の短縮	85	38.1
その他	6	2.7
3. 「ある」場合の重視する機能	221	100.0
新製品の開発	155	70.1
品質の改善	128	57.9
新設備・信工具の開発	28	12.7
基礎研究	19	8.6
その他	20	9.0

な研究・開発が主で、基礎研究はおろか新設備・新工具の開発にも至っていないのが現状である。

第 3 節 対中投資の課題と展望

1. 対中投資の問題点と課題

最近の中国投資ブームの背景にWTO加盟を契機とした投資環境の改善があるが、中国に進出した日系企業はどのような問題に直面しているのでしょうか。前述の日系企業実態調査をもとに対中投資の問題点を考えてみることにしよう。

まず、今回の調査結果を見ると、中国の投資環境が従前と比べかなり改善してきていることがわかる。在中国日系企業が挙げた経営上の問題点は、第1に「日本の景気悪化」であり、次いで「他社との競合」である（表10）。中国の投資環境の諸問題よりも経済環境の悪化を指摘する企業が多かったことはこれまであまり見られなかった結果である。中国進出日系企業の中には日本向け製品輸出に従事する企業が多いことは確かであるが、これまでたびたび指摘されてきた中国の商習慣や政策運営の不透明さ、それにインフラや経済制度の未整備といった問題が大きく後退していることである。行政手続きや税務当局に対する手続きの煩雑さ、品質管理の問題を指摘する企業は20%台に低下、経済制度の未整備や政策運営の不透明さは13%、外貨政策の変更に至っては1ケタ台、インフラの未整備を指摘する企業はわずか4%に過ぎない。また、政治、社会事情への不安は2%程度で、アジアで最も安定した評価を得ていると思われる。

中国の投資環境が改善しつつあることは確かであるが、実態調査ではカバーできなかった大きな問題が存在することも事実である。中国投資環境最大の問題点は、やはりクレジット・リスクであろう。GITIC（広東国際投資信託公司）破産の問題に象徴されるように投資した資金や売上代金が回収できないといった問題が今でも存在する。国内販売型企業が利益を出せない理由の1つもここにある。このため、中国販売を行う企業はキャッシュ・オン・デリバリーで決済しているのが現状である。こうした傾向は最近の景気低迷でますます顕著になっており、中国の内需を狙って進出する企業あるいは投資する企業は売上代金や資金の回収に十分配慮する必要がある。

中国でビジネス展開する上でのもう1つの問題は、模造品対策である。今回の実態調査でも

表10 日系企業の経営上の問題点

問題点	企業数	シェア (%)
日本の景気悪化	330	53.0
他社との競合	291	46.7
現地での部品・原材料調達の難しさ	222	35.6
円の為替レートの変動	208	33.4
税務当局に対する手続きの煩雑さ	179	28.7
行政手続きの煩雑さ	155	24.9
米国経済の減速	153	24.6
品質管理	142	22.8
高関税	135	21.7
労務問題	101	16.2
経済法制度の未整備	81	13.0
政策運営の不透明さ	77	12.4
模造品・類似品の流入	72	11.6
従業員の賃金上昇	70	11.2
回答企業数	623	100.0

(注) 回答率10%以上の問題点のみを計上

「模造品・類似品の流入」を挙げた企業が12%あったが、当該企業にとっては深刻な問題である。中国では模造品に対する罪悪感は極めて低く、政府の取り締まりもそれほど厳しくない。最近、中国のWTO加盟を契機に米国や欧州が知的財産権の確保に積極的に乗り出したほか、日本政府も特許庁を中心に積極的に取り組む姿勢を見せている。しかし、模造品対策の最良の方法は、被害を受けた企業が徹底して摘発するという姿勢を貫くことが何よりも重要である。日本企業の利益を守るためにも企業と政府の強調した対策が求められている。

2. 対中投資の展望

対中投資は様々な問題を抱えながらも、中国投資ブームは衰える兆しが見えない。これからの対中投資を展望しても、中国のWTO加盟で製造業だけでなくサービス分野の開放も行われるため、しばらくは順調に推移することであろう。2002年も増加率はそれほど伸びないとしても実行額で400億米ドルを超える対中投資が行われることは間違いない。とりわけ、台湾、韓国、日本など中国に隣接する東アジアからの直接投資は今後も増え続けるものと推察される。

台湾からの直接投資はアジア危機を契機に中国へ出ざるを得ないといった消極的な理由から、積極的に中国を活用する戦略へと変化している。こうした背景には、IT産業をめぐる台湾と韓国の激しい競争がある。アジア危機前後、半導体を中心に韓国企業が競争力を強めていたが、アジア危機後、韓国通貨ウォンの暴落（50%以上の減価）で台湾企業がいっそう厳しい局面に立たされている。近年、バミューダやケイマンからの迂回投資が急増しているのは、台湾政府の網の目を潜ってでも中国へ出ざるを得ないという切羽詰った対応の現れである。台湾政府の対中政策が今後さらに緩和されるようなことにでもなれば、台湾企業の中国進出ラッシュはさらに加速することになる。

韓国企業にしても同様である。韓国企業は現在、半導体の前工程のような装置産業は韓国に残し、組み立てなど労働集約的な工程のみを中国へシフトしている。が、ライバルの台湾企業が研究開発から装置産業、ハイテク分野まで中国にシフトしコスト削減を図れば、いずれ韓国企業としても現在のような韓中分業体制は崩れ、よりいっそうの中国進出を余儀なくされるであろう。

また、日本では最近の対中進出ラッシュで産業空洞化が叫ばれているが、日本企業がグローバル化への対応として現在取り組んでいるアジア大（あるいは世界規模）での生産拠点の再編が終了するまで対中投資は続くであろう。つまり、労務費だけでなく、すべての面で高コストである日本での生産は避け、隣接するアジア、とりわけ、中国での生産に着手する企業が増えるものと思われる。また、これまでマレーシアなどアセアンを中心に投資してきた日系企業の中には、特定品目の生産施設や新規投資、増設などを中国へ移転する企業も増える傾向にある。したがって、日本企業あるいは在アセアンの日系企業を中心に対中投資はしばらくは増え続けるであろう。

しかし、中国経済は計画経済から市場経済への移行経済であると同時に、発展途上国ゆえの
様々問題を抱えている。中国に進出すれば、必ず儲かるというわけでもない。とはいえ、もの
造りで比較優位を有する中国を利用せずして、激化する競争を生き抜くこともできない。した
がって、中国と如何に向き合うかということが日本の企業にとって非常に重要なことである。
日本企業はグローバル経済の大潮流のなかで明確な戦略を打ち立て、その中で中国をどう位置
付けるかを検討したうえで付き合いしていくということである。盲目的な中国進出は必ずしもよ
い結果をもたらすとは限らない。何よりも重要なことは収益性である。このため、日本企業は
海外進出に際して合併や独資だけでなく、委託生産、委託販売、技術提携、共同開発など様々
なビジネスアライアンスを検討していくことも必要なことである。