

第3章 新たなグローバルゼーションを目ざす 1990年代の日本企業の対外直接投資

手島茂樹

1991年以降、日本経済は深刻な不況を経験している。GDP成長率は1991年度の3.6%から、92年度は0.4%に、さらに93年度(暫定)には0%まで低下した。また、国内民間設備投資の増加率は1991年度の3.5%から92年度にはマイナス5.7%に低迷し、93年度(暫定)にはマイナス9%まで落ち込んでいる。企業業績にも依然として顕著な改善はみられない。経済立て直しのために日本政府は財政支出拡大・金利引下げなどの措置をとっているが、今のところ、財政拡大は民間投資の縮小と民間消費の低迷とを相殺するまでの効果をあげていないし、金利引下げも民間投資および民間消費の拡大を誘発するに至っていない。

日本経済の最近の動向を振り返って、対外直接投資への影響を考えると1980年代後半に生じた過剰流動性の結果、株価・地価は急騰、ワラント債発行などによる日本企業の資金調達コストが大幅に低下したことに刺激され、日本企業の国内設備投資および対外直接投資はともに劇的に増加した。加えて、対外直接投資の場合には、1985～88年の間に急速に進んだ円高の影響も大きかった。しかし、1990年代に入ると金融引締め政策への転換を契機に、株価・地価は急落し日本経済の先行きに対する見方が厳しくなるとともに、これまで行ってきた国内投資の過剰感が高まった。対外直接投資の場合には、こういった国内の事情に加え、1990年代に入り欧米の景気が低迷したことも大きい。すなわち、1980年代の日本の対外投資拡大の主力であった欧米向け投資(貿易摩擦を回避しつつ、現地生産の拡大により現地市場を確保しようとする

ものが主体)は、欧米の景気低迷により一巡感が強まり、アジア向け投資すらも、かなりの部分が日米欧への輸出基地の建設を80年代には目ざしていたため、90年代に入るとマイナスの影響を受けた。しかも、日本国内の株価・地価の低下の結果、もはや低コストの資金はあてにできなくなったこともあり、最近では、国内投資も対外直接投資もともに減少傾向を辿っている。これに加え、対外直接投資の場合には、1989～91年の間は、為替レートが円安方向に振れていたことも対外直接投資を低下させるひとつの要因になっていたとみられる。

また、日米欧先進国の経済が低迷するなかで、日本企業が内外経済の先行きに対する自信を失っていったことの影響も大きい。かつて1980年代後半には日本企業は高付加価値品の将来性について非常に楽観的であったが、現在はそれとは対照的に、かなり多くの日本企業は国内市場および外国市場(とくに欧米)における高付加価値品に対する今後2～3年の潜在需要が大きいとは信じていない。高付加価値品であるか否かの議論において当面の市場成長性を考えても、力強い拡大を期待できるのは中国・ASEANを中心とするアジアのみである。したがって、プライム・レートは歴史的な低水準にあるが、国内投資は言うに及ばず対外直接投資を強力に促進するほどではない。加えて、民間金融機関は「バブル」時代に積極融資姿勢を取りすぎた結果、不良債権を抱えており、新規プロジェクトに融資する場合、慎重になりすぎる傾向がある。

さらに、日本企業の対外直接投資は、親会社の業績にも大きく左右される。日本輸出入銀行海外投資研究所の1992年度および93年度のアンケート調査では、今後対外直接投資を行わない理由の第3位に、親会社の業績不振があげられている(表3-1)。

しかし、ごく最近になってまた新たな展開がみられる。1993年度の日本企業の対外直接投資額(名目ドル)は4年ぶりに対前年度比増を記録した。1994年度上期にもこの傾向は続いている。この背景には1992～93年から現在に至るまで続いている円高傾向のなかで、日本企業によるアジアへの生産基地の

表3-1 今後中期的(3年間)に对外投资を行わない企業の「投資計画なし」の理由の推移(1990~93年調査) (%)

	1990年度	1991年度	1992年度	1993年度
〈海外要因〉				
イ. これまでの海外進出で期待どおりの成果が得られなかった	6.3	9.3	7.3	10.0
ロ. これまでの海外進出で十分な拠点を確保しており、現状で将来を十分乗り切れる	64.1	52.6	57.3	41.5
ハ. 自社工場を持つまでもなく、OEM生産などで十分対応可能	3.1	5.2	3.2	8.5
ニ. 景気情勢が不透明なためしばらく様子を見る	23.4	28.9	39.5	50.8
ホ. マーケットの拡大が見込めないので現状維持	4.7	9.3	18.5	20.8
ヘ. 現地での販売先の確保が困難	1.6	4.1	4.8	3.8
ト. 投資摩擦対策に負担がかかりすぎる	0.0	0.0	0.0	0.0
〈国内要因〉				
チ. 親会社本体の業績不振	0.0	3.1	19.4	36.9
リ. 内需に全力を傾注する	7.8	3.1	4.8	13.8
ヌ. 海外で通用する技術競争力が自社にはないと思われる	0.0	0.0	0.8	0.8
ル. 本社の海外派遣人材の不足	12.5	11.3	16.9	15.4
ヲ. 予定していた資金調達が困難になった	0.0	0.0	0.8	2.3
ワ. その他	15.6	15.5	10.5	8.5
有効回答企業数	64	97	124	130

(出所) 手島他 [1994], p. 12.

移転が進んでいること、重要な投資先である中国やASEANの経済成長が続いており、これら諸国の現地市場を旨とした投資の増加がみられること、および、最近では米国の景気回復もみられ、米国向け投資も回復していることなどがあがる。

本章では、日本企業が今、ひとつの大きなターニング・ポイントに来てい

るとの認識のもとに、第1節でまず、日本企業の対外直接投資のこれまでのトレンドをレビューし、次に1990年代後半から21世紀にかけての対外直接投資を展望する。続く第2節では、先進国向け対外直接投資の今後の展望を、第3節ではアジア諸国向け対外直接投資の今後の展望を行う。第4節では本章全体についての要約と結論を述べる。

本章は、基本的に、1991年度、92年度および93年度の3回にわたり、筆者が行ったアンケート調査の分析結果に基づくものである。

ちなみにこの調査は、日本の主要製造企業を対象に行われたものであり、1993年度調査では、338企業の回答(回答率51.8%)を得た。本調査のカバレッジのひとつの目安をあげると、本調査の回答企業の対外直接投資額合計は、1992年度の日本の製造業の対外直接投資のほぼ67%に相当する。

第1節 近年の日本企業の対外直接投資動向と短・中期(今後3年程度) および長期(今後10年程度)における展望

日本企業の対外直接投資は、1980年代に急速に拡大して「グローバリゼーション」の時代に入ったといわれる。この結果、1989、90、91年と3年連続して、日本は世界最大の投資国になるに至った(国際収支上の対外直接投資額ベース)が、日本の対外直接投資額そのものは90年代前半には減少に転じている(暦年ベースでは91年より、また、年度ベースでは90年度より減少に転じた)。本節では、1980年代の日本企業の「グローバリゼーション」についてレビューし、日本企業が行った「グローバリゼーション」がアジア諸国の経済発展に寄与しただけでなく、欧米企業の経営改善努力にもプラスのインパクトを生じたこと、さらに、NAFTA、EUの「リージョナリゼーション」にも一定の影響を及ぼしたことを明らかにしたい。次いで、1990年代に入ってからからの日本の対外直接投資の新しい傾向について述べ、これが、90年代後半以降の新たな「グローバリゼーション」につながっていく可能性について論じる。

1.1 1980年代の日本企業の「グローバリゼーション」

——北米、西欧およびアジアに対する対外直接投資——

1980年代、日本企業の対外直接投資は急速に増加し、日本企業は「グローバリゼーション」の段階に入ったと認識される。

「グローバリゼーション」とは、本章では、世界市場への最適アクセスを図るため世界的規模で、各国の資源賦存状況、マクロ経済の安定性、市場の特性（規模、成長性、高付加価値品への需要など）およびサポーティング・インダストリーの存在などを考慮しつつ、最も効率的な生産拠点・販売拠点のネットワークを構築しようとする企業戦略と定義される。

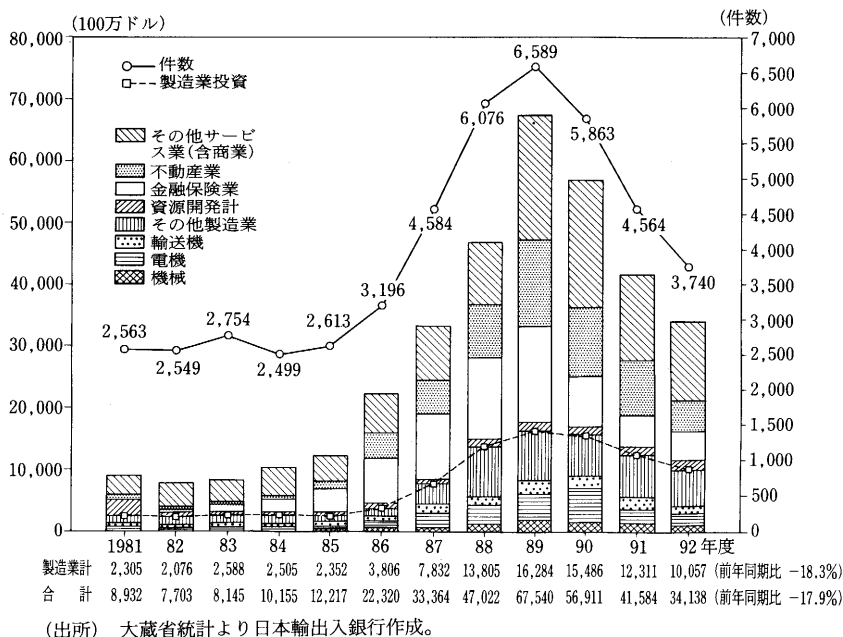
まず指摘したいのは、1980年代の対外直接投資の急速な拡大は、日本企業に固有の行動パターンというよりは、先進国の多国籍企業に共通の行動パターンであったということである。とくに、この期間の欧州企業の対外直接投資拡大は日本と並んで著しい。数字をあげると、この時期、日本の対外直接投資額（国際収支ベース）は1982年の45億4000万ドルから90年の480億2000万ドルまで10.6倍になっているが、同じ時期にフランスの対外直接投資額は28億5000万ドルから350億2000万ドルへと12倍以上に拡大している。ドイツ、英国の投資額もこの時期に各々10倍以上となっている。

次に、2番目に指摘されるのは、このような先進国の対外直接投資拡大の中身をみると、先進国から発展途上国への投資よりも、先進国相互の投資の拡大が目立ったことである。UNCTAD（ただし旧国連多国籍企業センター）によれば、1980～85年には全世界の直接投資の75%が途上国に向かったが、86～90年には先進国向けは83%と、8ポイント増加している。1980年代の大半（83～89年）を通じて先進国の成長率が途上国を上回った（東アジア、東南アジアを例外として）ことがその背景にあると思われる。安定的に拡大する先進国市場の高付加価値品に対する需要に速やかに対応し先進国市場を確保せんとする日米欧多国籍企業による先進国間の相互投資が生じたものと思われる。

しかし注目すべきことに、第3番目に指摘すべき点となるが、日本企業の場合には、上記の多国籍企業共通の投資動機に加え、先進国との貿易摩擦を回避しようという独特の投資動機も多くみられたことがある。この先進国共通の動機と貿易摩擦対応という動機の2つによって、日本の北米および西歐向けの投資は1980年代後半に大きく拡大した。一方、1970年代までの主たる投資先であったアジアと中南米の、投資先国としての重要性は80年代には相対的に低下していった。ただし、アジア向けはドルベースでみて1986年度以降増加に転じた。全投資に占めるシェアも1986年度の10.4%をボトムにそれ以降は増加傾向にある。

さらに、第4番目の点として円レートの影響も大きい。1980年代前半には円が他の主要通貨に比べて、相対的に安かったため、北米・西歐での現地生産よりもむしろ日本企業の北米・西歐向けの輸出が大きく伸びた。しかし、1985年以降の円高の結果、日本企業のビジネス環境は大きく変わることとなった。もし、日本企業が「最近の円高傾向はかなり長期にわたり持続されるものだ」と認識すれば、それは、日本の親会社にとっては日本からの輸出財のドルベースでの販売価格が持続的に上昇することを意味し、日系の海外現地法人にとっては、日本からの輸入部品のドルベースでの購入コストが持続的に増加することを意味する。他方、持続的な円高は、投資先国の金融資産や実物資産の円ベースの購入価格の長期的な低下および投資先国の生産コスト・金融コストの円ベースでの低下を意味する。この結果輸出が抑制され、現地生産が促進される。投資先国通貨(米ドル)の投資国通貨(円)に対する切下げが、当該投資先国向けの直接投資を促進することは、R・アリバーらによっても論じられている。日本企業の非製造業部門の海外直接投資(とくに、金融、保険、不動産および商業)の1980年代における急速な拡大と90年代に入っでの急激な縮小(図3-1)にはとくに、この円レートの急激な変動が大きく影響していると思われる。なお、製造業投資も同様に増減しているが、その変動幅は非製造業よりは小さい。製造業の場合、一度海外で巨額の設備投資を行えば、容易に撤退しえない面があるためである。

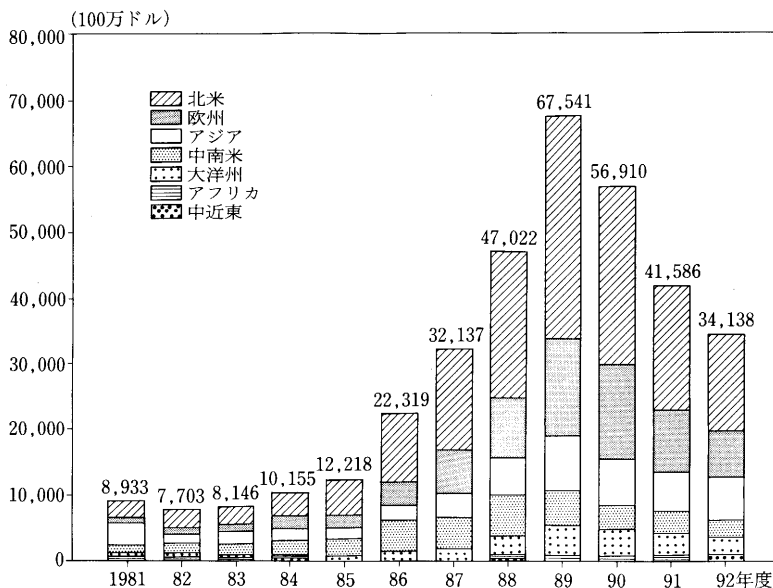
図3-1 日本の対外直接投資推移（業種別）



このため、1985年のプラザ合意以降の円高は、日本企業の長期の為替見通しを円高期待（予測—長期の）の方向にシフトさせることを通じて、先に述べた貿易摩擦対応や市場ニーズへの速やかな対応を目的とした先進国向け投資の拡大を加速した（図3-2）。

一方、円高は、第三国向け輸出基地建設を目指したアジア向け投資の拡大にも資した（表3-2）。1980年代後半に、欧米向けと並んでアジア諸国向けの投資もまた、再度活発化した。その背景には、労働力の質の高さ、賃金水準の低さなどに基づいたアジア諸国の生産コスト上の優位性およびアジア諸国通貨の対ドルレート優位性（円に比して）といった事情がある。加えて、地元市場の成長が日本および欧米を凌駕していることも現地市場を旨とした投資をひきつける重要な点である。世銀によればこれらアジア諸国は、1980年代を通じて、OECD諸国よりも高い経済成長を達成した唯一の地域であった。

図3-2 日本の対外直接投資推移（地域別）



(出所) 図3-1に同じ。

このように、1980年代の日本のグローバリゼーションの実態は、主に米国、カナダ、EUおよびアジア諸国への投資であったが、このグローバリゼーションのこれまでの成果を振り返ると、後述するように北米・西欧よりも、むしろアジアで成功を取めたように見える。

筆者が行った過去3回（1991, 92, 93年）の輸銀アンケート調査によれば、日本の製造業投資は、アジア地域では、収益性、売上げ（目標売上げに比して実績を評価）および総合評価の各項目について、「3」以上の比較的満足すべき結果をあげているのに対し、欧米先進国における投資は、「3」以下の不十分な成果をあげるにとどまっている（表3-3～3-5）。

この対外投資実績の自己評価は、各項目について、各回答企業が、1（非常に不満足）から5（非常に満足）までの5段階評価法による自己採点を行ったものの集計の結果である。

表3-2 地域別対外直接投資届出額

(単位：100万ドル，%)

	1990年度			1991年度			1992年度			1993年度			累計(1951~93年度)							
	うち製造業			うち製造業			うち製造業			うち製造業			うち製造業							
	金額	構成比	うち製造業	金額	構成比	うち製造業	金額	構成比	うち製造業	金額	構成比	うち製造業	金額	構成比	うち製造業					
北米	27,192	47.8	6,793	43.9	18,823	45.3	5,868	47.7	14,572	42.7	4,177	41.5	15,288	42.4	4,147	37.3	184,868	43.8	54,514	47.4
米	26,129	45.9	6,388	41.3	18,025	43.3	5,558	45.1	13,819	40.5	3,784	37.6	14,725	40.9	4,040	36.3	177,098	41.9	51,126	44.4
中南米	3,628	6.4	648	4.2	3,338	8.0	365	3.0	2,726	8.0	267	2.7	3,370	9.4	364	3.3	49,917	11.8	7,277	6.3
アジア	7,054	12.4	3,068	19.8	5,936	14.3	2,928	23.8	6,425	18.8	3,104	30.9	6,637	18.4	3,659	32.9	66,517	15.7	28,350	24.6
NIEs	3,354	5.9	804	5.2	2,202	5.3	641	5.2	1,921	5.6	438	4.4	2,419	6.7	736	6.6	29,816	7.1	9,510	8.3
韓国	284	0.5	147	0.9	260	0.6	157	1.3	225	0.7	90	0.7	245	0.7	77	0.7	4,868	1.2	2,311	2.0
台湾	446	0.8	274	1.8	404	1.0	186	1.5	292	0.9	126	1.3	292	0.8	196	1.8	3,719	0.9	2,557	2.2
香港	1,784	3.1	114	0.7	925	2.2	121	1.0	735	2.2	85	0.8	1,238	3.4	260	2.3	12,748	3.0	1,188	1.0
シンガポール	840	1.5	269	1.7	613	1.5	177	1.4	669	2.0	137	1.4	644	1.8	203	1.8	8,481	2.0	3,454	3.0
ASEAN	3,241	5.7	2,028	13.1	3,083	7.4	1,945	15.8	3,198	9.4	1,808	18.0	2,398	6.7	1,474	13.2	29,452	7.0	15,079	13.1
インドネシア	1,105	1.9	536	3.5	1,193	2.9	578	4.7	1,676	4.9	942	9.4	813	2.3	244	2.2	15,222	3.6	5,421	4.7
タイ	1,154	2.0	714	4.6	807	1.9	595	4.8	658	1.9	297	3.0	578	1.6	415	3.7	6,465	1.5	4,266	3.7
マレーシア	724	1.3	582	3.8	880	2.1	613	5.0	704	2.1	465	4.6	800	2.2	685	6.2	5,615	1.3	4,166	3.6
フィリピン	258	0.5	196	1.3	203	0.5	159	1.3	160	0.5	104	1.0	207	0.6	130	1.2	2,150	0.5	1,226	1.1
中国	349	0.6	161	1.0	579	1.4	308	2.5	1,070	3.1	650	6.5	1,691	4.7	1,377	12.4	6,163	1.5	3,652	2.7
中近東	27	0.0	1	0.0	91	0.2	55	0.4	709	2.1	159	1.6	216	0.6	165	1.5	4,447	1.1	1,656	1.4
欧州	14,293	25.1	4,593	29.7	9,371	22.5	2,690	21.9	7,061	20.7	2,101	20.9	7,940	22.0	2,041	18.3	83,637	19.8	19,372	16.8
英国	6,805	12.0	1,999	12.9	3,588	8.6	904	7.3	2,948	8.6	502	5.0	2,327	7.0	494	4.4	31,661	7.5	6,180	5.4
ドイツ	1,241	2.2	386	2.5	1,116	2.7	341	2.8	769	2.3	300	3.0	760	2.1	242	2.2	7,334	1.7	2,267	2.0
フランス	1,257	2.2	491	3.2	817	2.0	237	1.9	456	1.3	262	2.6	545	1.5	149	1.4	5,974	1.4	1,987	1.7
スペイン	321	0.6	100	0.6	378	0.9	287	2.3	332	1.0	251	2.5	207	0.6	142	1.3	2,784	0.7	1,729	1.5
オランダ	2,744	4.8	1,318	8.5	1,960	4.7	395	3.2	1,446	4.2	406	4.0	2,175	6.0	657	5.9	18,397	4.4	4,286	3.7
アメリカ	551	1.0	0	0.0	748	1.8	1	0.0	239	0.7	2	0.0	538	1.5	24	0.2	7,351	1.7	238	0.2
大洋州	4,165	7.3	383	2.5	3,278	7.9	405	3.3	2,406	7.0	247	2.5	2,635	5.6	732	6.6	25,817	6.1	3,686	3.2
計	56,912	100.0	15,486	100.0	41,584	100.0	12,311	100.0	34,138	100.0	10,057	100.0	36,025	100.0	11,131	100.0	422,555	100.0	115,112	100.0

(出所) 大蔵省資料より輸銀作成。

表3-3 対外直接投資の実績評価 (1991年度調査)
(全業種)

投資先国 評価項目	NIEs	ASEAN	その他アジア	米国・カナダ	EU
収益性	3.12	3.15	2.81	2.27	2.93
売上高	3.43	3.23	2.81	2.73	2.98
現地化	3.37	3.25	3.03	3.21	3.12
総合	3.27	3.26	2.80	2.71	2.98

(注) 回答項目を非常に不満足(1ポイント)、やや不満足(2ポイント)、どちらとも言えない(3ポイント)、やや満足(4ポイント)、非常に満足(5ポイント)とした、有効回答の平均値。

(出所) 手島他 [1994], p. 34.

表3-4 対外直接投資の実績評価 (1992年度調査)
(全業種)

投資先国 評価項目	NIEs	ASEAN	その他アジア	米国・カナダ	EU
収益性	3.34	3.19	2.97	2.26	2.55
売上高	3.38	3.19	3.01	2.74	2.79
輸出への貢献	3.29	3.26	3.1	2.63	2.9
技術移転	3.41	3.41	2.94	3.21	3.04
現地化	3.48	3.4	3.18	3.42	3.22
総合	3.5	3.36	3.03	2.79	2.86

(注) 表3-3に同じ。

(出所) 手島他 [1994], p. 33.

表3-5 対外直接投資の実績評価 (1993年度調査)
(全業種)

投資先国 評価項目	NIEs	ASEAN	中国	その他 アジア	米国・ カナダ	中南米	EU
収益性	3.31	3.15	2.88	2.97	2.26	2.61	2.29
売上高	3.26	3.13	2.88	2.97	2.63	2.81	2.51
輸出への貢献	3.22	3.17	2.85	2.88	2.76	2.96	2.78
技術移転	3.42	3.23	2.96	2.84	3.16	3.01	2.92
現地化	3.45	3.34	3.03	3.25	3.45	3.16	3.18
総合	3.43	3.31	2.96	2.97	2.79	2.89	2.70
件数	209	198	67	32	237	70	175

(注) 表3-3に同じ。

(出所) 手島他 [1994], p. 31.

NIEs, ASEANでは1991～93年度調査を通じて、収益性、売上高、現地化、総合評価の各項目について平均である3以上の評点が下されているのに対し、米国、カナダ、EUでは現地化(および技術移転)の項目を別にして、91～93年度を通じて、収益性、売上高、総合評価とも平均以下である。とくに収益性に対する評価が非常に悪い。

先進国向けの対外直接投資が、不満足な結果しか得られない、という評価はいささか奇異な感じがしないでもない。日本企業、とくに1980年代の電気機械産業や自動車産業は、国際的にみても十分な競争優位をもっており、一般的には地元の競争相手に比べれば不利になりやすい外国での現地生産を行っても、十分にやっていけると思われたからである。日本企業の強みである効率的な生産システムの優位性は、M.L. Dertouzosらによる『メイド・イン・アメリカ』やWomack, Johnes, Roosらによる『リーン・プロダクションは世界を変える』などの著作で再三指摘されている。

こういった見込みに反して、アジア諸国向けに比べ、欧米先進国向け直接投資の結果が比較的悪い背景には次のような事情があるものと考えられる。

- (1) 欧米先進国との貿易摩擦を回避しながら欧米の市場を維持・確保しようという直接投資動機が非常に強く、いわば、日本企業は、欧米市場での短期の利潤を極大化するよりも、むしろ、長期の売上げを維持・拡大することに優先順位をおいた。したがって当面の収益性の低さはある程度やむをえないとされた。なお、欧米先進国での主要大型プロジェクトが一段落した現在、日本企業の多くは、投資先の欧米市場の動向が思わしくないこともあり、新規プロジェクトに着手する意欲を減じている。たとえば、サイクルの下降局面にあった昨年(1993年)までの米国自動車市場や現時点(94年)の欧州自動車市場の状況を考えれば、新規の能力拡張投資意欲が生じないのも当然である(ただしごく最近の米国自動車市場はかなり回復しており、日系企業の投資態度も積極的になりつつある)。
- (2) 自動車・電気機械などの大プロジェクト実施にともなう償却負担が大きかった。

- (3) 1990年代に入ってから欧米先進国の経済低迷にともない、日系現地法人の収益・売上げは振るわなくなった。
- (4) 1985年以降の円高によって、現地法人が日本から輸入している調達品のドルベースのコストが増大した。
- (5) 日本企業の対外直接投資も刺激となって、欧米企業のリストラクチャリングが進み、日本企業と欧米企業との競争力格差が縮小した。たとえば、最近、米ビッグスリーの著しい競争力改善により、日系現地企業は価格面などで厳しい競争を強いられている。
- (6) 本来、日本に根づいた日本企業の生産上の優位、すなわち、リーン・プロダクション・システム、フレキシブル・プロダクション・システム、組立企業と部品企業の密接な関係、終身雇用、TQC、多能工といったものが外国に根づくには安保らが論じるように(安保他[1991])時間がかかる。とくに、先進国向け投資の場合は、賃金水準も高いうえに(途上国投資に比し)、文化的な受容にも時間を要する。

これとは対照的にアジアでの比較的良好な投資の成果の理由には以下のような要因が考えられる。

- (1) ASEANなどアジアの投資受入国は1980年代後半以降、外国投資の導入促進政策に転じた。この時期日本企業は、急激な円高に直面しており、国際競争力維持のために海外での生産・輸出拠点を求めていた。両者の条件がうまくマッチしたために日本企業は、アジアで効率的な地域生産・販売ネットワークを順次確立し、日本および欧米先進国向けの輸出基地とすることに成功した。欧米と異なり、アジア、とくにASEAN諸国では労働コストが低いうえに、特惠関税の適用対象国もあり、また、かつての輸入代替対応型投資を通じて日本企業は十分な投資の経験もある、という利点も大きかった。
- (2) 1980年代には輸出先である日本および欧米の経済成長率が高く、アジア諸国の輸出産業は順調に成長した。さらに、最近ではアジア域内の生産ネットワークの拡大やアジアの地元市場の発展を背景にアジア域内向け

の販売も増加している。

- (3) 日本からの直接投資が増加するにつれて日本の親会社から現地子会社への資本財供給や部品供給がますます増加することとなった。いわば、日本企業の直接投資は輸出に代替するというよりも、直接投資と輸出とが補完的に相互に拡大するに至った。このような状況は日本の親会社(上記調査の自己評価者)からみて、アジア向け投資の積極評価につながると思われる。
- (4) アジアの投資受入国では、良質の人的資源を比較的低いコストで入手することが可能である。また、経済・社会インフラも他の発展途上国に比べると比較的良好である。

以上のような要因が欧米先進国とアジアにおける直接投資の実績評価の違いを説明するものとみられる。なお、欧米とアジアの違いをグローバル化の内容の違いとみることもできる。

表3-6は、アジア諸国に所在する日系現地法人の販売先がかなり多様化していることを示すものである。同表の縦軸は日系生産拠点の所在する主要地域を、横軸は最重要販売先を表す。表3-6の(1)でASEAN諸国を例に取ると(1993年度調査)、ASEANに展開している508社の現地法人(生産拠点)のうち、67.7%はASEANの市場が最も重要な販売先と考えており、17.1%は日本市場向けの輸出が最も重要と考えている。米国・カナダへの販売が最も重要としている現地法人も8.1%あり、NIEs市場を最重要としているのは3%である。中国の生産拠点99社についてみると、地元の中国の市場が最も重要な販売先としているのは45.5%で、日本が最重要としているのは、33.3%である。米国・カナダを最も重要な輸出先としているのは、ASEANとほぼ同じ8.1%である。NIEs市場向けを最重要と考えているのはASEANより多く、11.1%である。これとは異なり、米国・カナダに所在する拠点やEUに所在する拠点では、各々、地元の米国・カナダ市場やEU市場向けの販売を最も重要としているのが、95%以上を占める。

最も国際展開が進んでいるとみられる電気機械産業でみると(表3-6の

表3-6 各生産拠点の最重要販売先 (1993年度調査)

(1) 最も重要な販売先 (全業種)												(2) 今後最も重要な販売先 (全業種)													
販売先						投資先						販売先						投資先							
日本	ASEAN	中国	その他アジア	米国・カナダ	中南米	EU	社数(株)	日本	NIEs	ASEAN	中国	その他アジア	米国・カナダ	中南米	EU	社数(株)	日本	NIEs	ASEAN	中国	その他アジア	米国・カナダ	中南米	EU	社数(株)
9.44	73.85	3.87	0.73	8.23	0.24	3.63	413	32.43	37.84	0.00	10.81	0.00	13.51	0.00	5.41	37	17.98	6.74	67.42	2.25	0.00	5.62	0.00	0.00	89
17.13	2.95	67.72	0.39	8.07	0.00	3.74	508	18.26	5.22	0.87	67.83	1.74	4.35	0.00	1.74	115	15.79	5.26	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	19
33.33	11.11	0.00	45.45	1.01	0.00	1.01	99	9.09	0.00	0.00	0.00	0.00	87.88	0.00	0.00	66	4.76	0.00	0.00	0.00	19.05	76.19	0.00	21	
9.62	0.00	0.00	90.38	0.00	0.00	0.00	52	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50	4.76	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50	
3.73	0.20	0.20	0.00	95.29	0.20	0.39	510	4.76	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	187	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	98.00	187	
5.10	0.00	0.00	0.00	13.38	80.25	1.27	157	71.43	90.00	—	—	100.00	91.38	93.75	83.67	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
3.19	0.00	0.00	0.64	0.64	0.32	95.21	313	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	85.90	85.47	95.74	89.30	96.03	79.53	1,393	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

(3) 最も重要な販売先 (電気機械)												(4) 今後最も重要な販売先 (電気機械)													
販売先						投資先						販売先						投資先							
日本	ASEAN	中国	その他アジア	米国・カナダ	中南米	EU	社数(株)	日本	NIEs	ASEAN	中国	その他アジア	米国・カナダ	中南米	EU	社数(株)	日本	NIEs	ASEAN	中国	その他アジア	米国・カナダ	中南米	EU	社数(株)
12.61	54.62	8.40	0.00	18.49	0.00	5.88	119	0.00	40.00	0.00	20.00	0.00	20.00	0.00	20.00	10	23.08	23.08	38.46	0.00	0.00	15.38	0.00	0.00	13
22.86	7.14	40.71	0.00	20.71	0.00	8.57	140	13.79	10.34	0.00	68.97	0.00	6.90	0.00	0.00	29	0.00	33.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3
20.00	8.00	0.00	56.00	12.00	0.00	4.00	25	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	4	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
9.09	0.00	0.00	90.91	0.00	0.00	0.00	11	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
0.00	0.00	0.97	0.00	99.03	0.00	0.00	103	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
0.00	0.00	0.00	0.00	30.95	69.05	0.00	42	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
0.00	0.00	0.00	0.00	1.04	0.00	98.96	96	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
—	84.62	63.16	100.00	80.39	100.00	77.89	286	—	50.00	80.00	—	100.00	75.00	0.00	77.78	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

(出所) 手島他 [1994], pp. 36-37.

(3)、アジアの生産拠点の輸出基地としての性格はいつそう明らかで、たとえばASEANでは140社のうち地元を最も重要としているのは40.7%にすぎず、日本を最も重要としているのが22.9%、欧州を最も重要としているのが20.7%である。

このように、アジア諸国に所在する日系生産拠点の最重要販売先は地元市場のみならず、日本、欧米に多様化しているが、欧米に在る拠点はほとんど専ら地元市場での販売を目指している。言い換えると、欧米の拠点と異なりアジアの拠点は輸出基地としての性格をもつ。しかも、アジアの生産拠点では、以下に述べるように欧米に比べ部品生産の割合が高いことを考えると、アジア拠点にとって販売先としての地元市場の重要性は過大評価されている面さえある。

表3-7は、各主要地域に所在する生産拠点の主たる生産物の性格を、普及品・中級品・高付加価値品というカテゴリーと、素材など（たとえばプリント基盤用銅箔）・部品・完成品というカテゴリーとで表したものである。同表（表3-7の(1)）でASEANに所在する拠点と米国・カナダに所在する拠点を比較してみると、ASEANでは高付加価値品を生産している拠点の割合は、全体の16.6%と比較的少なく、一方、米国・カナダでは39.7%と比較的多い。また、部品を生産しているASEANの拠点は、全体の35.2%と比較的多く、米国・カナダでは、28.1%と比較的少ない。地域別の特性の違いをより鮮明にするため電気機械産業をみると（表3-7の(3)）、ASEANでの部品は50.0%に対し、米国・カナダでは40.4%とアジアの生産拠点での部品生産のウェイトはいつそう大きくなる。部品は地元市場向けに販売されても、最終的には完成品となって他地域に輸出される可能性が高いことを考えると、アジアにおける販売先としての地元市場の重要性は割引いて考えねばならず、輸出基地としての性格は現実には表3-6で表れているよりもいつそう大きいものと考えられる。このように、表3-6と3-7から、アジアでは（部品生産を通じた）地域的な生産・販売ネットワークを用いて輸出拠点の形成が進んでいること、そしてこのようなネットワークによる輸出体制が非常に進んでいる業種が電

表3-7 各生産拠点の製品内容

(1) 既生産拠点(全業種) (%)

販売先	NIEs	ASEAN	その他アジア	米国・カナダ	EU	中南米
普及品	32.9	39.9	39.2	20.5	19.9	37.1
中級品	46.6	43.5	46.8	39.7	38.2	41.2
高付加価値品	20.5	16.6	13.9	39.7	41.9	21.6
素材など	17.9	21.6	15.2	21.5	17.3	25.8
部品	36.8	35.2	38.0	28.1	26.7	23.7
完成品	45.3	43.2	46.8	50.5	56.0	50.5

(2) 設立予定の生産拠点(全業種) (%)

販売先	NIEs	ASEAN	その他アジア	米国・カナダ	EU	中南米
普及品	28.6	37.4	41.0	19.0	22.6	37.5
中級品	45.1	38.9	32.1	32.5	28.6	40.6
高付加価値品	26.4	23.7	26.9	48.4	48.8	21.9
素材など	14.3	22.1	20.5	23.8	16.7	21.9
部品	37.4	27.5	34.6	25.4	23.8	34.4
完成品	48.4	50.4	44.9	50.8	59.5	43.8

(3) 既生産拠点(電気機械) (%)

販売先	NIEs	ASEAN	その他アジア	米国・カナダ	EU	中南米
普及品	28.2	38.5	29.2	17.3	16.3	28.6
中級品	54.1	47.4	50.0	50.0	48.8	35.7
高付加価値品	17.6	14.1	20.8	32.7	34.9	35.7
素材など	1.2	6.4	0.0	3.8	2.3	0.0
部品	61.2	50.0	79.2	40.4	44.2	50.0
完成品	37.6	43.6	20.8	55.8	53.5	50.0

(4) 設立予定の生産拠点(電気機械) (%)

販売先	NIEs	ASEAN	その他アジア	米国・カナダ	EU	中南米
普及品	22.6	27.8	54.5	20.0	22.7	36.4
中級品	54.8	52.8	36.4	45.0	45.5	45.5
高付加価値品	22.6	19.4	9.1	35.0	31.8	18.2
素材など	3.2	5.6	0.0	20.0	4.5	0.0
部品	51.6	36.1	59.1	40.0	36.4	45.5
完成品	45.2	58.3	40.9	40.0	59.1	54.5

(出所) 手島他 [1993], p. 37.

気機械であることが分かる。一方欧米では専ら地元市場への供給を目指した生産が行われていることが示唆される。

現状において、生産・販売ネットワークによる日系のアジアの輸出基地は、欧米に所在する生産拠点多くも良好な収益などをあげていることから、アジアではいっそうネットワークづくりが進もう。今後は、中国では地元市場向けの生産のウェイトが高くなり、NIEsやASEANそして「その他アジア」では輸出のウェイトが高まりそうである(表3-6の(2), (4))。また生産の内容としては完成品生産および高付加価値品生産のウェイトが高くなりそうである(表3-7の(2)(4))。

次に今後の問題として、欧米でもアジアと同様の効率的なネットワーク展開が可能か否かという点が欧米向けの今後の投資を考えるうえでひとつのポイントとなろう。これは端的にいえば、リージョナリゼーションとの関係で、たとえば米国のリーダーシップのもとで形成されつつあるNAFTAの存在を前提としつつ、北米地域におけるリージョナルなネットワークを(アジアのネットワークに似た形で)日本企業が築きうるか、また、同様にEU地域においてリージョナルなネットワークを築きうるかということである。当然、アジアにおけるほど容易でないことが予想されるが、第2節で述べるようにNAFTA・EUの市場拡大が見込まれれば、早晚、ネットワーク形成の方向に動くであろう。

ここで、最初の地域別の投資実績評価に戻って、欧米とアジアとの収益性の格差の問題から直接投資による現地経済への貢献に目を転ずると、アジア向け投資も欧米向け投資も、ほぼ同様に重要な貢献をなしていると各回答企業が認識していることが注目される(前掲表3-3～3-5参照)。先に言及したように表3-5は、実績評価にかかる1993年度の輸銀調査の結果であり、これによると、収益性については、NIEsでは3.3、ASEANでは3.2であるのに対し、米国・カナダは2.3、EUも2.3と格差があるが、現地化への貢献度(人、経営、部品調達などの現地化)については、NIEsで3.5、ASEANで3.3に対して、米国・カナダで3.5、EUでも3.2とほぼ同等の高い自己評価が下されている

る。一例として、日本の製鉄会社が、米国の製鉄会社の近代化に大きな貢献をしたことはよく知られている。また、1993年4月に欧米の自動車アナリスト、エコノミストおよび日本のビジネスマンに筆者がインタビューしたところでは、日本の自動車会社による米国での現地生産の開始が、米国自動車企業の活性化に貢献したことはひとつの共通認識となっていた。

アジアの投資受入国にとって、日本からの直接投資が経済成長の加速や輸出競争力の増強などに重要な役割を果たしていることは明らかだが、このように日本の投資の欧米におけるインパクトもまた大きいことは注目に値する。

OECD開発センターのC・オマーンは、日本企業の「グローバリゼーション」は日本企業の効率的な生産管理システムおよび経営システムが、欧米企業に伝播する過程であると捉え、日本企業の対外直接投資の歴史的役割を非常に積極的に評価している (Oman [1994])。オマーンによれば、1980年代の日本企業の「グローバリゼーション」は、その優れた経営技術および生産管理技術の海外移転を生じたが、それはあたかも、1960年代に、米国企業の大規模な欧州への投資によってフォーディズムによる米国の大量生産システムが、欧州企業に伝播したのと同様の歴史的な貢献をしたと認識されている。後述するように、筆者は日本のグローバリゼーションは完成しておらず今後いっそうの質的発展をするものとみているが、1980年代の貢献という意味ではオマーンの見方には筆者もおおむね同意している。さらに、逆説的ではあるが、日本企業の経営資源の伝播が欧米企業の競争力アップをもたらし、これが、日本(および日系)企業との競争力ギャップの縮小につながって、在欧米日系企業の収益性低下のひとつの原因にもなったと筆者は考えている。

以上の論点をとりまとめると、1980年代の日本の対外直接投資による「グローバリゼーション」は、アジア諸国への資金流入、技術移転、輸出競争力の強化を通じてこれら諸国の経済開発に寄与したばかりでなく、欧米先進国企業への技術移転、再活性化にも重大な寄与をしたものと思われる。すなわち、1980年代のグローバリゼーションは、投資受入国にとってプラスの効果を生じたものとみられる。

1.2 1990年代初頭の過渡期から新たなグローバル化に向かって

1990年代になると、日本企業の対外直接投資は、80年代とは異なる新しい傾向を示すようになった。新傾向の主なポイントをあげると、ひとつには、対外直接投資合計額の減少傾向が続いていることであり、またひとつには、日本企業は欧米先進国などよりも、専らアジア地域への傾斜を強めていることである。

1990年代に入って対外直接投資が減少したのは日本だけでなく、先進国の多国籍企業に共通の傾向である。この減少の主因は、日米欧先進国の経済が近年一様に振るわないためであると思われる。先に述べたように、1980年代の直接投資の拡大は、先進国経済の順調な拡大を背景とした先進国多国籍企業による他の先進国向け投資、言い換えれば先進国間相互の対外直接投資という性格が強かったが、90年代になると、基本的前提であった先進国の順調な経済成長があやしくなったことが直接投資の減少の大きな理由となっている。

しかし、対外直接投資の減少は1990年代の先進国の多国籍企業に共通の現象であるとはいっても、日本企業の対外直接投資の減少は他国のそれと比べると、際立って大きい。このような急激な減少の背景には次のような事情があるとみられる。

第1に、日本の親会社は、いわゆるバブル経済とその崩壊の影響を非常に強く受けた。1980年代後半の日本経済のブームの際には、とくに資金調達コストの大幅な低下を通じて（国内投資とともに）対外直接投資も急速に拡大したが、90年代前半には、バブル経済の崩壊とともに、株式・債券市場の急落が生じ、企業の資本市場での資金調達コストは急速に増加した。加えて、国内経済の減速に伴い、これら親会社の業績そのものも悪化したことから、国内投資も対外直接投資もともに急速に減少した。

第2に、多くの日本企業は、1980年代後半の大規模投資の結果、既に十分

な拠点を確立したと感じたために新規投資の意欲は急速に弱まった（もっとも、表3-1にみたように、最近の調査では十分な拠点を設置済みであるとの意識は徐々に弱まっているが、これは米国などの景気回復に対する期待が高まっているためと思われる）。

第3に、先進国に対する対外直接投資が(表3-3～3-5にみたように)不十分な成果しかあげられなかったことから、当然のことながら先進国向けの投資は意欲をそがれた。従来、先進国向け投資は日本の対外直接投資全体の7～8割を占めており、この不振は日本の対外直接投資全体を下方に押し下げる要因となった。

1990年代以降の先進国向け投資は急速に減少しつつあり、投資の内容も、新規の大規模プロジェクトよりも、既存販売拠点の拡張や部品生産の拡大といった限られた分野のものが中心となってきている。これとは逆に、アジア向けの投資は、より安定した動きをしており、1992年度および93年度には増加すらみせている。

これを具体的にみるため表3-2に戻ると、大蔵省届出ベースの「海外直接投資」でみれば、1992年度には、対外直接投資実績が減少するなかでアジア向け投資のみが名目ドル額でも、全体に対するシェアでも増加を示した。1993年度にもアジア向け投資のドルベースでの伸びは続いている。アジア向けの投資のなかでも、とくに、中国向け投資は、1991、92年度および93年度に急速な拡大をみせた。

アジア諸国向けの投資が積極的なのは、第1に、これら諸国の高度成長が続いているため、日本の投資家の間に、アジア市場は将来ますます拡大するだろうという期待感が強まっているためである。なかでも中国市場に対する期待感は、ここ3年の間に劇的に増加した。

第2に、日本のアジア向け投資は先進国向け投資よりも良好な成果をあげているため、日本の投資家は、欧米先進国向け投資よりも、アジア向け投資に熱心になっている。他方、当然のことであるが、先進国の経済が減速すれば、アジアに設置された輸出拠点にとって輸出先市場が縮小することを意味

するのでマイナスの影響を受ける。しかし、アジアの現地市場が急速に拡大している結果、先進国市場の縮小を次第に相殺するようになっていく。

中国、NIEs、ASEANといったアジア諸国の経済成長が今後とも見込まれることから、しばらくの間、日本企業のアジア志向型直接投資は続くものと思われる。

しかしながら、後述するように、長期的には日本の欧米先進国向け投資も回復し、また中南米向け投資も活発化するとみられる。高価格の高付加価値品に対する市場という意味では、欧米先進国市場の存在は依然として大きいためである。したがって、今後欧米先進国が循環的な不況から脱して、本格的な回復期に入れば、高付加価値品の生産拠点の新・増設や投資先でのR&Dの増強および地域統括拠点の強化という形で、日本の米国・カナダ、EU向けの投資は拡大しよう。中南米向け投資もまた次の理由で増加に転ずる可能性がある。すなわち、中南米諸国のマクロ経済の改善が著しいうえに、NAFTAなどの地域統合の結果、現地市場が拡大する可能性も大きいためである。

このようにみえてくると1990年代後半から21世紀初頭にかけて、日本企業はアジア、欧米先進国、中南米など主要地域向けにこれまでより地域バランスの取れた投資を行うようになるものと思われる。過去のトレンドを振り返ると、1970年代にはアジア向け・中南米向けの投資が盛んであり、80年代には北米・西欧向けの投資が主力であったが、これまで述べてきたように、今後は先進国向けと途上国向けのバランスがより取られた形での直接投資が行われると期待される。

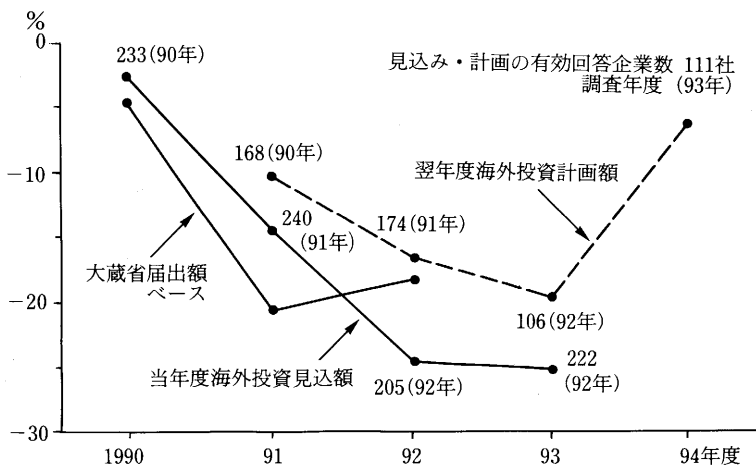
このような過程のなかで、もしも日本企業が、再度、1990年代に革新的な経営管理および生産技術あるいは技術的なイノベーションを創造して世界に伝播することができれば、日本企業は、先に述べた基本的定義よりもより積極的な意味での「グローバル化」の時代を迎え、20世紀後半から21世紀初頭にかけての世界経済に大きく貢献するものと思われる。以下1.3では短・中期の展望、1.4では長期の展望についてより具体的に検証する。

1.3 短・中期の日本企業の対外直接投資の展望

最新の輸銀調査によれば、日本の製造業企業の直接投資は、1990年代以降の減少傾向を今後しばらくの間、持続するものと思われるが、ひとつのターニング・ポイントに近づいている。輸銀調査では1993年度の製造業企業の直接投資見込み額は前年度比25.1%の減、94年度には前年度比6.4%の減とみている。

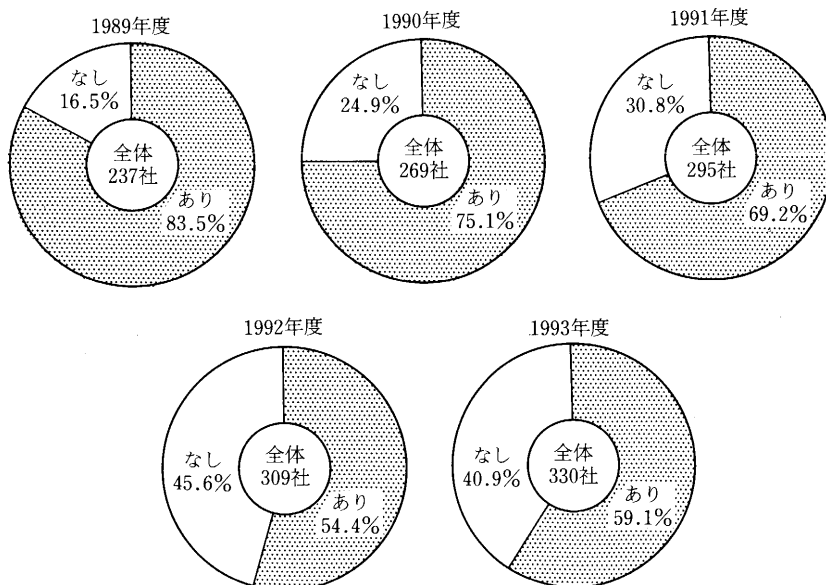
しかし、注目されるのは、最近の減少傾向にも鈍化がみられることであり、最近の大蔵省届出額(投資の実績に近いと見なせる)と、これまでの輸銀調査の結果とを比較すると、輸銀調査による見込み額・計画額の推移は、届出額の一種の先行指標的な動きをするとみられることから(図3-3)、1994年をボトムとして今後は対外投資が増加傾向に転ずることが見込まれる。

図3-3 輸銀の海外投資計画調査と届出実績比較
(前年度比)



(出所) 手島茂樹「積極姿勢に転じた日本の海外投資」(『94東洋経済海外進出企業総覧』東洋経済新報社)。

図3-4 中期（今後3年程度）対外投資計画の有無の推移



(出所) 手島他 [1994], p. 11.

輸銀調査の中期展望(1996年までの今後3年間の展望)では、短期よりも積極化への転換がより明確に現れている。図3-4では日本の製造業企業が1993年度調査に至って、ここ数年で初めて、対外直接投資に関して積極姿勢に転じたことが示されている。各円グラフは回答企業のうち今後中期的に対外投資計画を保有する企業の割合が、1993年度に初めて前年度比で増加に転じたこと(92年度調査の54.4%から93年度調査では59.1%に上昇)を表している。この割合は1989年度の83.5%から92年度の54.4%まで一貫して低下してきたのが、93年度に初めて反転したわけである。図3-5は、積極化への転換を示す別の指標である。同図から対外直接投資の計画を有する企業のうち、積極的に対外投資を現状よりも増加させる、とする企業の割合をみてとれる。この割合は、1989年度の調査の55.0%から92年度の50.9%まで一貫して減少を続けてきたが、93年度には、63.1%と前年度比10ポイント以上の増加をみた。

表3-8 投資理由の推移

投資理由	地域・年度				NIEs				ASEAN				中国	
	1990	1991	1992	1993	1990	1991	1992	1993	1991	1992	1993			
進出先マーケットの維持・拡大	55.6	59.1	50.0	60.0	39.8	47.8	46.4	50.5	22.9	39.0	33.6			
新規市場の開拓	18.5	13.6	19.4	17.5	19.5	12.2	15.5	20.0	28.6	37.3	44.9			
日本への逆輸入	16.7	10.2	6.5	11.3	17.7	8.7	10.3	21.0	8.6	8.5	19.6			
第三国への輸出	5.6	11.4	8.1	26.3	13.3	16.5	12.4	32.4	8.6	6.8	15.9			
輸出自主規制、ダンピング課税など 相手国の貿易制限への対応	0.0	1.1	0.0	0.0	0.9	2.6	3.1	1.0	2.9	3.4	0.9			
企業内分業体制の一環(工程間分業)	11.1	12.5	16.1	2.5	9.7	12.2	16.5	7.6	2.9	5.1	3.7			
生産拠点の海外分散化(水平分業)	18.5	18.2	11.3	8.8	31.9	23.5	18.6	20.0	14.3	6.8	15.0			
安い労働力の確保	11.1	6.8	3.2	2.5	38.1	27.8	27.8	20.0	40.0	11.9	30.8			
組立メーカー(日系を含む)への部品 供給	7.4	2.3	0.0	3.8	4.4	6.1	8.2	17.1	0.0	3.4	12.2			
資源・原材料の安定確保	5.6	10.2	8.1	2.5	6.2	12.2	9.3	1.0	5.7	11.9	1.9			
相手国の要請	5.6	4.5	0.0	1.3	0.9	4.3	5.2	1.9	14.3	16.9	6.5			
為替リスクの回避	3.7	1.1	1.6	3.8	2.7	0.9	4.1	10.5	0.0	5.1	6.5			
現地マーケットに合わせた商品開発	3.7	2.3	1.6	1.3	2.7	3.5	2.1	2.9	2.9	3.4	1.9			
有効回答数	54	88	62	80	113	115	97	105	35	59	107			

(出所) 手島他 [1994], p.20.

このように日本企業の対外直接投資に対する態度が積極化したのは、日本および第三国向けの海外の輸出拠点を拡大して、1993年初頭以降の円高に伴う輸出困難を回避したい、との考え方によるものと思われる(図3-6, 3-7および表3-8)。図3-6には1990~93年度輸銀調査による日本企業の対外直接投資の動機のうち、日本向けの輸出拠点設立を理由とするものの投資先地域別の調査時点による時系列的推移が表されている。1993年度調査では、対日輸出を目的とするASEAN、中国およびNIEs向けの投資が増加していることが分かる。図3-7は、同様に、第三国(アジア、北米、EUなど)向けの輸出拠点設立のための対外直接投資の調査時点による時系列的推移を表しているが、1993年度に入りこの動機に基づくASEAN、NIEs、中国向けの投資が、急速に増加していることを示している。なお、中南米向け投資でも、第三国への輸出を目的とするものの持続的な増加がみられる。

表3-8は、上に述べた日本向けの輸出および第三国への輸出を含む対外直

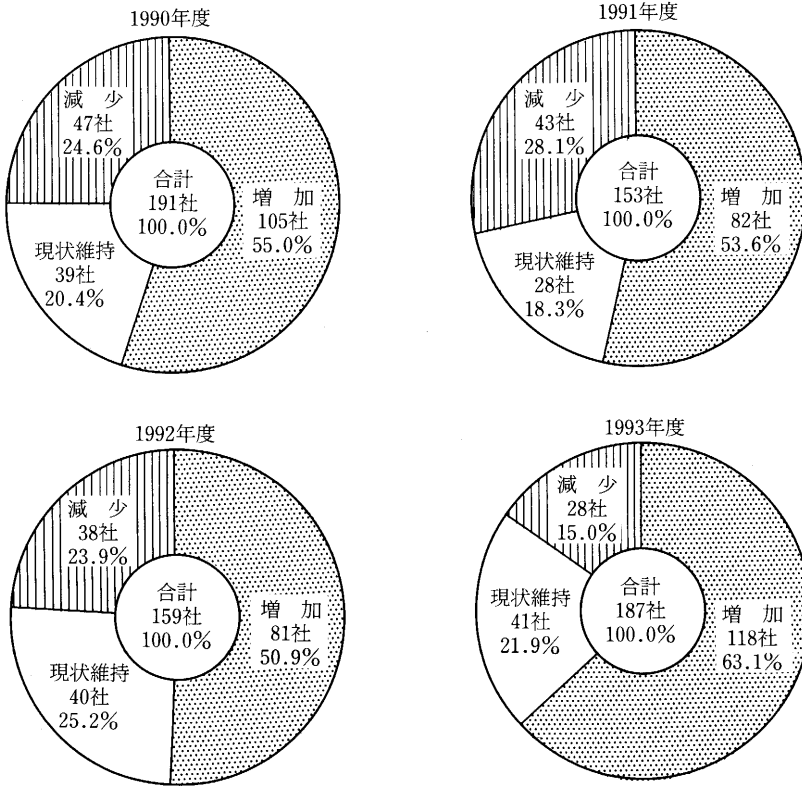
(1990～93年度調査)

(%)

米国・カナダ				EU				中南米				その他アジア			
1990	1991	1992	1993	1990	1991	1992	1993	1990	1991	1992	1993	1990	1991	1992	1993
53.4	57.7	54.9	55.6	55.8	52.3	55.7	51.9	66.7	60.9	36.7	55.2	30.0	26.7	22.2	17.4
22.7	25.2	18.7	12.2	31.7	27.1	29.1	13.0	8.3	17.4	16.7	20.7	16.7	26.7	38.9	34.8
5.7	2.4	4.4	5.6	0.8	0.9	1.3	1.3	0.0	0.0	3.3	3.5	10.0	0.0	0.0	8.7
0.0	2.4	0.0	1.1	3.3	1.9	1.3	3.9	8.3	8.7	13.3	17.2	3.3	0.0	0.0	13.0
20.5	9.8	16.5	6.7	20.8	18.7	13.9	15.6	16.7	0.0	3.3	6.9	3.3	40.0	5.6	0.0
10.2	10.6	8.8	2.2	11.7	9.3	11.4	1.3	8.3	8.7	3.3	3.5	13.3	0.0	5.6	0.0
25.0	18.7	12.1	20.0	22.5	16.8	10.1	16.9	41.7	21.7	6.7	10.3	23.3	33.3	11.1	8.7
1.1	0.0	2.2	0.0	0.0	0.9	2.5	1.3	41.7	4.3	10.0	13.8	53.3	40.0	27.8	30.4
9.1	5.7	4.4	3.3	5.8	5.6	6.3	14.3	8.3	8.7	3.3	3.5	3.3	0.0	0.0	8.7
2.3	1.6	5.5	3.3	0.8	1.9	1.3	0.0	8.3	0.0	13.3	3.5	3.3	0.0	11.1	8.7
1.1	1.6	1.1	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	3.3	0.0	10.0	26.7	16.7	8.7
2.3	0.8	1.1	8.9	1.7	2.8	3.8	3.9	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.7
18.2	10.6	8.8	13.3	15.0	15.9	13.9	3.9	8.3	4.3	0.0	0.0	6.7	6.7	0.0	4.3
88	123	91	89	120	107	79	77	12	23	30	31	30	15	18	23

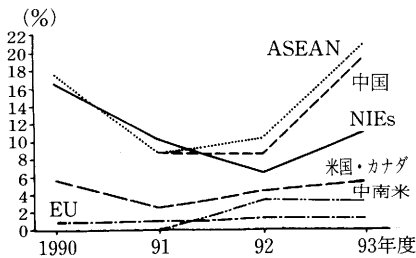
接投資のさまざまな動機の主要地域別の時系列推移を1990～93年度調査に基づいて表している。これをみると、1993年度に顕著な増加を示したのが、上記2つの理由であることが明らかである。したがって、1993年度にみられる対外直接投資積極化の主因は、アジアでの輸出拠点増強の動きと考えると差支えないものとみられる。次に具体的にどの業種のいかなる地域向けが積極的であるかという点、輸銀1993年度調査によれば、自動車組立・部品および電気機械組立・部品ならびに化学企業の中国、ASEAN、アジアNIEs向けなどがその中心であると思われる。業種別の特性も若干みられるようで、自動車産業は当面は、ASEANでの生産能力増強に強い関心を示す一方、電気機械産業では、ASEAN、NIEsではむしろ既存拠点の整理・統合を図りつつ、中国に対する新規投資の意欲が強いようである。なお、円高のインパクトは、アジア諸国にとどまらず、欧米先進国でも強く、海外現地法人にとっての問題である日本からの輸入部品の円高によるコスト増に対応するための現地での

図3-5 対外投資計画の規模の推移 (1990~93年度調査)



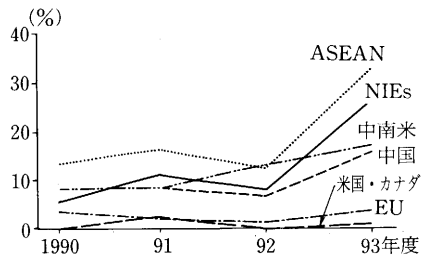
(出所) 手島他 [1994], p. 13.

図3-6 日本への逆輸入



(出所) 手島他 [1994], p. 20.

図3-7 第三国への輸出



(出所) 手島他 [1994], p. 20.

部品生産拡大が図られる見込みである。

1.4 日本企業の対外直接投資の長期展望

1.3では今後3年程度の範囲での日本企業の投資戦略をみたが、長期的には日本企業はよりグローバルな積極策を考えている。

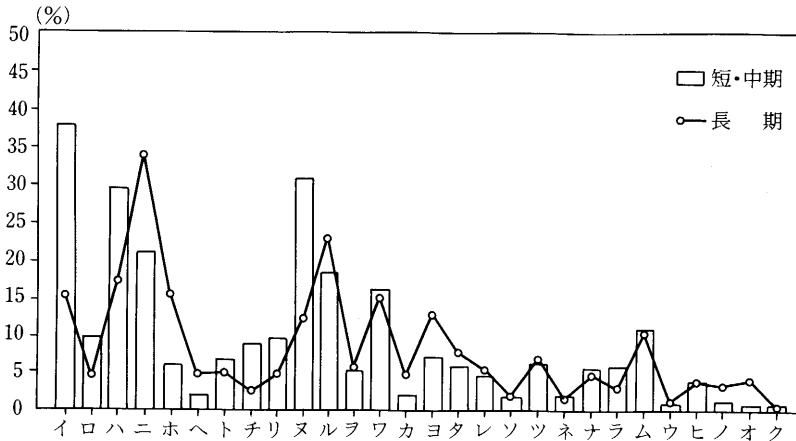
輸銀の1993年度調査では、日本企業の短・中期および長期の課題・留意点と海外事業戦略についての調査を行った。図3-8ではその調査結果の要約として、短・中期の課題・留意点と長期の課題・留意点がそれぞれ何であるかが図示されている。明らかに短・中期で最も重要な課題は、「海外現地法人の売上げ・利益が当初期待したほどあがっていない」ということであり(図3-8の「イ」および「ハ」)、ほぼ同様に重要なのが「円高による日本からの輸入部品の調達コストアップ」(図3-8の「ヌ」)である。各地域ごとの特性をみると、「イ」と「ハ」の売上げおよび利益の問題は先進国向け投資に顕著にみられる課題であり、「ヌ」の円高による輸入部品のコスト増は、世界的に主要地域共通にみられる課題であることが分かる。

長期の課題については次節でさらに詳しく述べるが、図3-8で、短・中期と長期を比較した場合、短・中期の最重要課題である売上げおよび利益の不振は長期ではそれほど深刻ではなくなる。一方、短・中期では4番目に重要な課題にすぎなかった「ニ」の「投資先市場の将来性を踏まえたマーケットの確保」が長期では最も重大な課題となっていることが注目される。この事実は、長期的な世界市場への期待は短・中期のそれよりも大きいことを表している。

次にこういった諸課題・留意点に対する対応策・海外事業戦略をレビューし、そのなかで長期的な対外投資の展望を行ってみたい。

図3-9は、図3-8に表された諸課題に対応する短・中期の戦略と長期の戦略とを比較・図示したものである。短・中期の最重要課題であった売上げ・収益の低さに対応するための施策は「販売拠点の拡充」(「f」)である。ま

図3-8 課題・留意点



(注) <課題・留意点>

(販売・収益面)

- イ. 域内販売の低迷（進出先国内販売および域内販売）
- ロ. 域外輸出の低迷
- ハ. 売上高利益率の低迷
- ニ. 投資先市場の将来性を踏まえたマーケットの確保
- ホ. 地域統合によるマーケット拡大の見込み

(生産面)

- ヘ. 生産・販売拠点の重複
- ト. 原材料・部品調達の高コスト化
- チ. 低い品質レベルもしくは、高い不良品発生率
- リ. 稼働率の低迷
- ヌ. 円高による日本からの輸入部品（素材を含む）の調達コストアップ

(人的資源面)

- ル. 労賃の上昇
- ラ. 一般従業員の労働力不足
- ワ. 中間管理職・エンジニア不足
- カ. 研究者不足
- ヨ. 人的資源の質的向上による高付加価値製品への取組み

(研究・開発面)

タ. 現地の研究・開発水準（技術レベルを含む）の低さ

(投資先での制度面)

- レ. ローカルコンテンツの引上げ
- ソ. 現地法人の製品に対する差別的規制（例、日本製品と見なす）
- ツ. 外国企業に対する課税強化
- ネ. 関税率の引下げ（輸入自由化）

(資金面)

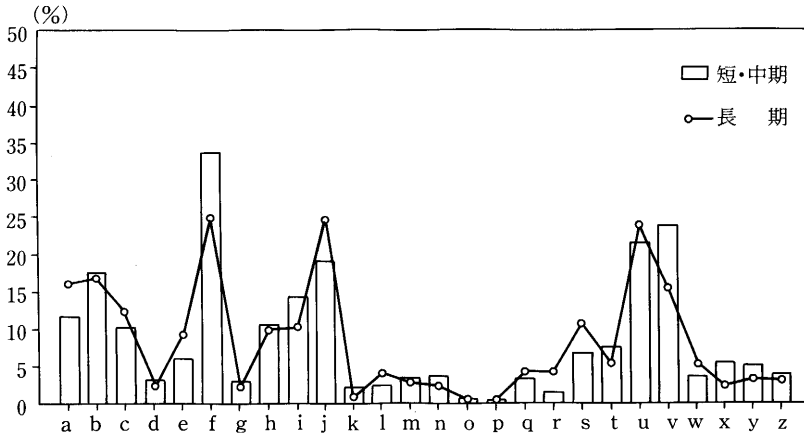
- ナ. 現地での資金調達難
- ラ. 円高による円建債務の負担増

(その他)

- ム. 円高による現地生産の拡大
- ウ. 投資受入制度の改善による現地生産の拡大
- ヒ. 親会社からの支援能力の低下
- ノ. 地域統合による貿易・投資への阻害見込み
- オ. 国内の雇用状況に対するマイナスの影響
- ク. その他

(出所) 手島他 [1994], p. 44.

図3-9 対応策・事業戦略



(注) <対応策・事業戦略>

- | | |
|------------------------------|--------------------------------|
| a. 地域統括拠点の機能強化 | n. 他社との共同生産 |
| b. 生産拠点の拡充 | o. 他社への技術供与 |
| c. 生産拠点の再編・集中化によるスケールメリットの獲得 | p. 他社からの技術導入 |
| d. 生産拠点の規模の縮小・撤退 | q. 他社との販売提携の推進 |
| e. より有望な地域への生産拠点のシフト | r. 他社との共同R&Dの推進 |
| f. 販売拠点の拡充 | s. 現地でのR&Dの強化 |
| g. 販売拠点の規模の縮小・撤退 | t. 現地部品・原材料メーカーに対する技術指導 |
| h. より有望な他地域への販売先シフト | u. 社内教育による人材育成 |
| i. 生産工程の機械化(例, 自動機械の導入など) | v. 現地の部品・原材料メーカー(日系を含む)からの調達拡大 |
| j. 生産品目のいっそうの高付加価値化 | w. 金融拠点の拡充(調達能力の増強) |
| k. 生産品目の汎用品への特化 | x. 親会社からの追加資金の供与 |
| l. 川上・川下への進出(垂直的統合) | y. 円高リスク回避のための非円建資金の導入 |
| m. OEMなどによる生産委託の推進 | z. その他 |

(出所) 手島他 [1994], p. 44.

た、円高による輸入コスト増に対応するための施策は「現地の部品・原材料メーカーからの調達拡大」(「v」)である。

長期の事業戦略は、日本企業の(長期的な)世界市場への期待を反映して、短・中期よりも積極的になる見込みである。とくに、「生産品目のいっそうの高付加価値化」(「j」),「社内教育による人材育成」(「u」),「地域統括拠点の

機能強化」(「a」)、「現地でのR&Dの強化」(「s」)といった諸施策は短・中期に比べて、長期で重要性を増している。

こういった積極化の背景には、先進国市場の回復期待を反映して先進国を中心とした収益性・売上げの不振が長期的にはかなり軽減されるとの見方がある。

このことから、長期には先進国向けの投資も活発化して、日本の対外投資は、世界規模で拡大に向かうことが期待される。

第2節 日本企業の北米・西欧向け対外直接投資の展望

——EU, NAFTA地域統合の影響——

2.1 北米・西欧向け直接投資の短・中期的課題・留意点とその対応策

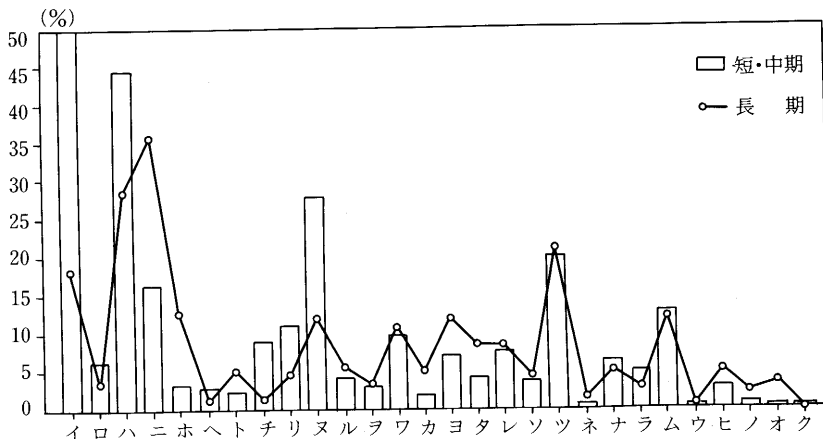
北米・西欧では短・中期には収益性・売上高の不振がアジア諸国に比べて大きな問題である。このため戦略としても生産拠点の増強よりも販売拠点の増強により熱心である。しかし欧米市場の特性を反映して生産品目の高付加価値化や地域統括拠点の設置にはかなり積極的である。

図3-10および3-11は、米国・カナダに対する直接投資の短・中期および長期の課題・留意点と短・中期および長期の対応策・戦略とを図示している。

図3-10で、「域内販売の低迷」(「イ」)、「売上高利益率の低迷」(「ハ」)は先進国で顕著にみられる特性であることが分かる。世界共通の問題である「円高による日本からの輸入部品の調達コストアップ」(「ヌ」)は、前2者に比べると相対的には重要性が低い。

先進国向け投資と途上国向け投資の違いを明確にするために、米国・カナダ向け投資の短・中期の課題・留意点と中国向け投資のそれとを比較してみよう(図3-12)。「域内販売の低迷」(「イ」)については米国・カナダ向け投資の場合、回答者の49.8%が指摘しているが、中国向け投資では13.4%が指摘

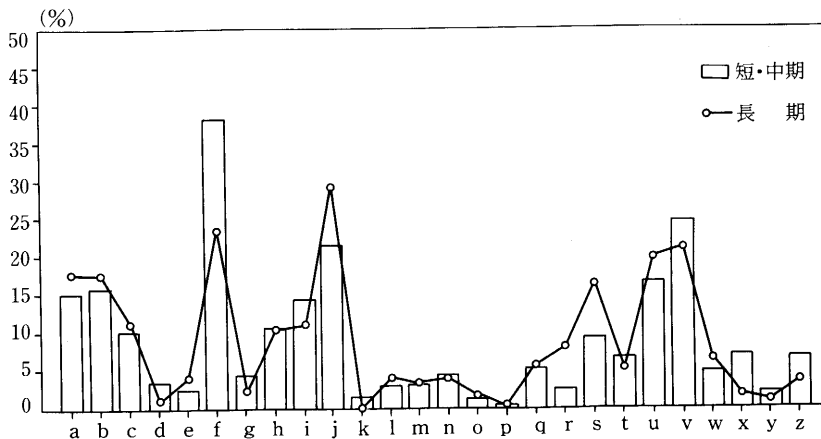
図3-10 課題・留意点 (対米国・カナダ)



(注) 各項目については図3-8を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 47.

図3-11 対応策・事業戦略 (対米国・カナダ)



(注) 各項目については図3-9を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 47.

しているのみである。

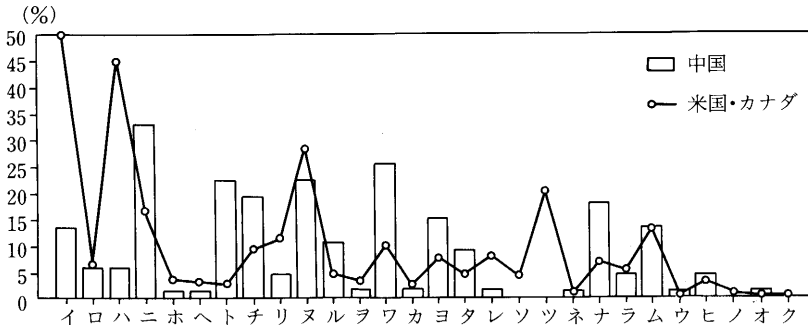
同様に、「売上高利益率の低迷」(「ハ」)については、米国・カナダでは44.6%が指摘しているが、中国ではわずかに6.0%である。

他方、「投資先市場の将来性を踏まえたマーケットの確保」(「ニ」)は中国では、日本の投資家にとっての最大の課題であり32.8%を数えるが、他方、米国・カナダでは16.3%にすぎない。このように、米国・カナダと中国とでは、日本の投資家は全く対照的な見方をしている。しかし、「円高による日本からの輸入部品の調達コストアップ」(「ヌ」)は、中国および米国・カナダの双方で共通に重要な問題とされている。

次に米国・カナダの短・中期の戦略についてみると(図3-11)、「販売拠点の拡充」(「f」)が最も重要であるが、これは、売上げ・利益の不振という当面の課題に対応するためのものである。2番目に重要な戦略は「現地の部品・原材料メーカーからの調達拡大」(「v」)であるが、これは、円高による日本からの部品調達コストアップに対応するためのものである。

先ほどの課題と同様に、短・中期の事業戦略についても米国・カナダ向けと中国向けとを比較すると(図3-13)、日本の投資家は、米国・カナダでは「生産品目のいっそうの高付加価値化」(「j」)に非常に熱心であり(回答者の

図3-12 課題・留意点(短・中期的)



(注) 各項目については図3-8を参照。

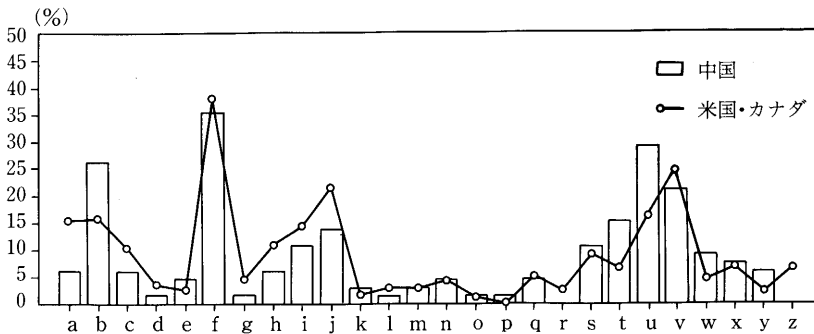
(出所) 手島他 [1994], p. 45.

21.5%), その割合は中国向け(13.8%)よりも多い。一方、「生産拠点の拡充」(「b」)については米国・カナダ向け(15.7%)よりも、中国向け(26.2%)の方が熱心である。この結果のインプリケーションは、米国・カナダではより高付加価値な製品を求める安定した需要があり、洗練された高品質の製品を生産するに足る人的・金融的資源も現地に存在する一方、中国では普及品に対する需要が急増しているうえに、低廉で豊富な労働力など、これらの製品の生産を行う際の比較優位ももっているということと思われる。

一点重要なことがある。図3-11で、「生産拠点の規模の縮小・撤退」(「d」)および「販売拠点の規模の縮小・撤退」(「g」)を当面の戦略として挙げている企業は非常にわずかである。米国・カナダでは当面売上げおよび収益の不振が重要な問題とされているにもかかわらず、縮小・撤退といった消極的戦略をとる企業が非常に少ないことは、日本企業の対外直接投資行動パターンを収益性との関連で考える際に、大いに注目される。収益性と投資態度の関係についてはいっそうの分析が必要とされるが、とりあえず次の点だけは指摘できよう。

前節で述べたように、収益性についての企業の自己評価の高かった

図3-13 対応策・事業戦略(短・中期的)



(注) 各項目については図3-9を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 46.

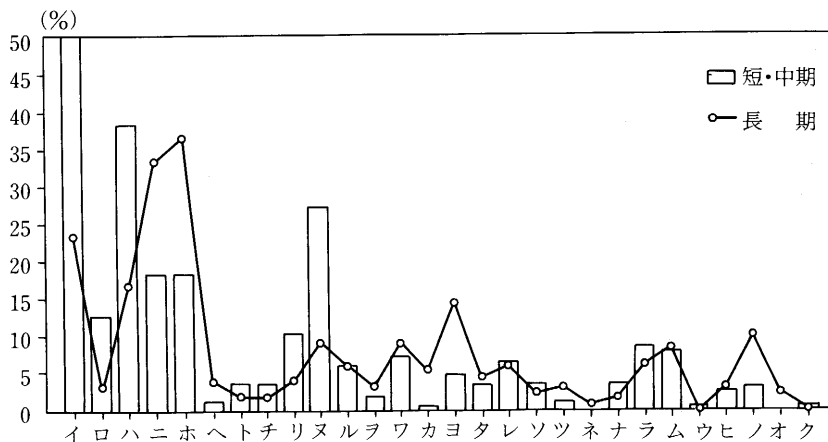
ASEANなどアジア諸国向けには、今後の投資についても積極的に拡大するという傾向が過去3回の調査(1991~93年度)にみられる。これまでの投資の収益性が高い場合、今後の投資態度も積極的であることは、ほぼ間違いないものと思われる。逆に、投資の実績評価の低い欧米先進国向けには、新規投資についての積極的態度はみられない。

しかしながら、投資の収益評価の低さが縮小・撤退に結び付くというのはやや飛躍がありすぎと思われる。とくに1980年代の欧米向けの投資が1件当たりかなり大規模なものが多かったことを考えると、仮に当面赤字が続いたとしても軽々に撤退などできるものではない。まして、現地企業の事業収益は、当然のことながら、現地市場の景気循環的な動向に大きな影響を受ける。穏やかではあるが、米国経済が回復しつつある現在、日本の主要投資家は、各産業ごとの市場の回復過程およびその需要のテイストの動向を注意深く見守りつつ、次の投資機会を考えているというのが現状であろう。もちろん、こういった見方の背景には、日本企業が世界市場で生き残っていくためには、グローバリゼーション戦略が不可欠であり、その世界戦略のなかで、米国市場の重要性は、今も、また、これからも(少なくとも今後10年というタームでは)非常に高いだろうという筆者の前提があることはいうまでもない。

リージョナリゼーション(EU, NAFTAなどの地域統合および地域自由市場形成の動き)が日本企業の対外直接投資に及ぼす影響についてみると、米国・カナダおよび中国において「地域統合によるマーケット拡大の見込み」(図3-12の「ホ」)を期待している日本の投資家は当面そう多くはない。しかし、戦略的には米国・カナダで「地域統括拠点の機能強化」(図3-13の「a」)を考えている企業は15.2%とかなりの水準に達しているのに対し、中国ではわずか6.2%にすぎない。この違いは米国・カナダの場合NAFTAによる統合がかなり進展していることで説明できる。

EUに対する直接投資の課題・留意点および対応策・事業戦略は米国・カナダに対するそれとほぼ同様である(図3-14, 3-15)。日本の企業家は、EUでの投資の売上げ・利益の実績が不十分であることが当面最大の課題であると

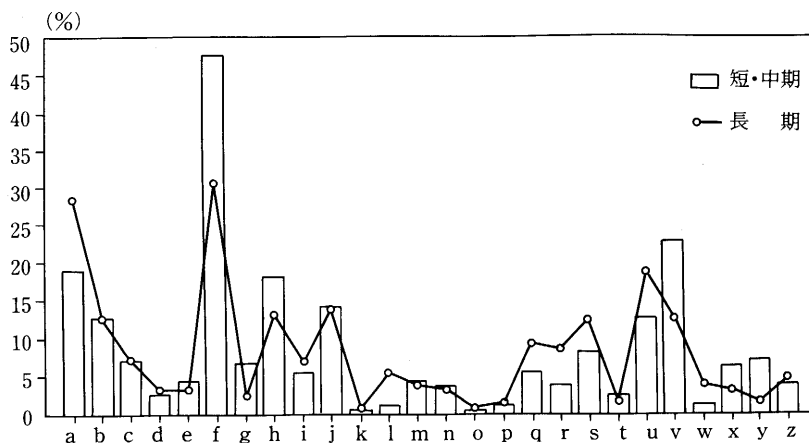
図3-14 課題・留意点 (対EU)



(注) 各項目については図3-8を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 47.

図3-15 対応策・事業戦略 (対EU)



(注) 各項目については図3-9を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 49.

考えており、今後の生産拠点の拡大については慎重である。むしろ販売拠点の拡大の方が可能性がある。

EU向け投資で注目すべきは、日本の投資家はEU統合に重大な関心をもっていることである。EUについての回答企業のうち、18.2%は「地域統合によるマーケット拡大の見込み」が重要な留意点と考えている。しかし、米国・カナダでは、地域統合の影響を重視しているのは回答企業のわずか3.4%にすぎない。EUとNAFTAで、このように見方が違うのは、EUの場合には統合へ向けての長い歴史をもっており、しかも着実に統合のプロセスが実施されてきたのに対し、NAFTAの場合には、1993年度調査の実施時点（93年8～10月）では、未だ米国内で多くの論議が交わされており先行き不透明だったためと思われる。

2.2 北米および西欧向け投資の長期的課題・留意点と長期の事業戦略

前節の1.4で述べたように、日本の投資家は長期（今後10年）では短・中期（今後3年まで）よりも、より積極的な投資姿勢をみせている。欧米先進国向け投資では、とくにその点が顕著である。米国・カナダでは「域内販売の低迷」（「イ」）に対する懸念は、短・中期では回答企業の49.8%であるが長期では17.5%へと大きく減少する（図3-10）。

同じことは「売上高利益率の低迷」（「ハ」）についてもいえる。収益性を課題とする回答企業は、短・中期の44.6%から長期の28.2%へ減少する。

これとは対照的に、「投資先市場の将来性を踏まえたマーケットの確保」（「ニ」）は、より重要な留意点となり、短・中期の16.3%から長期では35.6%まで増加している。これは、米国・カナダ市場が長期的には拡大するとの期待が日本企業の間で強いことを示している。「地域統合の進展に伴う投資先市場の拡大」もまた、期待されており、短・中期ではわずかに3.4%がこの課題をあげていたのに、長期では12.4%がこの課題の重要性を認識している。

このように米国・カナダ向け投資に対する見方は、短・中期に比べると長

期で、より積極的なものに変化する。このため、海外事業戦略もまた、より高付加価値な製品に対する投資先市場の拡大にいかに対応していくかということが重要な要素となる。図3-11では、米国・カナダ市場向けで長期的に最も重要な戦略は、「生產品目のいっそうの高付加価値化」(「j」)であり、これをあげた回答企業の割合は短・中期の21.5%から、長期には29.2%へと増加している。もうひとつ注目されるのは「現地(投資先)でのR&Dの強化」(「s」)であり、回答企業の9.4%(短・中期)から、16.4%(長期)へと増加している。「地域統括拠点の機能強化」(「a」)についても、NAFTAの今後の進展を考慮してか、若干の増加(15.2%から17.5%)がみられる。

今後のEU向け投資でも、長期的には課題および戦略ともに、短・中期に比べると、積極化がみられることは、米国・カナダ向け投資と同様である(図3-14, 3-15)。しかし、EU向けで顕著に目立つ点がひとつあり、それはEU統合が有するEUの経済成長促進へのインパクトである。

図3-14で、「地域統合によるマーケット拡大の見込み」(「ホ」)は、短・中期でも、既に回答企業の18.2%と、かなり多くの日本の投資家から指摘されていたが、長期には短・中期の倍近い36.1%の企業が、この点が重要な留意点であると考えている。

これに対応してより多くの回答企業から、「地域統括拠点の機能強化」(図3-15の「a」)は、今後拡大するEUの市場を確保するために、必要な戦略であると指摘されている(短・中期の場合の回答企業の19.1%から長期では28.1%へと9ポイント増)。これまでの議論から当然予測されることであるが、米国・カナダ向け投資およびEU向け投資を、今後長期的に検討するに際し、生産拠点または販売拠点の縮小ないし撤退を考える企業は非常にわずかである。

2.3 EUおよびNAFTAのリージョナリゼーションが日本企業の「グローバル化」に及ぼす影響

前節で、北米およびEUにおける地域統合がこれら地域の市場拡大に及ぼす

影響について日本の投資家は重要な関心を払っている一方、中国向け投資の場合には、地域統合の影響はあまり重視されていないことをみた。

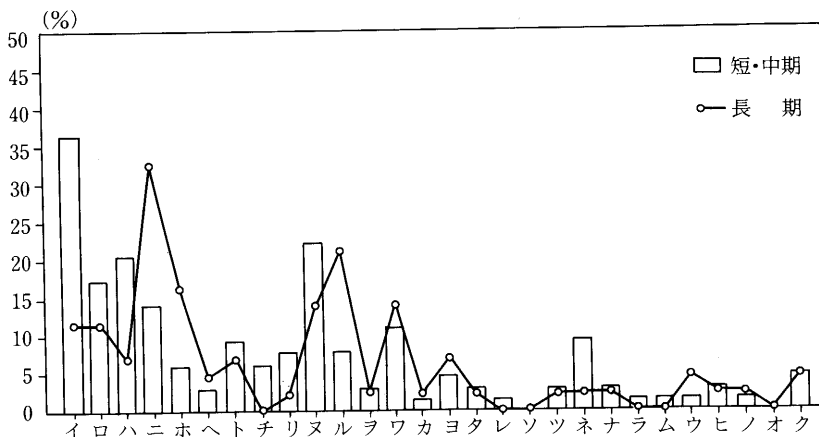
調査結果を整理してみると、今後の直接投資を考える際の地域統合についての日本企業の（プラスの）関心はEU、中南米（図3-16、3-17）、米国・カナダの順で高い。この留意点は、アジアNIEs（図3-18、3-19）、ASEAN諸国（図3-20、3-21）、中国（図3-22、3-23）といったアジアでは、それほど重要ではない。日本の投資家の見方が、このように地域別に大きく異なるのは、西欧・北米地域ではEU、NAFTAといった具体的な地域統合の動きがそれぞれかなり進展をみせているのに対し、アジアでは、地域統合の動きは未だそれほど進展していないという事情を反映しているものと思われる。OECDのC・オマーンらは、1980年代の日本企業の卓越した国際競争力がある程度、北米・西欧での地域統合促進の引き金になった面があるとみている（Oman [1994]）。日本企業の欧米市場でのプレゼンスが高まるにつれて、欧米側では、欧米企業の国際競争力を強化しなければならないとの問題意識が強まり、そのためには域内の関税・非関税障壁撤廃、規制撤廃によって、規模の経済を生かせるようなより大きな単一市場を形成、企業の競争力を強化しようとの動きが生じたためであるとの見方である。これは、いわば日本企業の「グローバル化」に対する、北米・西欧側のインパクトとしての「リージョナリゼーション」である。

注目されるのは、こうしたEUおよびNAFTAのリージョナリゼーションに対する日本企業の見方は、非常に積極的だと思われる点である。

かつて1991年度に行った輸銀調査では、日本企業の地域統合の動きに対する反応は、一言でいえば、EUおよび米国・カナダへの直接投資を増加して「インサイダー」化を図ろうとする企業はかなりあるが、リージョナリゼーションがEUや米国・カナダへの投資を増加するのに障害になるとはほとんどの企業が考えていないということであった（Tejima[1992], pp. 49-50）。

最新の1993年度調査でも筆者は91年度とほぼ同様の結果を得ている。回答企業のなかで、地域統合が国際貿易と対外直接投資の障害になると考えてい

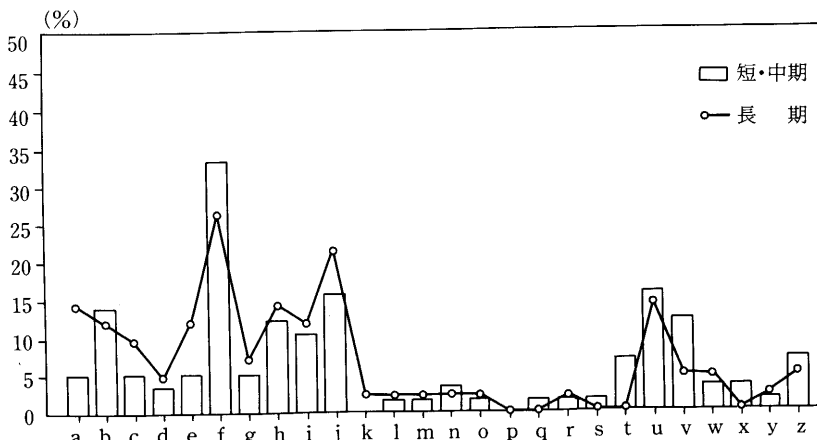
図3-16 課題・留意点 (対中南米)



(注) 各項目については図3-8を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 49.

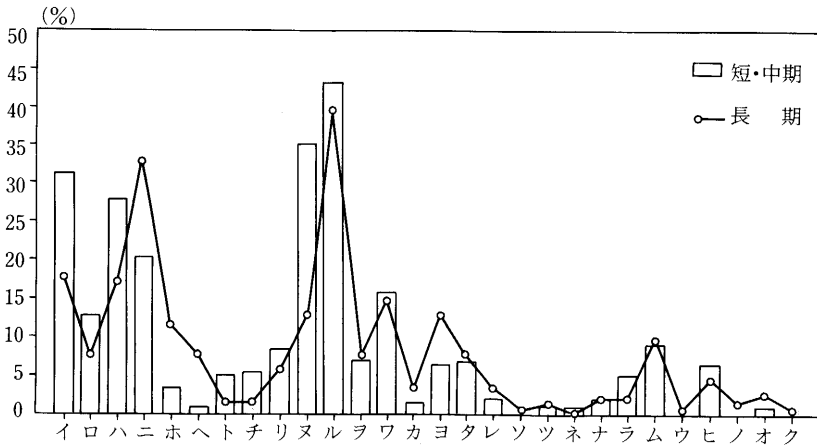
図3-17 対応策・事業戦略 (対中南米)



(注) 各項目については図3-9を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 49.

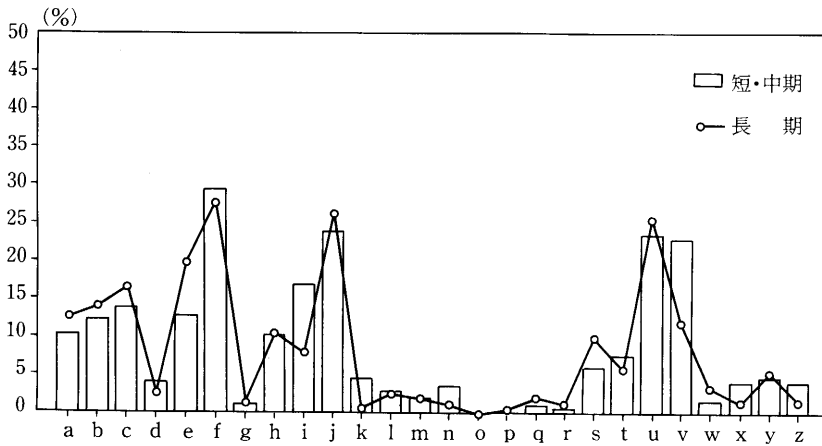
図3-18 課題・留意点 (対NIEs)



(注) 各項目については図3-8を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 51.

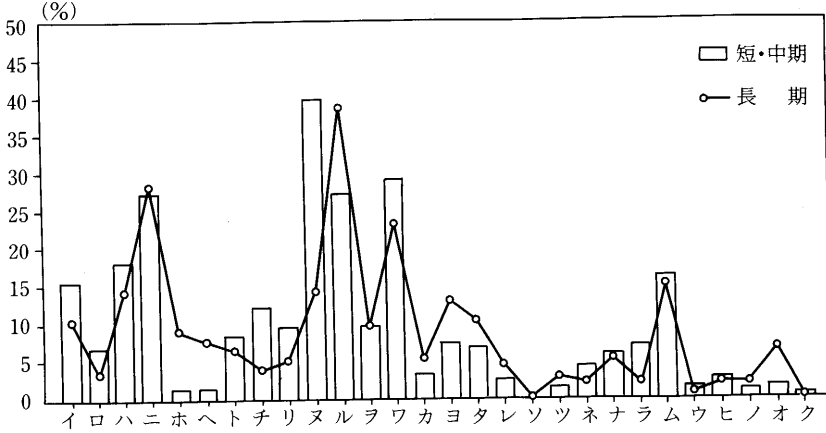
図3-19 対応策・事業戦略 (対NIEs)



(注) 各項目については図3-9を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 51.

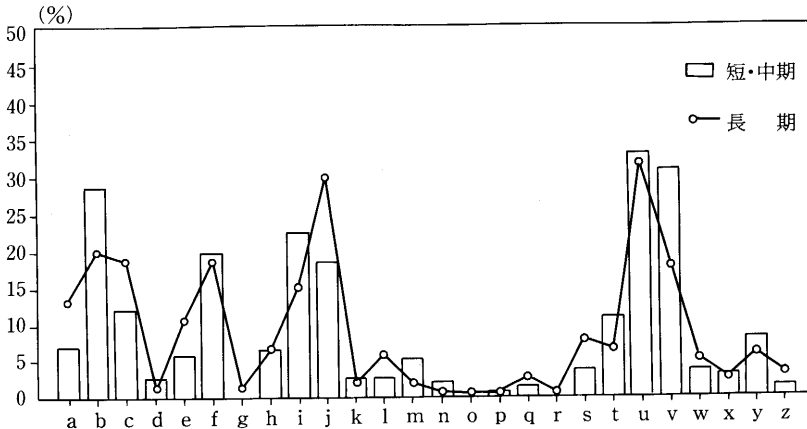
図3-20 課題・留意点 (対ASEAN)



(注) 各項目については図3-8を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 51.

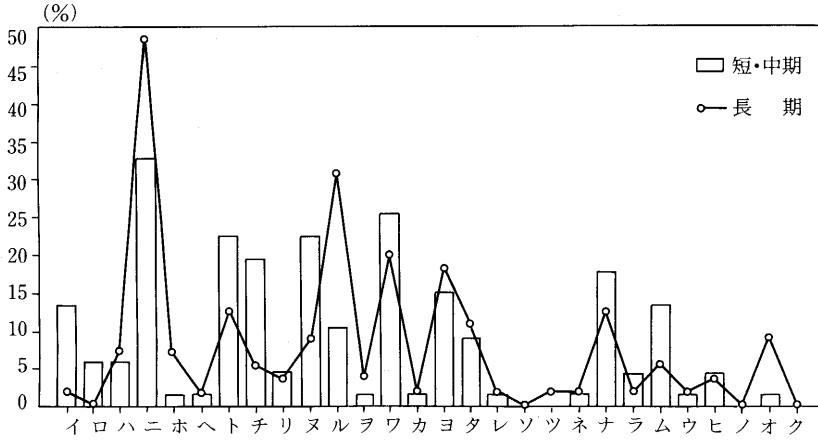
図3-21 対応策・事業戦略 (対ASEAN)



(注) 各項目については図3-9を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 52.

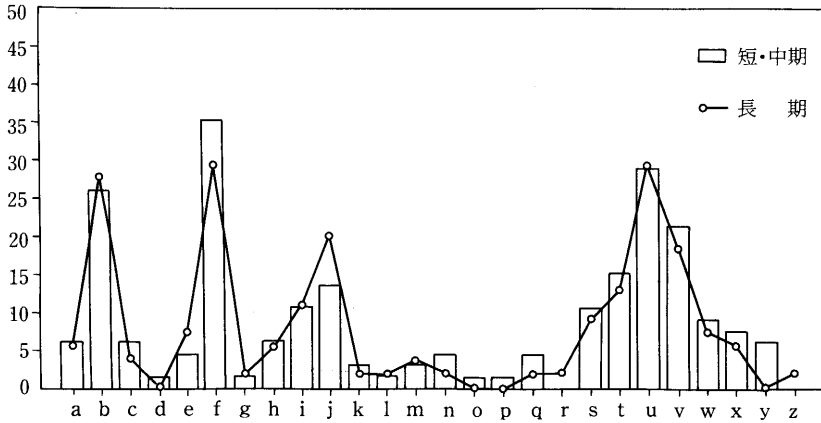
図3-22 課題・留意点 (対中国)



(注) 各項目については図3-8を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 52.

図3-23 対応策・事業戦略 (対中国)



(注) 各項目については図3-9を参照。

(出所) 手島他 [1994], p. 52.

る企業はごくまれである(図3-10, 3-14, 3-16, 3-18, 3-20, 3-22の「ノ」)。

むしろ、日本の投資家は、EU, NAFTAの域内市場が順調に拡大することを期待している。とくに、長期では、地域統合が域内市場の拡大に及ぼすプラスの効果についての期待が大きい。このため、日本企業は、地域統括拠点の増強や生産拠点の拡充および生産品目のいっそうの高付加価値化といった手段を講ずるのに積極的である。

この背景には次のような事情があるとみられる。日本企業の海外現地生産の国内生産に対する比率は、米国の多国籍企業と比べると、依然として低いレベルにある。したがって今後日本企業の欧米市場へのアクセスに対する最後の保護貿易的措置としての欧米の政府主導のリージョナリゼーションがいっそう進展するとすれば、日本企業のEU, 北米, 中南米に対する直接投資はいっそう促進されるものと考えられる。なぜなら、日本企業にとっては、欧米のリージョナリゼーションの動きには域外諸国(たとえば日本)に対する貿易転換効果を生ずる懸念が常につきまとうため、日本企業がグローバル企業として欧米市場に対する関与を続けていこうとするなら、直接投資による現地生産は不可避の道であるためである(手島[1992], pp. 28-29)。

一方、日欧米が現在の景気低迷から脱して、循環的な上昇局面に向かえば、地域統合による域内経済活性化の影響も加わって、欧米先進国向け投資にも収益・売上げ面で大幅な改善がみられよう。もちろん景気が回復すれば、リージョナリゼーションに内在する保護主義的な要素は弱められ、貿易転換効果は減少し、日本からの対外直接投資促進効果も弱められるかもしれない。しかし、それ以上に、リージョナリゼーションなどによる市場拡大によって、EC・北米地域の所得が増加、より高付加価値な製品に対する需要を拡大し多様化する可能性がある。この結果、欧米現地市場の需要動向に、より速やかに適合するため、日本企業の直接投資は拡大されるものとみられる。日本企業のリージョナリゼーションに対する積極評価とそれを受けてのこれら地域への直接投資拡大の積極的態度の背景には、以上のような事情があるものと考えられる。

第3節 日本企業のアジア太平洋地域における事業戦略

3.1 アジア向け直接投資の短・中期的課題・留意点とその対応策

アジアでは北米・西欧と異なり収益性・売上高についての懸念は少ない。むしろ拡大する現地市場をいかに確保するか、上昇する労働コストや人的資源の不足にいかに対処するかが重要な関心事である。このため生産拠点の拡充や社内教育の強化および生産品目の高付加価値化が重要な施策となる。

アジア諸国向け投資で重要な課題は、「投資先市場の将来性を踏まえたマーケットの確保」である。とくにこの点は中国で顕著だが、他のアジア諸国でも同様にみられる（図3-18, 3-20, 3-22の「ニ」）。したがって、投資先市場の確保を図るべく、積極的な戦略がとられている。中国およびASEAN向けには、生産拠点の拡充が短・中期および長期を通じてさかんであり、アジアNIEsでは、生産品目のいっそうの高付加価値化が重要である（図3-19, 3-21, 3-23）。しかしASEAN諸国でも、長期的には生産品目のいっそうの高付加価値化が重要となり、対アジアNIEs戦略といっそう似通ったものになってくる。

「円高による日本からの輸入部品の調達コストアップ」（「ヌ」）というのは、世界共通の短・中期的課題であり、当然のこととして、アジアの全主要地域に共通の課題でもある。

この課題に対する対応策も、全世界そして全アジア共通に、「現地の部品・原材料メーカーからの調達拡大」（「V」）である。しかしながら、この課題および戦略は長期的には重要性が低下する。これは、欧米向けも含め世界共通のパターンであり、現地部品生産の進行によって海外現地法人にとっての円高の影響は重要度を薄めるとの見方によるものと思われる。ただし業種別にみると例外もあり、自動車産業では、長期になっても円高による輸入部品のコスト増は依然としてかなり大きな問題であるし、現地部品調達の拡大は重要な戦略である。自動車産業の場合、今後の現地調達比率の持続的な増加が

収益性の向上に重要な影響を及ぼすと思われる。

アジア向けの直接投資に特有の課題および戦略は、労働コストに関するものである。アジアNIEsでは、短・中期で既に、「労賃の上昇」(「ル」)が最も重要な課題となっており、ASEANでも3番目に重要な短・中期の課題である。ただし、中国では「労賃の上昇」は、当面重要な問題ではない。ASEAN諸国およびアジアNIEsで「労賃の上昇」に対応するための短・中期の戦略は「社内教育による人材育成」(「u」)である。投資先国の所得増加に伴う労賃の上昇は、対外直接投資などの貢献によって投資先国の経済開発が進めば進むほど不可避のものである。もし安い労働力のみを追求する投資であれば、投資先国の賃金が上昇すれば、より労賃の安い国を求めて、休みなく世界中を渡り歩かねばならないことになる。現実には、これまでの投資に伴う膨大な資金負担も発生しているし、また、「モノづくり」には、未熟練の低コスト労働力ばかりでなく、ある程度熟練した人的資源も必要である。したがって、これまでの投資および現地生産の実績を踏まえたうえで、生産品目のいっそうの高付加価値化を図り、生産コストの上昇をカバーすることが重要な戦略となる。換言すれば、投資先国の経済開発に伴い資本蓄積も進み1人当りの所得が高まる結果、その比較優位が労働集約的産業からより資本集約的、技術集約的産業にシフトするのにあわせ、日本企業の現地法人(生産拠点)も労働集約的な財から、より資本集約的、技術集約的な財の生産にシフトする必要がある。この戦略のなかで、投資先の人的資源の教育・開発を企業内で行うことが重要な役割を担うことになる。このような日本企業の戦略は、外国投資の受入れによって自国産業の高度化・高付加価値化を図るアジアの投資受入国の開発政策とも適合したものとなる。

3.2 アジア向け直接投資の長期的課題・留意点と長期の事業戦略

「投資先市場の将来性を踏まえたマーケットの確保」(「ニ」)は、短・中期において中国向け投資の際の最大の留意点であるばかりか、長期ではその重

要性がいっそう高まっているアジアNIEs向けおよびASEAN諸国向け投資では、各々2番目に重要な留意点であるが、やはり、短・中期よりもその重要性を高めている。3.1でも述べたように、ASEAN諸国では、外国投資の流入などによる経済成長および1人当たり所得の急速な増加が見込まれる結果、「労賃の上昇」(「ル」)が最も重要な長期の課題となる。ちなみに、短・中期では、「労賃の上昇」は4番目に重要な課題であった。

中国向け投資においてさえも、「労賃の上昇」は、長期では2番目に重要な課題となる。したがって、NIEs, ASEANおよび中国において「社内教育による人材育成」(「u」)は重要な戦略となる。なぜなら、このような人材育成が成功したときに、より高付加価値な製品の生産が可能となり、賃金上昇のコスト増を相殺することができるからである。

リージョナリゼーションとの関連では、先に前節の2.3でみたように日本の投資家は、アジアにおける地域統合の動きを、米国・カナダ, EU, 中南米の地域統合ほどは重視していない。これは一面では政治的な地域統合のリーダーシップに頼るまでもなく、日本企業は、1.1で述べたようにアジア地域で民間企業主導のネットワーク展開を行っているためである。なお、今後のリージョナリゼーションに対応する「地域統括拠点の機能強化」(「a」)戦略は中国および「その他アジア」よりもASEAN諸国およびNIEsで、比較的多くとられるようになるとみられる。

一般的にいつてアジア向け投資の長期の課題・留意点と戦略は、短・中期のそれと大きく異なることが注目される。一言でいえば、アジア向けには、日本の投資家は短・中期も長期も一貫して、積極的な投資態度をとっている。この点は短・中期の課題・戦略と長期のそれとが大きく異なる先進国向け投資とは際立った違いをみせている。

3.3 アジア太平洋市場の拡大と日本企業の「グローバルゼーション」

現在、先進国経済は未だに不況から脱し切れないでいるが、アジア諸国は

依然として高度成長を続けている。最近になって、日本企業のみならず、欧米企業もアジアへの投資を活発に行いはじめたが、その目的は、(最近マクロ経済回復の著しい中南米を別にすれば)ほとんど世界唯一の高成長地域であるアジアの市場を確保することである。

日本企業にとっても、アジアは、現在、積極的な投資展開を検討している世界中でほとんど唯一の地域である。輸銀の最新調査によれば、アジア向け投資に2つの傾向がみられる。ひとつは若干停滞気味だったASEAN向け投資が再度活発になるということであり、もうひとつは、中・長期的にみて最も人気のある投資先は中国であるということである。国別にみた有望投資先の順位では、10位以内に、中国、インドネシア、タイ、マレーシア、シンガポールが、また、その他のアジア諸国としてベトナム、インドが入っている。

中国向け投資には2つの性格がある。ひとつは、日本を含む第三国向け輸出拠点の設置であり、もうひとつは、地元市場への販売を目指す供給基地の建設である。既存拠点についての調査を行うと第1の性格の方が強いが、将来的には第2のタイプの投資の方が多くなるとと思われる(表3-6)。

同じことがアジアNIEsおよびASEAN諸国についてもいえる。1980年代に日本企業がアジアに設立した生産・販売拠点は、日本の優れた生産技術を生かした、日本を含む第三国向けの輸出拠点としての性格をもっていた。しかし、先にみたように先進国市場の近年の停滞に比し、アジア現地市場は、長期的に大きく拡大することが期待されている。

このため、日本のアジアにおける生産子会社の性格は、第三国向けの輸出基地から現地市場向けの供給基地へと次第に変化していくこととなろう。ところで、現時点で、日本のアジア向け直接投資が、現在再度増強されつつあることの直接の原因は、1993年以降の円高が引き金となった、アジア輸出基地強化の動きであり、長期のトレンドにやや逆行するようではあるが、しかし、10年タームで考えると、日本企業の「グローバリゼーション」は全アジア地域に供給するための地域生産-販売ネットワーク作りという形で進むものと考えられる。

アジア向けの投資で、日本企業にとって気掛かりなことがあるとすれば、かつて、アジアNIEsやASEANで展開した効率的な地域生産ネットワークが、中国をも包摂する形で展開できるか否かということであろう。一部の自動車企業および電気機械企業は既にその方向で動いていると思われるが、今後、最も注目されるのは中国などアジア諸国の経済政策とくに外資政策が、長期的に持続性・安定性があるか否かということであろう。

第4節 結論——1990年代後半の新たな（第2段階の）日本企業の「グローバリゼーション」

1980年代の日本の「グローバリゼーション」はEU、NAFTAの「リージョナリゼーション」やアジア諸国の高度成長に大きな影響を及ぼしてきた。

しかし、近年の先進国経済の低迷は日本企業の先進国向け投資の業績悪化のひとつの原因となっているばかりでなく、先進国向け輸出基地の建設を目指したアジア向け投資にも間接的にマイナスの影響を与え、日本経済の低迷や資金調達コストの上昇もあって1990年代初頭、日本のグローバリゼーションは過渡期に入った。しかし、今後とも日本企業が世界市場でのプレゼンスを確保するためには、グローバリゼーション戦略の維持・拡大は不可欠である。当面は最近の円高傾向に対応するためアジアの輸出基地を増強するための投資を行わねばならないし、また、拡大するアジア市場向けのアジアでの供給基地の新増設も緊要であろう。さらに加えて、日本企業は、日本からの輸入部品のコスト削減の意味から、先進国でのローカル・コンテンツ拡大のための投資を行わねばならないであろう。加えて、日本国内の生産コスト削減のための海外の生産基地からの部品・製品の輸入はますます重要となつてこよう。当面の円高に対応して日本企業が海外現地法人も含めたグループ全体としての国際競争力を維持していくためには、このような対外直接投資戦略は不可欠である。アジアでのいっそうのネットワーク展開の過程で、日本

企業の優位性の淵源である生産技術などはよりいっそうアジアに移転されていこう。アジア各国の比較優位（低労働コストなど）を生かしつつ日本企業が（海外現地法人をも含めた）グループ全体の競争優位を維持・強化していくためには、これは不可避の道である。

しかし、日本企業は国内的には生産拠点の海外移転に伴う余剰労働力発生について当面どう対応するかという問題に直面することとなる。国際競争力の維持と国内の雇用問題はいわばトレードオフの関係にある当面の大きな課題である。

長期的にみれば、日本の対外直接投資は先進国向けにも再度増強されよう。ひとつには、高付加価値品に対する先進国市場の循環的回復が見込まれるためである。またひとつにはより高度の技術開発を旨としたR&D投資が見込まれるためである。日本企業の長期的な国際競争優位維持のためにこのようなR&D投資、高付加価値品生産に対する投資は不可欠である。この先進国向け投資回復の動きは、EUおよびNAFTAの地域統合の動きによって加速されよう。

このような形で1990年代後半に日本の「グローバリゼーション」が復活する可能性がある。既に述べたことから明らかなように、これは貿易摩擦対応と円高対応を中心とした1980年代の「グローバリゼーション」より普遍的な性格をもつグローバリゼーションである。しかし、この新たな「グローバリゼーション」がより積極的に意味あるものとなるためには、日本企業は、1980年代の日本企業が行ったように生産技術および経営管理技術上のイノベーションを再度世界に提示していく必要がある。そのためには海外または日本国内での大規模なR&D投資が必要とされてくるに違いない。このような新たな企業固有の競争優位をもつことができたとき、日本の対外直接投資は、1980年代よりも、より地域バランスのとれた形で、アジア、北米、欧州、中南米に広がっていくものと思われる。