

北陸企業の北東アジアへの展開

— 対岸諸国を中心に —

富山県貿易・投資アドバイザー 野村 允

1 2002年における日本の対外投資動向

(1) 概観

「対外及び対内直接投資状況（財務省）によると（表1）、2002年度の日本の対外直接投資実績は、件数で2,144件（前年度比21.3%増）、投資額が3,624億ドル（同13.5%増）となり、引続き高水準を維持している。

地域別では、件数で欧州、アジア、北米の順となり、アジアのうち中国（香港を含む）がアジア全体の55.1%を占めている。

表1 日本の国・地域別対外直接投資実績（報告・届け出ベース）
（件）

国名 \ 年度	1998	1999	2000	2001	2002
北 米	335	356	282	208	229
中 南 米	250	242	203	153	186
ア ジ ア	545	534	459	504	534
中 国	(165)	(135)	(131)	(245)	(294)
韓 国	(48)	(62)	(52)	(47)	(44)
北朝鮮	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
中 近 東	4	1	6	3	3
欧 州	385	514	717	859	1,157
ロシア	(4)	(2)	(1)	(2)	(2)
アフリカ	31	25	7	13	13
大 洋 州	66	57	27	28	22
合 計	1,616	1,729	1,701	1,768	2,144

資料：「対外及び対内直接投資状況（財務省）よりジェトロ作成

(2) 対岸諸国への直接投資

日本の対岸諸国（ロシア、中国、韓国、北朝鮮）への直接投資（件数）は、総件数340件のうち中国が294件、韓国が44件、ロシアが2件、北朝鮮がゼロであるが、1件当たりの投資額で見ると、韓国、ロシア、中国の順となる。

国別に特徴的な動向を見ると、中国の場合には、1991年～96年の外資ブーム時に比べると減少しているものの、2001年以降再び増加傾向にある。韓国の場合には、90年代を通し、金融危機による一時的な減少が見られたが、ほぼ横ばい状態で推移している。ロシアの場合には、旧ソ連解体を機に一時的な対ロブームを迎えたが、94年以降低水準傾向を続けている。

2 北陸企業の対岸諸国への展開

(1) 北陸企業の海外展開推移

北陸企業の海外展開の推移を見ると、1960年代前半までは、①海外販路の拡大、②経営の国際化、③海外情報の収集——などの目的で欧米主体に地元大手企業（YKK、日華化学、不二越など）が中心であった。70年代には、地元中堅・中小企業の中で、①大手商社依存からの脱出、②海外販路の

拡大、③情報の収集 ――などを求めて、北米、東南アジアへ進出する企業が胎動した。80年代には、円高を機に多くの企業が生き残り戦略の一環として、東南アジアを中心に、①生産拠点づくり、②市場開拓、③原材料の安定確保、④情報の収集 ――など目的の多様化とともに活発な展開を示した。1983年9月末、(財)北陸経済研究所が実施した調査「北陸の産業白書(1989年)によると、北陸企業の海外展開先は東南アジア(中国、韓国を除く)、欧米が主体で、対岸諸国への進出は全体の9%(22件)に過ぎなかった。そのうち、韓国が16件、中国が6件であった。旧ソ連に対しては当時、いくつかの動きはあったものの成約までには至らなかった。

1990年代に入ると(表2、表3)深刻化した人手不足、一段と進行した円高を背景に、北陸企業(特に、繊維・機械関連)の海外展開に拍車がかかった。こうした動きの中で、対岸諸国への企業進出は、東西冷戦の崩壊、旧ソ連解体を契機に、ロシア、中国の市場経済化への移行が進む中、買

易取引の活発化とともに企業展開にも変化が生じた。特に、コスト低減を求めて、韓国から中国へのシフトが見られるなど、95年以降中国への進出が増加の一途を辿り、近年、内販型投資の増加、進出地域の広域化など新しい形での展開が見られる。韓国への企業展開は、北陸企業にとっても漸次韓国への進出メリットが薄れ、いくつか撤退ケースも見られたが、金融危機以後の韓国経済の回復に伴って再び前向きに転じている。ロシアへの企業展開は、旧ソ連解体後の混乱した政治・経済状態の中で北陸企業は日本海沿岸諸県の中でも珍しく極東地域で一時的に活発化したが、ロシア経済の混迷化が続くとともに日ロ合弁事業のトラブル発生もあって、撤退するケースが生じた。今なお、ロシアへの進出についてはこれまでの残影が消えず躊躇する企業が多いように思われる。

(2) 国別に見た最近の動きと展望

以下、国別に既進出企業の現状および将来展望を簡単に素描してみた。

表2 北陸企業の対岸諸国への進出状況 (平成4年：1992年8月末現在)

国名	県名				主な進出企業		
	富山	石川	福井	北陸計	富山県	石川県	福井県
ロシア	7	2	1	10	伏木海陸運送 田島木材	石川県貿易協 山徳	TC通商
中国	12	10	12	34	富士メリヤス 石黒産業	松村縫製 金沢貿易	ふじや食品 遼日産業
韓国	7	5	15	27	北陸電気工業 総和レジン工業	日成ビルド工業 高山リード	セーレン 石川眼鏡
北朝鮮	-	1	-	1	-	不二製管	-
計	26	18	28	72			

注：計画段階のものおよび事務所を含む
資料：「新段階を迎えた環日本海交流」(野村)
「国際金融」1993/11

表3 北陸企業の対岸諸国への進出状況

(件)

国名	県名				主な進出企業		
	富山	石川	福井	北陸計	富山県	石川県	福井県
ロシア	5	2	-	7	伏木海陸運送 田島木材 YKK	奥野自動車商会	-
中国	110	46	85	241	タカギセイコー 日平トヤマ 富士メリヤス YKK	ヤギコーポレーション コマニー 北村製作所	井上ブリーツ 日華化学 サンリーブ
韓国	7	5	7	19	不二越 北陸電気工業 YKK	アサヒ装設 高山リード	日華化学 セーレン タケダレース
計	112	53	92	267			

注：富山県 - 15年8月末現在、石川県 - 15年3月末現在、福井県 - 13年2月末現在

資料：「富山県企業の海外事業所調査」
平成15年12月 (財)とやま国際センター
「2002年石川県貿易・海外投資活動実態調査報告書」
平成15年3月 ジェトロ金沢
「県内企業海外進出状況調査結果報告書」
平成13年3月 福井商工会議所

A ロシア

前述した如く、対ロビジネスが永らく足踏み状態を続けている中で、東シベリア・極東地域に進出している北陸企業の特徴的な動きを業種別にまとめるとともに企業進出に対する将来を展望した。

木材・製材業 1991年にイルクーツク州に進出した田島木材(株)は、約10年間、現地での大変な経営努力の結果、現在は安定的稼働を続けている。同地に立地している同業種・同規模のロシア企業との経営を比較してみると、①現場責任者達と従業員とのコミュニケーションの違い(同社では管理者室と従業員の休憩室とを廊下でつなく、食堂、シャワー設備の共用を実施しているなど、円滑なコミュニケーションをはかっている) ②同社の従業員の品質に対する認識および自社製品へのプライドが強い、③職場規律の厳正化に対する意識が強い——など徹底した社員教育の結果、設立当初に比べて、従業員の意識に大きな変化が生じている。同社がロシア企業の5倍の生産性を挙げているのは、正に、従業員の持つ意識の差(変化)にあると言えよう。

建設関連 2002年、サハリンプロジェクト関連で、橋梁・鉄骨・建築などを手掛ける川田工業(株)が、ユジノサハリンスク市へ進出した。既に、サハリンプロジェクト関連のパイプライン、LNGプラント、従業員宿舎建築などの各種分野に、日本の大手企業、北海道企業が参入している。同社は、将来、特有の技術を活かしロシア極東地域全域でのビジネス展開を目指している。

サービス業 伏木海陸運送(株)がウラジオストク市でホテル(1993年)、自動車修理工場をナホトカ市(1993年)、サハリン(1992年)で開設した。また、(株)奥野自動車商会は、イルクーツク州で2か

所、自動車販売会社を設立(1989年)している。近年、ウラジオストク市には韓国・中国資本のホテルも参入し、競争が激化している。

対ロ進出に対する将来を展望すると、近年、ロシア側からは官民挙って、訪日ラッシュによるプレゼンテーション、および商取引(ウラル地区代表団、ハバロフスク観光ミッション、沿海地方政府と木材関連企業、資金を持って中古機械を買付けに来日するロシア企業など)が盛んに行われている。また、日本側からも、サハリンプロジェクト関連企業とともにトヨタなど大手企業を中心にロシアへの進出が具体的に検討されている。北陸地域でも、沿海地方での原木輸出から木材加工を指向する動きに対応して、現地で製材工場を立ち上げる木材関連企業が胎動し、また、奥野自動車商会は今後、販売拠点を5か所増設したい意向である。そのほか、YKKや工作機械・電子機器メーカーなどでも対ロ市場に関心を示し始めている。

B 中国

2000年に入り、中国のWTO加盟を機に対中ブームが再来している。中国に進出している北陸企業の特徴をまとめ、対中進出の展望についても触れてみた。

地域別 長江デルタ・珠江デルタ地域に全体の約8割が集中している。

業種別 機械・金属、繊維、眼鏡枠などを主体に製造業が全体の9割を占め、各業種がそれぞれ生産拠点を設けているが、主要業種についていくつかのケースを集約してみた。

繊維関連 ①増産のため中国の他地域へ移転したケース、②中国、台湾、韓国にある生産拠点を統合し、中国に新たな生産拠点を設けるとともに研究・開発拠点を併設したケース、③中国国内に

おける高級品ゾーンへの繊維素材、製品の販路開拓のための事務所設立 ― などがあげられる。

機械関連 ①新製品生産のため既設工場での生産ラインを増設したケース、②中国市場での販売を目指し代理店の拡充とともにアフターサービス機能の充実をはかったケース、③高性能織機の増設に伴い、アフターサービス体制の強化（部品供給も含め）するため現地法人を設置 ― などがあげられる。

その他 ①食品製造メーカーでは、工場増設とともに原料の現地生産を目的に直営農場の経営に着手したケース、②食材・食品メーカーでは、中国国内での普及を目指し、原料仕入れと製品加工、販売を行う合弁会社を設立したケース、③情報関連（ソフト開発など）、中国での商社事業の強化を目的に既設現地法人の整備を検討している、④食品の安全・衛生支援を目的にした合弁企業が設立 ― などがあげられる。

対中進出の将来を展望すると、2003年3月、北陸AJECが実施した「中国との経済交流に関するアンケート調査」によれば、既進出の殆どの企業の業績は当初計画通り推移し、今後再投資を進める企業も多いことが窺われる。他方、①日本の大手企業（家電メーカーなど）では、中国を組み込んだ分業再編の動きがあり、②既進出企業の中には、現地での経営のむずかしさを体験したり、撤退事例もかなりあることも事実である、③今後西部大開発計画および東北地方振興戦略などに対する中国政府の具体的行動、④人民元の引上げ ― などの諸点を勘案・注視しながら北陸企業としては、対中ビジネス（既進出企業、およびこれから進出を検討する企業も含め）をより慎重に進めることが求められているように思われる。

C 韓国

1997年の韓国経済危機以後、V字型の景気回復とともに外資誘致を積極的に推進した諸政策を背景に、北陸企業も韓国市場への進出気運が高まり、いくつかの進出ケースがみられた。さらに、1999年12月、「北陸・韓国経済交流会議」の発足に伴ってIT関連の新タイプの日韓合弁ケースが誕生した。反面、北陸地域の製造業にとっては、①コスト高、②複雑な労使関係などを抱えた韓国の投資環境に対する魅力が薄れ、加えて遅々として進まない日韓FTAの成り行き状況の中で、韓国への企業展開にもうひとつ盛り上がりを見せているように見受けられる。

現在、韓国に進出している北陸企業の特徴を大別すると、①70年代～80年代に進出した大手企業（繊維・機械関連、ファスナーなど）、②90年代に進出した中堅・中小企業（例えば、製造業では、食品加工機メーカーなど韓国市場で比較優位な分野への進出が多い。非製造業では、90年代後半にかけて販路開拓、情報収集を目的とした現地法人の設立が目立つ）、③近年、開発型の技術提携を基にした合弁企業の設立、および北陸企業で生産される中間製品を韓国へ送り、韓国で最終工程を担当する新工場（日韓合弁）を設立、韓国から世界へ輸出するケース ― などがあげられる。

D 北朝鮮

現在、北朝鮮で稼働している日朝合弁企業は、80年代後半のピーク時に比べると半減していると推測されている。北陸企業では、北朝鮮咸鏡南道咸興市でロシア極東地域の木材を利用し、割箸など木工製品を生産する日朝合弁工場が稼働していた事例があった。

3 北東アジア地域経済の発展方向と北陸企業の課題

(1) 北東アジア地域経済の発展方向と北陸

現在、同地域経済の発展形態が、かつての「雁行型」から「競争・協調（共生）型」へシフトしつつある中で、同地域内での局地的な経済交流圏（例えば、環日本海経済圏構想など）への関心が薄れつつあることが指摘されている。しかし、将来にわたって、日本海を平和の海としてあり続けるためにも、また対岸諸国との経済交流の窓口として、北陸地域が戦前から経済交流の対象エリアとしてきた対岸諸国との地方レベルでの経済交流を時流に沿って多面的に、かつ継続し、多国間がそれぞれ利益を享受できるような“実りある”ものにするのが望まれる。

特に、対岸諸国が極めて複雑な構成要素（経済格差、歴史的残影など）を有しているだけに、今後、北陸地域——特に企業にとっては、これまで対岸諸国との貿易取引や企業進出などを通じて蓄積された貴重なノウハウおよび撤退事例などから得た学習効果を活かし、より慎重に、かつ前向きな事業活動を展開することが肝要と言えよう。

(2) 北陸企業にとって当面の課題

A 自社を再点検すること

政府は、2010年の日本企業の海外生産比率を35%（2001年は24.3%）と予測しているが、北陸企業はグローバル化が一段と進行する中でまず、自社の特性（取扱い製品、技術、人材、販路など）を改めて再点検し、その上で、自社にとって海外展開がどうしても必要なかどうか、さらに進出目的の明確化などを見定めることが必要であろう。北陸企業の中でも自社固有の技術を活かし、輸出に

依存することなく内需で充分利益を計上している中堅繊維関連企業が存在している。

B 幅広い国際的視野をもつこと

海外進出に際しては、現在、時流となっている中国のみにとらわれることなく、例えばASEAN諸国、インド、中欧、ロシアなどをターゲットにし、それぞれの投資環境の将来性（自社の体力に適した国・地域）を展望して見る幅広い国際的視野をもつことが必要であろう。そのためには、海外との幅広い人的パイプづくり、情報交流が求められよう。

C 綿密な地域の選択、アプローチ方法に対する工夫

例えば、中国に進出を決めた場合でも、事前に進出地域の選択を綿密に行うことである（例えば、直接現地に出向き当該地域の地方政府の姿勢、地場企業および労働力の質などを調査）。

こうした事前調査を行い、実際に具体的なアプローチをする場合には、単独よりはむしろ姉妹都市提携に伴う行政機関の支援および民間の支援専門機関である深圳テクノセンター、上海日本村などの活用を図ることが必要であろう。

また、進出の形態については、技術供与 委託加工 合作 合併（あるいは独資）といったいくつかのパターンについて十分検討するとともに、場合によっては台湾企業などとの連携をはかることも要しよう。

そのほか、企業としては、対岸諸国を含めた海外との経済交流の担い手となる人材の育成（外国人の活用も含め）に努めるとともに、ビジネス交渉に際しては、常に、相手と同じ目線で話し合い、理解し合うことが“国際交流の原点である”ことを忘れてはならない。