

# 国際化とは中国進出

Toshi  
'10.12.08  
SUGITA

甲南大学教授 杉田俊明

国際経営やグローバル経営という単語を使わない日はないほど、いま、日本企業は国際化を急いでいる。

ところで、国際という曖昧な概念ではなく、日本企業はこれまで実際にどの国にどのぐらい直接投資をし、どの国で現地経営をしているのか。国際協力銀行の2009年度におけるアンケートの結果を吟味することで、日本企業全体の実像を類推することができる。

日本企業の国際経営は海外直

接投資によりオペレートされている。海外直接投資はまた、製造業がその中心をなしてきている。その製造業を中心とする海外直接投資（海外現地法人数）は09年時点で、以下のように分布されている。

中国は世界全体の24.2%、NIEs3（韓国、台湾・香港）は10.6%、ASEAN5（インドネシア、マレーシア、タイ、フィリピン、シンガポール）は19.9%、北米は14.9%、欧州連合（EU）15カ国は14.6%、

ということである。

特徴としては、中国が占める割合が4分の1ぐらいになり、アジア全体では半分強を占めており、中国、アジアのプレゼンスが大きいものがある。

海外生産拠点だけをみると、その割合はさらに大きい。中国における生産拠点は世界全体の約3割を占め、アジア全体では約7割を占める。つまり、日本の製造業にとり、中国は最大の工場であり、アジアと合わせ、日本企業のモノづくりを補完

し、支える重要な基地である。

中小企業のデータをみると、より大きな割合になっている。中国における拠点数は世界全体の約4割も占め、アジア全体では7割強。すなわち、中小企業にとって中国はより重要な生産基地であり、アジア各国はそれに次ぐ地域として、クローズアップされているのである。

豊富な労働力や低コスト生産だけではない。中国、アジアに

日本企業の現地法人がこれほど大きな割合で展開している理由は、サポーティング産業も含め、急速に整備されつつある現地の産業基盤や、高まる産業集積度などがあげられる。さらに、産業の勃興とともに拡大する現地での産業消費と生活消費も魅力的だからである。

つまり、最大の工場とともに、最大の市場としても、中国、アジアは日本企業にとって大切な。国際経営やグローバル経営、もっとも日本企業にとって身近なのは、やはり中国、アジアでの経営のようである。



Fuji Sankei Business i.

昭和33年1月27日 第三種郵便物認可

2010(平成22)年

12|2[木]

<日刊19557号>