

# 時系列から見た中国の対東南アジア 直接投資の変化とその意味

苑 志佳

## 【要旨】

2010年代後半以降、中国の対外直接投資の目的地分布は、変化を示し始めた。そのもっとも顕著な変化は東南アジアに直接投資を集中させることである。本稿は、2010～20年の時系列で中国の対東南アジアへの直接投資における戦略的变化とそのインプリケーションを探るものである。本稿の分析によって中国の東南アジア直接投資へのシフトの意味が明らかにされた。つまり、中国対外直接投資の対東南アジアへのシフトは、様々なインパクト——現地の従来の市場構図の変化、国家戦略の現地への持ち込み、現地の産業・技術への影響——をもたらしている。したがって、東南アジアへ進出した中国企業は、現地の一部産業分野において日本企業へのキャッチアップを実現しているだけでなく、追い越しの兆候も現れた。

【キーワード】 中国の対外直接投資、東南アジア

## 1 はじめに

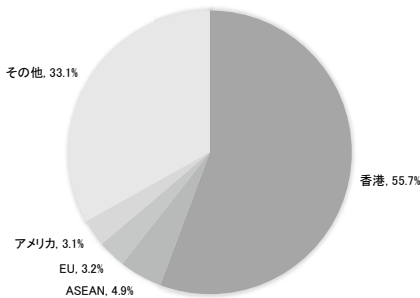
21 世紀に入ってから、中国の対外直接投資は急速に拡大し、現在、世界有数の対外投資国になっているが、2010 年代後半に入ると、その対外直接投資の地理的分布は、変化を示した。これまでの中国対外直接投資は、アジア向けがもっとも大きなシェアを占めるという特徴を持っている。したがって、アジア向けの直接投資のうち、香港向けは投資額全体の半分強を占める。ただ、香港向けの直接投資は、香港の金融センターの諸利点——資金調達や管理の利便性、金融法制の完備、香港ドルの兌換性、豊富な金融情報、金融人材の多さ、など——を利用することが考えられる。そして、アジア・香港を除くと、中国の対先進国投資はこれまで一定のシェアを占めていたが、2010 年代後半以降、東南アジアを投資先として重視しはじめたことは鮮明になってきた（詳しくは、後述）。対東南アジアへの海外直接投資については、これまで日本、アメリカ、欧州がその大半を占めてきたが、今、この市場に挑んでいるのが中国である。これまでの 10 年間隔では東南アジアには中国からの直接投資による資金流入が大幅に増加している。中国が東南アジア地域に及ぼす影響は、時と共に拡大していくことになるであろう。一方、中国の海外直接投資の増加は東南アジアにとって、インフラ整備や技術移転や更なる市場開放といった点を中心に、多大なる恩恵をもたらすに違いない。一方、中国の視点からみると、対外直接投資に占める対東南アジア直接投資の増加は、何を意味するか。また、中国の対アジア直接投資のうち、対東南アジア投資の増加は、どのような変化をもたらすか。本稿は、上記の問題意識を持ち、2010～20 年の間の中国の対外直接投資における戦略的变化とそのインプリケーションを探る。

## 2 2010～20 年の間の時系列から観察された 中国の対東南アジア直接投資の変化

本節では、中国の対東南アジア直接投資の変化を把握する。依拠する統計情報

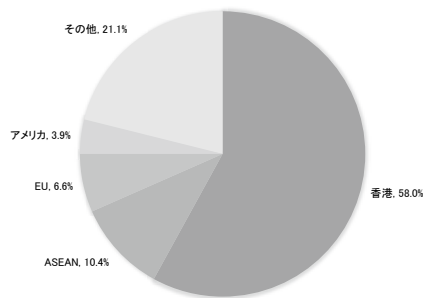
は、中国政府（商務部など）のオフィシャル情報の『中国対外直接投資統計公報』および国連 UNCTAD の統計情報である。まず、中国の対外直接投資における東南アジア諸国連合（ASEAN）の位置づけを確認しよう。図 1 は、2020 年時点における中国の対主要経済体への直接投資の残高（ストック額）状況を示すものである。香港は依然として、中国の対外直接投資の最大の目的地であり、残高全体の半分強の 55.7% を占める。ただ、さきほどの説明の通り、香港は、必ずしも言葉通りの中国の対外直接投資の最終目的地ではない。次に、香港に次ぐ第 2 位の投資目的地は、東南アジアである。そして、先進国地域の欧州連合（EU）（3.2%）、アメリカ（3.1%）は、それぞれ第 3、4 位の目的地である。単年度のフローベースからみると、中国の対外直接投資に占める東南アジアの存在感は、もっと目立つ。図 2 に示されたように、2020 年度の中国対外直接投資の 1 割強は、東南アジア向けであった。その割合（10.4%）は、EU 向けとアメリカ向けの割合総計（10.5%）とほぼ同程度であった。つまり、中国の特別行政区の香港を除くと、現在、東南アジアは中国の対外直接投資をもっとも受け入れた経済体である。

図 1 中国の対主要経済体への直接投資の状況（2020 年末、ストック）



出所：『2020 年度中国対外直接投資統計公報』（商務部他），33 頁。

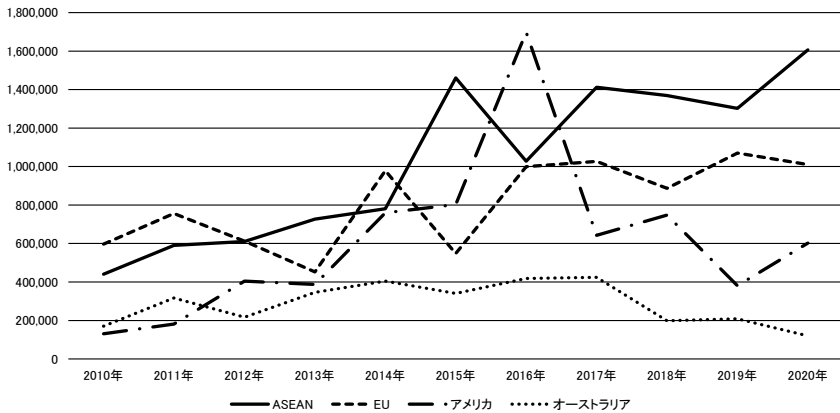
図 2 中国の対主要経済体への直接投資の状況（2020 年度、フロー）



出所：『2020 年度中国対外直接投資統計公報』（商務部他），33 頁。

次に、時系列から中国の対東南アジア直接投資を観察すると、そのダイナミックな変化は強く映される。冒頭で説明したように、2010 年代以降、中国の対外

図3 中国の対主要経済体・国への直接投資の推移（フロー額，万ドル）



出所：『中国対外直接投資統計公報』2010～2020年版，商務部など。

直接投資の地理的分布は、大きな変化を示したため、われわれは2010～20年の10年間の統計情報に基づいてその変化を追跡しよう。図3は、香港を除いた4つの主要経済体・国（ASEAN、EU、アメリカ、オーストラリア）への中国の対外直接投資フロー額の推移を示すものである。2010年以降の中国の対外直接投資の目的地をみると、2010年代前半には、EUは最大の投資目的地であった。同時にアメリカへの直接投資も活発であった。同期間中における対東南アジアへの直接投資は概ね、EUとアメリカの間のレベルであった。しかし、2010年代後半に入ると、状況は大きく変化した。中国の対EU直接投資は、横ばいの状態を示したのに対して対アメリカ直接投資は、一時的に急増し、2016年に史上最高レベルの169.8億ドルに達したが、翌年の2017年に入ると、一気に64.2億ドルへと急減した。その投資額は、前年度の約三分の一程度に相当する。そして、2010年代における中国の対オーストラリアへの投資は20～40億ドルのレベルを維持していた。一方、中国の対東南アジアへの直接投資は、2015年の「チャイナショック」<sup>1</sup>の発生によって一時的な下落を除いたら、ほぼ一貫して伸び続け

<sup>1</sup> 2015年の上海株式市場総合指数は、中国政府の追加景気対策への政策期待や金融緩和などを背景に直近1年で2倍以上に跳ね上がり、また年明け以降も6割上昇して、

た。また、2016年以降、4つの主要経済体・国への中国からの直接投資は、一変した。つまり、先進国経済地域のEU、アメリカ、オーストラリアへの直接投資は、減少し始めたのに対して、東南アジアへの中国直接投資は、伸び続けた結果、ASEANは、中国企業の海外進出の最大目的地となった（香港を除く）。2020年の投資金額は、史上最高の160.6億ドルの高水準に達した。

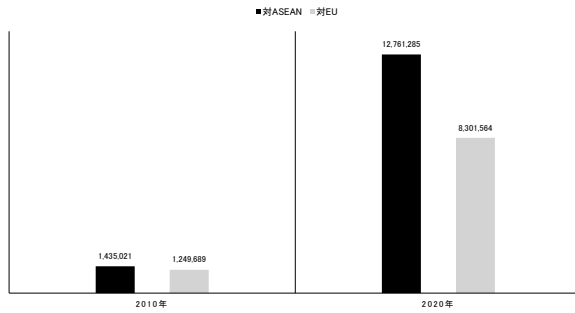
第3に、他の経済体・主要国との対比によって中国対東南アジア直接投資の時系列の変化は、もっと読み取りやすい。図4は、中国の対東南アジアとEUへの直接投資の残高比較を示すものである。これによると、2010年時点における中国の対両経済体への直接投資は、ほぼ同レベルの金額であったが、2020年に入ると、EUへの中国の直接投資残高（約830億ドル）は、東南アジアへのその（1,276億ドル）3分の2程度にとどまり、両者間の差は、446億ドルに拡大した。2つの経済体への中国からの直接投資残高のギャップは、それぞれの地域に設立された現地法人数（2010年、ASEANに2,300社、EUに1,600社 → 2020年、ASEANに6,000社、EUに2,800社）にも反映している（図5）。さらに、中国の直接投資によって現地に設立された現地法人は現地雇用を作り出している雇用効果も大きな開きをみせる。図6が示したように、2010年には、東南アジアに72,000人の雇用数に対して、EUに37,700人の雇用効果を作り出した。そして、10年後の2020年になると、東南アジアにもたらされた雇用効果は550,000人へ拡大し、10年間に478,000人の増加となった。これに対して中国からの直接投資がEUに作り出した雇用効果は、総計250,000人であり、同期間に約212,300人とどまっている。両者のギャップは拡大していることがわかる。

第4に、日本企業との対比から中国の対東南アジア直接投資には大きな変化がみられる。周知の通り、東南アジアは伝統的に日本企業の重要な直接投資目的地である。日本に比べて中国の東南アジアへの進出の歴史はまだ浅く、蓄積も薄い。日本の対東南アジアの直接投資の累積額（ストック）シェアでは、諸外国の対東

---

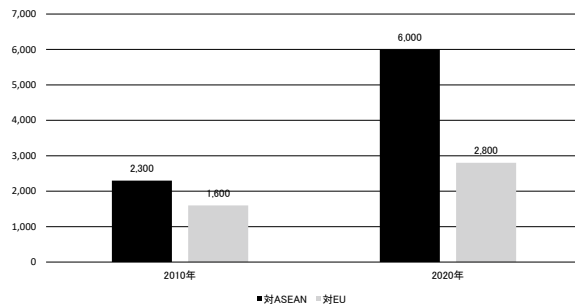
2015年6月12日にリーマンショック後の最高値をつけたが、その日をピークに下落に転じ、3週間余りで3割以上急落した。この急落の背景として、世界のマーケットは大混乱し、為替相場が急変しただけでなく、株式相場も急落した。中国資本市場の大混乱に起因した世界経済の混乱は、「チャイナショック」と呼ばれる。

図 4 中国の対 ASEAN・EU への直接投資の残高比較（万ドル）



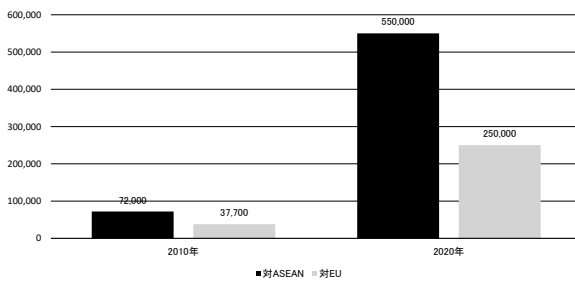
出所：『中国対外直接投資統計公報』2010～2020年版，商務部など。

図 5 中国企業の対 ASEAN と対 EU 直接投資による現地法人数の変化（社）



出所：『中国対外直接投資統計公報』2010～2020年版，商務部など。

図 6 中国企業の対 ASEAN と対 EU 直接投資による現地雇用者数の変化（人）



出所：『中国対外直接投資統計公報』2010～2020年版，商務部など。

南アジア直接投資残高の19%で断トツである。日本銀行の統計によると、2020年末における日本企業の対東南アジア直接投資残高は、27.6兆円（約2,138億ドル）であるが、同じ2020年末における中国の対東南アジア直接投資残高は、1,276.1億ドルで、日本のそれと大きなギャップがある。日本は戦後、経済協力を通じて東南アジアの国づくりに貢献したと同時に、日本企業の対東南アジア直接投資も高水準で続いた。「日本は、半世紀を超える深い絆を持ち東南アジアにとって別格と思いがちである」<sup>2</sup>。しかし、時系列の視角から単年度実績（フロー額）をみると、日中企業の対東南アジア直接投資は大きく変化していることがわかる。牛山（2021a）は、中国と日本の対東南アジア直接投資の変化について丹念に分析しているので、観察のためにその資料の一部を借用する。まず、東南アジアにおける日本の最大投資目的地のインドネシアへの海外直接投資を2010年と2020年の2つの時点で見ると（表1）、2010年におけるインドネシアへの直接投資上位10ヶ国には、中国の姿がみられなかったが、2020年になると、中国はインドネシアへの直接投資上位10ヶ国のなかで2位にまで上がった。投資金額も日本の約2倍弱（中国、48.4億ドル；日本、25.8億ドル）まで拡大した。対して日本は10年前と変わらず4位であった。したがって、時系列では対東南アジアへの直接投資における日中順位の逆転が発生したケースもある。マレーシアはその典型例である。2010年の状況を見ると（表2）、マレーシアへの直接投資上位10ヶ国には日本が2位であったのに対して中国は第8位であった。投資金額では日本は中国の6倍以上であった。しかし、2020年に入ると、状況は完全に逆転した。中国は上位10ヶ国の2位にまで上がり、投資金額も日本の10倍強であった。上記の状況は、決して個別のケースではなく、東南アジア全域にみられた現象である。

最後に、産業別でも東南アジアへの中国の直接投資の重大な変化がみられる。表3は、2010年と2020年における中国対東南アジア直接投資残高の産業別変化を示すものである。観察区間の10年間には、産業別への直接投資を調整する様子が見えてくる。まず、大きく縮小した分野は3つあり、電力・ガス・水供給業、採掘業、金融業である。これらの3分野について中国は、最初から一定の競争優

<sup>2</sup> 「東南ア、影薄まる日本」、『日本経済新聞』2022年5月22日の記事。

表 1 2010～20 年におけるインドネシアへの海外直接投資国の順位変化(100 万ドル)

順位	2010 年		2020 年	
	投資国	金額	投資国	金額
第 1 位	バーズン諸島	5,565	シンガポール	9,779
第 2 位	シンガポール	1,616	中国	4,842
第 3 位	アメリカ	931	香港	3,536
第 4 位	日本	713	日本	2,588
第 5 位	オランダ	608	韓国	1,842
第 6 位	香港	566	オランダ	1,422
第 7 位	マレーシア	472	マレーシア	1,045
第 8 位	韓国	329	アメリカ	750
第 9 位	イギリス	276	台湾	454
第 10 位	豪州	214	豪州	349

出所：牛山 (2021a).

表 2 2010～20 年におけるマレーシアへの海外直接投資国の順位変化(100 万リンギ)

順位	2010 年		2020 年	
	投資国	金額	投資国	金額
第 1 位	アメリカ	11,739	中国	17,752
第 2 位	日本	4,029	シンガポール	8,833
第 3 位	香港	2,766	オランダ	6,537
第 4 位	シンガポール	2,157	アメリカ	3,664
第 5 位	ドイツ	1,937	香港	2,932
第 6 位	台湾	1,256	スイス	2,762
第 7 位	オランダ	935	タイ	1,859
第 8 位	中国	640	日本	1,651
第 9 位	スイス	574	韓国	1,379
第 10 位	イギリス	329	ドイツ	1,184

出所：牛山 (2021a).

表 3 2010 年と 2020 年における中国対 ASEAN 直接投資の産業別変化 (残高ベース, %)

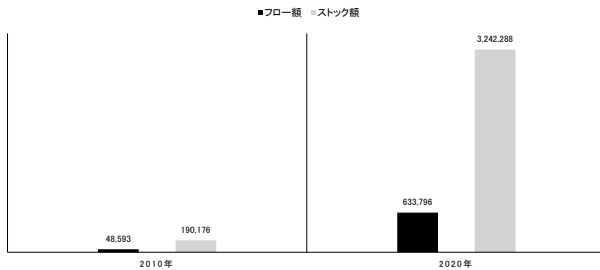
	2010 年	2020 年
電力・ガス・水供給業	19.3%	9.4%
流通業	13.1%	14.8%
製造業	13.3%	25.4%
リース・商業サービス	8.2%	15.7%
採掘業	12.8%	6.9%
建築業	8.1%	8.3%
交通・運輸・倉庫業	5.9%	4.8%
金融業	12.3%	5.6%
農林水産業	3.7%	4.2%
その他	3.3%	4.9%

出所：『中国対外直接投資統計公報』2010～2020 年版, 商務部など.

位があり, とりわけ, 大型国有企業の得意分野でもあるので, これを武器にして東南アジアへ進出したと考えられる. 次に, 10 年間に大きく拡大した分野は 2 つあり, 製造業とリース・商業サービス業である. とりわけ, 中国の対東南アジ



図7 中国の製造業企業の対 ASEAN 直接投資の変化 (万ドル)



出所：『中国対外直接投資統計公報』2010～2020年版，商務部など。

ア直接投資残高に占める製造業の割合は注目を集める。つまり、製造業への直接投資シェアは、2010年に1割強（13.3%）であったのに対して2020年におけるそのシェアは、全体の4分の1強（25.4%）にまで広がった。そして、2010年から2020年までの10年間における中国による対東南アジア製造業への投資ストック金額をみると、2010年の19億ドルの低水準から2020年の324億ドルへ17倍と急増した（図7）。したがって、リース・商業サービス分野への投資も2010年の投資全体の8.2%から15.7%へとほぼ倍増した。リース・商業サービスという統計項目は若干、曖昧なものであるが、中国企業が海外投資現地の企業買収や資本参加などは含まれると考えられるので、上記の製造業への投資シェアは、もっと大きいのではないかと推測される。いいかえれば、中国から東南アジアへの投資は、製造業を中心とする構造になっているといっても過言ではなからう。

### 3 2010～20年の間における東南アジアへシフトする中国の直接投資の背景・要因

以上のように、過去10年の時系列でみられた中国の対東南アジア直接投資は、ドラスチックな変化を示したことがわかる。では、なぜ、過去10年間に東南アジアへの中国直接投資はこれほど急増したのか。これについて本節では分析する。

まず、中国政府が打ち出した「一帯一路」という国家対外戦略は中国資本の東南アジアへのシフトと直接的な関係があると考えられる。2013年、中国政府は、中国の周辺外交の軸として、新しい対外開放戦略の一環として、「シルクロード経済ベルト」と「21世紀海上シルクロード」を合わせた一帯一路構想を打ち出した。一帯一路構想について、中国政府側は、「開放型の世界経済システムを守り、多様で、自主的で、均衡のとれた、持続可能な発展を実現するための中国の提案であると同時に、地域協力を深化させ、文明の交流・相互参考を強化し、世界の平和・安定を守るという中国の主張であり、最大の開発途上国であると同時に世界第二の経済大国として、国際的経済ガバナンス・システムを公平、公正かつ合理的な方向へ発展させようという中国の責任感の表れでもある」と説明している（関、2015）。一帯一路構想は、戦略的に重要な地域への投資を促進するために大きな役割を果たしており、直接投資国として中国のグローバルな地位向上に貢献してきた。一帯一路沿岸への対外直接投資比率は近年増加傾向にあり、2020年には中国の対外直接投資の51%に達した。東南アジアに関しては、各国は一帯一路構想に関わっており、中国との広範な協力関係を確立している。2013年に一帯一路構想が打ち出されて以降、東南アジア各国への中国の主要投資の大半は一帯一路関連であり、2021年までに合計940億米ドルの額に達した。うち直近5年間の投資額は640億米ドルにのぼり、安定して推移している。中国の東南アジアへの直接投資の主要な産業は輸送、エネルギー、ロジスティクスであり、中国のグローバル投資と同じ傾向が見られる。中でも、一帯一路関連ではシンガポール、インドネシア、ラオスが主要な投資先となっており、製造業関連投資が中心であるタイは上位3カ国に入らなかった。

次に、欧米など先進国の対中経済政策・方針の変化は東南アジアへの中国直接投資の増加に間接的な促進効果をもたらしたに違いない。アメリカのトランプ政権は、中国との貿易戦争を発動したと同時に、中国からの対米直接投資にも規制を強めた。アメリカでは、安全保障上の懸念を有する外国に、軍事利用が可能な最先端技術が流出することへの警戒感が高まり、2018年に外国投資リスク審査現代化法（Foreign Investment Risk Review Modernization Act, FIRRMA）と輸出管理改革法（Export Control Reform Act, ECRA）が成立した。このうち対

内直接投資に影響するのは FIRRMA である。アメリカでは、従来より、対米外国投資委員会（CFIUS）が安全保障の観点から外国企業の対米投資を審査してきたが、今般の FIRRMA により CFIUS の権限が強化され、外国政府が関与する対米投資の届出が義務づけられた。さらに、重要技術、インフラ、センシティブな個人情報に関わるアメリカ事業（Technology, Infrastructure, Data の頭文字をとって TID ビジネスと呼ばれる）への非支配的投資や、一部不動産（空港及び港湾、軍事施設に近い不動産など）への投資などが審査対象取引に追加され、対米投資審査が厳格化された。FIRRMA は特定の国を対象としたものではないが、中国による対米投資動向に関する報告書の策定を定めていることなどから、先進技術の獲得を狙う中国からの直接投資を念頭に置いているに違いない。その結果、中国企業の対米投資案件の撤回が相次いだ。その中には、大統領による投資禁止命令により却下された案件も含まれる。撤回・却下された案件の特徴をみると、半導体メーカーなど高度な技術を有する企業や、機微な個人情報を扱う業種（デジタル地図、送金サービスなど）への投資が多く、TID ビジネスへの投資に対する米国の警戒感の強さがうかがわれる。これらの案件の総額は約 58 億米ドル（2018 年の中国の対外投資の約 5%）と、無視できない規模となっている。同時に、欧州の場合、それまで安全保障の観点からの対内投資規制について、EU としてまとまった形でのルールが存在しなかったが、中国企業による一連の主要欧州企業買収を受けて、各国に整備を促し、EU 内部での調整が図れるようになった。欧州各国、さらに EU レベルで、安全保障上の観点から対内投資規制の強化に舵が切られている。中でも、いち早く規制強化に動き始めたのがドイツである。2016 年に中国企業による産業用ロボットメーカー（Kuka）や半導体メーカー（Aixtron）の買収が相次いだことをきっかけに、外国企業による企業買収に対する既存の審査制度が不十分であるとの意識が高まった。その反省から、2017 年には、外国企業によるドイツ企業買収の審査を強化するため、外国貿易管理令が改正され、審査候補の拡大・審査期間の延長が行われた。さらに、2018 年末には、再度外国貿易管理令の改正により、投資規制の対象となる外国投資の出資比率基準が引き下げられ、規制対象となる企業買収の範囲が拡大した。こうした欧米諸国の一連の対中規制は、中国企業による欧米企業買収を難しくする結

果をもたらした。そして、対照的に、こうした規制を受けない中国の東南アジア向け直接投資は堅調で、2016～19年において輸送（自動車、鉄道）、金属（鉄鋼）、その他（繊維、教育）、娯楽、テクノロジー（通信）等を中心に増加した。国別ではインドネシア、カンボジア、フィリピン向けが多かった。

第3に、地政学的な背景も中国資本の東南アジアへのシフトと大いに関係がある。中国が東南アジア地域に対して地政学面でも及ぼす影響は、時と共に拡大していくことになると考えられる。東南アジアは、経済面での潜在成長性が高いのに加えて、世界の船舶交通の大半がその領海を通過することから、位置的にも戦略的な重要性が高い。中国にとっては、主要な航路沿いの国々との接続性や関係を改善させたことは、中国の輸出を妨げ得る海上封鎖の可能性の低下を意味する。実際、東南アジア各国には、中国に対して敵意を持つ国がほとんどなく、中国との経済的交流にも積極的な国が多い。対外直接投資を行う中国にとって東南アジアは、カントリーリスクが低い投資目的地でもある。このため、多くの中国企業は、東南アジアを長期的な海外商業活動基地として選んでいる。無論、中国からの直接投資の増加は東南アジア各国にとって、インフラ開発や更なる市場開放といった分野を中心に、多大なる恩恵をもたらす。

第4に、一部の中国企業による経営効率追求という現実的な合理化も東南アジアへの中国直接投資増大の背後要因の1つだと考えられる。これまで、多くの中国企業は比較優位のある労働集約型産業分野（紡績、アパレル、雑貨、靴・靴など）に進出し、国内で生産した労働集約的商品を海外市場に輸出する、という商業モデルを採用した。しかし、近年、人口・労働力の優位性を徐々に失った中国は労働人口の減少と労働コストの上昇に悩み始めた。とりわけ、労働集約型産業分野の企業は、〔中国国内生産＋輸出〕というモデルを持ち続けられなくなった。ビジネスを継続しようとする企業は、中国より労働コストの低い海外へ進出せざるを得なくなった。その海外進出先には、東南アジアという好都合の目的地が浮かんでくる。その1つの典型的な進出先は、カンボジアである。2021年現在、カンボジアの対内直接投資統計で、中国は全体の約9割を占める。その投資分野には縫製業が大きなシェアを占める。カンボジア開発評議会（CDC）の投資案件統計によると、中国からの投資の大半が縫製業である。2011年で91.9%、そ

の後も 2017 年まで中国からの投資の 7～8 割が縫製業であった。カンボジア縫製業協会 (Garment Manufacturers Association of Cambodia: GMAC) によれば、縫製業メンバー 643 社 (2021 年 3 月時点) のうち 323 社が中国系、53 社が香港系、82 社が台湾系、25 社が日系となっている。このように、中国企業の直接投資は縫製業が主力である。この状況は現在も変化はない。一方で 2018 年以降、中国からの直接投資も縫製業以外が約 35% を占めるまで拡大している。非縫製業分野では、従来、容器包装、プラスチック、金属加工、精米、家具、電気製品などの業種が目立っていた (友田, 2021)。

最後に、東南アジア諸国政府による中国資本の本国進出への誘致もプル要因として挙げられる。欧米諸国に比べて東南アジアの国々は基本的に中国企業からの直接投資を歓迎する立場に立つ。1 つの典型例はタイである。タイは、インドネシアやマレーシアと異なり、中国系住民 (華人) の同化が最も進んでいる国であり、中国企業の進出も多いと思われるが、全外国投資に占める中国のシェアは小さい。2000 年以降、タイ政府は中国からの投資を積極的に誘致し始めている。2004 年から投資委員会に中国デスクを設置し、2004 年だけで 8 回ミッションを中国に出した。日本からの直接投資への依存を是正する目的があり、バランスを重視するというタイの歴史的な外資誘致方針が反映されている (石川, 2005)。タイ以外の東南アジアの国々も現在、中国資本の投資を誘致する制度整備を行っており、中国企業にとって対外直接投資の理想的な目的地となってきた。このように、東南アジア諸国は中国からの投資を積極的に誘致しており、今後、中国の直接投資は確実に増加すると考えられる。

## 4 中国の対東南アジア直接投資の増加がもたらした変化

本節では、2010～20 年の間の 10 年間の時系列でみられた中国の対東南アジア直接投資の急増がもたらした変化について検討する。

### 4-1 中国の直接投資がもたらした東南アジア市場の競争構図の変化

広く知られているように、日本企業は戦後から現在に至るまでの長年に渡り、

表 4 タイ冷蔵庫市場のメーカー別販売シェアの変化

順位	2015 年		2020 年	
	メーカー名	シェア	メーカー名	シェア
第 1 位	日立	22.1%	三菱電機	17.2%
第 2 位	三菱電機	16.3%	美的 (中国)	16.7%
第 3 位	サムスン	14.1%	サムスン	14.1%
第 4 位	東芝	13.2%	日立	12.8%
第 5 位	海爾 (中国)	10.9%	海爾 (中国)	12.8%
	その他	23.4%	その他	26.4%

出所：牛山 (2021a)。

東南アジア市場で圧倒的な競争優位を持ち、高い市場支配力を維持し続けてきた。1990年代以降、韓国系財閥は猛烈な勢いで東南アジア市場へアクセスしてきた。これをきっかけに東南アジア市場の競争環境が変化し、日系企業は苦境に立たされているが、自動車や家電を中心とする東南アジアの耐久消費商品市場では日本企業は依然として強い競争力を持って健闘している。このように、東南アジアの主要産業は日本・韓国など外資を中心とする企業群が支配する一方、現地には有力な企業はなかなか現れない。このような環境の中で、2010年以降、中国企業は東南アジアの主要市場へ進出し始めた。現在、中国の企業はどのように東南アジア市場を攻略しているか、また、どのような特徴を示すか。本節では2010～20年の間に東南アジア主要国の家電と自動車市場に投資した中国企業の順位変化を日本企業と対比することによって現地の競争構図の変化を確認する。

まず、表4に基づいてタイの冷蔵庫市場における変化を確認する。表の左側は2015年におけるタイ冷蔵庫市場のメーカー別販売シェア上位5社を示すものであるが、日系家電3社（日立、三菱電機、東芝）は、タイ市場の半分強の51.6%を占め、言葉通りの市場支配者であった。韓国のサムスンは、1割強の市場シェアを獲得し、日系企業を猛追していた。これに対して中国の海爾（ハイアール）は、市場の1割程度を占め、日系・韓国系企業の追随者の立場に立つ存在であった。2010年代のタイ家電市場の構造を大まかに整理すると、主に日系各社と韓

国系各社のブランド間競争が展開されている高級品・中級品市場と、地場系各社の国産品と「中国製品」（海爾やTCLといった有名ブランドではなく、無名ブランドないし中国のメーカーに製造委託した地場系各社の自社ブランド）の間の競争が行われている低級品市場ないし中級品市場下層とに、さしあたりは二分することができる（遠藤，2006）。ところが，2020年になると，タイ冷蔵庫市場の競争構造は大きく変化した。表の右側をみると，メーカー別販売シェア上位5社には，中国企業2社（美的，海爾）がランクインし，両者の合計シェアは約3割に到達し，上位5位に入った日系2社（日立，三菱電機）のシェアと互角する状態にあった。2015年には美的のタイ冷蔵庫市場でのパフォーマンスがみられなかったが，2020年になると，タイ市場の第2位のプレーヤーになった背後には，大きな構造変化があった。実際，美的は2016年に東芝の家電事業子会社，東芝ライフスタイルを買収した。この買収までに美的の家電製品は基本機能に絞った低価格帯が主体であるが，上位機種 of 東芝ブランドが加わり，品ぞろえが拡充された。東芝ライフスタイルは美的の傘下に入って以降，カンボジアやミャンマーに進出し，東南アジア市場をほぼすべてカバーする体制とした（牛山，2021b）。この変化によってタイの冷蔵庫市場の競争構造も大きな変化を見せた。そして，タイでは海爾もエアコンや冷蔵庫，洗濯機の販売に力を入れている。このうち冷蔵庫は新製品投入や販売促進活動の強化により，同市場におけるシェアをキープしている。このように，タイ家電市場では日韓勢に中国勢も加わり，激しい競争が繰り広げられており，産業地図がどう変化するか注目される。

そして，上記のタイ冷蔵庫市場における変化は決して東南アジアの個別現象ではない。ベトナムの家電市場にもほぼ同じ構造変化がみられた。表5は，2015～20年におけるベトナム洗濯機市場のメーカー別販売シェアの変化を示すものである。東南アジアのなかでのベトナムの家電市場は，同地域の先発国（シンガポールやマレーシアなど）に比べて後発市場であるため，日系企業の支配力は若干弱い。これに対して中国家電メーカーは比較的早い時期からベトナム市場に進出してきた。海爾はその1つである。2015年のベトナム洗濯機市場の上位メーカーには海爾が首位に立って同市場シェアの2割強を獲得している。海爾がベトナム洗濯機市場をこれほど高い市場シェアを獲得した背景には，海爾による日本

表 5 ベトナム洗濯機市場のメーカー別販売シェアの変化

順位	2015 年		2020 年	
	メーカー名	シェア	メーカー名	シェア
第 1 位	海爾 (中国)	23.8%	海爾 (中国)	19.9%
第 2 位	東芝	20.3%	美的 (中国)	19.1%
第 3 位	パナソニック	17.3%	パナソニック	18.8%
第 4 位	LG	15.3%	LG	15.8%
第 5 位	サムスン	11.3%	サムスン	12.1%
	その他	12.0%	その他	14.3%

出所：牛山 (2021a).

企業買収という理由がある。実は、パナソニックが、子会社の三洋電機の洗濯機と冷蔵庫の両事業を、海爾に約 100 億円で売却したこともよく知られている。2012 年 1 月に行うパナソニックとパナソニック電工、旧三洋電機を一体化するグループ再編に向けて、最大の重複事業である白物家電の整理を行った。旧三洋電機の持つ日本と東南アジアの洗濯機と冷蔵庫関連の子会社 9 社の全株式を海爾に譲渡し、国内約 300 人、海外約 2,000 人の合計約 2,300 人の従業員の大半も海爾に移った。互いの販売網や製造拠点を活用し、旧三洋電機の部品・部材を海爾の家電に独占供給するなど包括提携するようになった。ただし、その後、成果は上がらずこの提携は解消した。しかし、後に冷蔵庫事業について新たに合弁会社、海爾三洋エレクトリックが設立され、成果が上がっていた。旧三洋電機が開発と設計を行い、海爾が製造を担当する、いわゆるファブレス化が成功した理由だという。そして、冷蔵庫だけでなく洗濯機事業も加えたいと海爾は以前から考えていたので、洗濯機事業の売却が実現された。この売却により海外市場での白物家電の攻防が激化した。ベトナムなど旧三洋電機が強い東南アジアを海爾が押さえるからである。

上記の中国企業による日系企業の事業買収を通じて、東南アジア市場を掌中に収めた例が別にもあった。上記のベトナム洗濯機市場には、かつて中国の海爾には日系の東芝とパナソニックが追う立場であった。ところが、2020 年になると、



ベトナムの洗濯機市場に君臨する上位2社は、中国の海爾と美的になった。その5年前の上位企業東芝の姿は消えた。その背景には、上記の美的による東芝ライフスタイルの買収があった。この買収プロジェクトを通じて東芝の東南アジア家電事業はほぼすべて美的の傘下に入った。その結果、美的は一気にベトナム洗濯機市場の第2位のポジションを獲得してしまった。

中国企業の対東南アジア進出がもたらした変化は、東南アジア家電市場にとどまらず、ほかの重要な市場にもみられた。自動車市場はその典型分野である。これまでの東南アジア自動車市場では日系企業が絶大な支配力を有していた。たとえ強い競争力をもつ欧米企業にしても、東南アジア市場でのパフォーマンスはそれほど目立たない。しかし、中国企業は、ユニークな市場進出方法によって一部の東南アジア自動車市場シェアを日系企業から奪っている。マレーシアはその一例である。マレーシアの自動車市場といえば、国策企業プロトン抜きにして語れない。1980年代にマハティール政権主導の下、マレーシア人の手によって車を生産しようということで、1985年に三菱商事・三菱自動車が30%出資し、当時の国有企業マレーシア重工業公社（HICOM）との合弁会社として「PROTON（プロトン）」は設立された。三菱自動車の技術援助を経て、税制により大きく優遇し低価格を実現したこともあり、マレーシア第一の国産車メーカーとして誕生した。当初は、三菱車をベースモデルにした車を生産するなど三菱自動車と密接な関係が続けていたものの（2005年資本提携解消）、業績の向上に伴いシトロエンなど三菱車以外をベースにした車種の生産も開始し、次第に独自色を強めた。そして1996年にはイギリスのロータス社を買収した。2002年にはマレーシアでの市場シェアは60%にも達した。そして、2006年からはマレーシア第二の国産車メーカーであるプロドゥアの大躍進により、プロトンは徐々にその市場での支配的地位から脱落し始めた。表6は、マレーシア自動車市場における上位5メーカーのシェア変化を示すものである。そこからプロトンの市場パフォーマンスの変化は読み取れる。プロドゥアの大躍進により、マレーシア市場最大手の座がプロトンからプロドゥアへと譲られた。プロドゥアの市場シェアは2010年の31.5%から2020年の41.6%へと10%以上の伸びを実現した。これに対して、プロトンの市場シェアは、2010年の26.2%から2017年の12.4%へと半減してしまっ

表 6 マレーシア自動車市場における上位 5 メーカーのシェア変化

	2010 年	2017 年	2020 年
Perodua	31.5%	35.7%	41.6%
Proton*	26.2%	12.4%	20.5%
ホンダ	7.4%	19.1%	11.4%
トヨタ	15.3%	12.1%	11.0%
日産	5.5%	4.7%	2.7%
その他	14.1%	16.0%	12.8%

出所：NRI.

\*Proton は 2017 年に、中国民間企業の吉利汽車から出資を受けて合弁企業となった。

た。ところが、2020 年になると、プロトンは、市場シェアの 2 割（20.5%）へ回復した。実際、プロトンの復活劇には、中国資本という新しいプレイヤーの登場があった。近年、プロトンの競争力が低下し苦境に陥っていたが、中国企業の経営参加を得て再建を目指すことになった。プロトンへの出資を巡っては日本のスズキ自動車や、仏 PSA も候補とされたが、結局、中国民間企業の吉利汽車で決着した。吉利汽車の親会社、浙江吉利控股集团が 2017 年に、プロトンの株式 49.9% を取得し、実質上の経営権を獲得した。プロトンへの出資によってマレーシア自動車市場へ進出した吉利汽車は、すぐにプロトンの内外改革を開始し、プロトンの業績回復に力を入れ始めた。その結果、プロトンの 2019 年の販売台数は前年比 56% 増の 10 万台強と 4 年ぶりに 10 万台を超え、同じ国民車メーカー、プロドゥアに次ぐ 2 位に浮上した。2020 年も他社が軒並み売り上げを落とす中でプラスを維持している。中国で生産・販売している SUV「X70」を 2018 年末から輸入し、2019 年末からマレーシア国内で組み立てを始め、2020 年からは小型 SUV「X50」も投入した。プロトンは吉利汽車の出資を受け、新車種投入やデザイン変更など競争力強化に取り組み、特に車内の様々なシステムを制御できる音声認識機能や安全機能を充実させた（牛山, 2021a）。様々な努力の末、現在、マレーシア自動車市場における吉利汽車のローカル基盤は徐々に確立した。しかも、現地の日系企業より、吉利汽車のパフォーマンスは急速に向上している。振

り返ってみると、中国自動車企業の対東南アジア投資は、決して日本企業のようにグリーンフィールド形式で本国から強い競争優位を現地市場に持ち込むという手法を採用しない。その代わりに、中国企業は現地市場の有力なプレーヤーに資本参加もしくは買収のルートを通して、「速やかに、静かに」事業を展開する。

#### 4-2 中国の直接投資による東南アジアへの中国の国家インパクトの持ち込み

中国の対東南アジア直接投資を語る時に、中国の国家インパクトという側面はきわめて重要でユニークのものである。2010～20年における中国の国家インパクトが前述の一带一路の国家戦略を通じて東南アジアへ持ち込まれた部分が多いため、中国の一带一路構想は、戦略的に重要な地域への投資を促進するために大きな役割を果たしており、直接投資国として中国のグローバルな地位向上に貢献してきた。

石川幸一（2018）は、一带一路と中国の国家インパクトについて、次のように分析している。第1に、一带一路はグランドデザインというべき壮大な対外経済戦略であることである。対象地域は、アジア、欧州からアフリカ、北極海、南米にまで及んでいる。西方戦略およびTPPへの対抗というレベルをすでに超えており、中国の世界戦略になりつつある。また、対象分野は極めて広範である。第2に、内容は新たなものもあるが、一带一路構想発表以前を含め多くは既存の対外政策や協力プログラムを集大成したものであり、協力の形態や資金も従来の経済協力と基本的に変っていない。「古い酒を新しい革袋」に入れた構想ともいえるが、重要なことは既存の多様な対外政策やプロジェクトを壮大な理念と構想で統合したグランドデザインであることである。第3に、中国の利益を中核に置いていることである。利益には安全保障の利益から中国企業の利益まで含まれる。資源の確保、マラッカ・ジレンマの解消、中国企業が受注し資材だけでなく労働者まで中国から連れていくという極端なひも付き援助であることなどに示されている。第4に、経済回廊に対するコア地域を指定するなど中国国内の地域開発に連動していることが指摘できる。第5に、一带一路は中国がグローバルパワーとして世界で大国として確固たる地位を築くための戦略であり、一带一路対象地域での経済、外交、安全保障などでの影響力を強化し、さらには中国型発展

モデルを拡大し、中国主導の世界秩序を実現することを意図した壮大な戦略である。このように、一帯一路構想への投資比率は近年増加傾向にあり、すでに2020年には中国の対外直接投資の51%に達した。2016年～20年に行われた一帯一路投資の主な産業はエネルギー、特に水力・石炭・太陽光発電、輸送、主に自動車関連だが、大型案件は鉄道セクター、鉄鋼などの金属である。東南アジア各国は一帯一路構想に参加しており、中国との広範な協力関係を確立している。2013年に一帯一路構想が打ち出されて以降、東南アジア各国への中国の主要投資の大半は一帯一路関連であり、合計1,000億米ドル弱の金額に達した。2015～20年間の投資額は約640億米ドルにのぼり、安定推移している。2015～20年間、中国の東南アジアへの直接投資の主要な産業は輸送、エネルギー、ロジスティクスであり、中国のグローバル投資と同じ傾向が見られる。

一帯一路関連の中国の対東南アジアへの直接投資のもっとも重要な分野は、インフラである。東南アジアは全体として6億人の人口を有し、この約半分が30歳未満である。この大規模で成長している市場は、低コストの労働力が豊富であることもあり、中国にとって労働集約型産業の格好の移転先となっている。更に、東南アジアは2050年までに世界で4番目に大きい経済圏になると見込まれている。近年の堅調な経済成長によって富が域内に広がり、中間所得層が台頭している。これらの消費者が一段と開発が進んでおりキャリアの機会もより豊富な都市部へと移住するのに伴って、巨大なインフラ開発需要が生まれている。インフラ投資の加速に対する東南アジア諸国政府のコミットメントが、同地域に大きな成長の可能性をもたらしており、これが中国からの直接投資を促す主要因となっている。東南アジアは2015年にASEAN経済共同体(AEC)を創設し、現在は2025年を目標年次とするASEAN経済共同体2025の構築を進めている。その大きな課題は域内の連結性の向上による経済統合の推進と域内格差の是正であり、2010年からASEAN連結性マスタープラン(Master Plan on ASEAN Connectivity: MPAC2010)を実施している。MPACは、①物的連結性、②制度的連結性、③人と人の連結性の3つの分野で19のプロジェクトを掲げていた。物的連結性はハードインフラの建設・整備が主な内容で、東南アジア高速道路網とシンガポール昆明鉄道が2大プロジェクトである。制度的連結性は越境輸送円滑化のための

協定などソフトインフラの整備を行う。ところが、上記の課題となっているのは MPAC の実施の遅れである。遅れの原因として、①資金調達不足と効果的な資金動員戦略の欠如、②複数部門に係るプロジェクトにおける主導する機関の欠如と関係機関の責任と役割が明確でなかったことによる当事者意識と部門間の調整の欠如、③インフラ建設および国内制度構築の障害となる国内規制の存在、が指摘されている。アジア開発銀行によると、東南アジアの 2016 年から 2030 年の期間のインフラ需要予測額は、3 兆 1,470 億ドルで年平均 2,098 億ドルである。一方、ASEAN インフラ基金 (ASEAN Infrastructure Fund: AIF) の出資額は 4 億 8,520 万ドルで年間融資額は 2 億ドル程度に過ぎない<sup>3</sup>。上記の東南アジアにおける巨大なインフラ需要とローカルの資金との間には大きな資金供給ギャップが存在している。これは中国のインフラ関係企業の対東南アジア投資のチャンスにもなった。まず、中国は 2013 年に「アジアインフラ投資銀行 (AIIB)」の構想を提唱し、2014 年には早くも AIIB 参加に関心をもつ 20 カ国と設立合意書を交わした。AIIB の目的は、アジアのインフラ建設やインフラを通じた各国間の物理的な連結性を強化し、経済発展を支援するというものである。東南アジアにおけるインフラ需要は高く、10 年から 20 年の間に計 8.3 兆ドルの資金が必要とされる。AIIB 設立の動きはインフラ資金を必要とするアジアの新興国・途上国の間で歓迎されている。現在、中国と東南アジア 10 カ国を含む計 22 カ国が設立協定の作成プロセスを開始した。

上記の背景・条件のもとでは、中国のインフラ関係の国有企業は大挙して東南アジアへ直接投資を行うようになった。表 7 は、2019～21 年における中国の「一帯一路」関連の対東南アジア各国への直接投資状況を示す資料である。資料から、下記の要点は読み取れる。まず、インフラ関係の対東南アジア直接投資には、中国の「国家」の色が非常に濃い。この表に登場したインフラ関係企業はほとんど大型国有企業である。国家のグローバル戦略と国有企業の投資行動の両方は、中国の国家インパクトの東南アジアへの持ち込みを浮き彫りになっている。第 2 に、国有企業を中心とする国家絡みの対東南アジア投資は、東南アジア全域をカバー

<sup>3</sup> この記述は、石川幸一 (2018)、40～45 頁に記載された内容の要点を引用したものである。詳しくは、石川幸一 (2018) を参照されたい。

表7 2019～21年における中国の「一带一路」インフラ関連の対東南アジア直接投資状況(億ドル)

投資企業	投資の年	投資対象国	投資案件	業種	投資金額
中国港湾工程	2020年	マレーシア	East Coast Rail Link	交通運輸	107
中国電力工程	2019年	ミャンマー	Tilawa Shipyard, phase III	建設	21
中国路橋工程	2019年	カンボジア	Phnom Penh-Sihanoukville Expressway	交通運輸	20
中国葛洲壩集団	2020年	インドネシア	Data Dian, 1,200 MW hydropower station, phase I	発電	16
中国建設集団	2020年	タイ	China-Thailand Railway Cooperation Project, phase I	交通運輸	16
中国土木工務集団	2019年	インドネシア	Construction of 30,000 affordable housing units in Rongguocer	建設	16
中国葛洲壩集団	2019年	インドネシア	Kayang A hydropower plant	発電	14
中国建設集団	2020年	フィリピン	Makati subway system	交通運輸	12
中国港湾工程	2020年	シンガポール	Tuas integrated waste treatment facility, phase I	建設	11
雲南建設投資控股集团	2019年	ラオス	Vientiane-Vang Vieng Expressway	交通運輸	11
中国港湾工程	2021年	フィリピン	Subic-Clark Railway	交通運輸	9
中国港湾工程	2019年	フィリピン	Passay reclamation project, Manila Bay	建設	7
中国葛洲壩集団	2020年	ベトナム	Camou No. 1,350 MW wind power project	発電	7
中国葛洲壩集団	2020年	ベトナム	Shoc Trang No. 4,350 MW wind power project	発電	7
中国電力建設	2019年	マレーシア	"The Sail" Complex construction, Malacca	建設	6
中国建設集団	2020年	カンボジア	Phnom Penh International Airport, new termina	建設	6
上海振華重工集団	2019年	シンガポール	Tuas Port	交通運輸	5
中国葛洲壩集団	2020年	タイ	Khon Kaen solar thermal photovoltaic hybrid power station (EPC)	発電	5
中国中铁	2019年	ミャンマー	New Mandalay Resort City	建設	5
中国建設集団	2020年	フィリピン	International Financial Center, Manila, phase I	建設	4
中国建設集団	2020年	インドネシア	Landmark Tower engineering contract	建設	4
上海隧道工程	2019年	シンガポール	Jurong Regional Line J102	交通運輸	4
中国建設集団	2021年	シンガポール	CRL1 Subway	交通運輸	4
中国電力建設	2020年	ベトナム	Lộc Ninh, 550 MW photovoltaic project	発電	4
中国電力建設	2020年	ベトナム	Bạc Liêu, 141 MW offshore wind power project (EPC), phase III	発電	3

出所：UNCTAD, ASEAN Investment Report 2020-2021, 50～51頁。

しているの、その意味合いは当然、単純な経済的なレベルにとどまらず、地政学的な意義ももつと考えられる。第3に、表7に現れた投資案件の大部分は相当巨額の金額レベルになった点がわかる。いいかえれば、中国の対東南アジア投資は本格的な段階に入ったことを示している。

### 4-3 中国の直接投資が引き起こした東南アジアの産業・技術の変化

本節では、2010～20年の時系列における中国企業の東南アジア進出と現地産業・技術への影響について検討する<sup>4</sup>。

まず、東南アジアにおける一部の産業構図は変化し始めている。これまでの市場先発者の日本・韓国企業の縮小・撤退の産業領域（家電など）には後発者の中国企業が速やかに進出している。したがって、個別市場において中国企業がリードするケースが出始めている。今後、この状況は広がるようになれば、東南アジア市場における日本企業および韓国企業の産業的優位性は徐々に崩れるかもしれない。牛山（2021b）の研究によると、日本家電企業の伝統市場タイでは中国の美的集団が同社として海外最大規模のエアコン工場を建設している。工場の敷地面積は約21万平方メートル、主要生産品目であるエアコンの生産能力は年間約200万台で2021年にも生産を始めた。前述したように、美的集団は2016年に東芝の家電事業会社、東芝ライフスタイルを買収している。美的集団の家電製品は基本機能に絞った低価格帯が主体であるが、上位機種 of 東芝ブランドが加わり、品ぞろえが拡充された。東芝ライフスタイルは美的集団の傘下に入って以降、カンボジアやミャンマーに進出し、東南アジア市場をほぼすべてカバーする体制とした。一方、東南アジアの後発市場のベトナムでは中国の大手家電メーカーの海信集団が2020年に現地市場へ参入した。先端技術を応用したテレビや人口知能（AI）を搭載した節電型の洗濯機や冷蔵庫などを拡販する。そして、中国のTCL集団がベトナム南部に年産規模300万台に上るテレビ工場を新設したほか、海爾傘下のアクアも2019年にベトナム南部にドラム式洗濯機の新工場を稼働させた。アクアはベトナムで既に洗濯機、冷蔵庫、エアコンを生産しており、新工

<sup>4</sup> これよりの段落の主要論点は、苑（2022）に基づいて加筆・修正した内容である。

場は4番目の生産拠点となった。以上のように、中国資本による大規模の東南アジアへの進出は、東南アジアの家電産業の従来の構図——日本、韓国企業の産業優位とこれに追従する欧米中企業の態勢——を変えつつある。

第2に、これまで東南アジアにおける日本企業の絶対的優位産業には中国企業が産業・技術パラダイム・シフトの機会を掴み、急速にキャッチアップする可能性がある。その1つの典型分野は、電気自動車（EV）産業である。現地の進行中のガソリン車からEVへのシフトは、東南アジアに進出する中国企業にとって絶好の産業キャッチアップの機会となっている。表8は、東南アジアに進出した中国自動車企業の状況を示すものである。現在、中国の自動車企業は、国有と民営を問わず、積極的に東南アジアに進出している。表に示されているように、日本の自動車企業の牙城にあたるタイには、中国企業4社が進出している。そのなかでは中国の国有自動車大手企業の上海汽車は2012年にタイ最大の華人財閥、CPグループと合弁会社を設立した。出資比率は上海汽車側51%、CP側49%で、上海汽車が2007年に傘下に収めたイギリス老舗自動車「MG」ブランドの乗用車を2014年から生産している。イギリス風のデザイン、手ごろな価格を売り物とする「MG」は2019年のタイ新車市場でシェア2.6%を獲得し、日系以外で米フォードに次ぐ2位に浮上し、スズキ自動車（2.4%）や日野自動車（1.2%）を上回った。2020年のシェアは3.6%と更に上昇している。そして、中国商用車大手企業の北汽福田汽車も2019年にCPグループと合弁会社を設立した。タイ商用車市場は日系メーカーが強く、2019年は首位トヨタ自動車と2位いすゞ自動車が合計6割強のシェアを占め、3位米フォード・モーター（8%）を引き離している。北汽福田汽車は市場参入後3～5年以内にシェア3位を狙う（前掲、牛山、2021b）。そして、東南アジアに進出した中国自動車企業の共通点の1つは、未来型のEVを現地市場に持ち込むことである。表8に示されているように、東南アジアに進出した中国自動車企業は現在、現地でのEV生産態勢に入っているかその準備をしているところである。EVといえば、現時点での日本企業は、絶対的な産業・技術優位を有しているわけではないので、東南アジア市場では、日本企業が伝統的ガソリン車を中心とする産業技術に依存している。これは、中国企業のキャッチアップおよび追い越しに機会を与えたといえる。今後、この産



表8 東南アジアに進出した中国自動車企業の状況

	上海汽車	吉利汽車	長城汽車	五菱汽車	北汽福田汽車	威馬汽車
投資企業の資本所有	国有企業	民営企業	民営企業	国有企業	国有企業	民営企業
進出先	タイ	マレーシア	タイ	インドネシア	タイ	タイ
進出時期	2012年	2017年	2020年	2015年	2019年	2019年
進出方法	CPグループと合併	Proton社に資本参加	米GM社の現地法人買収	GMと合併	CPグループと合併	タイ国有企業PTTと合併
投資金額	100億バーツ	12億元	226億バーツ	7億米ドル	3億バーツ	未定
現地事業内容	自動車の生産・販売	自動車の生産・販売	自動車、エンジンの生産・販売	自動車の生産・販売	自動車の生産・販売	自動車の生産・販売
現地生産内容	セダン、SUV、EV	SUV、EV	セダン、SUV、EV	低価格MPV、SUV、EV	EV商用車	EV
生産能力	10万台/年間	25万台/年間	8万台/年間	12万台/年間	初年度、450台	未定
実質生産規模	約3万台(2019年)	10.9万台(2020年)	2022年から量産開始	2.5万台(2019年)	不明	不明
従業員数	約1,100名	約1,840名	約3,400名	約3,000名	不明	不明

出所：各社のHPに基づいて筆者作成。

業・技術パラダイム・シフトは東南アジア市場に加速すれば、日本企業が築いた自動車市場の優位性は劣位性へ転換する可能性がないわけではない。

第3に、一部の中国企業は、「安く、大量に、良質な」製品を作る技術ノウハウ（例えば、小型EV、商用EVなど）を確立しているのので、中国企業はこれを武器にして東南アジア市場に持ち込むであろう。インドネシアに進出した三菱自動車は、典型例かもしれない。2015年、三菱自動車は7億ドル（約820億円）を投じインドネシアに年産能力15万台の工場を建設し、2017年から低価格車を生産し始めた。日本車がシェア8割を握る東南アジア市場に中国自動車企業が攻勢をかけ、成長市場を巡る競争が本格化している。三菱自動車の生産車種の第1弾は「三菱」ブランドの小型ミニバン「三菱之光」である。三菱之光は排気量1,000～1,200ccで、中国では3万元（約55万円）前後で販売している。中国の宅配や物流企業などが業務用に採用し、地方ではマイカーとしても使われる。多人数乗りの車が売れ筋のインドネシアでも需要が拡大している。日本企業と組んだ三菱自動車は、そのEV製品を2022年に日本市場にも輸出することになったので、そのような優位性は今後、東南アジア市場における日本企業の脅威になるであろう。

第4に、東南アジア現地企業（とりわけ華人・華僑財閥企業）は、資金・技術力を高める中国企業との連携を推進する姿勢を示し、双方の協力関係は一段と進展していく可能性が高い。とりわけ、東南アジアに進出する中国企業にとって華人・華僑財閥企業は、独特な競争優位要素である。中国企業がこれをうまく活用すれば、東南アジア市場の技術的・産業的構図の変化は加速する可能性が十分にある。東南アジアにおける華人・華僑の規模と経済力、華僑ネットワークの経済的機能の存在は、中国の対東南アジア直接投資の拡大と直接につながっている。華人・華僑は血縁、地縁、業縁の「三縁」関係に基づいて多くのネットワークと華人・華僑組織を結成しており、そこには、ビジネス情報の交換と共有、資金調達の協力、ビジネス交渉の斡旋、人的資源や場所など企業の事業展開における必要な生産要素の供与、場合によって共同の事業展開などの経済機能を有する。中国企業が東南アジアに投資する際に、華人・華僑ネットワークの経済的機能を活用することで、投資先で競争力を獲得するのである。前掲のタイへの中国企業進出をみると、現地の華人財閥との協力が多く、たとえば、中国企業との連携が際

立つのがタイ最大の華人財閥 CP グループである。同グループは売上高の約 4 割を中国で稼ぐ華人企業であるが、地元タイでの対中協力も目立つ。既述の通り、中国の自動車メーカーと相次ぎ協力関係を結んだほか、2016 年にはアリババ集団と電子決済分野で提携した。具体的にはアリババ傘下の金融会社アント・フィナンシャルが CP 系の電子決済サービス会社アセンドマネーに資本参加した。アリババは電子決済サービス「アリペイ」の普及を図る一方、CP はアリペイが持つビッグデータを中国での商品開発や販売戦略に役立てる（前掲、牛山、2021b）。そして、姜（2021）によるベトナム現地調査でも中国の中小企業の対ベトナム進出に大きな役割を果たしていると確認している。ベトナムの多くの華僑はベトナム人と変わらない程度に同化されているため、中国企業は現地華僑の力を借りて経営基盤を固めることができ、現地華僑も協力関係に基づいて事業を拡大することができた、という。

第 5 に、中国企業の東南アジア進出は、現地市場のサプライチェーンにも大きなインパクトを与える。中国企業は現在、関税がかからない CAFTA と RCEP を利用して中国で生産した製品、部品を大量に持ち込むことにより低コストを実現する可能性もある。とりわけ、地域的に隣接するタイやベトナムなどの国々に進出した中国企業は、中国本土から部品・資材の調達コストの安さを利用して現地市場の優位性を確立するかもしれない。

最後に、表 9 に基づいて東南アジアの一部産業における中国企業の強弱（日本企業と比較した場合の中国企業の技術的・市場的優劣）の変化について展望する。まず、東南アジアの家電と伝統ガソリン自動車という日本企業の圧倒的な競争優位分野をみると、中国企業の現地への直接投資によって日本企業の優位性は部分的に動揺し始めた。とりわけ、家電分野はそのトレンドを強く示している。無論、東南アジア全地域における日本企業の優位性はしばらくの間に維持することができるが、東南アジアの一部市場では中国企業のパフォーマンスはすでに日本企業と拮抗するようになった（たとえば、ベトナム、タイ）。家電産業に比べて東南アジアの自動車分野における日本企業の優位性は、なお強固なものである。少なくとも現時点では、中国企業は日本企業から東南アジア市場の優位性を奪うことが非現実的であるが、一部の国の市場（マレーシア、インドネシア、タ

**表 9 中国企業の東南アジア進出は現地の市場構図を変える  
日本企業と比較した場合の中国企業の技術的・市場的  
優劣**

自動車（ガソリン車）	×→△（一部）
家電	×→△
次世代通信	△→○
インフラ	△→○
建設	△→○
鉄道	△→○
電気自動車（EV）	△→○

出所：筆者作成。

○＝日本企業と比較して中国企業が市場で優位

△＝中国企業と日本企業が市場で拮抗あるいは中国企業が近年市場で急速にシェアを伸ばしている

×＝日本企業と比較して中国企業のシェアが低い

イなど）には中国企業の台頭が顕著にみられた。とりわけ、ニッチ市場（小型商用車など）における中国企業の攻勢は強まっている。ところが、表 9 における次世代通信技術、インフラ、建設、鉄道、電気自動車（EV）などの分野をみると、中国企業の対日本企業の優位性は目立つ。その代表的な分野の 1 つが次世代通信である。表 10 と表 11 は、中国の次世代通信に携わる主要企業で「BATH」（百度、アリババ、テンセント、ファーウェイ）と呼ばれる 4 社と、大手通信企業の東南アジアへの直接投資および投資内容を示すものである。表からわかるように、中国の IT 企業は 2018～21 年の間に集中豪雨のように東南アジアへ投資している。その典型例は、ファーウェイである。広く知られているように、米中貿易戦争によってファーウェイはアメリカ政府の対中制裁の主要ターゲットになったが、ファーウェイはその海外戦略を調整し、東南アジアを海外主要市場として設定している。ファーウェイは 2019 年 11 月、シンガポールに次世代通信規格「5G」と人工知能（AI）の研究施設を開設した。同社がこの種の施設を東南アジア域内に設けるのは初めてである。多国籍企業が集積し、「アジアのビジネスセンター」と呼ばれるシンガポールで、高速大容量通信が可能な 5G を用いた技術・

表 10 中国 IT 企業 BATH の対東南アジアへの直接投資

IT 企業	投資対象国	投資時期	投資額 (100 万ドル)
百度クラウド	シンガポール	2019 ~ 20 年	30
ファーウェイ	マレーシア	2015 年	120
ファーウェイ	タイ	2018 年	22
ファーウェイ	タイ	2019 年	23
ファーウェイ	タイ	2021 年	23
テンセントクラウド	インドネシア	2021 年	不明
アリババ	インドネシア	2018 年	不明
アリババ	インドネシア	2019 年	不明
アリババ	インドネシア	2021 年	不明

出所：UNCTAD, ASEAN Investment Report 2020-2021, 106 ~ 107 頁。

表 11 東南アジア地域における中国 IT 企業のデータセンター配置状況

投資企業	投資対象国	世界シェア
中国聯通	インドネシア, マレーシア, フィリピン, シンガポール, タイ, ベトナム	4.2%
中国移動	シンガポール	2.1%
万国数据	シンガポール	1.6%
世紀互聯	検討中	1.4%

出所：UNCTAD, ASEAN Investment Report 2020-2021, 115 頁。

サービスを開発する。シンガポール政府は最新デジタル技術を活用し豊かな暮らしを実現する「スマート国家構想」を進めており、構想実現のカギを握る AI 技術の振興を重視している。ファーウェイは政府と連携し、AI 関連人材の育成にも力を入れる方針である。一方、マレーシアでは 2020 年に同国デジタルエコノミー公社と連携し、5G や AI、あらゆるものがネットにつながる IoT、クラウド上でサービスを提供する SaaS (ソフトウェア・アズ・ア・サービス) などに関連する企業の育成を支援する「ファーウェイ・スパーク」と呼ばれるプログラムを実施するようになった (牛山, 2021b)。一方、中国 IT 企業は東南アジア各国

表 12 東南アジアのスマートシティに関わる各国のテック企業

参加国	社数	代表企業
アメリカ	10	IBM, Dell, GE など
フランス	4	Danfoss, EDF, Engie, Dassault Systèmes
中国	3	アリババ, テンセント, ファーウェイ
ドイツ	3	Siemens, SAP, Robert Bosch
日本	2	日立, アズビル
スイス	2	ABB, Acronis
カナダ	1	B+H Architects
ノルウェー	1	EMC
イギリス	1	Arup
オーストラリア	1	Aurecon
アイルランド	1	Accenture

出所：UNCTAD, ASEAN Investment Report 2020-2021, 215 頁.

が追求するスマートシティに関わる直接投資を積極的に行っている（表 12）。前掲の牛山（2021b）によると、「中国の電子商取引最大手、アリババは新興企業や若い起業家が自由にモノやサービスをやり取りできる、「eWTP（エレクトリック・ワールド・トレード・プラットフォーム）」と呼ばれる国際ネットワークづくりを進めている。2017 年にまずマレーシアでこの計画の具体化に動いた。電子決済やクラウドサービスなど関連技術をマレーシア新興企業に提供、輸出の拡大を後押しするもので、金融支援や人材育成も行う。2020 年 11 月にクアラルンプール国際空港に eWTP 推進のための物流拠点を開設した。e コマース商品を国内へ 24 時間以内、外国へ 72 時間以内に届ける体制を整えるのが目標である。クアラルンプール国際空港（KLIA）を運営するマレーシア・エアポーツ・ホールディングス（MAHB）は同拠点の稼働で 29 年までに貨物取扱量が現在の 2 倍程度の年間約 140 万トンに膨らむと期待している（牛山，2021b，10 頁）。

以上の説明のように、かつて日本企業に技術的に大きく立ち遅れた中国企業は、東南アジアの一部産業分野において日本企業へのキャッチアップを実現しているだけでなく、追い越しの兆候も現れた。とりわけ、一部の次世代産業（EV、

次世代通信など)では中国企業がすでにリードするようになった。今後、この趨勢は拡大すれば、東南アジアの産業・技術の主導権が中国企業に握られるというシナリオが現実になっても不思議ではないであろう。

## 5 まとめ

以上、2010～20年の10年間のタイムスパンで中国企業による東南アジアへの直接投資の変化およびそれがもたらした影響について分析してきた。最後には、これまでの分析を通じて発見したポイントをまとめてみる。

まず、2010年代以降の10年間における中国の対外直接投資の地理的分布は、大きな変化を示したことがわかる。つまり、2010～20年の間における先進国経済地域のEU、アメリカ、オーストラリアへの中国の対外直接投資は、減少し始めたのに対して、東南アジアへの直接投資は伸び続けた結果、東南アジアは、中国企業の海外進出の最大目的地となった（香港を除く）。同時に、同期間における中国から東南アジアへの直接投資は、製造業を中心とする構造になっている点も明らかになった。

次に、2010～20年における中国の対外直接投資が東南アジアへ傾斜してシフトした背景には、①中国の国家対外発展戦略、②欧米など先進国の対中経済政策・方針の変化、③地政学的な背景とカントリーリスク、④中国企業による経営効率追求、⑤東南アジア諸国政府による中国資本の本国進出への誘致、などの総合的な要因があった。

第3に、これまで日本、韓国資本が主導していた東南アジアの家電や自動車などの耐久消費商品市場では日韓勢に中国勢も加わり、激しい競争が繰り広げられており、東南アジアの市場競争図は変わりつつある。したがって、中国企業の対東南アジア直接投資は、決して先発者の日本や韓国企業のように本国から強い競争優位を現地市場に持ち込むという手法を採用しない。その代わりに、中国企業は現地市場の有力なプレーヤーに資本参加もしくは買収のルートを通して、「速やかに、静かに」事業を展開するという手法を採用している。

第4に、中国の対東南アジア直接投資には、中国の「国家」の色が非常に濃い。

国家のグローバル戦略と国有企業の投資行動の両方は、中国の国家インパクトの東南アジアへの持ち込みを浮き彫りにになっている。国有企業を中心とする国家絡みの対東南アジア直接投資は、東南アジア全域をカバーしているので、その意味合いは当然、単純な経済的なレベルにとどまらず、地政学的な意義ももつと考えられる。

第 5 に、2010～20 年の時系列における中国企業の東南アジア進出と現地産業・技術への影響も大きい。中国資本による大規模の東南アジアへの投資は、東南アジアの伝統産業（電子・電機・自動車など）の従来の構図——日本、韓国企業の産業優位とこれに追従する欧米中企業の態勢——を変えつつある。これまで東南アジアにおける日本企業の絶対的優位産業には中国企業が産業・技術パラダイム・シフトの機会を掴み、急速にキャッチアップする可能性がある。

最後に、かつて日本企業に技術的に大きく立ち遅れた中国企業は、東南アジアの一部産業分野において日本企業へのキャッチアップを実現しているだけでなく、追い越しの兆候も現れた。とりわけ、一部の次世代産業（EV、次世代通信など）では中国企業がすでにリードするようになった。今後、この趨勢は拡大すれば、東南アジアの産業・技術の主導権が中国企業に握られるというシナリオが現実になっても不思議ではない。

### 【主要参考文献】

1. 石川和男（2017）「ASEAN 自動車市場におけるマクロ分析——タイ・マレーシアを中心として——」専修大学社会科学研究所『社会科学年報』第 51 号
2. 石川幸一（2005）「活発化する中国企業の ASEAN 投資」国際貿易投資研究所『国際貿易と投資』No.59
3. 石川幸一（2018）「ASEAN のインフラ整備と中国の一带一路構想」亜細亜大学アジア研究所『アジア研究所紀要』第 45 号
4. 牛山隆一（2021a）「ASEAN における中国企業の事業動向」日本経済研究センター『国際機関日本アセアンセンター・ASEAN 最新事情ウェビナー』講演 ([https://www.asean.or.jp/ja/wp-content/uploads/sites/2/ASEAN-China\\_0914.pdf](https://www.asean.or.jp/ja/wp-content/uploads/sites/2/ASEAN-China_0914.pdf))
5. 牛山隆一（2021b）「中国企業、ASEAN 事業を拡大強化——懸念される日本企業の地位低下——」国際貿易投資研究所『国際貿易と投資』No.124



6. 苑志佳 (2010) 「ASEAN：中国現地企業の市場競争パターンの現状と行方」 日中経済協会『日中経協ジャーナル』No.19
7. 苑志佳 (2013) 「東南アジア家電市場における中国多国籍企業の現地生産の特徴——インドネシアの日系 M 社とタイの中国系ハイアール社の比較を中心に——」 立正大学『経済学季報』第 63 巻 1 号
8. 苑志佳 (2021) 「中国型多国籍企業に関する試論」 立正大学『経済学季報』第 70 巻第 4 号
9. 苑志佳 (2022) 「中国企業の東南アジア進出と現地産業・技術への影響——中国型多国籍企業の特徴——」 国立研究開発法人科学技術振興機構, 『中国の双循環 (二重循環) 戦略と産業・技術政策——アジアへの影響と対応』 (ウェブブック) アジア・太平洋総合研究センター編, 第 7 章
10. 遠藤元 (2006) 「タイの家電市場と中国製品流入の影響」 日本貿易振興機構アジア経済研究所, 研究双書 No.549 『中国・ASEAN 経済関係の新展開：相互投資と FTA の時代へ』
11. 大西康雄 (2020) 「欧米から締め出されたチャイナマネーの行方」 『ウェッジブックスオンライン』 (<https://wedge.ismedia.jp/articles/-/20554>)
12. 関志雄 (2015) 「動き出した「一帯一路」構想——中国版マーシャル・プランの実現に向けて——」 経済産業研究所『中国経済新論』 (<https://www.rieti.go.jp/users/china-tr/jp/150408world.html>)
13. 姜紅祥 (2021) 「ベトナム華僑の現状と中国中小企業のベトナム直接投資——フィールドワークに基づいて——」 京都女子大学人文学会『京都女子大学人文論叢』第 69 号
14. 藤田章夫 (2011) 「三洋電機の白物家電売却で激化する東南アジア市場」 『週刊ダイヤモンド』オンライン (<https://diamond.jp/articles/-/13378>)
15. 熊谷章太郎 (2020) 「中国企業のタイ進出と在タイ日系企業への影響」 日本総研『RIM 環太平洋ビジネス情報』Vol.20 No.76
16. 佐野淳也 (2017) 「一帯一路の進展で変わる中国と沿線諸国との経済関係」 日本総合研究所『JRI レビュー』2017 (4 号)
17. 友田大介 (2021) 「中国企業, カンボジアで圧倒的な存在感」 ジェトロ『地域・分析レポート』 (<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2021/0301/>)
18. 増田耕太郎 (2017) 「4 事例からみた近年の中国企業の対 ASEAN 投資」 国際貿易投資研究所『国際貿易と投資』No.110