

日本から中国への直接投資と上場・非上場会社の 立地に関する分析

— 繊維・アパレル企業の立地と上海市 —

佐藤 彰彦

A Study about the Japanese Direct Investment to China and the Location of Japanese Multinational Corporations in China.

—The Location of Japanese Textile and Apparel Corporations in China and Shanghai city —

SATO Akihiko

目 次

1. はじめに——問題意識と検討課題
2. 日本から中国への直接投資の状況
3. 子会社データでみる日本企業の中国立地
4. 繊維・アパレル企業の中国立地状況と上海市の位置付け
5. おわりに

Abstract

As Chinese economy develops, Some Chinese companies and the local markets grow in China. In such environmental changes in recent years, how does Japanese direct investment to China go on and where does Japanese Multinational Corporation locate in China. And where is the most important area and how is the position of Shanghai City for the Japanese Textile and Apparel Industry.

I analyze about direct investment data from Japan to China and the data of overseas subsidiaries of Japanese corporations to understand the process of Japanese direct investment and the process of Japanese Multinational Corporation's locations. And, I examine the features of Japanese industrial location in China, and the locational differences in China of Japanese listed companies and unlisted companies. Then, I clarify the most important area and the position of Shanghai City for the Japanese Textile and Apparel Industry.

This paper is the result of those analyses and examinations.

キーワード：日系多国籍企業，海外直接投資，立地，繊維・アパレル産業，上海市

Keywords：Japanese Multinational Corporation, Foreign Direct Investment, Location, Textile and Apparel Industry, Shanghai city

1. はじめに — 問題意識と検討課題

拙稿 佐藤（2007）では，現地調査に基づいて中国沿海都市部の現地テキスタイル・アパレル企業，SPA 企業の事業活動の実態や，中国における巨大なマーケットやファッション情報の発信基地としての上海市の状況について検討した。本稿では，立地主体である日本企業の視点から，その規模による中国や上海市を中心とする上海経済圏の位置付けの差の有無について検討を行うことにしたい。これまでに筆者は鈴木ほか（2001）において日本の製造企業（主要繊維メーカー）の中国立地について検討を行っている。そこでは，1990年代の日本の主要な繊維メーカーの中国立地の特徴について，繊維メーカーを素材メーカーとアパレルメーカーの2つに分けて両者を比較しながら分析している¹⁾。しかし，1990年代からかなりの時間が経って中国国内の立地環境は変化している。例えば，中国国内の富裕層の増加により日本企業は中国を単なる工場としてみるだけでなく，マーケットとしても捉えられるようになってきた²⁾。これに対応して日本の繊維・アパレル企業の立地行動にも変化があると考えられる。そこで，現在の日本の繊維・アパレル企業の中国への進出状況（直接投資，立地行動）について分析するとともに，これまでの日本からの進出のプロセスについても整理してみる。その上で，日本の繊維・アパレル企業にとって中国国内で重要な地域はどこなのか，なかでも上海市はどのような位置づけなのかといった点について，いくつかの指標を用いて検討する。これが本稿の検討課題である。

こうした検討を行なうにあたり，本稿では直接投資データと海外子会社データを用いる。これによりそれぞれのデータの不足点を埋めながら課題を検討する。まず，日本の直接投資データから中国への直接投資の累計値，変化（プロセス）を検討して全体像をつかむ。その上で，子会社データを用いて日本企業の中国立地の業種的特徴，地理的特徴，繊維・アパレル企業の中国への立地行動について分析する。また，子会社データの分析の際には，上場会社と非上場会社に分けて分析して立地を比較する。そして，最後に上海市の位置付けについて検討する。

¹⁾ 鈴木・桜井・魚・東・佐藤（2001），7～12ページ。

²⁾ こうした点については，ジェトロ（2004）でも指摘されている。

2. 日本から中国への直接投資の状況

2.1 日本から中国への直接投資の累計

現在までに日本企業の中国投資は、どの程度行われているのか。まず、日本の多国籍企業の海外での事業活動を捉える上での基本的な指標である、対外直接投資データによって、日本から中国への全体の直接投資状況を検討する。表1は、1951年度から2004年度までに企業から日本政府に届け出られた³⁾中国への直接投資の件数と金額の累計値である。これまで日本企業が中国に対して行った直接投資の件数は5,768件、金額は3兆6,650億円にのぼる。件数で見ると、製造業が79%、非製造業が20%であり、金額では製造業が70%、非製造業が27%で件数、金額ともに製造業投資が非製造業投資を上回っている。業種別にみると、件数では繊維が最も多く24%、その他製造業(12%)、電機(11%)、サービス業(8%)となる。一方、金額では電機(17%)が最も多く、輸送機(13%)、機械、その他製造業、サービス業がそれぞれ9%である。ここでは件数で最も多い繊維が金額では上位4業種には入っておらず、逆に金額で2番目に多い輸送機が件数で上位4業種に入っていない。このことは件数に比べて金額の少ない繊維は、直接投資1件当たりの投資金額が小さく、逆に件数に比べて金額の大きい輸送機については直接投資1件当たりの投資金額が大きいことを示していると考えられる。では、こうした日本の企業の中国への直接投資はどのように行われてきたのか。以下では、ここでみた直接投資件数、金額における製造業の上位3業種、計4業種（繊維、機械、電機、輸送機）⁴⁾と、非製造業の上位2業種、計2業種（商業、サービス業）について、直接投資の変化（プロセス）を検討する。

表1 日本企業の中国への直接投資件数と投資金額

	件数	金額
製造業計	4,561 (79)	25,770 (70)
食料	331 (6)	1,355 (4)
繊維	1,405 (24)	2,378 (6)
木材・パルプ	90 (2)	368 (1)
化学	330 (6)	2,010 (5)
鉄・非鉄	358 (6)	2,206 (6)
機械	382 (7)	3,149 (9)
電機	630 (11)	6,175 (17)
輸送機	348 (6)	4,799 (13)
その他	687 (12)	3,329 (9)
非製造業計	1,150 (20)	9,776 (27)
農・林業	37 (1)	47

³⁾ 1980年以前は、届出ではなく許可。

⁴⁾ 但し、ここではその他製造業を除いている。

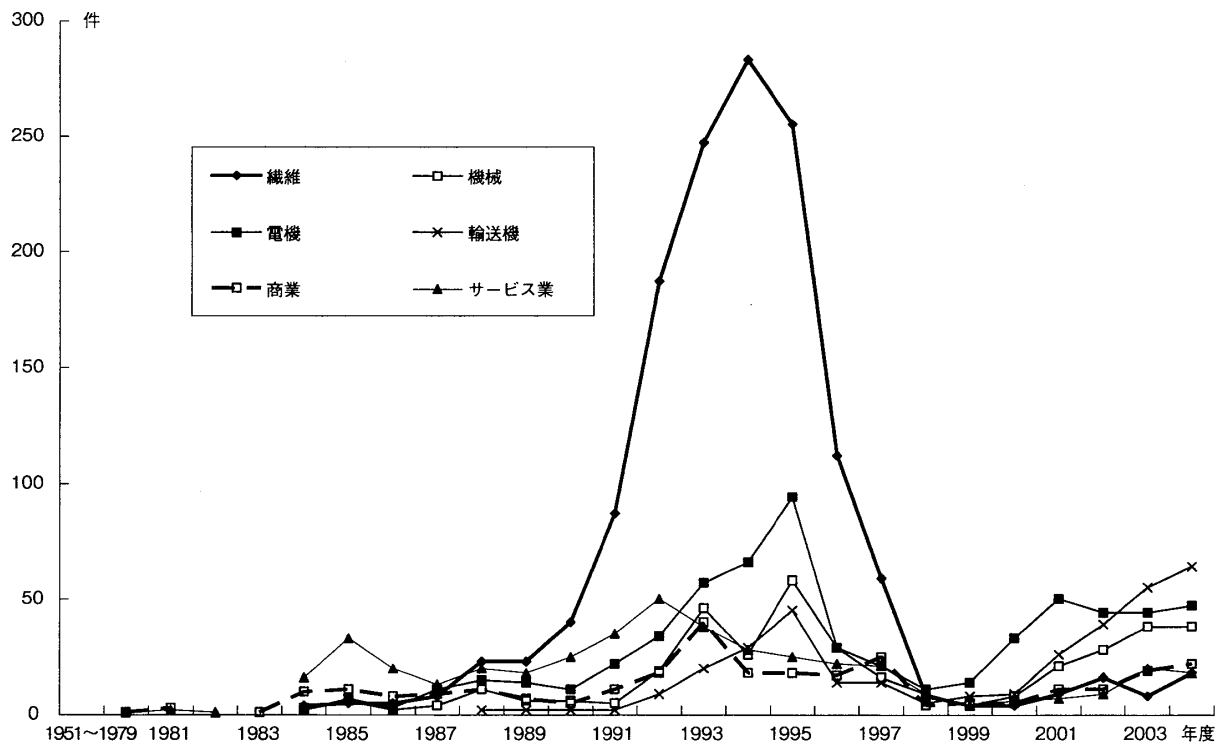
漁・水産業	61 (1)	124
鉱業	21	72
建設業	66 (1)	613 (2)
商業	290 (5)	1,779 (5)
金融・保険業	25	648 (2)
サービス業	441 (8)	3,464 (9)
運輸業	98 (2)	313 (1)
不動産業	107 (2)	1,171 (3)
その他	4	1,546 (4)
支 店	56 (1)	1,084 (3)
不 動 産	1	20
合 計	5,768 (100)	36,650 (100)

(注) 単位は、件数は件(%)、金額は億円(%)である。件数、金額は、1951年度から2004年度の累計値。金額は1千万円以下を四捨五入、カッコ内は小数点以下を四捨五入。

(出所) 財務省編(2006)より作成。

2.2 直接投資件数の変化

図1 主要6業種の直接投資件数の変化



(注) 1951年から1979年の直接投資は、その他非製造業の1件と支店の2件の合計3件の投資しかないため、ここでは0件となっている。

(出所) 財務省編(1989)、(1997)、(2006)より作成。

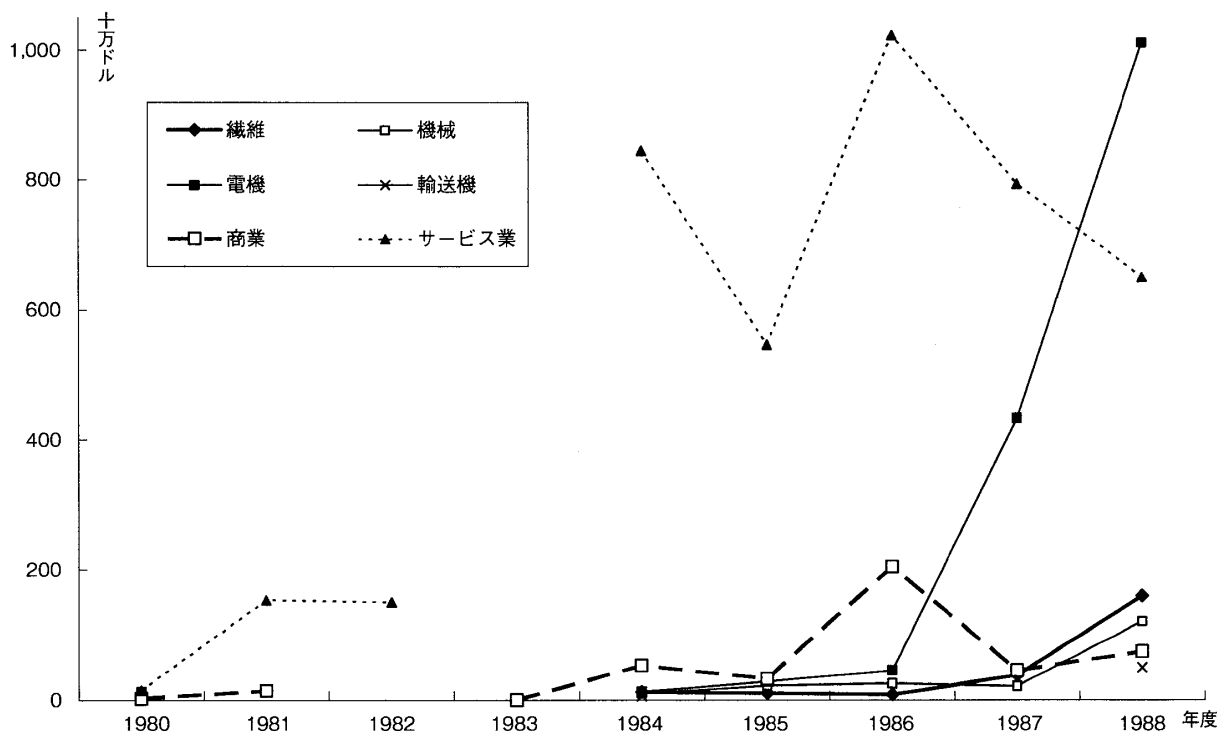
図1は、上述の6業種の直接投資件数の変化である。

この中で、最も顕著な変化がみられるのは繊維である。戦後、繊維の最初の中国投資は1984年に始まるが、毎年一桁の件数しかみられない。しかし、1988年以降、徐々に増え続けて1994年にピークを迎え、その後は急減して2000年代初めには少し戻っている。特に、1994年は283件と非常に多い。この動きは、中国が1978年の改革・開放政策後に鄧小平の南巡講和（1992年）によって外資導入を推し進めている時期と重なる。日本企業の中国での安い労働賃金を利用したコスト優位型投資は、1990年代半ばから怒涛のように行われる⁵⁾が、それは日本市場への持ち帰り輸入を前提とした繊維企業が牽引していたことがここによく表れている。また、累計件数で繊維の次に多かった電機は、1995年にピークを迎えてその後急減している。しかし、2000年以降に再び増えている点が繊維とは異なる。一方、サービス業は1985年と1992年に多い。

2.3 直接投資金額の変化

次に、直接投資金額の変化をみる。但し、日本の直接投資データは、1988年度を境に金額の集計が米ドルベースから円ベースに変わる。ここでは各業種の直接投資金額の変化（プロセス）を検討するため、図を分けてそのままのデータを用いている。

図2 主要6業種の直接投資金額の変化（1951～1988年度）

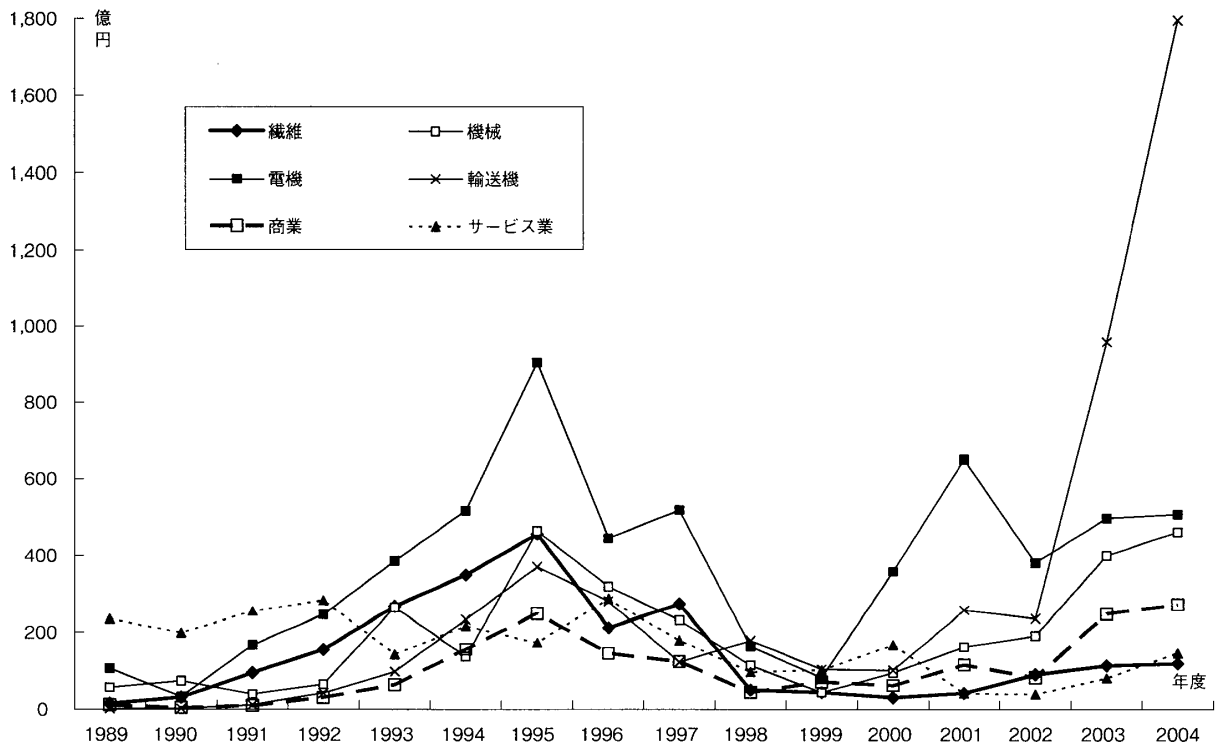


(注) 1951～1979年度に6業種の直接投資が行われていないので、グラフは1980年から始まっている。1千万ドル以下を四捨五入して各年度の金額を計算している。進出が行われていない年度については、グラフが途切れている。

(出所) 財務省編（1989）より作成。

図2は、6業種の1951～1988年度までの直接投資金額の変化を示している。これをみると1980年代の半ばにかけて、サービス業、商業といった非製造業部門の投資がかなり行なわれている。したがって、直接投資金額からみると日本の中国への直接投資は非製造業部門から始められていることがよくわかる。一方、非製造業部門に比べて製造業部門の投資はあまり行なわれていないが、1984年頃から電機、繊維、機械などで徐々に行なわれ始める。特に、1987年からの電機の投資金額の伸びは著しい。

図3 主要6業種の直接投資金額の変化（1989～2004年度）



(注) 1千万円以下を四捨五入して各年度の金額を計算している。

(出所) 財務省編 (1997), (2006) より作成。

続いて、図3は1989～2004年度までの直接投資金額の変化である。これをみると、サービス業を除く全ての業種は1995年に一度ピークを迎えている。その後、1990年代末にかけて全業種ともに落ち込むが、2000年度以降、電機、輸送機、機械を中心に再度増加する。特に、輸送機の投資金額の伸びは著しい。

また、直接投資件数において、1990年代初めから半ばにかけての投資件数では他を圧倒していた繊維は他業種と同様1995年にピークを迎えるまでかなりの投資が行なわれている。しかし、直接投資金額でみると、件数にみられたほどの他業種との圧倒的な差はない。

5) 伊丹・加護野 (2003), 153ページ。

こうしたことから、やはり繊維は直接投資1件当たりの金額がかなり小さいといえる。逆に、輸送機は件数での伸び（図1）よりも金額での伸びが大きく、直接投資1件当たりの投資金額はかなり大きいといえるだろう。この点については海外子会社データの分析でも検証する。

3. 子会社データでみる日本企業の中国立地

3.1 対外直接投資データの問題点と海外子会社データの対象企業

ここまで対外直接投資データから日本企業の中国への投資状況を検討した。日本企業は、対外直接投資を実施する際には原則として日本国政府や進出先国政府に届ける義務があるため、対外直接投資データは日本企業の海外進出を幅広く捉える上で非常に役に立つ⁶⁾。しかし、どのようなデータにも不十分な点はある。この対外直接投資データについては、日本企業の「事業活動が海外のどの国へ展開したかはわかるが、より具体的にどの立地場所（国内の特定地域）へ展開したかまでは不明」⁷⁾である。この点を解消するために、本節以降では海外子会社データを用いて日本企業の立地が中国国内のどの地域に行われているのかを検討する。

日本の多国籍企業や企業の国際的な事業活動の問題を扱う際、海外子会社データとしてよく用いられるのは東洋経済新報社の『海外進出企業総覧（各年版）』である。これまでに筆者もたびたび利用してきた。こうした海外子会社データは、日本政府公表の対外直接投資データに比べると企業のカバー率は低い。しかし、企業がいつ、（各国の）どの地域に、どんな事業内容の子会社を設立したかなどの直接投資の詳細が分かる。例えば2007年版の場合、その収録データは日本国内の上場・未上場会社6,249社（海外現地法人・支店のない2,081社を含む）へのアンケート調査（回収率は約54%）⁸⁾と電話取材などでの補足調査により回答の得られた企業の海外子会社データである。また、同書には進出国別と親会社別に分けて集計されたものがある。収録データは、国別編は4,208社（上場企業1,790社、未上場企業2,418社、現地法人総数21,226社）、会社別編は4,094社（現地法人総数21,126社）の海外子会社データである⁹⁾。但し、対象地域は世界の全ての国であり、中国のみを対象

6) 鈴木・桜井・佐藤（2005）、8ページ。

7) 鈴木・桜井・佐藤（2005）、8ページ。

8) 東洋経済新報社編（2007a）（2007b）における掲載基準。

9) 東洋経済新報社編（2007a）（2007b）参照。会社別編と国別編は、同じデータを用いている。ここで掲載企業数が異なっているのは、国別編では日本企業の出資比率が合計で10%以上（現

としているわけではない。さらに、このデータだけでは中小企業の海外子会社については十分にカバーできない¹⁰⁾。特に、近年は中小企業の海外展開が増えている¹¹⁾。

そこで、本稿では中国に進出している企業のみを対象とし、中国だけでみると収録企業データ数の多い21世紀中国総研編（2007a）（2007b）を用いる。このデータブックについても上場会社編と非上場会社編がある。上場会社編は、有価証券報告書の提出を義務付けられている日本企業4,837社を対象としており、中国（香港、マカオを含む）に現地法人のほかに、日本本社の駐在員事務所、支店、営業所、委託加工などの対中ビジネス拠点を持つ日本企業1,778社のデータを収録している¹²⁾。一方、非上場会社編は有価証券報告書の提出を義務付けられている企業以外で中国（香港、マカオを含む）に現地法人を持つ日本企業4,673社のデータを収録している¹³⁾。したがって、上場会社編と非上場会社編を合わせたデータ収録企業数（親企業の数）は6,451社である¹⁴⁾。

3.2 海外子会社データにおける親企業の特徴

まず、ここでは上場会社編、非上場会社編のそれぞれに収録されている親企業の資本金、従業員数のデータを比較する（表2、表3）¹⁵⁾。

表2 上場会社と非上場会社の資本金比較

資本金	上場会社	非上場会社
1,000万円未満		21
1,000万円以上10億円未満	4	3,712 (79)
10億円以上50億円未満	51 (3)	277 (6)
50億円以上100億円未満	1,074 (60)	45 (1)
100億円以上500億円未満	474 (27)	59 (1)
500億円以上1,000億円未満	89 (5)	5
1,000億円以上	84 (5)	15
不明		539 (12)
計	1,776	4,673

(注) 単位は、社。カッコ内の単位は%で、小数点以下を四捨五入している。

(出所) 21世紀中国総研編（2007a）（2007b）のそれぞれ13ページより筆者作成。

地法人を通じた間接出資を含む) の日系現地法人を掲載し、会社別編では出資比率20%以上の現地法人を2社以上持つ日本企業を掲載しているためである。

¹⁰⁾ 鈴木・桜井・佐藤（2005），8ページ。

¹¹⁾ 関編（2007）など。

¹²⁾ 21世紀中国総研編（2007a），1ページ。対中ビジネス拠点には委託加工拠点なども含まれて

表3 上場会社と非上場会社の従業員数比較

従業員数	上場会社	非上場会社
100名未満	120 (7)	1,348 (29)
100名以上500名未満	615 (35)	1,548 (33)
500名以上1,000名未満	397 (22)	290 (6)
1,000名以上5,000名未満	506 (29)	220 (5)
5,000名以上10,000名未満	82 (5)	18
10,000名以上	52 (3)	18
不明		1,231 (26)
計	1,772	4,673

(注) 単位は、社。カッコ内の単位は%で、小数点以下を四捨五入している。

(出所) 表2に同じ。

資本金(表2)をみると、上場会社はほぼ全ての企業が10億円以上で非常に規模が大きいが、非上場会社は10億円未満の企業が約8割を占めている。一方、従業員数(表3)では、上場会社は100名以上500名未満の企業が最も多いが(35%)500名以上の企業が約6割である。逆に、非上場会社は500名未満の企業が6割である(表3)。中小企業庁による中小企業の定義は、資本金額(または出資総額)と従業員数により定められており、業種によって基準が異なる。そのうちの最も大きな基準である製造業その他の業種における中小企業の定義は、「資本の額又は出資の総額が3億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が300人以下の会社および個人」¹⁶⁾であるが、これを適用すると、上場会社はほとんどがこの基準を大きく上回る大企業であるといえる。一方、非上場会社は比較的中小企業が含まれていることが予測されるが正確には分からない。したがって、本稿で用いる海外子会社データの親企業には、上場

おり、現地法人設立というパターン以外での進出も入っている。

¹³⁾ 21世紀中国総研編(2007b), 1ページ。

¹⁴⁾ 東洋経済新報社編(2007a)の場合、中国(香港、マカオを含む)への進出企業数(親企業の数)は3,357社である(東洋経済新報社編(2007a), 359, 617, 688ページ)。

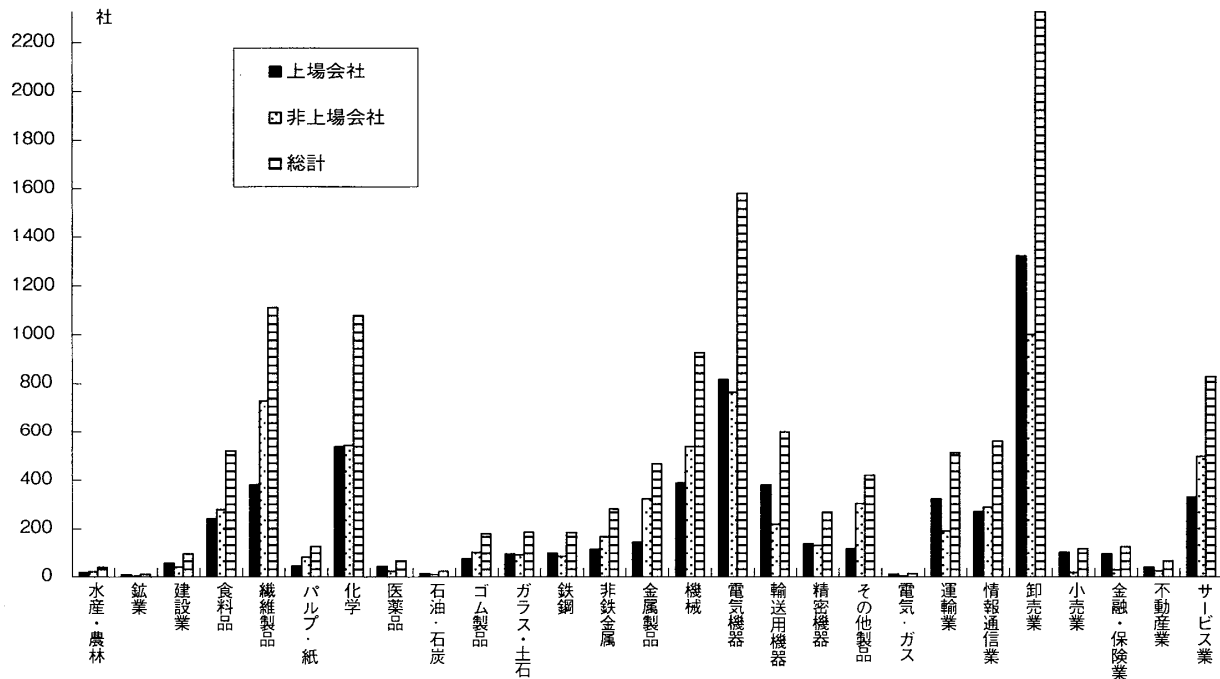
¹⁵⁾ 21世紀中国総研編のデータは1986年に初版が発行され、1999年版までは毎年発行されてきたが2001-2002年版からは隔年発行となる。また、本稿では上場会社編と非上場会社編を用いたが、このように分けて出されるのは2005-2006年版からである。データは多くの研究者が利用しており、稲垣清・21世紀中国総研(2004)(2006)が代表的であるが、上場会社と非上場会社の観点からその立地等の違いについての分析はされていない。

¹⁶⁾ 中小企業庁・ホームページ参照。

会社については大企業が多く、非上場会社には大企業ではない企業（中規模企業，中小企業）が多いものと考えられる。

3.3 子会社データでみた業種別立地状況

図4 業種別子会社数



(注) 子会社数は、上場会社は2006年12月末現在，非上場会社は2007年9月末のものである。
 (出所) 21世紀中国総研編 (2007a) (2007b) の各17ページ¹⁷⁾より作成。

現在，中国において日本企業の子会社立地が多くみられるのはどの業種なのか。

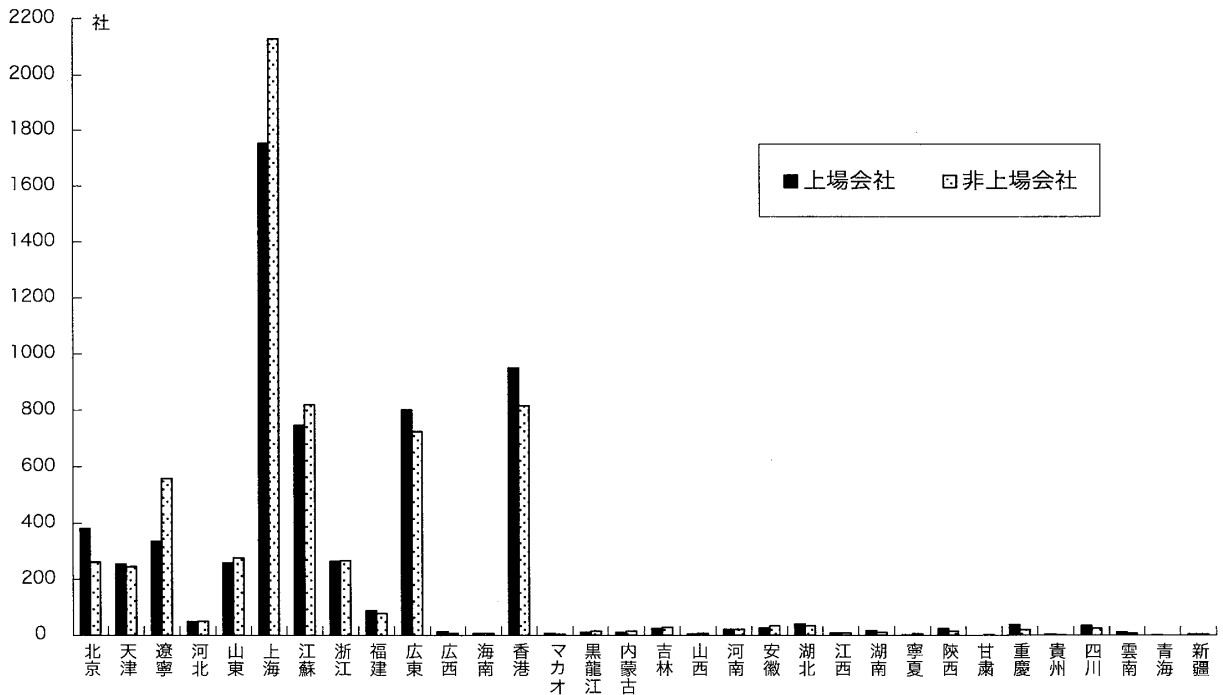
図4は，業種別の子会社数を示している。総計でみると，最も多いのは卸売業の2,322社であり，続いて電気機器 (1,580社)，繊維製品 (1,111社)，化学 (1,078社)，機械 (924社)，サービス業 (828社)，輸送用機器 (597社) となる。財務省の直接投資データと21世紀中国総研の子会社データとでは業種区分に違いがあるが，化学を除くと2.1でみた直接投資件数，直接投資金額での上位6業種と一致している (但し，順位には違いがある)。また，業種により上場会社と非上場会社の子会社の設立内訳は異なる。この7業種でみると，卸売業，電気機器，輸送用機器の場合は上場会社の子会社が多い。特に，卸売業，輸送用機器では圧倒的である。

¹⁷⁾ 尚，21世紀中国総研編 (2007b) の表には誤りが2箇所ある。金属製品の広東省の合計が66社となっているが，正しくは67社である。その結果，広東省の総計は725社ではなく726社となる。しかし，金属製品の総計は324社のままである。この点に関しては，筆者が蒼蒼社編集部への電子メールで質問した結果，誤りが判明した (2008年2月1日)。そのため，ここでは回答していただいた修正データを用いている。

一方、繊維製品、機械、サービス業の場合は、非上場会社の子会社が極めて多く、上場会社の子会社数を圧倒している。化学は、上場会社と非上場会社がほぼ同数である。これは卸売業には総合商社などの規模の大きな企業が含まれることや、輸送用機器についても完成車メーカーなどの大企業があることから、上場会社の子会社数が非上場会社のものを上回っているのではないかと考えられる。一方、多くの非上場会社の子会社がみられた繊維製品については、日本の繊維産業の素材部門には大規模な素材メーカーも存在するが、その他の部門には中小企業の方が圧倒的に多い。したがって、各産業特性が上場会社と非上場会社の子会社数の違いとして表れている。また、この分析結果により直接投資データにみられた繊維と輸送機における件数と金額のギャップを検証することができる。つまり、繊維が1件当たりの投資金額が小さいのは非上場会社（大企業以外の企業）による直接投資が多いためであり、輸送機が1件当たりの投資金額が大きいのは上場会社（大企業）による直接投資が多いためである。

3.4 子会社データでみる地域別立地状況

図5 省・市ごとにみた子会社の立地¹⁸⁾



(出所) 図4に同じ。

¹⁸⁾ ここでは次のように、地域を区分している。中国を沿海部と内陸部に分ける。沿海部は、北部沿海地域（北京市、天津市、遼寧省、河北省、山東省）、中部沿海地域（上海市、江蘇省、浙江省）、南部沿海地域（福建省、広東省、広西壮族自治区、海南省、香港、マカオ）の3つに区分する。内陸部は、内陸中部（沿海部と接する地域に湖北省と東北地方の黒龍江省を加えた8省1自治区）、内陸西部（残った6省3自治区1直轄市）に分ける。

では、日本企業の中国立地は、どのような地域を中心に行われているのか。

図5をみると、日本企業の中国への立地は、改革・開放政策による外資導入が盛んに行われて著しく発展してきた沿海部に集中している。なかでも上海市、江蘇省、浙江省の中部沿海地域が最多で5,985社の立地がみられる。次に多いのは、広東省や香港を中心とする南部沿海地域の3,511社、北京市や遼寧省などの北部沿海地域の2,671社である。一方、内陸部では内陸中部が334社、内陸西部が195社であり、沿海部に比べてほとんど立地がみられない。また、省・市レベルでみると子会社数が最も多いのは上海市の3,885社で、香港(1,771社)、江蘇省(1,570社)、広東省(1,528社)、遼寧省(894社)、北京市(642社)、山東省(534社)と続く。このように省・市レベルでは上海市に立地が集中するとともに、沿海部の各地域ではそれぞれの中核となる省・市に立地が集中している。

では、上場会社と非上場会社の子会社数は省・市により違いがみられるのか。図5より、上海市、江蘇省、遼寧省では非上場会社の立地が多く、北京市、香港、広東省では上場会社が多いことがわかる。また、中部沿海地域では全ての省・市で非上場会社の立地が多く、逆に南部では上場会社が多い。そして、北部沿海地域においては、市には上場会社が、省には非上場会社が多く立地している。したがって、中部沿海地域や北部沿海地域内の省には非上場会社を中心とした大企業以外の立地が多く、南部沿海地域や北部沿海地域内の市には上場会社を中心とする大企業の立地が多いという傾向がみられる。

4. 繊維・アパレル企業の中国立地状況と上海市の位置付け

次に、日本からの直接投資の累計値でみて、最も投資件数の多かった繊維・アパレル企業の中国立地状況を検討する。ここでは主要な都市レベルまで落とし込んで検討を行なう。

4.1 繊維・アパレル企業の中国立地状況

図6は、繊維・アパレル企業の子会社の中国における立地場所である。図には省・市だ

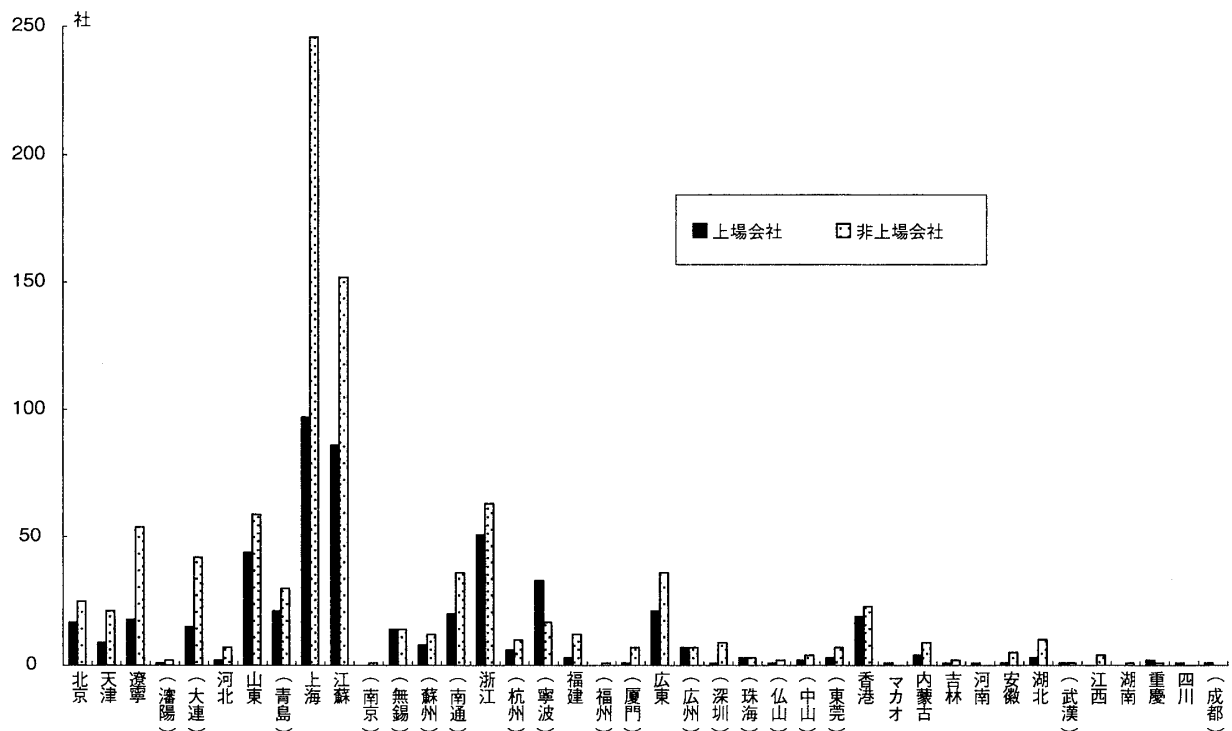
¹⁹⁾ 鈴木・桜井・魚・東・佐藤(2001), 11~12ページ。

²⁰⁾ 本木・上野(2001)は、「東北・上海地域は日系企業と中国企業との合弁・合資・独資という、日本資本による中国国内への直接投資による生産形態であるのに対し、華南地域は、多くの場合、香港の繊維企業を通じた委託生産という間接的な企業進出の形態をとっている。そして、日本のアパレル企業群からの受注と提案、輸出入業務および香港企業あるいは珠江デルタに展開する中国系企業との取引業務を担うのが、香港に立地する日系商社群である(本木・上野(2001), 6ページ)」と述べて、華南地域への日本企業の進出の少なさを、東北、上海地域との進出形態の違いから説明している。

けではなく、省内で進出の多い主要都市への立地も示している。

これをみると繊維・アパレル企業の立地は沿海部に集中しており、なかでも中部沿海地域に集中している（695社）。既にみたように全業種では、沿海部は中部沿海地域に続いて南部沿海地域が多かった。しかし、繊維・アパレル企業の場合、北部沿海地域に256社、南部沿海地域に115社と南部よりもむしろ北部への立地が多い。このように繊維・アパレル企業が南部沿海地域ではなく北部沿海地域に多く立地するのは、1つには、中国へ進出する日本のアパレルメーカーの多くが日本市場への持ち帰り輸出を目的としており、そうした企業が日本市場との地理的近接性を考慮した結果、北部に多く立地しているということである¹⁹⁾。また、もう一つの要因としては本木・上野（2001）が指摘するように、華南地域と東北・上海地域では日系繊維企業の進出形態が異なっており、東北・上海地域には直接進出が多いためであると考えられる²⁰⁾。

図6 繊維・アパレル企業の中国立地



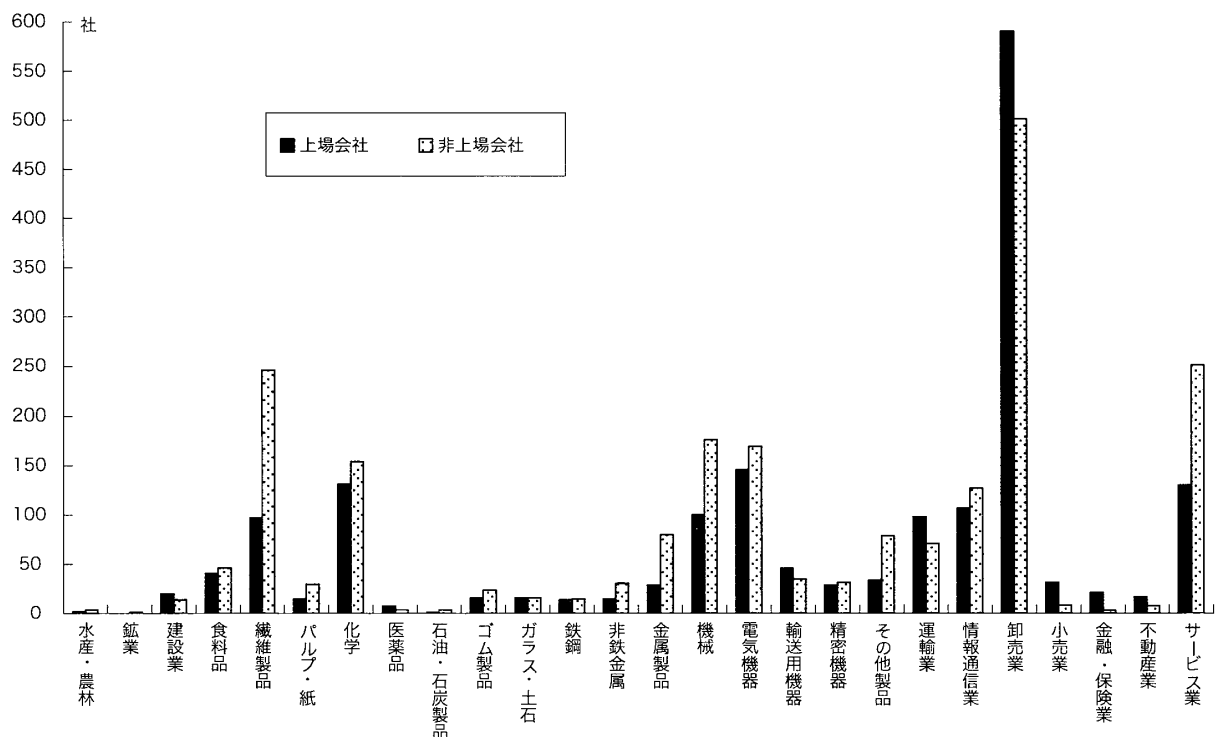
(注) 子会社が1社もない省・市については除いている。カッコ内は省内の都市である。
(出所) 図4に同じ。

次に、省・市レベルでみると上海市への立地が圧倒的に多い。したがって、やはり上海市は日本の繊維・アパレル企業にとって非常に重要な都市であるといえる。また、都市レベルでは遼寧省は大連市、山東省は青島市、江蘇省は南通市、浙江省は寧波市といった各省における特定の都市への集中がみられる。これら多くの都市への立地は非上場会社であ

る場合が多いが、寧波市は逆に上場会社が多い。この寧波市には、雅戈爾集団有限公司や杉杉集団有限公司といった現地の大手アパレル企業も多く、アパレル産業集積を形成している²¹⁾。ここに進出している日本の上場会社は、総合商社の伊藤忠商事、丸紅、繊維専門商社の蝶理、素材メーカーの三菱レイヨン、日清紡績、テキスタイルメーカーの大東紡織や川島織物といった企業である。そして、これら日本企業が雅戈爾や杉杉集団などの有力な現地企業と繊維素材やテキスタイル、アパレル生産の合弁会社を設立している²²⁾。つまり、寧波市には現地の繊維産業集積と、進出した日本の繊維メーカーや商社により素材からアパレル縫製に至る産業集積が形成されている。現在の中国現地のアパレル企業の成長をみると、ここは日本の企業にとっては非常に重要な都市である。したがって、中国国内には日本の繊維・アパレル企業にとって上海市以外に重要な都市もあると考えられる。

4.2 上海市における繊維・アパレル企業の位置づけ

図7 上海市に立地する日本企業の業種別内訳



(注) 1社の進出もみられなかった電気・ガス業は除外している。

(出所) 図4に同じ。

²¹⁾ 小島 (2004), 沈 (2004) 等を参照。

²²⁾ 21世紀中国総研編 (2007a), 440~445ページ参照。

最後に、繊維・アパレル企業の進出が最も多くみられた上海市について、他業種と比較しながら繊維・アパレル企業の位置付けを検討する。

上海市に立地する日本企業を業種別に整理すると、図7のようになる。図6でみたように、日本の繊維・アパレル企業の立地は省・市レベルでは上海市が最も多い。図7で他業種と比較すると、上海市での日本の繊維製品の立地は卸売業の1,091社、サービス業の381社に次いで3番目に多い343社となり、上海市に進出する日本企業の中で繊維・アパレル企業の比率は高い。したがって、上海市にとっても日本の繊維・アパレル企業は大きな存在である。また、ここで上海市に最も多くの立地がみられたのは卸売業である。この卸売業には、総合商社や繊維専門商社、繊維関連の卸業者や問屋などが含まれている。つまり、業種として卸売業は繊維・アパレル企業と非常にかかわりが深く、繊維・アパレル企業の中には卸売業に含まれる企業も多い。それは、産業分類としては繊維製品卸売業として分類されるような企業である。しかし、本稿で使用した海外子会社データでは卸売業の中身について細かな分類がされていない。したがって、日本の繊維・アパレル企業にとっての上海市の位置付けを検討するには卸売業の中身をさらに細かく検討する必要がある。

5. おわりに

これまで日本から中国への直接投資と、日本企業の中国での子会社立地状況について検討してきた。それらの検討結果は、表4、表5のようにまとめられる。

表4 日本から中国への直接投資の状況

		特 徴
累計	件数	5,768件（製造業4,561件、非製造業1,150件） 繊維、その他製造業、電機、サービス業の順に多い。
	金額	3兆6,650億円（製造業2兆5,770円、非製造業9,776億円） 電機、輸送機、機械、その他製造業、サービス業の順に多い。
プロセス	件数	1990年代の初めからほとんどの業種で急増する。 特に、繊維の変化が著しい。
	金額	直接投資の開始当初は非製造業（サービス業、商業）が多い。 1987年頃から製造業（電機、繊維、機械）の投資が増える。 1995年に全業種（サービス業を除く）が一度ピークを迎える。 2000年以降に電機、輸送機、機械を中心に再度増加する（特に、輸送機）。

（注）プロセスは製造業の4業種（繊維、機械、電機、輸送機）、非製造業の2業種（商業、サービス業）のもの。

（出所）筆者作成。

日本から中国への直接投資（表4）は、累計件数、累計金額ともに製造業が非製造業を大きく上回っており、業種別では件数で繊維が、金額では電機が最も多くみられた。また、累計での上位6業種の直接投資件数の変化（プロセス）は、1990年代初めから半ばにかけての日本企業の中国への進出の急増を示している。日本企業による中国の廉価労働力を利用したコスト優位型投資は、1990年代半ばから怒涛のように行われる。特に、この時期に大きな変化をみせていた繊維企業の中国進出は、基本的に日本市場への持ち帰り輸入を前提としており、そうした日本企業のコスト優位型投資の一翼を担っていたと考えられる。一方、直接投資金額のプロセスの検討からは、日本企業の中国進出開始当初は非製造業部門の投資から行なわれていたことや、製造業部門の投資が電機、機械、繊維、輸送機など中心となる業種を変えながら多く行なわれていたことが明らかになった。また、件数ベースで圧倒的に多かった繊維は金額では目立っておらず、件数と金額のギャップから繊維一件あたりの投資金額の少なさがうかがえた。

一方、海外子会社データ（表5）の検討から、業種別では卸売業の進出が圧倒的に多く、電気機器、繊維製品と続いており、これらは直接投資データ（累計値）の上位6業種と一致していた。また、輸送機は上場会社が、繊維では非上場会社の子会社立地が多くみられたことから直接投資データにみられた繊維と輸送機における件数と金額のギャップを検証することができた。地域的には、日本企業の立地は沿海部に多い。その中でも上海市に集中するとともに、沿海部内の各地域において中核となる省・市への立地が集中している。また、上場会社、非上場会社ともに立地が最も多いのは上海市であるものの、上場会社は南部沿海地域や北部沿海地域内の市に多く、非上場会社は中部沿海地域や北部沿海地域内の省に多いという傾向がみられる。さらに、繊維・アパレル企業については、上海市を中心とする中部沿海地域とともに青島市、大連市といった北部沿海地域に立地が集中する傾向がある。但し、省・市レベルでみると上海市への立地が圧倒的に多い。

したがって、上海市は中国国内で日本企業の立地が最も集中する都市であると同時に、日本の繊維・アパレル企業にとっても最も重要な都市となっている。また、ほとんどの省・市で非上場会社の方が圧倒的に多い中、上場会社の多い寧波市では現地企業の産業集積と日本の繊維メーカーや商社との融合が起きており、上海市以外に重要な都市も存在していることが分かった。最後に上海市では、進出する日本企業の中で繊維・アパレル企業の比率は高く、上海市にとっても日本の繊維・アパレル企業は大きな存在であるといえる。しかし、上海市で最も多くの進出がみられたのは卸売業である。この業種は繊維・アパレル産業と非常に関係が深いことから、日本の繊維・アパレル企業にとっての上海市の位置付けを検討するには卸売業の中身を分類するなどさらなる検討が必要である。

表5 日本企業の中国における子会社立地状況

	立 地 特 徴
業種	卸売（2,322社）、電気機器（1,580社）、繊維製品（1,111社）、化学（1,078社） 機械（924社）、サービス（828社）、輸送用機器（597社）の順に多い。 上場会社は卸売・電気機器・輸送用機器に多く、非上場会社は繊維製品・機械・ サービスに多い。
地域	沿海部に集中しており、沿海部内では中部、南部、北部の順に多い。 省・市では上海市が最多であり、各地域の中核となる省・市への立地が多い。 上場会社は南部沿海や北部沿海内の市に多く、非上場会社は中部沿海や北部 沿海内の省に多い。
繊維	沿海部に集中し、沿海部内では中部、北部に多い（日本との地理的近接性、 進出形態の違いを反映）。 省・市では上海市が最多であり、各省内における特定の都市に立地が集中し ている。 全体に非上場会社が多いが、寧波市では上場会社と現地企業が産業集積を形 成している。
上海	卸売業（1,091社）、サービス（381社）、繊維（343社）の順に多い。 繊維・アパレル企業、関連業種は重要

（出所） 筆者作成。

以上、日本から中国への直接投資や子会社の立地状況について特徴を整理し、日本の繊維・アパレル企業が重視する場所や、上海市の位置づけを検討することができた。

しかしながら、本稿では示すことのできなかつた課題もある。まず、本稿では日本からの直接投資状況、企業立地の傾向や特徴を検討できたが、なぜそうした特徴が生まれるのかといった要因（メカニズム）については十分に検討することができなかつた。この点については今後様々な角度から検討を重ねて明らかにしたい。また、日本企業の上海市への集中立地傾向は理解できた。しかし、上海集中立地については既に共同論文でも示されているが²³⁾、その集中の中身がどのように変化してきたのか（例えば市場や情報収集拠点、統括拠点として捉える）については分析できていない。こうした分析をするためには、上海市に立地する日本企業の子会社の事業内容をさらに細かく比較検討する必要がある。そ

²³⁾ 鈴木・桜井・魚・東・佐藤（2001）、鈴木・李・姜（2005）、鈴木・王・張・翟（2006）参照。

れにより上海市がどのような機能を求められているのかといったことや子会社の機能・役割の変化なども理解できると考えられる。

(付記) 本研究は、平成19年度大阪市立大学都市問題研究(研究テーマ:「都市におけるファッション産業と食文化産業の魅力形成に関する基礎的研究 — 大阪を基軸にした国際比較研究」(研究代表者:富澤修身・大阪市立大学商学部教授))からの研究助成を受けており、本稿はその調査研究の一部である。

参考文献

- 伊丹敬之・加護野忠男(2003)『ゼミナール経営学入門(第三版)』, 日本経済新聞社。
- 稲垣清・21世紀中国総研(2004)『中国進出企業地図 — 日系企業・業種別編』, 蒼蒼社。
- 稲垣清・21世紀中国総研(2006)『中国進出企業地図 — 日系企業・業種別編(改訂新版)』, 蒼蒼社。
- 大阪市立大学経営学研究科・都市問題研究(2007)『大阪市立大学都市問題研究平成18年度報告書 都市におけるファッション産業と食文化産業の魅力形成に関する基礎的研究』, 大阪市立大学経営学研究科。
- 小島末夫(2004)「CASE STUDY 躍進 中国企業(45) 雅戈爾(ヤンガー) — 中国最大手のアパレル SPA 企業」『ジェトロセンサー』54(639), 40~43ページ。
- 財務省編(2006)『財政金融統計月報 第645号』, 財務省。
- 財務省編(1997)『財政金融統計月報 第548号』, 財務省。
- 財務省編(1989)『財政金融統計月報 第452号』, 財務省。
- 佐藤彰彦(2007)「中国都市部におけるファッション産業の分析 — 上海市を中心とする実態調査を通じて」『大阪産業大学経営論集』第9巻1号, 27~45ページ。
- ジェトロ(2004)『中国市場に挑む日系企業 — その戦略と課題を探る』, ジェトロ。
- 鈴木洋太郎・桜井靖久・魚江・東嘉偉・佐藤彰彦(2001)「日本製造企業の中国立地についての一考察」, 大阪市立大学経営学会『経営研究』第52巻2号, 1~23ページ。
- 鈴木洋太郎・李慧琴・姜天勇(2005)「日本企業の中国立地の新展開について — 製造企業と物流企業を中心に」, 大阪市立大学経営学会『経営研究』第55巻3・4号, 47~72ページ。
- 鈴木洋太郎・桜井靖久・佐藤彰彦(2005)『多国籍企業の立地論』, 原書房。
- 鈴木洋太郎・王磊・張凡・翟毅松(2006)「日系多国籍企業の中国立地戦略についての一考察」, 『経営研究』(大阪市立大学経営学会)第56巻4号, 153~175ページ。
- 関満博編(2007)『メイド・イン・チャイナ — 中堅・中小企業の中国進出』, 新評社。
- 中小企業庁・ホームページ, <http://www.chusho.meti.go.jp/>, 2008年2月18日。
- 沈洪(2004)「寧波市におけるアパレル産業集積 — 形成過程と構造を中心に」『大学院論集』(福岡大学大学院論集刊行委員会)第36巻2号, 145~163ページ。
- 東洋経済新報社編(2007a)『海外進出企業総覧2007(国別編)』, 東洋経済新報社。

日本から中国への直接投資と上場・非上場会社の立地に関する分析（佐藤彰彦）

東洋経済新報社編（2007b）『海外進出企業総覧2007（会社別編）』，東洋経済新報社。

21世紀中国総研編（2007a）『中国進出企業一覧・上場会社篇（2007－2008年版）』，蒼蒼社。

21世紀中国総研編（2007b）『中国進出企業一覧・非上場会社篇（2007－2008年版）』，蒼蒼社。

本木弘悌・上野和彦（2001）「中国における日系繊維企業の立地展開」『東京学芸大学紀要〔第3部門 社会科学〕』（52），1～11ページ。