

【論文】

中国における外資系食品企業の直接投資とその効果

下渡 敏治*

1. はじめに

1978年の改革開放政策への転換以降、中国の食品工業は飛躍的な発展を遂げつつある。すなわち1978年から88年までの10年間に3億ドル相当の外国企業による直接投資が食品加工部門に振り向けられた結果、加工食品の生産の増加ならびに技術水準の向上には刮目すべきものがあったといえる。

しかも市場経済への移行の下で推し進められた生産責任制の導入や郷鎮企業の成長、外資優遇政策の推進によって、食品工業の生産額は1980年代後半には1,000億元を突破し、1996年には7,250.7億元に達するまでに拡大・発展を遂げている¹⁾。ちなみに1996年の生産水準は、改革開放政策がスタートする前年の1977年と比較して、概ね15倍に拡大してきている。こうした食品工業の急速な成長は、単にそれが量的な拡大にとどまらず、質的な面でも顕著な向上を含んでいたことに留意する必要がある。たとえば、改革開放前には国内生産がほとんど皆無に等しかった即席めんや冷凍食品、アイスクリーム等々の新しい加工食品や清涼飲料等が次々に試作され、商品化されていったのである。

ところでこうした中国食品工業の質的な発展は、改革開放政策によって活発化した外資系企業による直接投資に負うところが大きい。しかしながら改革開放後の中国食品工業に対する導入直接投資の内容や外資系食品企業のホスト国での実態に関する情報は極めて限られたものであり、それらの限られた情報をもとに、導入直接投資に対する評価ないし推断をおこなわざるを得ないといえよう。

本稿は、中国の食品工業に対する海外直接投資の中で圧倒的な比重を占める台湾系食品企業ならびに日系食品企業に限定して、直接投資のパターンないしその拡がりならびにホスト国のフードシステムへの影響を明らかにしようとするものである。

改革開放以降における中国食品工業の著しい発展は、1つには、改革開放政策に伴う工業化の進展とそれに起因する所得の向上によってもたらされた加工食品需要の成長結果であり、また2つには、加工食品生産のための資本、技術を中心とした海外からの直接投資

* 当学科助教授

の導入に基づく質的な向上によって初めて可能になったと考えられる²⁾。

以上の要因が、中国食品工業の発展にとって極めて重要な意義と役割を果たしたことは、昨今の大型量販店に陳列された加工食品の量的増加とその質的向上の事実からも容易に推察されることである。しかしながら、この発展が改革開放以前の中国食品工業とまったく不連続的に実現されたものかどうかについては、十分な検討を要する。それはある限定されたものではあったとしても、改革開放前の中国において、加工食品がそれなりの市場需要を持ち、ある程度の技術水準と基盤が確立されていたとも考えられるからである。

しかしながら、改革開放以前の中国食品工業の潜在的生産能力や技術水準などを的確に把握しうる資料や情報が欠落しているため、その作業は別の機会に譲り、ここでは外資導入後の発展に限定して考察することにしたい。そういう意味で、本稿は外資系食品企業による対中直接投資に関する序論的考察である。

以下、第2節では、中国食品工業の発展の経緯と直接投資導入の動向を概観し、第3節においては、外資系食品企業の性格・特徴と投資パターンについて考察する。第4節では、外資系食品企業が中国のフードシステム、とくに原料生産や食料貿易にどのようなインパクトを与えたのか、その内容を検討する。さらに、第5節では、中国の食品企業と外資系食品企業の相互関係、あるいは中国フードシステムの高度化にとって直接投資導入が如何なる意味を持つものであったかを考察し、最後に、ホスト国における導入直接投資の意義、今後の展開についてひとつの結論を得たいと考える。

2. 中国の食品工業と直接投資導入

新中国建国後の食品工業の展開に関して、その特質を端的に表現するならば、それはひとつには、農村地域における「地場農産加工型」の展開であり、もうひとつは、都市における「近代工業型」の展開であったとみることができる。すなわち、前者については、1948年の建国以降、主に内陸農村部の人民公社を中心にいわば国営事業として開設された農産物加工場を中核とする内陸型伝統型の食品加工工業の発展であったといっても過言ではない。そういう意味において、わが国の食品工業の生い立ちと共通した部分もなくはない。他方、後者については、新中国建国以前において、中国沿海地域に租界を所有していたヨーロッパ列強の食品加工技術の影響を多方面にわたって永らく受け続けてきた結果とみるべきであろう。その伝統を色濃く残しているビールやワインなどのアルコール飲料、あるいはパン・菓子などに典型的に見られるように、中国古来の伝統技術体系とは全く異なった新しい食品加工技術が中核的基盤となって、その後の都市を中心とした近代型食品工業の発展成長が起こったことは、想像するに難くない。

新中国の建国以来、長年に亘って低迷状態にあった中国の食品工業は、改革・開放を契機に急速な成長を遂げつつあり、1980年以降、年率平均10%以上の高い成長を続けている³⁾。食品工業の出荷額は、全製造業の伸び率を若干下回るものの、着実な増加を示し、1997年の出荷額は全製造業の10.2%を占め、工業部門の出荷額において第1位を占めている。表1に示すように、中国の食品工業は業種別に、「食品加工」「食品製造」「飲料」「タバコ」の4つの部門から成り立っており、4部門の中では「食品加工部門」の生産額が3,472億元(47.9%)と最も大きく、次いで「飲料」部門の1,717億元(23.68%)、「食品製造」部門の1,154億元(15.92%)、「タバコ」製造部門の1,202億元(16.59%)の順となっている⁴⁾。

中国食品工業統計年鑑(1997)によると、中国の食品加工企業⁵⁾の企業数は60,406社と報告されているが、これに内陸部の農村地域に立地する郷鎮企業などの小規模加工企業を加えると、食品工業の企業数は278,205社の多数に達する。食品工業では、564万人(郷以上)が雇用され、雇用は全般的に増加基調にある。したがって、製造業全体の雇用が縮小する中であって、食品工業の従業者数は550万人の水準をほぼ保っているといえよう。そして、この食品工業部門における雇用の下支えは、加工食品需要の着実な増加を反映したものといえよう。

図1に、食品企業の地域分布を示した。湖北、四川、安徽、湖南、江西、黒龍江など比

表1 加工食品の出荷額とその成長

	1996		1990年価格基準の 1996年出荷額指数	対92年の 増加率
	出荷額(億元)	比率(%)		
全製造業	99,595.3		4,162.9	6,422.2
食品工業	7,250.7	100.00	4,979.0	5,335.1
〈食品加工〉	3,471.6	47.88	2,010.4	201.0
穀類・飼料	1,567.6	21.62	133.3	207.5
植物油	631.7	8.71	128.1	200.4
製糖	305.9	4.22	120.0	138.5
肉製品	523.1	7.21	189.7	199.1
水産加工品	289.4	3.99	1,547.9	233.4
その他加工品	154.1	2.12	150.0	331.4
〈食品製造〉	1,154.1	15.92	1,832.2	183.2
乳製品	98.6	1.36	1320.0	215.3
缶詰	145.9	2.01	1,035.0	113.9
発酵食品	121.8	1.68	2,000.0	183.7
調味料	107.5	1.48	1,035.0	183.4
その他食品	308.2	4.25	636.1	635.5
製茶	64.7	0.89	180.8	118.1
〈飲料〉	1,717.1	23.68	3,800.0	222.8
炭酸飲料	143.5	1.98	3,661.2	268.7
果汁飲料	64.5	0.89	1,645.6	164.5
アルコール飲料	1,422.8	19.62	1,490.0	258.2
〈タバコ〉	1,202.2	16.59	170.1	154.9

資料：中国食品工業年鑑1997および中国統計年鑑1995より作成。

注：ただし、その他食品、炭酸飲料、果実飲料は1992=100として算出。

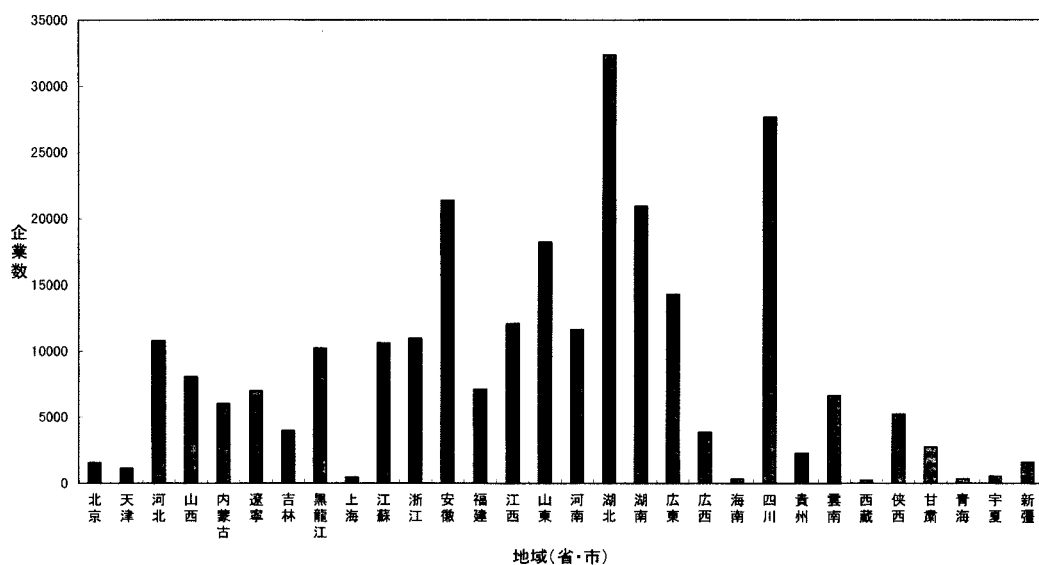


図1 食品企業の地域分布

較的人口稠密でしかも原料資源に恵まれた内陸部の省市に企業数が集積する傾向にあり、山東、浙江などを除いては沿海地域への立地企業数は相対的に少ないといえよう。

企業規模では、生産額500万元以下の企業が過半を占め、とりわけ10万元以下から50万元の規模階層に全体の40%近くの企業が集積し、それは中国の食品加工企業の企業規模が相対的に小規模・零細であることを意味している。一方、生産品目では、農水産物を原料とする加工品においては原料の主産地もしくはその周辺地域での生産シェアが高く、即席めん、菓子、飲料などの二次加工品を生産する企業では、沿海部の大都市とその周辺での生産シェアが高い。生産品目と生産量は、原料、消費人口、所得水準、食文化の地域性を反映して顕著な地域性がみられる。とくに、需要の伸びが大きい清涼飲料などは、生産も消費も大都市に集中する傾向にあり、北京、天津、上海、瀋陽、武漢、広州、重慶、青島の8大都市の生産量の総計は全国総生産量の過半に達する⁶⁾。

以上の中国食品工業の特徴のひとつとして、資本、技術力の欠如があり、そのために政府は外資に対する諸種の規制を廃止し、積極的に外資を受け入れる政策に転換した⁷⁾。外資導入の狙いは、資金、技術、経営管理ノウハウおよび輸出ルートの導入である。その結果、香港資本を中心に外資系企業が中国へ進出してきたが、1990年代に入ってから香港資本に加えて台湾、日本、欧米諸国からの直接投資が大幅に増加し、とくに92年と93年の2年間に外資系企業による直接投資が急増した。その後、94年の金融引き締めや税制改正、外資系企業に対する選別政策などの影響により投資がやや鈍化したものの、95年には、優遇税制の廃止に伴う駆け込み投資もあり、再び増勢に転じている。1996年につい

て、製造業全体の直接投資を国（地域）別に見てみると、香港が第1位で、日本が第2位に浮上している。従来、第2位の座にあった台湾が第3位に後退し、アメリカが第4位に進出している。一方、中国国内での外資系食品企業の投資先は、中国有数の「経済特区」を抱える広東、斥江、上海、山東、大連など沿海地域の省市に集中する傾向がみられる。外資系企業による食品関連の投資は、1993年に4億ドルに達し⁸⁾、以後減少と増加を繰り返しているが、国内企業との関連でみた場合に、とくに重要と思われるのは、90年代に入ってから急速に投資シェアを高めてきた台湾系食品企業と日系食品企業の投資動向と、それが中国の農水産業や食品産業などのフードシステムの構成主体に及ぼすインパクトの大きさである。

表2は、1952年から1997年の期間について、中国の食品加工部門に対する海外からの直接投資の累計と日台食品企業の投資動向を示したものである。表から明らかなように、90年代以降、台湾系食品企業の投資が急増し、投資件数、投資額ともに諸外国を大きく引き離し圧倒的な比重を持つに至っている。近年、台湾と大陸間の政治問題との絡みから直接投資がやや抑制される傾向にあるとはいえ、これまでの投資額の累計は統計に現れているものだけでも流入直接投資のおよそ4割に達しており、台湾系食品企業の投資動向や現地市場での生産と販売活動が中国のフードシステムに与える影響は極めて大きいといえよう⁹⁾。

一方、日系企業による対中投資も90年の898万ドルから95年の1億4,380万ドルへと16倍に拡大し、92年以降、対米直接投資を上回って最大の投資が中国に向けられている。改革開放が緒に付いた1979年以降1983年までの間、日系食品企業の対中投資は慎重な推移を示した。それは、閉鎖的計画経済体制から開放経済体制に移行して日が浅く、投資環境が整

表2 中国食品工業における直接投資導入の推移：1952—1997年

(単位：1,000USドル)

	世界		日本		台湾		総投資に占める 日台企業の割合(%)	
	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額
1952—1988	206	280,713	—	—	—	—	—	—
1989	15	219,206	—	—	—	—	—	—
1990	21	110,179	8	8,979	—	—	38	81
1991	57	66,697	11	18,921	19	19,308	53	57
1992	93	120,350	35	29,194	27	46,415	67	62
1993	843	409,103	39	66,822	791	324,555	98	95
1994	108	305,786	30	130,121	73	145,846	95	90
1995	95	290,755	33	143,797	32	117,447	68	89
1996	54	373,784	22	96,000	30	121,702	96	71
1997	1,171	476,761	12	111,832	1,151	333,073	99	93
1952—1997.12	2,513	3,127,697	261	838,370	2,180	1,178,391	97	64

資料：INVESTMENT COMMISSION, MINISTRY OF ECONOMIC AFFAIRS, REPUBLIC OF CHINA, STATISTICS ON OVERSEAS CHINESE AND FOREIGN INVESTMENT, APRIL 1998. 大蔵省『財政金融統計月報』1998年、11月。

注：ただし、香港を除く。

っていなかったことに加えて、資本主義経済システムとは大きく異なる社会主義的な経済システムや制度・政策の安定性に対する不安が大きかったことがその理由として挙げられる¹⁰⁾。しかし、1990年の鄧小平の南巡講話以降の改革開放路線の急速な進展や円高の進行のもとで、日系食品企業の対中直接投資は急ピッチで進展した。しかもその投資先も1990年までは沿海開放都市への投資が大部分を占めていたが、1991年以降、内陸部への投資が進み全地域的な展開へと変化しつつある¹¹⁾。しかも日系食品企業の対中投資には、商社や関連会社との共同出資によるケースが多く、全体の47.61%が商社・関連会社参加型の進出であり、このうち商社参加が34.3%、関連会社参加が13.3%と極めて高率である。

日系食品企業の対中直接投資の目的として、「廉価で豊富な労働力と原料資源」を挙げる企業が最も多く、次いで「中国の消費市場としての将来性」を挙げる企業も多い。しかしながら、現時点では、即席食品、菓子、調味料、アルコール飲料などを除いては消費市場が未成熟であり、進出企業は低コスト労働力を利用して製品・半製品（調整品）を生産し、日本に逆輸入するケースが多いといえよう。それは市場開拓を優先する欧米系、台湾系食品企業とは大きく異なっている¹²⁾（表3）。そして後述するように、それが中国の対日食料品輸出の急成長をもたらしている。日系企業のうち、即席めん、菓子、調味料、アルコール飲料などは現地市場での販売を目的に、92年頃から本格的に中国市場での生産立地に乗り出したが、生産立地が出遅れたこともあって先発の香港・台湾系企業に大きく水を開けられている。一般的に、日系企業の進出（所有）形態として、独資よりも現地企業との合資（合併）や資本・技術提携を選択するケースが多いといえよう。

一方、台湾系食品企業の1997年末の投資額の累計は11億8000万ドルに達し、投資地域別では東莞、深圳を中心とする広東省、上海を中心とする江蘇省、廈門を中心とする福建省に集中しているが、最近では投資先が進出初期の沿海部から次第に内陸部に拡大する動きがみられる。さらに、投資規模も従来の中小企業主体から大企業主体へと投資主体が拡大

表3 直接投資の決定要因

	台湾系企業	日系企業
市場開拓	94.40%	58.50%
豊富な原料資源の利用	72.2	74.6
低賃金労働力の利用	50	78.3
国際市場への製品輸出	50	5.2
工業用地の利用	11.1	10.3
母国への原材料の輸入	11.1	67.4
優遇措置(関税・租税)の利用	5.6	4.7

資料：台商赴大陸沿海省投資食品業分析。1998.13
日本食品企業海外投資動向、1997。

注：1) 回答企業数184社（台湾）日本65社。

2) 回答は複数回答である。

し、投資目的も低コストの労働力を利用した労働集約的な製品生産から、冷凍食品などのより高付加価値の商品生産へと移行しつつあり、労働力、資源（土地・原料）遡及型の投資から現地市場での販売を主とする市場志向型の投資へと変化してきている¹³⁾。さらに、投資形態も当初の委託加工、補償貿易方式から「三資企業」¹⁴⁾ すなわち独資（100%出資）、合弁・合資、合作（共同経営・請負経営）などの多様な投資形態が採用されるようになっていく。

3. 外資系食品企業の特徴と進出パターン

(1) 外資系企業の所有政策と投資パターン

「組織は経営戦略に従ってつくられる」というA. D. チャンドラーの命題に従えば¹⁵⁾、進出企業がどのような所有政策を選択するか、すなわち完全所有（100%出資の完全子会社）を選ぶか合弁企業を選ぶかは、ホスト国における外資系食品企業の経営行動や経営戦略を大きく左右することとなる。

食品工業発展研究所（台湾）の調査によると、1996年現在、台湾系食品企業の対大陸投資の所有形態として、出資比率が100%（完全所有）の独資企業の割合が72.2%と圧倒的に高く、合資（合弁）企業の27.8%を大きく上回っている。業種別では、缶詰製造業が33.3%と最も多く、以下、冷凍食品製造業の27.8%、麺製造業の22.2%、漬物製造業の16.7%、非アルコール飲料の11.1%となっており、製糖、調味料、製粉、飼料、その他食品がそれぞれ5.6%を占めている。投資規模の面では、投資金額2,001～4,000万元の企業が38.9%と最も多く、1,001～2,000万元と1,000万元以下の企業がそれぞれ22.2%を占めている。以下、4,001～6,000万元が11.1%、6,000万元以上が5.6%という構成になっている（表4）。業種別投資規模では、調味料製造業が5,000万元以上で最も投資金額が大きく、砂糖製造業と即席麺製造業の1,000～5,000万元を上回っている。缶詰製造業は100～5,000万元と企業によって投資規模が分散しており、その他食品は100万元以下と投資金額が小さい。

この中国市場における台湾系食品企業の直接投資のひとつの特徴は、進出分野が缶詰、即席めん、調味料、冷凍食品などの製品分野に投資金額の大きな企業が集積し、しかもそのほとんどは完成品を生産し、その主たる販売先が現地市場であるという点である¹⁶⁾。このことは完成品生産の現地販売を志向する台湾系食品企業が、現地市場での競争相手との製品差別化や競争相手に先んじた新製品開発戦略、そのための生産設備の合理化などのために、製品政策や販売政策を完全にコントロールできる強力な経営組織（100%の完全所有子会社）を選好していることに他ならない。それは合弁企業にくらべて完全所有形態の方がホスト国での経営上の問題を解決しやすいからであるといえる。

表4 外資系食品企業の進出パターン

	台湾系食品企業	日系食品企業
投資規模	5,000万元以上16.7% 1,000万元未満83.3%	500万ドル以上20% 500万ドル未満80%
売上高	4,000万元以上44.5% 4,000万元未満55.5%	na na
雇用規模	300人以上61.3% 300人未満38.7%	na na
投資分野	缶詰、冷凍食品、調味料 即席麺、漬け物	野菜加工、水産加工 肉加工、アルコール飲料
所有形態	完全所有72.2% 合併企業27.8%	合併企業86.5% 完全所有13.5%
製品形態	最終製品67.7%	調整品・半製品78%
販売市場	現地市場58.9% 外国市場41.1%	外国市場87% 現地市場13%
輸出市場	日本市場56.2% アジア市場37.5% 欧州市場6.3%	日本市場82% アジア市場14% その他市場4%

資料：食品工業発展研究所「台商大陸沿海分投資食品業分析」1998（台湾）、東洋経済「中国進出企業総覧」1996および食品産業新聞ほか参照（日本）。

注：日系食品企業の売上高、雇用規模は資料不備。

一方、日系食品企業については所有形態の87%が合併形態であり、その大部分を合併企業が占めている。これは先の台湾系企業の所有形態と比較して極めて対照的である。日系食品企業の大多数が合併形態を強く選好する理由は何か。そのひとつの要因は、日系企業が直接投資を実施している業種と深く関わっているように思われる。すなわち、日系食品企業の直接投資は、野菜加工品や水産加工品、肉加工品などの業種に多く、したがって現地生産のために必要な農水産物などの加工原料の安定確保を図るために、現地企業とのジョイントベンチャーを選好している可能性が高いといえよう。しかも生産された加工品の過半は日本市場に逆輸入されていることから、製品政策や販売政策のうえでパートナーである現地企業と競合したり、利害対立が生じる可能性が低いといった点も日系食品企業が合併形態を指向する有力な誘因のひとつといえよう。日系企業の投資規模は、30万ドルの比較的小規模なものから2,000万ドルを超える大規模なものまでさまざまであり、正確な数値は把握できないが、平均的にみて概ね300万ドルから500万ドルの水準に40～50%の企業が集積しており、300万ドル以下がおよそ30%、500万ドル以上が20%程度とみてよいであろう。投資業種は、農水産物の一次加工など二次加工品の原料として使用される調整品・半製品を製造する業種が多いといえるが、近年では、菓子、アルコール飲料（ビール、清酒）、即席めん、醤油や食酢、ドレッシングなどの調味料、冷凍食品など現地市場での市場開拓を狙った製品分野への投資も増加傾向にある。そういう意味で、日系食品企業の対中直接投資は、低賃金を利用した半製品加工・輸出（逆輸入）志向型投資を堅持しながら、現地市場開拓・現地販売志向型投資に移行しつつあるといえよう。それは年率10%を越え

る経済成長によって現地消費者の可処分所得が年率46%の高水準で増加し、都市を中心とした消費支出の年平均成長率が11.3%に達していることも大きな要因のひとつである¹⁷⁾。さらに、近年になって、日系のスーパーマーケット、百貨店、コンビニエンスストアなどの小売業や日本食レストランなどの外食企業の中国での急速な展開も進出企業の現地市場志向を促している¹⁸⁾。この傾向は中国のWTOへの加盟によって一層加速化されてくるものと思われる。

(2) 外資系食品企業の性格

1996年現在、外資系食品企業上位300社の保有する資産総額は中国食品工業の総資産額の優に10%を越えているものと推察されるが、この点に関する正確なデータは存在しない。

外資系食品企業の特徴は、主としてその企業規模、生産技術、経営管理能力、マーケティングなどの優位性に示されているが、中国市場で大きな影響力を持つ「統一企業」、「味全」、「味丹」、「宜蘭食品」などの台湾系食品企業は、いずれも台湾の食品産業界において主導的な位置を占める寡占企業であり、総合食品企業として多彩な製品を生産すると同時に、コンビニエンスストアや小売業の経営にまで進出しているコングロマリット型の食品企業である。これらの企業は中国はもとより、ベトナム、タイ、マレーシア、インドネシアなどの東南アジアにも生産拠点を設立するなど国際展開に極めて積極的であり、東南アジアだけでみてもその投資総額は優に1億ドルを越えている¹⁹⁾。

一方、日系食品企業については、対中投資が開始された80年代の主たる投資企業は比較的小規模な専門商社や食品加工企業に限られており、進出分野も穀類原料や漬物原料などの野菜加工品などの調達が多かったといえるが、90年代に入って、ニチレイ、味の素、加ト吉などの有力冷凍食品企業をはじめ、日本水産、マルハ、東洋水産、アサヒビール、サントリー、サッポロビール、日清食品、明治製菓、日清製菓、ロッテ、キューピーなど日本を代表する大手食品企業の生産立地が急ピッチで進展している。本来ならば、これらの進出企業について、企業規模、投資分野、投資金額、母国での活動状況を含めてこれらの企業の性格や特徴を整理すべきであるが、紙幅の関係から省略する。また、伊藤忠、三菱商事、三井物産、住友商事、ニチメン、トーメンなど大手総合商社による中国市場への本格的な展開も加速化されつつあり、加工企業、流通企業、商社が一体となった集团的・組織的な投資によって、現地での生産と販売、輸出活動を有機的に連結したネットワーク型の直接投資が拡大してきている²⁰⁾。

4. 導入直接投資が中国フードシステムに与えた影響

導入直接投資（FDI）が中国経済やフードシステムの発展にどの程度貢献したか、あるいはその重要性はどの程度のものであろうか。表5に、外資系企業の進出が活発な遼寧、山東、上海、江蘇、浙江、福建、広東の7つの省市について、導入直接投資の対GDP比率および工業生産額に占める比率を示した。FDIの対GDP比率を見ると、広東（15.8%）、福建（15.6%）をはじめ、上海（11.0%）、江蘇（7.7%）、山東（4.4%）、遼寧（4.2%）といずれも高く、浙江が3%でやや低いものの、全国平均でも5.4%に達している。この点からもFDIが中国の経済発展やフードシステムの高度化にかなり大きな貢献を果たしていることが窺われる。

さらに、国内の工業生産額に占める外資系企業の生産額を見ると、福建（49.7%）と広東（48.2%）ではいずれも工業生産額のおよそ5割が外資系企業によるものである。また上海についても28.9%とおおよそ3割が外資系企業によって担われており、以下、江蘇の13.9%、浙江の13.3%、山東の10.8%、遼寧の10.2%といずれも10%台を上回っている。全国平均でも16.5%の高水準に達しており、外資系企業が中国の工業生産や工業製品の輸出成長に大きく貢献していることは間違いない。

一方、FDIの出し手である台湾と日本にとって直接投資の重要性はどの程度であろうか。低水準で推移してきたわが国食品企業の海外生産比率は、1989年1.2%、1990年1.3%、1992年1.3%、1993年2.4%、1995年3.4%と90年代に入って急速に高まってきている。その結果、海外から大量の加工食品が日本に逆輸入されるようになってきていることは多くの研究からも明らかである。台湾については、食品製造業の海外生産比率に関する統計が整備されていないので正確な数値が把握できないが、わが国と比肩するFDIの規模と拡がりから推察してかなりの高水準に達していることは確かである²¹⁾。ただ、台湾がわが国

表5 導入直接投資の対GDP・対工業生産比率：1996

(単位：%)

	FDI GDP	外資企業生産額 工業生産額
遼寧	4.2	10.2
山東	4.4	10.8
上海	11	28.9
江蘇	7.7	13.9
浙江	3	13.3
福建	15.6	49.7
広東	15.8	48.2
全国	5.4	16.5

資料：全国は『中国統計年鑑』1997版、省市は省別統計による。

と大きく異なる点は、海外で生産された加工品の大部分が現地市場で販売されるか、日本など第三国への輸出に振り向けられている点であり、それは台湾の狭小な国内市場に起因するところが多い。

以上、直接投資と経済発展さらには直接投資と工業生産の関係をみてきたが、次にFDIが中国のフードシステムに与えた影響を加工原料（農水産物）利用と食料品貿易の側面から検証してみることにする。統計資料の制約上、フードシステムへの波及効果は原料生産面と貿易面に限定せざるを得ない。食品工業における直接投資の導入によって加工食品の生産拡大が図られた結果、食料品の輸出品目も農産物一辺倒の従来の貿易パターンから加工食品の貿易パターンへと大きく転換していくことになる。まず、加工食品の生産拡大に伴って派生する第一の効果は、食品工業から原料部門である農水産業に対する原料の生産誘発効果である。これは、加工食品を生産するのに必要な原料（農産物）や生産に投入される中間財の増加である。さしあたりここでは食品加工部門へのFDIが急増した1992年以降について、食品工業における加工原料の利用状況を見ることにする。表2の直接投資受入累積額と、表6の加工原料使用量との密接な対応関係は、需要者である食品工業での原

表6 主要加工原料の使用量

(単位：万トン)

	1992	1993	1994	1995	1996	96/92(%)
穀類	44,265	45,647	44,510	46,661	50,454	113.9
米	18,627	17,770	17,593	18,523	19,510	104.8
小麦	10,159	10,639	9,930	10,221	11,057	109.2
トウモロコシ	9,538	10,270	9,927	11,198	12,747	133.6
大豆	1,252	1,950	2,095	1,785	1,790	142.9
油料作物	1,641	1,804	1,989	2,250	2,211	134.7
落花生	595	842	968	1,024	1,013	170.3
菜種	765	694	749	978	920	120.3
果実	2,440	3,011	3,499	4,214	4,653	190.7
柑橘類	516	656	680	823	846	164.1
梨	284	321	404	494	581	204.6
畜産物						
豚肉	2,635	2,854	3,025	3,648	4,038	153.2
牛肉	180	234	327	4,125	495	275
羊肉	125	137	161	202	240	192
鶏肉	454	574	755	935	1,075	236.8
水産物	1,557	1,823	2,143	2,517	3,288	211.2
海水産物	934	1,076	1,243	1,439	2,013	215.5
淡水産物	623	743	902	1,078	1,275	204.7

注：『中国食品工業統計年鑑』1995～96、1997年版より作成。

料の需要誘発効果を反映したものといえよう。主要農水産物の食品工業向け供給量は92年から96年の間にはほぼ一貫して増加しており、加工品の需要の成長率の高い肉類、水産物ではほとんどの原料が200%を越える高い伸びを示している。

第二の効果は、加工食品貿易の進展である。表7に外資系企業による輸出と加工品の輸出入を示した。中国政府は外貨獲得と外貨バランスを図るために、外資系企業に対して積極的に輸出を奨励し、また事実上の輸出義務を課したために、外資系企業が輸出を促進する結果となった。外資による輸出の伸びは開放初期にくらべて鈍化してはきているものの、今日では総輸出の40%強を占めるまでになっている。表8に、中国の食料品貿易の推移と食料品をいくつかに分けて細分類した食料品輸出比率を算出した。表8を通覧して言えることは、第一に、農産物を含めた食料品の輸出が伸長し、輸入はほぼ横這いで推移している点であり、それによって食料品貿易は大幅な出超となっていることである。第二に、食料品の中では穀類、肉類、水産物など素材、生鮮食品の輸出比率が低下し、冷凍肉、野菜・

表7 外資系企業の輸出及び加工食品輸出入の成長率

(単位: %)

	年平均成長率			総輸出入に占める割合		
	外資系企業輸出(A)	加工食品輸出(B)	加工食品輸入(C)	(A)	(B)	(C)
1985—1990	63.3	16.1	32.1	6.7	12.2	9.36
1990—1995	47.2	9.8	9.4	24.6	16.2	17.8
1995—1997	29.5	15.8	24	40.8	16.1	12.5

注: 1) 総輸出入に占める割合は当該期間の平均値である。

2) 中国対外経済統計年鑑1998より算出。

表8 食料品貿易の状況

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	96/91
総輸出(億ドル)	718.4	849.4	917.4	1,210.1	1,487.7	1,510.7	10.6
総輸入	637.9	805.9	1,039.6	1,156.1	1,320.8	1,388.4	10.8
食料輸出(億ドル)	72.3	105.1	107.6	134.2	137.1	137.3	9.6
食料輸入	27.9	31.4	22.1	31.2	37.3	29.5	1.2
主要加工食品輸出	6.8	8.5	11.1	14.9	22.0	25.1	14.6
主要加工食品輸入	9.2	7.3	7.5	18.8	11.2	12.2	5.0
品目別輸出比率(%)							
素材・生鮮品							
食糧(穀類)	17.8	19.0	17.7	16.9	4.6	5.0	
肉類	8.3	5.7	5.5	6.3	8.8	9.2	
生体	7.0	3.7	3.3	2.8	2.9	3.0	
冷凍	1.3	2.0	2.1	3.6	5.9	6.2	
水産物	13.0	13.0	11.7	13.5	15.2	12.7	
加工食品							
缶詰	7.9	5.7	6.1	5.2	6.9	6.1	
野菜加工品	7.8	8.6	10.0	10.6	12.8	12.7	
食用植物油	0.9	0.4	0.8	1.6	1.5	1.6	
砂糖	2.3	5.9	5.5	2.4	1.4	1.8	
茶製品	7.8	3.4	3.3	2.2	2.0	2.1	

資料: 中国統計年鑑各年度版、中国対外経済統計年鑑1994より作成。

注: 96/91は、年変化率(%)を表す。

果物加工品、食用植物油などの加工食品の輸出比率が高まっていることである。しかも、加工食品の実質的な増加率は食料品全体の伸びを大きく上回り、食料全体の輸出入を大きく左右するようになっている。

第三の効果は、中国で生産された食料品が投資国に逆輸入される効果である。表9に90年代に入って対日輸出が急増している主な加工食品を挙げておいた。いずれも日本国内で比較優位を失った品目がほとんどであるが、原料需要者である加工企業や外食産業での原料ニーズの変化や為替レートの円高化、原料生産者の高齢化が逆輸入に拍車をかけている²²⁾。こうした中国からの食料調整品の輸入急増の実態については、開発輸入を含めて多くの研究成果が公表されているので、ここでは詳述しない²³⁾。ただ、この逆輸入される品目の大部分は野菜加工品など農水産物の調整品（半製品）であって完成品であることは極めて限られている。これらの半製品・調整品を直接投資を通じて安く海外で調達することが、日本国内の食品企業の競争力維持のために不可欠となっているのである。いずれにせよ、直接投資導入は食品工業の生産効率を高め、農村での原料生産を刺激し、輸出を促すなど中国のフードシステムの体質改善に大きく貢献していることは確かである。そしてそれは基本的に中国の経済利益に適うものである。

5. 外資系企業とローカル企業の相互関係：競争と提携

中国における外資系食品企業の大部分は何らかの形で現地の食品企業を経由して直接投資を実施している。第3節でも論じたように、とりわけ日系食品企業については現地企業と合弁企業を設立したり、企業提携したりすることで現地市場での原材料の確保や販路の拡大を図っているケースが極めて多いといえる。合弁企業形態が過半を占め、なおかつ現地販売よりも日本市場への逆輸入が多い日系食品企業においては、現地販売を優先する欧

表9 直接投資流入により中国の対日輸出が急増した加工食品

(単位：%)

品 目	輸出数量の対 90年増加率
冷凍えだ豆	5874.5
果実缶詰	1191.4
冷凍調理鰻	649.9
冷凍鶏肉	364.3
乾燥しいたけ	352.1
加工こんにやく	336
冷凍えんどう豆	312.9
トマト調整品	206
たけのこ缶詰	192.7
冷凍豚肉	159.7
アスパラ缶詰	153.1
塩蔵野菜	144.8

資料：大蔵省「日本貿易統計」。

米系の食品企業や台湾系食品企業にくらべて、現地市場においてローカルの食品企業と競争するケースは相対的に少ないといえる。たとえば、ローカル企業の生産する製品と日系企業の製品とでは、品質や価格に大きな開きがあり、同一市場内の競争であっても需要者の所得や嗜好、製品価格などによって市場の棲み分けがおこなわれている場合も少なくない。

しかしながら、即席めん、菓子、清涼飲料、アルコール飲料、冷凍食品のように現地市場での販売を目的とした企業進出の場合には事情が大きく異なる。これらの製品市場では、現地企業、外資と中国資本との合弁企業、外資企業（100%外資）による三つ巴の激しい市場争奪競争が展開されており、ローカル企業の中でも資本力、技術力に劣る中小食品企業が劣勢に立たされている。このことがもっとも端的に顕れているのが即席めんや乳製品（アイスクリーム）、菓子、清涼飲料などの製品分野である。紙幅の関係から、ここでは即席めんと乳製品（アイスクリーム）に限定して、外資系企業とローカル企業の提携と競争の状況を見てみよう。1980年には、わずか年間1,000トンにしか過ぎなかった中国の即席めん生産は、その後生産と消費が急速に拡大し、1990年代半ばには、推定生産量150億食（世界の推定生産量340億食の約44%）に達し、名実ともに世界一の即席めん市場に成長している。この中国即席めん産業の成長を主導したのが91年頃から本格的な大陸進出を開始した台湾系食品企業である。中国の即席めん産業への外資の進出は、統一、味全、味丹など台湾の大手総合食品企業が先鞭をつけ、その後香港系、マレー系、シンガポールの華人系企業が参入し、最後に日清食品など日系食品企業が進出した。

台湾最大の総合食品企業である統一企業は、1991年、中国国営企業と合弁会社北京統一食品有限公司を設立したのを皮切りに、上海、成都、武漢など各地に14の工場を設立した。また、「康師傅」のブランドでカップめん市場では中国最大の販売シェアをもつ頂新製油も天津、北京、済南に次々に工場を設立、世界最大の即席めん企業インドフード（インドネシア・サリム集団の食品部門）は国営企業北京方便麵廠や日系の東京国際貿易と合弁し、北京東福食品を設立、さらに上海、天津、重慶、福建、瀋陽、武漢の7拠点に工場を拡大してきている²⁴⁾。一方、国営では最大規模の即席めん企業である華豊食品工業集団（広東省）が、94年、シンガポール系食品企業と合弁し珠海市華豊食品工業を設立するなど、外資と国営企業の提携による即席めん市場への参入が続出している。

以上の台湾系、東南アジア華人系企業の中国市場への進出に対して、日系即席めん企業は日清食品が93年、94年に相次いで広東、上海市に合弁企業を設立、東洋水産が93年に海南島に進出、サンヨー食品も95年に大連に合弁企業を設立したが、僅か1、2年の違いによって台湾系、東南アジア系企業が市場シェアの大部分を押さえ、日系企業は厳しい市場

環境に立たされている²⁵⁾。他面、ローカルの中小の即席めん企業も、91年以降の外資系食品企業の急速な中国市場への参入によって、多数の企業が市場から淘汰され、また倒産寸前の状態に追い込まれている。

中国のアイスクリーム産業もまた外資系企業との厳しい市場競争に晒されている業界である。「中国冷凍飲品生産統計」によると、中国のアイスクリームの生産量はおよそ60万キロリットルで世界第4位の生産量に相当する。アイスクリームの消費量が高い地域は、北京、上海、広東などの大都市であり、これらの市場では上位企業への寡占化が進み、広東省では大手3社の市場シェアが90%に達している。中国のアイスクリーム産業の歴史は浅く、1980年代半ばに大手企業が海外から生産ラインを導入し、生産に着手した。その後、90年代に入って、外資系企業のネスレ、デリーファーム（香港）、バツ（米国）、ユニリーバ、パシフィックダンロップ（豪州）、バスキン・ロビンスなどの有力企業が相次いで中国市場に進出し、とくに先発企業であるネスレは、広州を基点に、天津、青島、上海に7つの合弁企業を設立するなど活発な動きを示している。日系企業では、明治乳業が94年9月、広州に合弁企業を設立し高級アイスクリームの生産・販売に乗り出している。外資系企業の進出により中国のアイスクリーム産業は完全に外資系企業に市場を席卷されている。さらに、菓子業界、清涼飲料業界でもナビスコ、コカコーラ、ペプシなどの多国籍企業に加え、日系のロッテ、明治製菓、東鳩、日清、カルビーなどの生産立地が相次いでおり、チョコレート製品などの洋菓子の分野では、外資系企業によって市場地図が大きく塗り替えられつつあるといえよう²⁶⁾。

6. 結びにかえて：中国フードシステムにおける直接投資導入とその含意

限られた考察結果からではあるが、改革開放政策の下で推進された中国フードシステムにおける外資導入は、これまでのところ概ね成功であったといえる。直接投資導入の結果、食品加工部門において加工食品の生産が飛躍的に増大し、それによる川上の農業部門における加工原料への生産誘発効果も大きく、加工食品の品質向上も顕著であった。そして直接投資の流れにほぼ対応して加工食品貿易の流れが、中国のシェアが高まる方向に変化してきている。これはひとえに導入直接投資の成果である。しかしホスト国（中国）のフードシステムの変革、高度化は未だ途上にあり、内陸部の開発促進にさらなる外資導入を切望する声も強い。

中国政府は、農業と食品工業を国民経済の基層産業と位置づけ、今後予想される消費水準のより一層の向上と栄養改善のために、食料品の生産体制を最大限に高めることを明示している²⁷⁾。また、経済発展や都市化の進展によって、多様化、高度化、簡便化する消費

者ニーズに対応するために、これまで以上に食品工業の生産効率を高め、高産出、高品質で多様な食品を供給することが求められている。さらに国内人口の7割が定住する農村地域では、郷鎮企業の総生産高のおよそ3割が農産加工品であることから、地域経済の維持・発展のうえからも食品加工企業の発展を促すことは、中国経済の将来にとっても重要な政策課題となっている。

90年代に入って、急拡大した外資系食品企業の対中投資は、合併や資本・技術提携、製品の市場競争を通じて中国のフードシステムや食品工業に決定的な影響を与える結果となった。外資企業のもつ資金力、技術力の活用は、今後もホスト国中国のフードシステムの高度化や食品工業の構造変革のうえで不可欠であるといえるが、ローカル企業との競争力格差の拡大から外資の導入を制限する動きもでている。外国資本に依存することは容易であるが、国内企業との軋轢もあり、課題も多い。中国の食品工業はどの程度海外直接投資に依存すべきか、検討されるべき重要課題である。

注

- 1) 詳しくは『中国食品工業年鑑』（中国軽工業出版社）、『中国工業経済統計年鑑』（中国統計出版社）、『中国統計年鑑』（中国統計出版社）各年度版を参照のこと。
- 2) 筆者もコメンテーターとして参加したWorkshop on Recent Situation and Future Orientation of Food Industry in China, March 23-24, 1998におけるいくつかの報告の中でも導入直接投資の重要性が指摘された。
- 3) 新中国建国後の食品工業の生産額の推移を辿ってみると、1956年までが50億元から80億元台、1957年によりやく153億元と100億元台に乗り、以後、改革・開放前の1977年には437億元台へと生産額を高めているが、改革・開放開始以降も生産額の上昇テンポは変わらず、拡大はしてきているもののそのテンポは極めて緩やかなものであった。変化が現れ始めたのは外資流入が加速化された1980年代の後半以降であり、1986年によりやく生産額が1,000億元に達したが、1990年までは大きな生産変動はなく、1991年の台湾系食品企業の進出ラッシュによって本格的な拡大・発展期を迎えたといえよう。
- 4) 拙稿「中国の食品・飲料産業」丸山伸郎編『中国主要産業の現状と展望－21世紀の産業を占う』日本貿易振興会、1999。
- 5) 中国の食品企業は大きく郷以上の行政単位に立地する企業と郷以下の企業に分かれており、一般に食品工業と呼ばれる企業は郷以上の企業である。これらの企業は、通常、郷鎮企業に属する小規模食品（農産）加工業とは区別され、業種によって軽工業部の所轄に入るものと、国内貿易部に属するものとに分かれている。郷鎮企業は、わが国の農水省にあたる農業部の管理下に置かれている。
- 6) 前掲『文献4』P33参照。

- 7) 中国は、1978年11月の第11回3中全会において、「改革・開放」路線への大転換を決定し、「改革・開放」時代に移行した。外資受け入れは、対外開放政策の最も重要な政策課題であり、1979年には「合弁企業法」が制定され、84年から89年にかけて沿海地域に「開放都市」や「開放地区」が設定され、外資系企業に対する「所得税減免措置」の拡充が図られた。1987年の共産党大会では、「沿海地区経済発展戦略」が提起され、90年代に入ってから、鄧小平の南巡講話を契機とする改革・開放の加速化政策に基づく開放地域の全国的拡大や外資参入分野の拡大が図られた。
- 8) 「中国対外統計年鑑」(中国統計出版社)1996年を参照。
- 9) 台湾は、80年代末まで中国への直接投資を非合法化し続けてきたが、香港経由など第3国経由の「間接投資」は認めてきた。しかし、1989年には製造業の間接投資、また1991年10月には大陸投資の法的整備がおこなわれ、1992年には非製造業にも拡大された。その結果、1992年から台湾食品企業の直接投資が急増し、件数、金額とも日本、アメリカを大きく上回るようになった。
- 10) 日本の直接投資が急拡大した背景には、第1に、1992年秋の共産党大会に提出された「市場経済化綱領」によって、中国の市場経済が試行段階を終え、「社会主義市場経済体制」という明確な目標をもち、また「三沿開放」によって対外開放が中国全地域に及び、対象業種が拡大されたこと、第2に、90年代に入って、円の対ドル為替レートが一段と上昇したこと、第3に、12億人を擁する巨大市場が開放されたこと、第4に、東南アジアでの賃金コストや立地コストの上昇により、タイなど東南アジア投資のメリットが失われてきたこと、などが挙げられる。
- 11) 1990年以前の日本企業の対中投資は、沿海地域への投資が全体の95.6%を占めていたが、91年以降96年にかけて、内陸部への投資が年率平均7.1%増加してきている。
- 12) 前掲『文献4』P15。
- 13) 中華民国經濟部統計処編『製造業対外直接投資概況』1995年8月を参照。
- 14) 三資企業とは、外国民間資本の利用形態のうち、独資企業(中国国内に100%の外国資本によって設立された企業)、合資企業(中外合資経営法に基づいて設立された中国の企業法人で補償貿易、委託加工などの貿易型の投資は含まれない)、合作経営企業(有限責任公司として登録を行い、法人格を有する企業と中外双方が既存企業の一独立採算部門として委員会形式で運営管理を行い、法人としての地位をもつ組織がない企業形態のものがある)の3つの企業形態を指している。
- 15) A. D. チャンドラー・三菱経済研究所訳『経営戦略と組織』実業の日本社、1977、P30。
- 16) 食品工業発展研究所「台商赴大陸沿海省分投資食品業概況分析」1998年、P67参照。
- 17) 劉敬文著『中国消費革命』日刊工業新聞社、ほか参照。
- 18) 95年以降、日本企業の直接投資はサービス産業など非製造業部門にも拡大され、伊勢丹、JUSCO、ファミリーマートなどの流通企業、日本食レストランなどの進出が急増している。
- 19) Food Industry Development Institute, Comparison of Food Industry Between Taiwan and Japan, 1997, P18-28を参照。
- 20) 劉慶瑞「台湾の海外投資と通貨危機」世界経済評論、1998年、P62-64参照。
- 21) 前掲「文献16」P21。
- 22) 齊藤は、東南アジアおよび中国における日本企業の海外直接投資と調整食料品輸入の実態を克明

に調査し、従来、品質、規格、包装、安全性、納期などの面で利用を手控えていた日本の需要者が、品質、規格、安全性、納期などが著しく改善されたことによって、輸入食材を躊躇なく利用するようになっており、製品によっては国内産を凌駕するものまで現れたと指摘している。斉藤高宏『開発輸入とフードビジネス』農林統計協会、1997年。

- 23) 斉藤『前掲書』、拙稿「輸入食材のフードシステムと青果物加工」高橋正郎編『青果物フードシステムの展開と農業』農林漁業金融公庫（長期金融79）1997、ほか多数。
- 24) 自立早報「統一積極発掘：速食麺業統強強策」1998. P15、貿易快訊「廣大速食麺生産」1998. P7、Asia Pacific Food Industry「旺旺的致勝策略」1998. P36-42、食品市場資訊「速食麺vs速食粥」1997年、P6などを参照。
- 25) 海外食品産業「日本食品企業海外投資動向」1998年、P2-13ほか参照。
- 26) 国内貿易部や現地食品企業および日系進出企業からのヒヤリングによる。
- 27) 農業部「90年代食物構造改革と発展方向」及び「農業・食品工業「95」計画」を参照。