活発な中国企業の対日投資・買収

（日本国際経済学会第70回全国大会報告論文　）

　　　　　　　　　　　　　　　　帝京大学経済学部　　　郭　四志

はじめに

　中国経済はチャイナマネーといわれる膨大な投資資金で世界を席巻しているように見

える。近年、世界第１の外貨準備保有高（2011年3月時点で3兆ドル以上）を盾に、海外投資・M&Aを活発に展開している。

中国の2009年の対外直接投資額（金融を除く）は、金融危機の影響があったにもかかわらず前年比約7％増の433億ドルに達した。これは5年前（04年）の8倍にも相当する。

さらに2010年の対外直接投資額（非金融系）は昨年と比べ36.3％と大幅増で590億ドルに達している。中国（非金融系）企業3,125社が129の国・地域にわたり事業を展開している。

その中で対日直接投資は、統計データでまだ大きい金額とは言えないが、非常に活発な動きを見せている。

　本稿では、中国の海外直接投資・M&Aを概観し、それを踏まえ、対日投資・M&Aの動向を検討し、対日M&Aのパターン・狙いを明らかにし、最後には中国企業の対日M&Aの深層的な原因と今後のゆくえを検討することにする。

一、中国企業の海外M&Aの概況

2011年7月27日、国連貿易開発会議（UNCTAD）が北京で発表した「2011年世界投資報告」によると、2010年の中国の対外直接投資額は、前年比17％の大幅増で680億ドル（約5兆2900億円）に達した（図１）。一方、欧米など先進諸国の経済回復が遅れていた背景に、2010年の主要先進国をはじめとした世界の対外直接投資額は僅か5％増の1兆2400億ドルで、金融危機前の水準には及ばなかった。

同報告によると、中国の昨年の対外直接投資額は前年比17％増の680億ドルで、世界第5位となり、初めて日本を追い抜いた。海外からの対中直接投資額は同17％増の1,057億ドルで、2010年の中国の対外直接投資は、対内直接投資の64.3%に達し、対内直接投資と対外直接投資の比率が近づいた。



2000年以降、中国の対外直接投資は急速に拡大している。2009年末の累計対外直接投資額は2200億ドルであったが、2010年末は前年比30％以上の大幅増の3000億ドル近くとなっている。2010年の年間対外直接投資額（金融分野を除く）は595億ドルで、2000年の10億ドルの58倍となっている。

上述のように中国の年間対外直接投資額は世界5位であるが、業種別に資源・鉱物分野に集中し、本格的な対外投資の歴史が日欧米先進諸国と比べ、わずか20年間ぐらいで、まだ初期段階にあるといえる。

中国商務省によると、中国が2008年に行った対外直接投資（金融を除く）において、エネルギー・鉱業への投資が投資全体の90％以上を占めた。これは中国の産業構造の特徴であり、経済成長のパターンをよりよく反映している。資源・エネルギー多消費型産業である重化学工業に依存している経済成長パターンは、資源・エネルギーの調達及び安定的供給を図るため、海外資源の獲得等、エネルギー分野への投資を促してきた。将来、中国産業構造の高度化・ソフト化に伴い、中国の対外直接の業種構造は変わっていき、サービス業など第3次産業分野への投資が増大するであろう。

中国においてもクロスボーダーM＆Aのプレゼンスが高まっている。2011年1月に中国商務部の高官によると、「中国の対外直接投資のうち、M＆A取引の割合が上昇してきている」という。2010年、中国企業の海外M&A額は26%増の290億ドル以上で、日本とイギリスをやや下回り、世界4位となり、対外直接投資総額の43％を占めている。今後、対外直接投資の拡大に伴い、中国企業によるクロスボーダーM＆Aの比率も上昇していく。特に中国の海外資源・エネルギーの獲得・確保や自身のものづくり分野の技術劣位の事情で、エネルギー・鉱物分野及び、製造業へのM＆A投資は増加すると考えられる。

なお、トムソン・ロイターが2011年３月に発表した統計報告によると、2011年第1四半期では、中国企業のM＆A総額は米国と英国に次ぐ世界3位となっている。

　2011年第1四半期、中国のM＆A総額は422億ドル、取引件数は769件に上り、同期における史上最高の記録となった。うち中国企業の海外M＆A総額は前年同期比25％増の約150億ドルに達している。

第1四半期に中国企業が行ったM＆A取引ケースのうち、M&A取引額が最も大きいのは、Petro China(中国石油天然ガス股份有限公司によるカナダ天然ガス最大手・エンカナのシェールガス鉱区の権益買収（54億3千万ドル）である。

さらに中国商務省によると、今年1~5月、中国企業による海外M&A額は85億ドルで、同期における対外直接投資総額の42％を占めている。うち、注目されたのは、 5月に中国中化集団公司によるブラジルでの油田権益を取得した案件である。同案件は、中国4番目の石油メジャーである中化集団が、香港の子会社を通じ、ノルウェーSTATOILのブラジル沖にあるPEREGRINO油田の権益の40%を買収したものである。買収額は30億7000万ドルで、現在の時点で、2011年の最大規模の海外M&Aとなっている。

これまでの中国の対外直接投資・M＆Aは、以下のとおり、4つの特徴が挙げられる。

第1に、地域別にアジアに集中している。中国の対外直接投資残高はアジアに傾く。2009年末現在のアジアの中国直接投資残高は、1855.４億ドルで世界全地域の76％を占めている。これは、地理・文化的因素に加え、東南アジアをはじめとする華人・華僑圏による人縁や文化人的ネットワークによると考えられる。

第2に、業種別に金融などサービス産業以外に、鉱業への投資・M&Aは最も多い。2009年末における（残高ベース）鉱業・採掘業における投資・M&A額は、約406億ドルで、全業種の17％を占めている。これは、前述のように、中国のエネルギー・資源の調達・安定的供給が背景にある。特に国際金融危機直後、海外油田や資源・資産価格が下落するうちに、中国企業は、エネルギー・資源権益の獲得を狙い、投資・買収を加速している。

第3に、中国企業の投資・買収は、様々な動機により、行われている。上述の特徴に関連するが、基本的に、資源国地域であるアフリカ、ロシア・中央アジア、南米及び豪州で、資源の確保・権益取得を行っている。

また、先進諸国において、販売・サービス分野よりも、ものづくりの製造業分野での投資・買収が目立っている。例えば、後述のように、中国企業が日本企業の技術・ノウハウやブランドを獲得し、技術資源を吸収するために、活発に買収活動を展開している。

なお、アジア、アフリカなど発展途上国への投資・買収の狙いは、資源確保以外に、現地生産に伴う市場の開拓や市場の拡大である。

二、対日買収・投資拡大の動向

　中国の対日直接投資が初期段階にあるものの、最近、対日M&Aを中心に増加しつつある。

ただし、中国系企業の対日直接投資の全体像を把握しにくい面がある。中国からの直接投資は、日本の直接投資統計に計上するが、中国企業による対日投資は中国からの投資とは限らないからだ。そのため、中国の対日直接投資を把握するには事例からのアプローチをする必要がある。

中国の対日直接投資において、香港の支店・子会社からの投資、英領のバージン諸島やケイマン諸島などのタックスヘイブンに名目上の本社を置く法人が出資者である場合があると考えられる。また、中国にある企業の中には親会社が台湾・マカオなど華人圏である企業である場合や、日本在住の中国人の投資家・企業による投資の場合もあると考えられる。

それゆえ、中国企業からの直接投資の判断が難しい。現在、日本銀行による国際収支ベースの対内直接投資統計残高に計上するのは、中国から資本移動があった場合に限られる。中国の対日投資動向から見て、以下の特徴はあげられる。

第一に中国からの対内直接投資額はトレンドとして着実に増加しているが、国際収支統計上の投資額はきわめて小さい。最高額は単年では2008 年の8 億円で、対日投資総額の0.2％に過ぎない。ただし、2010 年は144 億円と2009 年の約2.6 倍増となっている。

第二に、2010 年では、製造業分野が87 億円と90％を占め、一般機械・電機機械・輸送機器の機械製造業分野に集中している。

最後に、2010年末時点の中国からの対日直接投資残高は325億円で、全体の約0.２％を占めるに留まる（表2より算出）。ただし、前年比約8割の増加、そして6年前の2004 年末時点（93.1 億円）と比べ3.5倍と大幅に増大している。

　表2　主要国・地域の対日直接投資の残高（2010年末）　単位：億円、％

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 国・地域 | 全業種 | 製造業（％） | 非製造業（％） |
| アジア | 18,975 | 2,125（11.2） | 16,850（88.8） |
| 中国 | 325 | 144（44.3） | 181（55.7） |
| 北米 | 60,236 | 9,752（16.2） | 50,484（83.8） |
| 米国 | 59,092 | 8,903（15.1） | 50,189（84.9） |
| 欧州 | 75,155 | 47,290（62.3） | 27,864（37.7） |
| ドイツ | 8,158 | 6,207（76.1） | 1,951（23.9） |
| 中南米 | 19,231 | 2,952（15.4） | 16,279（84.6） |
| 世界合計 | 175,020 | 62,123（35.5） | 112,897（64.5） |

注：①世界合計はその他の国・地域も含まれている。②（　）は全業種に占める比率。

出所：日本銀行「平成22年末直接投資残高」資料より作成。

また、業種別からみると、製造業と非製造業への投資は、それぞれ全業種の44.3％、55.7%を占めている。製造業においては、中国は世界の対日製造業直接投資残高の比率（35.5%）より高い。これは、近年中国企業が技術資源を獲得するためのものづくり分野の対日M&Aによりもたられていると考えられる。

一方、非製造業への投資は、日本での販売ネットワークの構築、市場シェアを拡大する背景がある。

なお、中国の対日直接投資統計以外の指標をみると、日本に進出した中国企業数は増えていることが明らかである。

帝国データバンクの調査によると、2010年6月の時点で、中国系資本による日本企業の出資・買収の例は611 社である。2005 年6 月時点の233 社と比べ3倍近く増加している。なかでも、販売・サービス及びものづくりの製造業が注目されている。卸売業（323 社）とサービス業（136 社）の2 業種で全体の75.2％を占め、製造業（69 社）が占める割合は11.3％である。

また、年間売上高の規模別では、1 億円～10億円未満の企業が202 社と約40％を占め、売上高100 億円を超える企業は20 社（4.8％）である。メーカー（69 社）を5 年前（2005年：21 社）と比べ、3 倍以上の大幅増となっている

なお、東洋経済新報社の『外資系企業総覧』（2010 年版）に掲載している中国系企業数は75 社である。2003年版は55 社、2006 年版は65 社より、中国の対日投資・進出企業数は着実に増加していることが窺える。

近年、中国企業の実力の向上に加え、中国政府による優遇税金・金利などや、政府外交からのサポートもあり、中国企業の対外直接投資が急増している。国有企業による資源・エネルギーの権益獲得・投資がその大半を占めているが、大中堅民間企業による製造業やサービス業といった分野への投資・買収も増えている。

その中で、対日直接投資も拡大している。例えば2000年代の年間投資額は90年代の10倍に増大し、約30億円となった。2010年末の時点で、中国企業の対日直接投資の残高額は325億円に達している。金額的に中国の対日直接投資は、中国の欧米・東南アジア地域の投資額と比べ、まだ少なく、対日投資は初期の段階にとどまっているものの、近年M&A（企業の合併と買収）を中心とする対日直接投資も目立つようになりつつある。

中国企業の対日M&Aは、2001年から2011年まで10年間、製造業を中心に活発化している（表1）。

表1　中国企業による日本企業の買収の主要事例

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 買収時期 | 中国企業 | 日本企業 | 金額 |
| 2001年10月 | 広東美的集団 | 三洋電機 | 24億円 |
| 2002年1月 | 上海電気**集団** | アキヤマ印刷機製造 | 20億円 |
| 2003年10月 | **東亜製薬** | **三九企業集団** | 3億円 |
| 2004年8月 | 上海電気**集団** | 池貝（工作機械） | 20億円 |
| 2006年8月 | 尚徳太陽能電力 | MSK（太陽電池部材） | **345億円** |
| 2008年4月 | 中国動向**集団** | フェニックス | **5**億円 |
| 2009年1月 | China　Satcom | ターボリナックス（ITサービス） | 10億円 |
| 2009年4月 | 北京泰徳製薬 | ＬＴＴバイオファーマ（製薬） | 2億円 |
| 2009年6月 | 蘇寧電器 | ラオックス（家電量販） | 19億円 |
| 2009年12月 | 寧波韻昇 | 日興電機工業（自動車部品） | 12億円 |
| 2009年12月 | インターナショナル･オーディオ･グループ | ラックスマン（音響機器） | 未公開 |
| 2010年2月 | マーライオンホールディングス | 本間ゴルフ（ゴルフ用品販売） | 未公開 |
| 2010年3月 | 比亜迪 (BYD) | オギハラ | 未公開 |
| 2010年5月 | 中信集団 | 東山フィルム（化学） | 13億円 |
| 2010年5月 | 山東如意科技 | レナウン（アパレル） | 40億円 |
| 2011年8月 | 海爾（ハイアール） | パナソニック子会社・三洋電機の洗濯機と冷蔵庫の両事業 | 100億円 |

出所：各種資料より作成。

三、対日進出・M&Aのパターンと狙い

　中国企業は近年M&を中心に対日進出・投資を行ってきた。対日M&Aは、ものづくりとサービス・流通分野における様々な業種において展開し、相手企業の技術・ブランドやサービス・販売ネットワークなど経営資源の吸収・獲得を狙っている。

　１、技術資源獲得型の主要買収

中国の電気大手の上海電気グループ（上海電気集団股份有限公司）が、2002年にアキヤマ印刷機製造（現アキヤマインターナショナル）、2004年に工作機械メーカーの池貝を相次いで買収した。上海電気グループは中国最大の発電設備、大型機械設備の設計・製造・販売を行い、24万人の従業員をもつ企業グループである。同グループがアキヤマ印刷機製造を買収した目的は、アキヤマ印刷機製造会社が持つ特殊印刷機製造などの独自の技術を入手することである。

例えば、アキヤマ印刷製造が持っている多色両面印刷機Jprint（ジェイプリント）の技術である。上海電気グループの印刷機械子会社は、2005年にアキヤマの技術を導入することで、片面多色オフセット印刷機の開発に成功し、海外との技術格差を大幅に縮めた。上海電気グループは、同社の買収を通じて日本の技術ブランド（アキヤマ）を世界市場に送り、事業も拡大し、グローバル化してきおり、海外シェアが約60％に達しており、欧米、南米、アジアなどを中心に増加している。また、同グループは海外に代理店も擁し、日本工場で研修・トレーニングした技術者・スタフーを派遣するなど海外販売体制も構築されている。

一方、アキヤマの買収に続いて、上海電気グループは2004年に1989年創業の老舗の大型工作機械メーカーである池貝の株式75％を保有し傘下に収めている。池貝は日本で初めて中・大型旋盤を製造したトップクラスの技術・ノウハウを保有しており、上海電気グループの狙いは、池貝の旋盤・工作機械の技術・ノウハウを吸収・獲得し、中国に導入することである。

このほかに技術資源を獲得した例として、キーパーツの獲得を目指すBYDによるオギハラの工場買収のケースがあげられる。

中国の比亜迪自動車（BYDオート）が、2010年4月に、日本の金型大手オギハラの館林工場を買収し、その土地・建物・設備と従業員約80人がBYDに引き継がれた。オギハラは1951年の創業で、日本国内の館林工場を含め５工場を持つ。米国や英国、タイ、中国にも工場があり、海外の自動車メーカーとの取引が多い。同社は主に自動車ボディ製造用の大型金型を手がけ、同業界の世界最大手の企業である。

BYDはIT部品（二次電池、携帯電話部品・組立）と、自動車の2大事業を展開している。リチウムイオン電池の製造で世界第3位、携帯電話用では世界第1位のメーカー。さらに電池事業のノウハウを生かして2003 年に電気自動車をはじめとする自動車事業に参入し、 2008年12月には世界初の量産型プラグインハイブリッドカーを販売するようになった。2010年の自動車販売台数は50万台を越えている。

しかしながら、BYDは、1995年設立と経営・生産の歴史がまだ浅く、上述のように電池事業からスタートし、2003年に自動車生産に転身した。同社のオギハラの館林工場買収の狙いは、同工場が保有している金型技術・ノウハウを獲得し、生産製造した金型を中国国内生産に活かして、自社の経営資源の強化を図りながら、世界のEV自動車をリードするためである。

２、ブランド力の獲得、内外市場の拡大を目指す買収

2010年7月、中国の大手繊維・アパレルメーカーの山東如意科技グループは経営再建中の老舗アパレルメーカーであるレナウンに約40億円の第三者割当増資を行い、41.18%の株を取得し、レナウンの筆頭株主となり、レナウンを同グループの傘下に入れた。1902年創業のレナウンは「ダーバン」、「アクアスキュータム」、「アーノルド・パーマー」など、有名ブランドを有している。

山東如意科技グループのレナウン出資・買収の目的は、レナウンが持つこれらの有名ブランドを獲得し、中国国内の市場シェアを高めようとすることである。そしてレナウンの製造・販売セクターにおける品質管理、販売サービスのノウハウも山東如意にとって、極めて重要な経営資源である。

また、山東如意集団はレナウンへの出資・買収を通じて、自社のブランド・製品を日本で販売することも目指している。

３、流通分野での買収による経営資源の吸収・市場の開拓

2009年9月に中国大手家電量販店の蘇寧電器は、日本観光免税と連携し、事業再生ファンドの支配下にあったラオックスを買収した。

数年前までは中国系企業の対日買収は、製造業に集中していたが、近年は小売業やサービス業など非製造業分野に広がっている。例えば、2009年に中国大手家電量販店の蘇寧電器は日本観光免税と連携し、事業再生ファンドの支配下にあったラオックスを買収した。中国の家電量販店の蘇寧電器集団は家電量販チェーンのラオックスの株式27.36％を取得し同社の筆頭株主になった。ラオックスの有価証券届出書によると、出資形態は蘇寧電器集団の100％出資の投資会社である香港蘇寧電器有限公司がケイマン諸島に設立した100％子会社のGRANDAAGIC Ltd からの出資である。

蘇寧電器によるラオックス買収の狙いとして、①日本の家電量販店の経営・マーケティング手法を吸収、中国国内市場での経営・販売を改善する。②両社共同のプラットフォームを形成し双方で不足する領域での連携。③人的交流と人的ネットワークの構築などをあげられている。

具体的に蘇寧電器はラオックスへの買収を通じて、ラオックスの販売・流通ネットワークを活用し、日本の市場の開拓を目指すのみならず、日本の家電製造・流通・業界動向を把握し、日本家電メーカーとの提携を深め、流通分野での経営資源も吸収しようとする。そしてそれを中国国内市場に活かし、販売する製品の仕入れルート・流通ネットワークを拡大・整備し、またラオックスの小売サービスのノウハウを手に入れようとする。

４、新エネルギー市場の獲得を目指す買収

中国の最大手太陽光電池・太陽光発電システムメーカーであるサンテックパワー（尚德太陽能電力有限公司）が2006年8月と2008年6月の2回に分けて、太陽光発電モジュール・太陽光発電システムを製造販売する日本大手のMSKの株式を取得して経営統合をした。

同年8月2日、中国の太陽電池製造大手のサンテック・パワーは、同業の日本企業であるMSKを買収すると発表した。サンテックにとっては初めての外国企業の買収であるが、これにより同社は、世界でも有数の太陽電池市場である日本での事業拡大が可能になる。

買収は2段階で行われる。サンテックは、まず、9月末までにMSKの株式の3分の2を取得し、その後、購入時のMSKの業績に応じて約5300万ドル～1億9300万ドルを投じ、2007年末までに残りの株式を取得する。買収にかかった費用は、1億6000万ドル～3億ドルと言われている。

MSKは、アジアの太陽電池モジュール製造大手メーカーで、同業界において20年以上の経営・生産の経験・ノウハウを持っている。2005年には約200メガワットの生産能力を誇り、日本の太陽電池市場で約10％のシェアを有している。また、ビルドイン型太陽電池システム(BIPV)－建物の屋根や壁面に太陽電池パネルを組み込んだ太陽光発電システム－の製造・販売の大手企業でもあり、強力な研究・開発組織を有している。

サンテックは、MSKへの買収を通じて、急成長しているBIPV市場に参入し、MSKの技術・ノウハウと世界販売・流通ネットワークの活用や市場の拡大を狙っている。

5、白物家電分野の買収による世界市場の主導権を獲得へ

海爾集団（ハイアール）は2011年7月29日、三洋電機の日本と東南アジア地域における洗濯機・冷蔵庫などの白物家電事業を買収することで三洋電機と基本合意に達したと発表した。今回の買収はハイアールが日本と東南アジア市場に参入する土台になると見られている。

海爾集団と三洋両側は、2011年９月までに初歩的協議、そして来年３月までに段階的協議に調印する予定である。実現すれば、中国企業が日本の大手メーカーの中堅業務部門を買収する初めてのケースとなる。三洋は日本と東南アジア諸国における100％出資または合弁会社９社の株式を海爾に譲渡することで合意している。その取引額は約100億円、取引後、同９社の社員2,300人のほとんどが海爾側に移籍する計画である。

　三洋電機は、すでに2009年末にパナソニックに買収され、パナソニックの子会社になった。三洋のパナソニックへの統合は2012年１月までに完了する予定で、三洋の半導体、小型モーターなどの業務はすでに売却したが、重複する部門の白物家電業務の対処は後回しにされており、三洋と以前から提携関係のある海爾が譲渡先候補に入った。

買収取引完成後、三洋ブランドの洗濯機、冷蔵庫は日本市場から撤退し、三洋は太陽電池など省エネ分野の製品の開発・生産に集中することになる。

海爾にとっては、東南アジア市場における三洋のブランドと市場を獲得することで、東南アジア市場における競争優位性を構築することができる。2010年、海爾ブランドの冷蔵庫は世界市場シェアの１３％近くを占め、世界第1位トとなった。洗濯機は世界シェアの９％以上を占め、第２位にある。だが、ベトナム、ンドネシア、フィリピン、マレーシアなど東南アジア市場においては、三洋などの日本ブランド家電が依然として優位性を持っている。三洋ブランドの期限付き使用は三洋の現有ブランドと販売・流通ルートを確保すると同時に、海爾家電製品の東アジアひいては世界市場シェアの拡大につながる。

日本市場で海爾がＳＡＮＹＯブランドを直接に利用できないが、安定した技術開発と生産・販売拠点を獲得し、今後さらなる発展に向けて土台を固めることにつながるだろう。

結びにかえてー拡大しつつある対日M&Aの深層的原因及び今後の展望―

　中国企業の対日投資・M&Aの拡大背景には、高度成長を背景とした企業収益の増加により投資余力が高まる中、日本企業が持っている技術、ブランド、ノウハウなど経営資源を吸収し、自社の競争優位・経営資源を強化させる狙いだと考えられる。

中国企業は、ものづくりの日本企業に出資・買収を通じ、相手企業の技術・ブランド資源を取得し、また、流通分野の企業の買収により、日本の市場に参入し、販売ネットワークを強化しようとする。

これまで、中国の海外投資・M&Aの背景には、アフリカ・中東・南米などで、主に資源確保・市場シェアの拡大があり、日本など先進国での市場開拓以外には主に技術資源の吸収・獲得にある。

中国はこれまでモノづくり技術が外資にかなりな度合いで依存していて、一部地場企業を除き、外資企業が中国のモノづくり分野の主役を担ってきた。2000年以来、中国の製品輸出の6割近くを外資系企業が担っている。しかもその中で外資系企業による技術集約度・付加価値の高い製品の輸出は、全体の8割も占めている。

また、中国における新技術・製品開発も、その過半数は外資系企業によるものだ。さらに世界500強企業のランキングには、日米欧諸国の自動車、電機等それぞれ数十社がランクされている。それに対し、ランクされた中国企業は殆ど銀行、資源系でありメーカーはあまりない。中国企業は資金が豊富だが、モノづくりの高機能技術・ブランド力に欠けている。それゆえ、中国企業はM&A等を通じ、先進国特に近隣の日本企業の技術資源の獲得を狙っているのである。例えば、前述の山東如意科技集団の邱会長は、2010年7月に、記者会見で「レナウンを通して日本企業の良さを学びたい」と強調した。同集団はレナウンのシンプルライフなど有力なブランドを獲得した。また、上海電気も、アキヤマと池貝会社の買収により、印刷機械製造や旋盤・NC工作機械等の先進技術を手に入れた。

中国では、海外進出を通じ先進国技術・ブランド獲得に努めているが、研究開発の主役であるべき企業の多くでは、経営者が利益と配当を重視し、投資期間が長く、リスクを伴う研究開発への関心が薄い。豊富な資金はもの作りや研究開発より収益率の高い不動産など売買に向けられている。

電気自動車のBYD、家電のハイアール、ＩＴ（情報技術）の華為技術など数少ない企業経営者を除き、かつてのトヨタの豊田章一郎、パナソニックの松下幸之助などのように、イノベーションに尽し、モノづくり技術に拘る経営者は少ない。

　要するに日本にとって、中国パワーを客観的に認識すべきで、中国の弱い一面が、日本に優位な一面である。モノづくり技術・ノウハウ及びアイデアや創意工夫の面では、日本が長けており、この部分を活用、伸ばす政策が必要である。中国にも独創性の部分で売りこんで行ける要素が十分あり、ビジネスとして成り立つのである。

　かつて中国企業を合併・買収し続けた日本企業が、今度は一転して中国企業の買収の対象となっている。日本企業の合併買収を通じて、中国企業は技術資源を吸収・獲得している。ただし、メリットを受けているのは中国企業側のみならず、経営の苦境に陥った日本の企業や中国に進出しようとする企業にとっても、資金面の支援に加え、急成長する13億の中国市場への足がかりを得られるというメリットがある。

今後、世界経済の流れと構造が大きく変わりつつあるなか、中国企業が日本の技術資源を獲得し、日本企業が中国での市場を拡大するという、両国の企業がそれぞれ必要とするパーツを補完しあえれば、中国企業による日本企業への資本参加や両国企業間の資本提携は、今後拡大していくと考えられる。

主要参考文献

　中国商務部『対外直接投資統計公報』2009年；「国外経済合作統計」（HP）資料。

「中国、日本企業の買収ブーム」人民網 日本語版2011年8月

　郭　四志「中国の対外直接投資―その展開と特質」『東亜』No.401.2000年

郭　四志「中国経済―活発な海外投資―」『読売新聞』（朝刊・論点2010年7月24日

　関志雄「サプライチェーンの強化を目指す中国の対日投資― 狙われる日本の技術と市場 ―　」『実事求是』2010年11月26日

丸川知雄、中川涼司編『中国発・多国籍企業』同友館2008年

増田 耕太郎「最近の事例からみた中国系企業の対日進出の特徴」『季刊 国際貿易と投資 』Winter 2010/No.82

「1-5月、対外直接投資額は前年同期比42.3％増」（人民網日本語版）2011年6月16日

「中国の対外直接投資の特徴」（中国網日本語版）2011年6月2日