

# 多国籍自動車企業の中国での展開

—中国の自動車産業育成政策との関連で—

岩 田 勝 雄  
黄 駿

1. はじめに
2. 中国自動車産業の発展過程
3. 中国自動車企業の現況
4. 中国自動車産業政策をめぐる諸課題

## 1. はじめに

中国の開放政策・市場経済化への進展は、対外的には外資導入政策の拡大として示されている。開放政策の象徴的な政策は、深圳、廈門、珠海、汕頭に導入された経済特区であり、上海の浦東開発であろう。市場経済化への方向は、こうした地域開発政策と並んで国際競争力を有する産業育成も進行した。国家による新規産業育成は外国からの技術導入による産業・企業の創設、既存企業の再編などである。そのなかで中国政府は、最も重要な産業政策として自動車産業の育成策を提起した。それは従来の「国産車」製造から外国技術あるいは外資を導入した新しい自動車産業の育成である。かつて中国の自動車製造は、旧ソ連からの技術導入あるいは北欧からの技術導入によって生産体制が維持されてきた。中国製の自動車は「紅旗」「上海」などのブランド名で1991年まで生産してきた。しかしこれらの自動車は、性能、デザイン、燃費効率、安全性、価格などすべての側面で先進国自動車産業の製品に比べて劣っていた。そこで中国政府は、産業育成、国有企業改革、新規交通体系の整備などの課題を掲げて中国自動車産業の育成を提起したのであった。それは1980年代から開始された外資導入政策でもあった。上海で生産されているフォルクスワーゲン社との合弁企業「上海大衆汽車有限公司」は、「サンタナ」のブランドで自動車生産を行っている。このサンタナは、いまや中国国内最大の乗用自動車企業にまで成長している。上海大衆汽車の成功は、外国自動車企業の中国国内市場への進出を加速化しているような現象も示している。

そこで本稿では、中国自動車産業とりわけ外資系企業、上海大衆汽車有限公司、天津ミニカー公司および北京吉普有限公司の特徴を導き出す中で、中国自動車産業育成策のもつ意義を明らかにする。同時に中国における自動車産業育成策、外資依存政策に関する課題を指摘し、発展途上国における多国籍企業進出に伴う問題点を明らかにする。

## 2. 中国自動車産業の発展過程

中国政府は、国有企業の改革とあいまって早期に自動車産業の展開を必要とする政策を提起した。それは先進国ではすでに経験済みのモーターリーゼーション化の波が中国においても近い将来到来する、そのための生産の基礎を形成する必要があったからである。また生産の増大、流通の増大そして消費の拡大に対応するためには、交通網の整備、交通手段の確立の必要性があった。とりわけ都市における交通体系の未整備は、人口移動あるいは労働力配置の有効利用を困難にさせていた。中国政府はそのなかで鉄道網の整備、地下鉄などの公共交通機関の整備などの必要性を認めていたが、それよりも短期間に、費用負担が小さく、さらに国内産業の拡大、競争力増大を可能にさせる自動車産業の育成を政策課題に掲げるということになった。おりから1979年の市場開放政策は、いわゆる三資企業（合弁、合作、独資）の優遇、積極的導入となっていた。こうした中国政府の思惑とは異なって先進国自動車企業は、中国市場への期待度はそれほど大きいものではなかったのである。先進国自動車企業は、国内市場での占有体制・市場の確保と市場規模の大きい国・地域への進出が主要な課題であった。アメリカ自動車企業は、ヨーロッパ、カナダへの進出であり、ヨーロッパ自動車企業は、EC域内への進出、そして日本の自動車企業はようやく1980年代のはじめにアメリカへの進出がおこなわれるという状況であった。したがって中国政府の外国自動車企業の誘致政策は、先進国自動車企業の海外戦略とは必ずしも一致していなかったのである。

中国の外資導入政策における自動車産業の位置づけは、政府主導で行われてきた。1992年までの外資導入は、12カ国3地域から5.5億ドルを導入している。この間外資系企業は、自動車の完成車製造5社、改装車関係9社、オートバイ製造5社、総合部品6社、部品89社が中国に進出した。<sup>1)</sup>こうした外資導入政策の結果は、今日中国の自動車生産を飛躍的に拡大する契機となったの

第1表 中国自動車生産量の推移

(単位)台

年度	生産量合計	トラクター	ジープ	(内小型ジープ)	バス	乗用車	シャーシー
1960	22,574	17,148	1,182	569		98	4,146
1965	40,542	26,538	2,308	378		133	11,516
1970	87,166	47,101	19,621	8,853		196	18,585
1975	139,800	77,606	30,791	19,491		1,819	27,497
1980	222,288	135,532	24,355	20,382		5,418	48,321
1985	443,377	236,934	25,173	20,747	11,897	5,207	114,069
1990	509,242	218,863	44,719	44,348	23,148	42,409	90,574
1991	708,820	299,356	54,018	53,371	42,756	81,055	122,873
1992	1,061,721	269,098	63,373	61,747	84,551	162,725	199,162
1993	1,296,778	623,184	59,257	57,057	142,774	229,697	171,769
1994	1,353,368	613,152	72,111	70,317	193,006	250,333	169,106

【中国汽市場展望】国家信息中心経済予測部、中国汽貿易総公司、1996年、p. 269-260

第2表 1994年乗用車生産主要企業状況

企業名	製品	生産量(台)	総生産高(万元)	在籍従業員人数(人)	利潤総額(万元)
北京吉普汽车有限公司	チェロキー	14,703	483.934	6,986	30.097
天津市微型汽車工場	シャレード	58,500	953.064	3,800	57.032
吉林江北機械工場	アルト	2,464	30.825	10,595	-4.014
中国第一汽車集团公司	アウディ	20,217	2,095.328	112,161	70.461
一汽-大衆汽车有限公司	JETTA	8,219	127.145	2,067	-15.892
ハルビン 飛汽車製造有限公司	HFJ	8	82.042	3,806	-491
上海大衆汽车有限公司	サンタナ	115,326	1,490.094	7,258	127.815
東風汽車公司	シトロエン	8,010	1,651.071	110,703	100.324
国营江南機器工場	アルト	2,508	30.740	11,341	-4.797
一汽順德汽車工場	ゴルフ	1,674	32.163	215	827
広州標致汽車公司(有限)	ブジョー	4,485	72.875	3,067	504
柳州微型汽車工場	LZW	246	124.881	5,978	5.509
長安汽車有限責任公司	アルト	10,020	249.986	12,300	17.026
貴州航空工業総公司汽車工場	スバル	1,590	3.315	686	-2.643
西安秦川(集団)発展総公司	アルト	2,277	42.952	11,051	-2.982

(資料) 『汽車工業企画参考資料』機械工業部汽車工業司, 中国汽車技術研究センター, 1996年, p.61 より作成。  
 但し, 総生産高は乗用車以外のものも含まれている

第3表 乗用車の国内生産量推移

(単位) 台

車種	91年	92年	93年	94年	95年
アウディ	6,461	15,127	17,807	20,217	17,899
JETTA		8,062	12,117	8,219	20,001
シトロエン ZX		801	5,062		3,797
ブジョー	9,381	15,410	16,765	4,485	6,936
シャレード	11,261	30,150	47,850	58,500	65,000
チェロキー	12,700	20,001	13,809	14,703	25,127
長安アルト	245	5,565	10,463	10,020	7,725
スバル		93	1,160	1,590	7,105
サンタナ	35,000	65,000	100,001	115,326	160,070
全国総生産量	81,055	162,725	229,697	250,333	320,578

(資料) 『汽車工業規格参考資料』機械工業部汽車工業司, 中国汽車技術研究センター, 1996年, p.62 より作成

である。1996年の中国自動車生産の目標は約150万台であり、アジアでは日本、韓国に次ぐ自動車生産国になる。しかし今日まで中国における自動車生産は、乗用車生産よりもトラック、バスなどの比重が大きく、国内におけるモータリゼーションの到来までは遠い状況にある。中国政府は、2000年までに乗用車生産は100万台をこえ、21世紀の初めまでには300万台の生産を目指している。

第1表は中国における乗用車生産の推移を示している。中国での自動車生産は、1980年代前半まではトラック、バスなどの生産を主としていた。乗用車生産が本格化したのは1980年代後半からである。さらに自動車生産が中国の主要産業として位置づけられてきたのも1980年代後半から

第4表 1994年度全国乗用車国産化率

企業名称	外資	製品	国産化率(%)
上海大衆汽車有限公司	ドイツ・フォルクスワーゲン	サンタナ L330, L331 シリーズ	85.82
天津市微型汽車工場	日本・ダイハツ	シャレード TJ7100, TJ7100U	83.84
中国第一汽車集团公司	ドイツ・フォルクスワーゲン	アウディ 100	62.16
広州標致汽車公司	フランス・プジョー	プジョー505SW8, 505SX, 505GL 等	76
北京吉普汽車有限公司	米国・元 AMC	チェロキー-BJ2021 シリーズ	80.44
一汽-大衆汽車有限公司	ドイツ・フォルクスワーゲン	JETTA2	25.6
長安汽車有限責任公司	日本・鈴木	アルト SC7080	46.73
東風汽車公司	フランス・シトロエン	シトロエン ZX 型	15.21
西安秦川(集団)発展総公司	日本・鈴木	アルト QCJ7080	
国営江南機器工場	日本・鈴木	アルト J ン J7080	
吉林江北機械工場	日本・鈴木	アルト JJ7080	
貴州航空工業総公司汽車工場	日本・富士重工	スバル GHK7060, 7070	40.00
一汽順徳汽車工場	ドイツ・フォルクスワーゲン	ゴルフ AS513, YSQ7130	

（資料）『汽車工業規格参考資料』機械工業部汽車工業司，中国汽車技術研究センター，1996年，p.63より作成

である。中国での自動車生産が軌道に乗ったのは、外国自動車企業の中国への進出と対応している。第2・第3表は、中国の主要自動車企業の生産台数、従業員数、利潤量、および資本形態を示している。乗用車生産は、この表の15社のみであるが、ハルピン企業および中国第一汽車の「紅旗」は、いわゆる国産車であるが生産はほとんどゼロに近い。したがって中国の乗用車生産は、外国企業との合弁、ノックダウン生産あるいは技術提携によってのみ行われていることになる。このうち生産量が多い企業は、天津ミニカー、上海大衆汽車、中国第一汽車であり、これらの企業は日本、ドイツとの技術提携、合弁によって生産が拡大しているのである。

第4表は、中国自動車企業の部品国産化率を示している。上海大衆汽車は、部品の国産化率は85.62%、天津ミニカーは83.84%、中国第一汽車は62.16%といずれも高率になっている。しかしこの部品の国産化率は、中国国内で生産されたものとはいえ、中国の既存の技術、生産設備で生産されたのではない。これらの部品は、ドイツ、日本、アメリカなどの技術の導入あるいはライセンス生産によるものである。すなわち中国の部品生産の国産化率が高いということは、それだけ外国企業あるいは外国技術に依存していることを示すものである。したがって中国の自動車生産の増大は、外国企業との合弁、技術導入さらに部品の外国依存を高めることになるのであって、中国の自動車企業の独自の生産、すなわち独自の資本調達、独自の技術開発、独自の部品生産、独自のブランドといったいわば自立的産業育成は、行われにくい状況を生んできているのである。

現実に中国の1996年の乗用車生産および需要は、1995年の水準かもしくは低下する状況にある。中国における自動車生産企業は、大、中小合わせて123社にのぼっているが、そのなかで10万台以上を生産する大企業もあれば年産わずか100台にも満たない小企業も存在する。企業数は多いが生産台数が少ないのは、企業規模が小さいことを示している。トラックでは東風汽車、第一汽車製造、南京汽車製造に生産が集中しており、ジープはアメリカとの合弁企業北京吉普が、そして乗用車生産に関しては上海大衆汽車および天津ミニカーに生産が集中している。このよう

第5表—1 1993年自動車工業主要指標及び分類構成

経済指標分類	合計	主要製品による分類				
		自動車	改装車	オートバイ	エンジン	パーツ
企業数（社）	2,462	123	552	75	61	1,650
汽車工業総生産高（万元）	17,920,016	9,775,914	2,367,351	1,761,877	1,051,360	2,963,514
年度末従業員人数（人）	1,932,575	617,546	333,369	144,028	123,833	713,799
利潤総額（万元）	1,173,539	645,489	68,046	150,470	115,041	194,493

第5表—2

経済指標分類	合計	専・兼業による分類		所有形態による分類			
		専業	兼業	国有企業	集団所有制企業	中外合資企業	その他
企業数（社）	2,462	1,587	875	1,501	839	86	36
汽車工業総生産高（万元）	17,920,016	16,716,592	1,203,424	12,576,619	1,488,593	3,139,131	715,673
年度末従業員数（人）	1,932,575	1,581,754	350,821	1,539,482	244,333	77,723	71,037
利潤総額（万元）	1,173,539	1,154,404	19,135	755,585	78,806	272,027	67,121

（資料）『中国汽車工業年鑑』機械工業部汽車工業司，中国汽車技術研究センター，p.50-51より作成

に中国の自動車生産は、企業数は多いが規模が小さく、さらにジープ、乗用車などでは数社に生産が集中しているという特徴をもっている。さらに生産が集中している企業は、外国企業との合併もしくは合作企業である。中国の自動車生産は、1980年代後半から増大し、とくに乗用車生産は1990年代にはいって増大する。その要因は外国企業との合併もしくは技術導入によるものであり、中国独自の技術開発あるいは市場開拓努力によって拡大したのでは決してない。いわば中国自動車産業は、典型的な外資・外国技術依存産業として展開してきているのである。この結果は、中国自動車企業間の再編を促し、中国国有企業間の外資もしくは外国技術導入競争などを激化させることになる。すなわち外国企業との合併もしくは技術導入をおこなうことができない企業は、自動車生産から撤退せざるをえなくなっている。こうした状況は、また外国自動車企業の中国市場をめぐる生産・進出競争を激しくさせているのでもある。

アメリカ、日本、ドイツなどの自動車企業は、世界市場でのシェア増大をめざして激しい競争を展開している。アメリカのビッグ3は、1980年代になって一時期日本企業のシェア増大を許したが、NAFTAの設立がメキシコの安価な労働力を利用した部品生産に成功したこと、ドル安・円高傾向が日本企業の競争力を低下したこと、巨大な資本力を背景にヨーロッパ、日本および韓国などでの資本提携・技術提携および販売提携などの戦略を通して再び世界市場シェアの増大する傾向にあることなどの特徴を示している。世界の自動車産業は、アメリカビッグ3を中心にして巨大な寡占体制が形成される過程に入っている。こうした中で中国の自動車産業育成政策は、アメリカ、日本、ドイツの巨大自動車企業の市場獲得競争に巻き込まれていく過程と対応していることになる。日本の自動車企業だけの行動をみれば、中国市場への進出は加速度的に進展している。1996年に入って日本自動車企業の中国進出は、トヨタ自動車の天津市でのエンジン工場の建設、三菱自動車の黒竜江省でのエンジン工場建設などが発表されている。このほかに自動車部品企業の中国進出は、大中小含めて増加傾向にある。アメリカ、日本、ドイツの巨大自動車企業の中国進出は、中国市場の大きさのみを前提として進出しているのではない。中国に進出し

たドイツ、イタリアなどの企業は、中国国内での自動車生産における部品調達率はいずれも80%を超えている。中国での自動車生産は、中国独自で開発した部品を調達する限りにおいては、国際的競争力をもち、さらに外国への輸出も可能にするというものではない。外国企業の中国国内進出は、明らかに中国国内市場のみを前提としたものであり、必ずしも国際的競争力を有した自動車生産を目的とする必要もない。むしろ既存の中国自動車企業の脱落を促進することを目的とするとともに、将来的にも中国市場でのシェアを確保することを目的としている。先進国巨大企業は中国市場でのシェア確保は、東南アジア、西アジアあるいは将来的にはアフリカ市場でのシェア獲得に与える影響は大きいものとして位置づけている。すなわちアメリカ、ドイツ、日本企業は世界市場における支配体制あるいは国際的寡占体制の構築の課題を、中国市場を通じて実現していく過程にあると捉えることもできよう。中国政府の自動車産業育成政策は、こうした巨大自動車企業による世界市場シェア争いを補完するものとして位置づけることも可能である。中国政府は国内での自動車産業育成政策を掲げているが、国内企業による独自の技術改良・開発、独自の資金調達を行おうとしているのではなく、先進国自動車企業の技術・資金に依存した産業育成をはかろうとしている。外資系企業の中国国内の自動車部品調達は高率になっているが、これらの部品製造企業は合弁・合作あるいは外国からの技術導入によって生産を行っているのである。このような政策は中国企業による独自の製品開発を困難にさせ外国技術依存をますます増大することになる。自動車産業育成政策は、自動車産業にのみ特徴的に現れているのではなく、中国製造業の近代化政策全体すなわち国有企業の改革、競争力拡大、技術集約産業の導入など中国産業の再編過程全体で生じている特徴でもある。こうした状況は、中国経済の資本主義化を促進する起爆剤になっているとともに、多国籍企業による世界的な生産配置に中国も巻き込まれていること、さらに世界的に巨額な過剰資本の存在している現在中国を貴重な投資先として位置づけられている<sup>2)</sup>ということを示しているのである。いわば国際的巨大自動車企業の中国市場での「成功」は、巨大企業の世界市場での地位を高めることにつながり、シェアを増大することでもある。そのために巨大自動車企業は、中国市場での熾烈な競争を行っていかねばならないことと、同時に中国市場での棲み分けも行っていかなければならないのである。すなわち巨大自動車企業の中国での生産は、巨大企業間で中国国内の地域配置・市場分割を行っていくことである。この外国自動車企業の活動を保証するために中国政府は、条件整備を行わなければならない。たとえばWTOへの加盟であるとか、IMFの条件にそった金融制度改革などである。中国の開放政策は、一面では多国籍企業の中国進出を促す内容をもっている。他面では国有企業に代表されるような不採算企業、競争力の低い企業を淘汰していく意味をもっている。中国における国際的巨大自動車企業の展開は、中国の開放政策を一層促進していく契機になっているという特徴をもっているであろう。

1) 『中国自動車産業のすべて』社団法人中部産業連盟、1994年、36ページ。

2) 現代中国経済における多国籍企業の動向とその位置づけに関しては、岩田勝雄「現代世界経済の動向と中国経済の位置」『立命館経済学』第44巻第6号、1996年2月、を参照されたい。

### 3. 中国自動車企業の現況

中国自動車の最多生産種であるサンタナは、1993年の価格は約18万元であったが、1996年には15万3千元と低下している。さらに乗用車をめぐる中国国内での生産拡大競争は、乗用車の一時的過剰状況も生んでいる。こうした中で中国乗用車企業間の競争は激化しており、サンタナの価格も2%引き下げを余儀なくされている。<sup>3)</sup>中国での乗用車生産は、2001年には100万台の水準にまで到達する目標を掲げていたが、現実には過剰生産状況も生じてきたのである。その結果は乗用車の価格低下傾向として現れたのである。中国国内での価格低下競争は、乗用車のみには生じている現象ではない。カラーテレビにおいても価格競争は激化している。中国最大のカラーテレビ企業四川長虹公司是、普及型カラーテレビ「長虹」の価格を8~18%低下させた。この措置に続いてライバル企業である深圳企業は、約20%の価格低下を発表した。価格低下の可能な企業は、カラーテレビ生産を継続していくことはできる。しかし価格低下は一部の国有企業に見られるように生産の低下、企業業績を悪化させ、大量の従業員の雇用問題すなわち過剰人員対策を余儀なくされるという事態を生じさせている。北京郊外のカラーテレビ企業牡丹公司是、「長虹」の価格引き下げによって販売不振に陥り、生産量は最盛期の50%程度にまで低下し、工場の稼働率は40%程度で大量の過剰人員を抱えることになった。こうした状況に対して牡丹公司是解決の手段・方法を見いだせないまま、中央政府の政策待ちすなわち価格競争の不利益の是正を待つという消極的な経営になっている。<sup>4)</sup>中国の国有企業の抱えている課題の一面を牡丹公司是あらわしているのである。なによりも中国国有企業は、競争が激化したりあるいは過剰生産の状態になったときに、たとえば資本主義企業が採用するように多角化生産、生産転換、あるいは合理化などの措置が講じられないという弱点をもっている。国有企業の多くは、企業自らが生産調整、技術開発、多角化経営、生産転換などのノウハウなどをもっていないばかりでなく、人材養成も行われていないのが現状である。また国有企業それ自身が中国語でいう「大鍋飯」（親方五紅星旗）の状況から抜け出すことができず、政府・中国共産党への依存体質が強いことである。すなわち経営困難に直面しても企業自ら改革を行っていくというよりも、常に中央政府あるいは上部機構の指令待ちという姿勢が、改革を遅らせている一因になっている。とくにカラーテレビで生じている価格競争問題は、中国国有企業間の競争関係だけのように生じているが、現実には中国国内に進出しているあるいは進出を予定している日本企業、韓国企業の動向との関連で生じている問題である。カラーテレビの価格競争は、中国企業間の競争のようにみえるが、現実には日本企業間、韓国企業間の形を変えた中国国内市場をめぐるシェア争いなのである。なぜならば中国国有企業のカラーテレビ生産は、日本企業あるいは韓国企業の技術、生産設備などに依存した生産体制となっているからである。したがってカラーテレビに代表されるような価格競争・企業間競争の現象は、多国籍企業の中国市場をめぐるシェア争いの一側面として位置づけることもできよう。

カラーテレビをめぐる国内競争は、同時に乗用車部門においても波及する様相を呈してきている。その一例は上海大衆自動車公司の主力製品であるサンタナの価格低下現象であろう。1996年に入ってから中国国内の乗用車需要は、停滞している。今日の中国の所得水準からすれば乗用車

を購入できる階層は、それほど大きくはない。まして中国国内では自動車の購入は、自動車のみの価格だけで済むのではない。自動車の購入には、ナンバープレートの購入などの諸費用も大きいし、また自動車の運転免許証の取得ですら、時間と多額の費用を必要とする。中国国内では自家用自動車を普及する環境は未だ整備されていないのが現状である。その中で乗用車をめぐる価格競争、設備投資競争、地域間競争、企業間競争は、欧米日自動車企業間の競争の中国国内市場をめぐる競争の反映である。すなわち欧米日自動車企業は、近い将来中国国内で乗用車需要が拡大したときのシェアを確保すること、および生産体制を確保することを目的として競争を激化させているのである。こうした欧米日自動車企業間の競争に対して中国政府は、競争を拡大することを奨励しているようにもみえる。

その要因は、第1に、中国国内での自動車生産は外資系企業の導入によって拡大することが可能なこと。第2に、中小規模の多い中国国内の自動車企業を整理統合し、大規模化する契機となること。第3に、自動車産業のような基幹産業における改革は、国内のあらゆる部門に広がる国有企業の改革を進めざるをえないことを認識させること。第4に、外資系企業の競争・生産拡大は政府の投資資金を節約すること。第5に、基幹産業部門・耐久消費産業における価格競争・価格低下は1980年代後半から加速化しているインフレーションを抑える可能性をもっていること。第6に、産業間・企業間の競争の激化は、1979年以来進めている改革・開放路線あるいは市場開放化の象徴として位置づけることが可能なことであり、国家・政府が経済過程に介入していないということを示すことでもある。このことは外資導入を促進する効果をもつことになる。第7に、産業間・企業間の競争は、単に企業・国有企業のみの問題だけではなく、広く労働者全体にも波及する問題であることを認識する契機となっていること。すなわち企業間の競争を通じて、国有企業の倒産・合理化などの現象が生じ、労働者の失業や配置転換などが生じる可能性が高いことを全社会的に認識させる効果をもっていること。第8に、価格競争は国内の流通過程で生じている不明朗な取引・コネクション販売などを解消する契機ともなること、などであろう。

中国の乗用車生産で最も規模が大きくまた生産量を拡大している企業は、上海大衆汽車有限公司である。上海大衆汽車は、1985年に乗用自動車「サンタナ」の生産を開始した。1985年の生産量は1,733台にすぎなかったのが、1986年には8,900台、1987年は1万台を生産し、1990年代にはいってからは生産量は飛躍的に増大する。1991年3万5千台、1992年6万6千台、1993年には10万台を超えるまでにいたっている。いまや上海大衆汽車は中国最大の乗用自動車企業になっている。上海大衆汽車の前身である第一汽車公司是、1956年ロシアの技術、生産設備の援助をえて中国最初の乗用自動車企業として設立された。最初はトラックを中心としていたが、1958年に自社開発

第6表 上海大衆汽車有限公司企業状況

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
販売高(百万元)	62.3	422.5	714.3	1,142.4	1,222.3	1,822.9	3,575.5	7,108.0	10,528.9	12,710.0
生産台数(台)	1,733	8,900	11,001	15,549	15,688	18,537	35,005	65,000	100,001	115,326
販売台数(台)	1,691	8,374	10,538	15,539	15,581	18,523	33,857	65,944	100,016	115,303
従業員人数(人)	1,752	1,915	2,082	2,353	2,648	3,047	4,368	5,907	6,410	7,142
累計投資額(百万元)	48.7	123.2	279.3	548.6	825.4	942.9	1,103.3	1,695.9	2,596.1	3,689.0

(資料) 上海大衆汽車有限公司資料1995年版より作成



によって「紅旗」というブランドでの生産を開始した。これを契機として中国国内での乗用車生産が各地で展開されることとなった。その後上海大衆汽車はフォルクスワーゲン社との合併を打ち出し、サンタナの生産を行うようになったのである<sup>5)</sup>。

この上海大衆汽車における生産量の増大および売上高の増大は、中国における市場開放政策、外資導入政策の「成功」のサンプルのようにみえる。上海大衆汽車はかつて旧ソ連からの技術導入によって生産可能になった「上海牌」という名称の自動車を生産していた。この「上海牌」は1991年に生産がストップするまでは、中国自動車産業の「国産車」として流通していたのであった。この自動車は、性能、耐用年、価格、デザインなどすべてをとっても先進国自動車企業製品と競争できるようなものではなく、中国政府も国際競争力を有した自動車産業の育成が課題であった。しかし中国は、国内での技術開発、技術者養成、新規自動車工場の設立などに難問を抱えていた。そこで中国政府は外国自動車企業からの技術導入および資本導入を積極的に推進する政策を採用した。上海大衆汽車の親会社上海汽車集团公司は、フォルクスワーゲン社との合併以前はアメリカ、日本などから技術や資本導入を行っていた。こうした親会社による技術導入・資本導入は、自動車用部品生産の拡大を可能にした。今日上海大衆汽車の部品国産率が86%となっているのは、親会社による部品製造の拡大によっているのである。しかし上海大衆汽車は、部品の国産化率が高まっているとはいえ、最も高度な技術を要する部品たとえば安全部品などは、依然としてフォルクスワーゲン社に依存している。さらにサンタナの主要部品は、ドイツ、アメリカ、イタリア、日本、イギリスからの技術導入によって生産が維持されているのであり、それらを生産する企業の多くは、先進国企業との合併・合作企業である。また上海大衆汽車の生産したサンタナは中国国内での販売に限定されている。すなわちサンタナは、中国国内向けに生産されたものであって、輸出可能な製品ではないということになる。このことはフォルクスワーゲン社の世界的生産配置政策と関連しているのである。フォルクスワーゲン社はチェコでも生産しているが、この製品も東欧諸国向けであり、ドイツ国内あるいはヨーロッパ、アメリカ向け輸出を想定しているわけではない。中国あるいはチェコで生産している自動車は、進出した国での競争力は高いが、アメリカ、ヨーロッパ市場では競争力の高いあるいは性能的にも進んだ車種を生産しているのではないということになる。いいかればフォルクスワーゲン社の世界戦略は、国・地域によっていわゆる「棲み分け」的な生産体制を採用しているということになる。このことはフォルクスワーゲン社のみならず固有の生産配置ではなく、多国籍企業の世界的戦略ともいえる特徴的な生産配置でもある。多国籍企業の世界的生産配置は、最新の技術あるいは高度な技術を要する生産部門は多国籍企業の本国もしくはアメリカなどの先進国での生産に特化していく。いわば多国籍企業の先進国での進出は、高度技術をもった競争力の高い部門・製品の生産に特化し、発展途上国あるいは低開発国には「標準化」した製品・部品の生産を行っていくという特徴をもっている。したがってフォルクスワーゲン社の中国でのサンタナ生産は、中国国内での販売は可能であるが先進国への輸出は困難であるということになる。

上海大衆汽車はドイツ企業との合併形態で乗用車生産を拡大してきたが、天津ミニカーは、日本のダイハツからの技術供与によって生産を高めてきた<sup>6)</sup>。天津ミニカーは、天津汽車集团公司に属する企業であるが、1984年にダイハツから技術を導入し、現在では年産10万台近くにまで達した中国でも有数の自動車企業である。天津ミニカーは、1988年1月に発足した企業であり、それ

までは中国国内に多数存在している中規模自動車企業にすぎなかった。それが天津汽車集団会社が1986年ダイハツから「シャレード」の技術を導入し、生産を始めるとともに生産拡大の契機となったのである。天津ミニカーは、1984年に第1期の技術開発を行った。これはダイハツのミニバンに関するもので、投資額は1億1,360万元であった。第2期は、1987年にはじまり、シャレードの開発によって年産1万台を目指すものであり、投資額は1億1,180万元であった。第3期は、1992年からシャレードの2ボックスカー生産を年産2万台を目標に掲げておこない、投資額は4,419万元であった。1995年からは第4期の計画がはじまり、年生産量を15万台にまで設定している。天津汽車集団会社の総投資額は、22億元であり、天津ミニカーのみでも14億元と巨額になっている。この第4期の開発は、1984年から始まった計画のすべてを超えるものであり、投資額も第1期・2期の10倍以上となっている。

天津ミニカーの従業員は、1984年の開発期には約2,000名であったのが、1996年現在では3,800名と2倍弱にまで増大している。従業員は毎年増加してきたのであるが、とくに1989年、90年に累計生産量が5万台に達したのを契機に急増した。しかし従業員の増加は、直接的な生産過程に携わっている要員の増加ではなく、管理部門を中心にした増員となっている。中国の企業とくに国有企業では大量の過剰人員を抱え経営悪化に陥っている。したがっていわゆる優良企業においては過剰人員問題をクリアーしてきたように客観的にはみえる。この天津ミニカーにおいても過剰人員問題は、クリアーしているようにもみえるが、現実には大量の過剰人員を抱えている。1984年以來の従業員数の増大は、管理部門中心であるということは、企業の内部に不必要な管理部門が多数設置されていることを意味している。天津ミニカーは、優良企業として経営黒字を続けているが、しかし中国国有企業の一部には、こうした優良企業に管理者として多数の人々が入り込むという「悪しき慣習」があり、人件費の増大を余儀なくさせてきた。また中国国有企業は、必要以上の管理者の雇用だけでなく、学校、保育所、病院などの経営もしなければならなく、さらに退職者、失業者の年金・手当の支給も課せられている。中国国有企業の改革問題は、なによりもこの雇用問題であり、社会保障制度、年金制度、教育・病院などを含む社会基盤整備問題なのである。したがって天津ミニカーにおいては、国有企業一般が抱えている問題に直面しているのであるが、従業員の過剰に関しては他の自動車企業よりも問題は少ない状況にあらう。それでも天津ミニカーは、大量の余剰人員を抱えているという。天津ミニカーは管理者だけで全従業員の3分の1を抱え、管理部門だけで50部署あり、その他に従業員のための食堂、医療施設、送迎バスなどの輸送隊などの従業員を雇用し、従業員全体としては3,800名に達している。送迎バスなどは、公共輸送機関が発達していれば必要のない部門であり、こうした負担は企業経営を圧迫する要因になっている。企業にとっての過剰負担人員は、天津ミニカーだけで従業員の3分の2に達するという。すなわち天津ミニカーの生産規模からすれば、直接的生産部門、管理部門、技術部門で必要な人員は、1,200名であり、現在は人員過剰の状態である、ということになる。

また天津ミニカーの工場は、敷地面積55,000平方メートルで自動車工場としては比較的小さい用地しかもっていない。そこで自動車組立工場は2階建てになっているが、こうした工場建設も建設費を増大させている。自動車のアッセンブリーでは、従業員は2交代制を採用しているが、上海大衆汽車のアッセンブリー工場、イタリアの技術導入によるイベコ生産の南京工場などに比べると余剰人員は少ないように感じられる。<sup>7)</sup>天津ミニカーは、ダイハツの工場設備あるいは機械

を導入しての生産で、日本的な生産方式を採用していることのあらわれであるかもしれない。天津ミニカーの生産するシャレードと日本のダイハツで生産するシャレードとの相違は、安全部門、内装などにおいて天津ミニカーが劣っているのである。いずれの部門も天津ミニカーでは現在技術開発困難な領域であるとしている。日本製の自動車は、中国製の車との差別性を安全部門などの領域で確保することによって競争力を維持している状況が示されている。

天津ミニカーは、今後の生産計画としてシャレードの生産量の拡大を目指すとともに、車種を増やす計画をもっている。その際のパートナーとしてトヨタ自動車との提携を行うことになっている。ダイハツはトヨタ自動車の傘下であり、シャレードよりもエンジン容量の大きい車種はトヨタの技術に依存することになる。トヨタ自動車はすでに天津市で当面はエンジン生産をおこなう計画をもっており、天津汽車集团公司のいずれかの企業がトヨタ車を生産する計画である。このように天津汽車集团公司および天津ミニカーでの生産計画は、政府・国家の自動車産業育成に基づいてのものであるが、現実には乗用車需要の低迷の中での計画である。その中で外国自動車企業とりわけ巨大自動車企業との提携・合併などは、中国自動車企業の独自性、製品開発、技術開発などを困難にするであろうが、同時に企業改革を促進するという側面をもっていることになる。

- 3) 『日本経済新聞』1996年10月10日。
- 4) 北京市の牡丹公司での聞き取り調査による。
- 5) 上海大衆自動車公司1995年版資料による。
- 6) 天津ミニカー資料による。
- 7) 上海大衆汽車、南京工場などの状況は、1995年12月の工場聞き取り調査、および天津ミニカー公司の状況に関しては、1996年9月の工場聞き取り調査による。

#### 4. 中国自動車産業の今後の課題

北京吉普有限公司は、中国自動車産業としては初めての中外合資企業である。1984年に北京汽車製造廠とアメリカンモーターズ社との合併で設立し、同年度に操業開始した。その後、アメリカンモーターズ社はクライスラーに吸収合併され、現在の出資者はクライスラーとなっている。合併の目的はアメリカの技術と資本を導入後、国産化の道を辿るというものであった。しかし、10数年も経た今日の状況は、会社設立当初の目標、すなわち輸出や新車種の合同設計などを達成できないまま、早い段階でこうした目標を放棄するような方向転換を余儀なくされた。この北京吉普の経験は、今までの中国自動車産業政策の問題点を反映していることから、中国自動車産業界及び中国経済学界の関心を呼んだ。たとえば中国社会科学院経済研究所の張平は、北京吉普の問題を多国籍企業の技術優位による産業支配と指摘した<sup>8)</sup>。また完全ノックダウン（CKD）の生産方式から部品の国産化を目指す問題に関しては、北京吉普の王会長は「最も大きな問題は米国側が中国側の国産化のための技術更改を厳禁していることである」と述べている<sup>9)</sup>。新車種の開発についても「主導権が外資側に握られ、中国側の自主的開発は認めてもらえない」という上海大衆汽車有限公司総経理の指摘もある<sup>10)</sup>。これらの指摘は、多国籍企業としての外国大手自動車メーカーが技術優位を用いて中国自動車産業の支配を行っていることと関連している。今日の多国籍

企業が発展途上国、とりわけ工業化が一定段階に進んだ発展途上国へ進出するときの産業支配は、技術的優位を背景として知的所有権や工業所有権を確立することにある。中国の自動車産業は、建国後の早い段階で生産をスタートした。自動車産業は、トラック、軍用車需要の増大の中で、膨大な生産設備を有することになり、中国の基幹産業として位置づけられていた。しかし基幹産業といってもその発展は緩慢であり、自国の需要をすべて満たすこともできず、その後は中国経済の主要産業としての地位も後退していきただけであった。そのような状況の下で、中国政府は既存の自動車企業を再編し、大規模な自動車企業、さらに関連する部品産業などの確立を目指して外国の資本と技術を導入する政策を採用した。中国政府は、中国の自動車産業が再び国民経済の基幹産業として成立しうるためには、自主的開発能力のある自立した自動車産業形成が重要であることを認識していた。そこで中国政府は、自動車産業育成政策においては多国籍企業の中国進出を促すこと、外資に対しては資本と技術の面で一定の保護を講じる措置をとったのである。外資導入における合併形態に関しては、企業の所有権に関わる株式所有に制限条項を設けて、多国籍企業の過半数株式所有を禁止した。技術においては、国産化条項を設け、場合によっては合同開発も含めて、将来の対外技術依存からの脱却を意図した。しかし、多国籍企業の発展途上国に対する産業支配は、国産化が進めば進むほど、その国産化は名ばかりであり、外国技術依存を一層高めることになる。したがって、多国籍企業による産業支配は深化し、発展途上国独自の技術開発を困難にしているのである。

北京吉普の例は、中国側の株式所有は過半数を保っているにもかかわらず、部品の国産化に伴う認許可問題から技術的な更改が拒否された。さらに部品の国産化のためには、多国籍企業またはその傘下の外国企業から資本と技術を導入せざるをえなくなっている。外資との合併企業は、知的所有権や工業所有権に規制され、部品の国産化を推進するための技術更新に追われている。また中国企業は、部品生産の技術的安定度が低いため、生産規模の拡大が難しく、さらに「ペナルティ・コスト」が課せられているという状況もある。北京吉普は、自らの外貨バランスを保つために必要とする部品または完成車の輸出も、アメリカ側の販売ネットに依存し、車種や品質問題もあって、輸出目標を遥かに下回っている。そのような国産化に伴う技術問題と輸出に伴う財政問題を抱えている北京吉普は、国際自動車市場で競争力のある車種の開発はいうまでもなく、国内市場向けの開発にも着手する余裕さえないのが現状である。北京吉普の場合、新車種の合同設計プロジェクトは、早い段階で断念せざるをえなかったのである。合併後10数年も経たずとも、北京吉普の主力製品は、合併前のBJ213（現型番BJ2020）であり、合併計画では、1988年に生産停止すべき車種である。北京吉普の生産目標とする車種のBJ2021（チェロキー）は、品質と価格の問題で販売不振に陥り、本来生産停止すべき旧車種の生産を続けるという事態に陥ったのである。北京吉普は、旧車種の生産でも行っていかなければ経営が成り立たなかったからである。技術および部品の国産化率を高めることで中国のジープ生産技術を向上しようとした北京吉普の目標は、アメリカ多国籍自動車企業の産業支配に遭遇し、挫折を余儀なくされたのであった。

北京吉普の挫折から見られるような多国籍企業の発展途上国に対する産業支配は、多国籍企業活動の一般的特徴でもある。多国籍企業の海外進出動機は、資源確保、市場拡大、低コストなどの諸要因があるが、自動車企業の海外進出は、進出国市場の占有がより重要な要因となっている。日、米、欧の自動車貿易摩擦および相互進出は、国際自動車市場をめぐるシェア拡大または国内

市場への相互浸透の競争の局面をあらわしている。それらの企業の海外進出が発展途上国にまで拡大しているのは、自らの競争力を維持し増大する目的をもつのであり、グローバルな生産システムを補完するためである。それと同時に、発展途上国への進出は、発展途上国を含めた国際分業体制の確立、将来的に新たな市場になる可能性を求めているものである。したがって多国籍自動車企業は、発展途上国と合併した企業をグローバルな生産システムの一環として位置づけているのである。多国籍企業は、仮に被進出国での合併の際に所有権に一定の制限を課せられている場合、技術的優位でその支配力を行使するのである。多国籍自動車企業の発展途上国への進出は、完全な技術供与、最先端技術の提供はありえないということになる。多国籍企業が発展途上国への進出において、メリットがなくなった時は、いつでも撤退できるような形態をとっている。中南米の自動車産業の歴史あるいは現段階での中国への日、米、欧自動車メーカーの進出、撤退騒ぎは、それを証明している。中国の自動車産業は、国際水準と比較してその技術水準はまだかなり低いために、多国籍企業の生産システム、技術に依存せざるをえなくなっているからである。上海大衆汽車あるいは天津ミニカーの乗用車生産は、多国籍自動車企業の戦略としては中国国内市場のみでの販売を目的としている。その限りでは今日両社は生産台数は10万台を越しているが、多国籍企業による中国乗用車市場開発の一例でもあり、中国自動車産業育成の例示であるといえよう。

中国は改革開放政策を本格的に実施して以来、政府部門を始めとして、産業界や学界は「市場を用いて外国資本と交換し、市場をもちいて外国の先進技術と交換する」を口にする。しかし、そのような方式で外国の資本と技術を導入したあと、必然的に国内市場で生じる変化については、有効な方策を提起し、実施してもいない。家電部門の例を見れば分かるように、コンボやステレオ市場は完全に外資に明け渡され、改革開放当初中国市場に競争力を持っていた、そして一部輸出さえできた中国企業や自国ブランドはいつのまにか消え去ってしまっている。純国産のブランドやメーカーは、外資と合併しない限り、国内市場での競争力を失う恐れもあって、競って日本や韓国の合併可能なパートナーを探しているのである。その結果として中国企業は、外国企業のグローバルな生産システムに巻き込まれてしまう。外資との合併企業の輸出は、それらの外国企業の生産計画に依存せざるをえない状況もつくられる。したがって外国企業の中国での展開は、中国市場をめぐる外国企業間の競合の拠点になっている状況ともいえる。自動車産業においても、多国籍企業の資本と技術の進出に伴う国内市場で起こりうる変化に対して、中国政府あるいは中国自動車企業は対策を立てない限り、自立した中国自動車産業の形成は困難である。外資および外国企業に依存する限りにおいては、中国は単なる多国籍企業の「ショー・ルーム」になってしまう危険性がある。多国籍自動車企業による中国の自動車産業の形成、確立および再編は、他の産業で見られるように中国の経済発展それ自体をゆがめるおそれが大きいのである。高度な科学・技術は、現代の自動車産業を支えているだけでなく、国際自動車市場の動向にも大きな変化を生じさせている。その中で中国は、自動車産業における先端技術および習得能力の向上が求められている。しかし現状は、こうした産業の発達や企業の活動・競争と結びついた多国籍自動車企業の科学・技術の中国への移転はきわめて困難になっている。発展途上国の経済自立にあたっては、まさに高度な技術力の育成は、自立した技術開発が重要なのである。

中国自動車産業政策の目的は、自国の自動車産業を自立的に発展させることである。それは外

国技術の導入によって、自動車及びその部品産業を確立し、さらに全産業の技術水準を向上し、より高い付加価値の工業製品を生産できるようにすることである。しかし現在の中国国有企業の抱えている状況からすれば生産を拡大するためには、外国から新たに資本と技術を導入しなければならないし、資本財・中間財の輸入も増大しなければならない。資本財・中間財輸入は、企業の外貨バランス問題とも関わって生産コストを上昇させる傾向がある。企業の外貨バランス達成は、部品または完成品の輸出と国内外貨市場で調達する方法がある。前者は技術水準による国際競争力の問題があり、後者は企業の経営状態による資金調達能力問題がある。企業の経営状態は、生産コストをどれぐらいに低下させることができるのかと関連している。

1996年の中国自動車市場は前年度に比べて、販売台数が減っており、各企業とも低価格競争を余儀なくされている。各企業の実産拡大によって、価格競争は一層激化する可能性があることから、生産コストを低下させることは以前に比べその重要性が強まっている。生産コストを低下させるためには生産規模の大きい自動車工場及び部品関連産業を確立させる必要があるが、それもまた生産技術および資金問題などと密接に関連している。すなわち企業の競争力を増大し、生産を拡大するためには、外貨バランスの問題であり、生産コストの問題であり、生産技術の向上問題であることになる。さらに企業の競争力を増大するためには、生産技術の向上と並んで部品の国産化率の増大の課題がある。部品の国産化問題をうまく解決できれば、自動車製造企業の外貨バランス負担も軽減できるし、生産コストを低下させる要因にもなる。部品国産化を自主技術で達成することになれば、将来的に中国の自動車産業は多国籍企業の産業支配から脱却できることになるかもしれないのである。このことは韓国自動車産業がアメリカ、日本の生産技術・生産設備を導入しながらやがて独自の製品開発、独自の市場開発を行っていきこうとしていることに現れている。中国では部品の国産化もまた外国から新たな資本と技術の導入を必要としている状況がある。しかし現段階で部品を国産化することができない要因は、資本の問題だけでなく、むしろ技術の問題でもある。中国の自動車部品企業においては、生産設備あるいは技術者などが存在しているのであるが、技術水準が低いために外資系自動車の部品として生産も使用もできないのである。技術水準を引き上げるためには、企業内部での技術開発などが必要であるが、多くの企業は最も安易な技術導入策を講じているのが現状である。このことは自動車部品生産は、中国国内での製品開発あるいは既存の技術の応用といった自国生産体制の確立の方向からは乖離していき道が採られているのである。技術の問題が解決できれば、中国自動車産業とその部品関連産業は、多国籍企業による産業支配から脱却することも可能になろう。そうなれば中国は、国内家電産業のような経験を味わうことなく、国内市場でのシェアを確保し、他産業を含めた工業製品の競争力を高めることも可能であろう。

中国自動車産業政策の重要な課題の一つは、導入した技術を消化し応用する問題である。1994年中国国家計画委員会が発表した中国自動車工業産業政策は、乗用車関連部門において一定の実産規模と国内シェアを持つ企業またはグループは、技術開発資金投資が販売金額に対して一定のパーセンテージに達したならば生産規模を倍増するまで税、株式上場、社債発行、銀行融資、外資利用、政府融資などの面で優遇し重点的に支援する、という内容を提示した。外資利用政策では、技術研究開発能力、モデルチェンジのための開発能力、国際的に1990年代の技術水準を持つ製品の生産、輸出による外貨バランス問題の解決、部品の国産品優先などすべての条件を満たさ

なければ、合資、合作企業の設立は許可しない。さらに外資導入に関しては、国産化政策の推進のためにセミノックダウン（SKD）、完全ノックダウン（CKD）を禁止し、製品の国産化率に応じて輸入関税の優遇税率を適用する、といった条項が織り込まれた。すなわち中国の自動車産業育成政策は、第1に、現存企業の技術消化・応用及び開発を奨励し、規模の経済性を持つような生産拡大を支援すること。第2に、新規参入の外国資本に国際的競争力の持つ製品の生産とその先端生産・開発技術の移転を求め、中国製部品を製品に取り入れるよう要求すること。第3に、SKD、CKDのような限定的な技術移転を制限し、完成品生産に至る全面的な技術移転を促すことである。

10年前北京吉普が設立したときのチェロキーは、当時アメリカの年度ベスト車種で、国際的にも最新の技術水準を持つものであった。北京吉普はチェロキー生産により外貨のバランス問題もクリアできると予想し、10年後は部品と完成車の輸出で外貨獲得企業として確立できるようになると青写真を描いたのであった。北京吉普は、アメリカ側も特別プロジェクト・チームを編成し、中国でモデルチェンジに関する合同設計や国産化に関する技術開発に協力し、アメリカ側が同等条件と認めた国産化部品も優先的に採用したのである。しかし北京吉普は、結果として中国側が抱いていた期待とは大きくかけ離れることになった。北京吉普は、独自の技術開発、製品開発を行うことができないばかりか、アメリカ側の世界戦略の枠に押し込まれ、新たな製品投入もなされないという結果に終わったのである。いわば北京吉普は自立的な生産体制を構築し中国自動車産業の発展に寄与するという当初のもくろみが、アメリカ多国籍企業の世界戦略の中では国際的には単なる一工場にすぎないということを立証したのである。

中国において自動車産業を拡大しようとするれば、結局は外国の技術導入あるいは技術更新に依存するかのどちらかである。中国が採用した政策は、企業の自主開発を断念し、外資依存をより強めることであった。したがって中国自動車産業は、生産を拡大すればするほど、多国籍企業に既存技術の供与を要求すればするほど、供与される技術の完全性が高ければ高いほど、提供されるものが先端技術であればあるほど、多国籍企業の産業支配が深まり、自国での技術開発は困難になり、結局は多国籍企業の下儲けあるいは部分生産という状況に置かれることになる。発展途上国における自動車産業は、自動車を輸出するためには、国際競争力を有していなければならないか、あるいは多国籍企業の下請的生産を行っていくかのどちらかであろう。もし自国の自動車産業を育成し、さらに国際競争力を持つためには、国内での部品調達や部品開発においても国際的競争力を増大させることが必要である。しかし自動車産業のように巨大な生産設備、巨額の投資資金・技術開発が必要な産業部門は、発展途上国自ら産業育成していくことは現状では不可能である。そこで多くの発展途上国では、アメリカ、日本、ドイツなどの巨大自動車企業の生産設備、技術などを導入する政策を追求していこうとするのである。この発展途上国での施策は、多国籍企業の海外生産・国際分業体制の構築と対応していなければならない。そうでなければ多国籍企業は、発展途上国への進出を行わないからである。そこで発展途上国は、多国籍企業の進出に有利な国内条件を整備していくことになる。中国における北京吉普の場合も、中国政府の当初の計画では、自立的な自動車産業育成を目指したとしても、多国籍企業の戦略は、中国政府の思惑とは異なっているということを明らかにした典型例である。

中国政府の描く自動車産業育成政策に照らせば、自動車企業は既に導入された設計、製造、生

産技術を消化・吸収する段階に入っている。それは単なる導入された技術を模倣し、複製するだけでなく、技術を活用・改良し、多方面に応用できるようにしなければならないことでもある。そのような作業は自国の自立した自動車産業を確立させるために避けてはならない道であり、早ければ早いほど、自立した自動車産業の確立に寄与することになり、全産業の技術水準の向上への寄与も大きいのである。

しかし1994年中国政府の自動車産業育成政策が発表された後も、中国企業は技術の消化・吸収についての実質的な行動は見られていないのである。たとえば自動車電装部品のリレー、スタータやエンジン関係のピストンリングなどは、複数の中国企業が複数の外国企業から同じ種類の技術提携を行ったり、生産ラインを導入している。また上海大衆汽車の部品工場は、同じ種類の部品を生産するドイツ・フォルクスワーゲン社から導入したラインをもっているが、またフォード社からも導入している、というように部品生産において一貫した生産理念というものが欠如しているのである。むしろ上海大衆汽車にみられる状況は、導入できる生産設備、技術があれば将来的な生産計画を無視して導入競争を繰り返す。そしてできれば多国籍企業一社の生産体制から複数の多国籍企業との連携によって自社の生き残りをはかっていくという方向である。いわば国民経済的視点からの外資結合・技術導入・設備導入というよりも、まさに自社の利益拡大のための選択をはかっているというのが現実である。そのかぎりにおいて中国企業は、資本主義的な競争原理のもとでの企業活動をとっているということもできよう。さらに中国企業は、多国籍自動車企業およびその傘下の部品企業と技術提携を希望している品目を見ても、複数の中国企業が同じ種類の技術導入を行おうとしている。多国籍自動車企業が発展途上国へ進出するとき、現地で加工・製造される部品のほとんどは標準化されたものであり、部品仕様が多少の相違があっても、その製造・加工原理が同じであるという傾向がある。もしすでに導入した生産技術と生産ラインに対する技術的な消化・応用を実施したとしたならば、また模倣や複製、改良や応用で生産できるならば、重複導入しなくて済むことであろう。そのような重複導入は国の国際収支にマイナスの影響をもたらすのである。自動車産業の重複生産ラインの導入は、産業全体の外貨バランス負担をさらに悪化している上に、生産コストを増大してしまうのである。そのようなすでに導入した技術に対する消化・応用を行わずに自動車およびそれと関連する部品産業の展開は、第1に、導入方法によってはその一部が国民経済の重要な外貨を有効に利用することと反するのである。第2に、「ペナルティ・コスト」に課せられている産業の規模の経済性への努力を無駄にするものである。第3に、産業の独自の技術力の開発の刺激要因を低下させるのであり、多国籍自動車企業の中国の自動車産業に対する産業支配を加担するものである。そのような状況の下で、たとえ部品の国産化率を達成できたとしても、企業の経営状態の改善には直接に結びつかない。単なる生産規模の拡大を求めることは、対外依存をさらに深化することを前提とするもので、自立した中国自動車産業の確立という目的とはほど遠いものである。その意味で現在の中国自動車産業育成は、外国技術の消化・吸収に課題があるということになる。いうまでもなくそのような技術の消化・吸収は模倣や複製の延長での応用や改良も含まれているので、多国籍自動車企業の工業所有権や知的所有権から制限を受けるのである。しかし、中国が現在急いでいるWTOの加盟は、工業所有権や知的所有権の保護を一層強化するものである。したがって中国は、WTO加盟の前に自立した中国自動車産業のベースとなる技術力の養成の基礎である外国技術の消化・



吸収を行っていく必要があったのである。多国籍自動車産業の中国への進出は、中国の自立した自動車産業の形成と確立を困難にすることとなった。また多国籍自動車企業からの技術移転は、極めて困難であるという状況の下では自立した自動車産業の確立を目指すべき政策は、既存技術の消化・応用の重要性を意識した政策を立てなければならないことも明確であろう。しかし現実の中国自動車産業育成政策は、はっきりしたビジョンがないばかりか、中国の多くの企業の特徴でもある中央政府からの指令待ちでは自主的に企業自らが改革していくことも困難である。北京吉普あるいは上海大衆汽車、天津ミニカーにおいてさえ自主技術開発・自立的企業運営などに本格的に着手してもいないし、多分そのような施策を講じることはないであろう。

- 8) 張 平「技術優位与跨国公司的産業支配—北京吉普事例的分析」経済研究（中国社会科学院）1995年，第11期，33ページ。
- 9) 同上
- 10) 同上

（追記） 本稿の1～3は岩田が4は黄が担当したが、全体の統一は岩田が行った。

また本研究は、立命館大学人文科学研究プロジェクト研究A「21世紀の経済システム」（研究代表者 岩田 勝雄）および1996年度文部省科学研究費助成（研究代表者 高木 彰）による研究成果の一部である。