

Ⅲ 研究ノート Ⅲ

国際直接投資の産業競争力効果

藤原 貞雄

はじめに

- 1 国際直接投資の効果の広がり
- 2 産業競争力効果の定義
- 3 競争優位・競争劣位と対外直接投資
 - (1) 競争優位
 - (2) 競争劣位
- 4 競争優位・競争劣位と産業競争力効果
 - (1) 競争優位産業が海外直接投資するケース
 - 〈1〉A国（投資国）での産業競争力変化の可能性
 - 〈2〉B国（投資先国）の産業競争力変化の可能性
 - (2) 競争劣位産業が海外直接投資するケース
 - 〈1〉A国（投資国）での産業競争力変化の可能性
 - 〈2〉B国（投資先国）での産業競争力変化の可能性
- 5 まとめと政策の必要性

はじめに

世界の直接投資額（対外直接投資と対内直接投資の合計額）は、2013年には2兆5626億ドル、同年の世界貿易額（輸出入合計額）は、36兆8594億ドルであった（ジェトロ『世界貿易投資報告2014年版』ただし<https://www.jetro.go.jp/world/gtir/2014.html>による）。つまり直接投資は取引額でいえば貿易の7%にすぎない。貿易が当事国の経済社会に及ぼす影響と直接投資のそれを正確に比較することはできないが、後者が及ぼす影響の方がはるかに大きいとすることは、けっしてアプリアリな推論ではない。なぜなら後者の影響の及ぶ経路がはるかに多くかつ多様であり、また貿易それ自体の一定部

分が直接投資によってもたらされている（同一企業グループ内貿易化）からである。直接投資の方が一ケースと時代時期によって異なるにせよ一はるかに影響が大きいからこそ昨今では貿易自由化より直接投資自由化とそれに関わる諸措置の方が関係国にとって喫緊の外交交渉課題にならざるを得ないのである。

小稿は、直接投資が投資国・投資先国に及ぼす影響を産業競争力効果の側面から少しばかり原理的に整理することを試みた研究ノートである。「国際投資論」という学部の授業で学生諸君に国際直接投資の産業構造への効果を通じて、国民経済への影響を原理的に説明する必要が契機となっている。

本来ならば研究としてもっと昇華させ、澤喜司郎先生の退職記念号の一部に納めさせていただくべきであったが、浅学怠惰のためかなわなかった。先生のご寛恕をいただきたい。

1 国際直接投資の効果の広がり

国際直接投資という概念は対外直接投資と対内直接投資を含んだ概念である。ちょうど貿易という概念が輸出と輸入の両者を含んでいるのと同様である。このため使い分けに煩わしいことがおこる。国際直接投資といっているのは対外直接投資をいっているのか、対内直接投資をいっているのかあるいは両者区別なくいっているのかといった判別に混乱がおきやすいからである。以下ではできるだけ混乱が生じないように、必要な場合には対外、対内を使い分けるようにする。

対内直接投資は、多くの場合、新しい商品一場合によればしっかりしたブランド付きの一をもたらすだけでなく、その商品を作る人、作る技術、作るための組織、作ったものの販売の仕方、販売組織、市場一ほとんど場合は確立した一それらに必要な資金を一括して（セットで）もたらす。投資先国においては、これだけで商品だけ一もちろんそこには上述の諸要素が体化しているのだが一を受け取る貿易（輸入）より、対内直接投資の方が当該商品を生産する産業に与える効果一影響といってもよいが、もっと主体的、能動的

側面を重視して効果と呼ぶ—は大きそうである。逆に投資国においても、対外直接投資がこれまでの輸出に代替するような場合は、とりわけ当該産業に与える効果は大きそうである。

それだけでなく、国際直接投資は、投資先国においていわば当該産業を越えて社会に新しい価値観や消費文化さえ産み出すことがある。日本に進出したマクドナルドやケンタッキーフライドチキン（KFC）が瞬く間にアメリカン・ファーストフードという食文化を全国に広げただけでなく、和洋中のきわめて多様なフランチャイズ経営をベースにしたこれまでにない規模と精密な経営を要する外食産業を創り出す契機になったのはその好個の例であろう。もちろん同様な過程が現地産業と社会に混乱や軋轢、対立をももたらすことがあることも無視できない。玩具の大規模小売店トイザラスの日本進出は、零細な多数の玩具小売店の閉店を強いただけでなく、零細小売店存続の要石であった大規模小売店舗法の改廃の一契機となった。周知のように同法の改廃は 地域零細小売店との軋轢と対立を伴いながら日本の都市商店街の風景を一変衰慌させるに十分な契機だった。

また国際直接投資は、親会社が外国にある子会社を最終的には株式所有の多寡によって支配することを前提としている。もちろん国際間の企業間連携は必ずしも所有（資本出資）に基づかない事例も多いが、「永続的な関係」を樹立するうえで株式所有は重要な担保となる。こうした出資関係は外国の親会社の意志が自国法人（子会社）に及ぶことであり、それが子会社を法の支配下に置くはずの投資先国政府の政治的な意図あるいは政策と背反することがあることは避けられない。したがって国際直接投資が潜在的に持つ国際的な政治的緊張関係を等閑視できない。それは親会社にとって常に意識されるべきカントリーリスク管理の問題でもある。

2 産業競争力効果の定義

対外直接投資の産業競争力効果とは、上述のような広範囲な効果を背景にしながら、その一部としてまずは当該産業が受け取る競争力上の効果のこと

であり、具体的には企業の進出によって新たな技術や経営手法などの競争要素が持ち込まれたり（投資先国）、流出することによって（投資国）、当該産業の既存の競争力が高速度で変化することを指している。もちろん当該産業の競争力変化によって周辺産業の競争力も直接的影響（価格効果と一次所得効果）を受けるとすれば、それらもこの効果に含めてもよい。結果的に産業構造が変化を受けるであろうから産業構造効果と表現してもよい。ただ産業構造効果というのではいかにも据わりが悪いので、産業競争力効果としておく。

この高速度変化は、事前にある程度予測可能なので、望ましい変化（新産業創出、既存産業の革新など）を促進する政策とともに望ましくない変化（既存産業の衰退にとまなう失業、地域経済の悪化など）を抑制する政策、救済政策が不可欠となる。つまり賢明で実行能力のある政府が存在するか、あるいはそうした政府の活動の自由があるかどうかが重要な要素となる。

もちろん個別企業は、自社の競争力を改善し強化するために対外直接投資を行うわけであり、当該産業における競争力効果は、個別の対外直接投資が産み出す個別企業の競争力効果が折り重なって生まれる事後的なマクロ・ダイナミックな効果である。もちろん当該産業の競争力効果は周辺産業に波及し、時間をさらに置けば投資国の経済全体の競争力効果に帰着することも考慮する必要がある。しかし小論ではそこまでは言及しない。蓋然性をもって言及できるごく限られた範囲での抽象的なレベルでの話になる。

3 競争優位・競争劣位と対外直接投資

個別企業が対外直接投資を決心するのは単純化すれば「勝ちに行く」かあるいは「負けないうためにいく」のいずれかである。「取引先の依頼で」とか「ライバルが進出したので」といった理由もないではないが、それも約めれば勝てるかどうかの判断が最終には待っていたはずである。

(1) 競争優位

個別企業が国際間でも競争上優位なポジション（競争優位）にあれば、そ

の優位要素—それが何であれ—をベースに競争優位を拡大したい（より大きな利益やシェア拡大を期待できる）という動機が働いて対外直接投資に踏み切るかもしれない。それがつまり「勝ちに行く」である。もちろん、現在得ている競争優位が国内で享受できている優位要素に基づくものであり、外国進出後に現地でも同様に発揮できる可能性についてはまったく別の検討を要する。現地でも通用するという見通しがつけば進出することになる。もちろんこれは経営戦略論的な図式的説明であって、見通しがつかない場合であっても実際には「勝ちに行く」ことがありうることを排除するものではない。

競争優位は競争の結果として事後的には確認できるが、事前にはまだ可能性の段階である。競争優位には競争してみないと分からないという点が残る。競争の要素は多様であり、ある企業が擁する要素がすべて競争優位にあるということはあるとあり得ない。競争優位の企業でも必ず、競争劣位要素をいくつも孕んでいるのが普通である。したがって経営陣にも自社の優位要素の評価をめぐって判断が分かれる。海外進出を思いとどまるべきだとか、進出先、進出形態や規模をめぐって意見の対立が起こるのは自然である。しかし最終的には自社の競争優位に信を置いて「勝ちに行く」ことができる。

(2) 競争劣位

競争劣位の場合はどうであろう。競争劣位は競争の結果として事後的には確認できるが、事前にはまだ可能性の段階である。これは競争優位と同様である。ある企業が擁する要素がすべて劣位要素だということはもちろんないわけではないが、競争劣位企業も必ず、競争優位要素をいくつかは擁している。もし海外進出という選択肢がなければ、劣位企業は白旗を揚げるか、少ない優位要素を活かして当該産業で国内で競争を続けるか、産業間移動（業種転換）をするしかない。しかし海外進出という選択肢があれば、海外にある優位要素（たとえば低賃金や安い資源やあるいは最新技術）を取り込んで、競争劣位を逆転したい（赤字を黒字転換したい）という動機が働くだらう。経営陣にもその可能性をめぐって判断が分かれる。海外進出は傷を大きくするだけだとか、進出先、進出形態や規模をめぐって意見の対立が起こ

るのも競争優位の場合と同様自然である。しかし最終的には自社の少ない優位要素と海外の自社にはない優位要素に賭けて「負けないために行く」ことができる。

これまでは、あたかも海外進出の判断を自社の優位要素や劣位要素の評価によっておこなうかのごとく述べたが、そんなことは実際には少ない。それらの評価は判断要件の一部でしかない。現地市場の成長の可能性、現地周辺国の成長の可能性、現地における取引先確保の可能性といった市場要件や産業インフラ、労働力確保などの生産要件、カントリーリスクなどの政治要件などいわば変数はきわめて多く、複雑に投資決定に関わってくることは承知している。ただ産業競争力効果を抽象的であっても鮮明にとりあげるために、自社の競争要素の優位、劣位が産業競争力効果とどう結びつくかを評価するために単純化しただけである。

4 競争優位・競争劣位と産業競争力効果

ここでは国際直接投資の産業競争力効果を原理論的に考えてみたい。

いったいに競争優位企業が対外直接投資を行う場合と競争劣位企業が対外直接投資を行う場合とを分けて考える必要があるのは、投資国および投資先国に与える産業競争力効果は異なると思われるからである。さらに加えて対外直接投資が行われる産業それ自体の特徴（製造業かサービス業か金融業かなど）によっても、対外直接投資が先進国間で行われるのか、先進国と発展途上国で行われるのかによっても、また対外直接投資の形態によっても産業競争力効果は異なるであろう。しかしそれらの相違については小稿では言及しない。つまり競争優位・競争劣位は、産業競争力効果を原理論的に考える際の出発点にしているが、他にも考察の方法はあることに注意が必要である。

ここでは、きわめて抽象的な仮定をおく。それぞれの国には競争優位産業と競争劣位産業が各1つあり、そこに企業が各1つあり、相手国の同種産業の企業と競争している。2産業4企業モデルといってよい。ここでは製造業を

想定している。サービス業を想定しても同じだが、製造業の方がイメージしやすいと思うからである。さらに生産要素（競争要素）は自由競争状態にありかつ完全雇用されている。労働力だけは国際間を移動しない。この仮定から対外直接投資は、企業がそ既存の一部の生産要素を海外に移転するものとする。技術変化と時間要素を考慮した動態的变化を前提とする。

こうした仮定をおいて考察するにしてもいくつも問題がある。第一は競争優位、劣位をもたらす優位要素、劣位要素の内容である。これをどのように想定するかでかなり結論が変化してくるのではないかと思われる。たとえば、優位要素が労働力が豊富で相対的に低賃金である、資源が豊富で低コストであるといった、つまり競争優位が当該国の要素賦存に多く負っている場合とライバルに真似できない技術あるいは確固としたブランドを持っているといった企業固有の優位要素の場合では、同じ競争優位でも、投資という場に立てって考えれば、前者の優位要素にはライバル企業もアクセスが容易だが、後者の優位はそうではないから同様に扱うことができないであろう。これは後に扱うことになる。

もう一つの問題は、「産業」をどのレベルで扱うかという問題である。例えば小稿では衣類（アパレル）と自動車と括っているが、だれもが気がつくように衣類も自動車も範囲がひろい。高級衣類とコモディティ的な衣類ではまるで異なる市場で取り扱われている。高級大型車と大衆的小型車も同様である。そしてそれぞれによって優位要素は異なっている。たとえば、高級衣類はブランドが優位要素だが、コモディティ衣類は価格であるといった風にある。したがって同一企業であっても両衣類を扱っている場合には前者では競争優位だが後者では競争劣位であるといったことが起こる。したがって同一企業であっても海外進出するのが競争優位部門なのか競争劣位部門なのかといったふうに考える必要がある。もちろん企業によれば、コモディティ衣類だけをあつかっている、大衆車だけを扱っている場合もあるが、この場合は紛れることはない。小稿では「衣類産業」というばあいは、高級衣類もコモディティ衣類を含んでいるが、競争優位産業W社という場合はたとえば

高級衣類に競争優位をもっているがコモディティ衣類では競争劣位であることを排除しない。自動車についても同様である。また競争劣位産業（優位産業）が海外進出するというばあいは劣位部門（優位部門）が海外進出することを同様に排除しない。

先述のように国際直接投資の競争力効果は貿易の場合よりも強くて速いので望ましくない産業競争力効果に対しては、それを抑制する政策が必要になるだろうし、望ましい産業競争力効果にたいしては、それを促進する政策が必要になるだろう。いずれの場合も実行力のある政府の賢明な政策が不可欠である。対外直接投資が旺盛になり産業競争力効果の大きくなる現代にあつては、むしろ政府及び政策の果たすべき役割は大きくなったというべきである。以下ではそうした政府の存在と政策が機能することを仮定する。ただ自由競争と完全雇用を仮定して原理的、抽象的な考察をしながら、他方で賢明な政策の発動の余地をも前提するのは自家撞着的な感もなきにしもあらずである。実際、叙述のどの段階でどのような政策を登場させるのか、させないですむのか事前には分かっていない。

（1）競争優位産業が海外直接投資するケース

図1は、競争優位産業が海外直接投資するケースを示している。一見リカードの比較生産費説の模式図に似ているが、似て非なるものである。ここでの競争優位は、絶対的優位であつて、比較優位ではない。つまりA国の衣類産業はB国の衣類産業に対してこれまでのところ競争上優位にあることを指すだけである（同じくB国の自動車産業は、A国の自動車産業に対して競争優位にあるが、以下くり返さない）。A国の衣類W社はその競争優位要素をバックにB国へ進出する。つまり勝ちに行くのである。ここでは進出の形態は当面問題ではない。グリーンフィールド型でもよければ、合併型でもあるいはY社の買収でも構わない。海外進出が全体として（A国に残るW社とB国の

図1 競争優位産業が海外直接投資するケース

	競争優位産業	競争劣位産業
A国	衣類 W社	自動車 X社
B国	自動車 Z社	衣類 Y社

自動車産業はB国の自動車産業に対してこれまでのところ競争上優位にあることを指すだけである（同じくB国の自動車産業は、A国の自動車産業に対して競争優位にあるが、以下くり返さない）。A国の衣類W社はその競争優位要素をバックにB国へ進出する。つまり勝ちに行くのである。ここでは進出の形態は当面問題ではない。グリーンフィールド型でもよければ、合併型でもあるいはY社の買収でも構わない。海外進出が全体として（A国に残るW社とB国の

子会社一仮にW社とする一を統合して)競争力が増加し、結果として利益が増加すればよい。

〈1〉A国(投資国)での産業競争力変化の可能性

① 衣類の需要に変化がなく、かつW社のA国内で残った競争要素の生産性に変化がなければ、国内での衣類の供給が減少し、価格は上昇するだろう。その結果競争力が低下する可能性がある。価格が変化しないか低下するには、海外進出に伴う雇用の需要減少に応じて労働者が賃金低下を受入れるか、生産性を改善して今では少なくなった労働力でより多くの供給を確保するか、あるいはB国のW社が本国W社の生産性を上まわっていれば逆輸入するかさらにB国のY社もW社参入によって価格が低下していれば輸入に加わる可能性もあるだろう。生産性が改善する場合を除けば、W社の競争優位も部分的に小さくなり優位を享受できる期間も輸入しだいで短縮する可能性がある。W社の労働者が雇用を失うかあるいは低い賃金の受入れによって有効需要はその分小さくなるが、それが無視できない(衣類の)需要減少を伴う場合は、衣類の価格上昇はその分小さくなるであろう。

衣類の需要に変化がなく、他方でW社がA国内で残った競争要素の生産性を改善し、海外進出に伴う競争要素の減少を埋め合わせるほどになれば、雇用を減少する必要がなくなるだろう。また衣類価格の上昇を抑えたりかえって価格低下をもたらし、W社は競争優位を拡大し、優位期間を延長できる可能性すらあるだろう。

② A国の競争劣位産業のX社はどのような影響を受けるであろうか。W社の海外進出によって雇用が減少する場合あるいは賃金低下はX社製品の自動車需要を減少させるであろう。またX社へ雇用を求める求職者が増加し、賃金が下方圧力を受けるであろう。W社が低い賃金でこれまでどおりの雇用を続ける場合でも同様の圧力が働くであろう。X社の賃金水準も下がるようなことがあれば自動車需要はいつそう減少する可能性がある。それは賃金水準が低下してもX社は雇用を増やそうとしない可能性をたかめるだろう。つまり優位産業W社の海外進出は、A国に残る部分で生産性改善を伴わない場合

は競争劣位産業の生産・雇用に対してマイナスの効果をあたえる可能性がある。

まとめれば、W社の海外進出が及ぼす自社の競争力効果は、当たり前のことだが、A国に残るW（W-W'）社が競争要素の生産性を高めることができるかどうかで大きく変わってくる。高めることができなければ、競争力は現状維持かあるいは低下する可能性がある。高めることができれば、競争力を維持するかあるいは強化する可能性が高い。A国の競争劣位産業X社もW社の影響を被る。W社が生産性を高めれば、影響を受けないかあるいはプラスの効果を受ける可能性もあるが、高めることができなければ、需要減少を通じて負の競争力効果を受ける可能性がある。

〈2〉B国（投資先国）の産業競争力変化の可能性

ではB国（投資先国）の産業競争力はどのように変化するのであろうか。ちょっと考えただけでも、可能性は多様に過ぎるようである。優位要素、劣位要素の内容次第でもあれば、W社の意図や劣位産業のY社の対応能力、さらにはB国政府の政策や実行力等によって様々な変化がありうる。その意味で原理的で抽象的な分析の意味は小さいであろう。そこでB国にとってプラスになる場合とマイナスになる場合に分けて大まかに考察してみよう。

① B国のY社がW社の参入によって、自社の生産性を高め、生産・雇用を増加させる可能性がある場合はどのような場合であろうか。

都合のよいケースを考えてみる。W社は衣類製造の優れた技術や世界市場で確立したブランド等を持っているが、A国では労働力が稀少要素であるために賃金が相対的に高いために競争力に弱点を抱えている（高価格帯衣類以外では必ずしも競争優位は万全ではない）。B国のY社では、労働力が豊富であるために賃金が相対的に安いにもかかわらず、技術力、ブランド力では劣っているために廉価衣類では競争力はあるが、高価格帯衣類ではW社に歯が立たない。ここでは競争優位産業が勝ちに行くケースであるから、W社の進出市場は高価格帯衣料分野である。

仮定によりB国でも完全雇用なので、W社が新規にW'社を稼働させるに

は労働力をY社もしくはおよび異業種のZ社から引き抜く必要がある。それはまちがいに賃金引き上げを余儀なくさせるであろう。高賃金による引き抜きが大量の場合は、Y社の存続を不可能にするかもしれないし、Z社の競争力までも割きかねない。しかも賃金上昇はW社の進出目標を自ら傷つけることにもなる。こうした事態を避けようとするなら、一番確実な方法はW社がY社を完全買収してW'社=Y社として置き換えるしかない。これであればY社の労働力をW社の高い技術と合体させ、新たな競争優位を創り出し、生産・雇用を増加させることができそうである。

こうした方法が簡単にY社に受け容れられるかどうかあるいはB国政府や世情世論が容認するかどうか怪しいことはもちろんである。セカンドベストはW社がY社に出資し、技術やブランドを供給して代わりY社の労働力を使用したり、あるいは両社で合弁会社を立ちあげ、そこにY社の労働力を移しW社の技術やブランドと合体させることであろう。いずれにせよW社とY社の納得づくの合理的な方途である必要がある。賢明な政府であれば、それらを推進する政策をおそらくとるであろう。

② B国のY社がW社の参入によって、自社の生産性を高めることができない可能性のあるケースは多い。W社が力づくで進出する場合や投資額がY社の規模に隔絶して大きいような場合、Y社が擁する競争優位要素をW社が容易に手に入れることができるような場合は、Y社は存続自体が不可能になるかもしれない。B国の政策や世論が、それらに抗しなければ、Y社はW社の持つ競争優位要素を利用できないままに終わる可能性が高い。

③ W'社はB国の競争優位産業Z社にも2方向から影響を及ぼす。一つは賃金上昇圧力である。すでに述べたように完全雇用前提であるから、W'社の参入は労働需要を増加し、賃金水準引上げ圧力となる。その圧力の強さもそれへの対処の仕方も多様であるから、一概に圧力がただちに賃金コストを引上げる結果になるかどうかは分からない。前述のようにW'がY社に取って代わるような進出であれば、新規労働需要はないかもしれないし、それどころか過剰人員が出る可能性だってある。またそうでない場合であっても、Z

社が手をこまねいていれば、賃金コストは上昇するであろうが、もともと競争優位企業なので、生産技術改善によって賃金コスト上昇を吸収してしまうかもしれない。

もう一つの影響は、W'社の経営が順調に進むことが前提だが、賃金と経営者報酬が増加することによるZ社への需要（自動車需要）が増加する可能性である。Y社がW'社によって打撃を受け、賃金と経営者報酬が減少をする場合にはそれを差し引きする必要がある可能性もある。

(2) 競争劣位産業が海外直接投資するケース

図2は、前図と同様である。 **図2 競争劣位産業が海外直接投資するケース**

ここでの競争劣位は、絶対的劣位であって、比較劣位ではない。つまりA国の自動車産業X社はB国の自動車産業Z社に対

	競争優位産業	競争劣位産業
A国	衣類 W社	自動車 X社
B国	自動車 Z社	衣類 Y社

してこれまでのところ競争上劣位にあることを指すだけである（同じくB国の衣類産業Y社は、A国の衣類産業W社に対して競争劣位にある。以下、A国についてのみ述べる）。X社がB国に進出する意図は、進出する余力（資金、人員など）がありかつ自国にとどまる限り競争劣位を覆せないと判断したからである。Z社の擁する優位要素が同社固有のものであれば、Z社の買収、合併などが必要であり、そうではなくB国の販売市場あるいは要素市場にあるのであればZ社に関わりなくX'社を新規設立することも可能である。

〈1〉A国（投資国）での産業競争力変化の可能性

① もともと競争劣位産業X社には自動車の価格決定力が弱く、B国Z社にあった可能性が高い（Z社の方が安い）。競争優位のケースとは異なり、X社の海外進出によって国内での自動車供給が減少しても価格は輸入増でうめられるので価格は上がらない。実際にはX社の雇用その他が減少するために自動車需要も減少するのでさらにその分価格は抑えられるであろう。競争優位の場合とは異なり、労働者が賃金低下を受入れてこれまでどおりの供給を

維持するといったことも困難かもしれない。X'社（進出が成功裏に進んだと仮定して）あるいはB国のZ社から自動車を輸入の増加が待っている可能性があるからである。

ここで可能性は大きく2つに分かれる。1つはA国内に残ったX社が、海外進出を利用して生産性を上昇させることができた場合である。つまりケースは様々だがZ社の擁している優位要素をX'社を通じて取り込むことに成功しX社の生産性を改善できた場合である。こうした生産性の上昇が競争劣位を覆すものになるかどうかは可能性の領域だが、覆すことができればそれは最も幸運なケースである。この場合は競争劣位は何らかの改善が施され、A国の自動車産業構造に改善がみられるといえる。

他方、X社がX'社からの逆輸入によって供給を代替する以外対処の方法がないような場合もあり得る。この場合、Z社に加えて子会社X'社までが競争優位者として現れるので、X社が競争を維持することが難しくなる可能性もある。これはある意味ではX社自身が海外進出によって自ら競争劣位産業を消し去ったことを示唆している。いずれの場合でもA国では結果として競争劣位産業を小さくするか消し去るかあるいは競争劣位を改善するかの結果を待たせよう。

② A国の競争優位産業衣類のW社はどのような影響を受けるであろうか。X社の海外進出で雇用が減少する場合は、W社へ雇用を求める求職者が増加し、賃金が下方圧力を受けるであろう。需要についていえば、完全雇用の前提からこれまでの他部門雇用者の衣類需要が自部門雇用者の衣類需要に変わるだけなので賃金低下分のみ需要が減少し、衣類価格も低下するであろう。X社が海外進出によって幸運にも競争劣位を克服し雇用と生産が回復するといった幸運なケースを除けば、X社の海外進出は衣類需要を下押しするであろう。このことはA国の競争優位産業であるW社が劣位企業の海外進出の負の影響を受け取ることを意味しており、その優位をさらに押し高めるような競争力改善の必要を示唆している。

〈2〉B国（投資先国）での産業競争力変化の可能性

ではB国の産業競争力はどのように変化するのであろうか。もともと競争劣位にあるX'社が持ち込める優位要素は少ない。その点では競争優位のケースとは大きく異なっている。進出の成功確率も低いかもしれない。しかしそれでもX'がB国で発揮できる優位要素の内容や、競争優位産業Z社が享受している優位要素や抱え込んでいる劣位要素次第でX'社の成功確率は高まるであろうし、したがってB国の産業が受け取る競争力変化の可能性も異なるだろう。

① B国のZ社がX社の参入によって、自社の競争力を生産性を高め、生産・雇用を増加させる可能性がある場合はどのような場合であろうか。

都合のよいケースを置いてみよう。X社は優れた自動車製造技術や世界市場で確立したブランド等を持っているが、A国では労働力が稀少要素であるために賃金が相対的に高く、大量生産車部門では競争劣位である。この部門で負けないためにるのである。Z社はこの部門では競争優位である（高価格車部門では競争劣位である）としよう。仮定によりB国でも完全雇用なので、X'社が稼働するには労働力をZ社もしくはおおよび異業種のY社から引き抜く必要がある。それは賃金上昇を招くであろう。それを避けようとするなら、一番確実な方法はX社がZ社を完全買収したり、合併会社を設立してZ社の労働力を取り込む方法であろう。この方法では賃金上昇圧力を抑制しながら、Z社の労働力をX社の高い技術と合体させ、新たな競争優位を創り出すことができる可能性がある。そうすれば生産性は上昇するので自動車の価格を下げることができ、生産量を増やすこともできるであろう。ケースによれば雇用を増加させることができそうである。ポイントは、X社にとってはもともと競争劣位の低価格車分野で新たに競争優位を創り出すことだが、Z社にとっては劣位要素である技術力やブランド力をX社を受け容れることによって補填することである。いわばwin-winの関係が築ける場合だけ、それぞれが競争力を高め雇用と生産を増やせる可能性が開ける。この都合のよいケースはX社が上に述べたことができる資力・人材を擁しているという仮

定によっているが、恣意性に富んだ仮定である。

② 逆にB国のZ社がX社の参入によって、自社の生産性を高めることができなないのはどのような場合であろうか。仮定のようにZ社の競争優位が自社固有の優位要素によるものではなく、B国の要素賦存に左右される要因の場合であれば、X社は容易にそれを利用できる。他方では完全雇用を仮定しているので、X社の参入が賃金上昇をもたらし、Z社の優位要素を台無しにする可能性がある。つまり競争劣位産業であれ、その進出が競争優位産業の優位を掘り崩すこともありうる。そしてこの仮定ではZ社の優位それ自体がB国の要素賦存に依存したにもすぎないので容易に蚕食されるのである。つまりB国の競争優位産業といえども、その優位要素が容易にX社に利用できるもの（要素賦存的要因など）であれば競争優位は簡単に覆される可能性があることを示唆している。

③ X社はB国の競争劣位産業Y社にも影響を及ぼすであろう。完全雇用前提であるから、X社の参入は労働需要を増加し、異部門であるY社の賃金水準引上げ圧力となる。また前述のようにXがZ社を買収するケースであれば、新規労働需要はないかもしれないし、それどころか過剰人員が出る可能性だってある。もともとY社は競争劣位企業なので、賃金コスト上昇を吸収できないと競争劣位が一層大きくなる可能性もある。他方、賃金（と経営者報酬）所得増加によるY社への異部門需要（衣類需要）が増加する可能性もあるが、その需要増加を受け取るのは劣位性を増したY社ではなくA国の競争優位企業W社である可能性が高い。つまりY社製よりも安いW社製の輸入品である可能性も高い。つまり投資先国の競争優位産業への外資進出が競争劣位産業の経営に打撃を与える可能性があるであろう。

5 まとめと政策の必要性

① 競争優位産業の対外直接投資は、くり返していえば、優位要素をベースに勝ちに行くわけで、成功の可能性は高いだろう。資本が生まれながらのコスモポリタンであることを十全に発揮するのはこのケースである。会社が海

外に勝ちに行くだけであれば、競争優位企業が部分的に欠け落ち、海外に新たに優位企業（W）が育ち、優位期間が短縮する可能性が高いだけでなく、他の産業（仮定では競争劣位企業）の製品需要を減らし、賃金低下圧力を強めるだけである。労働者が海外進出に深い疑いを持ったり反対するのは、それを本能的に知っているからである。

本社が新たに雇用機会を創り出すのに成功する場合はこの限りではない。それは生産性を改善する場合もあれば文字通り新製品開発による場合もあるであろう。この場合に限って投資国は産業競争力を向上させ、産業構造を一段と高度化したといえるだろう。つまり競争優位企業の海外進出は投資国の産業競争力向上のプロセスを伴わない限り、いずれ投資国の競争力を衰退に導く可能性がある。このプロセスが自由競争の自律的運動で展開できるという保証は何もない。たいていの場合はここで賢明な政府なり政策の登場が期待されるのである。しかし大規模な勝ちに行く対外投資がくり返される場合、政府なり政策なりがそれに対応できるという保証もないのが普通であろう。

② 競争優位産業が勝ちに来た場合、投資先国のライバル企業（競争劣位企業）がとれる対応は多くはない。勝ちに来た企業を受入れてその優位要素を活用して自らの競争劣位を補整したり優位要素に磨きをかけて将来の優位奪取に賭けるか、受入を拒否して専ら自らの競争優位部門を強化するかぐらいであろう。他の産業（ここでは競争優位産業）は賃金上昇圧力は受けるが他方で製品需要も増加するので利益機会が増える可能性がある。

投資先国政府なり政策の活躍機会が多い。投資国の場合と対照的である。勝ちに来る競争優位企業をコントロールできるのは政府・政策だけだからである。規制政策も可能である。それはナショナリスティックな世論に歓迎されるが、自国への優位要素の移転を拒否し、独力では時間のかかりすぎる新産業構築を遅延させることを意味する。そのように現在では理解されるようになってきている。競争優位企業（いわゆる外資）が進出しようとする産業が将来性が高いと認識されるほど、彼我の技術開発力等を勘案した外資誘導政策

が一般的にならざるを得ない。それはきわめて短い最新の歴史の教訓である。

③ 「負けなために行く」、これが競争劣位産業の海外進出である。海外進出が功を奏して競争劣位を改善できたり劣位をひっくり返したりといった幸運なケースから、やむなく本社工場は姿を消し海外進出先からの逆輸入に終わるケースまでありうる。いずれのケースでも、冷徹な目で見れば、投資国の競争劣位産業は改善されている（なくなっている）のが特徴である。他の産業（ここでは競争優位産業）は、幸運なケースを除けば海外進出の負の影響を受けるので優位要素を活かして競争力を強化し、産業構造を一層強化することが必要になる。

政府や政策の課題が「新産業創出」、「産業構造高度化」などにあるとすれば、競争劣位産業の海外進出を叱咤激励することは理に適っているといえよう。結果は企業責任に帰して、政府、政策としては自由貿易よりも速く競争劣位産業を淘汰できるからである。ただこうした政策が長期にわたって投資国の国民の支持を保てるかどうかは別問題である。

④ 投資先国の優位産業が海外劣位産業の進出から受け取る競争力効果は優位要素次第である。優位要素が進出企業にも利用できるものであれば、容易に競争優位を崩され産業競争力に傷がつく可能性がある。他産業（ここでは競争劣位産業）は参入による賃金上昇圧力を受けるだけで需要増加を享受できない可能性がある。

政府や政策の役割は進出を受ける産業が競争優位産業なので②のばあいよりも小さく見えるかもしれないが、けっしてそうではない。優位要素が要素賦存的であれば（低賃金のように）、自国企業の交渉力はけっして強くない。優位要素を要素賦存から企業独自要素に高度化する必要もある。また低賃金を当てにした進出それ自体を規制しないと産業高度化など遠い目標になってしまうであろう。ここでも自国の産業競争力目標に沿った誘導政策が不可欠になるであろう。