

東欧経済改革と外資の役割

田中 信世 *Nobuyo Tanaka*

(財)国際貿易投資研究所 研究主幹

EU加盟候補国第1グループを構成する中・東欧5カ国(ハンガリー、チェコ、ポーランド、スロベニア、エストニア)への外国直接投資の流入額は、98年に前年比34.1%(約30億ドル)増の118億ドルと過去数年間で最大の増加を記録した。同地域への外国直接投資は、その後も99年に前年比17.8%増の139億ドル、2000年同12.9%増の157億ドルと大幅な伸びを示している。国別ではポーランドの受け入れが最も多く、2000年には5カ国全体の60%近くがポーランドの受け入れである。

中・東欧諸国に対する外国直接投資は近年では業種が多様化し、従来の製造業に加えて、通信や金融などサービス分野への投資が拡大してきている。特に通信などの分野での外国企業による旧国営企業の買収が最近の中・東欧諸国への外国直接投資急増の一因となっている。こうした傾向は、特にポーランドで顕著に見られるが、ポーランドを含めて、製造業への外国直接投資は依然として大きく、中・東欧諸国の経済・産業に大きな影響を与えている。

外国直接投資が中・東欧諸国の経済や産業にどのような影響を与えたのかについては、ウィーン比較経済研究所が同研究所の月報(No.268、August 2000)の中で、中・東欧5カ国を対象に分析した興味深い報告を公表している。

同報告を参考に、本稿では経済改革で先行しているハンガリー、チェコ、ポーランドの中欧

3カ国をとりあげ、これら諸国の産業構造と外資系企業進出との関係、外資系企業と地場企業の生産性格差、輸出における外資系企業の役割などを概観する。

産業構造の転換促した外資

ハンガリー、チェコ、ポーランドの3カ国の産業と外資との関係を見ると、外資系企業の浸透度や産業への影響は国によって大きく異なる。外資系企業の浸透度はハンガリーにおいて最も大きく、産業構造の転換に大きな役割を果たした。チェコでは外資系企業が集中的に進出している産業があるものの、全体として見るとその浸透度は低く、外資のプレゼンスは概して小さい。ポーランドは両国の中間的な位置付けにあるというのが全体的な姿となっている。

【ハンガリー】

ハンガリーでは、産業の売上高に占める外資系企業の売り上げ比率は平均で70%と極めて高い。外資系企業の売り上げ比率が最も低い産業である「家具および生産機械・設備」でも30%と他国の平均に近い比率となっており、ハンガリーにおける外資系企業のプレゼンスが際立って大きいことを物語っている。

産業の売り上げに占める外資系企業の売り上げ比率が70%以上と高いシェアを有する産業は、タバコ、製紙、コークス・石油、化学品、その他非鉄鉱物、事務機器、電機、ラジオ・テ

レビ組み立ておよび自動車産業であり、これら産業においては地場企業の売り上げはほとんど無視できる程度のもとなっている。

一方、中程度の外資系企業進出産業（外資系企業の売り上げ比率50～70%）においては、外資系企業と地場企業がほぼ同等のシェアを有しているものが多い。これらは、食品、繊維、皮革、ゴム・プラスチック、生産機械・設備産業であり、これら産業も大半は後述の外資系企業のシェアが低い産業部門と同様、衰退的、かつ、知識集約度の比較的低い産業である。

地場企業によって生産の大半が行われている産業（外資系企業による売り上げ比率50%以下）は、衣料アパレル、木材、出版・印刷、基礎金属、加工金属、医療器具、その他輸送機器、家具、生産機械・設備などであるが、これら軽工業と金属業はハンガリーの国内市場でも国外市場でも展望が乏しい衰退産業であり、外資から敬遠されている。

一方、ハンガリーの製造業売上高においては、食品産業のシェアが最も大きく、製造業全体の売上高の19.1%（外資系企業の売上高の15.2%）を占めている。次いで売上高の大きいのは自動車産業であり、自動車産業の売上高は製造業全体の13.4%（外資系企業の売上高の18.5%）となっている。両産業を比較すると、食品産業の売上高シェアが製造業全体でも外資系企業でも減少した半面、自動車産業のシェアは伸びている。そのほか、外資系企業の売上高シェアが自動車産業以上に高まった産業としては事務機器、ラジオ・テレビ組み立てなどが挙げられる。

こうしたハンガリー産業の売り上げと外資系企業の売り上げ比率の動向は、ハンガリーではより知識集約度の高い産業に向けて急激な転換

が進みつつあり、こうした転換に外資が大きな役割を果たしていることを示している。

【チェコ】

チェコにおいては、産業の売上高に占める外資系企業の売上高の比率は平均で31.5%と3カ国中最も低い。

同比率が50%以上を占めているのは、タバコ、自動車、ラジオ・テレビ組み立ての3つの産業である。このうち、タバコと自動車産業は外資系企業による売上高が全体の80%以上を占め、外資系企業が独占的な地位を占めている。自動車産業における外資系企業の売上高の比率が高いのは、フォルクスワーゲン（VW）のシュコダ買収によるものであり、VWのシュコダ買収を契機に、多くの外国部品供給業者による企業買収やグリーンフィールド投資が続いた。

チェコにおいては、そのほかに電機、非金属鉱物、ゴム・プラスチックなど6つの産業で、98年に外資系企業の売上高比率が製造業平均（31.5%）を上回った。しかし、それ以外の産業では地場産業が依然として過半数を占めている。とくに、その他の輸送機器、コークス・原油、基礎金属、皮革などの産業においては、外資系企業は売上高の10%以下と極めて低いシェアしか有していない。

このようにチェコでは外国資本の大部分は2、3の産業に集中しており、経済の大部分は民営化によって出現した地場企業によって占められている。チェコにおいては、民営化後の企業のリストラが進まないことが課題とされているが、こうした外資の浸透度の低さ、外資進出の特定産業への偏りが、リストラの進まない大きな要因となっているものと見られる（季報NO.30参照）。

【ポーランド】

ポーランドにおいては、98年の製造業売上高の約40%が外資系企業によるものであった。

ポーランドの場合も、外資系企業の売り上げ比率は産業によって著しい格差が見られる。高い比率（ハンガリーと同様70%以上）を示しているのは製紙産業、タバコ産業、自動車、およびラジオ・テレビ組み立ての分野である。ハンガリーと比較した場合の主な相違は、民営化政策の違いから、コークス・石油部門に外資の進出が見られないことと、ポーランドの天然資源の優位性を象徴して木材産業で外資の進出が目立っていることである。

ポーランドで外資系企業の売上高比率が50～60%を示したのは、生産機械・設備、ゴム・プラスチック、出版・印刷、および電機産業である。これらの産業分野では、ほとんどの場合、外資系企業が高い生産性と収益性を示している。外資系企業の売り上げ比率が30～45%の産業グループ（食品産業を含む）では、外資系企業の実績や収益性は地場企業を大きく引き離している。例えば食品産業の場合、地場産業の収益率はほとんどゼロに等しいとされているのに対して、外資系企業では比較的高い収益を確保しているといわれており、外資系企業が収益性で優位に立つ典型的な例となっている。

高い外資系企業の実績

外資系企業の実績生産性（従業員1人当たりの売上高）は平均して地場企業の2倍である。外資系企業と地場企業の実績格差は、94～98年に各国の状況に大きな変化が見られた。

ハンガリーにおいては、96年まで外資系企業と地場企業間の格差は急速に拡大した。体制転換後の第2回目の景気後退が終わった96

年以降は地場企業の実績も回復したことから、この格差の拡大は沈静化した。98年の外資系企業の実績は地場企業の2.9倍と高止まりした状況が続いている。こうした極端に大きいハンガリーの実績格差は、活況を呈する外国セクターと沈滞する国内セクター間の二重性を示している。

ポーランドでは、94～98年の間、外資系企業と地場企業の実績格差は1.5倍から1.9倍へと拡大した。また、チェコの95～98年における1.9倍という安定した格差は同国の特徴として挙げられる。現在では、チェコとポーランドにおける外資系企業と地場企業の実績格差は極めて類似した数字となっている。

このように現状ではハンガリーを筆頭に、チェコ、ポーランドとも、外資系企業と地場企業の間には大きな実績格差が見られるが、地場企業において進行中の学習プロセスによって、この格差は今後徐々に縮小していくことになるものと期待されている。

外資系企業の実績パフォーマンス

外資系企業は売り上げに占める輸出比率が高く、しかもその比率は上昇しつつある。外資系企業の実績パフォーマンスは外資系企業が地場企業以上に輸出志向型であることを示している。

ハンガリーにおいては、外資系企業による輸出は製造業輸出の実に86%を占めている。また、地場企業と外資系企業の実績比率（輸出/総売上高）の格差も拡大してきている。94年と98年における地場企業の実績比率は両年とも22%であったが、外資系企業の場合は37%から56%へと上昇した。外資系企業の実績へのシフトは、より一層輸出型で、組み立て型の

グリーンフィールド投資企業が生産を開始した最近数年間に加速した。地場企業の輸出は93年、98年とも24億ドルであったが、外資系企業の輸出は同期間に58億ドルから146億に増加した。

98年におけるチェコの総輸出に占める外資系企業の輸出シェアは、ハンガリーの約半分の47%であった。しかし、外資系企業の輸出シェアが94年にはわずか16%であったことからすると、その増加は極めて顕著であるといえよう。また、輸出比率における外資系企業の地場企業に対する優位も急速に高まってきた。94年には、外資系企業の輸出比率は地場企業のわずか1.3倍であったが、98年には1.9倍となった。

ポーランドでは、過去4年間の急速な外資系企業の輸出増大の結果、98年においては輸出売上高の半分以上が外資系企業によって占められた。しかし、94年に1.6倍であった外資系企業の地場企業に対する輸出比率の優位にはその後大きな変化は見られない。これは、ポーランドの場合、国内市場規模の大きさと90年代半ばにおける国内需要の急激な増大を反映して、外資系企業と地場企業の双方とも他国以上に国内市場志向型であることによるものと思われる。

表1 外資系企業の売り上げ比率が大きい中欧3カ国の産業 (単位：%)

チェコ	1994年	1998年
タバコ	-	94.6
自動車	60.0	82.1
ゴム・プラスチック	37.2	45.2
非金属	23.7	44.5
電機	13.2	48.1
ラジオ、テレビ	(4.8)	57.8
その他製造業	3.3	38.3
製造業計	12.5	31.5
ハンガリー	1994年	1998年
石炭、石油	99.6	100.0
タバコ	99.5	95.7
電機	78.4	79.9
自動車	72.0	96.9
その他輸送機器	70.0	48.6
ラジオ、テレビ	61.0	82.8
化学品	(53.7)	83.6
製造業計	55.4	70.0
ポーランド	1994年	1998年
紙・紙製品	86.9	96.7
タバコ	8.4	95.3
自動車	49.9	89.9
ラジオ、テレビ	52.4	81.5
その他製造業	46.0	60.4
ゴム・プラスチック	26.7	56.7
製造業計	17.4	40.6

(注) カッコ内の数字は推定。

(出所) ウィーン比較経済研究所月報(No.268, August 2000)

表2 中欧3カ国の従業員1人当たり売上高

(単位：%)

	93年	94年	95年	96年	97年	98年	98年/94年
チェコ	209.1	186.3	190.5	193.7	188.8	189.0	101
ハンガリー	151.4	209.0	259.9	281.8	278.9	286.7	137
ポーランド	158.7	154.5	156.9	185.1	184.5	194.4	126

(注) 外資系企業の地場企業に対する比率。

(出所) 表1と同じ。

表3 中欧3カ国の製造業輸出に占める外資系企業のシェア

(単位：%)

	93年	94年	95年	96年	97年	98年	98年/94年
チェコ	14.9	15.9	-	-	41.9	47.0	296
ハンガリー	52.2	65.5	68.3	73.9	83.3	85.9	131
ポーランド	36.1	26.3	33.9	40.5	45.1	52.4	199

(出所) 表1と同じ。