

韓国企業の本コン地域戦略 ーベトナムを中心にー

百本 和弘 *Kazuhiro Momomoto*

(一財)国際貿易投資研究所 客員研究員
日本貿易振興機構 海外調査部

要約

韓国企業は従来、中国を中心にグローバル生産拠点を構築していた。しかし、中国の生産コスト上昇を受け、生産拠点を ASEAN にシフトさせる動きが顕在化している。ASEAN の中でも特に直接投資が集中しているのがベトナムである。ベトナムは安定した政治・社会、優秀で安価な人材、韓国・中国からの近接性といった点が生産拠点としての魅力になっている。また、今後の所得水準向上を見越した消費市場狙いのベトナム進出も顕在化している。本コン地域諸国の中ではベトナムに次いで、ミャンマー、カンボジアにも韓国企業の進出が進んでいる。ただし、直接投資額をみると、ミャンマーは資源開発、カンボジアは建設・不動産に直接投資が偏在しており、進出企業の集積度はベトナムに比べ格差が大きい。

1. はじめに

近年、韓国企業は中国に代わる生産拠点として、将来の消費市場として、本コン地域諸国への関心を高めている。本稿では韓国の対外直接投資統計と韓国企業の進出事例を中心

に、その概況を明らかにする。具体的には、まず、韓国の対 ASEAN 直接投資と対中直接投資の比較を行う。ついで、「ポスト・チャイナ」として最も関心を集めているベトナムについて点検する。さらに、その他の本コン地域諸国からミャンマー、カン

ボジアにおける韓国企業の進出状況を概観する。

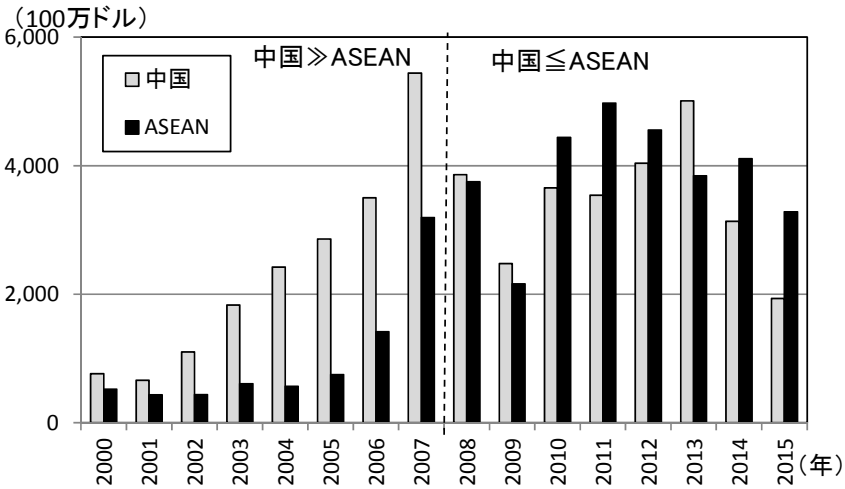
2. 韓国の対 ASEAN 直接投資の推移

韓国の対 ASEAN 直接投資は 2005 年まで 10 億ドル未満の水準で推移してきたが、2006 年以降急増し、2010 年以降は 40 億ドル前後の水準で推移している（図 1）。対 ASEAN 直接投資と対中直接投資を比較すると、2007～08 年を境に状況が変化している。2007 年までは対中直接投資が対 ASEAN 直接投資を大幅に上回

っていた。しかし、2008 年以降は対中直接投資が伸び悩む一方、対 ASEAN 直接投資が引き続き増加したため、対 ASEAN 直接投資が対中直接投資と同等かそれを上回る水準となっている（ただし、サムスン電子の西安・半導体工場建設という大型投資によって対中直接投資が一時的に増加した 2013 年を除く）。

以上の動きは、中国の生産コスト上昇に起因するところが大きい。1992 年の韓中国交樹立を機に立ち上がった韓国の対中直接投資は、かつては豊富で低廉な労働力を活用す

図 1 韓国の対中・対 ASEAN 直接投資の推移（実行ベース）



注：2015 年は 1～9 月計。

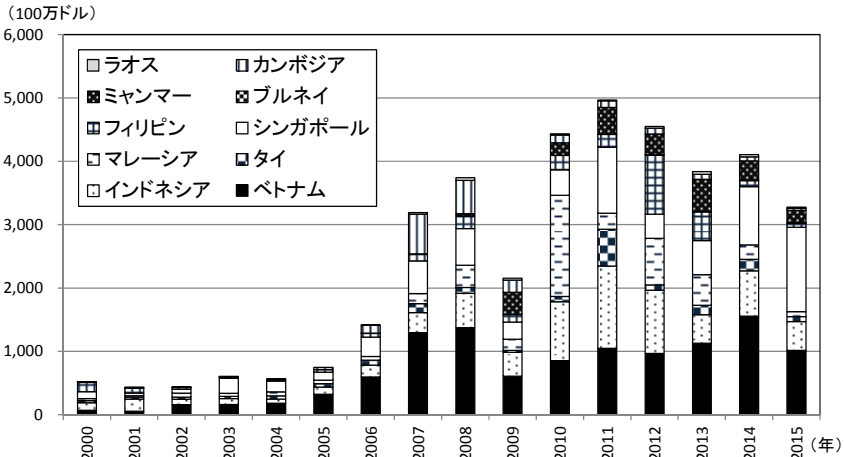
資料：韓国輸出入銀行データベース

る生産拠点の構築としての性格が強かった。1990年代半ばはアパレルなど労働集約型中小企業が大量として進出し、2000年代に入ると大企業による大規模生産拠点の建設が相次ぎ、直接投資が増加していった。しかし、2000年代半ばを過ぎると、状況が変わってきた。その象徴が2007年末から2008年春に韓国メディアをにぎわせた在中韓国系企業の相次ぐ撤退である。現地の韓国系中小企業が経営難に陥り、法人清算など正式な手続きを経ずに中国から撤退する事例が頻発し、問題になった。その一方

で、2008年以降、中国に代わって生産目的の直接投資が相次いだのがASEAN諸国であった。

対ASEAN直接投資を国別で見ると、特にベトナムが多いのが特徴である。対中・対ASEAN直接投資の局面が変わった2008年以降をみると、毎年、対ASEAN直接投資の2～4割がベトナムに集中している(図2)。ちなみに、ベトナムに次いで、直接投資が比較的にコンスタントに多いのがインドネシア、シンガポールである。ただし、2015年9月までの対外直接投資累計額ベースでみ

図2 韓国の対ASEAN国別直接投資の推移(実行ベース)



注：2015年は1～9月合計。
資料：韓国輸出入銀行データベース

ると、韓国の対ベトナム直接投資は122億ドルと、対ASEAN直接投資全体(436億ドル)の23.9%を占めており、インドネシア(シェア17.1%)、シンガポール(14.7%)などに水を空けている。

ところで、ASEAN各国における韓国企業の進出状況を日本企業と比較すると、両者の傾向はかなり異なっている。それをみるために、両国の直接投資残高、進出企業数、長期滞在者数を国別に整理した(表1)。

直接投資残高(韓国は直接投資累計額)を比較すると、日本はタイ、シンガポール、インドネシアの順で、ベトナムは5番目にとどまっている。半面、韓国はタイが7番目と下位にとどまる一方で、ベトナムが最も多くなっている。これは両国企業のASEAN進出の時期の違いに起因するものである。日本企業は1960~70年代以降、ASEANに積極的に進出した。現地市場獲得狙いの比較的小規模な生産拠点、さらに海外市場を念頭に置いた低コスト生産拠点といった位置付けによるもので、自動車などでは特にタイへの集積が目立った。一方、ASEAN進出が日本企業

に比べ大きく遅れた韓国企業の場合、タイはすでに賃金など生産コストが上昇しており、生産拠点を構築するメリットが小さかった。また、タイ国内市場もすでに日本ブランドが市場地位を築いていた。そのため、生産目的の進出は賃金水準がタイや中国を下回る国、販売目的の進出でも日本企業が先行する国を回避し、現在は市場規模が小さいものの今後の消費市場の立ち上がり期待される国を選好した。その結果、韓国企業はベトナムに集中することになった。

この傾向は長期滞在者数をもみても同様である。タイ、シンガポール、マレーシアといったASEAN諸国の中で相対的に所得水準の高い国では日本人長期滞在者の数が韓国人長期滞在者を大きく上回っており、特にタイでは日本人の数が韓国人の3.6倍に達している。逆に相対的に所得水準の低いベトナム、インドネシア、フィリピン、カンボジアなどでは韓国人長期滞在者の数が日本人長期滞在者を上回っている。特にベトナムは韓国人が10万人超と日本人の8倍以上に達しており、その差は歴然としている。

表1 ASEAN各国における日韓の直接投資残高、進出企業数、長期滞在者数の比較

国名(注1)	直接投資残高(注2)		現地進出企業数(注2)		留学生を除く長期滞在者数	
	韓国	日本	韓国	日本	韓国人	日本人
単位	100万ドル		社	拠点	人	
時点	2015年 9月末	2014年末	2015年 9月末	2014年 10月1日	2014年 12月31日	2014年 10月1日
備考(注3)	①		②	③		④
資料	⑤	⑥	⑤	⑦	⑧	⑦
ベトナム	12,163	12,011	3,611	1,452	108,028	12,720
インドネシア	8,733	23,630	1,798	1,766	38,711	16,595
シンガポール	7,506	45,639	658	779	14,299	32,521
マレーシア	4,841	13,706	709	1,347	9,766	19,944
フィリピン	3,263	11,164	1,479	1,521	81,038	13,276
ミャンマー	2,419	n.a.	206	259	3,018	1,249
タイ	2,267	52,337	839	1,641	16,573	60,142
カンボジア	2,063	n.a.	789	182	8,379	2,064
ラオス	302	n.a.	109	114	1,849	610
ブルネイ	11	n.a.	19	10	154	131
参考:中国	50,947	104,355	24,612	32,667	305,657	121,214

注1: 国名の順序は韓国の直接投資残高(注3のように正確には実行ベースの直接投資累計額)の多い順による。

注2: 日韓の直接投資残高、現地進出企業数は定義が異なるため、両国の比較はできない。

注3: 備考は、①直接投資(実行ベース)累計額、②新規設立現地法人数の累計(支店、連絡事務所は含まない)、③拠点数(現地法人の拠点、支店・連絡事務所などを含む)、④長期滞在外から「留学生・研究者・教師(本人+家族)」を除いた人数。

資料: 資料名は、⑤韓国輸出入銀行データベース、⑥「本邦対外資産負債残高統計」(財務省、日本銀行)、「外国為替相場」(日本銀行)よりジェトロ、⑦外務省「海外在留邦人数調査統計」、⑧外交部「在外同胞現況」。

3. 韓国企業のベトナム進出

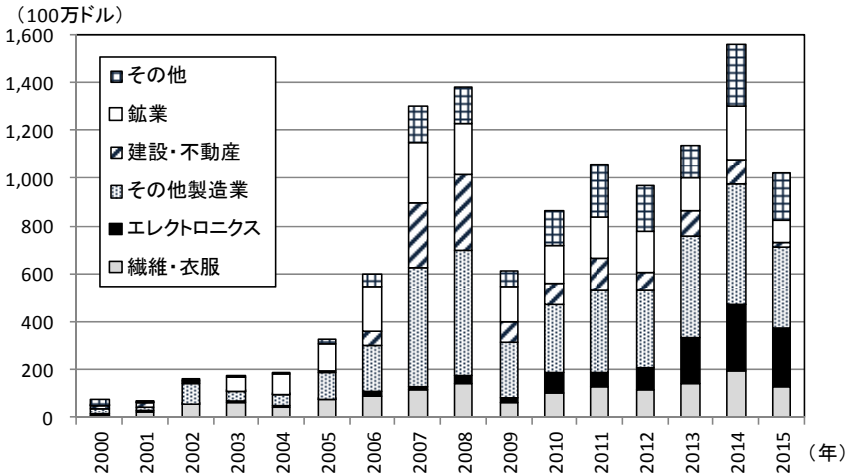
(1) 対ベトナム直接投資の推移

韓国の対ベトナム直接投資は1992年の両国の国交樹立を契機に開始された。当時、韓国では人件費の上昇やウォン高により、繊維・衣服など労働集約型企業が苦境に立たされており、生産拠点を海外に移転

させていた。移転先は韓国から近い山東省をはじめとした中国に集中したが、一部の企業はベトナムにも進出した。その傾向は2003年ぐらいまで続いた。直接投資の主体は繊維・衣服、靴・皮革、電子部品など、労働集約型の中小企業であった。

2000年代半ばになると、非製造業では天然資源確保を狙った鉱業への

図3 韓国の業績別対ベトナム直接投資の推移（実行ベース）



注1: 2015年は1～9月計。

注2: 繊維・衣服は「繊維製品製造業、衣服を除く」「衣服、衣服アクセサリ、および毛皮製品製造業」の合計、エレクトロニクスは「電子部品、コンピュータ、映像、音響、および通信装置製造業」、建設・不動産は「建設業」「不動産業、および賃貸業」の合計をいう。

資料: 韓国輸出入銀行データベース

直接投資や、ベトナム経済の将来性を睨んだ建設・不動産分野での直接投資が活発化した。製造業でも投資分野が多様化し、金属など重厚長大分野での直接投資も見られるようになった。2007年のベトナムの世界貿易機関（WTO）加盟も韓国企業のベトナムへの関心を高めた。その結果、韓国の対ベトナム直接投資は2005年頃から急増し、2008年にピークに達した（図3）。その後、2008

年秋のリーマン・ショックの影響で2009年に急減したが、その後は回復に転じ、2014年は2008年を抜き、過去最高を記録した。

対ベトナム直接投資の回復の過程で重要な要素となったのが中国の生産コスト上昇である。韓国企業としては中国に代わる低コスト生産拠点が必要になり、「ポスト・チャイナ」の本命としてベトナムに直接投資が向かったのである。それを象徴する

のがサムスン電子の動きである。同社はそれまで中国を中心に携帯電話を生産していたが、2009年にベトナム北部で生産を開始して以来、生産の中心を中国からベトナムに段階的に移してきた。本案件は同社のシンガポール法人経由であるため、韓国の対ベトナム直接投資統計には反映されていない。これを考慮に入れた実質的な対ベトナム直接投資額は図3より格段に多いといえよう。

なお、2015年9月時点における韓国の対ベトナム直接投資累計額は投資先国・地域別で米国、中国、香港に次いで第4位、ベトナムにおける設立現地法人累計数は3,600社を超えている。筆者が在ベトナムの関係者に聞いたところでは、在ベトナム韓国系企業の地域分布は3分の2がホーチミンを中心とした南部に、残りがハノイを中心とした北部に所在しており、製造業に限ると、南部は労働集約的な繊維・縫製業が多い一方、北部にはエレクトロニクス、ハイテク型企业が多い。

(2)「ポスト・チャイナ」として の生産拠点の構築

韓国企業の対ベトナム直接投資の目的は大きく、生産拠点構築と現地市場獲得の2つに分けられる。

生産拠点構築目的の直接投資として近年、特に目立った動きがある業種は繊維産業とエレクトロニクス産業である。

繊維産業でのベトナム進出は前述のように両国の国交樹立後から見られたが、2000年代に入ってから一段と進出が進んだ。最近、繊維産業が特に注目されているのは、ベトナムが環太平洋パートナーシップ (TPP) 協定交渉に加わっていたためである。TPP でヤーン・フォワード・ルール^(注1)が適用される繊維製品では、原産地の条件を満たせば米国など TPP 参加国でベトナム生産品の輸入関税が削減されるため、米国等の市場で中国製品に対する巻き返しが期待できる。筆者がかつて聞いた在ベトナム韓国系紡織メーカーは「ベトナムは、人件費は安くても原材料の国内調達に難があるため、関連産業の集積している中国に比べると生産コスト全体で見ると高くなる。しかし、

TPP が発効すれば当社の製品は原産地認定を受けられる。米国向けの輸出増加が最も期待されるが、オーストラリア、ニュージーランドへの輸出増加も期待している」と TPP 発効に高い期待感を示していた。韓国メディアでも同様の報道が見られる。

「聯合ニュース」(2015年11月5日)は韓国側の産業別影響に言及した TPP 協定文公表直後の記事の中で、

「繊維業界は TPP が繊維素材輸出拡大にプラスになるとみている。衣類の最大の消費市場である米国や日本でベトナム産繊維・衣類製品に賦課される高い関税が撤廃されるためである。特にベトナムに工場を有している企業を中心にメリットを期待している」と報じた。経済週刊誌「毎経エコノミー」(2016年1月1日～5日号)は「ハンセ実業、ヤングワン貿易、太平洋物産、ヒョンジ、SG 忠南紡績、一新紡績などがすでに TPP 発効に備え、(ベトナムで)工場増設に動いている」とし、主要な韓国系繊維メーカーが一斉にベトナム生産拠点を拡充していることを伝えた。繊維産業では韓国企業の海外生産化が比較的早い段階から進んでい

るため、ベトナムの TPP 参加によるメリットが期待されているようである。

一方、エレクトロニクス産業の直接投資は 2010 年ごろから増加し、特に、2013 年以降、急増している。エレクトロニクス産業の対ベトナム直接投資増加を最も象徴するのがサムスン電子の携帯電話工場の設立である。同社は 2009 年にベトナム北部のバクニン省で 25 億ドルを投資して携帯電話の生産(第 1 工場)を開始し、ついで、2013 年に近隣のタイグエン省に 20 億ドルを投資して第 2 工場の建設に入った。その結果、ベトナムは中国を上回り、同社の全世界の携帯電話生産の半分以上を担うことになった。大規模生産拠点の立地先としてベトナムが選定されたのは、①中国一極集中のリスクを回避、②人件費が中国よりはるかに安価、③ベトナム政府が税制優遇措置を付与、④部材調達先の韓国、巨大市場の中国から地理的に近い、といった理由によるものとみられている。サムスン電子が携帯電話生産のベトナム・シフトを進めた結果、サムスン・グループの関連企業も相次いでベト

ナムに生産拠点を設けている。例えば、サムスンディスプレイがバクニン省に携帯電話用ディスプレイ・モジュール工場を、サムスン電機がタイグエン省に携帯電話部品工場をそれぞれ建設している。サムスン・グループ企業以外にもイントップス（携帯電話アSEMBリー）、アルコ（アルミニウム製品）などの協力企業もベトナムに進出している。

サムスン電子はさらに 2014 年 10 月にベトナム南部・ホーチミン市に家電生産拠点を建設すると発表した。同社では「新興国をはじめ、世界で拡大する家電製品の中長期需要に合わせるとともに、テレビ事業の世界トップシェアを守るための生産基地として活用する予定」としている。同社では投資金額は 5 億 6,000 万ドルと発表した。韓国メディアによるとこれはテレビ部門の投資額で、エアコン、洗濯機、冷蔵庫などを含めると総額 14 億ドル（メディアによっては 20 億ドル）と報じている。サムスン・グループはベトナムに大型投資をすることで、中国企業に対する価格競争力を維持する方針である。「聯合ニュース」（2015 年 12 月

30 日）は「ベトナムに対するこれら企業（筆者注：サムスン・グループ企業）の総投資規模は計画分を含め 140 億ドルを超える」と報じている。

サムスン電子に次いで LG 電子もベトナム北部・ハイフォン市に家電などの大規模なグローバル生産拠点を建設している。今後、2028 年までに総額 15 億ドルを投資する。これに関連し、「聯合ニュース」（2015 年 3 月 27 日）は「ハイフォンではテレビ、携帯電話、洗濯機、掃除機、エアコン、IVI（車載インフォテインメント）などを生産する。既存の主力製品から次世代の戦略製品まで LG 電子の生産品目の大部分を生産する体制である」「（LG 電子では）ベトナムの現地人材の件費は中国の半分の水準であり雇用の安定性も高いことから、コスト競争力を十分に確保できると期待している」と報じた。また、「毎日経済新聞」（2016 年 1 月 12 日）はタイのテレビ生産ラインをベトナムに移転したことに言及するとともに、「2015 年 3 月に竣工したハイフォンのテレビ生産ラインはまだ（計画の）半分程度だが、東南アジア北部の需要に対応する以上の生産を行

っている」「残りの生産設備が入ればハイフォン工場は域内生産基地を超え、LG 電子の世界進出の橋頭堡になる」と、同社のハイフォン拠点の意味づけを紹介している。

韓国企業が「ポスト・チャイナ」の最有力地としてベトナムでの生産拠点構築に注力している理由は何であろうか。筆者による韓国識者インタビューなどから次のようにまとめられる。

まず、ベトナムは政策に大きな振れがなく、宗教対立など国内の対立もないため、政治・社会が安定している点が評価されている。人材を巡っては、優秀で相対的に安価な労働力が確保できることがベトナム生産の大きな魅力になっている。ベトナムは教育水準が高く、人口構成も若いいため、若くて優秀な人材が確保しやすい。賃金は上昇傾向にあるものの、それは周辺国でも同様であり、中国に比べると賃金水準はかなり低い。さらに地理的にはベトナムは他のASEAN 諸国に比べて有利な位置にある。華南をはじめとした中国に隣接し、韓国からも遠くないため、両国の部材のサプライチェーン（供

給網）を 活用できる。販売面でも大市場の中国に隣接していることは魅力である。さらに、ベトナムの TPP 参加が追い風になっている。

ただし、その一方で、韓国企業はベトナムで事業環境上の問題にも直面している。具体的には、裾野産業の未発達による部材の現地調達の困難さ（部材の多くを韓国、中国からの輸入に依存）、法制運用の不透明性、インフラ不足、熟練工の不足、賃金上昇率や従業員の離職率の高さ、過激な労働争議といった項目である。

(3) 将来の消費市場の獲得を目的とした進出

一方、ベトナムの消費市場の獲得を狙った韓国企業の進出も顕在化している。2000 年代末ごろから韓国の外食チェーン、デパート、大型スーパーなどがハノイやホーチミンなどに相次いで進出している。例えば、外食チェーンでは、2016 年 1 月の農林畜産食品部の発表によると、ベトナムにおける韓国系外食チェーンの店舗数は 292 店で、中国(1,814 店)、米国(1,444 店)に次いで世界第 3 位となっている。これは、韓国の外

食チェーンがベトナム進出に特に注力していることを示すものである。

企業グループ別にみると、特に、ロッテ・グループ、CJ グループの進出が目立つ。ロッテ・グループはロッテ百貨店、ロッテマート、ロッテリア、ロッテホテルなどグループ企業が一斉に進出している。CJ グループも「ベトナムを韓国、中国に次ぐ第3の拠点にする」との目標の下、CJ フードビルが展開するベーカリーチェーン「トゥレジュール」やテレビ通販の CJ オーショッピングなどが進出している。

これらの韓国企業の狙いは、ベトナムは所得水準が低いために現状では消費市場として大きく期待できないとしても、ライバル企業に先んじて参入して市場地位を固め、将来、市場が立ち上がった際にその果実を得るところにある。ベトナムではドラマなど「韓流」人気が根強く、韓国ブランドの消費財販売を後押ししている点も追い風になっている。

4. その他のメコン地域諸国への進出ーミャンマーとカンボジアー

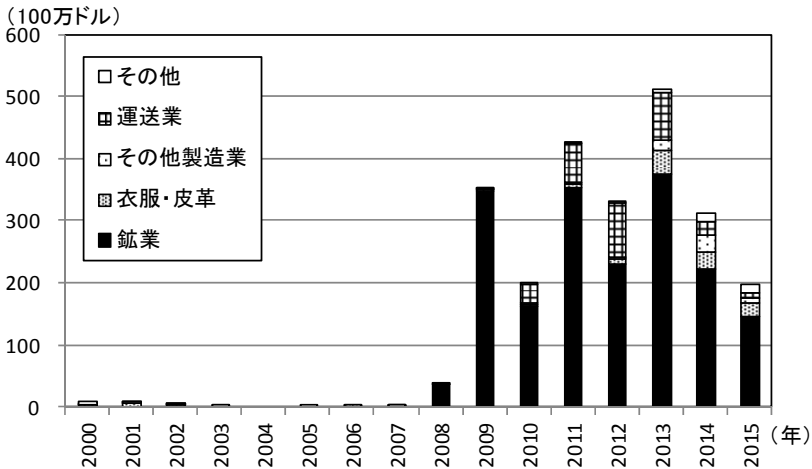
(1) ミャンマー

メコン地域諸国の中で韓国企業がベトナムに次いで進出しているのがミャンマーである（直接投資累計額ベース）。ただし、進出状況はベトナムとはかなり差があり、話題になった割には企業の進出は必ずしも活発でない感も否めない。

韓国の対ミャンマー直接投資は2000年代半ばまで限定的であったが、2008年から立ち上がり、2009年以降は2~5億ドル程度の水準で推移している（図4）。直接投資を牽引したのは鉱業である。2008~09年はほとんどが鉱業で、2010年以降も対ミャンマー直接投資額の7~8割を鉱業が占めている。鉱業以外では2010年から運送業、2013年からは衣服・皮革で比較的まとまった直接投資がみられる。

2015年9月までの直接投資累計を業種別にみると、金額ベースでは鉱業（シェア77.3%）が圧倒的に多く、次いで運送業（11.8%）、製造業

図4 韓国の対ミャンマー直接投資の推移（実行ベース）



注1: 2015年は1～9月。

注2: 衣服・皮革は「衣服、衣服アクセサリ、および毛皮製品製造業」「皮革、かばん、および靴製造業」の合計をいう。

資料: 韓国輸出入銀行データベース

(8.9%)の順となっている。製造業では衣服(3.6%)、皮革(2.1%)が相対的に多く、それ以外はかなり限定的である。他方、同時期までの設立現地法人累計数は全体で206社となっている。鉱業は特定の大手企業による直接投資に限られるため、8社と少ない。企業数が多いのは製造業(86社)で、特に衣服が37社と最も多くなっている。

直接投資累計額や設立現地法人累計数でみても、ミャンマーに進出した韓国企業はベトナムに比べ格段に

少ない。設立現地法人累計数ベースではベトナムの6%弱に過ぎず、カンボジアに比べても3割弱にとどまっている。このように、ミャンマーへの直接投資が相対的に必ずしも活発ではない理由として、法制度の整備の遅れ、電力不足、原材料の調達難の難しさなどで投資環境が不十分とみられていることが指摘できる。

ついで、具体的な進出案件をみると、最大の進出業種の鉱業では大宇インターナショナルによるガス田開発が代表事例である。これは韓国企

業のミャンマー事業の成功事例として挙げられるものでもある。韓国側の資料^(注2)によると、総投資額は申告ベースで27億ドル、韓国企業の鉱業分野における対ミャンマー直接投資全体の4分の3に該当する。同社はミャンマー沖の海上のA-1、A-3の2つの鉱区で3つのガス田の開発を行っており、2008年に中国国有企業の中国石油天然気(CNPC)の子会社の中国石油公社(CNUOC)と約30年間にわたる天然ガス販売契約を締結した。海上生産プラットフォームや海底パイプライン、陸上ガスターミナル、陸上パイプラインなどの施設を建設し、2013年に本格的な商業生産を開始した。現在、生産した天然ガスは全量、中国に輸出しており、同社の業績を大きく支える事業になっている。

生産目的の直接投資は衣服・皮革に集中している。同分野の直接投資は1990年代後半から2000年代初頭に集まった後、しばらく低調だったが、2010年頃から再び増加している。近年の増加の理由はベトナムと同様に、中国の生産コスト上昇を受け、中国に代わる生産拠点として位置づ

けられたためである。さらに最近では「米国がミャンマーをまもなく繊維・衣類分野の一般特惠関税制度(GSP)国家に指定するとの期待感のため、GSPが発効すると米国に輸出される品目の関税がなくなるか、大幅に引き下げられる」(経済週刊誌「毎経エコノミー」2016年1月6日～12日号)という見方もある。大手企業では太平洋物産が1998年にヤンゴンに衣類工場を設立し、現在、4工場を運営しているほか、ハンセ実業なども進出している。

物流業では韓進が2014年2月にヤンゴンに現地法人を設立した。同社では、「大韓航空、韓進海運などグループ他社と連携し、陸海空の物流ネットワークを構築」「これを通じ、ミャンマーに進出する韓国企業向けに物流サービスを提供する予定」と発表している(2014年3月5日)。さらに、最近ではCJ大韓通運がミャンマー事業に動いている。同社では「2020年の売上高25兆ウォン、世界トップ5物流企業入り」を目標に中国、東南アジアを中心に事業を拡大しており、その一環として、ミャンマーでは陸運公社(RT)と合弁企

業を設立している。同社は「ミャンマー内に陸送輸送、国際輸送をはじめ物流センター運営、宅配など本格的な総合物流事業を展開する」「第1弾として60台の韓国産新型貨物車を投入した。今後、240台に拡大する」と発表している(2015年11月5日)。

一方、ミャンマーの個人消費を狙った動きとしては、外食分野で韓国企業の進出事例がみられる(ただし、フランチャイズ契約の場合には直接投資統計に反映されない)。その代表例がロッテリアである。同社はミャンマーの外食専門企業マイコ(MYKO)とのフランチャイズ契約で海外ファストフードチェーンとしてはじめてミャンマーに進出し、2013年4月にヤンゴンに1号店を開設した。その後、店舗数を増やすなど、人気を集めている。ちなみに、ロッテ・グループでは、ロッテリアを皮切りに、ロッテ七星飲料が合弁会社を設立し、ペプシコ・ブランド飲料を生産しており、ロッテホテルもヤンゴンでホテルを建設中である。さらに、ロッテリア以外にも、フライドチキンのBBQチキン、鶏カル

ビのユガネ、焼肉のプルコギブラザーズといった韓国の外食フランチャイズがミャンマーに進出している。

なお、2015年11月に5年ぶりに行われた総選挙で野党・国民民主連盟(NLD)が圧勝したが、政権交代について現地韓国系企業には期待と不安が交錯しているようである。例えば、進出企業数が最も多い衣服分野では、米国のミャンマーに対する一般特惠関税制度(GSP)の適用再開で米国向け輸出増加が期待されているが、同時に、NLDの勝利により労使関係の激化や人件費上昇に対する懸念も高まっているもようである。

(2) カンボジア

メコン地域諸国において、カンボジアはベトナムに次いで、ミャンマーと並ぶ韓国企業の進出先になっている。ただし、業種は建設・不動産や衣服などに集中しており、また、近年は直接投資の盛り上がりはみられない。

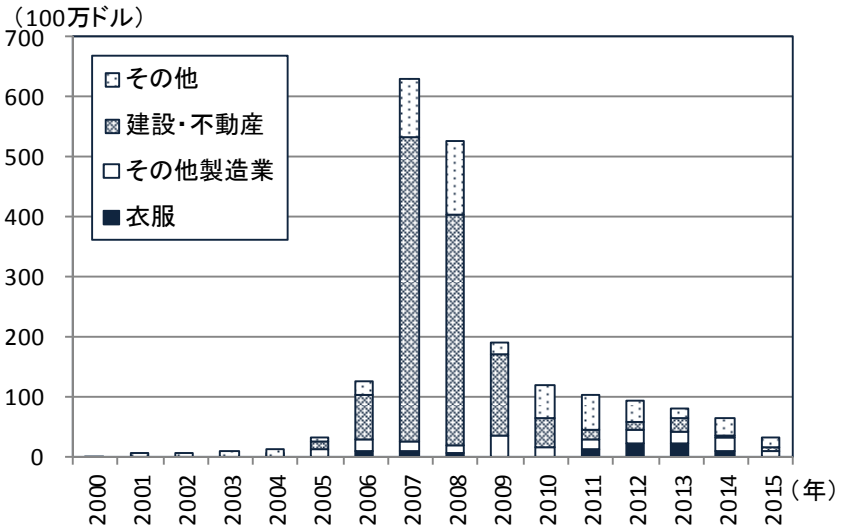
韓国の対カンボジア直接投資は1992年に初めて行われた。当初の進出分野は鉱業、レストラン、ホテルなどで、1990年代後半になると中小縫

製企業の投資が相次いだ。ただし、韓国の対カンボジア直接投資は 2005 年までは低水準で推移した（図 5）。対カンボジア直接投資は 2006 年、2007 年に急増した。その時の牽引役は建設・不動産であった。しかし、建設・不動産の直接投資ははやくも 2008 年に減少に転じ、対カンボジア直接投資全体でも減少が続いている。

2015 年 9 月までの直接投資累計額を

業種別にみると、最も多いのが不動産・賃貸業（シェア 37.4%）、次いで建設業（22.0%）となっている。いずれも 2007～08 年頃のカンボジアの不動産ブーム時に集中している。最大の投資案件はランドマークワールドワイド（LMW）のニュータウン建設であった。同社のウェブサイトによると、プノンペン市役所から 3 キロの地点に 2018 年までに総工費 20 億ドルを投じ、オフ

図 5 韓国の対カンボジア直接投資の推移（実行ベース）



注1: 2015年は1～9月。

注2: 衣服は「衣服、衣服アクセサリ、および毛皮製品製造業」、建設・不動産は「建設業」「不動産業、および賃貸業」の合計をいう。

資料: 韓国輸出入銀行データベース

イス街、学校、住宅街からなるニュータウンを建設するというものである。ただし、プロジェクトの進展状況ははっきりしない。また、ヨヌ開発はプノンペンに 42 階建ての高層ビルの建設に入ったが、資金不足で工事が途中で中断し、失敗に終わっている。建設ではボスコ建設、ハニル建設、現代エムコ、富栄などが進出している。例えば、中堅財閥系の富栄はプノンペン市内に購入した 23 万 6022 m²の敷地に住宅・商業施設複合ビルとマンション 47 棟（1万7,660戸）を建設する計画で、2013年5月に起工式を行っている。

製造業では投資金額、設立法人数のいずれでも衣服が最も多い。韓国の中小アパレル企業の進出を受けたものである。その他の分野での代表的な進出事例はキョンアン電線で、カンボジアの電力・通信インフラ需要の拡大を見込み、2005年にカンボジアに進出した。同社はプノンペンに約 2,000 万ドルを投じ、電力・通信のケーブルを生産している。また、MH エタノールは 2007 年に現地法人を設立し、現地で栽培されているキャッサバからバイオエタノールを生産し、欧州向けに輸出する事業

を行っている。

非製造業では不動産・建設業を除くと金融・保険業（6.5%）が最も多い。それでも、新韓銀行、国民銀行といったカンボジアに進出した金融機関の投資は比較的小規模なものにとどまっている。

なお、フランチャイズ契約の場合には直接投資統計には反映されないが、外食チェーンもカンボジアに進出している。例えば、ロッテリアは 2014 年にカンボジア 1 号店を開設している。カンボジアの若い年齢構成がハンバーガー、チキンに対する需要は多いとみており、2018 年までに 20 店舗を展開する計画である。

注

1. 使用した原材料を原糸から全て TPP 域内で製造した場合のみ原産品と認めるルールを言う。
2. KOTRA（大韓貿易投資振興公社）「ミャンマー総選挙の結果に伴う政策方向および示唆点」（2015年11月20日）による。

参考資料

百本和弘「韓国経済の基礎知識（第2版）」
日本貿易振興機構（ジェトロ）、2015年10月