



地政学が見出す日韓経済関係の新展開： 戦略アジェンダとしての環境協力

早稲田大学政治経済学部国際政治経済学科
教授

Yukiko Fukagawa
深川由起子

「近くて遠い国」は日韓双方の決まり文句である。いわゆる韓流ブームや観光等人的往來の急増で、近年ではめっきり「近さ」が実感される。だが、竹島問題や歴史認識問題は相変わらずで、経済面でも OECD 加盟国の隣國中、自由貿易協定 (FTA) さえないのは日韓だけだ。韓国側では日本との競争ばかりが意識され、日本側では中国やインドなどの新興市場に関心が集中し、韓国には無関心、というズレ違いが続いてきた。ただし、東日本大震災と福島第一原発の事故は「近隣」という地政学の現実を突きつけた。グローバル競争から地政学に視座を転じれば日韓経済関係に新しい潜在性が発見できるのではないか。

(激化する日韓競争)

韓国経済はリーマンショックによる世界金融危機からいち早く立ち直った。その立役者は1997年のアジア通貨危機後、大胆な構造調整を経てグローバル企業に成長した少数の大企業であった。金融危機の余波は一時は韓国ウォンを急落させたが、アジア通貨危機の時とは異なり、大企業の手元流動性は十分で、むしろ韓国企業は輸出ドライブと大胆な設備投資へ日本企業を突き放すことができた。欧米や日本市場が急速に冷え込む中で、

危機前から新興市場を集中開拓していたことも幸運だった。

表1はFortune 500 (2010)からアジアの売り上げ上位ランキングから製造業のみを抜き出したものだが、21位までの17社を自動車と電気電子で日韓が独占し、その他は中国が2社、台湾・豪州がそれぞれ1社入るだけである。自動車ではトヨタ、電気電子では三星電子が突出した存在だが、世界5位のトヨタの売上高は32位の三星電子の倍近いにもかかわらず、利益は三星電子の3分の1以下に過ぎない。経営面のみならず、欧米を中心に韓国企業のデザイン賞や品質賞の受賞、ブランド価値評価での逆転など、「ものづくり」そのものでも逆転が目立ってきている。

(日韓間の「不都合な真実」)

日本にとってはアジア企業に主要産業でここまで逆転された経験はなく、2005年前後から顕在化したこれらの「不都合な真実」はあまり直視されなかった。多くの日本企業にとってアジアは伝統的に安価な労働力による生産拠点か、もしくは人口規模を基準にした市場であり、韓国企業と戦略的に向き合った大型事例はSonyと三星電子の提携ぐらいしかない。韓国企業躍進の背景は通貨安に

表1 Leading manufactures in Asia

Rank	Company	Country	Profit (\$millions)	Revenues (\$ millions)	Profit/Revenues(%)
5	Toyota Motor	Japan	2,256	204,106	1.1
32	Samsung Electronics	Korea	7,562	108,927	6.9
47	Hitachi	Japan	-1,152	96,593	-1.2
51	Honda Motor	Japan	2,891	92,400	3.1
63	Nissan Motor	Japan	456	80,963	0.6
65	Panasonic	Japan	-1,114	79,893	-1.4
67	LG	Korea	1,206	78,892	1.5
69	Sony	Japan	-439	77,696	-0.6
78	Hyundai Motor	Korea	2,330	71,678	3.3
89	Toshiba	Japan	-213	68,731	-0.3
104	SK Holdings	Korea	211	64,396	0.3
112	Hon Hai Precision Industry	Taiwan	2,292	59,324	3.9
138	Fujitsu	Japan	1,002	50,399	2
182	Dongfeng Motor	China	720	39,402	1.8
185	NEC	Japan	123	38,591	0.3
191	Nippon Steel	Japan	-124	37,563	-0.3
192	Wesfarmers	Australia	1,128	37,466	3
212	Mitsubishi Electric	Japan	305	36,116	0.8
216	Canon	Japan	1,408	34,292	4.1
232	Shanghi Motor	China	1,070	33,629	3.2
272	POSCO	Korea	2,522	28,883	8.7

加え、法人税やエネルギーコストの安さ、環境やコンプライアンス基準の甘さ、積極的な FTA 推進など競争条件の違い、もしくはオーナー経営の意思決定の早さや成果主義など、暗に「技術力の差ではない」と論じられてきた。

一方、韓国側もグローバル企業の躍進を誇りつつ、実は主要部品や素材を日本に依存することを技術力の弱さとしてコンプレックスを持ってきた。政府や一般世論は対日貿易赤字という「不都合な真実」に振り回されている。「非関税障壁」の多い日本との FTA 交渉には意味がなく、韓国の中小企業が担う部品産業を淘汰するだけ、といった固定観念を払拭できず、数字合わせにつながる政府主導の「協力」ばかりに熱心であった。

韓国は日本企業の事業で収益性の高そうなところに集中投資し、（日本以外で）グローバルにこれを販売することで急激に台頭し、日本企業は追撃相手でしかなかった。他方、日本企業は日本市場を維持しつつ、研究開発投資や知財を固めることで対抗しようとしたが、利益が上がらなければ構造調整は避けられず、調整の度に技術が人と共に流出するのを止められなかった。日韓が工業化した時代はまだグローバル化が進んでおらず、自国産業を自国企業が担う時代であった。このため、グローバル経済を所与とした他のアジアに比べても直接投資などで経営資源を外国から取り入れることに遅れ、国内あるいは企業ネットワーク内での垂直統合に執着しがちだ。日韓という遅れた者同士の遅れた国境意識は「不都合な真実」を内包する隣国を視野から外し、グローバル競争を繰り広げてきた。

（地政学が見出す現実）

しかしながら東日本大震災のような突発事による地政学はグローバル化に覆われていた「不都合な真実」を露呈させた。東日本大震災による自動車部品生産の遅滞は韓国でもルノー・サムスの生産遅滞などですぐに表面化し、日本側で電力不足への対応などが続けば今後は在庫切れと共に半導体や液晶などへの広がり懸念されている。日本企業の減産が韓国企業の代替増産や設備投資につながっても、技術的継続性や収益性から総合的に考えて日本に代わる部材や生産設備の調達先はすぐには見つからず、相互依存は直視せざるを得まい。他方、韓国は地震、津波、台風など自然災害の多いアジアの中ではむしろ例外的にリスクの少ない国で、日本企業が本格的にリスク分散地を物色するようになれば投資誘致の可能性もあろう。だが既に日系企業の生産規模が大きい中国や ASEAN を振り切って投資を獲得するためにはサムスン、LG、現代自動車などといった競合ユーザーが存在すること、すなわち日韓の産業集積を一まとめに考えるセールスを展開せねばならない。

さらに原発事故は一時期、韓国にも放射能パニックを引き起こした。政府は農水産関係者の突き上げに直面し、民間では各種催事が日本に近いと

いうことで第三国によってキャンセルされるなどの実害も生じた。韓国は日本政府の情報開示に強い不満を示したが、日頃の接触が希薄な中で危機時のチャンネルは機能しなかった。さらに新興国を中心に原発輸出促進を図ってきた韓国にとっては原発の将来そのものにも強い懸念が生じている。だが、米仏ように事故収拾に専門家を大量派遣することもできないでいる。グローバル競争に邁進しても日頃の近所付き合いが必要な地政学がこれによって補完されることはないという現実直面した。

（戦略分野としてのエネルギー・環境協力）

日韓間では 1994 年以来、政府間の政策対話が行われ、NGO などによる環境保護でも協力事例が増えている。しかしながら、韓国は京都議定書などの気候変動対応でもまだ新興国の立場に近く、環境規制強化に積極的とは言えなかった。韓国の「緑色革命」構想は実態的には公共投資拡大や、太陽光発電、エコカーなどの輸出に期待をかける「成長」色が強い。日欧のような価値共有には至らず、乖離した価値観の下では政策対話にも限界があった。だが、原発問題もあり、政府や政府関連機関は大震災を契機に、今後は地政学という別の観点に立って実践的協力を進めねばなるまい。

産業界が競争関係にある場合、競争条件を左右する環境規制の調和は重要だが、逆に民間次元での協力関係が育つことが調和を可能にする面も戦略的に意識されるべきだ。日韓間の競争について、一時、日本でしばしば指摘されたのはモジュール化がしがらみなく最適調達に走れる韓国企業の追撃を許した、というものであり、対応策として環境など「インテグラルな分野で技術のブラックボックス化を図ること」が強調された。しかしながら、前述のように人も技術も封じ込めることのできないグローバル環境の中ではむしろオープンな知財戦略・標準化戦略を採ったり、基礎研究を共同化してリスクを縮小・分散する選択肢を視野に入れたパートナーが必要となる。

都市化率が高く、しかも集合住宅が主流で IT インフラとそれを支える国民番号制が定着した韓国では情報管理が容易で、可視化のコストは低い。エネルギー効率も改善余地が大きく、スマートグリッドや 3R システムなど様々なアイデアを実験する市場としては相対的に有利な条件を持っている。これまではまだ公社による事業支配力が強く、先進国型のエネルギー規制緩和も進んでいないことから実験の余地は大きい。韓国企業がベンチマーク先として日本を利用し、世界に飛躍したように、日本企業にとってもリスク分散や実験市場として韓国企業や韓国市場を利用し、技術の「ガラパゴス化」を防ぐ意味は大であろう。地政学への回帰はエネルギーや環境などの戦略分野での潜在性を暗示する。相手の力を利用して勝てるゲームを構築することが「柔よく剛を制する」対応につながるのではあるまいか。