

日韓成熟への条件未来志向宣言から1年（下）経済“正常化”——深まる関与残るズレ。

1999/09/24 日本経済新聞 朝刊 1ページ 1410文字

「イッツ・ア・ソニー」。世界でおなじみのフレーズの広告が今月、韓国のテレビで流れ始めた。家庭用ビデオカメラが急速に普及しており、ソニーは運動会シーズンに向け拡販を狙う。十月には、ソウルのエレクトロニクスショーに日本の家電メーカーとして初めて参加する予定だ。

韓国がテレビや自動車など日本製品を事実上閉め出してきた輸入規制を約二十年ぶりに全廃したのは六月末。一足早く一月に開放した家庭用ビデオカメラ市場では、日韓の有力メーカーが激しくしのぎを削る。

「日本製品の流入は韓国企業を刺激し競争力を高める」。鄭徳亀・産業資源相は言い切る。日韓経済関係のゆがみの象徴だった日本製品輸入規制の撤廃で、自由競争に基づいた「普通の経済関係」が生まれつつあると見る向きは多い。

産業廃棄物を再利用する固化剤などを手がける名古屋のベンチャー企業、ユニテックスの深井邦弘社長は生産を全面的に韓国に移転することを決め、九月、ソウルに自宅を構えた。

「韓国で勝負をかける」決意の決め手となったのは、韓国の政策だ。「外資誘致のため法人税は七年間ゼロ。許認可など行政の動きも日本より速い」。今後は韓国で生産し日本に逆輸入する計画。

韓国の金大中政権は経済危機乗り越えに向けて大胆な改革を進めてきた。貿易・投資の自由化はその柱。投資面では当初、割安な資産価格に目を付けた欧米勢が目立ったが、日本企業も増えてきた。中小・ベンチャー企業育成と財閥改革がカギを握る韓国経済再生への日本企業の関与は、徐々に深まっている。

日本政府も後押しする構えだ。「新宮沢構想」の一環として、日本輸出入銀行が韓国産業銀行を通じて日韓合弁企業に融資するツーステップローン制度を用意。適用第一号は、大手財閥傘下の銅精錬所を日鉦金属が買収して設立したLG日鉦になる模様。

「十分な販売がまだ期待できない」——。トヨタ自動車幹部は、韓国市場の本格開拓に慎重だ。韓国では日本製品への視線は依然微妙。現代経済研究院の調査では、日本製品を使う人に「反感を感じる」人は家電で四二・一％、乗用車で五五・八％にのぼる。

「一気に出ると対日感情に悪影響を与える」（日本商社幹部）との声も日本では根強い。韓国の対日貿易赤字は輸入制限を撤廃した前後から増加基調だ。加えて激しい労使紛争の記憶。日韓経済関係はいまだ経済原理では割り切れないのが現実だ。

韓国側の勇み足もある。五月に訪韓した三井物産の首脳は、大手財閥、大宇グループの金宇中会長に強く抗議した。大宇のリストラ策の中に「造船部門を三井に売却する」とのくだりが何の根拠もなく盛り込まれていたからだ。

大宇の経営危機が表面化したのはその二カ月後。「日本企業に苦境を救ってもらおうという身勝手な発想が韓国側にあるうちは本当の協力関係は難しい」。韓国財閥に詳しい柳町功・慶応大学助教授は指摘する。

いびつな貿易関係を維持しながら、競合する産業分野で不毛な消耗戦を展開する——。こんな状態からは“正常化”に向かっているとはいえ、本当の意味で自由な競争や対等な協力を通じて国際競争力を高め合うという成熟した関係を築けるかどうかは、これからの課題だ。

経済危機に見舞われたアジアの国々の中で、韓国は先陣を切って回復軌道に乗った。多くの国々は「危機後」の成長戦略を描けないでいるだけに、韓国再生のカギを握る日韓関係の行方が問われている。（ソウル＝橋本隆祐）

本サービスは、方法の如何、有償無償を問わず、契約者以外の第三者に利用させることはできません。
Copyrights © 日本経済新聞社 Nikkei Inc. All Rights Reserved.