

海外直接投資が拓く日本のエネルギー産業の成長戦略 ：注目すべきベトナムでの二つのプロジェクト

橘川 武郎 *Takeo Kikkawa*

(一財)国際貿易投資研究所 客員研究員

東京理科大学大学院 イノベーション研究科 教授

要約

本稿では、海外直接投資がもたらす反作用について考察した。「海外直接投資がもたらす反作用」とは、国境を越えて外国へ進出したことが本国の企業自身にもたらす反作用のことである。

具体的な検証対象としたのは、大手LPガス会社・サイサンのベトナムでのLPガス供給事業と、大手石油元売会社・出光興産が、三井化学等とともに、ベトナム・ニソンで建設中の製油所・石油化学コンプレックスプロジェクトとである。これら、ベトナムでの二つのプロジェクトは、日本のLPガス産業や石油産業の成長戦略において、きわめて大きな意味をもつ。ベトナムでの2プロジェクトは、日本のエネルギー産業のあり方を大きく変える可能性を有している。

1. はじめに

海外直接投資について考察する際には、企業が国境を越えて外国へ進出する「作用」の側面だけでなく、国境を越えて外国へ進出することが本国の企業自身にもたらす「反作用」

の側面にも目を向けなければならない¹。本稿では、この海外直接投資がもたらす反作用について検証する。ただし、本稿の事例においては、反作用のインパクトが、直接投資を行った当該企業それ自体にとどまらず、当該企業が事業展開する産業全体に

まで及ぶ可能性がある。

具体的な検証対象とするのは、埼玉県に本社を置く大手LPガス会社・サイサンのベトナムでのLPガス供給事業と、大手石油元売会社・出光興産が、三井化学等とともに、ベトナム・ニソンで建設中の製油所・石油化学コンプレックスプロジェクトとである。これら、ベトナムでの二つのプロジェクトは、日本のエネルギー産業のあり方を大きく変える可能性がある。

2. サイサンによるLPガス供給プロジェクト

2-1. 日本のLPガス産業の特徴

日本のLPガス産業の特徴は、以下の4点に求めることができる。

第1の特徴は、LPガスが基幹エネルギーの一つだという点である。日本政府は、2015（平成27）年7月に長期エネルギー需給見通し（いわゆる「エネルギー・ミックス」）を策定し、2030年度における一次エネルギー供給の構成を、石油30%、LPガス3%、石炭25%、天然ガス18%、再生可能エネルギー13~14%、原子力

10~11%と見込んだ²。しかし、この3%という数値が示すニュアンスは、LPガスの重要性を正確に伝えるものではない。日本のLPガス総需要の43%は家庭業務用、7%は自動車用で占められている。LPガスは、全国総世帯の約4割（約2,400万世帯）の家庭用燃料、全国約22万台のタクシーの燃料に使われるなど、国民生活に無くてはならない基幹エネルギーの一つなのである³。

第2の特徴は、LPガスが高い付加価値をもつエネルギーだという点である。LPガスが付加価値が高いのは、①熱量が高い、②戸別配送などサービス水準が高い、③保安水準が高い、などによるものです。熱量は、大手都市ガスが11,000kcal/m³であるのに対し、LPガスは約2.2倍の24,000kcal/m³に達する⁴。また、日本のLPガス事業のサービス水準の高さは、シェールLPガス輸出の最大手企業であるエンタープライズ・プロダクツ社の担当者が、「信じられない」と舌を巻くほどである⁵。さらに、保安水準について言えば、毎年、「液化石油ガス販売事業者等保安対策指針」を更新するなどの官民一体

となった努力が功を奏して、LP ガス事故は、近年、減少傾向をたどっている⁶。

第3の特徴は、LP ガスが災害に強いエネルギーだという点である。2011年3月11日の東日本大震災の直後、多くの被災地で使うことができたエネルギー源は、LP ガスだけだった。東日本大震災の被害からの全面復旧時点を見れば、都市ガスや電力に比べて、LP ガスの早期復旧ぶりが際立つ⁷。震災後の2014年に閣議決定された「エネルギー基本計画」が、LP ガスを、石油とともに、災害時における「最後の砦」と高く評価した⁸のは、当然のことと言える。

第4の特徴は、LP ガスが分散型エネルギーのチャンピオンだという点である。東日本大震災がエネルギー問題に関して残した最大の教訓は、電力や都市ガスのような集中供給型エネルギーだけでは、送電線や導管の遮断が生じるため、防災対策として決定的に不十分であり、分散供給型エネルギーをあわせて使用することがきわめて大切だと点に求めることができる。LP ガスは、その分散型エネルギーの代表格と言える存在で

ある。現在の日本では、電力もガスも集中型で供給されている都市ガスエリアが、直下型地震などの災害に最も脆弱だと言える。都市ガスエリアの避難所などでは、すでに横浜市が中学校を対象にして始めているように、災害時に軒下在庫として活用できるよう、LP ガスを常時使用する必要があるわけだ。

2-2. 需要の減少とその要因

このような特徴をもつ LP ガスであるが、わが国における LP ガスの需要量は、近年、減少し続けている。日本における LP ガスの総需要量は、1996年度に年間1,970万トンのピークに達したあと、減少傾向をたどり、2014年度には1,498万トンとなった⁹。

LP ガスに対する社会的期待は高まっているにもかかわらず、その需要が縮小している最大の原因は、LP ガス業界の高コスト体質に求めるべきであろう。高コスト化をもたらす要因としては、次の二つの点が重大である。

一つは、LP ガスの輸入先が中東諸国に偏っているため、中東諸国の盟主であるサウジアラビアの国営企業

であるサウジアラムコが一方的に決める割高な契約価格（CP）で、輸入せざるをえないことである。ただし、この要因の作用は、アメリカからのシェール LP ガスの輸入開始、2014年夏以降の原油価格の低落などの状況変化により、近年、急速に弱まっている¹⁰。

もう一つは、日本国内での配送コストが高いことである。2015年3月末時点で LP ガス販売事業者数が2万62事業者に達している（経済産業省資源エネルギー庁調べ）ことからわかるように、全体として事業規模が零細であるため、配送の合理化はあまり進んでいない。この状況を打破するには、LP ガス販売事業者が、配送設備の統廃合に取り組むことが重要である。

この点に関連して、ある重大な問題が存在する。それは、2014年春以降、シェール LP ガスの輸入本格化や原油価格の低落により LP ガスの輸入価格や卸売価格が低下傾向をたどっているにもかかわらず、日本国内の小売価格は、むしろ高止まりしたままだという問題である。

2015年7月に発表された総合資

源エネルギー調査会資源・燃料分科会の「報告書」は、LP ガス価格（円／10m³）の動向について、「資源エネルギー庁委託事業である石油ガス価格調査によると、卸売価格については、2014年2月に3,519円と最高値を付けたが、その後の輸入価格の下落を受け本年（2015年・・・引用者）4月には2,608円まで下落。一方小売価格は、2014年8月に8,039円と過去最高値を付けたが、本年6月は、7,843円となっており、下落幅は極めて小さい」（59頁）、と述べている。このような状況は、報告書発表から1年を経た今日においても、基本的には変わっていない。

LP ガスの小売価格が高止まりしている背景には、①一部市場での供給独占の存在、②高い配送費用、などの事情が存在する。このうち①については、2016年の電力小売全面自由化、2017年の都市ガス小売全面自由化によって、大きく状況が変わろうとしている。たしかに、LP ガスの独占的な供給が行われている人口密度が低い市場には、電力会社や都市ガス会社が新規参入してより低廉な価格で LP ガスを販売するようなこ

とは、すぐには起きないだろう。しかし、中長期的には、電力自由化、都市ガス自由化の影響は、人口密度が低い LP ガス市場にも及ぶ。まもなく始まる「エネルギー大競争時代」において電力市場、都市ガス市場をめぐって激烈な競争を展開することになる電力会社や都市ガス会社は、総じて利益率を低下させるに違いない。そうなれば、電力会社や都市ガス会社が、直接的に LP ガス供給を行うことはなくとも、独占利潤を享受し高い利益率をあげる LP ガス会社を傘下におさめるという戦略をとる可能性は大きい。もはや、競争の不在を理由に LP ガスの小売価格を高く設定し続けるという経営手法は、「時代遅れ」になりつつあると言わざるをえない。

一方、②の配送費用は、わが国の LP ガス業界の高コスト体質を生む大きな要因となっている。この状況を打破することなくして、日本の LP ガス産業の成長戦略を描くことはできない。

2-3. 二正面の成長戦略

LP ガスの輸入価格や卸売価格が

低下傾向をたどっている以上、配送費用を低減させることができれば小売価格は、確実に低下する。そうなれば、減少を続ける LP ガス需要が増加に転じる可能性がある。

2015 年 11 月に日本 LP ガス協会は、「LP ガス産業の中長期展望【第二回改訂版】」と題する注目すべき報告書を発表した。この報告書によれば、同協会は、2013 年に 1,555 万トンだった日本の LP ガス需要量を、30 年には 1,970 万トンまで増やすことをめざしている。この 1,970 万トンという数字は、LP ガス需要量がこれまでピークを記録した 1996 年度の実績値と、たまたまであるが一致する。人口や世帯数が減少するにもかかわらず、2030 年に需要ピークの復活を実現しようとしているわけである。

そのための大前提となるのが、LP ガス業界の高コスト体質の克服であることは言うまでもない。それに加えて、日本 LP ガス協会は、革新的技術の開発・普及の面で、高効率機器の普及、FRP 容器（強化プラスチック製容器）の普及、再生可能エネルギーとの共生、GHP（ガスエンジン・

ヒートポンプ・エアコン)の普及、燃料転換の推進、燃料電池などの分散型電源の推進、先進型LPG車やLPG混焼トラック等の普及、などが重要であると指摘している。

日本のLPガス産業が成長戦略を展開する場合は、日本国内に限られるわけではない。現在、アジア諸国のいくつかの都市ではLPガスが急速に普及し、市民の生活を豊かにしている。日本のLPガス事業者やガス器具関連メーカーは、アジア諸都市でのLPガスの普及に、安全確保面や安定供給面から、多大な貢献ができる。

日本のLPガス事業者は、国内のみならず、アジア諸都市でも、成長戦略を追求すべきである。「二正面作戦」が求められているのだ。

2-4. サイサンのベトナム事業が意味するもの

日本のLPガス事業者のなかで、先駆的にこの「二正面作戦」を展開しているのが、埼玉県を本拠地にして手広くLPガス供給を携わるサイサンである。

筆者(橘川)は、2016年3月、サ

イサンが主宰するGas One(ガスワン)グループのベトナム・ホーチミンでのLPガス供給事業の現場を見学させていただく機会を得た。ガスワングループは、日本のLPガス事業のアジア展開に関して、パイオニアと言ふべき存在である。かつて韓国でLPガス自動車事業を根づかせることに一役買ったし、現在では、ベトナム・モンゴル・中国・インドネシアで手広くLPガス供給事業を手がけている。

ガスワングループのプレゼンスが特に大きいのは、ベトナムである。サイサンが2012年10月に75%出資の最大株主となったSOPET Gas One社(設立は06年5月)は、ホーチミン近郊に本社・充填所を置き、約130社の工場および約70店のレストランと取引を行っています。年間のLPガス販売量は5万7,000トンであり、2名のサイサン社員と76名の現地スタッフが働いている(訪問時の数値。以下同様)。

それだけでなくサイサンは、ホーチミン証券取引所に上場しているAnpha Petrol Group JSC社に48%出資を行い、ベトナムで2社目となる

ガスワングループ企業が誕生した。同社は、ハイフォン市・ロンアン省にターミナル、ハノイ市・ホーチミン市に充填所を擁し、88のリテールショップを展開して、LPガスを直接顧客に販売しています。従業員数は788名にも及ぶ。

2015年度における Anpha Petrol Group JSC 社と SOPET Gas One 社の合計 LPガス取扱量は、13万7,967トンに達した。ベトナム全体の LPガス需要量は167万1,000トンであったから、Gas One グループ両社の合計シェアは8.3%となったわけである。つまり、ガスワングループは、ベトナムで第3位を占める堂々たる大手 LPガス供給事業者なのだ。

ホーチミンでお話をうかがった時、SOPET Gas One 社と Anpha Petrol Group JSC 社のトップは、口をそろえて、ベトナムの LPガス市場において、安全確保と安定供給を徹底し適正取引を確立することがいかに重要であるかを力説された。SOPET Gas One 社から LPガスの供給を受ける都心の商業ビルと空港近くの百貨店を訪れ、担当者にもインタビューしたが、いずれの施設もレストラ

ンを擁しており、安全確保と安定供給が LPガス供給業者を選定するうえでポイントとなったと強調されていたのが印象的であった。同じく SOPET Gas One 社の客先であるホーチミンで最も人気のある郊外のショッピングセンターも訪問したが、そこでも事情は同様だった。これらの施設において、LPガスはシリンダーで供給されているが、保安面でも安定供給面でも、日本で培われた技術とノウハウは大いに役立っているとのことだった。

ベトナムの LPガス業界では、安全確保、安定供給、適正取引を一括して「日本品質」とみなすと考え方が広がりつつある。ホーチミン近郊の SOPET Gas One 社の基地・充填所では、LPガスを入れるシリンダーに、「Thuoug Hieu Nhat Ban」と刻印されているのを目撃した。「日本品質（商標）」を意味するベトナム語だそうだ。この言葉を記入して以来、シリンダーの売行きは向上したとのこと。日本人として、嬉しい話である。

目をアジアに転じれば、今まさに LPガスは、人びとに「豊かで幸せな暮らし」をもたらしつつある。これ

から、その勢いはさらに強まるだろうし、その範囲もアジアを超えて世界に広がることだろう。

LP ガスが人びとを幸せにしつつあるアジア市場。日本の LP ガス事業者は、それをも視野におさめて、新たな成長の道を切り開くべきだろう。

3. 出光興産によるニソン・プロジェクト

3-1. 日本の石油産業が直面する問題

日本の石油産業が直面する最大の問題は、国内における石油製品の需要減退に歯止めがかからないことである。2016 年年 4 月、総合資源エネルギー調査会資源・燃料科会石油・天然ガス小委員会の市場動向調査ワーキンググループは、石油備蓄目標の基礎データとするために、2016～20 年度の石油製品（燃料油）需要見通しをまとめ、公表した。この時点で原子力発電所の運転見通しははっきりしていなかつたため、電力用 C 重油を除いた数値になっているが、それによれば、16～20 年度の 5 年間

に、日本の石油製品需要は、全体で 8.4%も減少する。ガソリンは 11.8%、灯油は 17.0%減り、一般用 B・C 重油にいたっては 29.3%も減少する見通しなのである¹¹。

石油製品の国内需要の減少にもなつて、サービスステーション (SS)、いわゆるガソリンスタンドも急減している。1994 年度末には 6 万 421 箇所あった日本国内の SS は、2014 年度末には 3 万 3,510 箇所にまで減ってしまった¹²。

第二次世界大戦後の日本では、石油精製業が消費地精製主義にもとづいて経営されてきた。この考え方によれば、製油所は、あくまで内需向けに石油製品を生産する。したがって、日本国内の石油製品需要が減退すれば、製油所の生産量も減少することになる。石油精製業のような装置産業では、生産量が減少し設備稼働率が低下すると、経営上、きわめて大きな打撃を蒙る。その打撃を回避するためには、余剰生産設備を廃棄するしか方法がない。このような事情で、最近の日本では、製油所の縮小が相次いでいるのである。

3-2. 石油産業の成長戦略

石油製品の内需が減少を続けるなかで、日本の石油産業はどのような成長戦略をとれば、逆境をはね返し「逆転勝利」を手にすることができるのだろうか。別の機会に論じた¹³ように、日本の石油産業にも、苦境を乗り越え成長を実現する戦略は存在する。具体的に言えば、それは、①ノーブルユースの徹底、②ガス・電力事業への進出、③輸出の拡大、④海外直接投資の推進、という4点からなる。

まず、①の「ノーブルユースの徹底」に目を向けよう。

日本国内における石油産業の成長戦略を考える際にヒントを与えるのは、第一次石油危機が発生した1973年と東京電力・福島第一原子力発電所事故が発生する前年の2010年とを比べた2組の数字のペアである。日本の発電電力量の電源別構成比における石油火力発電のシェアは、この間に73%から8%にまで急減した。一方、わが国の一次エネルギー構成に占める石油のウエートは、同じ期間に78%から40%へ減少したものの、減少幅（減少率）は石油火力発

電の場合に比べればかなり小さかった。

石油を火力発電用などの燃料として使用することは、ある意味で「もったいない使い方」である。石油以外にも代替燃料はあるし、発電用として使用することは、エネルギー効率が高いとは言えない。一方、石油を原料として使用する場合には、石油からしか製造できない付加価値の高い商品を生み出すことができる。このように「石油の特性を活かし付加価値を高める用途に使う」ことを、「石油のノーブルユース」と言う。

一次エネルギー構成に占める石油のウエートが発電電力量の電源別構成比における石油火力発電のシェアほどには減らなかったという事実は、わが国において石油のノーブルユースの割合が高まったことを意味する。もちろん、2010年においても、ノーブルユースの比率それ自体が必ずしも高かったわけではなかった。しかし、ノーブルユースの比率が傾向的に高まっていることは事実であり、付加価値を生む石油のノーブルユースを徹底させることこそ、石油産業の第1の成長戦略だと言うことがで

きる。

日本国内でまだ伸びしろがある石油のノーブルユースとして期待されるのは、化学原料としての利用である。それを推進するためには、石油精製設備と化学品製造装置との一体的運用を図るコンビナート統合が、きわめて重要な意味をもつ。

わが国の石油産業にとって第2の成長戦略となりうるのは、ガス事業ないし電力事業に本格的に参入することである。いわゆる「オイル&ガス」戦略ないし「オイル&パワー」戦略が、これに当たる。

日本の大手石油元売会社のうち、JX 日鉱日石エネルギーと東燃ゼネラルは、従来からガス事業を展開している。最近では出光興産が、事業ポートフォリオのなかに天然ガスを加える方針を打ち出した。国際的には一般的な「オイル&ガス」の時代が、いよいよ日本でも幕開けしようとしているのである。

石油業界にとって新規参入の対象となるのは、ガス事業だけではない。福島第一原発事故を契機にしてシステム改革が進む電力事業も、有望な参入対象となりうる。

ここまで述べてきた①「石油のノーブルユースの徹底」と②「ガス・電力事業への本格参入」は、日本国内の市場を対象にした石油産業の成長戦略である。これらのほかにも、海外市場、とくに石油製品の需要が急伸するアジア市場を対象にした成長戦略が存在する。それが、③「輸出の拡大」および④「海外直接投資の推進」という、第3、第4の成長戦略である。

この第3、第4の成長戦略を深く掘り下げた報告書として注目されるのが、2013年3月、経済産業省資源エネルギー庁資源・燃料部の委託を受けて日本エネルギー経済研究所がまとめた「我が国石油精製業の海外展開等に関する調査・報告書」（以下では、適宜「海外精製調査報告書」と呼ぶ）である。

海外精製調査報告書（日本エネルギー経済研究所、2013）は、アジア地域では石油製品の需要が着実に増大する一方で、石油製品の自給率が顕著に低下することを指摘する。そのうえで、日本の石油業界にとっての新たな成長戦略が、アジア市場を対象にした輸出の拡大（前記の③）

と海外直接投資の推進（前記の④）にあることを力説するのである。

海外精製調査報告書は、シンガポール・インドネシア・バングラデシュ・ミャンマー・カンボジアでの現地調査をふまえて、日本の石油業界には、アジア市場向け輸出を拡大するチャンスがあることを指摘する。アジア市場向け石油製品輸出に関しては、日本企業より韓国企業が先行しているが、興味深いのは、そのお膝元の韓国で、2012年に軽油の輸入が急増した事実である。韓国企業は、アジア市場向けに石油製品を輸出するにあたって、低価格を最大の武器にしている。その結果、収益面でマイナスが生じるが、それをカバーするために、国内価格を割高に設定する。すると、日本企業にとって、韓国市場向けに石油製品を輸出するチャンスが生まれる。このような連関が、2012年に顕在化したのである。

日本の製油所は、早い時期に建設されたこともあって、アジア域内の新興国の製油所に比べて、規模の経済の発揮の点で遅れをとっている。しかし、需要の変動が激しい商品の市場においては、小回りのきく小規

模生産者の方が競争優位に立つこともある。大企業の大規模工場より、中小企業の小規模工場が多数集まった産業集積の方が、需要の変動に柔軟に対応しうることは、産業集積論の「柔軟な分業」の理論が教えるところである。日本の製油所がアジアの石油製品市場の変化に的確に反応し、市場が求める製品を機敏に供給することができるならば、輸出の拡大は、わが国の石油業界にとって有望な成長戦略になりうる。最近の韓国向け軽油輸出の拡大は、そのことを雄弁に物語っている。

第4の成長戦略である海外直接投資については、最近、恰好の事例が出現した。出光興産が三井化学・クウェート国際石油・ペトロベトナムと協力して、ベトナムでニソン・プロジェクトを推進しているのが、それである。このプロジェクトについては、次項で詳しく取り上げる。

3-3. 出光興産のニソン・プロジェクトが意味するもの

日本の石油産業の成長戦略のうち、最もインパクトが大きいのは、④の「海外直接投資の推進」である。そ

れを体現しているのが、出光興産が中心となって推進するベトナムでのニソン・プロジェクトにほかならない。

今年の4月、筆者は、ニソン製油所・石油化学コンプレックスの建設現場を見学させていただく機会があった。首都ハノイから南方に200km以上離れたティンホア省ニソン地区は、ついこの間まで静かなたたずまいの農漁村だったそうであるが、今では、日本の、いやアジアの石油・石化産業のあり方を変える一大プロジェクトの槌音が鳴り響き、活気に満ち溢れていた。

2005年に23万5,000バレル/日だったベトナム国内の石油製品需要は、10年には33万6,000バレル/日となり、15年には44万7,000バレル/日まで増えたとベトナム政府は推計している。政府は、20年には58万3,000バレル/日に急伸する見通しである。しかし、現在のところ、ベトナム国内には、日産14万7,000バレルのズンクアット製油所しか存在しない。ここに日産20万バレルのニソン製油所が加われば、同国の石油製品自給率は、一挙に向上する。

ニソンの建設現場に足を踏み入れると、その20万バレル/日の常圧蒸留装置（トッパー）が目立たない。重油直接脱硫装置（RHDS）、重質油分解装置（RFCC）、プロピレン製造装置、キシレン製造装置など、他の製造設備が、日本国内では想像することが困難なほど巨大だからである。なかでも、8万バレル/日のRFCCは圧巻だ。世界最大ではないが、ワールドクラスであることは、間違いない。

東西4km、南北1.5kmにわたる400haの広大な敷地に、これらの装置がぎっしりと並ぶ。海が遠浅なため、VLCC（大型石油タンカー）から原油を積みとる沖合の1点係留ブイ（SPM）と製油所敷地とをつなぐパイプラインの長さは、35kmに及ぶ。何もかもが桁外れのスケール感のなかで、来夏の商業運転開始へ向けて、ニソン製油所・石油化学コンプレックスの建設工事は、最終局面を迎えつつあった。

このニソン・プロジェクトを推進している事業主体は、ニソン・リファイナー・アンド・ペトロケミカル・リミテッド（NSRP）である。NSRP

の出資比率は、出光興産 35.1%、クウェート国際石油 35.1%、ペトロベトナム 25.1%、三井化学 4.7%である。ニソンを舞台に進行しているのは、ベトナム北部に日本の出光興産と三井化学の技術によって製油所・石油化学工場を建設し、そこでクウェート産の重質原油を処理して得た製品を、ベトナム国内で供給しようという、壮大でグローバルなプロジェクトなのである。

ニソン・プロジェクトが実現すると、日本の石油業界は、第二次世界大戦後長く続いた、国内を対象にした消費地精製方式の枠組みから脱却することになる。しかし、それはけっして、消費地精製方式の終焉を意味しない。石油需要が伸び続ける国や地域で新たな形で展開する、消費地精製方式の進化形だとみなすべきである。この方式こそ、日本の石油産業の成長戦略の核心をなすものである。ニソン・プロジェクトは、ベトナムの石油産業を大きく変えるだけでなく、日本の石油産業のあり方を根底的に変貌させるインパクトをもつ。

消費地精製方式の進化形を完成さ

せるため、出光興産はベトナムで、製油所の建設にとどまることなく、SS の事業にも乗り出そうとしている。今年4月、クウェート石油と折半出資で、ベトナムでの石油製品小売事業に携わる IDEMITSU Q8¹⁴ PETROLEUM LLC を設立したのが、その表れである。出光興産ハノイ事務所は、SS の候補地点の事業性評価に余念がない。早ければ、ニソン製油所・石油化学コンプレックスの商業運転以前にも、その SS 事業は始まる。ベトナムの地で日本の石油産業は、大きな変貌をとげようとしている。

4. おわりに

本稿では、海外直接投資がもたらす反作用について、新たな事例を取り上げて検証した。ただし、本稿の事例においては、反作用のインパクトは、直接投資を行った当該企業それ自体にとどまらず、当該企業が事業展開する産業全体にまで及ぶ可能性がある。

具体的な検証対象としたのは、大手 LP ガス会社・サイサンのベトナム

ムでの LP ガス供給事業と、大手石油元売会社・出光興産が、三井化学等とともに、ベトナム・ニソンで建設中の製油所・石油化学コンプレックスプロジェクトとである。これら、ベトナムでの二つのプロジェクトは、日本の LP ガス産業や石油産業の成長戦略において、きわめて大きな意味をもつ。ベトナムでの 2 プロジェクトは、日本のエネルギー産業のあり方を大きく変える可能性を有している。

注

- 1 この点については、橘川武郎「序章 外資の経営史の意義と課題」橘川武郎・金花・井岡佳代子『外資の経営史』文真堂、2016年、3頁参照。
- 2 経済産業省「長期エネルギー需給見通し」（2015年7月）参照。
- 3 第1回液化石油ガス流通ワーキンググループ事務局提出資料「LP ガスを巡る最近の状況」（2016年2月5日）参照。
- 4 株式会社サイサンホームページ参照。
- 5 アメリカ・ヒューストンのエンタープライズ・プロダクツ社本社で、2015年8月に筆者（橘川）が行った聴き取り調査に

よる。

- 6 経済産業省商務流通安全グループガス安全室「平成27年のLPガス事故発生状況」（2016年3月10日）参照。
- 7 みずほ情報総研株式会社「東日本大震災を踏まえた今後のLPガス安定供給の在り方に関する調査 概要版」（2012年2月）参照。
- 8 「エネルギー基本計画」（2014年4月）参照。
- 9 前掲「LPガスを巡る最近の状況」参照。
- 10 前掲「LPガスを巡る最近の状況」参照。
- 11 総合資源エネルギー調査会資源・燃料分科会石油・天然ガス小委員会石油市場動向調査WG「平成28～32年度石油製品需要見通し（案）」（2016年4月1日）参照。
- 12 資源エネルギー庁資源・燃料部「資源別に見た事業環境変化と新たな政策課題」（2016年2月16日）参照。
- 13 例えば、橘川武郎『石油産業の真実—大再編時代に何が起こるのか—』石油通信社、2015年。以下の石油産業の成長戦略に関する記述は、同書の内容を要約したものである。
- 14 Q8は、クウェート石油がヨーロッパを中心に展開するSSのブランドである。