

第2章

21世紀の新しいアジア工業ベルト地帯 少子化・デフレ時代の地域産業の将来

平塚 大祐¹

はじめに

本章では、平成14年度研究会「中国・東南アジアの台頭とわが国の地域産業及び地域企業の将来象」（以下、研究会）において議論となった問題から、特に重要と思われる問題をとりあげ、現段階における筆者なりの考え方を述べておきたいと思う。

問題提起1：産業空洞化は中国のせいか

第1に、中国経済が著しい発展を遂げる一方、日本では産業空洞化が大きな問題となっている。日本の産業空洞化と中国への進出は関係があるのか。小泉首相は、2002年4月12日、中国海南島ボアオにおいて、「中国の経済発展を「脅威」と見る向きもありますが、私はそうは考えません。私はむしろ、中国のダイナミックな経済発展が日本にとっても「挑戦」、「好機」であると考えています²と中国脅威論を否定した。しかし、実際には、中小企業の受け止め方は中国は「脅威」であり、「産業空洞化」の原因と考えている企

業の方が多いのではないだろうか。中国は脅威なのか好機なのか。この問いに答えることは、産業空洞化の根本原因を考えることでもある。

問題提起2：日本の競争力はどこまで低下したか

第2に、日本の競争力はどこまで低下したのか。中国とアセアンの競争力はどこまで日本に追いついたのか。日本はどのような産業で競争力を維持しているのかという問題である。東アジアにおける競争力の現状について知っておくことは、今後、中小企業が海外進出なり国内対応を考えるうえでも、重要な課題と思われる。

問題提起3：海外進出先としては中国がよいのか

第3に、中小企業が海外に進出する場合、海外進出先としてはやはり台頭著しい中国が好ましいのか。アセアンは、日本と同じように中国台頭のなかで大きな影響を受けているようにも思えるが、日本企業が長年ホームグラウンドとしてきたアセアンを今後の進出先としてどのように見たらよいのかという問題である。研

¹ 本稿は、筆者がアセアン諸国で行ったこれまでの企業訪問調査が基礎となっている。また、千葉県産業振興センターには、県下の中小企業を訪問している相談員の方々による報告会に出席させていただき、千葉県中小企業の現状を理解するのに大いに役立った。長時間のインタビューに応じていただいた企業の方々と千葉県産業振興センターにここに記して感謝したい。

² 2002年4月12日、中国海南島ボアオにおいて、「ボアオ・アジア・フォーラム」における小泉総理演説「アジアの新世紀 挑戦と機会」、<http://www.kantei.go.jp/jp/koizumispeech/2002/04/12boao.html>

研究会では、行政側の委員から、中小企業の関心はもっぱら中国にあるという報告を受けたが、一方で、中国だけではなくアセアンをどう見ていったらよいのかという質問もだされた。

問題提起4：中小企業、自治体はどう対応すべきか

第4に、日本の中小企業は現在の状況に対してどう対応すべきか、海外進出する企業に対して、地方自治体としてどのように対応していくべきかという問題である。特に研究会で問題になったのは、海外進出を検討している企業に対し行政としてどのように対応していったらよいのかという点であった。

第1節 中国は脅威か。日本のデフレは中国のせいか。

1. 中小企業を覆うデフレ

千葉県産業振興センターでは相談員が県下の中小企業を訪問し、毎月末に訪問企業の状況について報告を行っている。筆者はその報告会に何度か出席させてもらったが、筆者なりに千葉県中小企業の現状を総括すると、価格競争が厳しいという状況を通り越し注文そのものが大きく減少している状況と言える。取引減少の原因は何か。確かに、千葉県企業のなかには、取引先が中国に進出し、その結果、仕事がなくなったという企業もあった。しかし、筆者のみどころでは、いくつかの元気企業を例外とすれば、ほとんどの千葉県企業が取引減少に直面しているという状況であり、取引先の海外進出が現在起きている産業空洞化の主因ではなさそうだ。

東京都は、産業空洞化の調査を2002年に実施している。詳しくは、本レポートの第8章に記されているが、従業員49人未満製造業670社から回答を得た製造業調査によると、3期前に比べ、売上が50%以上減少したと答えた企業は全体の12%に達している。また売上が30%以上50%未満減少したと答えた企業は回答企業の17%に達している。すなわち、3割近い企業が30%以上も売り上げを減少させているということで

あり、日本の産業が大きなデフレに直面しているということが明らかになっている。ちなみに、売上が10%以上30%未満減少したと答えた企業は回答企業の25%を占めており、回答企業全体の5割以上が二ケタ台の売り上げ減少に直面している。

千葉県、東京都の企業に共通にしていえることは、融資問題もさることながら、仕事がなくなっていることが問題となっており、日本の産業を激しいデフレが襲い、産業空洞化が進行しているのではないだろうか。

2. 少子化がデフレの原因

研究会で東京都の委員から、カバン製造業者が市場全体で低迷し価格が下がっているという報告があった。カバンの売上高減少という事態は、日本経済の現状を象徴していることのように思える。

カバン市場が低迷するのはどうしてか。日本経済が直面している市場低迷の背景には少子化という問題があり、少子化が市場低迷、価格の下落、産業空洞化の原因になっている。少子化により、まず、小学生、中学生、高校生向けの学生カバンが売れなくなる。もちろん学生が持つカバンだけではなく、若者向けの婦人用カバンも売れなくなる。少子化の影響を受けているのはカバンだけではない。運動靴、革靴、筆記用具、教科書、参考書、自転車、体操着、帽子、洋服、椅子・机、学校給食などさまざまな財・サービスが売れなくなり、関連する製造業、卸売業、小売業、サービス業が少子化の影響を受ける。

国内販売量の減少を最も理解しやすいのが、国内乗用車販売台数である。国内乗用車販売台数は1991年の430万台をピークに減少し、1999年には景気サイクルの影響もあり290万台まで減少した。2002年には回復したとはいえ、300万台程度にとどまっている（図1参照）。1991年というのはバブルの影響もあったが、それにしても販売台数が4分の3になるというのは大きな販売台数の減少であり、購買者数そのものが減少しているからである。

現在、日本経済におきている状況は、さまざまな産業において、需要がピーク時から大幅減少し、需給ギャップが大きくなるデフレが発生している。

図1. 国内乗用車販売高

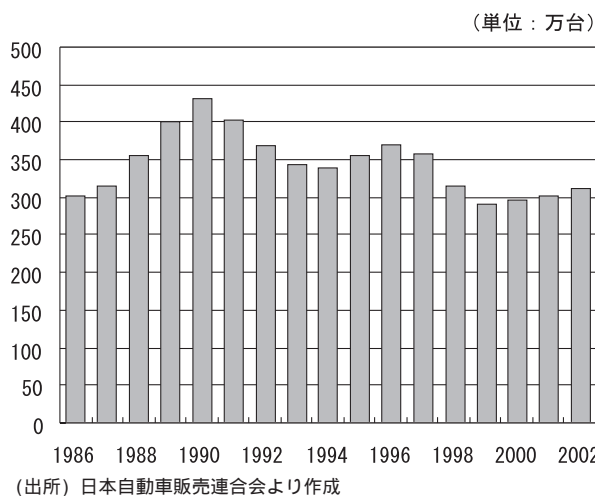
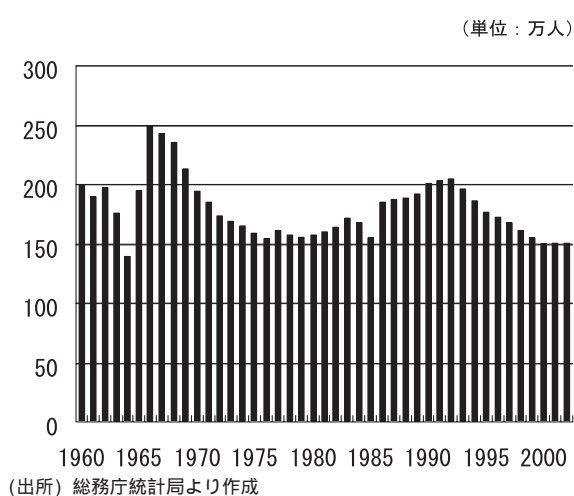


図2. 日本の18歳人口



そして日本経済のデフレの根底には、少子化という問題が潜んでいる。

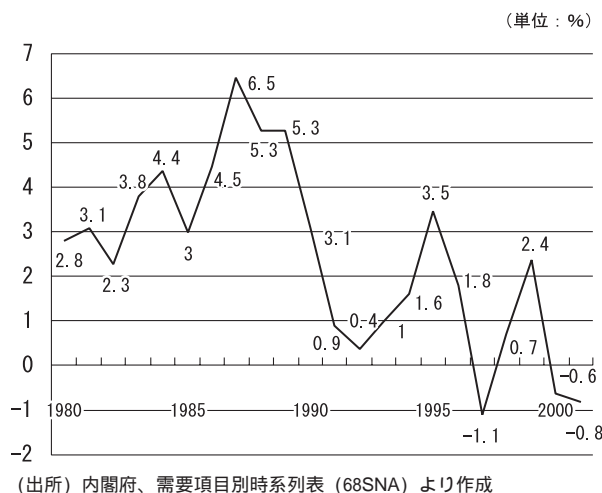
3. 少子化はどこまで進んでいるのか

それでは、少子化はどのくらい進んでいるのか。日本の18歳人口は、戦後の第1次ベビーブーム世代が18歳人口に達した1966年の250万人をピークに減少、1976年には150万人程度まで減少した。しかし、第2次ベビーブーム世代が1980年代後半から90年代初めにかけ18歳年齢を迎え、18歳人口は急激に増加し92年には約200万人に達した。その後、18歳人口は再び減少を続け2002年には150万人まで減少している (図2 参照)。

第2次ベビーブーム世代が中学校、高校、大学の消費世代を迎えたのが1980年代後半から90年代初めであり、この時期、日本経済が高成長を達成していたのは偶然ではない。日本のGDP成長率は、1988年には6.5%成長と現在では想像できない高い成長率を達成していたのである。1989年、90年についてもGDP成長率はそれぞれ5.3%という高成長を達成している (図3 参照)。

少子化問題を考えておけば、1990年代半ば頃には日本経済が長期的な低迷期を迎えるであろうことは予想できたのである。1990年代に行われた公共投資による景気対策が、財政を悪化させ、国の借金を増やし国債を増加させるだけの政策であり全く意味を持たない政策であったことは、政策実施前からわかっていたので

図3. 日本のGDP成長率



ある。銀行が不良債権を処理しても処理しても後から新たな不良債権が発生してしまうというのが、現在の日本経済の状況であるが、日本経済のデフレの根底には少子化という問題がある。

第2節 日本企業の海外展開に変化

日本経済のデフレ状況において、日本企業は中小企業まで含めて海外に進出するようになっており、このため、現在、起きている海外展開は従来型の海外展開と性格が大きく変わり始めている。

1. 従来型の海外進出は日本の労働力不足が原因

日本の労働力不足が原因

まず、従来の海外展開について、その原因を振り返ってみたい。従来の日本企業の海外進出は、日本の労働不足を背景に、人手確保を目的としていた。

日本経済は1950年代後半から高度成長期を迎え、東京圏では70年代、80年代まで京浜・京葉工業地帯が発展し、この過程で中小企業は手狭になった東京から神奈川、千葉、埼玉へと敷地を求め工場を移転した。これは東京圏だけではなく阪神工業地帯など日本の主だった工業地帯でも同じであった。

外延的に拡大のなか、日本の企業が直面したのは人手不足だった。1970年代になると、日本の労働力不足から、日本企業は労働力を求めて台湾、韓国、香港に進出するようになった。

そして1970年代末になると、米国半導体メーカーが進出し部品産業が発展していたシンガポールに進出するようになり、国土が狭く人口が少ないシンガポールの土地価格と賃金がまたたくまに上昇すると、シンガポールに進出した企業も隣国のマレーシアに2次展開するようになり、シンガポール・マレーシアが日本企業の進出の主たる舞台となった。

1980年代後半になると、第2次ベビーブーム世代が18歳人口を向かえ消費が増大し、国内での需要拡大を背景に、日本企業は設備投資を拡大し、世界市場における占有率拡大を狙った。この結果、日本ではますます労働力が不足し、日本企業は、1980年代後半になると、賃金が安く外資出資規制を緩和したタイに進出するようになった。1990年代に入ると、タイでも土地価格と賃金が上昇し、エンジニアの確保が困難になると、日本企業はインドネシアに進出するようになった。そして、1992年に中国が対外開放を加速し、中国における製造オペレーション・リスクが低下したと判断した日本企業は、中国に進出するようになった。

もちろん上記の日本企業の進出時期は、円高とも一致している。1971年に金とドルの交換が停止され、70

年代初頭に円がドルに対し上昇した第1次円高、70年代末の第2次円高、そして85年9月のプラザ合意を契機とした80年代後半からの第3次円高、94年から95年には第4次円高が進んだ。

日本企業の海外進出は円高に対応しているが、日本の生産が拡大し輸出が拡大すると、国際収支では経常収支黒字が拡大、外為市場では円高、労働市場では雇用増加により労働力が不足するというように、市場は連動している。東南アジアに進出した日系企業に進出理由について筆者がヒアリングしたところによると、日本の労働力不足を進出理由と指摘する見方が多い。これは、製造現場の感覚を反映した見方である。また、営業畑出身の人やエコノミストは円高のなか競争力を確保するため進出したと答える。筆者は、従来型の進出を日本の労働力不足を背景にした海外進出と考えるほうが、日本の海外進出の本質を理解しやすく、また、現在の日本の問題、少子化を原因としたデフレ化における海外展開を理解しやすいと考えている。

東京大田区企業、TKRの事例³

実際、具体的に進出事例を見れば、日本企業が労働力確保のため進出したことがよく理解できる。東京大田区の企業、TKRは1954年創業でプレス関連製品、スイッチ関連製品、カーオーディオ機器の一貫生産メーカー企業である。TKRは、1970年に茨城県東茨城郡に茨城TKRを設立し、72年に岩手県紫波郡に東北TKR、76年に茨城県東茨城郡に美野里TKR、80年には岩手県和賀郡に西和賀TKR、81年には茨城県水戸市に水戸TKR、岩手県遠野市に岩手TKR、86年には茨城県東茨城郡に石岡TKRを設立している。地方にグループ会社を設立することで労働力不足を補ってきた。しかし、それでも労働不足は解消されず、1970年代に韓国と台湾に関連会社を設立している。そして1978年に台湾企業を閉鎖し、日系大手家電メーカーが進出しているシンガポールに工場を設立した。1988年にマレーシアにカーオーディオ工場を建設したが、94年に広東省東莞に工場を建設したためマレーシア工場

³ 株式会社TKRについては <http://www.tkr.co.jp> を参照。

は99年末に閉鎖している。現在は、東南アジアではシンガポールでオーディオ部品を製造、1996年にマレーシアのジョホールにTKRプレジジョンを設立し精密部品加工を行っている。

TKRは、タイ、インドネシアにこそ進出しなかったが、日本企業の海外展開の典型的事例である。日本の企業は日本で労働力の確保が難しくなると韓国、台湾に展開し、そこで賃金が高くなると、シンガポール、マレーシアに、最後には中国に進出しており、その背景には日本の労働力不足があった。

2. 日本のデフレのなか海外に活路を求めた進出

しかし、最近の海外進出は、従来の労働力不足を背景にした展開とは異なり、日本経済のデフレのなか海外に活路を見出そうとする展開に変わってきている。

カイセ工業⁴は、1961年7月に神奈川県川崎市に設立され、冷暖房器具・ガス器具のパイプ加工（パイプの曲げ加工、切削加工、端末加工、絞り加工、溶接加工）を本業とし、パイプ加工の技術を利用して、手すりから、椅子、テーブルなどのインテリア用品、ハングライダー・カヌーなどのレジャー用品、健康器具、キッチン用品、自動車関連用品など生活製品を製造販売する金属加工業である。カイセ工業は、1966年に本社及び工場を東京町田市に移転し、71年に株式会社カイセ工業となり、72年に新潟北魚沼郡に新潟工場を設立、81年には静岡県小笠原郡に静岡工場を設立、90年に新潟工場を拡張、92年に静岡工場を拡張し、93年に本社を新築、94年に新潟工場を拡張し、96年に埼玉県羽生市に埼玉工場を設立、97年には新潟工場と静岡工場を拡張するなど、これまで日本のなかで労働力を確保してきた。そのカイセ工業が2000年12月にタイに進出したのである。進出理由は日本の景気が悪いことから将来を考え、中国かタイに企業を設立できないかと

いうことで、タイに進出した⁵。

ダダクリエイト⁶は、物流システムの設計を手がける神奈川県の企業である。日本では、全般的には設備投資をできる環境にはなく、顧客の新規開拓は困難な状況で、2代目としては日本ではやりがいのある仕事がないということで、取引先の要請で緊急出張した帰りに立ち寄ったバンコクに、1999年、中小企業の立ち上げを支援する総合ロジスティックサービス会社を設立している⁷。

中国に展開している中小企業も最近では、中国への進出に企業の未来をかけている企業が多くなっている。千葉県市川の生コン製造販売会社、内山アドバンスは1961年に設立されたが、日本国内での需要が期待できないとして、94年に中国華南の深圳の経済特区に新会社を設立、96年に操業を開始している。

1972年に東京荒川区で創業したミヤチテクノスは、急速な発展を続ける中国へのマーケット拡大を狙って、中国地場企業をターゲットに上海に精密接合機器の販売会社を設立している⁸。

日本の中小企業は、少子化を原因としたデフレのなか、生き残りをかけた進出を開始している。

第3節 日本の競争力の低下

1. 競争力の計測

競争力は貿易に現れる。このような考え方に立脚し、Hiratsuka [2002a, 2002b]、平塚 [2003]⁹は、次のような国際競争力指数を計測している。

$$I C C = (\text{輸出} - \text{輸入}) / (\text{輸出} + \text{輸入})$$

分子の輸出 - 輸入は、国内生産 - 国内需要と恒等関係にあり¹⁰、したがって、国際競争力指数は間接的に国内の需給を考慮している。

⁴ カイセ工業については、<http://www.kaise.co.jp> を参照。

⁵ 2001年9月6日、2002年8月28日カイセ・タイランド井口社長とのインタビューによる。

⁶ ダダクリエイトについては、<http://www.dadathai.com> を参照。

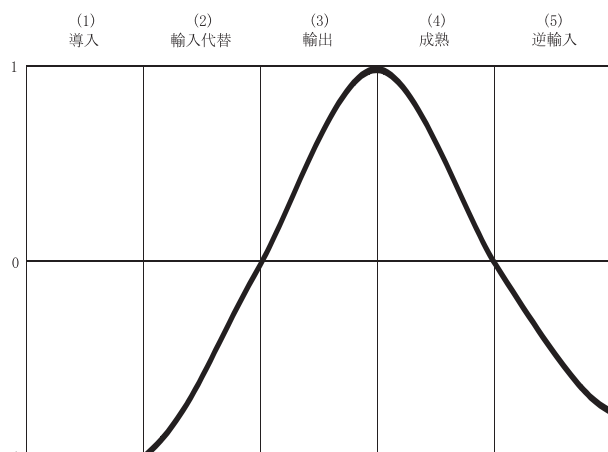
⁷ 2002年9月2日、ダダクリエイト田代社長とのインタビューによる。

⁸ 中国進出事例については、本レポートの第10章の永井「千葉県製造業の中国沿岸部進出事例」を参照されたい。

⁹ 本節はHiratsuka [2002a, 2002b]、平塚 [2003] の成果を簡単に紹介したものであり、実際の詳しい競争力の現状については、同論文にまとめられている。

¹⁰ 国内生産 + 輸入 = 国内需要 + 輸出より、輸出 - 輸入 = 国内生産 - 国内需要となる。

図4. 国際競争力指標に基づく競争力のステージ



(出所) 筆者作成

国際競争力指数は、-1から+1の間を通るが、-1から0の間にあるとき競争力は弱く、0から+1の間にあるとき競争力は強いことを示している。そして、この国際競争力指数を長期に観察し、-1と+1の間を上昇中のとき競争力は上昇していることを示し、反対に+1と-1の間を低下しているとき、競争力が低下していることを示している(図4参照)。

国際競争力指数は、次のような5つの競争力ステージをとるところに特徴がある。(1)“導入”ステージは国際競争力指数が-1をとる。(2)“輸入代替”ステージは国際競争力指数が-1と0の値の間で上昇傾向にあるとき、競争力は“輸入代替”ステージにあり上昇しているが弱い。(3)“輸出”ステージは、国際競争力指数が0と+1の間で上昇しているとき、競争力は“輸出”ステージにあり、国際的に高い競争力を持ち上昇している。(4)“成熟”ステージは、国際競争力指数が+1と0の間で下降傾向にあるとき、競争力は“成熟”ステージにあり、競争力は強いものの後発国からローエンド製品の輸入により低下している。(5)“逆輸入”ステージは国際競争力指数が0と-1の間の値をとり下降傾向にあるとき、産業競争力は“逆輸入”ステージにあり、国内製品は安い輸入品との競争に失敗し輸入品にとって代われ、低下させている。このステージでは、しっかりとした対策をたてなければ、最後には、先発国は超高級品などニッチ製品を生産するにとどまることになる。

2. 日本の競争力

第1に、日本は、アセアン4(マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン)や中国の競争力が強めている産業で競争力を低下させているが、アセアン4や中国の競争力が弱い産業で強い競争力を維持している。つまり、日本はアセアン4や中国と貿易上、補完的關係を持っている。

第2に、日本のいくつかの産業は、アセアン4や中国、そして韓国、台湾、シンガポールの競争力上昇の影響を受け、競争力を大きく低下させている。特に、アパレルは“逆輸入”ステージの末期にあり、日本はニッチ製品を製造しているにすぎない。また、雑貨製品(玩具、台所用品、衛生製品)など労働集約的な製品の競争力は低下し、“逆輸入”ステージにある。また、パソコン及び周辺機器の競争力は1990年代に“輸出”ステージから“逆輸入”のステージへと低下した。家電、事務通信機器の競争力も低下を始めており、“成熟”ステージに入っているし、精密機器についても競争力は緩やかではあるが低下している。

しかし、家電部品、事務通信機器部品、電子部品など部品産業については、競争力を緩やかに低下させ“成熟”ステージに入っているものの、依然として東アジアで最高の競争力を維持している。これは、日本が基幹部品をアジアNIES、中国、アセアンに輸出しているからである。

また、日本は、オートバイ、商用車、乗用車、自動車部品、産業用機器、工作機械といった機械産業、化学繊維、基礎化学製品、化学製品、鉄鋼等の素材産業において、依然として強い競争力を持ち、“輸出”ステージにある。

金型の競争力は、韓国、台湾の追い上げを受け競争力はわずかに低下している。これは、東アジアに進出した企業がコスト削減のため日本からの調達を現地の日系企業や地場企業からの調達に切り替えたり韓国や台湾から金型を輸入するようになったりしていることに加え、日本が韓国等のアジアから金型を輸入するようになっているからである。

このように、日本は、FDIが流出したアパレル、電気・電子産業において競争力を低下させ、FDI流出が

少ない重機械産業において強い競争力を維持している。

3. 中国の競争力

中国は、1990年代にさまざまな産業において競争力を急速に上昇させている。マレーシア、タイ、フィリピンが雑貨製品の競争力を低下させているなか、中国は競争力を上昇させた。これは、中国が勝ち組となり、アセアンが負け組みとなった例である。また、金属加工についても、アセアン4と中国のグループの中では、唯一中国だけが高い競争力を示している。中国はアパレルについても高い競争力を示している。

中国は、また、家電、事務通信機器、パソコン及び周辺機器、さらには精密機器についても競争力を“輸出”ステージへと上昇させている。これら家電、事務通信機器、パソコン及び周辺機器、精密機器について、中国はアセアン4と競合関係にある。また、中国は、タイと同様、オートバイ、商業車において、競争力がある。

中国が、アセアンに対し競争力で劣る分野は部品である。家電部品の競争力は、1995年から97年にかけて“輸出”ステージへと上昇したが、98年以降、家電などの組み立て産業の発展により部品需要が高まり輸入が増加し、低下している。中国の事務通信機器部品、電子部品、精密部品の競争力はまだまだ低い。中国はコード、プリント・サーキット・ボードなど低価格な部品を輸出しているが、技術集約部品など高価な部品を輸入しているからである。

4. アセアンの競争力

マレーシアとタイは雑貨製品（衛生製品、玩具、楽器等）の競争力を低下させ“成熟”産業になっている。一方、アセアンのなかでもインドネシアは雑貨製品の競争力を上昇させている。

アパレルは、30%の高い関税率により保護され、高い競争力を維持し“輸出ステージ”にある。しかし、関税率による保護がなくなれば、アセアンのアパレルの競争力は低下し、中国からの安い輸入品にとって代わられる可能性がある。

アセアンが競争力を持っている産業は家電・電子産業である。アセアンの家電産業、情報通信機器、パソコン及び周辺機器は高い競争力を維持し、“輸出”ステージにある。

また、アセアンは部品に強い競争力を持っている。特に、タイは家電部品、情報通信機器部品、電子部品、精密機器部品の競争力が“輸出”ステージにあり、これら部品産業の競争力が同国の家電、情報通信機器など組み立て最終財の競争力につながっている。

また、家電・電子では国によって競争力のある産業が異なる。マレーシアは家電、情報通信機器、電子部品に競争力があり、フィリピンはパソコン及び周辺機器に競争力がある。タイは家電、情報通信機器、パソコン及び周辺機器、家電部品、情報通信機器部品、電子部品についても競争力がある。

また、タイとインドネシアはオートバイ生産の競争力を“輸出”ステージに上昇させている。特に、タイは商業車に競争力があり、乗用車の競争力も“輸出”ステージ間近にあり、“東洋のデトロイト”と言われるだけの競争力を発揮している。

第4節 21世紀の新しい工業ベルト地帯

中小企業が海外に進出する場合、海外進出先としてはやはり台頭著しい中国が好ましいのか。アセアンは中国の台頭のなかで大きな影響を受けているようにも思えるが、日本企業が長年ホームグラウンドとしてきたアセアンを今後の進出先としてどのように見たらよいのか。

1. 21世紀の新しい工業ベルト地帯

日本の東アジアにおける対外投資は、1960年代にアセアン諸国が国内産業を保護するため高率輸入関税を課したことからアセアンに集中した。1970年に入ると、日本は労働力不足を補うため輸出生産目的で韓国、台湾、香港に進出するようになり、70年代末以降はアセアンに集中するようになった。その後もアセアンは、1990年代を通じて、日本企業にとって最大の投

表1. 日本の国別・地域別対外直接投資実績件数

年度	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002上半期	累計
中国	126	165	246	490	700	636	770	365	258	112	76	102	187	142	4,375
香港	335	244	178	154	184	112	119	89	115	51	75	51	37	18	1,762
シンガポール	181	139	103	100	97	69	94	102	96	58	49	23	30	10	1,151
マレーシア	159	169	136	111	92	51	57	69	82	32	44	23	18	5	1,048
タイ	403	377	258	130	127	126	147	196	154	72	72	61	51	30	2,204
インドネシア	140	155	148	122	115	116	168	160	170	62	57	25	51	13	1,502
フィリピン	87	58	42	45	56	75	100	75	64	45	31	41	24	7	750
ベトナム	1	1	1	8	12	25	54	65	45	12	17	5	9	1	256
オース	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
カンボジア	-	-	-	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
ミャンマ	-	1	1	-	-	1	3	5	2	1	2	1	-	-	17
ブルネイ	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	2
アセアン10	971	900	690	518	501	463	623	672	613	282	273	179	183	66	6,934
韓国	81	54	48	28	34	27	25	33	53	47	62	52	47	25	616
台湾	165	102	87	48	41	39	52	39	67	27	26	51	31	11	786
インド	9	7	9	15	5	17	23	25	28	17	12	10	6	2	185
パキスタン	5	3	2	2	1	3	5	1	8	-	-	-	-	-	30
ロシア	5	9	7	7	6	4	4	4	6	1	4	2	1	-	60
アジア	1,707	1,499	1,277	1,269	1,478	1,305	1,629	1,233	1,151	537	528	448	495	264	14,820
アメリカ	2,668	2,269	1,607	1,170	882	509	510	581	582	318	350	272	205	124	12,047
北米	2,848	2,426	1,714	1,258	953	534	551	638	611	334	355	280	207	388	13,097
中南米	421	339	290	307	327	303	300	257	303	244	240	200	152	89	3,772
中近東	5	1	10	16	16	12	3	10	6	4	1	6	3	-	93
欧州	916	956	803	617	494	221	260	241	250	382	509	716	858	653	7,876
アフリカ	88	70	76	23	52	35	37	41	26	31	24	7	13	7	530
大洋州	604	572	394	251	168	68	83	81	142	65	56	27	25	6	2,542
合計	6,589	5,863	4,564	3,741	3,488	2,478	2,863	2,501	2,489	1,597	1,713	1,684	1,753	1,149	42,472

(注) 2002年度は上半期のみ。累積は1989年度から2002年度上半期累積。
 (出所) 財務省、国別・地域別対外直接投資実績 (www.mof.go.jp/fdi/sankou01.xls、2003年2月5日アクセス) より筆者作成

表2. 日本の対外直接投資 (億円)

年度	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002上半期	累計
中国	587	511	787	1,381	1,954	2,683	4,319	2,828	2,438	1,363	838	1,099	1,802	1,132	23,722
香港	2,502	2,610	1,260	966	1,447	1,179	1,106	1,675	853	770	1,083	1,034	370	152	17,008
シンガポール	2,573	1,232	837	875	735	1,101	1,143	1,256	2,238	815	1,073	468	1,223	355	15,924
マレーシア	902	1,067	1,202	919	892	772	555	644	971	658	586	256	320	57	9,800
タイ	1,703	1,696	1,107	849	680	749	1,196	1,581	2,291	1,755	910	1,029	1,102	348	16,996
インドネシア	840	1,615	1,628	2,142	952	1,808	1,548	2,720	3,085	1,378	1,024	457	576	160	19,974
フィリピン	269	383	277	210	236	683	692	630	642	485	688	506	946	130	6,777
ベトナム	0	1	0	13	52	177	192	359	381	65	110	24	97	31	1,503
オース	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
カンボジア	-	-	-	4	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
ミャンマ	-	1	0	-	-	1	22	11	5	3	11	11	-	-	66
ブルネイ	0	-	0	-	-	15	15	-	-	-	2	-	-	-	32
アセアン10	6,288	5,994	5,053	5,011	3,547	5,306	5,363	7,200	9,614	5,158	4,404	2,752	4,265	1,081	71,037
韓国	799	419	357	291	289	420	433	468	543	387	1,093	899	680	392	7,469
台湾	662	653	554	376	343	292	439	587	552	287	318	563	399	179	6,205
インド	24	44	20	160	39	101	125	247	532	329	232	185	181	229	2,447
パキスタン	119	13	19	23	15	83	41	34	76	11	-	-	-	-	434
ロシア	1	7	5	24	20	10	56	30	332	46	21	12	16	-	580
アジア	11,003	10,343	8,107	8,316	7,672	10,084	11,921	13,083	14,948	8,357	7,988	6,555	7,730	3,171	129,279
アメリカ	43,691	38,402	24,671	17,993	16,936	18,016	21,845	24,789	25,486	13,207	24,868	13,413	7,970	3,804	295,093
北米	45,485	39,958	25,763	18,972	17,591	18,525	22,394	25,933	26,247	14,011	27,629	13,562	8,081	6,975	311,126
中南米	6,991	5,289	4,547	3,525	3,889	5,499	3,741	5,008	7,775	8,274	8,295	5,783	9,583	2,887	81,085
中近東	86	39	123	896	251	303	148	268	578	187	126	21	25	-	3,051
欧州	19,727	20,975	12,832	9,176	9,204	6,525	8,281	8,305	13,749	17,937	28,782	26,974	13,228	9,533	205,227
アフリカ	891	804	1,014	308	630	366	367	485	407	569	574	59	241	50	6,767
大洋州	6,156	6,119	4,476	3,119	2,275	1,507	2,716	1,011	2,525	2,833	997	737	660	1,322	36,452
合計	90,339	83,527	56,862	44,313	41,514	42,808	49,568	54,094	66,229	52,169	74,390	53,690	39,548	20,808	769,857

(注) 2002年度は上半期のみ。累積は1989年度から2002年度上半期累積。
 (出所) 財務省、国別・地域別対外直接投資実績 (www.mof.go.jp/fdi/sankou01.xls、2003年2月5日アクセス) より筆者作成

投資先であった。投資額で見ると日本の対アセアン10投資は圧倒的で、対アセアン10投資は2001年まで対中投資を上回っていた。

一方、日本の対中投資は、香港、欧米、台湾に比べ遅れた。1980年代、当時イギリスの統治下にあった香港、それに欧米企業が中国への対外投資を積極化した。1992年に中国が改革開放を加速したあたりから、中国における事業の利益の期待値が高まり、台湾当局が対中投資規制を緩和したこともあり、台湾企業が積極的に進出するようになって、ようやく日本企業の対中投資は動き出した。そして、1990年代半ば以降、日

本の対中投資は急増している。

しかし、表1、表2を見てもらえば明らかであるが、日本企業の東アジアにおける対外投資の重心はアセアンに置かれていた。1989年から2002年上半期までの日本の対外投資累積を見てみると、日本の対アセアン投資は6,934件、7兆1千億円に達しており、これは対中投資の4,375件、2兆4千億円を大きく上回っている。おそらく1960年代からの投資実績を累積すると、日本の対アセアン投資と対中投資との差はさらに大きくなるであろう。

日本企業にとっての最大の投資先であり、ホームグ

ランドはアセアンであり、中国は新しい進出地域である。どうも、最近の中国の躍進ぶりに、中国だけに目を奪われがちであるが、アセアンは日本企業にとって最も重要な地域であることを忘れてはならない。

もちろん、日本企業が中国に東アジアにおける事業の重心を移し始めたことは明白である。日本企業は中国において欧米企業や台湾、韓国の企業と製造販売拠点の整備を争っている。中国における日本企業の拠点整備が一段落したあかつきには、大連を中心とする中国東北地域、北京、天津の華北、上海を中心とする長江デルタ、深圳を中心とする中国華南の珠江デルタ地帯は、日本にとって新しいホームグラウンドとなっていることであろう。そして、その南には、フィリピン、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシアという古くからの日本のホームグラウンドが続いているし、ベトナムも日本のホームグラウンドになりつつある。そこは、成長と発展ができる21世紀の新しい工業ベルト地帯である。

2. アセアンに浸透する中国の台頭

新興ホームグラウンドの中国にあらゆる産業が集中していくのであろうか。そのような見方が根強いように思える。

実際、筆者が2001年から2002年にかけて、タイ、マレーシア、フィリピンを数回にわたりヒアリング調査したときも、部品産業の発展が著しいタイですら、新規工場を建設すると答えた企業はほとんどなく、中国で新規工場を建設すると答えた企業がほとんどであった。また、タイ、マレーシア、フィリピンで展開していた中小企業も、顧客が中国に展開し始めたという理由で、中国に工場を建設したり、香港に事務所を設けたりするという企業が多い。日本企業の当面の課題は、中国における生産、販売体制の整備にあるようだ。

また、アセアンの日系企業は最適調達のほか中国から部品調達を強化している。例えば、三重県伊勢市の

クローバー電子の子会社でマレーシアにおいてキャッシュレジスターを製造しているアオバ電子は、徹底した部品の最適調達を追及しており、マレーシア国内の現地調達もコストの高い日系は一切使わず地場部品を使用しているが、近年、中国地場からの部品調達を増やしており、中国企業からの部品調達が3割に達している¹¹。

1966年設立のユニデンは、1988年にフィリピンに進出し無線機を製造していたが、2003年2月に閉鎖し、中国に移転してしまった。ユニデンに限らず、アセアンから撤退した企業も少なくない。

3. アセアンで製造ノウハウの有効活用を図る

アセアンはどうなるのか。結論的に言えば、先進アセアン諸国のシンガポール、マレーシア、タイ、フィリピンは、中国より一歩進んだモノを製造する拠点として発展し、中国はローエンドの大量生産型の拠点として発展していくであろうと考えている。

ジェットロ [2002] が実施した調査を用いて、アセアンと中国の能力比較を行ったものが表3である¹²。エンジニアの能力を見ると、自社のエンジニアは日本人と同等と答えた企業は、シンガポールが55.1%と高く、次にフィリピンが33.8%と高い回答を得ている。これに続くのがマレーシア30.7%と中国の30.4%で、タイの28.5%、インドネシアの26.3%、ベトナムの21.9%を上回っている。

技術者の水準が高いシンガポール、フィリピン、マレーシアはともかく、技術者の水準で中国より劣るタイが中国より進んだ地域となりえるのはなぜか。それは、日系企業がアセアンで蓄積した製造ノウハウの有効活用を図り、中国では製造しないような高度な分野を手がけるからだ。「タイを活かさないともったいない」(タイの三菱電機地域統轄本部)¹³、「エンジニアが中国に劣る分、われわれ日本人エンジニアが支援する」(藤倉電線グループ)と述べており¹⁴、タイ・ミネベアグループは、日本人エンジニア500人をタイに展

¹¹ 2002年12月19日インタビュー。

¹² Hiratsuka [2002b] を参照のこと。

¹³ 2002年8月26日インタビュー。

¹⁴ 2002年9月6日インタビュー。

表3. 部品産業の集積、地場企業の能力および現地従業員の能力 (%)

	シンガポール	マレーシア	タイ	フィリピン	インドネシア	ベトナム	中国
(1) 現地調達率51%以上と答えた企業	36.8	41.2	51.2	21.0	37.7	17.1	49.7
(2) 現地調達のうち地場企業調達が51%以上と答えた企業	35.5	45.3	39.1	34.9	42.0	54.1	54.9
(3) 地場サプライヤーの品質維持能力は日系と同等の答えた企業	45.9	16.3	17.0	20.7	4.3	5.8	12.7
(4) 地場サプライヤーの技術が日系と同等と答えた企業	35.1	18.5	17.0	17.2	6.5	5.8	11.5
(5) 地場サプライヤーの納期は日系と同等と答えた企業	59.4	34.1	28.7	27.5	19.6	11.7	32.5
(6) 自社ワーカーの能力が日本人と同等と答えた企業	61.7	28.5	41.9	44.7	37.7	45.1	44.2
(7) 自社テクニシャンのライン維持能力は日本人と同等と答えた企業	46.1	21.1	23.3	26.5	23.9	20.6	25.8
(8) 自社エンジニアの工程管理、生産管理能力は日本人と同等と答えた企業	55.1	30.7	28.5	33.8	26.3	21.9	30.4
(9) 理工科系大学卒業業者数	1,766	7,315	31,897	81,594	19,238	37,643	318,318

(出所) 『アジアの投資環境比較』ジェトロ、海外調査シリーズ 357より筆者作成

開し、「合理化投資」で補うとしている¹⁵。また、エンジニアの能力が高いフィリピンで操業している、日立コンピューター・プロダクトは、「日立としてはHDDの唯一の拠点は今後ともフィリピンであり、中国に進出するメリットはない¹⁶」と述べている。

アセアンに展開している企業は、成熟製品やローエンド製品を中国に移管している一方、着実に製品を高度化している。それは、アセアンにおける製造ノウハウを有効活用することが企業にとってメリットがあるからである。

4. ミネベアに見るアセアン重視戦略

アセアンの産業高度化、質的变化の実態把握には手間がかかり、日本の新聞報道では、「東南アジアから中国にシフト」とだけ記され、シフトした結果、空いたスペースで新しく何をするのかということは大きく報道されないことが多い。

例えば、日経新聞2002年8月9日朝刊は、「ミネベ

ア キーボード生産中国移管 東南アジアの競争力低下¹⁷」と報道している。現地でヒアリングすると、ミネベアのタイ重視戦略に変わりはなく、ミネベアの事例は、日本企業がアセアンをいかに重視しているか理解する格好の材料を提供している。ミネベアは世界市場においてベアリングの65%を生産しているが、タイに1980年に進出し82年からオペレーションを開始、現在、ミネベアの主力工場はタイにある。タイ工場はミネベア全生産の57%を生産しており、日本が14%、中国が10%、米国が8%、シンガポールが7%、ヨーロッパが2%を生産している。今後は、日本における生産比率は減少し、その分、中国における生産比率が高くなり、タイにおける生産比率は維持される。中国の件費はタイの件費の7割ほどであるが、3割の差はタイにおける合理化投資によって十分埋められるという。精密加工は精密度が増せば増すほど機械化のため投資が必要であり、同時に人手もかかる。ミネベアは、2002年9月現在、3万1千人体制に加え、日本

¹⁵ 2002年9月4日インタビュー。

¹⁶ 2002年11月7日インタビュー。

¹⁷ 同紙は、開いたスペースについてどのように活用するか記している。しかし、見出しは、中国移管であり、東南アジアの競争力低下である。実際には、空いたスペースはより付加価値の高い製品を製造するのであり、競争力は上昇する。

人常駐スタッフが250人、出張ベースで常時250人の日本人がタイでの製造を支援する体制をとっている。20年以上にわたる製造オペレーションで蓄積された製造ノウハウを最大限に利用していくというのがミネベアの戦略である。

ミネベアが中国の比重を高める理由は、巨大な市場、65%のベアリングを製造しているという供給責任として顧客の近くで生産する、コストのモノサシ、と考えているからである¹⁸。

5. 開発設計と製品差別化を進めるアセアン

三菱電機もタイで8千人の製造・販売体制をとっている。三菱電機は、タイに1964年に進出し40年の製造経験があり品質管理に慣れ製造ノウハウが蓄積されている。タイでの課題は技術者の育成と技術者が辞めないようにすることで、今後は、基本設計は日本で行い、開発設計はタイで行っていくという段階に来ている。これに対し、三菱電機の場合、中国では後発組であり、中国での課題は班長の育成とか品質管理が課題というレベルである¹⁹。

マレーシアの場合、日系企業が研究開発(R&D)を行っている企業が多いことが注目される。例えば、マレーシアでオーディオ製品を製造しているJVCエレクトロニクスは、1992年から社内で商品設計のR&Dを行ないコスト削減に結びつけている。また、JVCは、中国で製造していないMD内臓オーディオ製品の製造へとシフトし、中国と同じ土俵で競争するのではなく、製品を高度化し中国との製品差別化に取り組んでいる。

また、前述のアオバ電子は、コストを削減するため、商品設計は全てマレーシアで行っている²⁰。

アセアンに展開している企業は、これまでの製造オペレーションでの経験、ノウハウと技術の蓄積を生かし、中国との差別化を図ると同時に、商品設計を行うところまで来ている。

6. リードタイムの短いアセアン

また、アセアンは製造拠点として中国より優れている点もある。パイオニア・タイランドは、オーディオを年間300万台、CDを同1,200万セット生産している。同社のアユタヤ工場には、新規工場を建設するスペースがあるが、パイオニアは中国の上海に2001年夏、新規工場を建設した。しかし、上海工場はタイと比べて部品の調達環境が悪いという。輸出入のリードタイムが長く、物流が悪いからである。特に、同社の場合、原価の9割は材料費で、労務費は2.8%であり、部品の調達が早いタイとマレーシアが有利であるという²¹。

パイオニアに限らず、機械分野では部材がコストの8割以上を占めるのが普通である。受注から出荷、取引先への納品までのリードタイムが生産性、競争力を決める。こうした点で、シンガポールは秀でた存在であり、マレーシアがそれに次ぎ、フィリピン、タイも中国より上という評価がある。むしろ、中国は手続き等で問題視する見方が強い²²。

7. 技術集約部品産業が集積するアセアン

先進アセアンの特徴は、技術集約部品の集積地として発展を始めている点である。前節で見たように、競争力指数の分析から、アセアンは中国に比べて部品の競争力があることを確認した。アセアンが部品の競争力を持っているのは高度な部品を製造するセンターになりつつあるからである。

ミネベアは、タイ工場で2.5インチハードディスク・ドライブ向けに流体軸受けモーターを製造しているし、日本電産(NIDEC)も主力工場をタイに持ち、流体軸受けモーターを製造している。流体軸受けモーターの製造関連で、さまざまな高精度の部品がアセアンから調達されている。例えば、岐阜県企業の大同電子のダイドー・エレクトロニクス・タイランドはスピンドルモーター用の磁石をタイで製造している²³。長野県岡谷市のソーデナガノはマレーシアのジョホール

¹⁸ 2002年9月4日インタビュー。

¹⁹ 2002年8月26日インタビュー。

²⁰ 2002年12月19日インタビュー。

²¹ 2002年10月29日インタビュー。

²² 例えば、貿易・投資円滑化協議会 [2002] を参照されたい。

²³ 2002年10月21日インタビュー。

とタイのアユタヤで流体軸受けモーター用部品を製造している²⁴。同じく長野県岡谷市の小野ゴムはモーター用のゴム磁石を製造している²⁵。また、東京下丸子の企業、研精舎のマレーシア現地法人²⁶はハードディスク・ドライブのケース等をIBM向けに製造している。このように、日本の中小企業がシンガポール、マレーシア、タイに進出し、寸法誤差に精度が要求される高度部品を製造するなど、アセアンは部品産業が集積するセンターとなっている。HDDでは、ハイエンドの2.5インチはスペックが厳しく、2.5インチHDDを作っているのは、日立、東芝、富士通、IBMの日本企業4社だけで、工場はフィリピンとタイにある。

東南アジアが高度技術製品を製造する基地となっていることを示す格好の例が、藤倉電線グループである。同グループは、タイで携帯電話などに用いられるフレキシブル・プリンティド・サーキット・ボードの一貫工場を千葉県佐倉工場からタイに移転している²⁷。藤倉グループは、顧客が多い中国にもフレキシブル・プリンティド・サーキット・ボードの工場を稼働させたが、タイ工場が一貫生産工場であるのに対し、中国の工場はタイで付加価値の高い前工程を処理しそれを輸入する後工程工場である。

電子部品だけではなく、自動車部品でもアセアンは先行している。デンソータイランドは無公害のディーゼルエンジン向けの燃料噴射装置コモンレールをタイで製造する計画で、莫大な投資をタイで行う予定である。コモンレールは小指の上に像を乗せることができる噴射力を持つ高精度部品で、デンソーは同部品を日本、タイ、ハンガリーだけで製造する計画である。自動車部品産業においても技術集約的な部品の製造がアセアンで始まろうとしているし、こうした高度技術製品を中国で製造するのはリスクがある²⁸。

8. 中国とのリスク分散

また、ローエンド製品についても中国だけに集中することはないであろう。生産者は製造責任を果たすためあらゆるリスクを想定し安定的な製造体制を構築しようとするし、顧客も各社、各国に競い合わせることにより、長期的に安定した最適調達を追求しようとするからである²⁹。船井電機が94%出資している大翔エレクトロニクスのタイ現地法人、大翔エレクトロニクス・タイランドはナコンラーチャシーマー県（コラート）パークチョン郡にあり、2002年から音響製品向けにモーターの製造を開始している。船井電機はアメリカの大手スーパーを顧客とし、船井グループの世界生産の7割を中国で生産し、中国に偏った製造体制をとっている。顧客は中国の船井電気から調達できなくなった場合、大きな影響を受けることから、船井電機は顧客に対する製造責任を果たすため、中国における製造割合を6割に引き下げようとしている。船井電機は、大衆商品に狙いを定めており、コストを考えると、アジアが生産拠点となり、現在のマレーシアに加えて、仏教国で安定しているタイを選択し、大翔エレクトロニクス・タイランドを設立した。船井電機はこれまで通り大翔エレクトロニクス・タイランド以外からもモーターを調達する。それは、部品の調達を1社に絞らず数社のサプライヤーに競い合わせることが、長期的には、最適調達の達成につながるからである。

中国に代わる供給基地としては、今後はベトナムになるであろう。これまではインドネシアがその役割を果たしていたが、1998年の通貨危機以後に成立した新政権がスト中も企業側に給与の支払い義務が生じる労働法を成立させたことで、インドネシアでストライキが頻発し、安定的な製造ができなくなっているからである。

²⁴ 2002年9月13日、マレーシアのジョホールバル工場インタビュー。

²⁵ 2002年9月19日、小野ゴム社長にマレーシア工場においてインタビュー。

²⁶ 2002年12月18日インタビュー。

²⁷ 2002年9月6日インタビュー。

²⁸ 2002年11月1日インタビュー。

²⁹ 筆者は2002年9月と11月の2回にわたり、船井電機が94%出資している大翔エレクトロニクスのタイ現地法人、大翔エレクトロニクス・タイランドを訪問し、井上社長と製造現場の責任者である桑原製造部長からヒアリングを行っている。

第5節 地域産業はどう対応すべきか

中国、アセアンは21世紀の新しい工業ベルト地帯で、日本はこの成長が期待される工業ベルト地帯に隣接している唯一の先進国である。この優位性を最大限に発揮していくことが、21世紀の日本の地域産業の課題である。日本では少子化が進み、成熟産業は衰退せざるを得なく、大量生産は中国とベトナムに、技術集約的産業はタイを中心としたアセアンに移転され、日本は産業を高度化していくことになる。こうしたなか、日本の中小企業、地域産業が、発展していくためには、期待収益率の高い21世紀の新しいアジア工業ベルト地帯と何らかの関係を保っていくことが得策であるし、それは日本国内の基盤強化につながる。以下では、21世紀の新しいアジア工業ベルト地帯との関係を持つとはどういうことなのかを考える。

中小企業はアジアの情報収集と現地企業との交流を

日本の企業経営者は21世紀の新しい工業ベルト地帯を頻りに訪れ、情報を収集し、この地域の企業経営者と交流していくことを薦めたい。はじめは日系企業と交流し、次第に現地企業と交流を深めていけば、彼らのマーケティング力、新しい経営スタイル、安いモノづくりを学ぶことができる。

マレーシアのアオバ電子は、日本企業では珍しくアメリカ的経営と台湾の経営スタイルをとりいれている企業である。社長は日本人とはいえ現地採用であり、権限は現地スタッフに委譲されている。日本人が数人採用されているが、ポストで募集したらたまたま日本人であったというだけで、経験を積んだ人を採用することで他企業のいいシステムをとりいれている。これは、アメリカ企業の経営スタイルである。また、部品は、安い部品の特性を活かし過剰な品質の部品は高いだけとあえてマレーシア企業や中国企業の部品を使っているのは、台湾企業の経営スタイルである。こうした新しい経営スタイルは日本には学ぶことはできない。

中小企業は海外での資金調達の検討を

次には、情報収集を強化しながら、アジア工業ベルト地帯への輸出を考え、営業拠点を設けることである。そして、現地の銀行や企業との関係をつくりながら、製造進出の準備をしていく。マレーシアのアフィン銀行は、日本の印刷関係の中小企業が中国の蘇州に進出する際に資金を融資している。日本の銀行から資金を引き出すのは難しいが、国際展開の資金を海外の銀行から獲得するというのも考えていく時代である。昔は、資本と技術は日本からといったが、現在の日本の企業は先立つ資金がないのが実態で、そうかといって日本の銀行から融資も受けられない。それならば資本をアジアから調達することを考えたほうが良い。

中小企業は共同体となり集団進出

東京板橋区の豊永電機研究所は、資本金2,000万円の中小企業であるが、日本企業が進出しなかったタイ東北部のコラートに協力工場とともに一つの共同体となって進出した。同じ敷地のなかで、仲間が集まれば、いろいろなことができ、いろいろな部品を作れ、インフラとなるし、何よりも市場を獲得しやすくなる。豊永電機研究所は1990年にタイのバンコクに事務所を持ち、簡単な組立から始めたが、あるパーティでタイ財閥のひとつCPグループの実業家と知り合いになり、コラートにある養鶏場を使っていいといわれ、1993年に養鶏場を改造し、協力工場数社と精密部品の製造を始めた。

同社は、その後、同じコラート県にJVCがモーター工場を設立したことで、近くに取引先ができた。また、前述の大翔エレクトロニクス・タイランドがコラートに進出するきっかけともなったのも、豊永電機研究所が進出し、精密部品を調達できるということがあったからだ。

しかし、日本で技術的に苦しい企業は、中国、アセアンに進出しても、すぐに現地地場企業に技術で追いつかれ撤退を迫られるであろう。実際、シンガポールやマレーシアでは地場企業の技術力のキャッチアップが想像以上に早く、中小企業が撤退を迫られたケース

を筆者は見ている。中国ブームということで中国に進出している企業も多いが、地場企業に技術力で追いつかれ、価格競争で敗れ、生産設備を安値で売却して撤退する企業もでてくるであろう。

海外進出して一番苦労するのは、どうやってお客を獲得していくかということである。市場の開拓という難題を克服できるかによって海外進出の成否は決まる。1980年代までは、シンガポール、マレーシア、タイに進出しても、大手企業に挨拶に行けば、よく来たということで、すぐに仕事をくれた時代であった。しかし、今や、インターネットで部品を調達する厳しい時代になっており、どこに行っても取引先を獲得するのは容易なことではない。その点でも、中小企業は複数の企業と共同体で進出することは顧客獲得にも大きなメリットがある。

行政は進出企業にどうして支援すべきか

自治体が進出企業に体験を話してもらう進出セミナーを開催しようものなら、地元企業からなぜ進出する企業を支援するのかと怒られる自治体もあるという。進出しようとする企業に支援すべきか否か。その答えに苦慮する自治体も多いかと思う。

少子化時代には、海外進出は企業が発展し日本の陣容を拡大する有力な手段である。例えば、長野県岡谷市のソーデナガノも日本の陣容を拡大している。海外で成功すればするほど、アジアで稼いだ利益を元に日本の開発力を拡大し、日本では超ハイテクの製造に特化でき、ハイテクになればなるほど国内の陣容は拡大するからである。

東京杉並区の成宗製作所³⁰は資本金1,000万円の小企業であるが、2001年に優秀な人材が豊富なタイで3次元データを2次元図面にする設計エンジニアリング会社を立ち上げている。成宗製作所は自動車エンジンなど試作金型の製造を専門にしているが、同社の作業は顧客からの3次元データをタイの子会社で2次元データに変換する作業から始まり、タイの子会社はなくて

はならない存在である³¹。

海外進出が日本に利益を与えた事例をもうひとつ示そう。日本の親会社が倒産し、アジアの子会社の資産処分により、日本の債権者の損が小さくなったケースがある。大阪貝塚市の南海化工機製作所は1986年に茨城工場を閉鎖し、その設備をタイに移管し石油精製、石油化学、ガスプラントなどプラント用設備を製造するスロット南海をタイとの合弁で設立した。スロット南海は順調に事業を拡大したが、親会社の南海化工機製作所は2001年5月に倒産、民事再生法を申請し整理されている³²。債権者には、スロット南海が稼いだ利益がつき込まれた。海外に進出していなければ、債権者の損害はさらに大きくなっていただろう。

自治体は、少子化時代には、資金融資を含め海外に進出しようとする企業に支援をしていく時代になったと考え方を改めるべきであろう。海外での起業は人材が乏しい中小企業にとっては大事業であり、立ち上げ支援会社を紹介するなど立ち上げに協力して欲しい。

一方で、進出、撤退という事態に至らないよう、アジア地域の競争力、地場企業の競争力について正確な情報を提供していくことも重要である。

少子化のなかの地域活性化策

少子化のなかで、地域産業を活性化していくためには、企業支援以外にどうしたらよいか。

第1に、外国企業を誘致していくことである。国が国内企業の誘致に力を入れ始めたが、国内企業の誘致には、地方自治体の努力が必要である。各県の比較優位は何か、自治体が目指している産業発展の方向性、コンセプトを明示しながら、欧米企業、さらには中国企業の誘致を図っていくべきであろう。その際、各県が持つ知的資源、人的資源、産業集積資源を見定めた誘致戦略を策定していかなければ、誘致は困難である。同時に、実際に外国企業を訪問するなど、外国企業の誘致活動を本格化する必要がある。大きな製造業

³⁰ 成宗製作所は<http://www.mmjp.or.jp/narimune> を参照のこと。

³¹ 2002年8月25日インタビュー。

³² これについては、平塚 [2002] を参照されたい。

をひとつ誘致できれば、それが次の誘致につながる。

第2に、少子化が問題となっている以上、地元の高
校、大学に海外から留学生を受け入れることである。
特に、近年、中国人が日本への留学関心を強めている
が、留学生を大事にしていく意識が必要である。留學
生が卒業後、地元企業に就職できるよう留学生を支援
していけば優秀な留学生が集まる。地域の国際化は、
外国企業を誘致する吸引力にもなる。

18歳人口は1992年の200万人から150万人へと減少し
ており、50万人の留学生を受け入れることに成功すれ
ば、少子化によるデフレの悪影響は緩和される。留學
生が日本で就職し、年金や健康保険費を支払い、日本
で結婚し家を持てるような環境を構築していくこと
が、少子化時代の日本には必要である。

第3に、外国人観光旅行客の受け入れ促進である。
中国は、中国の一部の都市からの団体旅行が解禁され
た。こうした団体旅行客をいかに地元と呼んでくるか
は、自治体の努力にかかっている。アセアンの人達
も、日本への関心を高めている。アジアの人達が一番
行きたい国が日本と答えるように、各自治体にはがん
ばってほしいものである。

少子化、デフレ時代の今日、国ができることは限ら
れている。地方自治体の努力は日本経済の再建に重要
な役割を担うのである。日本経済の再建は地域の活性
化から始まる。

参考文献

- 経済産業省大臣官房広報室、財団法人経済産業調査会編
[2002] 『経済産業ジャーナル』 2002年12月号 p. 53
ジェットロ [2002] 『アジアの投資環境比較』 ジェットロ、海
外調査シリーズ 357
平塚大祐 [2002] 「グローバル化時代の日系企業
のタイ進出事例 アジア進出とは何か」 『台頭するア
ジア諸国と岐阜県製造業のグローバル展開』 2002年3
月、アジア経済研究所・(財)岐阜県産業経済振興セ
ンター
[2003] 「日・ASEANの競争力と経済連携」
トピックリポート2003年3月、アジア経済研究所
貿易・投資円滑化協議会 [2002] 『各国・地域の貿易・投
資上の問題点と要望2002年版』 日本機械輸出組合
渡辺修 [2003] 「「脅威論」超え、東アジア圏全体の活性化
を - ジェットロ理事長に聞く」 『金融財政』、2003年1
月23日
Hiratsuka, Daisuke [2002a], "Upgrading of Industries
and Competitiveness in East Asia" presented at
the First Japan ASEAN Research Institute
Meeting on October 25, 2002 in Bangkok,
organized by the Institute of Developing
Economies (IDE).
[2002b], "Competitiveness of Industries in
East Asia : Position of Malaysia" presented at
the MIER National Economic Outlook Conference,
Shangri-La Hotel, Kuala Lumpur, 17-18 December
2002, organized by Malaysia Institute of Economic
Research.