

第1章

総論：アジアの機械関連産業における 「中国の台頭」——市場と分業の全体像——

大原 盛樹

はじめに

本章では、アジアの機械関連産業における、中国および他の諸国の大まかな相対的位置づけを検討する。まず輸出入データにより、各国の機械関連産業の大まかな得意分野を明らかにする（第1節）。次いで、同様に貿易データにより、アジアにおける中国の機械関連産業の位置づけについてより詳しく検討する（第2節）。

中国の市場としての（潜在的）巨大さは「中国の台頭」と見なされる重要なポイントである。本章ではアジアにおける各国の市場階層とポジショニングについて検討する（第3節）。需要と供給の両面から、中国およびアジア諸国の相対的位置づけを見ることで、次章以降で検討する、中国と各国との直接投資を通じた経済交流と、現地経営の実態がより印象的になるであろう。次いで簡単にアジアの直接投資を概観した後（第4節）、各章の要約を紹介しながら、アジアの機械関連産業の方向性を見る上でポイントとなる幾つかの論点を紹介したい（第5節）。

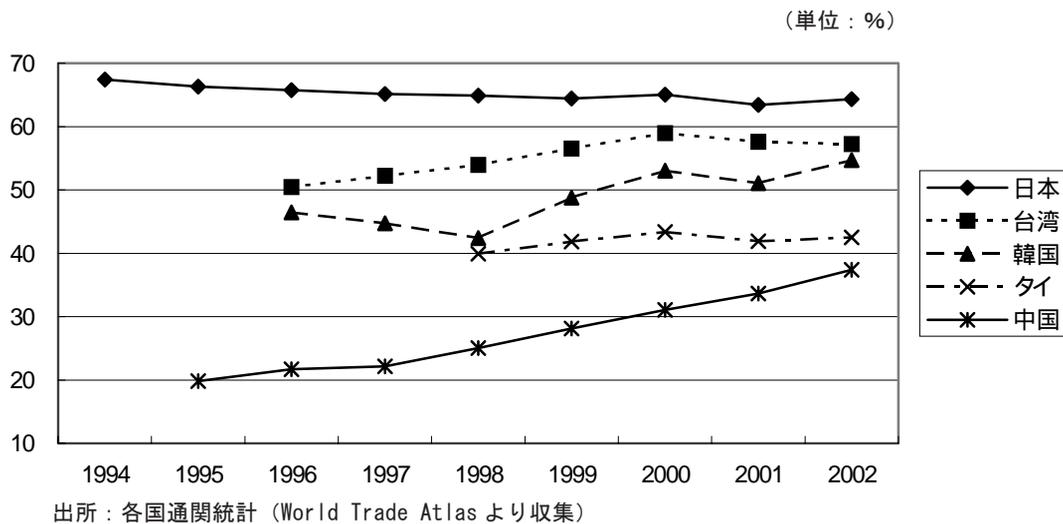
なお、本書で検討する機械関連産業・製品とは、産業機械・設備、冶工具等の本来の機械製品に加え、電気製品、IT関連製品、自動車、二輪車等の耐久消費財（及びその部品）を含む幅広いもので、半導体などの電子部品も含んでいる。貿易統計分類を使えば、HSコード84～92に含まれる諸製品、即ち、HS84：一般機械・電気機器、85：電子機器、86：鉄道機械、87：鉄道以外の車両（主に自動車・二輪車・自転車）、88：航空機、89：船舶、90：光学機器、91：時計、92：楽器に分類される製品である。アジアでは特にHS84、85、87に分類される製品がその中心であり、以後、特に断りのない限り、この3分類の製品を主要な分析対象とする。これらに含まれるより細かい製品分類（HSコード4桁分類）のうち、本書で登場するものについて、章末の付録にリストを記した。

本書では各国の貿易統計のソースとして World Trade Atlas を多用している。World Trade Atlas は Global Trade Information Service 社が各国の通関統計をまとめてインターネットで配信するデータベースサービスである。

第1節 アジア諸国の機械関連産業の得意分野—貿易データから

機械関連製品は、アジアの輸出入の中心を占める。図1にあるように、HS84（一般機械・電気機器）、85（電子機器）、87（輸送機器）の3分類の機械関連製品は、アジア各国の貿易の多くの部分を占める¹。各国の総輸出に占める機械関連製品の割合は、1990年代に日本で漸減傾向にあるのに対し、他の諸国では増加しつつある。機械関連製品がこれらの国で輸出を牽引する段階にある。特に中国の増加率が最も急速で、1995年から7年間でその比率が二倍になった。

図1 各国の総輸出に占める機械関連製品の割合（HS84、85、87の合計）



1. 機械関連輸出の規模と世界シェア

アジア諸国の機械関連製品の輸出規模を見てみよう。図2は日本、中国、台湾、韓国、ASEAN 4カ国（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン）²の、機械関連3分類（HS84、

¹ 2002年に、HS84、85、87の機械関連3分類の製品輸出額が、HS84～92の14分類の製品輸出額に占める割合は、日本で88%、台湾93%、韓国87%、タイ94%、中国90%であった。アジアの機械関連製品で行われる分業の中心は、これら3分類の製品である。

² ASEAN域内貿易の中心であるシンガポールは含まない。

図2 アジア諸国の機械関連製品輸出額

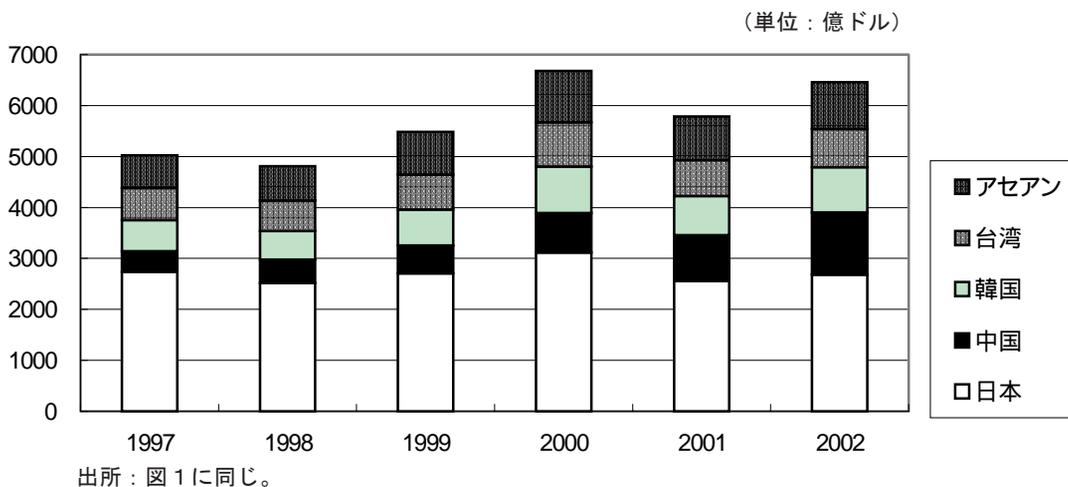
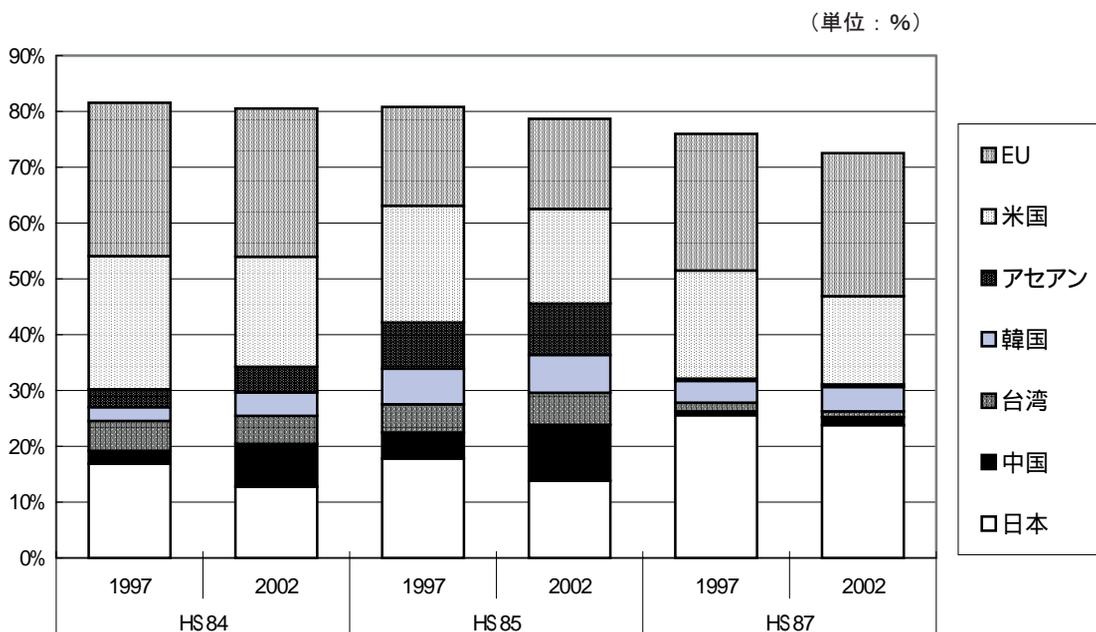


図3 世界主要国の輸出における各国のシェア (製品分類別)



85、87) に分類される品目の輸出額である。中国、台湾、韓国と ASEAN の合計はすでに日本の輸出額を超えている。日本は漸減傾向であるが、その他の国は輸出額を増加させている。特に中国の伸びが顕著である。

図3は World Trade Atlas でカバーされている世界主要 30 カ国 (EU を一国とする) の輸出額の合計に占める各国・地域のシェアを、1997 年と 2002 年についてみたものである。HS84 と 85 で、中国、台湾、韓国、ASEAN のシェアが上昇している。特に電子機器では、こ

れら諸国で 2002 年に 32% のシェアを持ち、世界の生産の中心になっていることがわかる。なかでも中国の伸びは急激で、一般機械・電器で 8%、電子機器で 10% のシェアを有するに至った。

日本と米国はシェアを落とし、特に日本の落ち込みが顕著である。この間、日本は HS84, 85 の輸出を絶対額で減少させている。EU については顕著な落ち込みがない。

一方、HS87 については様相が全く異なり、日本、韓国を除いて東アジア、東南アジア諸国は世界的にほとんどシェアがない。中国は若干シェアを増加させているが、これは二輪車、自転車を中心である。自動車の世界は、日本、米国、欧州が依然として強力な地位を確保している。

2. 貿易収支

輸出面でプレゼンスを増す一方の東アジア諸国だが、貿易収支を見ると二つのグループに分かれる（図 4）。機械関連製品で黒字である日本、韓国、台湾、ASEAN 諸国と、赤字が続く中国である。

日本の黒字額は、他のアジア諸国から見ると圧倒的に大きい。日本は機械関連製品で輸出に比べ輸入が大幅に少なく、依然としてアジアにおける機械関連製品の供給者という役割を果たしている。ただし、黒字幅を機械関連三分野にわけて見ると、HS84 で 1995 年の 784 億ドルが 2002 年に 472 億ドルへ 40% 減少（輸出 20% 減、輸入 33% 増）し、HS85 で 762 億ドルから 476 億ドルへ 38% 減少（輸出 17% 減、輸入 32% 増）した。しかし HS87 で 663 億ドルを 837 億ドルまで増加させた。自動車関連が日本の貿易黒字を支えているが、他の分野では確実にダウンサイジングが進行している。

韓国、台湾は貿易黒字が定着している。黒字の三分野別の構成を見ると、韓国は自動車半分を占め、日本と類似している。台湾は HS84 の分野が多いが、後述するように主に各種産業機械によるものと考えられる。

ASEAN は、1997 年に全体で赤字であったが、経済危機後の為替調整と輸出増加努力により黒字が定着した感がある。ただし、三分野の構成を見ると、電子機器で黒字だが、一般機械・電器と輸送機器で赤字である。一般機械・電器は産業機械の輸入、輸送機器は日本を中心とする諸国からの部品輸入が赤字の原因だと思われる。

中国は三分野で赤字が定着している。これは外資企業による製造設備、中国で国産化が進んでいない部品（半導体など）の輸入、パソコン等 IT 関連製品の部品輸入による。

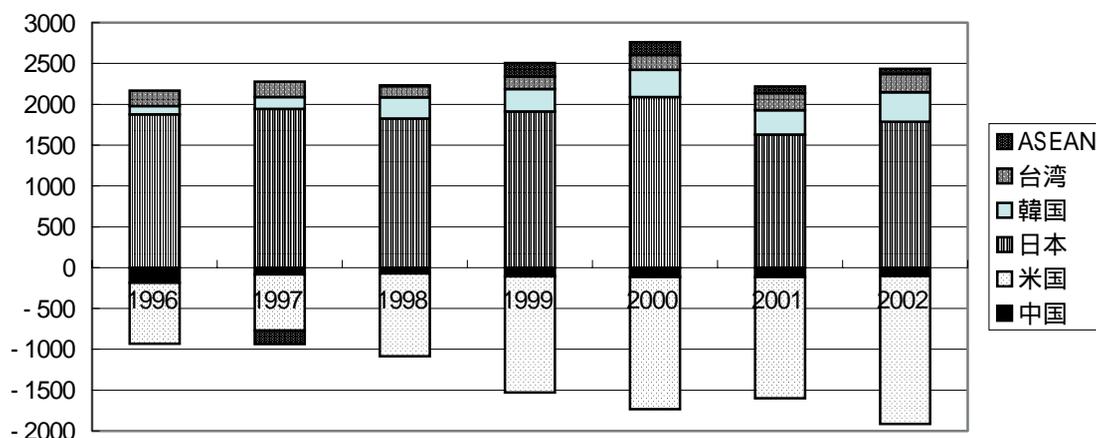
輸出のみを見れば、中国のプレゼンスの増大は印象的であった。しかし輸入を加えると、中国は依然として、重要設備や部材を輸入に頼った生産拠点という別の一面を見せる。これは中国という国の工業化の発展段階を表すとも考えられるが、より直接的には、大量進出した外資企業の行動パターン（即ち、輸入した設備と部品を多用した生産）により生み出されたものと考えられるべきである（後述）。ASAEN は外資企業の操業の歴史が長く、その分、国産化が進んで

いるので貿易黒字化が定着しているものと思われる。中国も、赤字幅はその輸出額の伸びに比べて割合は低下しており、黒字化が定着するのも時間の問題であろう。

ところで、米国は貿易収支が大幅な赤字を続けている。米国は機械関連産業の主要技術を生み出し続けてきた先進国であり、赤字が即、この分野での比較劣位を意味するとは思えない。さらに細かい分類を見ると、米国は資本財、中間財での輸出が依然として多く、その面で優位を有することがわかる。また、特にエレクトロニクス産業を中心として、機械関連産業で資本・労働比率的な意味での比較優位が成立しにくくなっていることも同時に示唆していると思われる。

図4 アジア諸国の機械関連貿易収支（機械三分類の合計）

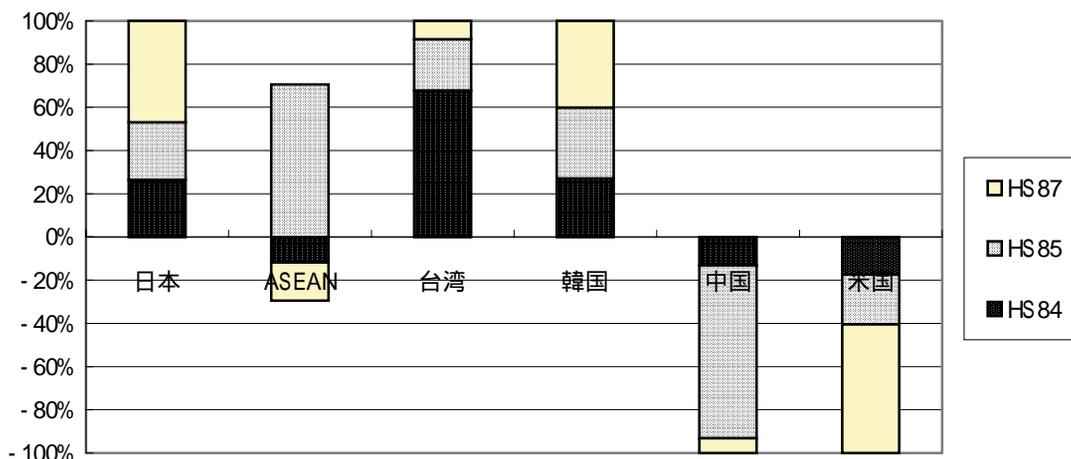
（単位：億ドル）



注：ASEANについては1996年のデータが未入手。
出所：図1に同じ。

図5 機械関連製品の貿易収支の構成（2002年）

（単位：%）



出所：図1に同じ。

3. より細かい分類で見た諸国の得意分野

従来、先進国と発展途上国間の分業は、基本的に、前者で資本集約的製品、後者で労働集約的製品に特化して行われるとされてきた。しかし、現在では、発展途上国でも資本集約的技術レベルが高いと見なされる製品が製造・輸出されるようになり、そのような区分は意味をなさなくなったという見方が出てきている。どちらが本当なのだろうか。

以下、HS 4桁分類で、各国の得意な製品分野を探ってみよう。

表1は、2002年の各国について、HS84、85、87に属する4桁分類の品目のうち、輸出額が主要30カ国のなかで10%以上のシェアを占めるものについて品目数と代表的な品目名を挙げたものである。シェアが高いほど、その品目で各国が優位を持つと見なすことにする³。

分類された品目は、貿易額が多いもの、少ないものの両方があるので、シェアの高い品目数が多ければそれだけ全体の輸出額が多いというわけではない。ただし品目数が多ければ、それだけ得意品目のバリエーションがある、即ち、産業の裾野が広いとは言えるだろう。

(1) 品目数

2002年に10%以上のシェアを持つ品目の数は、米国が114(1997年は126)、日本が78(同103)と多いが、両国ともこの5年間に数を減らしている。特に日本は減少幅が著しい。また日本は、高いシェアを持つ大半の品目で、輸出の絶対額を減少させている。世界の機械関連産業で、この数年で最も厳しい調整にさらされているのは、日本である。

中国は同期間に高シェアの品目数を17から35に、台湾が16から19に、韓国が7から10に、ASEAN五カ国(ここではシンガポールを含める)が28から29に、それぞれ増加させている。特に中国の増加は著しく、中国は絶対額で減少した品目はない。

(2) 得意品目の内容

中国の得意品目は、エレクトロニクス製品の完成品とパソコン等IT関連製品である。DVDプレイヤー、デジタルカメラ、携帯電話などの新規製品も含むが、電卓、電子レンジ、コーヒーメーカー、スピーカー、ラジオ、自転車等の、生活雑貨に近い製品も多い。金額的に最も多いのはパソコン関連製品である。

中国と製品構成が近いのは韓国とASEANである。韓国が高いシェアを持つ製品分野は、ほとんどが家電製品である。携帯電話を除けば、テレビ部品(ブラウン管、その他部品)、電子レンジ、エアコン、洗濯機である。ASEANは、パソコン関連と半導体デバイス、IC、回路基盤、

³ 各国について、20%以上のシェアを持つ製品は製品名を記した(米国は数が多いので30%以上の品目のみ)。各国の製品のうち、特に金額が多い重要品目については金額も併せて記した。製品名が記載されているもののうち、斜体で記された品目は、5年間で輸出の絶対額が減少した製品である。

その他電子部品で高いシェアを有する。一方で、タイプライター、テープレコーダー、カラーテレビ（ブラウン管含む）、スピーカーのような伝統的家電製品も多い。韓国とASEANの得意品目は、中国のそれと重なりが大きい。

台湾は液晶ディスプレイ（LCD、LED）で世界的シェアを持つ他、靴、木工、金属加工分野の加工設備で比較的高いシェアを有する。また電気部品も多い。加工設備の輸出が多いのは、日本と類似している。中国との品目の重なりがほとんどないが、これは台湾側が積極的な中国大陸への投資を通じ、中国との役割分担が明確な分業関係を築いて来たからと考えられる。

日本と米国の得意な輸出品目は、明らかに資本財と部品（中間財）である。日本は金属切削機械、光学加工機械、溶接機械、繊維機械等の製造設備、自動車部品、ベアリング、エレクトロニクス関連ではIC、パソコン関連部品、そして特殊製品（永久磁石やリチウム電池、炭素電極等）で優位を持っていることが分かる。米国は航空機エンジン、自動車エンジン、製造設備で高いシェアを持ち、その他にICで強力な地位を有する。

製造設備や自動車関連等の、素材知識や金属切削、表面処理等が重要なメカニクな機械製品で、両国は依然として強い地位を有するのである。アジアでこれに近いのは台湾のみである。日米両国でパソコン関連製品・部品（HS8471 および 8473）の輸出額が大きかったが、しかしこの5年間で絶対額は減少している。これらが中国とASEANに移管されたか、とって替わられたものと考えられる。

(3) 東アジアの「台頭」はエレクトロニクスの世界において

以上から、日米の先進国と東アジア諸国では、かなり明確な品目構成上の相違が未だ存在することが明らかとなった。大まかに見れば、日米は資本財、中間財の供給国として強い地位を依然、保持しており、中国は相対的にエレクトロニクスの組立完成品・部品を得意な輸出品目としている。ASEANと韓国も中国と基本的に同様であるが、ASEANは外資メーカーの輸出基地（特に部品）としての役割を維持し、韓国は地場企業が半導体や携帯電話などを自前で生産、輸出する力を付けている。

エレクトロニクス製品と同様、パソコン・IT関連製品で中国とASEANが世界的な生産拠点になった。パソコン関連製品は、むしろこれらの地域での分業をベースに、グローバルな産業として発展した感がある。ただし、ICやマイコンのような基幹部品は依然として日米が強い。

メカニクな製品と、エレクトロニクスでは、産業発展の仕方が相当異なり、後者は新しい場所でも比較的容易に発展できるようである。確かに先進国と発展途上国の間で、得意な産業に従来型の資本・技術集約と労働集約的製品といった区別がしにくくなっている感はある。特にエレクトロニクス製品でそれは顕著である。しかし、メカニクな分野では、依然として後発国のキャッチアップは容易でないようだ。また半導体のような資本・技術集約的製品の先進国での集約開発、生産という現実もある。全体的に、中国やASEANは、成熟化した製品の完

成品・部品の生産で、相対的に強力な優位を発揮しているという基本的な構図は、マクロ的には未だ有効であるようだ。

表1 世界主要国の輸出において10%以上のシェアを持つ製品品目（2002年）

(1) 中国

世界シェア	HSコード	項目数	HSコード（世界シェア、主要品目）	1997年の項目数
30%以上	84	1	8470(30%：電卓)	0
	85	4	8513(61%：携帯ランプ), 8516(33%：電子レンジ、コーヒーメーカー、トースター等), 8519(31%：CDプレイヤー), 8521(44%：DVDプレイヤー), 8522(41%：ビデオカメラ部品等)	1
	87	2	8712(60%：自転車), 8715(60%：乳母車)	1
30～20%	84	1	8467(電動ハンドドリル等)	1
	85	4	8506(マンガン電池), 8509(掃除機, フードミキサー), 8518(スピーカー、マイク), 8527(ラジオ、カセットプレイヤー)	0
	87	0		1
20～10%	84	9	8471(15%：20.1bil.USD: PC・周辺機器), 8473(13%：13.3 bil. USD: PC等部品), etc.	1
	85	12	8525(12%：7.1bil.USD: 携帯電話, デジカメ等.), 8529(15%：テレビ、ラジオ、携帯電話等の部品), 8504(19%：変圧器等)	12
	87	2		0
10%以上の項目数合計		35		17

(2) 日本

世界シェア	HSコード	項目数	HSコード（世界シェア、主要品目）	1997年の項目数
30%以上	84	6	8406(32%：蒸気タービン), 8429(34%：掘削機), 8446(36%：シャトルレス織り機), 8456(33%：エッチング設備<半導体製造用含む>), レーザー/光子ビーム加工機, EDM, 8457(36%：マシニングセンター), 8458(42%：NC旋盤)	8
	85	3	8511(32%：スターターモーター、スパークプラグ、その部品), 8505(30%：永久磁石), 8507(31%：リチウム電池)	8
	87	1	8711(60%：オートバイ)	3
30～20%	84	14	8407(自動車エンジン), 8409(エンジン部品), 8483(変速機、シャフト、ギア、軸受け等), 8444(化繊押出機), 8447(ニット機械), 8452(ミシン), 8459(NCドリル), 8460(NCグラインダー), 8462(プレス機械), 8464(グラインダー、磨き機械), 8479(その他工作機械), 8480(金型), 8482(ボールベアリング), 8484(ガスケット)	19
	85	8	8532(コンデンサ), 8541(半導体デバイス), 8515(溶接機械), 8523(磁気テープ、ディスク), 8533(電気抵抗器), 8543(その他電気部品), 8545(炭素電極), 8547(電気絶縁物)	12
	87	3	8703(乗用車), 8702(10人乗り以上のバス), 8714(自動車部品)	3
20～10%	84	21	8473(12.6bil.usd: PC部品), 8471(11.1bil.usd: PC/周辺機器)	28
	85	20	8542(22.8bil.usd: IC, マイコン), 8525(10.6bil.usd: デジカメ/デジタルビデオ)	19
	87	5	8708(16.9bil.usd: 自動車部品、ギアボックス、ボディ、ブレーキ等)	3
10%以上の項目数合計		78		103

(3) 米国

世界シェア	HS コード	項目数	HSコード（世界シェア、主要品目）	1997年 の項目数
30%以上	84	8	8407(6bil.usd:32%：自動車用エンジン), 8411(39%:16.5bil.usd:飛行機エンジン), 8424(32%：農業用機械), 8431(42%:7.9bil.usd:石油/ガス採取機), 8433(39%：収穫機械), 8442(30%：印刷機械部品), 8456(32%：エッチング機械<半導体製造用含む>), 8468(33%：溶接機械)	14
	85	3	8514(32%：工業用電炉) 8524(30%：レーザーディスク), 8526(35%：ナビゲーション/遠隔操作機器),	1
	87	1	8710(65%：戦車、兵器車両)	3
30～20%	84	15	8479(6.4bil.usd:その他工作機械)	21
	85	11	8542(38.2bil.usd:IC, マイコン), 8517(8.6bil.usd:電話機、モデム), 8536(5.2bil.usd:スイッチ、プラグ、ソケット類), 8525(5.2bil.usd:テレビ、携帯電話、デジカメ/ビデオ)	24
	87	5	8708(28.8bil.usd:自動車部品)	4
20～10%	84	44	8473(16.8bil.usd:PC部品), 8471(21.8bil.usd:PC/周辺機器)	39
	85	24		17
	87	3		3
10%以上の項目数合計		114		126

(4) 台湾

世界シェア	HS コード	項目数	HSコード（世界シェア、主要品目）	1997年 の項目数
30%以上	84			1
	85	1	8531(32%：LCD/LED)	
	87			2
30～20%	84	3	8453(靴製造機械), 8465(木工機械), 8470(計算機),	2
	85			1
	87	2	8712(自転車), 8713(身障者用電動カー)	1
20～10%	84	8	8449(整理機械<繊維>), 8452(ミシン), 8457(マシニングセンター), 8458(NC旋盤), 8459(ドリル機械), 8461(金属剪断機械), 8463(銅加工機械), 8473(OA機器部品)	5
	85	4	8523(CD/磁気ディスク), 8533(抵抗器), 8534(回路基盤), 8543(その他電気部品)	3
	87	1	8714(自転車部品)	1
10%以上の項目数合計		19		16

(5) 韓国

世界シェア	HS コード	項目数	HSコード（世界シェア、主要品目）	1997年 の項目数
30%以上	84			
	85			
	87			
30～20%	84			
	85	1	8540(カラーブラウン管)	
	87			

20～10%	84	3	8402(蒸気ボイラー), 8415(エアコン), 8450(洗濯機),	1
	85	5	8516(電子レンジ、部品), 8520(テープ/レコーダー), 8522(AV部品、レーザーピックアップ), 8525(携帯電話), 8529(TV等の部品),	5
	87	1	8702(マイクロバス)	1
10%以上の項目数合計		10		7

(6) ASEAN 5 カ国

世界シェア	HSコード	項目数	HSコード(世界シェア、主要品目)	1997年の項目数
30%以上	84	1	8469(38%:タイプライター、ワープロ),	
	85	2	8541(31%:半導体デバイス<トランジスタ、ダイオード等), 8542(34%:IC)	4
	87	1	8713(31%:車いす等)	1
30～20%	84	2	8471(PC、周辺機器), 8473(PC部品),	3
	85	8	8508(ドリル等工具), 8519(レコードプレイヤー), 8520(テープレコーダー), 8521(ビデオテープレコーダー), 8522(AV部品), 8527(ラジオ), 8532(コンデンサ), 8534(回路基盤)	4
	87	0		0
20～10%	84	2	8415(エアコン), 8482(軸受け)	3
	85	12	8501(モーター), 8504(変圧器、コンバータ), 8505(永久磁石), 8506(一次電池), 8518(スピーカ、マイク), 8523(磁気ディスク), 8524(ディスク), 8528(カラーテレビ), 8529(テレビ用部品), 8533(抵抗器), 8537(電気ボード、パネル), 8540(テレビブラウン管)	12
	87	1	8709(作業用車)	1
10%以上の項目数合計		29		28

出所: 図1に同じ。

第2節 中国の機械関連製品貿易の特色

本節では中国に焦点を絞り、輸出入データから中国の機械関連産業の海外との関わり方についてより詳しく見てゆこう。

1. 製品内訳—エレクトロニクス、IT製品に輸出が集中

機械関連製品の輸出の内訳を、一般機械・電器(HS84)、電子機器(HS85)、輸送機器(HS87)、それ以外(HS86、88～93)の4つに分類すると、一般機械・電器と電子機器に集中している。特に1999年からの伸びは突出している(図6)。

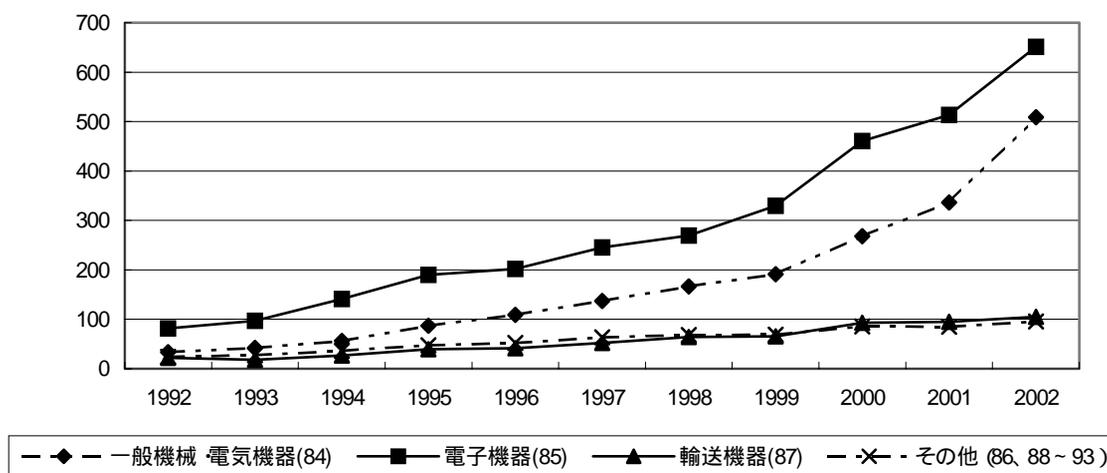
輸出品目について、一般機械・電器と電子機器についてより細かい内訳(HS4桁分類)を見ると(表2)、一般機械・電器ではパソコンとその周辺機器(ディスプレイ、ハードディスク、プリンタ、CDドライブ等)およびその部品(HS8471、8473)の金額が圧倒的に多く、それ

ら二品目で機械関連輸出合計額の1/4以上を占める。HS84分類では他にエアコン、コンプレッサー、冷蔵庫、電卓と言った家電関連の製品が多い。HS85分類では、携帯電話、デジタルカメラ・ビデオ、電話機、テレビ、ラジオ、電子レンジ等の家電完成品とその部品が上位を占めている。HS85の上位10分類で機械製品輸出合計額の約30%を占める。それらに比べると一般的な機械製品や自動車およびその部品と言った金属加工系の製品は、比率的に僅かである。

輸入の内訳(表3)では、ICが機械関連輸出全体の17%、パソコン・周辺機器とその部品が9%とやはり集中している。一般機械・電器の分類では、その他に産業機械、成型機械、金型が並び、電子機器の分類では半導体デバイス、電子部品、家電部品が上位を占めている。

図6 中国の機械製品輸出の内訳

(単位: 億ドル)



出所: 図1に同じ。

表2 中国の機械関連の主要輸出製品

		金額（億ドル）		対前年伸び率
		2001	2002	2002（%）
機械関連3分類計		897.2	1217.9	35.7
①一般機械・電気機器		336.3	508.5	51.2
8471	コンピュータ及周边機器 (ディスプレイ、PC本体、ハードディスク、CDドライブ、 プリンタ、キーボード等)	131.1	201.1	53.4
8473	コンピュータ等部品	81.8	133.2	62.9
8415	エアコン	13.0	16.8	28.9
8481	バルブ、コック類	11.1	15.3	38.1
8414	コンプレッサー、空気ポンプ	11.4	14.4	26.5
8470	電子計算機（電卓等）	6.1	8.1	32.6
8418	冷蔵庫	5.3	7.3	37.2
8482	軸受け	6.5	7.1	9.4
8483	トランスミッション、ギア等（エンジン部品）	4.4	5.3	20.4
②電子機器		513.2	651.5	26.9
8525	送信用機器（主に携帯電話、デジカメ）	51.4	70.6	37.4
8529	テレビ、ラジオ、携帯電話等部品	31.2	43.6	39.6
8521	ビデオ機器	25.5	43.4	70.3
8542	IC（集積回路）	26.3	43.2	64.3
8504	トランスフォーマー、コンバーター	36.3	42.3	16.3
8517	通信機器・部品（特に電話機）	35.3	39.5	12.1
8516	家庭用熱機器（電子レンジ、コーヒーマーカー等）	28.5	36.0	26.4
8522	ビデオレコーダー等部品	24.3	35.2	45.0
8527	ラジオ	26.5	30.7	15.6
8528	テレビ	15.9	24.0	50.8
8501	発電機、発電機	18.4	21.8	18.5
8544	ケーブル、ワイヤー	16.5	20.9	26.2
8518	アンプ、拡声器	15.9	20.6	29.2
8541	半導体デバイス	13.8	18.3	33.0
8534	印刷回路基盤	15.2	18.0	18.7
8508	電動工具	12.7	17.7	39.1
8536	電圧機、スイッチ	13.7	16.4	19.4
8507	蓄電池（鉛、ニッケル等）	10.3	14.3	38.0
8509	掃除機	9.6	13.2	37.0
8540	ブラウン管	9.3	11.3	21.5
8519	レコーダー	9.2	10.3	11.8
8539	電球、ライト	10.1	9.3	-7.6
8532	コンデンサー	6.7	8.6	27.9
8531	音響機器	7.7	7.7	-0.8
③輸送機器（車両）		47.7	57.9	21.3
8708	自動車部品	13.5	18.4	36.2
8712	自転車	10.0	12.9	28.2
8714	オートバイ・自転車部品	7.5	9.0	19.1
8711	オートバイ	7.5	6.5	-13.0

注：5億ドル以上の製品分類のみ。シェアは当該項目にしめる割合。

出所：図1に同じ。

表3 中国の機械関連製品の主要輸入製品

		金額（億ドル）		対前年伸び率
		2001	2002	2002年（%）
機械関連3分類計		1010.0	1319.8	30.7
①一般機械・電気機器		405.6	521.9	28.7
8473	コンピュータ等部品	68.8	95.9	39.4
8471	コンピュータ及び周辺機器 (特にHDD、CDドライブ等記憶装置、プリンタ、小型パソコン)	49.8	67.3	35.1
8479	その他産業機械	40.2	49.2	22.3
8477	成型機械（プラスチック、ゴム）	15.5	20.5	32.0
8414	エアコン、タービン等	13.1	17.3	32.4
8480	金型	10.5	11.1	5.6
8443	印刷機械	12.5	11.0	-11.7
②電子機器		559.1	733.1	31.1
8542	IC（集積回路）	170.0	264.4	55.5
8541	半導体デバイス	37.3	58.8	57.5
8529	テレビ、ラジオ、携帯電話等部品	35.8	41.2	15.1
8525	送信用機器（主に携帯電話）	17.3	33.5	94.0
8517	通信機器及び部品（主に部品）	52.8	31.2	-40.9
8540	カラーディスプレイ管（主にCRT）	28.8	29.1	0.9
8522	AV機器の部品	20.2	27.2	34.9
8504	トランスフォーマー、電源	21.3	25.5	19.8
8534	印刷回路	19.3	24.8	28.2
8532	コンデンサー	16.5	24.2	46.6
8536	スイッチング・デバイス	19.3	23.1	19.6
8544	ケーブル、ワイヤー	13.9	16.1	16.1
8501	発電機	11.6	14.8	27.1
8507	バッテリー	8.0	11.2	40.0
8538	スイッチ部品	8.4	10.7	27.4
8537	スイッチ・ボード	8.8	10.6	20.5
③輸送用機器（車両）		45.3	64.8	42.9
8708	自動車部品	25.1	29.8	18.5
8703	乗用車	12.7	26.1	106.2

注：各分類で10億ドルを超えるもののみ。

出所：図1に同じ。

2. 外資が主役

機械関連製品の輸出入を牽引する主役は外資企業である。本書第2章（図2）にあるとおり、外資企業が中国の全輸出入額に占める割合は半分を超える。『中国電子工業年鑑』がカバーする企業の電子製品輸出のうち、外資企業によるものは約80%に上る（第2章表4）⁴。電子製

⁴ 『中国電子工業年鑑』はエレクトロニクス関連の企業、製品を全てカバーする訳ではなく、輸出についても一部に関する情報である（2000年ではHS85分類の輸出額の約半分）。恐らく電子工業系統が何らかの形で管轄する企業による輸出を指すものと考えられる。

品以外の機械関連製品の貿易についても外資企業が重要な役割を担っているようだ。

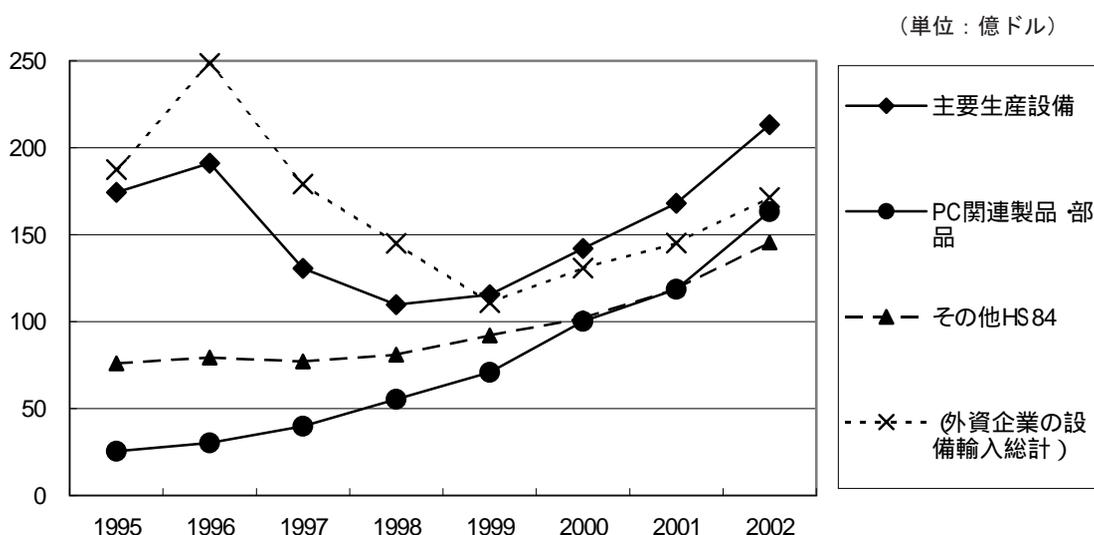
輸出については、対外貿易経済合作部（現、商務部）が発表する 2001 年の輸出額上位企業のリストを見ると、上位 100 社のうち 35 社が外資企業であり、全て PC、家電、通信機器等のエレクトロニクス製品を製造するものである。上位 100 社の輸出額は 565 億ドルで、これは中国の全輸出額 2666 億ドルの 21% を占める。うち外資 35 社の合計は 186 億ドルで、同年の機械製品輸出全体（1029 億ドル）の 18% に上る。輸出の主役は外資企業であり、地場企業の割合は低いものである⁵。

輸入については、生産設備について見てみよう（図 7）。一般機械・電器分類の輸入額は 1997～99 年に大きく落ち込んだが、内容を詳しくみると、落ち込んでいるのは主に生産設備・機械（図の「主要生産設備」）であり、PC 関連製品・部品やその他の項目は持続的に上昇している。機械設備の輸入が大きくマイナスとなった理由は、この時期に外資導入額が 90 年代半ばに比べ大きく落ち込んだことである。1990 年代の設備輸入の主役は外資企業であった。

ただし、地場企業による設備輸入は 1990 年代末から増加しているようである。図 7 に、『中国海関統計』にある「外資企業の設備輸入」の金額を記したが、1998、99 年から HS84 中の主要生産設備（外資と地場企業によるものを含む）の伸びが、外資企業の設備輸入の伸びを上回っていることから、それが推測できる。

⁵ 2001 年の輸出金額上位 100 社のうち、機械関連製品を主に輸出すると思われる地場企業（貿易専門会社を除く）は、上海広電（集団）有限公司、中国普天信息产业集团公司、中国機械装備（集団）公司、順徳市順達電腦廠有限公司、中国北方工業公司、上海儀電控股（集団）公司、中国通用技術（集団）控股有限公司、上海電気（集団）総公司、海爾集团公司、廈門建發股份有限公司、中国長城工業総公司の 11 社である。これらの多くが単独のメーカーというよりも中央や地方政府の所轄部門が傘下の関連企業を持ち株会社化したような性質の企業集団である。また上海広電や普天情報は輸出額が多いが、そのほとんどが傘下にあるソニー、LG、エリクソンと言った外資企業による家電を含むエレクトロニクス製品、携帯電話等の輸出である。順達電腦は主に台湾 PC 企業（神通電腦）の OEM 生産に従事している。この中で地場資本の単独メーカーとして主に機械製品を輸出していると思われるのは家電の海爾くらいである。上海電気は重電、中国通用技術は大型設備、中国北方工業は輸送機器、中国長城工業は商業用衛星、廈門建發はテレビが特色ある輸出製品だと考えられるが、いずれも傘下に多様な事業を有し、実際の製品構成は定かでない。輸出額上位 101～200 社で機械関連製品製造に従事する有力地場メーカーとしては、広東美的集団有限公司（エアコン等家電）、広東格蘭仕企業（集団）公司（電子レンジ等）、上海汽車集団しか見あたらない。上海汽車集団の輸出は、実際には傘下の外資企業（フォルクスワーゲン等）による部品輸出が大半を占めると見られる。上位リストには輸出入を専門に行うような商社企業が多数あり、それらも機械関連製品を数多く輸出しているであろう。しかし実態としてどの程度かは不明である。以上から、地場機械関連企業の輸出は全体の中で相対的に大きな位置を占めていないこと、しかし家電等のエレクトロニクス製品で一部地場メーカーが外資企業に並んで輸出を加速し始めていること、大型商社経由で相当数の機械製品が輸出されているようであるが、あまり有名なブランドではなさそうなことが推測される。『中国対外経済貿易年鑑』（2002 年版）による。

図7 HS84製品の輸入の内訳（主要生産設備、PC関連、その他）



注：①主要生産設備：運搬・移動設備（8426～30）、製紙・印刷・食品加工設備（8438～44）、繊維・アパレル製造設備（8445～53）、金属加工設備（8454～68）その他設備（金型、プラスチック加工設備、組立設備等：8474～80）

②PC関連製品・部品：パソコン、周辺機器・モジュール、関連部品（8471～73）

③外資企業の設備輸入：HS分類は不明。84分類以外のものも含むと思われる。

出所：World Trade Atlas. 外資企業の設備輸入は『中国海関統計』（月刊書誌版、2003年5月号）

3. 貿易相手国・地域

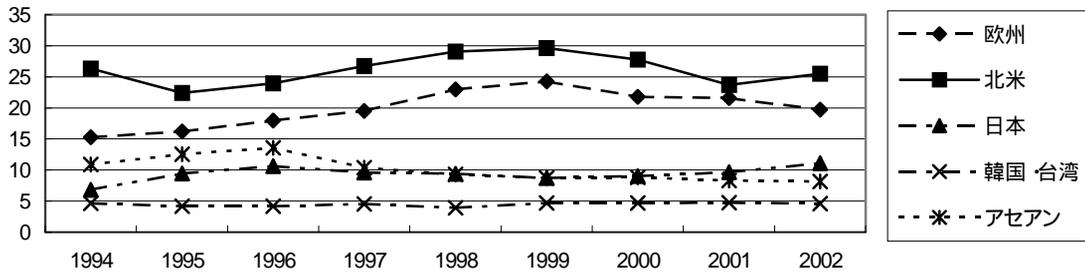
中国の主要な貿易相手国・地域を見てみよう。

機械製品貿易の相手国・地域（中継貿易が主と考えられる香港を除く）を一般機械・電器と電子機器の輸出について見ると、主要な輸出先は米国と欧州であること、電子機器で日本市場の地位が下がっていること、韓国、台湾、ASEANは相対的に輸出先として割合が小さいこと、しかし電子機器で近年上昇を見せていることがわかる。

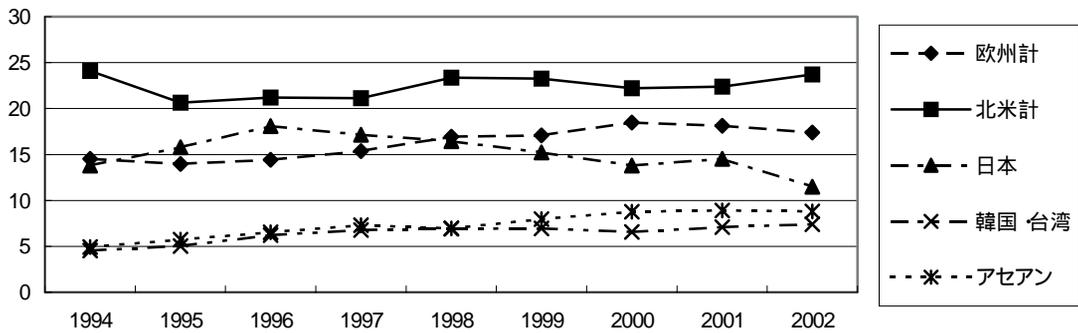
輸入については、一般機械・電器で欧州と日本が、電子機器については日本が主要な輸入元であったが、近年、そのプレゼンスを落としている。替わって韓国・台湾とASEANが役割を高めている。特に電子機器ではそれが著しく、2002年には韓国・台湾が日本を抜き、ASEANが日本に次いで第三番目のシェアを持つようになった。輸出先として欧米市場に依存しつつ、供給サイドで東・東南アジアとの分業に多くを拠っているのである。特に電子製品では、中国、NIEs、東南アジアと一体となった分業ネットワークを形成していることがわかる。

図8 中国の機械関連製品の輸出入相手国・地域 (HS84, 85のみ)

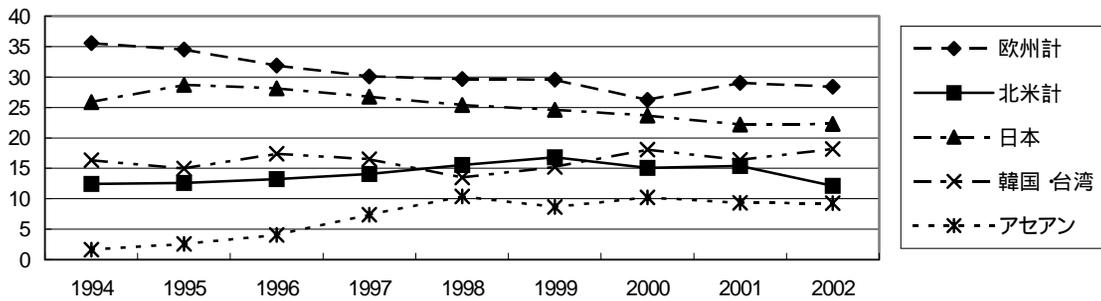
(1) 一般機械・電気製品 (HS84) の輸出先 (単位: %)



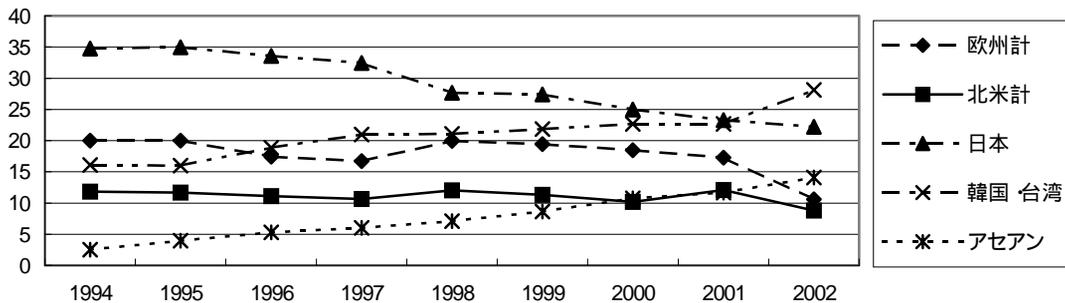
(2) 電子機器 (HS85) の輸出先 (%)



(3) 一般機械・電気製品 (HS84) の輸入元 (%)



(4) 電子機器 (HS85) の輸入元 (%)



出所: 図1に同じ。

4. 中国の機械関連産業のアジアにおけるポジション

以上を総合すると、アジアの機械関連産業の分業における中国のイメージについて、次のことが言えるだろう。

- ① 中国の機械関連製品の輸出を主役として牽引しているのは PC・IT 関連製品と家電を中心とするエレクトロニクス産業であり、一般的な加工機械・設備や輸送機器ではない。輸出は狭い製品分野に偏った製品構造を持つ。即ち、中国が「世界の工場」としてめざましい成長を見せているのは、主にエレクトロニクス製品についてである。特に 1990 年代末からの発展は急激である。
- ② 輸入では IC、部品・デバイス、そして加工機械・工具が相対的に多く、輸出では完成品が相対的に多い。これは資本・技術集約的な部品や設備を輸入し、労働集約的技術で組み立てた完成品を輸出するという従来の見方が現在でも大まかに有効であることを示す。
- ③ 但し、エレクトロニクス、特に PC 関連の分野では各国で部品を相互に輸出入しており、グローバルな水平分業体制の一部として中国が組み込まれているようである。エレクトロニクスの分野では上述のような技術レベルによる明らかに階層的な分業が見られなくなっているのかもしれない。
- ④ 地域的には、欧米を主要な市場とし、供給サイドでは、拡大を続ける東・東南アジア全体にわたる分業ネットワークに組み込まれながら一大生産基地と化している。アジアの分業あつての中国であると言える。中国にとって日本は市場としても供給元としてもそのプレゼンスを落としている。
- ⑤ これらの輸出入を牽引する主役は外資企業である。即ち、外資企業が行った分業再編こそ、アジアの分業の中で中国をエレクトロニクスの世界を中心に「世界の工場」化させた最大の主役である。いわば中国は、まず、外資のオフショア生産拠点という「舞台」として、世界的に台頭したのである。

第3節 アジアの市場階層

本節では、「中国の台頭」のもう一つの重要論点である、「市場としての勃興」について、アジア諸国の中での大まかな位置づけを検討する。

1. 名目為替レートで見た人口階層

図9は、2000年時点におけるアジア諸国について、各国で統計が入手可能な地方行政区（例えば日本なら47都道府県、中国なら約2800の県レベル行政区）について、その人口をそれぞれの一人当たりGDP（ドルベース）ごとに対数目盛で階層的に配置したものである。横棒

の面積がその階層の人口（数）を表す。一人当たり GDP 水準が需要の質を示す指標だと考えれば、アジア市場が極めて多様な質を持った市場群から構成されていることがわかる。

中国市場は、日本の下層レベルからアジアの最貧困層まで、一国内に極めて多様な需要（サブ市場）を抱えている。とはいえ、高額所得市場はごく一部であり、膨大な貧困層がほとんどを占める。人口を潜在的な市場規模だと見なせば、中国市場の潜在的膨大さは明らかである。新興市場対応型の投資や生産移転は、中国が焦点となるのは明白である。

ここで注目したいのは、①日米（先進国）の全体における突出した地位、②韓国のアジアにおける中間的地位、③中国の包括性（上述のように多様な市場を一国内に抱える）、④東南・南アジア諸国の中国との直接的な重なり（似通った需要）である。

中国市場が伸び盛りとは言え、現行の為替レートでは先進国との所得レベルの差は非常に大きい。この含意は、日本で求められる（あるいはそれに合わせて供給される）ものと、中国で求められる（あるいはそれに合わせて供給される）ものの価格ギャップが大きいということである。一方、韓国市場は、先進国市場と同時に中国やタイ等の市場と重なっており、両方の市場に対し価格差が少ない。即ち、韓国企業は、自国市場での活動とあまり変わらない感覚で、中国市場に進出できることを示唆する⁶。東南アジア諸国は、需要の質が中国市場と似通っているが、各国の規模は中国より小さい。国内市場で規模の経済を発揮した中国企業がそれら諸国に進出しやすいことを示唆する。

2. 名目為替レートで見た市場階層

一方、実際の購買力は、各国の人口にそれぞれの一人当たり GDP を掛けた値、即ち GDP の規模で近似的に示すことができる（図 10）。図 9 に比べて、最上部にある横棒はページに収まらないほど長くなり（日本は最も長い横棒の 1 / 4 しか示されていない）、最下部にある横棒は見えなくなるほど短くなる。2000 年時点での中国の GDP は 1 兆 1000 億ドル、韓国、台湾と ASEAN 5 カ国を合わせると 1 兆 3000 億ドルで、双方とも日本（4 兆 8000 億ドル）の約 1 / 4 の規模にすぎない。現行為替レートでみた先進国の市場規模は、発展途上国から見れば圧倒的に大きい。先進国の海外子会社も発展途上国の企業も、まずは先進国市場を目指して輸出を始めるのは自然なことである。

3. PPP レートで見た人口階層

図 11 は世界銀行が発表する PPP（購買力平価）レート⁷（2001 年価格）を使って各国の人口階層を配置しなおしたものである。仮にこれを人々の実質的な生活レベル別の人口階層だ

⁶ 統計データが入手できず図には記載されていないが、台湾も韓国と同じような「中間的位置」にある。

⁷ World Bank, *World Development Report, 2003*. Oxford University Press. 2003

と見なせば、日本、米国、韓国の、そして中国とタイの上位市場は、実質的にほぼ同じレベルの階層に属する。そこでは同じ機能を持った製品が求められると考えられる。しかし、先ほどの名目為替レートの世界と照らし合わせれば、実際には日本と中国ではあまりにも実際の所得差が大きい。即ち、日本企業は発展途上国向けに、同じ機能を持った「廉価版」を供給せねばならない。

4. PPP レートで見た市場階層

最後に、PPP レートによる市場階層である（図 12）。これは金額ではなく数量ベースで見た需要規模と見なしていいだろう。図 12 における日本は、最長の横棒が途中で（全体の 1 / 2 で）途切れているが、全体として規模が大きい。しかし中国はさらに大きく、全体で 5 兆 4000 億ドルと日本（3 兆 6000 億ドル）の約 1.5 倍の大きさとなる。中国市場の勃興のインパクトは非常に大きい。

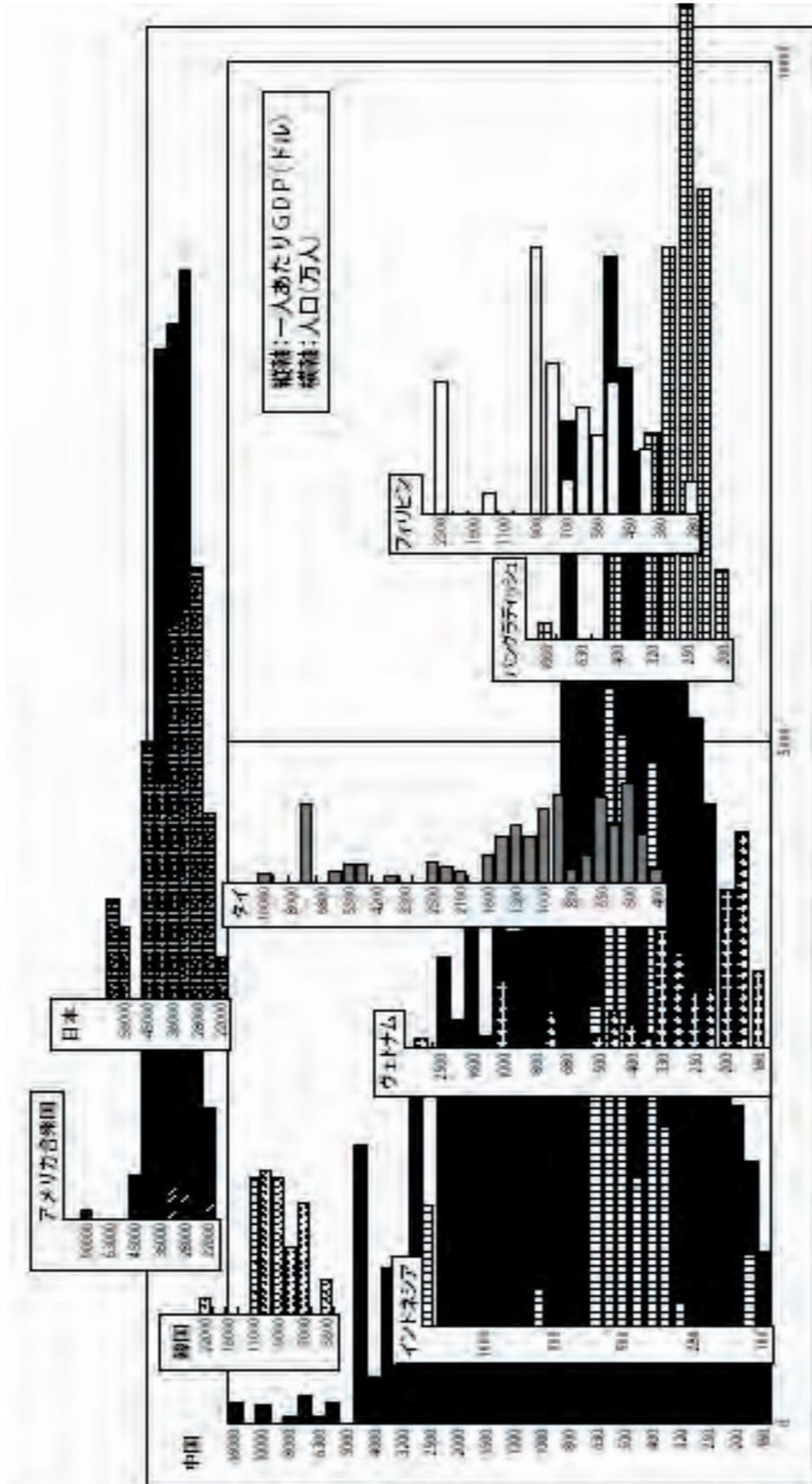
同時に、この図は、将来的に中国の通貨である元レートが上昇し、円が下落した場合の相対的位置づけをも示している。為替レートの調整が進み、このような位置関係になった時には、日本の市場と中国やその他アジアの市場が相当同質化し、各国の企業が相互の市場を目指して浸透し合うような、EU 型の分業体制に近づくことになるだろう。

5. インプリケーション

以上、極めて大まかではあるが、アジア市場の需要のあり方について各国相互の位置づけを検討した。非常に多様な需要の質を持つ各国市場からなるアジア市場は、内部に大きな不均衡を抱えている。従来のように、機械関連産業が先進国でしか発達しておらず、高価格なものであっても発展途上国市場で受け入れられていた時代はよかったが、韓国、台湾、そして中国の地場企業が出現すると、彼等との競争に苦戦せざるをえなくなる。彼等にとってアジア市場は、相対的に自国の市場と感覚的に近い、理解しやすい市場であり、相互に進出がしやすいのである。反対に、彼等はお互いに同じレベルで活動しているので、競争は激しいものとなる。

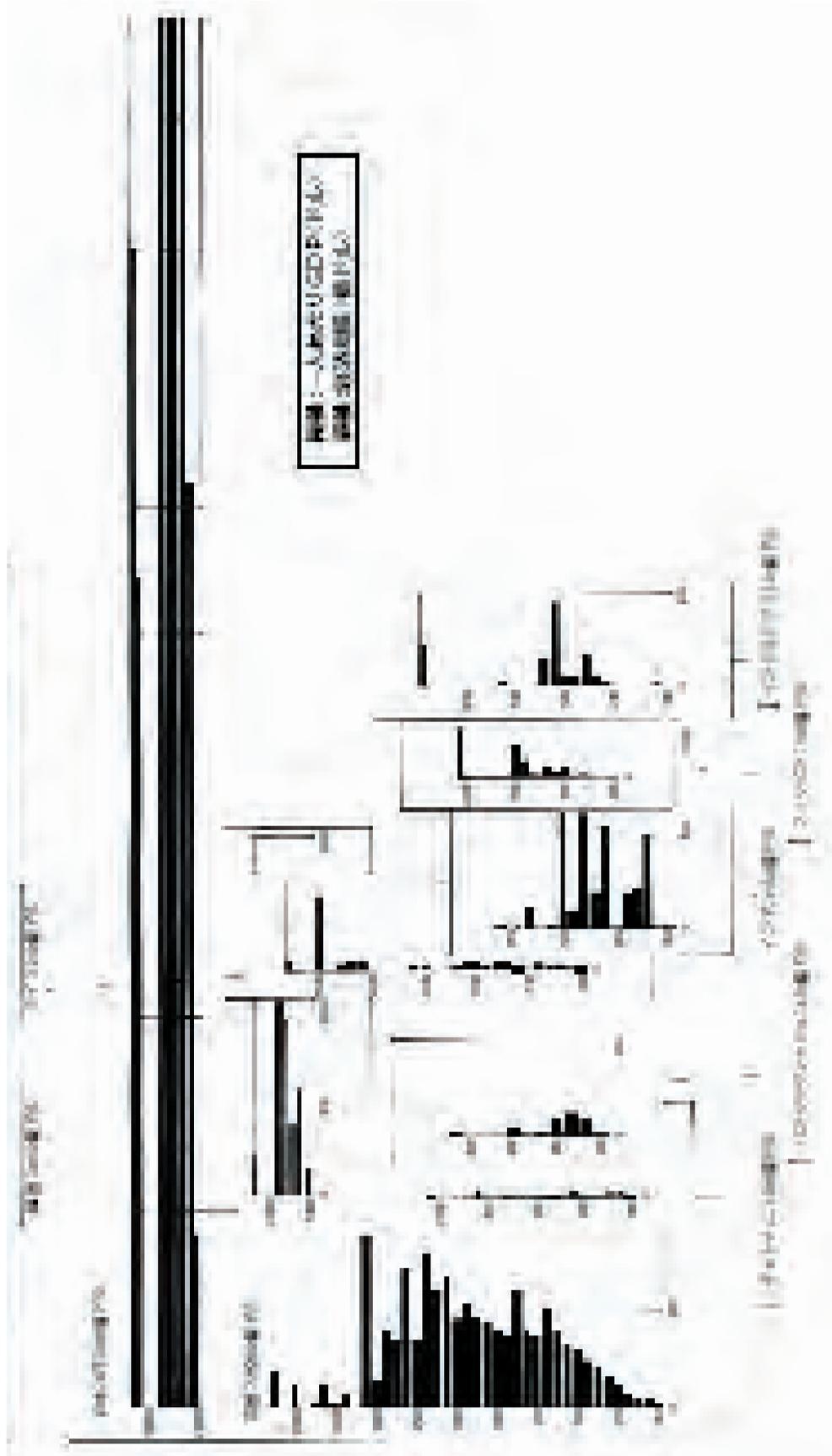
近年の「一人負け」とでも表現できそうな日本の（特にエレクトロニクス系の）機械関連企業の苦戦は、このようなアジアにおける日本の名目為替レートでの圧倒的に豊かな（即ち大勢から隔絶した）地位と、アジアの各種市場の不均衡に対する調整と適応の難しさに一部起因していると言えるのではなかろうか。

図9 アジアの人口階層（名目為替レート版）：一人あたり所得と人口規模（2000年）



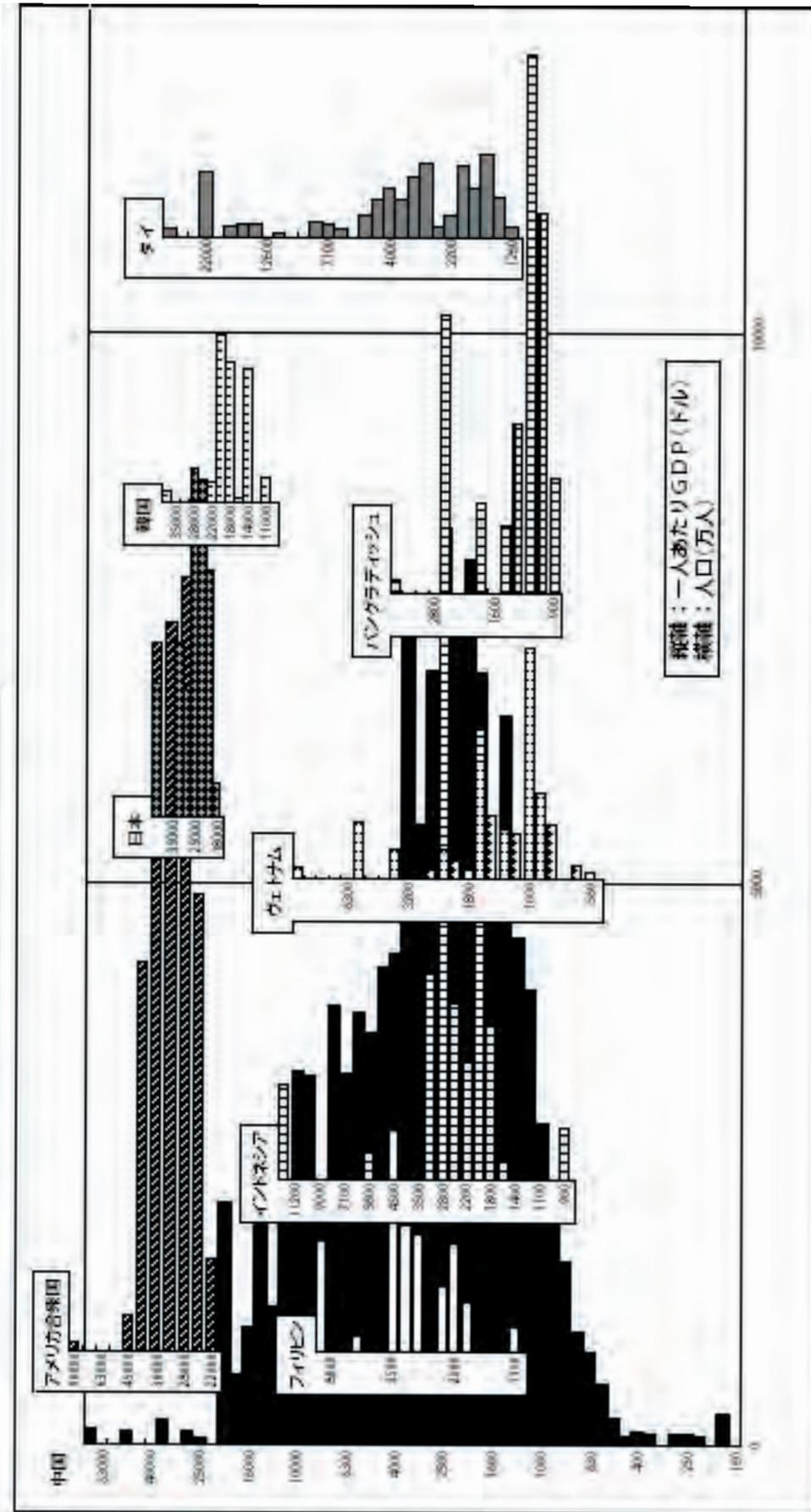
注：横軸は尺度であり、各国の原点からの距離は無視されたい。一方、縦軸については原点からの距離で各国が比較できるよう配置されている。
 出所：各国統計年鑑より作成。サンブル数の多い中国については、『中国城市統計年鑑』2001年版（都市部）及び『2000年全国地市县財政統計資料』（県部）によった。

図10 アジアの市場階層（名目為替レート版）：一人あたり所得と市場（GDP）規模（2000年）



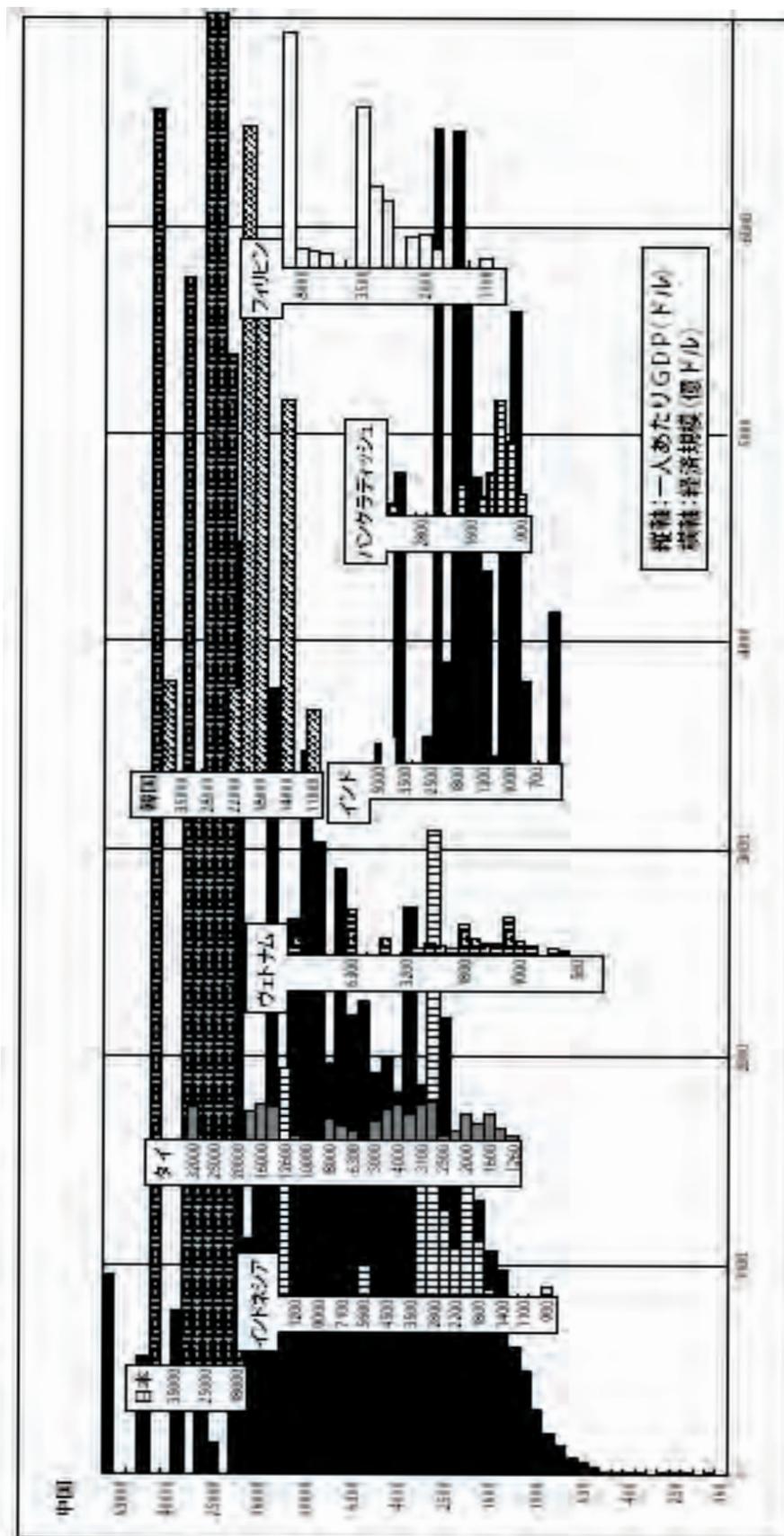
注、出所：図9に同じ。

図 11 アジアの人口階層 (PPP 為替レート版) : 一人あたり所得と人口規模 (2000 年)



注、出所：図9に同じ。各国のPPPレートを世界銀行、World Development Report, 2003によった。

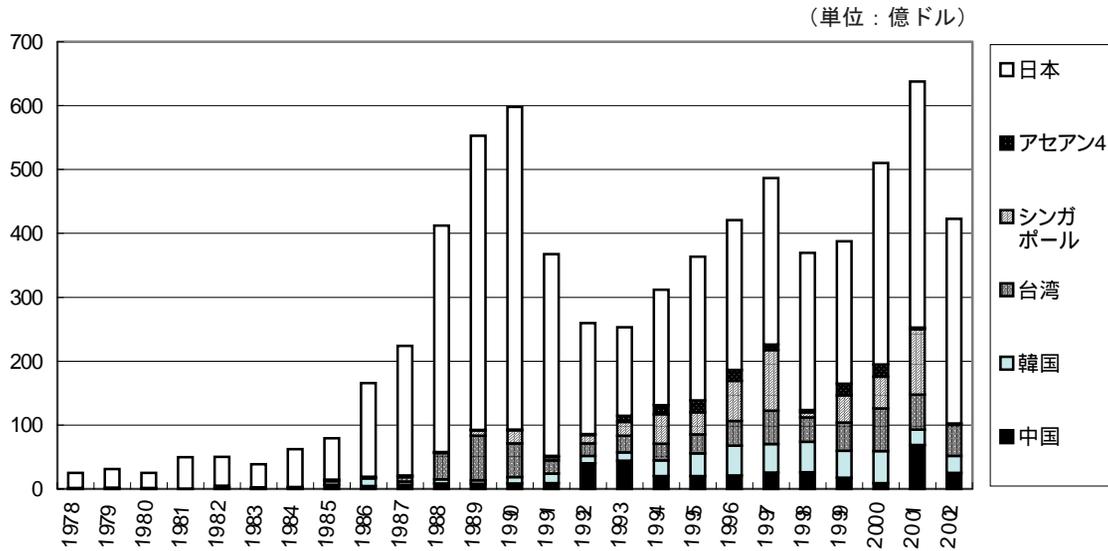
図12 アジアの市場階層 (PPP 為替レート版)：一人あたり所得と市場 (GDP) 規模 (2000年)



注、出所：図11に同じ。

第4節 アジアの直接投資

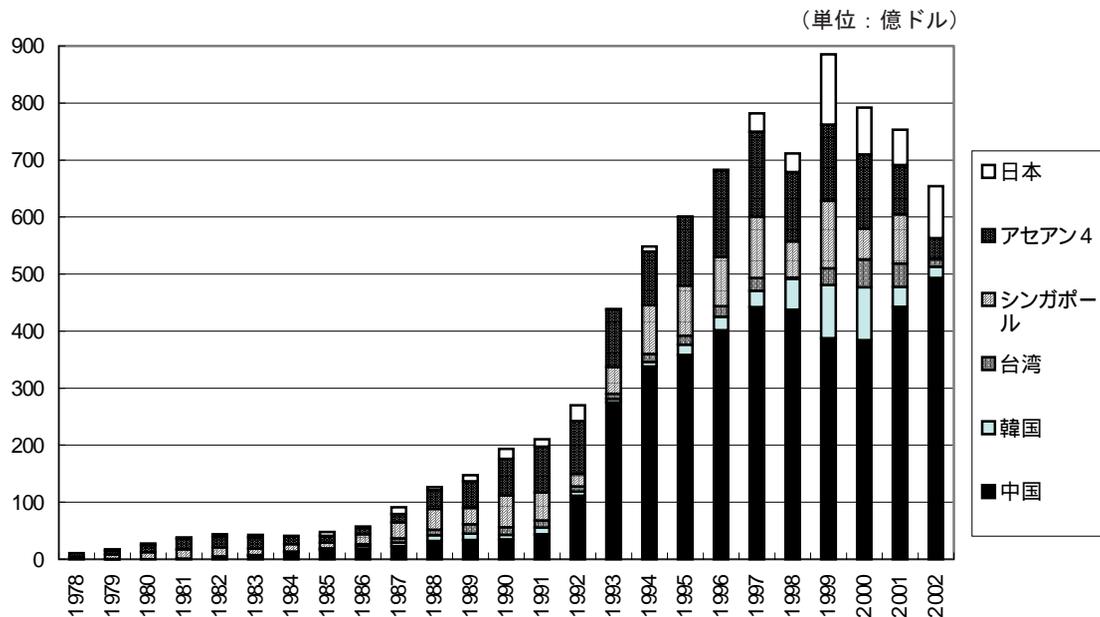
図13 アジア諸国の対外直接投資



注：2002年はシンガポール、マレーシアを含まない。

出所：IMF International Financial Statistics Yearbook, 2001、Monthly Bulletin of Statistics of the Republic of China

図14 アジア諸国の直接投資受け入れ



注：台湾の85年までの数字を含まず。2002年はシンガポールとマレーシアを含まず。

出所：IMF International Financial Statistics Yearbook, 2001、Monthly Bulletin of Statistics of the Republic of China

最後に、アジア諸国の直接投資の現状を簡単に見ておこう。

上述のような不均衡な市場の配置が、不均衡な資本の移動を生む。図13にあるように、従来、アジアにおける資本の出し手は専ら日本であり、1990年代にアジアNIEs（台湾、韓国、シンガポール）が本格的に加わった。シンガポールを除くASEAN諸国の投資は、割合として非常に少ない。また第3章で詳しく検討するように、中国の資本の出し手としての役割が高まりつつあるが、その全体的な経済規模に比べれば、やはり多いとは言えない。

投資受け入れは、1990年代に入ってから専ら中国が中心である（図14）。1990年代後半から末までに、ASEAN（シンガポール含む）と韓国、台湾での受け入れが増大したが、2000年以降は大幅に減少している。中国に集中する傾向が見られる。

第5節 本書の要約と論点

以上、アジアの生産分業と市場に関して、中国を中心とした各国の大まかな位置づけを述べた。分業に関しては、「中国の台頭」と一言で言われるが、必ずしも全ての分野で中国が「一人勝ち」している訳ではない。むしろ特定の分野で、いわば世界的な分業再編と新産業勃興の「舞台」として、プレゼンスを高めていることが明らかになった。中国が、IT関連製品や家電を中心としたエレクトロニクス製品の世界的な輸出基地になっていること、その主役は外資企業であり、韓国、台湾や東南アジアを含めたアジア全体での分業体制の一つの再編拠点という役割を持っていること、一方、中国の地場企業は相対的にマイナーな役割を果たすに留まることが分かった。また日本や米国のような先進国が設備や重要部材の供給基地という役割を（かつての圧倒的な独占力はないが）依然として担っていること、自動車等のメカニクな製品では依然として先進国が優位に立っていること等が指摘された。

市場については、アジア全体で非常に多様で不均衡な質の市場が混在しており、名目為替レートでは、金額としては中国等のアジア諸国は規模で先進国に遠く及ばない。しかし低価格製品に対する需要は巨大であること、中国は多様な市場を一国で抱えていて規模も大きく、国内市場で鍛えられた企業が他の発展途上国に進出しやすいこと等が示唆された。将来的に発展途上国の市場がさらに拡大し、為替レートが変化した時には、中国がアジアの市場の中心になり、EUで見られるような、より均質な市場同士の分業体制に移行するであろう。

さて以上は、本書の本題である中国と周辺諸国の経済的繋がりに関する以下の各章に続くための下準備であった。

ここでは、以下に各章の概要といくつかの論点を紹介しよう。なお、周辺諸国に関する各章は、現地の共同研究者の論文が主力となっている。それらは中国との貿易と投資を含めた経済交流の概要をまず紹介し、次いで数社の産業や立場を異にする企業のケーススタディを行う。さ

らに政府の認識や対応を検討する。東南・南アジア担当の日本人研究者は、それを補足し、重要論点をさらに深めるための論考を提出している。

第1部：グローバル化する中国経済

第1部は、中国経済のグローバル化の現状と方向性を検討する。

第2章（日向論文）は、中国から見た外資導入の現状を概観しながら、日系エレクトロニクス産業をケースとして、進出する企業から見た中国の役割の変化を考察する。日本企業が1990年代末から、従来の低コスト追求型ではない海外生産拠点の建設に向かっていること、既存の東南アジア拠点を活かしながら3極体制を築きつつあること、中国市場対応では技術やブランドを活かした差別化ができる体制を確立すべく努力されていることが示される。

第3章（大原・田・林論文）は、中国の地場企業の海外進出を分析する。まず1999年から中国の直接投資が製造業主体に変質し、国際的な分業再編の流れに参画していることを示す。次に家電（冷蔵庫）産業における海爾集団の先進国（米国）進出の事例を紹介し、さらに重慶二輪車メーカーの発展途上国（ベトナム）市場進出の事例を検討する。中国の地場企業が、モノづくりはできても、製品開発、販売、ブランドのプロモーションといった「総合力」に欠け、現状では経験不足から、海外市場で苦戦していることを示す。

同章では、家電と二輪車のケースから、中国製品が低価格で海外市場を開拓したというよりも、デフレや従来型製品の陳腐化、「コモディティ化」が海外市場で進行し、そのための低価格生産拠点として海外企業により調達拠点、生産拠点として活用されるようになったという見方が示される。

第2部：東アジア諸国の対応

第2部は日本、韓国、台湾の東アジア諸国の中国対応である。これら諸国で、多国籍企業として分業ネットワークを自ら築き、あるいは他の企業とのネットワークに参画している機械関連企業が、どのように新たなビジネスチャンスに対応し、分業のあり方を変革させているかに関する考察である。

第3章（渡邊論文）は、日本の機械関連産業で特に強い改革と再編の圧力にさらされている家電企業の、アジア域内の分業再編について考察する。日本の家電メーカーは、既存の東南アジア拠点を活用しながら中国を加えた「三極体制」を築きつつある。製品開発機能を備え、海外市場対応ができる一貫体制を各拠点でつくり、日本を経由せずに世界の消費地に供給する「OUT－OUT戦略」をとる体制が急ピッチで築かれようとしていることが示される。

第4章（加茂論文）は、アジアで輸入代替・消費地生産型の製品と位置づけられる自動車産業で、日系企業の企業内部品取引の分業再編の実態に光を当てる。自由化の進むASEAN域内で、企業内の部品の集約化と拠点間の取引は確かに活発化しているが、同時に日本への依存も強ま

っていること、中国との部品取引は、依然として高関税などにより、当初予想されたほど進んでいないことが示された。エレクトロニクス製品とは異なり、既存の拠点の合理的な活用が重視され、より漸進的なペースで変革が進んでいるのである。

第5章（楊論文）は、サムソン電子、LG、現代自動車、部品サプライヤー等の幅広い事例を通して、韓国企業の対中戦略と中国との分業再編の実態を紹介する。中国を巨大新興市場と低コスト生産拠点と見なし、特にエレクトロニクスメーカーが積極的な対中進出を見せている。中国を海外への輸出拠点とする一方、中国市場向けにブランド力の強化のためのハイエンド化を計っている。アグレッシブな対中進出の背景には、生き残りをかけた危機感がある。

第6章（王論文）は、アジアで最も対中投資が活発な台湾のIT関連製品企業の対中戦略を題材に、今後の対中経済関係と台湾企業の将来を展望する。一見、全てが大陸に飲み込まれてしまいそうな台湾企業だが、実際は製品開発、試作、特殊製品製造、グローバルロジスティクス、資金調達、マーケティング等、様々な活動で、台湾をベースにしたほうが効率的なものがあるという。付加価値の低い活動を積極的に大陸へ移転することは、台湾産業の競争力向上には必要なことだと指摘する。

最適生産拠点としての中国の出現は、東南アジアを中心にした直接投資による既存の分業ネットワークを短期間のうちに不要のものにしてしまう、という破壊的なイメージが一般にあるようだ。しかし実際には、日本企業は日本、東南アジアに中国を加えた「三極体制」の構築を目指している。既存拠点は、東南アジア市場の対応やリスク分散等で重要な機能を果たしており、また既存の生産基盤を活用することは資産を効率的に運用することでもある。特に自動車に典型的なように、市場対応的な製品開発をする上では、現地に立地することが非常に重要である。タイで自動車や二輪車の日系企業の開発拠点が充実しつつあるように、長年の現地化の経験が結実しようという時期にもある。王論文にもあるように、台湾企業でさえ、中国一辺倒はリスクが集中するとして避けているのが実情である。それは韓国企業でも同様であった。

台湾企業や韓国企業の積極的で機敏な中国対応は、元来、東南アジアに拠点が少ないこと、そして、素早く分業再編を進めなければ、存続が危うくなるという危機感によるものであるようだ。その点、日本企業は、巨大な日本市場に頼ることができ、技術的な優位性を有するため、彼等に比べて、よく言えば余裕があり、悪く言えば動きが鈍いように見える。

第3部：東南・南アジア諸国の対応

第3部は中国と同様のレベルの市場を持つ東南アジア・南アジア諸国の対応である。主に、中国製品および中国企業の進出が、地場企業の発展にどのような影響をもたらすかが考察される。

第8章（タマウィット・クリエンクライ・キアンアナン論文）は、タイの家電（主にエアコン）と金型産業に着目し、地場メーカーの対中認識と対応を描く。特に、タイ市場に根付いた

ローカルな販売力、ブランド力に注目し、地場企業も製品開発や販売面での地道な努力の末にそれらを獲得していること、それゆえ、新興の中国製品の浸透は決して容易でないことを指摘する。ただし中国製部品の活用は増加しているという。

同様に、第9章（横山論文）は、タイの二輪車産業を題材に、日系企業に主導されながらも、国内に関連産業基盤を蓄積し、地場の二輪車メーカーを輩出するに至ったこと、特に販売ネットワークには人的ネットワークや長期のコミットメントが必要など、新規参入者にはハードルが高いことを指摘する。

第10章（チャ・グエン・ファム論文）は、エレクトロニクスから二輪車まで、幅広いケーススタディを行う。ベトナムと中国の機械関連産業における経済関係は、貿易、投資とも一方的に中国側が優勢であることを示しつつ、中国のベトナム投資企業に本格的な一貫生産を行うものが少ないのは、互いに発展途上国で基本的に技術導入を受ける立場にあるからだを指摘する。ベトナムに進出した中国企業リストを付している。

第11章（丸川論文）は、ベトナムの機械関連産業が初期段階の輸入代替型産業である点に注目し、中国からの製品輸入が国内産業育成の努力を阻む可能性を指摘する。ただし現状では中国企業の存在感はそれほど大きいものではなく、大量の中国製二輪車輸入もベトナム政府の一貫しない国産化政策に嫌気をさしておさまってしまった。政府の政策運営能力が欠如している上に、今後さらに自由化が進む中で、国内産業育成努力が実を結ぶのは容易でないと指摘する。

第12章（レピ論文）は、家電と二輪車を中心とした中国企業のインドネシアへの進出事例を、豊富な投資データと現地の企業ヒアリングを通じて紹介する。総じて中国製品は品質に劣るというイメージが定着しており、2000年の大量の中国製二輪車輸出がそれに拍車をかけた。多数進出した家電メーカーもシンガポールでブランド確立に成功した長虹ブランド以外は通用しそうなイメージはないという。総じて、中国企業の海外市場での不成功の事例を提供している。

第13章（山下論文）はインドネシアの自動車、二輪車企業に焦点を当てる。政府は1999年に同産業における政府主導の国産化努力を実質的に放棄し、日系企業が業界の発展をリードする立場にある。インドネシアの地場企業は、日系企業のASEAN域内分業における役割を積極的に担いながら、実力育成や中国製品対応を行ってゆくしかないを指摘する。インドネシア市場の巨大さにより、AFTAの本格化以降も、インドネシアの国内産業基盤は独自の地位を保つと予想する。

第14章（ラマスワミー論文）は、機械関連産業において、インド企業は、国内市場および海外市場で、中国製品と直接的な競争があまりないという。家電産業を中心に中国企業がインドに進出しているが、かえって「中国製品は品質が劣悪」というイメージを定着させてしまった。インドのメーカーは、特に伝統的な金属加工系の機械製品において品質重視の考え方を持つが、中国的な価格重視の製品とは市場が異なるのだという。しかし国際市場で中国メーカー

と接する機会の多いインド企業には中国製品を高く評価するものもあり、インド企業が国際化するほど中国製品、企業に学ぶべき点が多くなるという。

第15章（二階堂論文）は自動車と二輪車に焦点を当てる。現状ではこれらの産業で中国製品との競合は起こっていない。インド市場の評価では、中国製の二輪車の品質に難があり、インドの厳しい排ガス規制を通過できそうもないという。

総じて、家電や二輪車のような耐久消費財の完成品に関する限り、東南・南アジア市場で中国製品は、当初予想されたほどの成功をおさめているとは言えない。一時期急激な輸出をして世界的な脚光を浴びたのもつかの間、多くの進出先で国際経営の未熟さを露呈し、中国製製品そのもののイメージさえ損なってしまった場合が多い。

概して、中国の地場メーカーは、中国国内で外資企業や海外のバイヤーが指定する規格や図面どおりに、あるいは標準化した製品なら設計変更を加えた改造製品を「製造」する力を十二分に有する。中国が世界的な部材の調達拠点、組み立て拠点となったのは、その点を認められたからである。しかし完成品メーカーは、海外市場で需要に合わせて、或いは将来需要を先取りして新製品を開発し、生産した製品を売り切り、利益を確保して次の新製品につなげる力に欠けるようだ。独自のブランドで、販売後の顧客満足やアクシデントに責任を持ちながらそれを行うという「総合力」が、経験不足によりいまだ十分ではない。

むしろ、アジア市場でこの1、2年で顕著になったのは、研究開発力、販売力、ブランド力を備え、かつ発展途上国の市場対応に本気に取り組みだした先進国企業の底力である。二輪車のホンダ、ヤマハはその例である（大原・田・林論文）。また地場企業の築いてきたローカルな販売ネットワークやブランド力は重要である（タマウィット等論文）。

ベトナムやインドネシアでは、我々が注目する業種においては、政府主導の地場企業の育成努力は、半ば放棄されたか、実質的に機能不全に陥っている。例えば両国では二輪車産業育成は日系外資企業に頼っている。彼等にしてみれば、中国企業も日系企業も同じ外資企業であって、自らの目的達成に利用できればそれでよい。中国企業の力不足はむしろ期待はずれだったかもしれない。

ただし、部品となると少し話が違ふようだ。例えばタイの地場家電企業やベトナムのホンダは、コスト削減のために中国製部品を使い出した。インドでは中国ブランドのテレビは不人気だが、テレビ用部品の中国からの輸入は増えている。地場の部品産業への影響は、完成品よりも大きいかもしれない。

以上、簡単に概要と論点の一部を紹介したが、「中国の台頭」に対する認識や対応は、各国、各産業、各企業により様々である。本書は、何らかの統一的な結論を提出するというよりも、アジア諸国の多様な発展の軌跡を表現していると言えるだろう。

付録：本書に登場する機械関連製品一覧（HS 4桁製品分類および製品名称）

HS84：一般機械・電気機器	HS85：電子機器
<ul style="list-style-type: none"> ・ 8402 ボイラー ・ 8406 蒸気タービン ・ 8407 エンジン（ピストン、スパーク式） ・ 8408 ディーゼルエンジン ・ 8409 エンジン部品 ・ 8411 ターボジェット、ターボプロペラ ・ 8413 液体ポンプ（油圧、水圧等） ・ 8414 コンプレッサー、気体ポンプ ・ 8415 エアコン ・ 8417 炉 ・ 8418 冷蔵庫 ・ 8419 加熱、蒸留、殺菌、湯沸かし器 ・ 8424 噴射用、散布用機器 ・ 8425 ウインチ、ジャック等 ・ 8426 クレーン等 ・ 8428 フォークリフト等 ・ 8429 ブルドーザー、地ならし機など ・ 8430 移動、地ならし、掘削用機械 ・ 8431 クレーン、コンベア、ブルドーザ等部品 ・ 8437 精米機、穀類洗浄用機器等 ・ 8438 飲食料製造機械 ・ 8443 印刷機械 ・ 8444 紡糸機（人造繊維用） ・ 8445 精紡機、合糸機等 ・ 8446 織機 ・ 8447 編機 ・ 8450 洗濯機 ・ 8451 繊維乾燥機、プレス機 ・ 8452 ミシン ・ 8454 鑄造機械、転炉 ・ 8455 金属圧延機 ・ 8456 レーザー機器（半導体エッチング含む） ・ 8457 マシニングセンター ・ 8458 旋盤 ・ 8459 ボール盤、フライス盤、中グリ盤 ・ 8460 研削盤 ・ 8461 平削り盤、歯切り盤 ・ 8462 プレス機械、鍛造機械 ・ 8466 工作機械用部品・付属品 ・ 8467 手持工具 ・ 8470 電子計算機（電卓、レジ等） ・ 8471 コンピュータ及びユニット部品 ・ 8473 コンピュータ関連部品 ・ 8474 選別機 ・ 8475 電球、電子管等製造機械（光ファイバ用含む） ・ 8477 成型機械（プラスチック、ゴム） ・ 8479 その他の産業機械 ・ 8490 金型 ・ 8481 コック、弁 ・ 8482 軸受け ・ 8483 トランスミッション、ギア、クラッチ等 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 8501 電動機、発電機 ・ 8502 発電機、ロータリーコンバーター ・ 8503 発電機部品 ・ 8504 トランスフォーマー、整流器 ・ 8505 電磁石 ・ 8506 一次電池 ・ 8507 バッテリー（蓄電池） ・ 8508 手持ち電動工具 ・ 8509 家庭用電気機器（掃除機、ジューサー等） ・ 8511 点火プラグ、スターター等、 ・ 8513 携帯用電気ランプ ・ 8516 電気湯沸器、アイロン、電子レンジ等 ・ 8517 電話機、ファックス（有線） ・ 8518 マイクロホン、ヘッドホン等 ・ 8519 CD、DVD、ラジカセ等 ・ 8521 ビデオ ・ 8522 AV、ビデオ等部品（ピックアップ等） ・ 8524 記録用媒体（レコード、テープ） ・ 8525 送信機器（携帯電話、デジタルビデオ等） ・ 8527 無線機器（ラジオ等） ・ 8528 テレビ受像機 ・ 8529 チューナー、アンテナ類 ・ 8531 信号機器 ・ 8532 コンデンサー ・ 8533 電気抵抗器 ・ 8534 印刷回路 ・ 8536 電気回路機器（スイッチ、ヒューズ、リレー等） ・ 8537 回路基盤、配電盤 ・ 8538 スイッチ、基盤等部品 ・ 8539 電球、ランプ ・ 8540 ブラウン管 ・ 8541 半導体デバイス（トランジスタ、ダイオード等） ・ 8542 集積回路（IC） ・ 8543 その他電気機器 ・ 8544 ケーブル、ワイヤー ・ 8545 炭素電気用品 ・ 8546 がい子
	<p>HS87：輸送用機器（鉄道以外の車両）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 8701 トラクター ・ 8702 輸送用自動車（人員10人以上） ・ 8703 乗用自動車 ・ 8704 貨物自動車 ・ 8705 特殊用途自動車（救急車、消防車等） ・ 8706 原動機付シャシー ・ 8707 車体 ・ 8708 自動車部品 ・ 8711 二輪車 ・ 8712 自転車 ・ 8714 二輪車・自転車部品 ・ 8715 乳母車等及び部品 ・ 8716 トレーラー

注：輸出統計品目表編纂委員会編『輸出統計品目表2001』日本関税協会、2000年を参照しながら、アジアで実際に多く取り引きされている主要品目について記載した。名称は輸出統計品目表でのものより大幅に簡略化されている。