

# Topics

## 経済トピックス

### アジアにおける日系企業ネットワーク

客員研究員

(千葉経済大学教授)

梶原 弘 和

研究員

荒井 崇

#### ネットワークの形成

日系企業は1960年代からアジアへの進出を開始し、アジア各国の生産、雇用、貿易、投資に占める比重を高めてきた。進出した日系企業の特徴として、販売は欧米、仕入れは日本に大きく依存し、現地との関係は希薄であるといわれてきた。この特徴は、アメリカの直接投資は先端産業が中心であるのに対して、日本のそれは衰退産業であり、競争力を維持するために低賃金労働を求めてアジアに進出したがゆえに形成された。しかし1985年以降に継続した円高から、機械産業を中心とした先端産業のアジア進出が加速化された。機械産業は多くの製品、部品を必要とし、技術開発が強力に進められ、先進国企業が激しい市場争奪を展開している分野である。こうした産業特性と1985年以後の進出企業数はこれ以前のそれを上回るほどに多くの企業が進出したこと、周辺アジア諸国の工業発展は、日本と生産拠点間の単線関係から生産拠点間あるいは異なる企業間の関係を構築する、いわば複線関係へと変わってきた。つまり進出国ならびにその周辺国との生産関係が緊密化し、製品や部品を相互に調達する生産ネットワークが形成されてきたのである。またアジアの高成長に伴う域内需要の増加、自由化に伴う広域市場の形成も日系企業の実生産ネットワーク化を促した要因である。

生産拠点の技術的特徴は、当初の現地生産段階から始まって技術習得段階、製品開発段階、最後に R&D 段階へと進展する。アジアの経済発展は NIES が日本を、中国や ASEAN が NIES を追いかけ、さらにインドシナがこれに続く、というように段階的であり、ゆえに生産拠点が有する技術的特徴も異なることになる。日系企業の進出はこうした特徴に添う形で行われ、生産拠点の異なる特徴が製品・部品間の相互調達を促進する要因ともなっている。

#### ネットワークの先端例

松下グループ(連結ベース)の1996年度(の販売額は7.7兆円、国内53%、海外47%(アジア20%、米州16%、欧州11%))であり、海外販売の43%をアジアが占める。海外生産額は1.7兆円、アジア65%、米州19%、欧州16%であり、海外販売、生産ともにアジアの比重が大きく、その比率は拡大している。

アジア松下電器(シンガポールにある地域統括会社)が掌握しているアジアの生産拠点(中国、香港、韓国を除く)は52、マレーシア14、シンガポール、インドネシア、タ

# Topics

## 経済トピックス

イが8、インド5、台湾4、フィリピン3、オーストラリア、ベトナム1である。生産額は約1兆円に達し、国別シェアはマレーシア39%、シンガポール32%、台湾15%、フィリピン5%、タイ4%、インドネシア2%である。インド、タイは工場が建設中であり、創業が開始されると生産シェアはさらに拡大すると予想される。研究所が台湾、マレーシア、シンガポールに置かれ、シンガポールのそれは後述するように重要な役割を担っている。従業員数は8万人弱、マレーシア41%、シンガポール18%、インドネシア12%、台湾10%、タイ8%、フィリピン5%である。生産比率と雇用比率からインドネシア、タイでは労働集約的な低価格品、シンガポール、台湾では高価格品を生産しているとみなされる。またアジアで生産された商品の販売先は、本国向け内50%、アジア域内20%（中国、日本、韓国、香港を除く）であり、アジア向けの比率が増加している。

原材料（部品、資材）調達は、1990年にシンガポール24%、マレーシア22%、日本16%、その他（主にアジア）38%であったが、次第にマレーシアの比重が高まり1996年にはマレーシア69%、シンガポール22%、日本2%、その他7%になった。マレーシアが松下電器の原材料調達基地になっていることを示す。その典型としてカラーTV部品の供給をみると、マレーシアはアジアだけでなく世界に分散している松下電器のカラーTV生産工場の部品供給基地となっている（北米3、中南米4、アフリカ3、ヨーロッパ2、アジア6、日本）。原材料調達を企業ベースでみると1994年に現地53.6%（日系企業35%、非日系企業18.6%）輸入46.4%（日系企業25.9%、非日系企業20.7%、日系企業からの輸入は日本及びアジア域内からであるが、日本からの輸入が減少していることからその大部分はアジア、特にマレーシア、シンガポールからの輸入とみなされる）であった。1996年は現地46.7%（日系企業29%、非日系企業17.7%）輸入53.3%（日系企業34.4%、非日系企業18.9%）であった。日系企業と非日系企業の比率はほぼ6:4で推移している。また現地よりも周辺アジア域内からの輸入が増加傾向にある。

以上のようにアジアにおける松下の動向は、1980年代中期以降のアジアにおける松下および日系企業の生産拠点拡大にともなって関連松下企業、日系企業の取り引きが拡大し、さらに華人企業とのリンケージによりネットワークはより拡がりを増している。

### 再構築されるネットワーク

日系企業のネットワークは、生産に直接関係するものから資金、情報、人に関してネットワーク化が進展している。激化する世界的競争の中で企業が生き残るにはいかに最適な生産を行うが重要になってきているからにほかならない。97年7月のタイパーツ切り下げを発端としたアジア通貨危機により、アジア経済はリセッションを余儀なくされている。しかしこのアジア経済の停滞にも関わらず多くの日系企業は作り上げてきたネットワークを維持・拡大することに努力している。たとえば合併相手の資金繰りの悪化から、日系企業は合併シェアを引き上げたり、場合によっては100%シェアを有するといった事例が増加している。コストと時間をかけて形成してきた生産ネットワークは、欧米企業との競争のためだけでなくアジアの高い成長潜在力からも維持していかなければならないと、日系企業は考えているのである。