

モノづくり海外拠点の機能分化

Business News

急成長を続ける中国

中国国家统计局は、中国の4～6月の四半期経済成長率が前年比11.3%という大幅な拡大傾向にあると発表した。この十年で中国人民の生活が大きく変化したとは聴いていたが、最近、上海に行ってみて、あらためて、その変貌ぶりに腰を抜かした。高層ビルやマンションは24時間稼働で建設が続いており、古い街並みはどんどん取り壊されていく。道路際にコンビニが店を出し、携帯を手にした若者が傍らに座り込んでいるのは、どこかで見た風景である。その中でも特に感じたことは、中国の代名詞ともいえる自転車の群れに変わって、自家用車やタクシーの数が圧倒的に増えたことだ。見れば街を走るバスやトロリーもきれいになっている。少し前までは相当なオンボロだったが…。

「中国一極集中」のリスク

中国における自動車市場の拡大は目覚ましい。データを見れば、中国における2005年度の自動車生産台数は570万台で世界第4位、販売台数は575万台で世界第3位である。さらに、今後の見通しでは近い将来、生産台数で第3位、販売台数では日本を抜き去り第2位になると予想されている。その他、鉄鋼や家電品でも前年比を大きく越える生産量にアップさせており、この成長は、北京五輪や上海万博までは続くと予測する声が強い。ところが、一方で、中国からASEAN諸国に生産拠点の一部を移転する企業が増えている。人民元の為替リスク、人件費コストの上昇、事業環境の変化等で、生産拠点としての中国の魅力度が薄れてきたことにあるらしい。

例えば、エアコン普及による夏場の電力不足のため、供給制限が行われており、進出企業では自家発電によるコストアップが深刻化しているという。

再注目されるASEAN経済圏

中小製造業にとって海外進出はリスクが大きい。失敗しても簡単に撤退するというわけにはいかない。また、大手企業にとっても中国マーケットに対する魅力はあるが、前述の理由から生産拠点の中国一極集中は避けたいところである。それが中国に足場を残したまま、東南アジアに生産拠点の一部を移す製造業が増えている理由である。

ASEAN諸国であるインドネシア、マレーシア、タイ、ベトナム等は安価な労働力と豊かな人間性が売り物である。また、関税の撤廃や引下げにより原材料の調達も有利になってきた。ここからは中国、ASEAN、国内工場の3拠点をネットワークした生産拠点づくりが進展していくものと思われる。

モノづくりの国際分業

製造業にとって、海外拠点は国内では得られない新たなビジネスチャンスにめぐり合う場ともなっている。海外において異業種に新規参入できたという例も多数あるようだ。国内と海外拠点の地の利を活かした戦略的な機能分担により、各拠点の機能強化と専門化が進められる。それは、ユーザー企業に対するニーズ対応力強化につながると共に、国内生産拠点の高付加価値化につながるものである。ここ数年前より、産学協同による製造業のイノベーションが一般化してきた。日本製造業が国際的な比較優位性の維持を図っていくためにも、海外の生産拠点との連携によるモノづくりを進めていくことが必要である。

