

激変するアジアの産業に 日本企業はどう対応するか

——日本経済新聞社 後藤 康浩 編集委員——

2016年2月8日、海外投融資情報財団（JOI）は、国際協力銀行（JBIC）の後援を得て、表題のセミナーを開催いたしました（www.joi.or.jp で動画配信中）。本稿では当日の概要を一部ピックアップしてお届けします（文責：JOI）。

GDPと人口の面からアジアにおける日本の相対的な位置を俯瞰してみると、2000年、2010年、2020年、2030年の各時点でその姿は大きく変貌する。中国、インド、ASEANのGDP合計は2000年では日本のGDPの約半分に過ぎなかったが、2010年には1.6倍になり、2030年では4倍を超す。人口では2030年に中・印・ASEANの合計が日本の30倍になると推測される。GDPは中国、人口はインドが最大となるだろう。

全体的なトレンドでみれば中国の成長率は2007年以降下降局面に入っている。中国の高度成長期はすでに終焉し、日本、韓国を追うように「ポスト高度成長期」を迎えている。人件費高騰と人民元高でコスト的に耐えられなくなった労働集約型産業の輸出向け工場は中国から脱出を加速させている。

アジアの成長フロンティアは移動

今のアジアをみるうえで重要なのは「成長フロンティアは常に動く」という原理であり、実際に中国からASEAN、さらに南アジアへと成長の最先端が移動しつつある。ASEANの中でも先行して発展したシンガポール、マレーシア、タイ、インドネシアなど、いわゆる先行ASEANはここにきて停滞期に入りつつある。一方で成長ステージに上ってきているのは後発ASEAN、なかでもミャンマー、ベトナム、フィリピンの3カ国は勢いがあり、私は頭文字をとって“MVP”と呼んでいる。総じて、「海のASEAN」が発展では先行したが、今、「陸のASEAN」が開花中といえる。南アジアではインドだけでなく、バングラデシュの潜在力が高い。

ASEANの特徴のひとつは、主要都市が3000km圏内にほぼ網羅されてしまう点だ。中国が東西方向に5000km弱、南北方向は4000kmあることを考えると、この地理的コンパクトさは人とモノの移動に都合がいい。特に「陸のASEAN」では、陸上交通網の整備が発展の大きな原動力となっている。ASEAN各地で目につくのは、中国からミャンマーへ、あるいはタイからカンボジアへなど、日系企業

が製造拠点を移転・移管させる動きだ。カンボジア南部の工業団地では多数のイスラム教徒ワーカーも目にした。労働慣行の異なるイスラム教徒は、工場進出の際に日本企業が留意する必要があるだろう。

ベトナムの臨海部では、出光興産が主導するニソンの製油・石化プラント、JFEの参画する台湾資本主導の製鉄所プロジェクトなど、重化学工業の大型プラントが続々と建設中であり、日本の1960年代の臨海コンビナート建設ブームを彷彿とさせる。ミャンマーのヤンゴンではすでに交通渋滞が始まっている。交通渋滞はアジアの大都市に共通する深刻な問題である。これは経済活動の活発化に見合った道路や鉄道など交通インフラの整備が進んでいないことを示しており、社会インフラに強い日本企業には大きな商機が待っているともいえる。ヤンゴンではアッパーミドル層の出現をとらえて、新車発売イベントや美容家電販売会も開催され始めている。消費の勃興は予想以上に速い。

中国の成長軌道に乗るアジア諸国

途上国の成長パターンは飛行機の離陸に似ている。滑走路を動き始めたときは緩慢で、離陸してすぐは上昇角度も鈍いが、その後、ある段階から急上昇していくように、途上国は発展していく。今多くのアジアの国が少し前の中国に似たプロセスを辿っている。現在はベトナム、フィリピンが急上昇する段階になっている。カンボジア、インドはまだ離陸直後で、もう数年で上昇カーブが急角度になるだろう。こうしたカーブをもとにすれば、本格的な成長が始まる市場がわかる。中国のたどった成長の道筋をトレースすることで、われわれは後続のアジアの途上国の成長を「待ち伏せ」してとらえることができるのだ。

アジアでは1人当たりGDPが2500ドルを超えるとモータリゼーションが加速するといわれるが、ベトナムでもハノイ、ホーチミンで二輪車から四輪車への乗り換えが進み出している。注目したいのはベトナムが高炉をもったことだ。「鉄は国家なり」という製造業発展の鉄則からみれば、ベトナムは産業国家としての王道を進み始めたといえる。

世界の鉄鋼の3分の2、自動車の半数はアジアで生産されている。世界のモノづくりで大きな地位を占めているアジアだが、産業発展の水準からいえば、アジアは3つのサブエリアに分けることができる。東には日本、韓国など「高度産業国家エリア」があり、真ん中に中国、台湾、ASEANの一部が「量産型産業エリア」、さらに西にバングラデシュ、インド、ミャンマーなどの「労働集約型産業エリア」がある。モノづくりは、人件費が上昇し技術の陳腐化が進むにつれ、西から東に順次移転している。1950年代に日本の代表産業だった繊維が70年代には韓国、台湾、香港に移転、90年代には中国に行き、いまミャンマー、ベトナム、バングラデシュに移りつつある。白物家電もすでに移動し、液晶パネルは今、韓国から中国に生産地が移行する時期にさしかかっている。

ASEANの「三次元分業」と「タイ+1」

ASEANの産業の特徴のひとつは、国の規模があまり大きくないこともあって、各国それぞれが得意な産業分野をもちながらも、中国のように一国だけで完結するフルライン産業国家になっていないことだ。タイなら自動車、HDD、マレーシアなら電子機器、化学品などそれぞれに強みがあり、地域としてみれば業種別に水平分業している。一方、タイの自動車産業が薄板やトランスミッションの一部などを輸入で賄うように、自国ですべての部材、原料をつくるのではなく部品は他国に依存する垂直方向でも分業している。つまり水平と垂直の分業がASEAN内で進んでおり、私はこれを「三次元分業」と呼んでいる。日本企業はこのASEANの三次元分業の枠組みに入り込み、高付加価値の部材、部品の供給者であり続けることが重要だ。

「陸のASEAN」では南部回廊に続き、東西経済回廊もメコン川の第二友好橋完成で物流が活発化し、タイ国境地帯に新たな産業集積が生まれている。タイは人件費上昇、政治的混乱もあり、日本企業は投資を手控えている。タイの産業集積も利用でき、人件費も安い周辺国への工場移転など「タイ+1」の動きは今後、本格化するだろう。

付加価値の高いモノづくりを目指して

日本のエレクトロニクスメーカーはスマホ、PC、薄型TVという「3種の神器」で負け組となったが、高付加価値の部材サプライヤーとしては成功している。他方で、日本の自動車産業の強さはさまざまな指標で明らかだ。自動車産業は単なる組み立て産業とは異なり、3万点近い部品を欠品なく調達し、きちんと組み立てる高度な組み立て産業であり、市場規模も消費者向け工業製品として頭抜けて大きい。

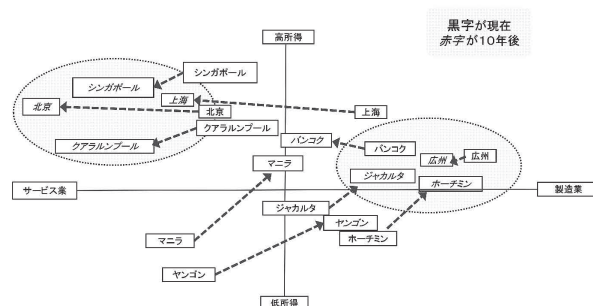
自動車のエレクトロニクス化が進むなか、日本のエレクトロニクスメーカーは、制御用半導体、電気自動車、自動運転など、エレクトロニクスを活用できる自動車という分野で、十分勝機があるはずだ。

単純な組み立て産業では、薄型TV、エアコンなどですでにASEANメーカーが台頭し始めた。日本にとって付加価値の低いところでの競争はもう難しい。日本の製造業は、基礎研究とその成果の商品化、高品質な素材、基幹部品、高度な加工、多数の部品を正確に組み立て、品質を出して行く統合型の組み立てなどをフィールドに絞るべきだろう。それには日本企業が従来から強かった生産現場と開発の協業、そしてそこで生まれるアウトプット（しやう）を大切にしたい。さらなる競争力維持のためには、十分なマーケティングと、製品をコモディティ化させないための戦略が必要だ。

『中国製造2025』とアジアの都市間競争

中国は、昨年発表した『中国製造2025』という産業政策で、より付加価値の高い産業への移行を目指そうとしている。アジア全体でみれば、国と国の競争と同時に、都市と都市との競争も激化している。アジアの主要都市はそれぞれ、シンガポールなら金融サービス、バンコクなら製造業というように得意な舞台があり、都市の経済基盤も異なっている。各都市が所得向上を目指し、同じ分野に注力すれば、自然とそこに競争が発生する。ヤンゴンやホーチミンなどが製造業で追い上げてくれば、バンコクや広州はより付加価値の高い産業へのシフトを迫られる。上海もいずれ製造業から金融やサービス中心の都市に移行するだろう。すべての都市が10年後、今得意な産業で勝負できているとは限らない。モノづくりであれサービス業であれ、日本企業がアジアに投資をしていく際には、こうした都市の戦略的なポジショニングに合致し、10年後のその場所の姿を想像した展開が必要になる。

アジアの都市間競争の構図



Copyrights Yasuhiro Goto 2016