

第2章

東アジア地域の長期的な発展と 日台ビジネスアライアンスの機会

王 睦鈞

はじめに

Global Insight の予測によると、2013 年の新興国の経済成長率は 5.1%と、先進国の 1.1%を大きく上回った。新興国市場は世界経済にとって、成長の最も大きな原動力となっている。また、IMF は 2014 年には ASEAN 5 カ国（フィリピン、インドネシア、マレーシア、タイ、ベトナム）の名目 GDP がアジア NIEs を上回ると予測している。このことからまた、ASEAN 市場の成長性がうかがえる。とりわけ、ASEAN 諸国の多くは産業発展の初期段階にあるため、消費財よりも工作機械などの B to B 製品の将来性が高い。台湾にとっての ASEAN の重要性は、1980 年代、1990 年代の 2 度にわたる「南進」の時代とはまた異なるものとなっている。ASEAN は 2007 年には既に米国を超え、台湾の第 2 位の輸出先に躍進している。

日本も同様に、ASEAN 市場の重要性に注目している。ASEAN と日本の 2010 年における貿易総額は 2148 億米ドルに達した。また、日本は ASEAN にとって、非常に重要な海外直接投資国であり、2010 年には日本企業の投資が ASEAN 全体の海外直接投資に占める比率は 7.4%に達した。日本は近年、ASEAN と東アジア地域包括的経済連携（Regional Comprehensive Economic Partnership。略称 RCEP）の交渉を積極的に進めているが、その主な背景には、ASEAN が日本にとって非常に重要な生産拠点であるとともに、新興市場として大きな注目を集めているということがある。このように、日本は ASEAN との互恵的な経済発展の機会を、一貫して積極的に追求している。

第2章 東アジア地域の長期的な発展と日台ビジネスアライアンスの機会

日台双方には、提携によって産業構造上の優位性を相互補完する条件が従来から存在している。日本企業は基礎的技術やブランドにおいて優位性を持ち、一方、台湾企業は量産や商品化において優位性を持つことによって、市場における相互補完的な作用を発揮してきた。加えて台湾では近年、品質に対する考え方や生産管理など、日本の管理システムを取り入れている。このことが、日台ビジネスアライアンスにおける相互の理解や信頼の土台を、いっそう強化している。新興国市場の台頭という機会を目の前にして、日本と台湾がどのように相互の優位性の補完をさらに進め、また相互の信頼をより深めていくかは、両国にとって非常に重要な産業上の課題である。

以上を踏まえて、本章では東アジア地域の産業発展のパターンから分析を始め、日本、アジア NIEs, 中国, ASEAN の間の分業の形態を具体的に分析していく。その結果、明らかになったことは、まず雁行形態論 (flying geese paradigm) ではもはや東アジア地域の分業形態を説明できないことである。過去、東アジア諸国間には所得や技術力の格差に基づく雁行形態の分業が形成されていたが、中国, ASEAN の経済発展、そして日本や台湾の長期にわたる投資によって、アジア諸国間の所得および技術的格差は縮小し、各国がそれぞれの特性を活かし、互いに連携する経済発展のパターンが形成されてきた。

次に、本章では「人口の増加」、 「資本の増加」、 「生産性の向上」の3つの側面から中国と ASEAN の将来の成長性について分析をおこなった。その結果として、東アジアの今後の成長の焦点は次第に中国から ASEAN へと移っていくこと、並びに日本と台湾の企業は、ASEAN における生産拠点の拡大と消費市場の変化から生まれる発展の機会をとらえていくことが必要となることを示した。

第3に、ASEAN 経済の将来の発展は大いに期待されるため、日本と台湾の企業にとって ASEAN について検討すべきは、「進出するかどうか」という是非の問題ではなく、「利益が最も大きい投資先はどこか」という選択の問題となっている。ASEAN への進出にあたって考慮する要素としては、資本、労働力、原材料、中間財の供給の状況など、生産投入面のコストの評価、物流に対する各国政府の支援の状況、市場のニーズなどがある。以下では紙幅の制約から、フィリピン、インドネシア、マレーシア、タイ、ベトナムの5カ国を優先して分析の対象とする。最後に台湾、日本のこれら5カ国における優位性に基づき、アライアンスの有望な機会があると考えられる地域および産業を提示した。

第1節 東アジアの分業パターン分析

東アジア地域における産業の分業は、2000年以前においては雁行形態論が示すようなパターン、すなわち日本を先頭としてアジア NIEs、その後に ASEAN、中国が続くという形をとってきた。雁行形態論は技術水準と生産要素の違いを理論的基礎として、低所得国は技術水準が低い産業に強みを有し、高所得国は技術水準が高い産業を発展させていくべきだとし、このため国際分業は産業間貿易が中心となると考えている。しかし、東アジア地域の生産ネットワークの発展にともない、東アジア諸国間の分業はもはや産業レベルにとどまらず、製品レベルにまで広がり、産業内貿易を中心とするパターンへと変化した。すなわち、同じ産業の製品を輸入したり、輸出したりするようになったのである。東アジア地域の分業パターンはもはや雁行形態論では説明することができず、東アジア地域の分業関係を捉え直し、適切な連携のありかたを追求することが必要になっている。

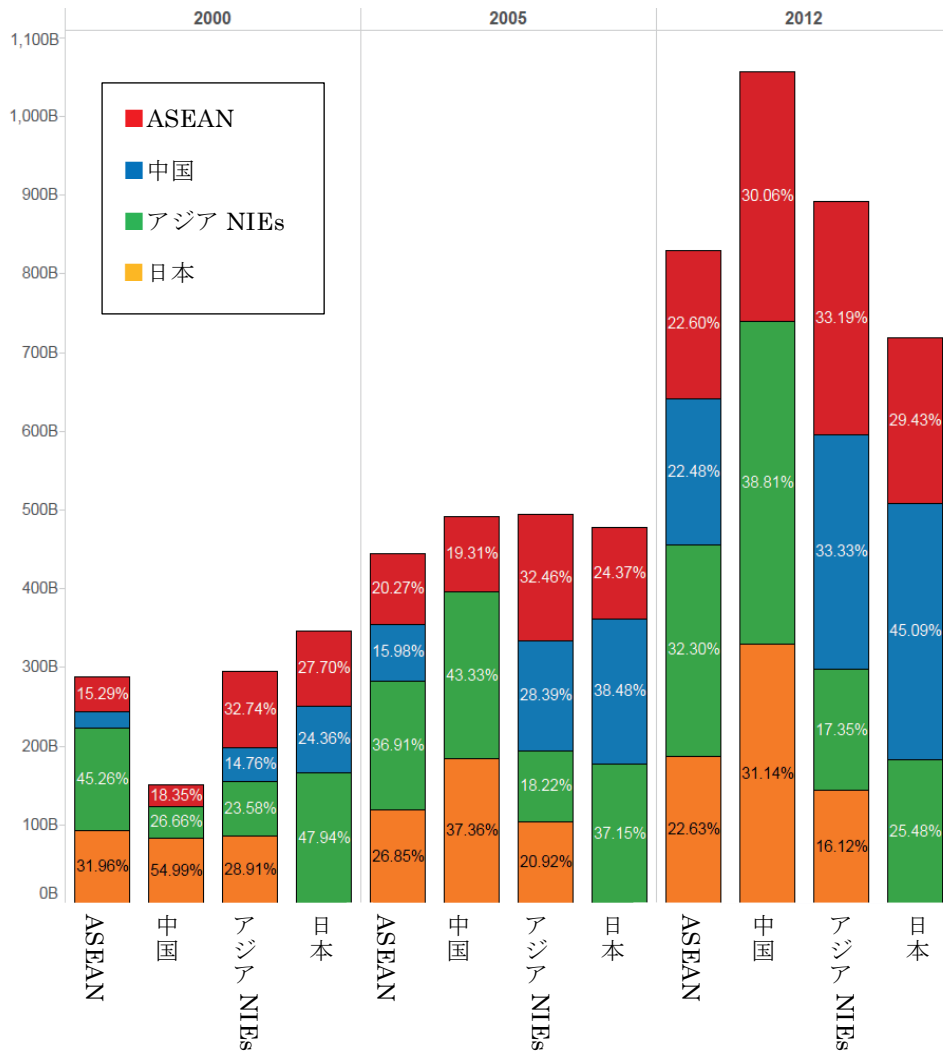
まず貿易から東アジアの国際分業について見てみたい。本章では日本、アジア NIEs、中国、ASEAN を分析対象とした。図1は2000、2005、2012年における東アジア諸国の貿易相手国の構成、図2は2000、2012年における東アジア諸国の貿易構造の相違をそれぞれ示したものである。両者を総合すると、3つの点が浮かび上がってくる。

第1に、東アジア諸国の貿易が大幅に増加し、各国経済の相互依存関係が強まっている。

第2に、中国、ASEAN とともに、東アジア諸国間の貿易全体に占める比率が上昇している。日本を例にとると、対 ASEAN 貿易の比率は2000年には27.7%だったものが2012年には29.4%へ、対中国貿易の比率は2000年には24.4%だったものが2012年には45.1%へとそれぞれ上昇している。こうした現象は、中国や ASEAN の持続的な経済発展が、東アジア地域全体の貿易の成長につながっていることを示している。

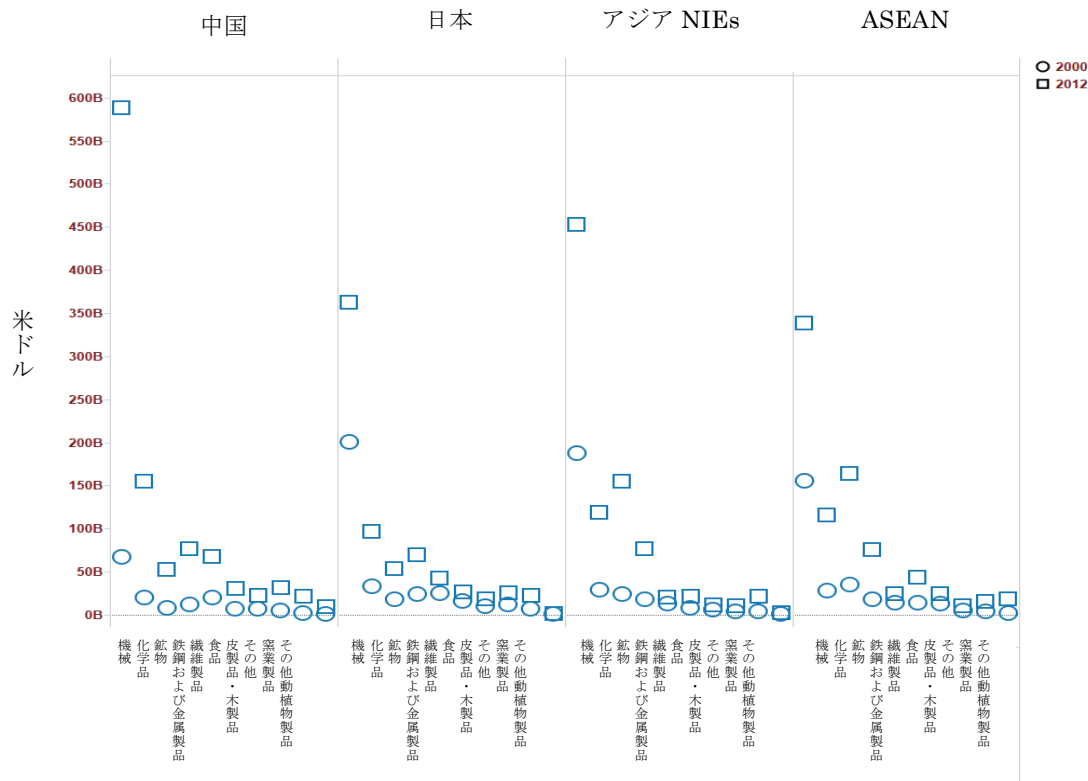
第3に、東アジア諸国の貿易の主要な品目は機械、化学品、鉱物、鉄鋼および金属製品などであり、産業内貿易が中心となっている。

図1 東アジア諸国の貿易相手国



(出所) UN Comtrade database (<http://comtrade.un.org/>)より筆者作成。

図2 東アジア諸国の貿易の構成



(出所) UN Comtrade database (<http://comtrade.un.org/>)より筆者作成。

このような結果から、所得や技術水準のみでは東アジアの国際分業を説明することは不十分であることがわかる。このため、本章では産業内貿易(Intra-Industry Trade)の理論によって、東アジアの国際分業について分析をおこなうこととする。産業内貿易理論は「規模の経済」, 「製品の差別化」, 「海外投資」といった面から貿易に関する現象を説明しようとするものである。

この理論の発展の経緯は概ね次のとおりである。Verdoorn (1960)は、「ベネルクス経済同盟」加盟国が同じ種類の製品を輸出入していることに着目した。これらの国の貿易のほとんどが産業間ではなく、同一産業内に集中していた。グルーベルとロイドが 1975 年に著した『産業内貿易』(Grubel and Lloyd, 1975)は、産業内貿易理論に関する最初の専門書であるが、同書は、ふたつの国の間に生産条件や資源面での比較優位の違いが存在しない場合においても、貿易関係が発生することを説明した。1980 年前後には、Krugman (1979)や Lancaster (1980)が産業内貿易の理論をより発展させた。彼らは「生産面の規模の経済とニーズ面の製品差別化の必要性が産業内貿易を形成する」としている。2 国間に産業内貿易が発生する理由としては、おおまかに次の 2 点が指摘

される。第1に、それぞれが異なる種類の製品において高い生産能力を持つほど、2国間の産業内貿易の比率も高くなる。第2の要因は消費の水準とその違いである。消費水準が高いほど多様な製品に対するニーズが強まり、また2国間の消費水準の違いが小さいほど、異なる種類の製品を互いに必要とする傾向が強まって、2国間の産業内貿易の比率は高くなる。

Greenaway et al. (1994, 1995)はさらに踏み込んで、産業内貿易の4つのタイプについて定義をおこなった。

(1) 輸出品と輸入品のユニット価格の比率が0.8から1.25の範囲にあれば、品質の違いが少ないことを示す。この場合の貿易パターンは水平的産業内貿易 (Horizontal Intra-Industry Trade)となる。これは、例えば規格の違いなど、品質水準はほぼ同じではあるものの、タイプが異なる製品へのニーズといった、消費者の同一産業の製品の多様性に対する欲求を満たすためにおこなわれる。

(2) 輸出品と輸入品のユニット価格の比率が1.25を超える、または0.8を下回るようであれば品質の違いは大きいことを示し、貿易パターンは垂直的産業内貿易 (Vertical Intra-Industry Trade) となり、同一産業の製品を輸出入しているものの、製品間の品質の違いは大きい。垂直的産業内貿易はまた、「低品質の垂直的産業内貿易」 (Low Quality Vertical Intra-Industry Trade)と「高品質の垂直的産業内貿易」 (High Quality Vertical Intra-Industry Trade)に区分される。

(3) ユニット価格の比率が0.8を下回れば低品質の垂直的産業内貿易となり、ローエンド製品を輸出し、ハイエンド製品を輸入することとなる。

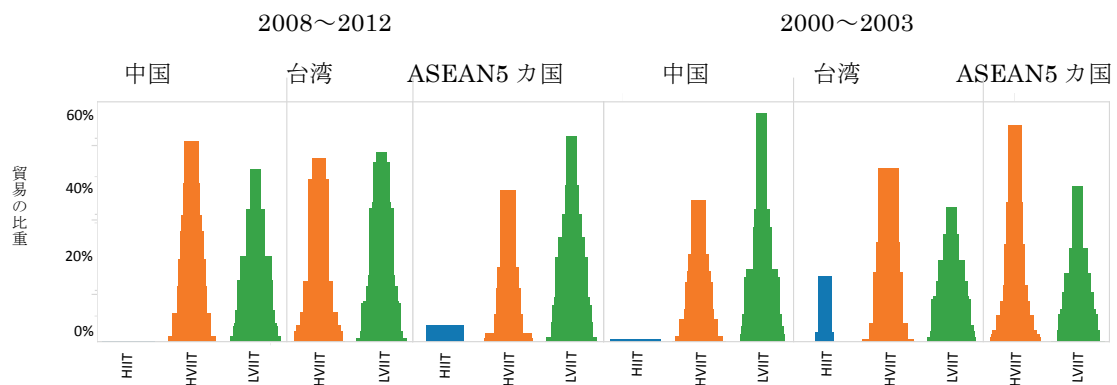
(4) ユニット価格の比率が1.25を上回れば高品質の垂直的産業内貿易であり、ハイエンド製品を輸出し、ローエンド製品を輸入することとなる。

本章では、これまでの文献にある操作可能な指標を使って、日本と台湾の貿易統計から日台双方の東アジア国際分業における役割の相違を分析する。図3は日本と台湾、中国、ASEANといった東アジア諸国間の産業内貿易関係を示したものである。日本と他の東アジア諸国では、全体として垂直的産業内貿易のパターンが中心である。異なる時期と主要な貿易パターンを見ると、日本の東アジア地域における主な分業パターン¹は次のように考えられる。2000～

¹ 国際分業のパターンは、製品が原材料、中間財、最終財いずれであるかによって異なることがあるが、本章では、主要な貿易パターンにかぎり、例をあげて説明する。図3から、貿易関係は高品質と低品質の垂直的産業内貿易という2種類の性格を同時に備えて

2003年はローエンド製品を台湾、ASEANから輸入し、中国に輸出する一方、ハイエンド製品を中国から輸入し、台湾、ASEANに輸出している。2008～2012年はこの状況に変化が生じ、ローエンド製品を中国から輸入し、台湾、ASEANに輸出する一方、ハイエンド製品をASEAN、台湾から輸入し、中国に輸出するようになった。

図3 日本と他の東アジア諸国との産業内貿易関係



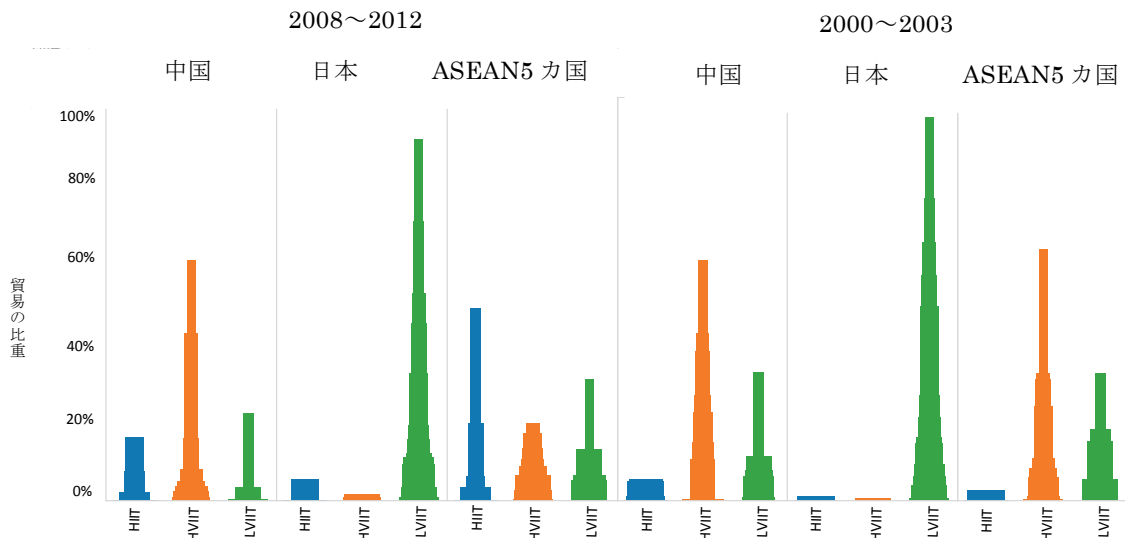
(出所) 日本貿易統計磁気テープデータより筆者作成。

(注) HIIT は水平的産業内貿易, HVIIT は高品質の垂直的産業内貿易, LVIIT は低品質の垂直的産業内貿易。

図4は台湾と日本、中国、ASEANといった東アジア諸国との産業内貿易関係を示したものである。台湾と他の東アジア諸国では、全体として垂直的産業内貿易が中心であるが、中国、ASEANとの水平的産業内貿易が増加している。異なる時期や主要な貿易パターンから見ると、台湾の東アジア地域における主な分業パターンは次のように考えられる。2000～2003年はローエンド製品を中国、ASEANから輸入し、日本に輸出する一方、ハイエンド製品を日本から輸入し、中国、ASEANに輸出している。2008～2012年もこのパターンに変わりはなく、ローエンド製品を中国から輸入し、日本に輸出する一方、ハイエンド製品を日本から輸入し、中国に輸出している。ただし、対ASEAN5カ国の貿易パターンは水平的産業内貿易に変化しており、ASEAN5カ国は先進国からの長期にわたる投資や高成長によって消費水準が高まり、台湾とのギャップが縮小していることがわかる。

いることがわかる。そのため、実際に分業パターンについては産業別、製品別に分析をおこなう。

図4 台湾と他の東アジア諸国の産業内貿易関係



(出所) 台湾貿易統計磁気テープデータより筆者作成。

(注) HIIT, HVIIT, LVIIT は図3と同じ。

ここまでの貿易の分析を総合すると、東アジア諸国の現在の国際分業は依然として垂直的産業内貿易のパターンが維持されていることが理解できる。これは、東アジア諸国間に緊密に連携した生産ネットワークが存在することを示している。例えば、日本企業はまず部品を台湾企業に輸出して、その加工や組立を委託する。台湾企業は ASEAN や中国の生産拠点に割り当てて、部品を自ら加工したり、生産を委託したりして、完成後に再び台湾に輸入して検査したり、組み立てたりして、最後に委託した日本企業に輸出する。これまで東アジア諸国間には所得や技術力の違いによる雁行形態が存在したが、中国や ASEAN の経済発展、そして日本や台湾からの長期にわたる投資によって、アジア諸国間の所得や技術的なギャップは縮小し、各国が各々の特性を活用し、互いに連携する発展パターンが形成されている。

第2節 東アジアの新たな発展のありかた

中国の「第12次5カ年計画における国内貿易発展計画」では、消費財の小売総額が2015年に32兆人民元に達するという見通しが示されている。これは15%の年平均成長率を意味する。2012年の中国では消費財の小売総額は前年比14.3%増の20兆7167億人民元となり、中国が消費大国へと変貌しつつ

第2章 東アジア地域の長期的な発展と日台ビジネスアライアンスの機会

あることがわかる。日本と台湾の大企業は中国、ASEAN に対して意欲的に投資をおこない、技術を移転し続けている。ASEAN 諸国は中国経済の構造転換や労働コストにおける優位性の消失によって、1990年代の中国のように、「世界の工場」という地位を獲得しつつある。現在の東アジア経済の趨勢を簡単に言ってしまうと、中国を「主要な消費市場」、日本、台湾を「技術・資本の供与者」、ASEAN 諸国を「生産者」とする方向に向かっている。台湾は中国にも、ASEAN にも、大きなチャンスがある。以下では両地域の今後の成長性についてさらに分析を進めていきたい。

経済成長理論では、経済成長を「人口の増加」、「資本の増加」、「生産性の向上」という3つの要素から考える。本章ではこれにしたがって、この3つの面から中国とASEANの今後の成長性について分析をおこなう。

1. 人口の増加

表1はASEAN、中国、OECDの3つの地域の人口増加率の見通しを示したものである。中国の今後10年の人口増加率はASEANを大きく下回るが、これは人口抑制政策だけでなく、社会の高齢化にも起因している。中国は1999年に高齢化社会に突入し、65歳以上人口は2004年に総人口の7.6%を占めた。2011年には65歳以上人口が1億8500万人、総人口の13.7%に達している。

ASEANの中国を上回る高率の人口増加は、消費力の増大、そして経済成長をもたらすことになる。ASEANの総人口は2011年には5億3800万人であり、中国、インド、EUに次ぐ世界第4位となった。また、若年者人口の規模や中間層の比重も大幅に拡大しているので、豊富な労働力、消費人口が生み出されることが期待できる。ASEANの若年者人口は約1億4000万人でEU(7000万人)、北米(6000万人)の2倍以上に達する。ASEANの中間層人口は、2010年から2030年にかけて年平均6.2%増のスピードで増加すると予測されている。また、中間層人口の総人口に占める比率は、この期間に24%から65%まで拡大すると見られている。

表1 ASEAN, 中国, OECD の人口増加率の見通し

地域	2001～2011 年人口成長率	2011～2020 年人口成長率
ASEAN	1.3%	1.1%
OECD	0.7%	0.5%
中国	0.5%	0.4%

(出所) ABRAAJ group (2012)より筆者作成。

2. 資本の増加

表2は、新興国市場への海外直接投資の年平均増加率を示したものである。過去10年において、ASEANはインドに次いで外国資本の流入の伸びが大きい地域のひとつとなった。経済発展に有利な人口構造、旺盛な国内消費、安定した財政・金融政策が直接投資の流入を引きつける主な原因である。

表2 新興国市場への海外直接投資の増加率
(2001～2011年)

ASEAN	インド	中国	ラテン アメリカ	OECD
17.7%	20.1%	9.0%	7.9%	5.9%

(出所) ABRAAJ group (2012)より筆者作成。

3. 生産性の向上

表3はASEAN, 中国の2012年から2030年にかけての長期生産性を見通しを示したものである。実質GDP成長率についてみると、中国, ASEAN5カ国は今後20年, 4.5%以上の経済成長を持続していくとされており, 両地域の経済発展の将来性を明確に示している。このうちインドネシアとフィリピンは中国をやや上回っている。ただし, 中国の今後の経済成長が技術進歩やイノベーションを主要な成長の原動力とするのに対し, ASEAN諸国は労働, 資本といった生産要素の増加を成長の主力とし, 両者の発展パターンはまったく異なっている。

表3 ASEAN 5カ国と中国の長期生産性見通し（2012～2030年）

	実質GDP 成長率	労働生産性 上昇率	資本ストックの 増加率	全要素生産性 の上昇率	全要素生産性 の寄与度
中国	5.1%	5.5%	7.1%	3.0%	58.8%
インドネシア	5.2%	3.2%	6.9%	1.6%	30.8%
マレーシア	4.7%	4.3%	6.7%	2.1%	44.7%
フィリピン	5.4%	3.0%	5.0%	2.1%	38.9%
タイ	4.4%	4.2%	4.2%	2.6%	59.1%
ベトナム	4.7%	3.7%	7.6%	1.5%	31.9%

(出所) *Economist* ウェブサイト(<http://www.eiu.com/>)より筆者作成。

上記の分析を総合すると、ASEANの経済成長の将来性は人口、投資、生産性のいずれの側面においても中国に劣らない。また、2008年の金融危機以降、欧米諸国の国債問題が緊縮財政、経済の停滞を招き、世界経済は空前の引き締め圧力にさらされることとなった。また、中国では20年以上にわたり享受してきた人口ボーナスが枯渇しようとしているのに対し、ASEANでは大きな人口ボーナスを持ち、6億近い人口を擁する内需市場を抱え、周辺地域と積極的にFTAを調印し、その将来性は非常に高いと言える。

4. 日本企業の見方

以下では日本企業の考える「今後3年の海外投資先」についても整理した。これは企業による選択という観点から、中国とASEANの今後の成長性をみようというものである。表4によると、日本企業の2002年の海外投資先の上位5カ国は順に中国、タイ、米国、インドネシア、ベトナムであり、90%近くの日本企業が中国を投資先としてあげている。2012年には海外投資の動きに変化が生じ、中国は依然として「最も優先すべき投資先」ではあるものの、比率は62%に低下している。一方、ASEANのインドネシア、タイ、ベトナムは日本企業の海外投資先として5位以内を維持するとともに、比率は10年前と比較して上昇している。

表4 日本企業の今後3年の海外投資先

順位	2012年（国・比率）	2002年（国・比率）
1	中国（62.1%）	中国（89%）
2	インド（56.4%）	タイ（28%）
3	インドネシア（41.8%）	米国（26%）
4	タイ（32.1%）	インドネシア（15%）
5	ベトナム（31.7%）	ベトナム（15%）
6	ブラジル（25.7%）	インド（13%）
7	メキシコ（14.0%）	台湾（8%）
8	ロシア（12.5%）	韓国（8%）
9	米国（10.3%）	マレーシア（8%）
10	ミャンマー（9.9%）	ブラジル（5%）

（出所）国際協力銀行(2012)より筆者作成。

5. ASEANにおける新しい機会

このように、東アジアの成長において今後注目を集める地域は、中国から次第に ASEAN へと移っていくことであろう。ASEAN の生産拠点の拡大、消費市場の変化の中で生まれる新たなチャンスとしては次の3つがある。

(1) ASEAN 消費市場の拡大によって、サービス業の投資も拡大する。

ASEAN 諸国の所得水準には格差が存在するものの、消費市場の魅力は高まり続けている。このため、台湾にとっては消費財を生産する製造業の輸出機会が増大するのみならず、小売業、コンビニエンスストア、飲食店といったサービス業も ASEAN 市場に対する直接投資の可能性を検討することが必要となっている。マレーシア鴻運集団の丁重誠 CEO は「東南アジアには華人が多いことから、華人が好むものに大きなチャンスが存在する」という。例えば、鼎泰豊はマレーシア、インドネシアといった東南アジア諸国にもチェーン店を設置し、セブン-イレブンはフィリピンでも多数の店舗を展開している(『遠見雑誌』2012)。

日本企業も同じくこのチャンスを捉えようとしている。例えばユニクロは2009年にシンガポール、2010年にマレーシア、2011年にタイ、2012年にフィリピンと ASEAN 地域に店舗を相次いでオープンしている。また、日本の総合スーパーのイオンもタイ、マレーシア、ベトナム、カンボジアでショッピングセンターを開業している。

(2) ASEAN の新たな分業パターンが製造業に新たな投資のチャンスもたらす。

大メコン圏 (Greater Mekong Sub-region。略称 GMS) は中国華南地域、ミャンマー、タイ、ラオス、カンボジア、ベトナムを含み、東南アジアにおける成長の「黄金回廊」と称されるが、このうち最も注目を集めているのはベトナムである。その主な理由としては、ベトナムが中国華南地域と結びついた新たな加工の拠点となる可能性を持っているからである。「広州から部品を輸入し、ハノイで組み立て、広州に戻す」(野村総合研究所、2010)という分業のパターンを考えて、鴻海、統一超商、台湾プラスチック、東元電機、中興紡織など多くの台湾企業がベトナム北部に投資をおこなっている。

(3) 海外生産拠点の拡大、部品調達の変化が、中小企業の海外投資の機会を増やす。

日本貿易振興機構のおこなった日系企業の部品調達における最新の動向に関する報告によると、ASEAN 地域では現在調達に関して3つの動きが生じているという。第1は「コスト削減の要求がますます高まりつつある」ことである。日本の大企業は調達にあたって、低コストかつ短納期のサプライヤーからの調

第2章 東アジア地域の長期的な発展と日台ビジネスアライアンスの機会

達を優先的に考慮することから、非日系企業にもチャンスはある。第2は「現地子会社の調達に関する権限の強化」である。アジア市場の拡大にともない、製品開発およびマーケティングは現地の市場環境や消費者ニーズをより重視したものとなっている。

第3は「リスク分散意識の向上」である。東日本大震災、タイの洪水は企業のリスク分散意識を高めることとなった。また、自動車・オートバイ、電子機器といった産業において、日本の大企業による海外生産拠点の拡大はサプライチェーンの再編をもたらしている。具体例を挙げると、ブリヂストンは2012年に5億7000万米ドル、京セラ、本田技研は2011年にそれぞれ1億8000万ドル、1億2000万ドルを投資している。このような動きは台湾の中小企業にとってチャンスとなる。

第3節 ASEAN 5カ国の立地優位性

ASEANの総人口は2011年には5億3800万人となり、中国、インド、EUに次ぐ世界第4位となった。若年人口、中間層も今後大幅に増加し、豊富な労働力および消費人口が期待できる。また、過去10年間に於いてASEANは、インドに次ぎ外資流入の増加が最も大きい地域である。長期的な経済発展に有利な人口構成、旺盛な国内消費、安定した財政・金融政策はみな外資を引きつける要因である。ASEANでは高い人口ボーナス、6億近い人口を擁する内需市場に加え、周辺地域と積極的にFTAを調印していることから、その将来性は非常に大きいと言える。

以下では国際生産の折衷理論を主な分析スキームとして、ASEAN各国の立地優位性の評価をおこなった。紙幅の関係から、主に検討したのはフィリピン、インドネシア、マレーシア、タイ、ベトナムの5カ国である。

1. 国際生産の折衷理論

国際生産の折衷理論は、英国レディング大学のダニング(John Dunning)が1977年に提唱したものであり、「企業が海外資源や海外市場を利用する形態がなぜ国ごとに異なるのか」を主要な研究とした。この理論は、企業は「所有優位性(Ownership advantages)」、「内部化優位性(Internalization advantages)」、「立地優位性(Location advantages)」を持たなければ有益な海外投資活動を展開することはできないというものである。

(1) 所有優位性

所有優位性とは、企業が海外市場でシェアを高め、利益を獲得することを可能にする優位性を指す。例えば「生産管理技術」、「技術とノウハウ」、「マーケティング」「規模の経済」といった企業が保有する無形の資産である。

(2) 内部化優位性

内部化優位性とは、企業が取引費用を引き下げるため、ある種の機能を企業内に取り込むことによって生じる優位性を指す。例えば現地子会社を設立することは、海外活動を内部化することである。ダニングは、内部化が必要となるのは外部市場の失敗が原因であるとし、さらに市場の失敗を「構造型」と「取引型」の2種類に分類している。「構造型の失敗」とは、投資先と本国間に貿易障壁が存在することで発生する。一方、「取引型の失敗」とは、コミュニケーションや調整のコストが高すぎたり、情報の取得が困難だったりすることによって生じる。

(3) 立地優位性

立地優位性とは、投資先が有する優位性であり、この優位性に対して企業は適応し、それを活用していくしかない。立地優位性には生産する場所に関する条件が含まれ、例えば「豊富な天然資源」、「重要な地理的位置」、および「当該国の政治経済制度、政策や法規といったインフラストラクチャー」などがある。

2. ASEAN 5 カ国の立地優位性の分析

国際生産の折衷理論によると、投資した場所に優位性を発生させる要素には生産へのインプット、物流、製品へのニーズなどがある。以下では、優位性をもたらすこれらの各要素について説明する。

生産へのインプットとしては、投資受入国の資本、労働、原料、中間財など生産要素の取得の簡便性、インフラストラクチャーの供給の水準を考慮する必要がある。資本は、海外直接投資の資金の多くが本国からもたらされるものであるため、投資先がどこであるかによる違いは大きくはない。しかし、外資を引きつけるための優遇措置を実施する必要性や政策の安定性は、国によってまったく異なり、これは投資先の優位性に影響を及ぼす。労働力については、労働人口が十分存在し、所得水準が低い国では、通常、労働コストの水準が低い傾向にあるものの、労働コストの水準を比較するだけでは不十分であり、労働者の生産性や質も考慮する必要がある。

原料や中間財については、投資先において調達できればコストの削減が可

能となる。とりわけクラスターにおいては、その可能性が期待できる。技術水準や生産規模といった要因によって投資先において原料や中間財を調達できなければ、輸入に頼るしかなくなることから、関税や貿易障壁が重要な影響を及ぼす。最後に、インフラストラクチャーの面では、電力や水などのエネルギーや工業団地に関するサービスが重要となる。

物流の面では、ソフト・ハード面から各国の評価が可能となる。ハード面では輸送のインフラストラクチャー、ソフト面では税関の効率などが評価の対象に含まれる。製品のニーズについては、優位性のソースは製品の特性によって異なる。消費財であれば重要となるのは国内市場の規模であり、他方、資本財や中間財であれば、産業集積の水準を考慮する必要がある。

(1) 生産へのインプット

表5はASEAN5カ国の生産へのインプットに対する評価の結果を示したものである。資本面ではタイが投資への税制優遇、政策の安定性において他の4カ国を上回り、マレーシア、ベトナム、インドネシアがこれに次ぐ。労働力面では、ASEAN諸国はいずれも安価な労働力という優位性を有するものの、労働力の質においては相違がある。マレーシアの労働力の質は他の4カ国を上回り、タイ、ベトナム、インドネシアがこれに次ぐ。3つめの中間財の面ではタイが他の4カ国を上回るが、これは産業集積において優位を持ち、主要な部品の供給拠点となっていることによるものである。これに主要な部品の供給拠点としての優位性を有するインドネシアが次ぎ、マレーシア、ベトナムがこれに続く。インフラ面ではタイが同じく他を上回り、マレーシア、ベトナム、インドネシアがこれに次ぐ。

表5 ASEAN 5カ国の生産へのインプットに対する評価

		タイ	ベトナム	インドネシア	マレーシア	フィリピン
資本	投資への税制優遇	21.3%	7.5%	2.4%	17.6%	n.a
	安定的な外資誘致政策	16.3%	5.0%	4.3%	8.8%	n.a
労働力	安価な労働力	38.3%	58.8%	40.4%	35.3%	n.a
	優秀な人材	20.6%	18.8%	7.2%	29.4%	n.a
中間財	安価な部材・原材料	10.0%	8.1%	5.3%	8.8%	n.a
	組立メーカーへの供給拠点	30.6%	13.1%	27.9%	17.6%	n.a
	産業集積	26.9%	6.3%	8.2%	11.8%	n.a
インフラストラクチャーの整備		24.4%	3.1%	2.9%	20.6%	n.a

(出所)国際協力銀行(2011, 2012)より筆者作成。

(注) タイ、インドネシア、ベトナムは2012年、マレーシアは2011年のデータ。

表中の数値は日本企業が評価する割合。高い割合は優位性が大きいことを示す。

(2) 物流

2012年の港湾のコンテナ取扱量のランキングから、ASEAN 5カ国の物流を評価することが可能である (World Shipping Council ウェブサイト <http://www.worldshipping.org/about-the-industry/global-trade/top-50-world-container-ports>)。シンガポール港、マレーシアのクラン港は世界第2位、第12位、コンテナ取扱量は2011年と比べて5.7%、4.1%の増加だった。マレーシアのもうひとつの主要な港湾であるタンジュン・ペレパス港は第19位、対前年比2.7%増だった。インドネシアのジャカルタ港、タイのレムチャバン港、ベトナムのホーチミン港はそれぞれ第22位、第24位、第26位と、いずれも

30位以内にランクインしている。対前年成長率はそれぞれ8.6%、3.4%、14.4%だった。フィリピンのマニラ港は第38位、対前年比7.1%増だった。

表6はASEAN5カ国の港湾以外の輸送システムのハード面とソフト面の評価を整理したものである。ハード面ではタイ、マレーシアが空港、鉄道、道路、港湾設備いずれの面でも企業から高く評価されている。ソフト面では、5カ国にはいずれも改善の余地がある。したがって、全体としてはタイ、マレーシアがより高い物流の優位性を有するということになる。

表6 ASEAN5カ国の輸送・物流面評価

	インドネシア	マレーシア	フィリピン	タイ	ベトナム
空港	要改善	要改善	要改善	良好	要改善
鉄道	要改善	良好	不十分	良好	要改善
道路	要改善	良好	要改善	良好	要改善
港湾	不十分	良好	要改善	要改善	良好
ソフト面 (税関の効率)	不十分	要改善	不十分	要改善	要改善

(出所) JETRO (2009)より筆者作成。

(3) 製品へのニーズ

製品へのニーズについては、消費財と中間財・資本財の2種類に分けて説明する。

1) 消費財

表7は、*Economist*が2017年のASEAN5カ国の1人あたり所得、1世帯あたりの消費額、人口を予測したものである。インドネシアの1人あたり所得は中程度にとどまるものの、2億6000万人の人口規模を擁することから、ASEAN最大の消費市場となると予測されている。マレーシア、タイの人口規模は5カ国の下位に位置するものの、1人あたり所得はトップであり、消費財に対して大きな需要が生ずると見られている。フィリピン、ベトナムについては、総人口がまもなく1億人を超える見られているものの、1人あたり所得が低く、消費財需要は5カ国の中でも小さい。全体として、今後5年は消費財に対してはインドネシア、マレーシア、タイに大きな需要が存在すると言える。

表7 ASEAN 5カ国の所得, 消費, 人口見通し

2017年予測値 (単位)	インド ネシア	マレー シア	フィリ ピン	タイ	ベトナム
1人あたりのGDP (米ドル)	5,873	15,428	3,612	8,069	2,306
世帯あたりの消費金額 (100万ドル)	822.9	245.9	211.9	287.8	137.3
総人口 (100万人)	260.6	31.3	113.4	71.2	93.0

(出所) *Economist* ウェブサイト(<http://www.eiu.com/>)より筆者作成。

2) 中間財・資本財

資本財と中間財では投資先国の産業集積の水準によって需要の増加が左右される。現地における部品供給の比率が高いほど、既に供給されている部品と相互補完的な関係にある部品メーカーにとって、投資の魅力が強まるからである。また、部品メーカーの集積はより多くの組立メーカーをひきつけ、産業集積の魅力を高めていく効果を有する。表8は各国の既存の産業集積のほかに、各国政府の投資関連機関の資料をまとめ、今後産業集積の形成が予想される産業を加えたものである。

表8 ASEAN 5カ国の産業集積と戦略産業

産業別	インド ネシア	マレー シア	フィリ ピン	タイ	ベトナム
産業集積のある産業，あるいは今後形成が見込まれる産業					
電子部品	◎	◎	◎	◎	◎
石油化学	◎	◎		◎	◎
金属		◎			◎
情報電子機器	◎	◎	◎	◎	◎
光電材料および素子	◎	◎	◎	◎	◎
機械設備	◎	◎		◎	
紡織		◎		◎	◎
各種製造業				◎	◎
輸送機機器および部品	◎	◎	◎	◎	◎
電気機械		◎			
食品	◎	◎	◎	◎	◎
非金属鉱物製品		◎	◎		
製紙・紙製品・印刷				◎	
バイオテクノロジー・製薬・医療 保健		◎		◎	
戦略的産業					
公共建設	◎				
農林水産	◎		◎		
エネルギー（電力，鉱業，石油， 再生可能エネルギー等）	◎		◎	◎	
ビジネス・プロセス・アウトソー シング（BPO）			◎		
文化クリエイティブ				◎	

（出所）国際協力銀行(2009-2013)およびフィリピン投資委員会（BOI），インドネシア投資調整庁（BKPM），マレーシア投資開発庁（MIDA），タイ投資委員会（BOI），ベトナム計画投資省（MPI）の投資環境報告より筆者作成。

(4) ASEAN5カ国の立地優位性の総合評価

表9は上記の3つの側面の分析をまとめたものである。ASEAN5カ国の中ではタイが最も有望な投資先と言える。サービス業，製造業の投資を検討するとき，タイは生産へのインプット，物流，製品へのニーズのいずれの面においても最適な選択である。これに次ぐのが，生産へのインプットでタイに劣るマレーシアであり，さらにインドネシア，ベトナムが続く。インドネシアは

ASEAN 最大の消費市場として、サービス業の投資では最優先の対象となる。ベトナムは ASEAN と中国華南地域の中間に位置し、中国、ASEAN 向け製造業に最も適した生産拠点のひとつとして位置づけられるであろう。フィリピンは、評価は平凡ではあるものの、ビジネス・プロセス・アウトソーシング産業にとっては魅力である。

表9 ASEAN 5カ国の立地優位性の総合評価

	インドネシア	マレーシア	フィリピン	タイ	ベトナム
生産へのインプット		可		最適	
物流		最適		最適 (ASEAN の輸出入セ ンター)	可 (ASEAN と華南の中 間)
製品へのニーズ (消費財)	最適	可		可	
製品へのニーズ (中間財・資本財)	産業集積 戦略産業	産業集積 戦略産業	ビジネス・ プロセス・ アウトソー シング (BPO) 産 業	産業集積 戦略産業	産業集積 戦略産業

(出所) 筆者作成。

第4節 日台ビジネスアライアンスの可能性

本章では Greenaway et al. (1994, 1995) に基づき、産業内貿易の指数と貿易収支を使って二国間貿易の 5 種類のパターンを定義し、台湾の ASEAN 5 カ国における優位性を評価する基礎とする。また、日本の資料も加えて、日台の ASEAN 5 カ国における競合関係に対する試論的な評価をおこなう。産業内貿易の指数によって、次の 4 種類のパターンに区分することが可能である。

(a) 輸出と輸入の単価の比率が 0.8 から 1.25 の範囲にある場合、品質の違いは少ない。この場合の貿易パターンは水平的産業内貿易 (Horizontal Intra-

Industry Trade。以下、HIIT) となっている。すなわち、消費者の同一産業内の多様な製品に対する欲求を満たすため、品質の水準はほぼ同じではあるものの、規格の違いなどタイプの異なる製品の貿易がおこなわれている。

(b) 輸出と輸入の単価の比率が 1.25 を超える、または 0.8 を下回る場合、品質格差が大きく、貿易のパターンは垂直的産業内貿易 (Vertical Intra-Industry Trade。以下、VIIT) となっている。同一産業内の製品を輸出入しているものの、製品間の品質の差は大きい。VIIT はさらに、以下のように「低品質の VIIT」「高品質の VIIT」に区分される。

(c) 単価の比率が 0.8 を下回る場合、低品質の VIIT (Low quality VIIT。以下、LVIIT) となる。すなわち、ローエンドの製品を輸出し、ハイエンドの製品を輸入している。

(d) 単価の比率が 1.25 を上回る場合、高品質の VIIT (High quality VIIT。以下、HVIIT) となる。すなわち、ハイエンドの製品を輸出し、ローエンドの製品を輸入している。

さらに、台湾企業の優位性を具体的に定義するため、各産業ごとの貿易収支を使って、二国間貿易のパターンを次の 5 種類に定義する。

- ①HVIIT かつ貿易黒字の場合、品質において優位。
- ②LVIIT かつ貿易黒字の場合、コストにおいて優位。
- ③LVIIT かつ貿易赤字の場合、品質において劣位。
- ④HVIIT かつ貿易赤字の場合、コストにおいて劣位。
- ⑤HIIT の場合、品質は同水準。

1. 日台の貿易における競合

図 5 は台湾の対 ASEAN 5 カ国の貿易のパターンの分布を、2008~2012 年における両者の間の貿易において 5% を超えた産業を中心にまとめたものである。台湾はインドネシアを除くタイ、マレーシア、フィリピン、ベトナムにおいて、何らかの優位性を持つ産業を持っている。台湾がタイにおいて優位性を持つ産業は石油化学、電子部品、機械設備、情報・電子機器である。マレーシアにおいて優位性を持つ産業は電子部品、金属である。フィリピンにおいて優位性を持つ産業は電子部品である。ベトナムにおいて優位性を持つ産業は石油化学、金属、紡織である。

図5 ASEAN 5カ国における台湾の貿易パターン

	インドネシア	タイ	マレーシア	フィリピン	ベトナム
石油化学	+	□	+		*
電子部品		*	□	□	
金属			*		*
第1次産業	×				
紡織					□
食品		+			
その他工業製品					×
機械設備		*			
情報・電子機器		□			

(出所) 台湾貿易統計磁気テープデータより筆者作成。

(注) *は品質において優位, □はコストにおいて優位, +は品質において劣位, ○はコストにおいて劣位, ×は品質が同等を示す。

図6は日本の対ASEAN 5カ国の貿易パターンの分布を、2008～2012年における両者の間の貿易において5%を超えた産業を中心にまとめたものである。日本はフィリピンとベトナムを除くインドネシア、タイ、マレーシアにおいて何らかの優位性を持つ産業を持っている。日本がインドネシアにおいて優位性を持つ産業は輸送機器および部品である。タイにおいて優位性を持つ産業は輸送機器および部品、機械設備である。マレーシアにおいて優位性を持つ産業は輸送機器および部品、光電材料および素子、機械設備である。

図6 ASEAN 5カ国における日本の貿易パターン

	インドネシア	タイ	マレーシア	フィリピン	ベトナム
石油化学	○	×	+		×
食品	+	+		+	+
輸送機器および部品	□	□	□	+	
情報・電子機器		○	+	○	
光電材料および素子			□	○	
電子部品			○	+	
その他工業製品					+
機械設備		*	*		
第1次産業	+				
紡織					+

(出所) 日本貿易統計磁気テープデータより筆者作成。

(注) 符号の意味は図5と同じ。

また、以下ではASEAN向けの輸出品目から、日台企業のASEAN 5カ国における競合関係を分析する。

まず日本、台湾のASEAN向けの輸出品目を比較し、ASEAN市場における競合の程度を分析する。表10は日本、台湾系企業の中国向け輸出品目上位10位をまとめたものであるが、日台企業の輸出品目は実際には重複していないこ

第2章 東アジア地域の長期的な発展と日台ビジネスアライアンスの機会

とがわかる。台湾の輸出品目は多くが電機電子製品であるのに比べて、日本の輸出品目は分散し、化石燃料、電機電子製品、車両用部品が中心である。したがって、日台企業の ASEAN 向けの輸出製品は、概ね非競争関係の構造にあると言える。

表 10 日本、台湾のASEAN 向け輸出主要品目 (2008～2012年)

順位	日本				台湾			
	HSコード (6桁)	品目	金額	比率	HSコード (8桁)	品目	金額	比率
1	271111	天然ガス	217,022	5.45	854239	その他	27,348	21.56
2	870323	シリンダー容積が1,500立方センチメートルを超える3,000立方センチメートル以下のもの	212,585	5.34	271019	石油及び歴青油	15,848	12.50
3	870324	シリンダー容積が3,000立方センチメートルを超えるもの	126,654	3.18	271011	石油及び歴青油	7,027	5.54
4	854239	その他	86,536	2.17	853400	印刷回路	2,112	1.66
5	271019	石油及び歴青油	83,438	2.10	854221	モノリシック集積回路	1,790	1.41
6	890190	その他の貨物船及び貨客船	69,351	1.74	854229	モノリシック集積回路	1,704	1.34
7	870840	ギアボックス	65,500	1.65	854260	ハイブリッド集積回路	1,434	1.13
8	854232	記憶素子	64,522	1.62	720839	厚さが3ミリメートル未満のもの	1,426	1.12
9	844399	その他	63,031	1.58	854232	記憶素子	1,340	1.06
10	271011	石油及び歴青油	57,017	1.43	600632	合成繊維の織物	1,009	0.80
11	854231	プロセッサ及びマイクロプレー	51,074	1.28	851712	携帯回線網用, その他の無線回線網用の電話	883	0.70
12	870322	シリンダー容積が1,000立方センチメートルを超える	49,963	1.26	853120	液晶ディスプレイ又は発光ダイオードを自蔵する表示盤	774	0.61

単位：億円，億元，%

13	300490	1,500 立方センチメートル以下のもの	47,872	1.20	720918	厚さが 0.5 ミリメートル未満のもの	691	0.54
14	852990	その他	45,636	1.15	870899	その他	647	0.51
15	854140	光電性半導体デバイス及び発光ダイオード	35,113	0.88	854140	光電性半導体デバイス及び発光ダイオード	597	0.47
16	848620	半導体デバイス又は集積回路製造用の機器	33,463	0.84	721049	その他	579	0.46
17	842952	上部構造が 360 度回転する機械	32,627	0.82	540752	浸染したもの	553	0.44
18	271112	プロパン	32,514	0.82	030343	かつお, すま	544	0.43
19	890120	タンカー	30,827	0.77	390210	ポリプロピレン	489	0.39
20	847330	第 8471 項の機械の部分品及び附属品	25,911	0.65	392690	その他	460	0.36

(出所) ASEAN 貿易統計磁気テープデータより筆者作成。

第2章 東アジア地域の長期的な発展と日台ビジネスアライアンスの機会

次に、日台企業の ASEAN 5 カ国向けの輸出製品について、用途の特性から競合の程度を分析する。ここでは OECD の用途による製品の特性の分類に基づいて、2000～2003 年と 2008～2012 年の各カテゴリーの輸出比率を算出し、日台企業の競争力変化を明らかにする。表 11 からは、日本企業の ASEAN における優位性が主として中間財、資本財にあり、パソコン、日用品、医薬品の比率が非常に低いことがわかる。また、中間財の輸出比率は低下しているのに対し、資本財の輸出比率は上昇している。

台湾の ASEAN 向けの輸出構造も、日本と同じく中間財、資本財が中心である。中間財の比率は過去 10 年の間に 80% 近くまで上昇している。一方、資本財の比率は 7.7% に低下している。輸出品目とその特性を総合的に観察すると、日台企業は ASEAN において相互補完関係にあり、アライアンスをサポートする政策手段を活用しながら、ウインウインの関係を深めていくことが可能である。

表 11 日台企業の ASEAN 市場向けの輸出構造の変化（製品特性別）

製品の特性	日本		台湾	
	2008～2012	2000～2003	2008～2012	2000～2003
中間財	71.82%	79.95%	79.85%	59.91%
自家用自動車	0.00%	0.00%	0.17%	0.08%
パソコン	0.22%	0.25%	0.22%	1.57%
日用品	2.09%	0.91%	4.35%	5.31%
貴重品	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
資本財	25.61%	18.67%	7.79%	10.30%
電話（固定・無線）	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
医薬品	0.26%	0.22%	0.13%	0.06%

（出所）日本・台湾貿易統計磁気テープデータより筆者作成。製品特性は OECD の分類による。

2. アジア新興国における日本企業の最適のパートナーとしての台湾企業

上述のように、貿易統計を使って日台企業の競合関係を分析し、両者の ASEAN における相互補完の可能性の評価を試みた。本章では、日本企業の視点から、アジア新興国市場への進出にあたって、台湾、韓国、中国、欧米の企業のいずれが最も適切なパートナーであるかについて分析をおこなう。表 12 は日本企業を基準として、台湾、韓国、中国、欧米の企業の能力の相違を示し

第2章 東アジア地域の長期的な発展と日台ビジネスアライアンスの機会

たものである。結果を見ると、中国、韓国、台湾の企業は製品開発力、製造技術は日本企業に基本的に劣るものの、経営のスピード、ASEAN市場、中国市場における販売力は日系企業より優れている。欧米企業はあらゆる面で日本企業を上回っている。

表12 台湾、韓国、中国、欧米の企業の能力の比較

	製品開発力	製造技術	経営のスピード	ASEAN市場における販売力	中国市場における販売力
中国企業	-	-	+	+	+
韓国企業	-	-	+	+	+
台湾企業	-	-	+	+	+
欧米企業	+	+	+	+	+

(出所) 国際協力銀行(2012)より筆者作成。

(注) +は日本企業より優れていること、-は劣っていることを表す。

アライアンスにおける長短については表13と表14に示した。台湾企業の強みはちょうど日本企業の弱みにあたり、台湾系業の弱みはちょうど日本企業の強みにあたる。例えば、台湾企業の製品開発力における強みのひとつは開発のリードタイムであり、日本企業のこの能力の不足を補うことができる。また、台湾、韓国、中国の企業の実績における強みは価格競争力であるが、日本および欧米企業はブランド力、アフターサービスが主たる強みであり、発展途上国と先進国の経営形態の相違を示している。

第2章 東アジア地域の長期的な発展と日台ビジネスアライアンスの機会

表13 台湾、韓国、中国、日本、欧米の企業の強み

	中国企業	韓国企業	台湾企業	日本企業	欧米企業
力 製品開発	資源の投入 (人数) 開発のリードタイム	開発のリードタイム 資源の投入 (開発費)	開発のリードタイム カスタマイズ能力	商品企画力 カスタマイズ能力	商品企画力
生産技術	コスト競争力	コスト競争力 新製品の立ち上げスピード	コスト競争力	高機能製品の製造ノウハウ	高機能製品の製造ノウハウ
スピード 経営の	権限の本国への集中	権限の本国への集中 明確な戦略	権限の本国への集中	組織文化 人材の質	経営の現地化 明確な戦略
販売力 ASEAN 市場における	価格競争力	価格競争力	価格競争力	ブランド力 アフターサービス	ブランド力
力 中国市場における販売に	価格競争力 販売チャネル	価格競争力	価格競争力 販売チャネル	ブランド力 アフターサービス	ブランド力

(出所) 国際協力銀行(2012)より筆者作成。

第2章 東アジア地域の長期的な発展と日台ビジネスアライアンスの機会

表14 台湾、韓国、中国、日本、欧米の企業の弱み

	中国企業	韓国企業	台湾企業	日本企業	欧米企業
製品開発力	商品企画力	商品企画力	商品企画力	開発のリードタイム	なし
生産技術	高機能製品の製造ノウハウ	高機能製品の製造ノウハウ	高機能製品の製造ノウハウ	コスト競争力	コスト競争力
経営のスピード	一般従業員の質	一般従業員の質	一般従業員の質	経営の現地化	なし
ASEAN市場における販売力	ブランド力 アフターサービス	ブランド力 アフターサービス	ブランド力 アフターサービス	価格競争力	価格競争力 アフターサービス
中国市場における販売力	ブランド力 アフターサービス	ブランド力 アフターサービス	ブランド力 アフターサービス	価格競争力	価格競争力 アフターサービス

(出所) 国際協力銀行(2012)より筆者作成。

以上を総合すると、日本企業と台湾企業の間には生産面、販売面において相互補完性が存在することが確認できる。同時に、台湾企業は日本企業のASEAN、中国市場におけるアライアンスの優先的な対象でもある(表15)。

表 15 日本企業の考えるアライアンスのパートナー

順位	ASEAN 市場	中国市場
1	その他	中国企業
2	欧米企業	台湾企業
3	台湾企業	欧米企業

(出所) 国際協力銀行(2012)より筆者作成。

3. 日台ビジネスアライアンスの可能性

以下では、国際生産の折衷理論を主な分析の枠組みとして、ASEAN 5 カ国の立地優位性と、日本企業と台湾企業の現段階における所有優位性を総合して、日台の製造業にとってタイとベトナムがアライアンスを展開する場として適していることを提案する。さらに、タイとベトナムについて、どのようなアライアンスの機会があるかについても述べる。

(1) タイ

タイは、ASEAN における生産の拡大に際し、ASEAN への進出の拠点として、日台ビジネスアライアンスに最も適した場所のひとつである。また、タイは早くから日本企業の ASEAN 進出の一大拠点であった。日本と台湾の製造業のタイへの直接投資の推移を、それぞれ図 7 と図 8 に示した。日本企業によるタイへの直接投資は一段と増加している。一方、台湾企業の直接投資も加速している。

ビジネスアライアンスのチャンスは日台企業が優位性を持つ産業に存在する。図 9 に示すように、電子部品、石油化学、輸送機器および部品、機械設備、情報・電子機器などは、日本企業と台湾企業の両方ないしどちらかが顕著な優位性を持ち、かつタイとの貿易において比重の大きい産業である。

アライアンスのインセンティブは日本企業と台湾企業では異なる。台湾企業にとっては、日本企業のタイにおける生産および販売のネットワークの優位性を活用して ASEAN 市場を開拓することが可能となる。日本企業にとっては、台湾企業のタイにおけるサプライチェーンが持つコスト競争力という優位性を活用し、ASEAN 市場をさらに開拓することが可能となる。

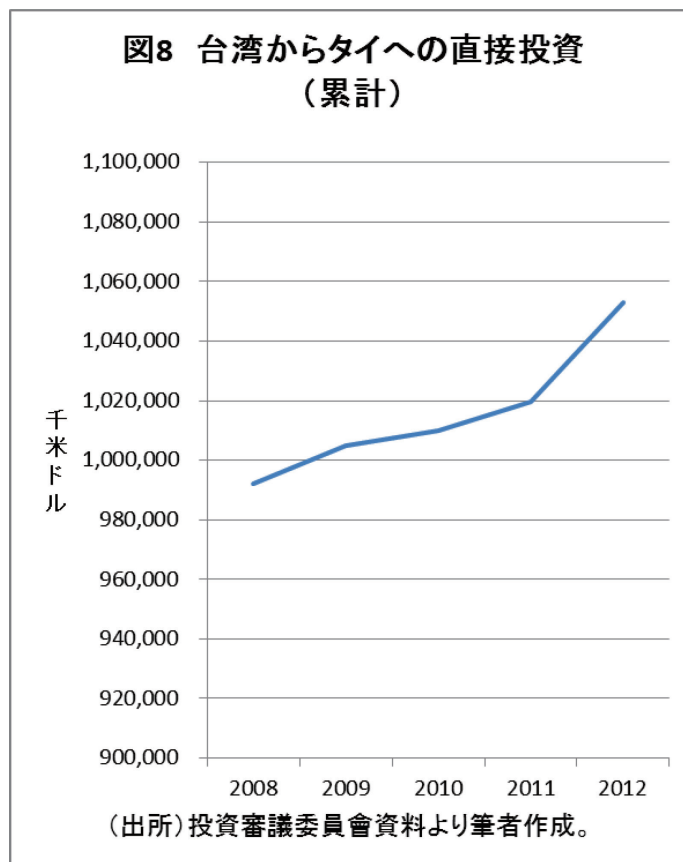
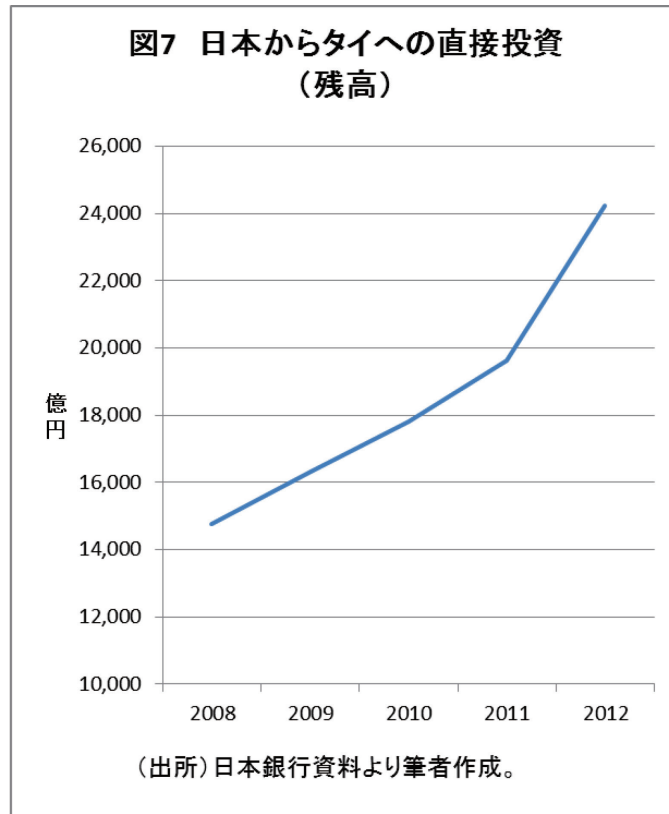


図9 日本と台湾がタイにおいて競争力を持つ産業

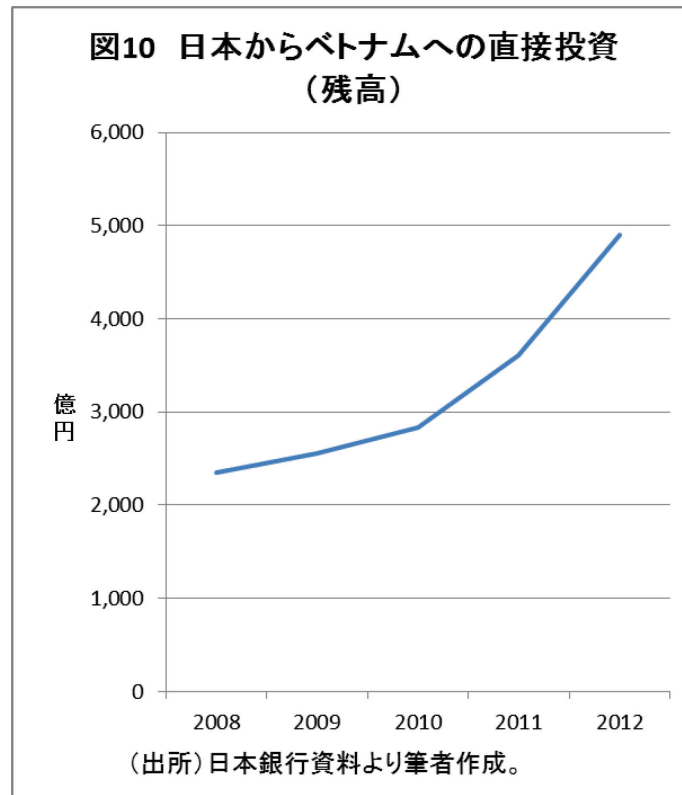
	日本	台湾
電子部品		* 20.30%
石油化学		□ 17.56%
輸送機器および部品	□ 15.65%	
機械設備	* 8.02%	* 6.72%
情報・電子機器		□ 5.93%

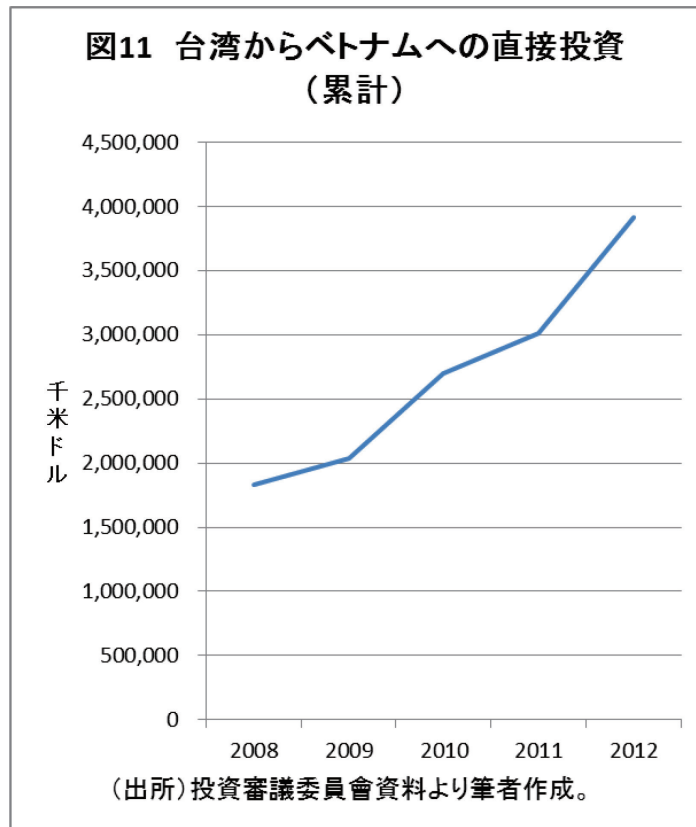
(出所) 図5, 図6をもとに筆者作成。

(注) * は品質において優位, □はコストにおいて優位を示す。数値は貿易に占める割合を示す。

(2) ベトナム

ベトナムは ASEAN における生産の拡大, 中国の労働コストの優位性の消失に際し, 中国と ASEAN の中間に位置し, 日本企業と台湾企業がアライアンスを展開するのに最も適した場所のひとつである。特に台湾企業はいち早くベトナムに拠点を設けてきた。図 10, 11 に示すように, 日本企業と台湾企業のベトナムへの直接投資はいずれも爆発的な伸びを示している。ともに 2008 年から 2012 年までの投資額は, 2007 年以前までの投資額を上回っている。





ビジネスアライアンスのチャンスは、日本企業と台湾企業が優位性を持つ産業に存在する。図12に示すように、石油化学、紡織、金属などは、台湾とベトナムの貿易において大きな比重を持つとともに、台湾企業の優位性が顕著となっている。

図12 台湾がベトナムにおいて競争力を持つ産業

石油化学	* 35.09%
紡織	□ 18.05%
金属	* 15.41%

(出所) 図5、図6をもとに筆者作成。
(注) *は品質において優位、□はコストにおいて優位を示す。数値は貿易に占める割合を示す。

アライアンスのインセンティブは日本企業と台湾企業では異なる。台湾企業にとっては、日本企業の高付加価値製品における優位性を活用して ASEAN

第2章 東アジア地域の長期的な発展と日台ビジネスアライアンスの機会

や中国の市場を開拓することが可能である。日本企業にとっては、台湾企業のベトナム、中国における生産および販売のネットワークの優位性を活用し、ASEAN、中国の市場を開拓することが可能となる。

【参考文献】

(日本語)

国際協力銀行(各年版)「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告」。

日本貿易振興機構(2013)「中小部品サプライヤーのアジア展開」。

(中国語)

木村福成・丸屋豊二郎・石川幸一編(2004)『経略中国，布局大亞洲』経済新潮社（原著は『東アジア国際分業と中国』日本貿易振興機構 2003年）。

野村総合研究所(2010)『金磚再現，亞洲大錢潮』日月文化（原著は『2010年のアジア—一次世代の成長シナリオ—』東洋経済新報社 2010年）。

遠見雑誌(2012)『2012 ASEAN 投資専刊』。

(英語)

ABRAAJ group (2012) *ASEAN: Geographic Focus and Sector Opportunities*.

Greenaway, D., R. C. Hine and C. Milner (1994) "Country-Specific Factors and the Pattern of Horizontal and Vertical Intra-Industry Trade in the UK," *Weltwirtschaftliches Archiv*, 130, pp. 77–100.

—— (1995) "Vertical and Horizontal Intra-Industry Trade: A Cross-Country Analysis for the United Kingdom," *Economic Journal*, 105, pp. 1505–1518.

Grubel, Herbert G. and Peter J. Lloyd (1975) *Intra-industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*, New York: Wiley.

JETRO (2009) *ASEAN Logistics Network Map*.

Krugman, P. R. (1979) "Increasing Returns, Monopolistic Competition and International Trade," *Journal of International Economics*, 9 (4), pp. 469–479.

Lancaster, K. (1980) "Intra-Industry Trade under Perfect Monopolistic Competition," *Journal of International Economics*, 10, pp. 151–175.

Verdoorn, P.J. (1960) "The Intra-block Trade of Benelux," in Edward Robinson ed., *Economic Consequence of the Size of Nations*, London: Macmillan, pp. 291–321.