

## 第2節

# 進展するグローバル化と高い潜在力を持つ我が国製造業の事業環境

### 1 進展する製造業のグローバル化

#### (1) 激化する国際競争

国際的な貿易や投資が活発化し、世界経済が一体化する中で、製造業におけるグローバルな競争が激化している。製造業企業は、このような厳しい競争に対応し、世界規模で生産・販売の最適立地を進めたり、事業展開の選択と集中などの事業・企業再編を進めたりすることにより、一層の経営効率の向上を図り、競争力の維持強化に努力している。

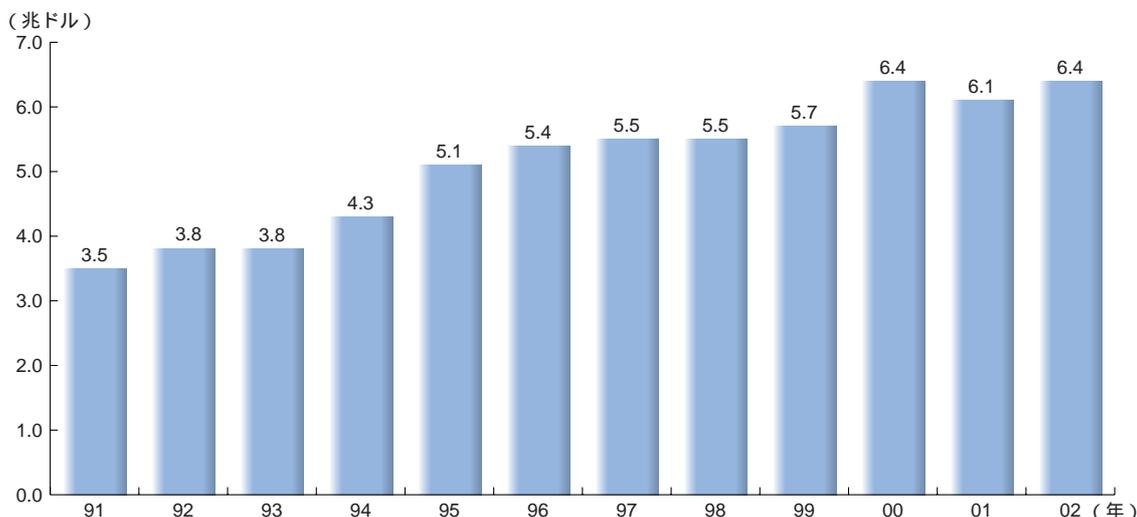
#### 拡大の続く世界貿易と直接投資

世界貿易は、1990年代を通じて、増加傾向で推移している。世界の輸出金額は、2001年に情報通信産業の失速や同時多発テロなどによる米国経済・景気の鈍化などによって一時的に減少したものの、1991年から2002年までの間に3.5兆ドルから6.4兆ドルになり、1.8倍の規模に達した（図121-1）。また、1995年以降の世界貿易の成長率を見ると、2001年を除き、世界の国内総生産の実質成長率を上回る水準で推移しており、2003年に4.7%、2004年に7.5%の成長と順調な拡大が継続する見通しである（図121-2、表121-3）。

世界貿易を品目別に見ると、一般機械、電気、輸送、精密機器、化学といった製品の関連分野が中心であり、このような業種の活発な国際事業活動がうかがえる。例えば、輸出金額の上位品目は、一般機械等（「原子炉、ボイラー及び機械類並びにこれらの部品」）が最も多く、次いで「電気機器及びその部分品等」、自動車等（「鉄道用及び軌道用以外の車両並びにその部分品及び付属品」）、鉱物性燃料及び鉱物油等、精密機械等（「光学機器、写真用機器、精密機器及び医療用機器並びにこれらの部分品及び付属品」）、「プラスチック及びその製品」の順になっている（表121-4）。これらの品目構成及び順位は、1991年から2001年の間に大きな変化は見られず、上位品目の輸出金額は、世界貿易の成長率の伸びを上回って増加しており、10年間で約3～4倍の規模に達している。

また、世界の直接投資総額は、世界貿易と同様に、1990年代以降、増加傾向で推移しており、国境を越えた直接投資を伴う国際的な事業展開が活発化している。世界の海外直接投資は、2001年には情報通信関連産業の減速や世界的な株価の下落、これに伴う国際的な合併・買収の停滞などから減少しているものの、1991年から2002年までの間で見ると、1,588億

図121-1 世界の輸出金額の推移



資料：IMF「International Financial Statistics」

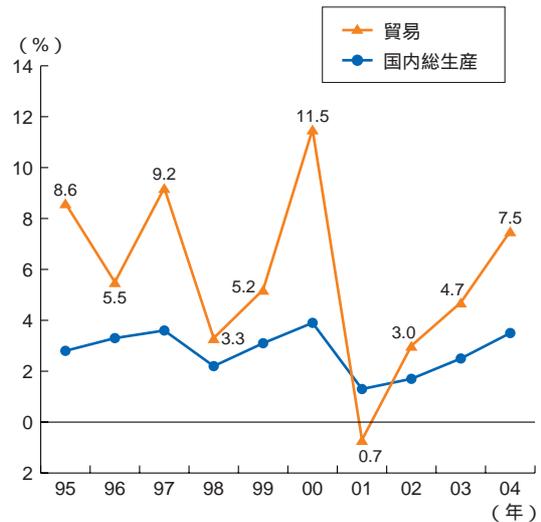
ドルから6,512億ドルになり、約4倍の規模に達した。国・地域別には、1990年代を通じて、米国、英国、ドイツなど欧米各国への直接投資が増加を続け、世界の直接投資を引きつけている。同時に、中国への直接投資が91年以降、大きく増加しており、欧米に並ぶ水準となっている。

なお、2003年の世界の直接投資額は、米国への直接投資の大幅な回復や経済改革とIT化を大胆に進めたアイルランドへの直接投資の大幅な増加に加え、中国への直接投資が着実に増加し、前年比0.3%増の6,531億ドルと3年ぶりに増加に転じる見通しである（図121-5、図121-6）<sup>注1</sup>。

### 先進的な取組が見られるグローバル・オペレーション

このような世界市場における激しい競争に対応し、自らの競争力を強化するため、世界の有力な製造業企業の多くは、情報技術（IT）の活用、効率的な物流網の整備などにより、国際的に立地する開発・生産・販売・調達・物流などを有機的につなげて業務の最適化を進め、需要に対してより迅速に対応する国際的な供給体制を始めとするグローバル・オペレーションを展開し、事業規模の拡大と収益力の向上を図っている。そのうち、自動車、エレクトロニクス分野の製造業企業は、早くからこのような世界レベルでの競争が激化したこともあり、積極的にグローバル事業展開を進めている（表121-7）。企業の海外展開などの進展度を示すトランスナショナルティ指数（TNI）の推移を見ると、1993年から2001年の間にTNIが増加している製造業企業が多く、これらの企業が属する業種を中心にグローバル・オペレーションが着実に展開されてきていることが分かる（図121-8）。

図121-2 世界の貿易と国内総生産の成長率



備考：2003年データは一部推計、2004年データは予測。  
出所：国際連合（UN）「World Economic Situation and Prospect」  
原出所：United Nations and IMF「International Financial Statistics」

注1 2002年の対内直接投資額のトップは、ルクセンブルクが世界一であるが、同国の持ち株会社の優遇措置により国際資本移動が大きくなっていることが要因。

表121-3 世界貿易の成長率の予測（地域、輸出入数量・金額別）

（年、％）

	輸出金額			輸入金額		
	02	03	04	02	03	04
世界	5.0	13.4	9.3	3.3	12.4	9.3
先進経済	2.8	12.4	8.5	2.4	12.2	8.5
うち						
北米	3.0	5.0	7.0	2.1	7.2	7.8
西欧	4.8	16.3	9.8	3.3	15.9	9.5
日本	3.9	4.1	3.3	5.7	2.5	1.3
移行経済	11.5	19.6	9.8	10.2	19.3	11.3
中・東欧等	12.8	22.4	12.5	9.2	21.9	12.0
CIS	9.3	14.9	5.3	12.8	13.3	9.5
発展途上経済	9.2	14.6	10.8	4.2	11.6	11.0
東南アジア（中国を除く）	12.2	18.2	12.5	7.9	15.5	12.5
中国	22.3	28.0	15.0	21.2	35.0	15.0
ラテンアメリカ・カリブ諸国	1.6	4.0	5.8	6.3	2.4	7.5
アフリカ	2.9	6.4	6.0	4.9	4.6	6.0
西アジア	6.8	11.7	7.5	6.1	12.5	10.5
	輸出数量			輸入数量		
	02	03	04	02	03	04
世界	3.8	5.1	7.3	2.3	4.2	7.8
先進経済	0.8	1.7	6.0	1.4	2.8	6.5
うち						
北米	1.2	0.6	7.0	2.9	4.3	7.0
西欧	0.4	1.4	5.8	0.4	1.9	6.3
日本	8.0	6.0	5.0	1.9	5.0	5.3
移行経済	6.9	7.2	6.3	8.2	9.1	9.8
中・東欧等	5.7	6.9	7.0	5.9	6.7	7.3
CIS	9.9	8.2	6.0	17.4	19.8	18.5
発展途上経済	9.7	11.6	9.8	3.7	6.6	11.0
東南アジア（中国を除く）	13.6	15.7	12.5	8.1	10.5	12.8
中国	23.6	25.0	16.5	25.0	30.1	14.8
ラテンアメリカ・カリブ諸国	1.7	1.4	7.5	8.2	1.2	9.8
アフリカ	4.1	2.0	4.5	2.5	3.0	5.0
西アジア	2.5	5.8	7.0	6.9	3.5	7.0

備考：2003年データは一部推計、2004年データは予測。地域グループの成長率は加重平均（1995年価格、米ドル為替レート換算）。

出所：国際連合（UN）「World Economic Situation and Prospect 2004」

原出所：United Nations and IMF「International Financial Statistics」

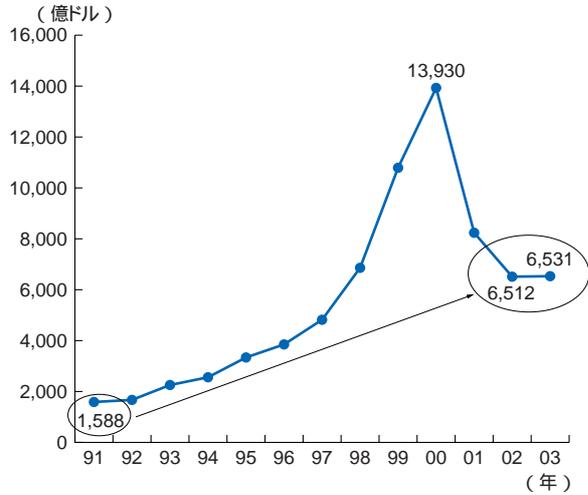
表121-4 世界の輸出額上位品目

2001年			1991年		
コード	商品名	輸出金額	コード	商品名	輸出金額
84	原子炉、ボイラー及び機械類並びにこれらの部品	8,905	84	原子炉、ボイラー及び機械類並びにこれらの部品	3,033
85	電気機器及びその部分品等	8,683	85	電気機器及びその部分品等	2,297
87	鉄道用及び軌道用以外の車両並びにその部分品及び付属品	5,535	87	鉄道用及び軌道用以外の車両並びにその部分品及び付属品	2,162
27	鉱物性燃料及び鉱物油等	4,637	27	鉱物性燃料及び鉱物油等	1,376
90	光学機器、写真用機器、精密機器及び医療用機器並びにこれらの部分品及び付属品	1,931	90	光学機器、写真用機器、精密機器及び医療用機器並びにこれらの部分品及び付属品	627
39	プラスチック及びその製品	1,878	88	航空機及び宇宙飛行体並びにこれらの部品	531

備考：コードは、HSコード。2001年はHS1996、1991年コードはHS1992。

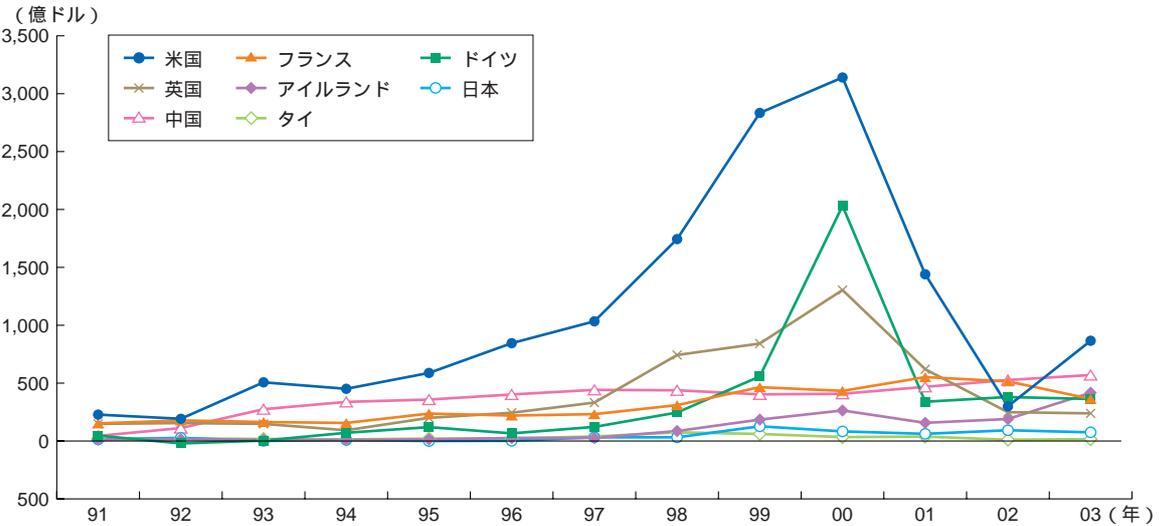
資料：国際連合（UN）

図121-5 世界の直接投資額



備考：2003年データはUNCTADの推計。  
資料：国連貿易開発会議（UNCTAD）“FDI Database” “World Investment Report” 及びプレスリリースより作成。

図121-6 世界の直接投資額（受入国・地域別）



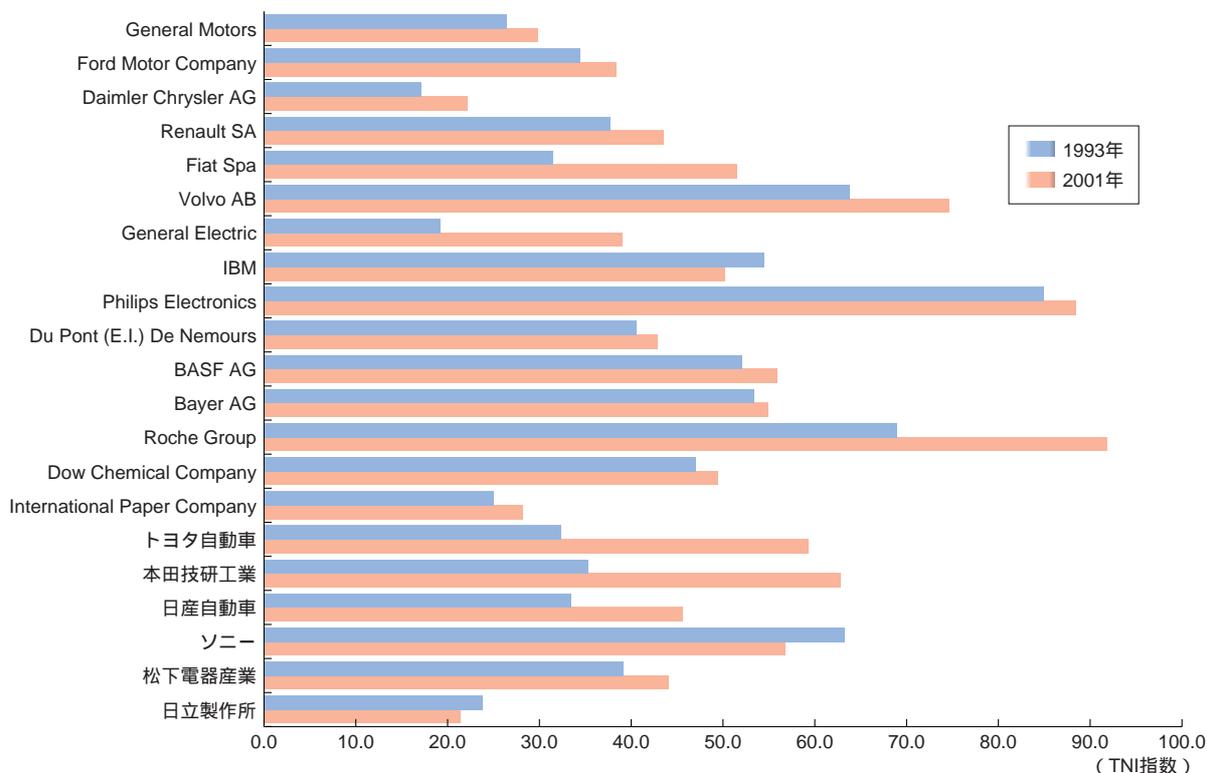
備考：2003年データはUNCTADの推計。  
資料：国連貿易開発会議（UNCTAD）“FDI Database” “World Investment Report” 及びプレスリリースより作成。

表121-7 非金融分野のグローバル企業の状況（海外資産額順）

海外資産 順位	企業名	国籍	業種	海外資産額 (100万ドル)
1	Vodafone	英国	通信	187,792
2	General Electric	米国	エレクトロニクス	180,031
3	BP	英国	石油	111,207
4	Vivendi Universal	フランス	その他	91,120
5	Deutsche Telekom AG	ドイツ	通信	90,657
6	Exxonmobil Corporation	米国	石油	89,426
7	Ford Motor Company	米国	自動車	81,169
8	General Motors	米国	自動車	75,379
9	Royal Dutch/Shell Group	英国 / オランダ	石油	73,492
10	Total Fina Elf	フランス	石油	70,030
11	Suez	フランス	電力・ガス・水道	69,345
12	トヨタ自動車	日本	自動車	68,400
13	Fiat Spa	イタリア	自動車	48,749
14	Telefonica SA	スペイン	通信	48,122
15	Volkswagen Group	ドイツ	自動車	47,480
16	Chevron Texaco Corp.	米国	石油	44,943
17	Hutchison Whampoa Limited	中国（香港）	その他	40,989
18	News Corporation	オーストラリア	メディア	35,650
19	本田技研工業	日本	自動車	35,257
20	E..On	ドイツ	電力・ガス・水道	33,990
21	Nestle SA	スイス	食品	33,065
22	RWE Group	ドイツ	電力・ガス・水道	32,809
23	IBM	米国	エレクトロニクス	32,800
24	ABB	スイス	機械	30,586
25	Unilever	英国 / オランダ	その他	30,529
26	ENI Group	イタリア	石油	29,935
27	BMW AG	ドイツ	自動車	29,901
28	Philips Electronics	オランダ	エレクトロニクス	29,416
29	Carrefour SA	フランス	小売	29,342
30	Electricite De France	フランス	電力・ガス・水道	28,141
31	Repsol YPF SA	スペイン	石油	27,028
32	ソニー	日本	エレクトロニクス	26,930
33	Aventis SA	フランス	医薬品	26,368
34	Wal-Mart Stores	米国	小売	26,324
35	Daimler Chrysler AG	ドイツ / 米国	自動車	25,795
36	Lafarge SA	フランス	建設材料	24,906
37	日産自動車	日本	自動車	24,382
38	AES Corporation	米国	電力・ガス・水道	23,902
39	Roche Group	スイス	医薬品	22,794
40	BASF AG	ドイツ	化学	20,872
参考：41位以下の日本製造業				
64	三菱自動車	日本	自動車	16,556
67	松下電器産業	日本	エレクトロニクス	15,712
77	日立製作所	日本	エレクトロニクス	12,769

備考：データは2001年。網掛けは製造業企業。  
 資料：国連貿易開発会議（UNCTAD）「World Investment Report」  
 原出所：UNCTAD/Erasmus University database.

図121-8 グローバル製造業企業のTNI



備考：トランスナショナルリテティ指数（Transnationality Index：TNI）とは、全資産に占める海外資産割合、全売上高に占める海外売上割合、全従業員に占める海外従業員数の割合の平均。Daimler Chrysler AGの1993年の値は、Chrysler社のデータ。  
 資料：国連貿易開発会議（UNCTAD）「World Investment Report」  
 原出所：UNCTAD/Erasmus University database.

コラム 先進企業の取組

事例1 デルのグローバル・サプライ・チェーン

近年、パソコンの世界出荷台数の上位に位置付けられる米国のデル（Dell Inc.）は、1984年の設立以来、生産・販売の効率性を徹底的に追求するとの観点から、米国のみならず、欧州・アジア地域などへの海外事業展開を進め、国境を越えて生産・販売拠点を開設・強化し、インターネットを活用した直販による高効率経営を行っている。現在、世界市場を北南米地域、欧州・中東・アフリカ地域、日本・アジア太平洋地域に分け、170か国以上で販売活動を展開しており、パソコン生産については、米国内の2拠点に加え、アイルランド、マレーシア、中国、ブラジルの計6つの生産拠点による最適供給体制を整えている。

デルは、情報通信技術（IT）を高度に活用した注文生産・直販方式によって、幅広い顧客層のニーズへの細やかな対応や需要変動への柔軟な対応を図り、生産・物流拠点間の情報をスピーディに切れ目なく活用することで、在庫を大幅に縮減するなどグローバル・サプライ・チェーンの大幅な効率化に成功し、2003年は売上高4.6兆円、売上高営業利益率8.6%に達している。また、今後も同様のモデルを液晶テレビ、携帯型音楽プレイヤーなどの家電分野にも適用し、事業拡大を図ろうとしている。

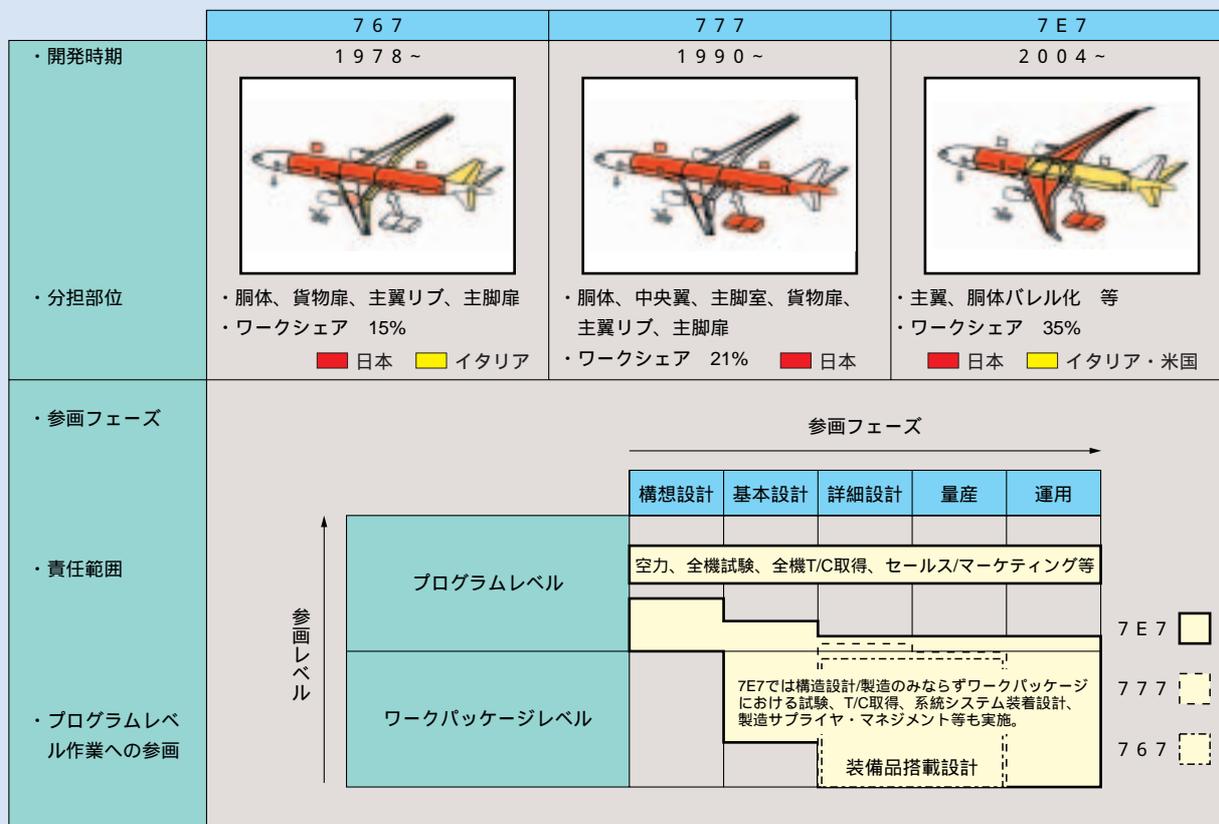
## 事例2 エアバス・ボーイングのグローバル共同開発

航空機開発には、大きな技術・資金的リスクを伴うことから、そのリスクを軽減するために国際的な企業の連携によって開発を行う事例が多く見られる。

例えば、欧州の大手民間航空機メーカーのエアバス社が開発するA380開発プロジェクトにはEU各国の企業が参加しているほか、我が国企業も18社参画している。

また、米国の大手航空機メーカーのボーイング社は、米国企業のみならず、日本・欧州企業とのグローバルな航空機の共同開発を進めている。例えば、次世代旅客機「7E7」の開発には、日本、イタリアから共同参画をしている。特に同社は、これまでの実績や材料・構造技術などの高度技術を有することから日本企業を評価しており、日本企業の開発分担率も、1978年に開発が開始された旅客機「767」では15%であったが、1990年に開発が開始された旅客機「777」では21%、2004年より開発開始予定の次世代旅客機「7E7」では35%まで高まり、分担内容もこれまでボーイング社が海外メーカーに担当させたことがない主翼を担当させるなど、海外資源を有効活用した共同研究開発を指向している（図121-9）。また、従来のプロジェクトでは、機体仕様が決まった後の設計段階から日本企業などを参画させていたが、今回の計画では、構築設計や基本設計などの機体仕様の検討作業など開発の初期段階からグローバルな共同開発を進めようとしている。

図121-9 ボーイングの民間航空機の国際共同開発例



資料：ボーイング発表資料等より作成。

## 収益性の向上を目指した世界的再編

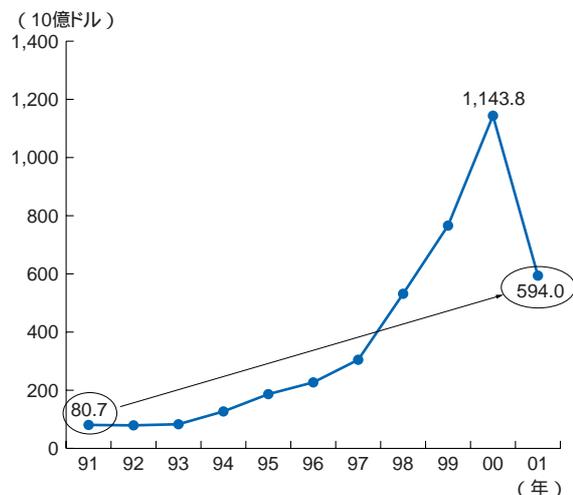
このような事業展開に加えて、製造業企業の中には、規模の経済の追求による効率的な経営体制の構築や技術開発力の維持・強化のため、積極的に国際的な合併・買収や提携などを行い、事業・企業再編を進めているものも見られる。世界企業の合併・買収(M&A)の金額は、1990年代を通じて、増加傾向にあり、1991年の807億ドルから2001年には5,940億ドルになり、7.4倍の規模に達した(図121-10)。このような合併・買収のうち、国境を越えた合併・買収案件も拡大しており、1件当たりの金額は1990年代を通じて増加基調である。買収金額が10億ドル以上の案件の金額合計は1991年から2002年の間に200億ドルから2,140億ドルと10倍以上になり、全案件金額に占める割合も25%から58%にまで上昇している<sup>注2</sup>。

このような世界的な再編の進展を産業レベルで見ると、自動車、鉄鋼、化学・医薬品分野などにおいて、国際的な競争が一層激しくなっていることを背景に、国境を越える企業再編を通じた事業の拡大が活発化している。この結果、このような再編を行った企業の売上高が世界上位に位置付けられる例も増えている。

例えば、自動車業界を見ると、成熟した欧米自動車市場でのシェア確保の観点や排ガス性能・燃費性能の向上を始め、新たな分野である燃料電池など環境分野での研究開発投資の重要性の高まりなどに対応するため、国際的な合併・買収、資本提携などによる再編が進んでいる。1998年にドイツのダイムラーと米国のクライスラーが国境を越えた合併を行い、ダイムラー・クライスラーが誕生しているほか、米国のゼネラルモーターズ、フランスのルノーなどの欧米企業は、国際的な資本提携を中心に事業・企業再編を進めている。

また、鉄鋼業界でも、規模の経済による市場シェアの確保、ユーザー産業の再編、国際展開などへの対応等を図るため、欧州を中心に企業の合併等や資本提携による再編が進んでいる。1999年には、英国のブリティッシュ・スチールとオランダのホーゴバンが合併しコーラスとなり、ドイツではティッセ

図121-10 世界の合併・買収金額



資料：国連貿易開発会議（UNCTAD）データより作成。

ンとクルップが合併し、ティッセン・クルップが誕生している。また、2002年にフランスのユジノール、スペインのアセラルリア、ルクセンブルグのアルベトが合併し、粗鋼生産量世界一のアルセロールが誕生している。

さらに、医薬品業界でも、市場シェアを確保し、研究開発による競争力を確保するため、欧米企業を中心に1990年代半ばから業種・国境を越えた再編が加速している。1999年以降、スウェーデンのアストラと英国のゼネカが合併し、アストラゼネカが誕生している。また、フランスのローヌ・プーランとドイツのヘキストも生命科学・医薬品分野への事業への選択と集中を進め、アベンティスが誕生している。さらに、米国のファイザーが米国のワーナー・ランパートを買収したり、米国のグラクソ・ウェルカムと英スミスクライン・ビーチャムが合併して、グラクソ・スミスクラインが設立された。さらに、ファルマシアとモンサントの合併や、ドイツのバイエルによるアベンティスの農業化学部門買収、米国のブリistol・マイヤーズ・スクイブによる米国デュボンの医薬品部門買収などもあり、再編に向けた活発な取組が見られる。

現在は、これまでの企業の合併・買収の成果をまずあげる時期に入っていると見られるが、欧米企業

注2 国連貿易開発会議（UNCTAD）「cross-border M&A database」による。

については、成熟する市場への対応やアジアにおける競争力強化という点から、資本提携などを含めて、事業・企業再編は今後も進展するものと考えられる。

また、このように、それぞれの産業・事業ごとに進んでいる世界的再編の進展は、このような産業・事業部門を複数展開してきた世界的な企業から見ると、事業展開の選択と集中の徹底として表れている。すなわち、世界の製造業企業は、さらなる成長を目指し、事業の再構築、高収益・成長分野への事業の選択と集中などの戦略的な取組みを進める過程で、関連企業との事業統合や合併・買収、売却を進め、企業の事業展開内容を大きく変化させている例も多い。

コラム 世界的な企業・事業再編

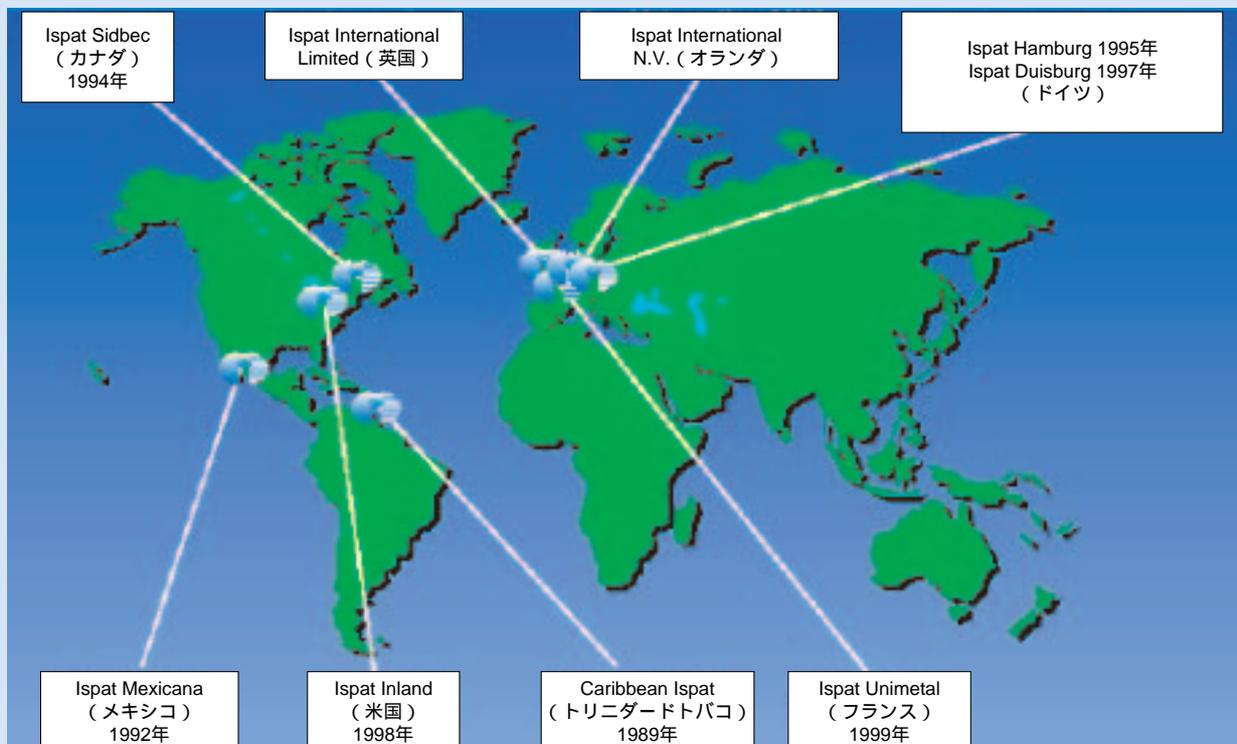
事例1 国際的な資本提携戦略を進めるゼネラルモーターズ

世界的な自動車メーカーである米国のゼネラルモーターズ(GM)は、創業以来、グローバルな事業展開・再編を進めており、1990年代以降も積極的に資本提携を進めている。欧州では、ドイツのオペルに加え、1990年にスウェーデンのサーブ、2000年にイタリアのフィアットなどへ出資をしている。また、成長著しいアジアでは、1995年に中国上海汽車工業との合弁生産、2002年に韓国の大宇自動車の買収など積極的な事業展開を進め、1971年にいすゞ自動車、1981年にスズキと提携を図ってきた日本市場においても、1999年に富士重工業と資本・業務提携を行っており、国際的な資本提携などによる世界的な事業・企業再編を進めている。

事例2 国際的な買収戦略を進めるLNM

オランダのLNMは、世界的な鉄鋼メーカーであり、世界各地域における積極的な買収戦略を進め、米国、カナダ、フランス、ドイツなどの先進国に加え、メキシコ、トリニダードトバコ、カザフスタン、アルジェリア、ルーマニア、チェコ、南アフリカ、インドネシアなど発展途上国や東欧諸国などでダイナミックな事業を展開しており、粗鋼生産量においても世界第2位となっている。鉄鋼メーカーは、自国からの輸出を中心に事業展開するケースが多いが、同社は、このような買収によって現地化対応による事業展開を進めている。さらに、最近では、中国にも生産拠点を設けるなど原料調達や製品の生産補完など相乗効果を各地域で実現し、収益性を高めることを目指している(図121-11)。

図121-11 LNMの国際的な買収戦略



備考：各地域の年次は買収等年。  
資料：LNMアニュアルレポート、発表資料等より作成。

事例3 国際的な事業の選択と集中を進めるデュポン

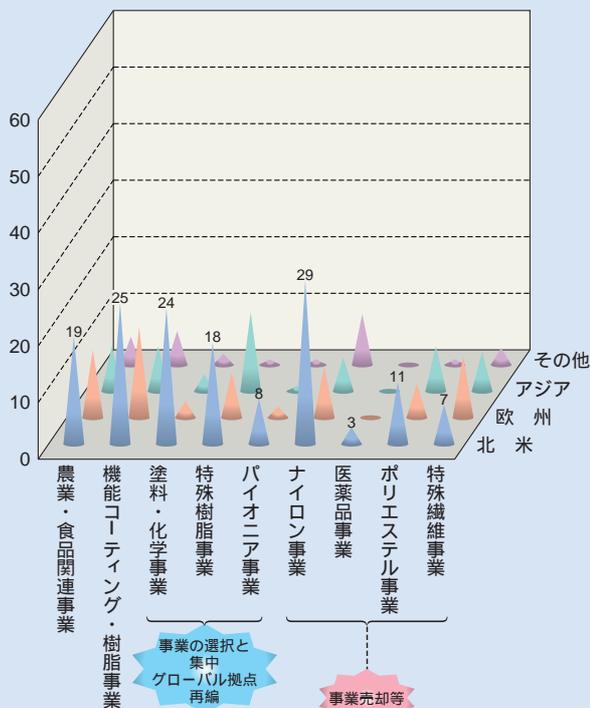
米国のデュポンは、世界70か国余で事業を展開している世界的企業である。これまで多角化戦略を進め、エレクトロニクス、輸送、住宅・建築、通信、農業、栄養食品、安全・保護、アパレル分野など幅広い分野での製品・サービス事業を展開してきたが、世界市場での競争が激化する中で、効果的に収益を確保することが必要となったことから、事業の選択と集中を行うとともに、各地域の特性に対応した生産・販売拠点の重点化により、抜本的な事業再編を進めている。

2002年2月には、電子・情報技術、高機能材料、塗料・色材技術、農業・食品関連、安全・防護の5つの成長基盤による事業編成を行っていくこととし、日本、中国などで電子、自動車分野のビジネスを強化し、研究開発やM&Aの積極化を急ぐ一方、石油、医薬品事業の撤退、繊維の分社化など選択と集中を図っている。さらに、2001年にはプリストル・マイヤーズ・スクイブへの医薬品事業の売却、2004年にはコークへのインピスタ（旧デュポン繊維事業部門）の売却を予定している。

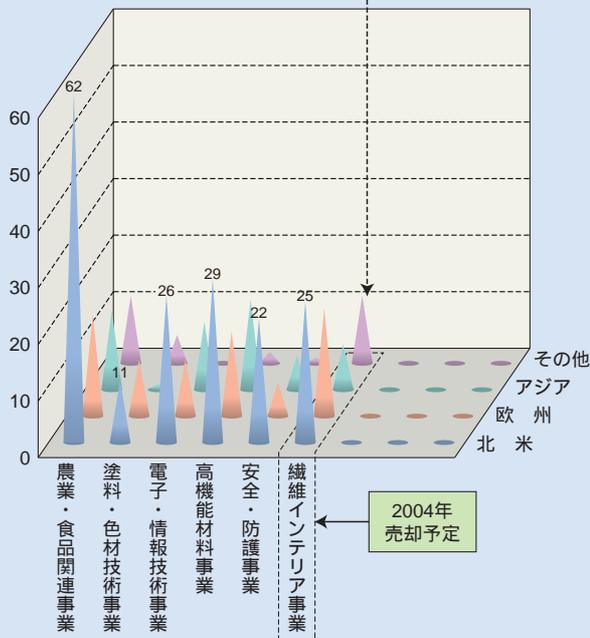
デュポンの事業再編とグローバル展開の状況をあわせて見ると、事業の選択と集中は、生産拠点などをダイナミックに再編し、1つの拠点で対応する対象地域の広域化と拠点の再集約などを進めながら行われていることが分かる（図121-12）。

図121-12 デュポンの事業と主要生産拠点数

【 1999年 】



【 2002年 】



資料：デュポン データブックより作成。

事例4 国際的な事業の選択と集中を進めるゼネラル・エレクトリック

米国のゼネラル・エレクトリック（GE）は、電力システムから金融事業まで多角的な技術とサービスの提供でグローバルな事業展開を進めている。2004年1月に、同社は、従来の強みや成長分野などを見極めながら、従来事業を収益分野と高成長分野に分け、事業・組織の再編を進めており、世界100か国以上で事業を展開している。

現在、2002年に最終赤字となった保険事業について、新会社として株式公開をし、分離を目指す一方、2002年にフランスのビベンディ・ユニバーサル映画・娯楽事業のGE傘下の放送事業NBCへの合併に対する合意、英国の医薬品メーカーであるアマシャムの買収など高成長分野の放送や医薬品分野への選択と集中による国際的な事業再編を進めている（表121 - 13）。

表121 - 13 ゼネラル・エレクトリックの事業ポートフォリオ・再編

事業		事業	概要
1	航空機エンジン	1	GEアドバンス・マテリアルズ プラスチック・シリコン・クォーツなどの素材
2	コマーシャル・ファイナンス	2	GEインシュアランス 再保険など
3	コンシューマー・ファイナンス	3	GEエクイップメント・サービス 設備管理、コンテナリースなど
4	コンシューマー・プロダクト	4	GEコンシューマー&インダストリアル 家電、照明、電子部品、モーターなど
5	エクイップメント・マネジメント	5	GEインフラストラクチャー 水処理、セキュリティ、センサーなど
6	産業システム	6	GEエナジー 電力設備
7	インシュアランス	7	GEコマーシャル・ファイナンス 機器・自動車リースなどの法人向け金融
8	メディカルシステム	8	GEコンシューマー・ファイナンス クレジットカードなどの個人向け金融
9	NBC	9	GEトランスポーターション 航空機エンジン、鉄道、船舶など
10	プラスチック	10	GEヘルスケア 医療用画像診断装置など
11	電力システム	11	NBC 放送
12	スペシャルティ・マテリアルズ		
13	輸送システム		

備考：ピンクは高成長分野。  
資料：ゼネラルエレクトリック社発表資料等より作成。

## (2) 国際競争への適応に努力する我が国製造業

上述のとおり、国境を越えた競争が激しくなっている中、我が国製造業としても貿易や海外直接投資を活発に行い、競争力の強化に向けた取組を進めているところである。投資収益収支の黒字に見られるように、成果を上げている面もあるが、我が国製造業は、引き続きグローバル化への対応を進めていくことが必要となっていると考えられる。

### 拡大する我が国製造業の貿易と直接投資

我が国の貿易は、輸出、輸入とも増加傾向にある。輸出は、1995年頃まで40兆円強で推移していたが、1997年には50兆円に達し、2003年には54.5兆円と過去最高になっている。また、輸入も、1995年頃まで30兆円前後で推移していたが、1997年には40兆円に達し、2003年には44.4兆円と輸出と同様、過去最高になっている(図121-14)。「平成16年度経済見通しと経済財政運営の基本的態度」によれば、2004年度の貿易についても、財貨・サービスの輸出金額は、対前年度比5.1%増、輸入金額は、同4.8%増と引き続き拡大が見込まれている。

また、我が国製造業の対外直接投資は、1990年代前半のバブル経済の崩壊による我が国経済の低迷の影響などによって一時的に減少傾向を示し、プラザ合意後の円高や貿易摩擦問題を背景にした欧米需要地域での現地生産対応による対外直接投資の第一のピークから調整局面へと入った。しかし、1990年代半ば以降には、一層の円高によってアジアへの生産拠点シフトが加速して再び増加に転じ、1997年には第二のピークを迎えた。その後、アジア通貨危機、情報通信技術(IT)分野の景気の波があったが、2001年以降、アジア地域への直接投資が拡大傾向となったことに加え、欧米への直接投資が回復したことから、再び増加傾向で推移している(図121-15、図121-16)。

このような対外直接投資の増加・蓄積に伴い、我が国製造業企業の海外現地法人の売上高が増加するとともに、我が国製造業全体の国内売上高を100%とする我が国製造業の海外生産比率も上昇する傾向にある。海外現地法人の売上が2002年度に64.6兆円に上る一方で、海外生産比率も上昇し、17.1%になっ

ている。2002年度の海外生産比率を業種別に見ると、輸送機械47.6%、電気機械が26.5%に達し、このような業種において、特に積極的な海外展開が進んでいる傾向がうかがえる。また、これらの加工組立型製造業の海外生産の拡大も背景として、化学など基礎素材型製造業の海外生産比率も上昇している(図121-17、図121-18、図121-19)。

このような海外生産の拡大に伴い、我が国製造業の海外現地法人による我が国からの調達額についても増加傾向で推移し、2002年度には15.1兆円となり、我が国の総輸出額に占める比率も30.1%にまで達している(図121-20)。2002年度の我が国からの調達額を地域別に見ると、北米、アジア、欧州の各地域の海外現地法人による調達額が増加しているが、特に在アジア現地法人による調達額は、1990年度の1兆円台から2001年度には5兆円規模にまで拡大している(図121-21)。このような我が国からの調達の拡大の背景には、海外現地法人の設備投資について我が国から設備を輸出することが多く、また、海外現地法人による現地生産が拡大し、高機能半導体、ディスプレイ、機能性化学品などの高機能部素材など現地調達が難しく、また、品質・性能面などで日本から調達する方が有利な中間財が少なくなき、我が国製造業も国内でそうした中間財の生産をするよう努力していることがあるものと考えられる。

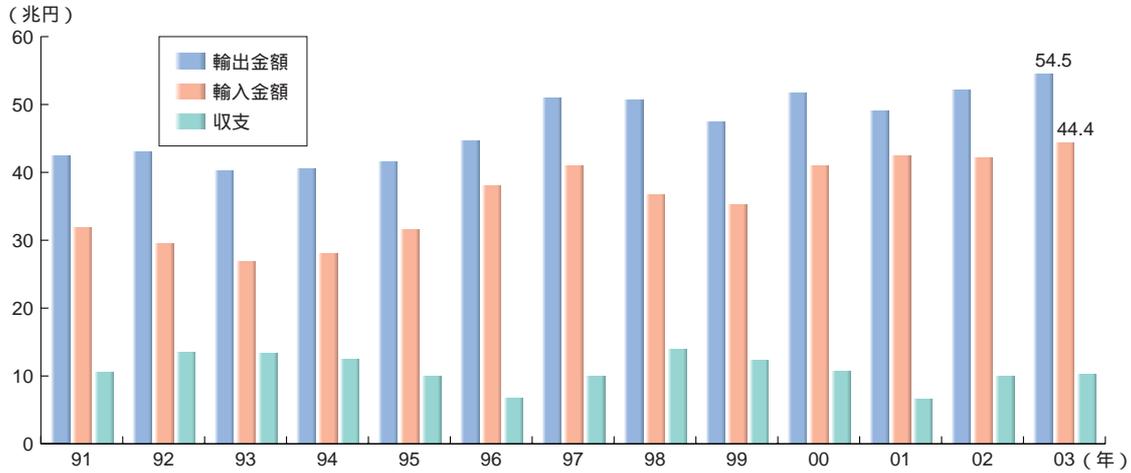
一方で、我が国製造業の海外現地法人からの我が国への輸出額(いわゆる逆輸入)は、我が国からの調達額よりも10兆円程度少ないものの、特に1990年代後半以降、大きく増加している。2002年度の逆輸入額は、6.4兆円になり、総輸入額に占める割合も16.5%に達している(図121-22)。2002年度の逆輸入額を業種別に見ると、情報通信機械が2兆5,252億円と39.8%のシェアを占めて最も多く、次いで電気機械が6,247億円であり、シェア10.1%、輸送機械が4,728億円であり、シェア9.8%、一般機械が3,399億円であり、シェア7.4%、精密機械が3,399億円であり、シェア5.4%とこれら加工組立型製造業に属する企業の海外現地法人からの輸入割合が全体の7割を超えている(図121-23)。

このように我が国製造業の海外事業活動が活発化した結果、投資収益面でも海外現地法人は我が国製

造業の業績に貢献する傾向にあり、非製造業分を含めた我が国の対外直接投資収益の受取額は、2003年には1兆5,279億円に上っている。また、地域別に見

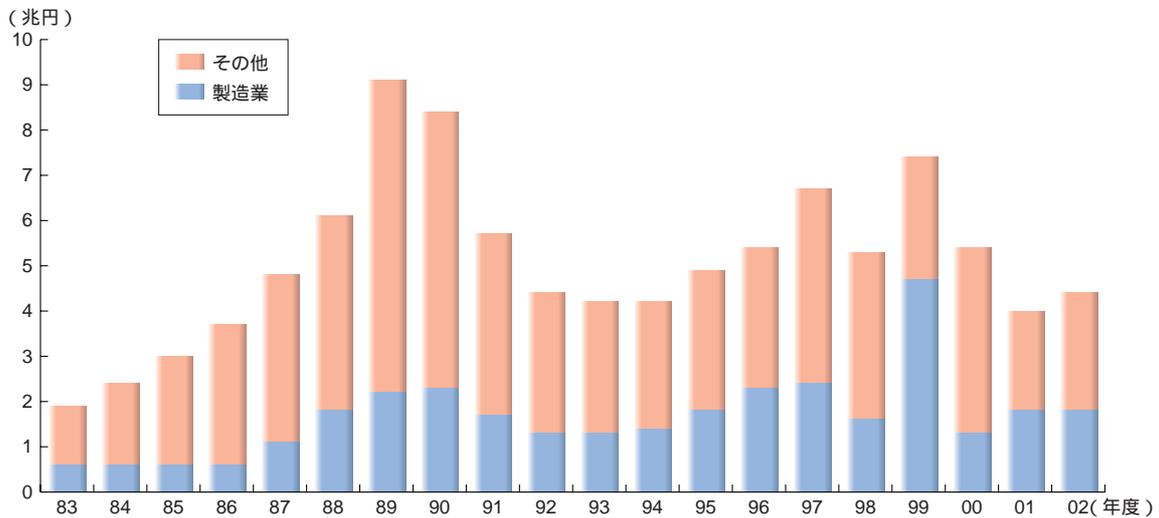
ると、2002年の受取額は、北米が8,673億円と最も多く、次いでアジアが6,961億円、欧州が1,796億円となっている（図121 - 24）。

図121 - 14 日本の貿易収支（対世界）



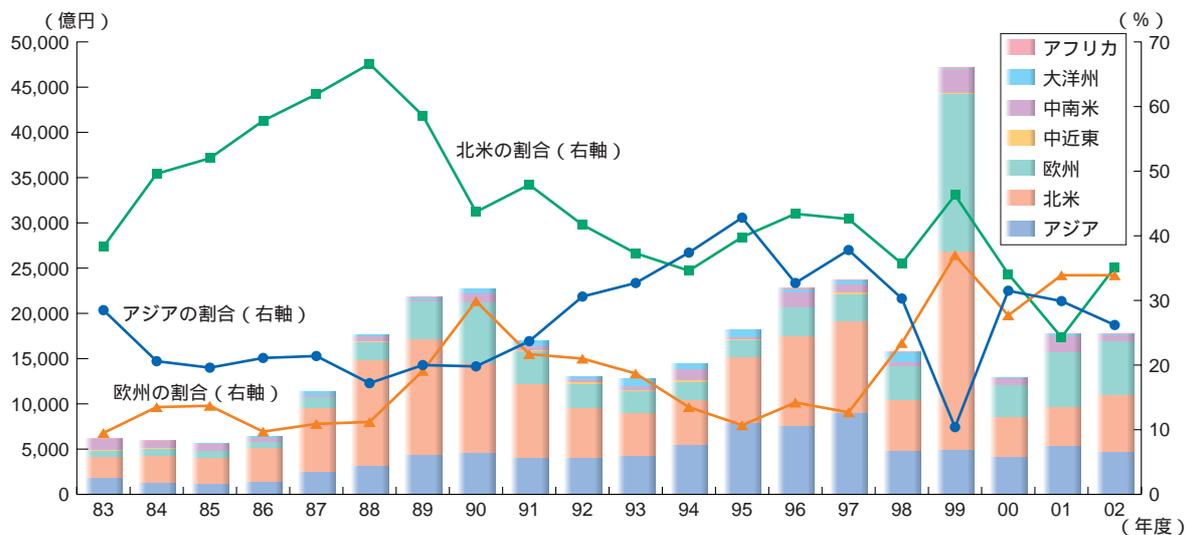
資料：財務省「日本貿易統計」

図121 - 15 我が国の対外直接投資額



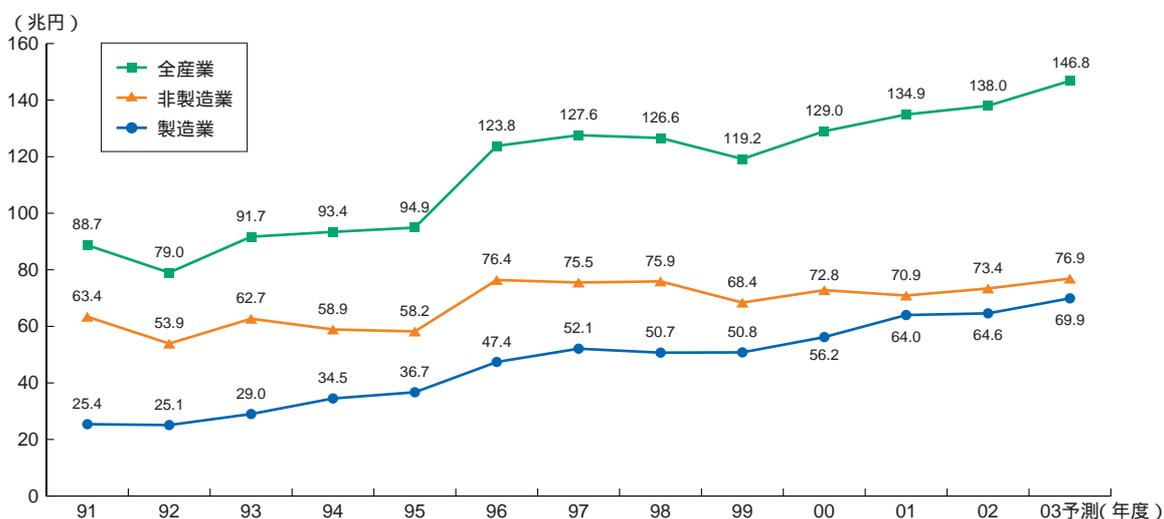
資料：財務省「対外及び対内直接投資状況」

図121-16 我が国製造業の地域別対外直接投資額



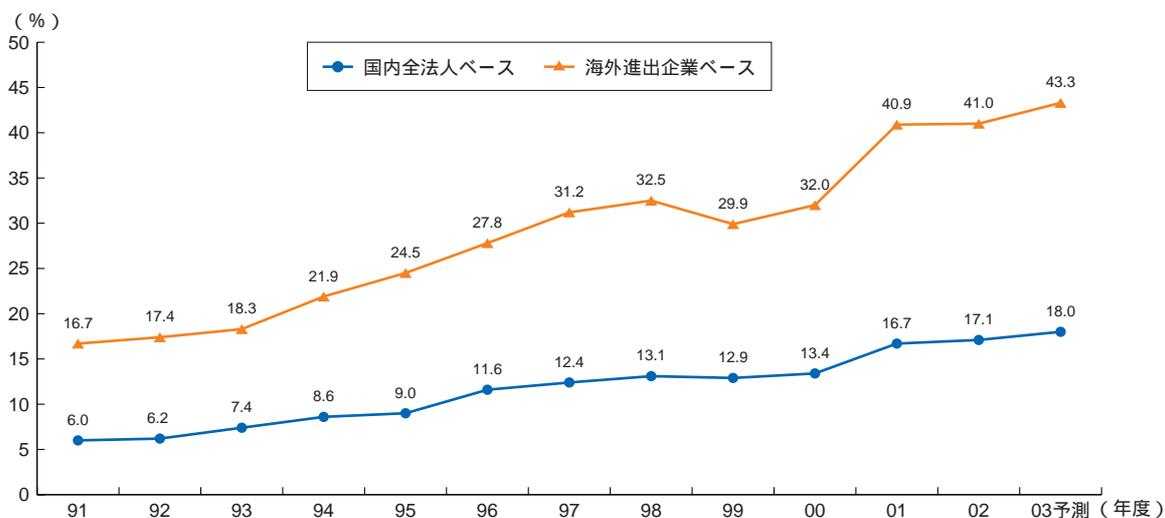
備考：アジアは、中国、香港、台湾、韓国、シンガポール、タイ、インドネシア、フィリピン、マレーシア、ブルネイ、ベトナム、ラオス、ミャンマー、カンボジア、スリランカ、インド、パキスタン、ネパール、マカオ、バングラデシュ、モルジブ、北朝鮮、ブータン、モンゴルを指す。  
資料：財務省「対外及び対内直接投資状況」

図121-17 我が国製造業の海外現地法人売上高



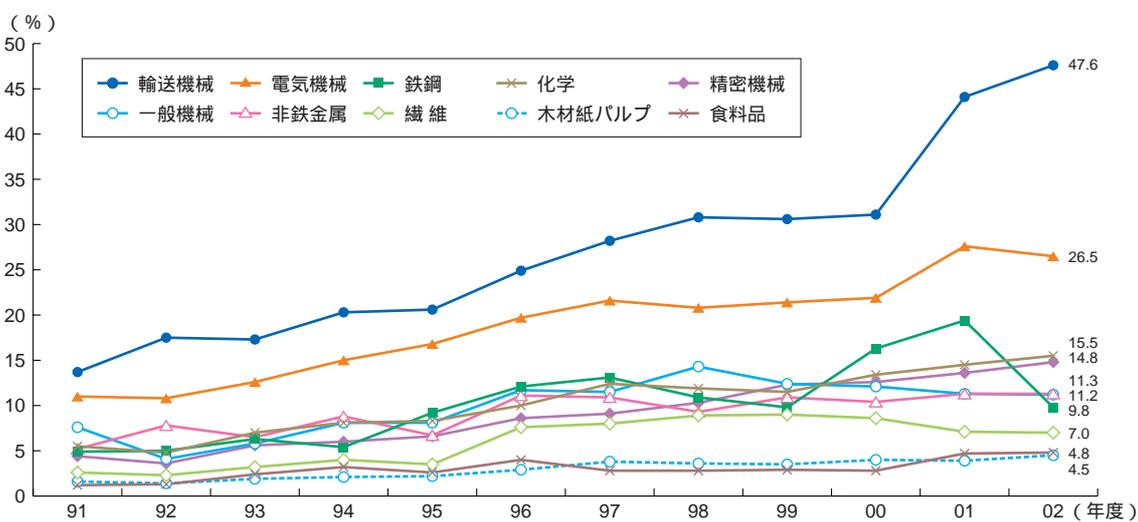
備考：2003年度は見込額として調査したもの。  
資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」

図121-18 我が国製造業の海外生産比率



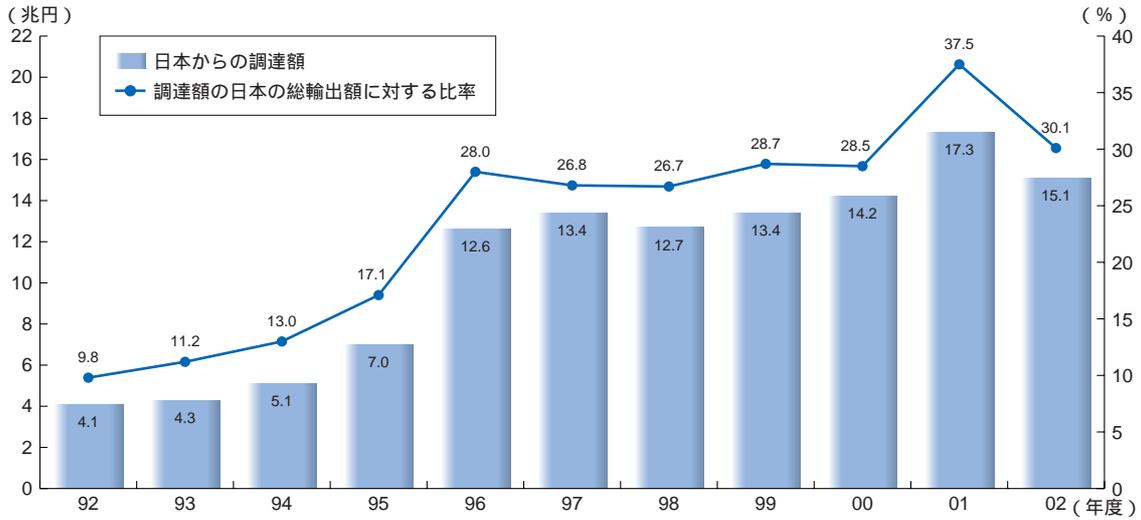
備考：1. 海外生産比率 = 海外現地法人（製造業）売上高 / 国内法人（製造業）売上高 × 100  
 2. 「海外現地法人」とは、「子会社（日本側出資比率が10%以上の外国法人）」と「孫会社（日本側出資比率が50%超の子会社が50%超の出資を行っている外国法人）」を指す。  
 3. 「海外進出企業」とは、「海外現地法人」を有する我が国企業を指す。  
 4. 2003年度は見込額として調査したもの。  
 5. 2001年度に業種分類の見直しを行ったため、2002年度以前の数値とは断層が生じている。  
 資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」、財務省「法人企業統計年報」

図121-19 我が国製造業の業種別海外生産比率



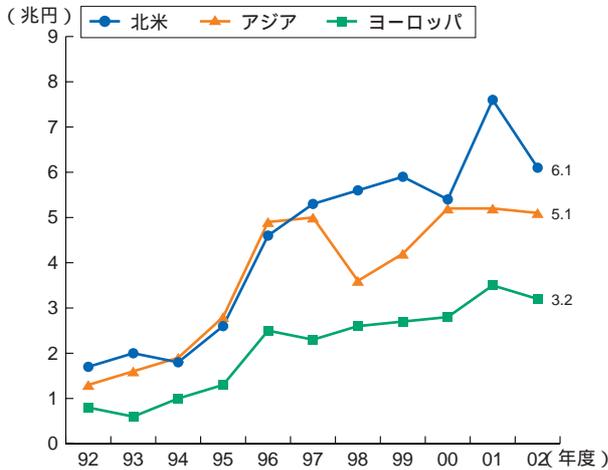
備考：1. 海外生産比率 = 海外現地法人売上高 / 国内法人売上高 × 100  
 2. 「海外現地法人」とは、「子会社（日本側出資比率が10%以上の外国法人）」と「孫会社（日本側出資比率が50%超の子会社が50%超の出資を行っている外国法人）」を指す。  
 資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」、財務省「法人企業統計年報」

図121-20 我が国製造業の海外現地法人による我が国からの調達額



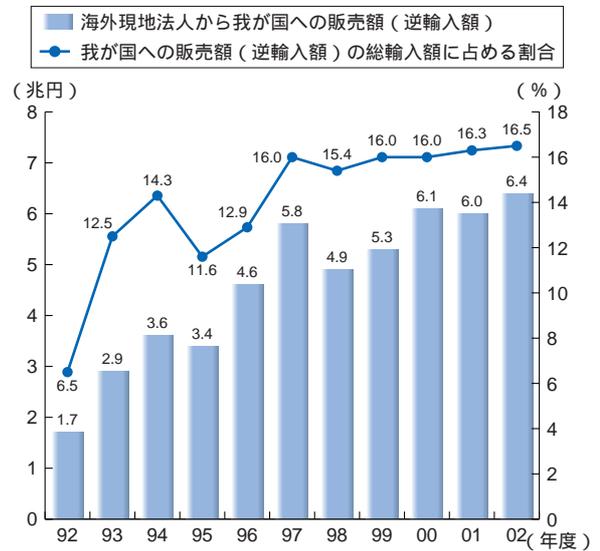
備考：「海外現地法人」とは、「子会社（日本側出資比率が10%以上の外国法人）」と「孫会社（日本側出資比率が50%超の子会社が50%超の出資を行っている外国法人）」を指す。  
資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」

図121-21 我が国海外現地法人(製造業)による我が国からの調達額(地域別)



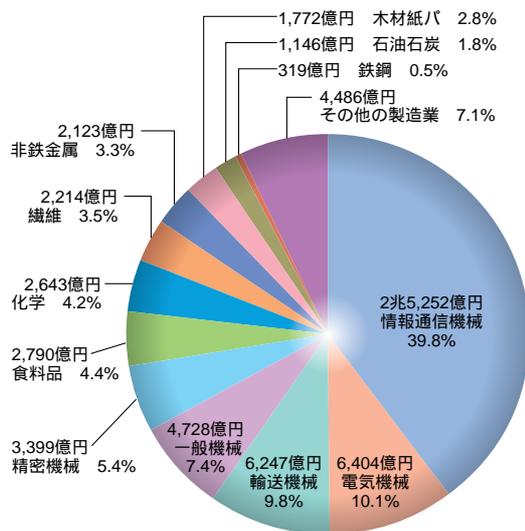
備考：1. 「海外現地法人」とは、「子会社（日本側出資比率が10%以上の外国法人）」と「孫会社（日本側出資比率が50%超の子会社が50%超の出資を行っている外国法人）」を指す。  
2. アジアは、ASEAN4、中国、香港、台湾、韓国、シンガポール、インド及びベトナムを指す。  
資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」

図121-22 我が国海外現地法人(製造業)から我が国への販売額(逆輸入額)



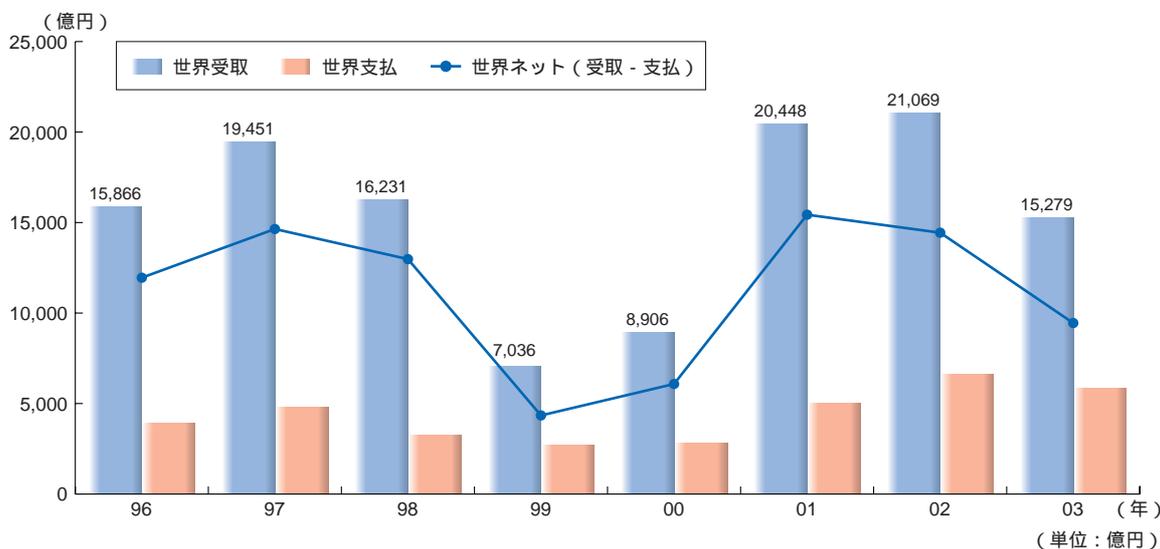
備考：「海外現地法人」とは、「子会社（日本側出資比率が10%以上の外国法人）」と「孫会社（日本側出資比率が50%超の子会社が50%超の出資を行っている外国法人）」を指す。  
資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」

図121-23 我が国海外現地法人（製造業）から我が国への輸出額の業種別構成（2002年度）



備考：「海外現地法人」とは、「子会社（日本側出資比率が10%以上の外国法人）」と「孫会社（日本側出資比率が50%超の子会社が50%超の出資を行っている外国法人）」を指す。  
資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」

図121-24 我が国の対外直接投資収益（全産業）



年	96	97	98	99	00	01	02	03上期
北米	4,341	4,408	6,193	7,144	7,938	11,269	8,673	2,781
E U	1,331	1,755	1,152	1,201	1,807	1,416	1,796	259
アジア	7,377	9,548	5,087	2,903	1,321	5,633	6,961	2,864

資料：日本銀行「国際収支統計」

### 進展の見られるグローバル・オペレーション

世界貿易、海外直接投資が増加し、我が国製造業企業が海外企業とより様々な分野・地域において直接競合する中、我が国製造業企業もより効率的な生産体制を構築するため、グローバル・オペレーションを展開しており、欧米、アジアなど主要市場に事業拠点を設けたり、現地市場に対応した生産拠点の設置を進めることで成功を収める企業も見られる。

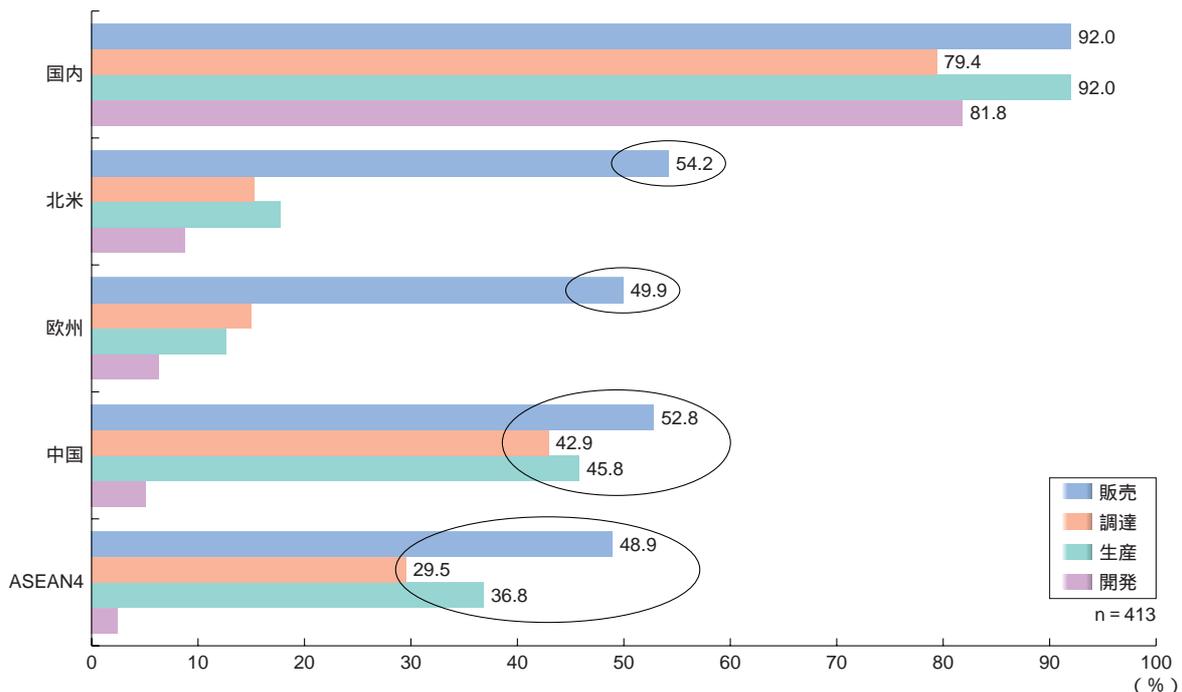
一方で、このような事業展開は、地域ごとに異なる特徴が見られ、例えば欧州、北米では販売が中心である一方で、アジアでは、生産・調達といった点でも我が国製造業企業にとって重要な位置付けとなっている。我が国製造業企業にとっての各地域の位置付けを見ると、北米では「販売」が54.2%、欧州でも「販売」が49.9%と最も多く、両地域は主として市場としての位置付けになっている。一方、中国では「販売」が52.8%と最も多いものの、「生産」が45.8%、「調達」が42.9%と、販売のみならずこれらも大きな役割を果たしている。ASEAN4においても、中国と同様の傾向となっている（図121-25）。

また、我が国製造業の事業展開の方法を見ると、我が国の開発・製造における優位性を認識しつつ対

応している傾向がうかがえる。地域別の研究開発・生産面の機能・能力について見ると、製造業企業は、現在、中国やASEANにおいて「成熟技術製品の製造」、「先端技術製品の製造（単純加工組立生産のみ）」の事業を展開し、北米において「成熟技術製品の製造」、「新製品開発（ローカル製品）」の事業を展開している企業が多くなっており、これら以外の「開発」「製造」については、海外への展開に積極的ではなく、グローバルな展開に当たっても国内の事業を主軸とすることとしていると考えられる。ただし、海外事業展開の成果をあげるため、海外事業についても相当程度の高度化は進むものと考えられ、5年後については、例えば中国においてローカル・世界製品の新製品開発から先端技術製品、成熟技術製品の製造まで広範な分野で事業展開がなされると見込まれている。このような状況の中で、国内の事業についても更なる不断の革新が求められているものと考えられる。（図121-26、図121-27）

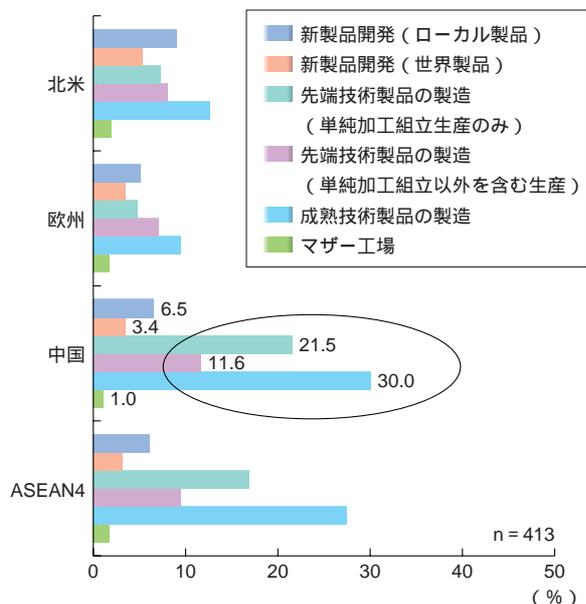
また、グローバル・オペレーションの展開状況を業種別に見ると、自動車を主とする輸送機械、総合電機を主とする電気機械を中心にグローバル・オペレーションが積極的に進められている。例えば、我

図121-25 我が国製造業の地域別事業展開目的



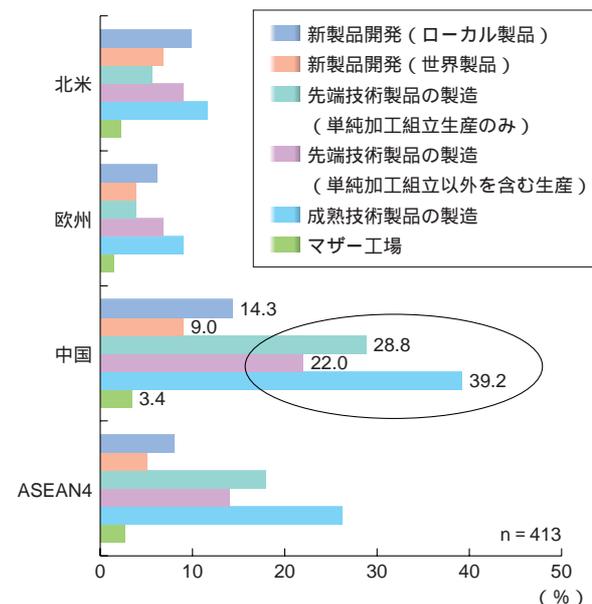
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。  
対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121-26 製造業の地域別事業展開上の機能（現在）



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121-27 製造業の地域別事業展開上の機能（5年後）



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

が国の自動車メーカーは、東南アジア、中国などのアジア地域と北米地域を中心に生産拠点を設け、グローバル・オペレーションを積極的に展開している。各社とも各市場に対応する生産拠点を設け、サプライ・チェーン・マネジメントとして各種部品の現地最適調達を進め、現地市場にタイムリーに供給する体制を整えている。この結果、2002年時点で、我が国の主要自動車メーカー12社は、全世界に111の生産拠点を設けており、海外生産のウエイトも高くなっている。既に2002年の全世界における日本メーカーによる海外生産台数は765万台に達しており、引き続き拡大が見込まれる。

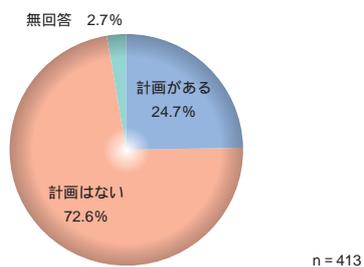
また、我が国の主要電機メーカーも、早くから北米、欧州、ASEAN、中国などに海外現地法人を設立するなど生産拠点の海外展開を進めてきた例が多く、さらに、近年においては研究開発拠点についても海外で一部展開する例も見られる。このように各企業は、海外の生産・研究開発拠点の更なる効率化を目指し、拠点の再配置などグローバル・オペレーションの最適化を進めている。

我が国製造業企業は、販売から生産、開発まで様々な機能の海外展開を進め、ある程度の規模に達

した結果、経営の効率性の確保に配慮して、それらの事業展開を再構築し、グローバル・オペレーションを更に深化させる動きも見られるようになっていく。製造業企業の生産拠点の再編計画について見ると、再編計画があるとする企業は24.7%となっており、今後3年間のうちにそれらの企業が再編を行う理由としては、「経営改革の一環（収益性の改善、事業の選択と集中等）」が56.9%と最も多く、次いで「グローバルでの生産の最適化（国際分業の進展）」が26.5%となっており、単なる海外現地法人の統廃合による海外拠点数の縮減ではなく、経営戦略の一部として事業を見直し、集約・再構築を進めながら、グローバル・オペレーションを深化させている（図121-28、図121-29）。

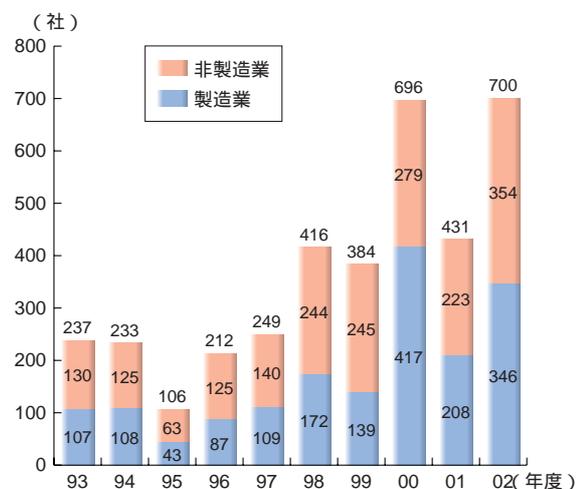
また、製造業企業の海外現地法人の撤退企業数は、1990年代を通じ、100社台以下で推移してきたが、2000年に279社、2001年に208社と200社台となっており、統廃合が活発化しているが、現地法人の撤退・移転及び検討の理由について見ると、「組織再編、経営資源の見直し等に伴う拠点統廃合」が35.0%と最も多く、経営戦略面から海外事業体制の再構築を目指していることが分かる（図121-30、図121-31）。

図121-28 製造業企業の海外生産拠点の再編(統廃合等)の計画



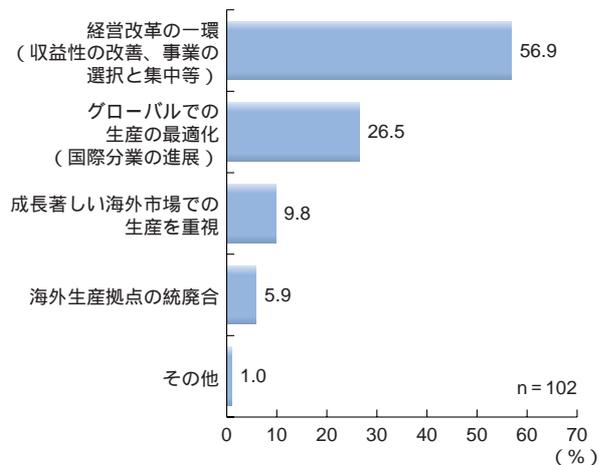
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121-30 海外現地法人の撤退企業数



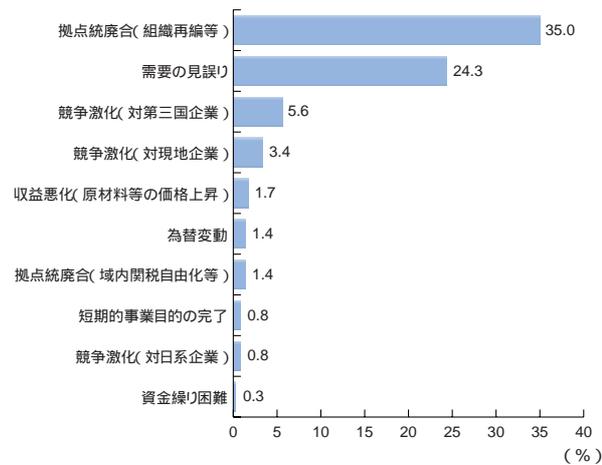
資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」

図121-29 製造業企業の海外生産拠点の再編(統廃合等)を行う理由



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121-31 現地法人撤退・移転及び撤退検討の理由(製造業:2001年度)



資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」

コラム 製造業企業の研究開発のグローバル展開

我が国製造業企業においては、生産拠点の海外展開に加え、研究開発拠点のグローバル化も規模としては小さいものの少しずつ進展している。現在、製造業企業の研究開発は、国内が中心であるものの、海外現地法人による研究開発費は、1990年代後半から増加傾向にあり、海外研究開発比率も1997年度から2002年度の間には2.9%から4.1%へと増加している。

地域別に見ると、2001年度では北米が1,757億円と最も多く、次いで欧州が1,164億円、アジアが447億円となっており、先進国を中心に拠点展開が進んでいる。なお、アジアの内訳を見ると、中国、ASEAN4は電気機械、NIEs3は輸送機械の研究開発投資額が最も多くなっている（図121 - 32、表121 - 33）。

最近1年間の動向を見ても、アンケートに回答した413社中21社の製造業企業が海外への研究開発拠点の設置を実施又は計画中としている。その内容を業種別について見ると、「電気機械」が9社と最も多く、次いで「輸送機械」「化学」が3社、「一般機械」「繊維」が2社となっている。設置地域について見ると、「中国」が11社と最も多く、次いで「米国」が5社となっており、中国・米国が展開先として重視されている傾向がうかがえる。その他、研究開発拠点の設置理由について見ると、「設計開発と製造の一体化を重視」が10社と最も多く、次いで「市場近接性を重視するため」「コスト削減のため」が7社となっており、国内との役割分担を進め、当該地域で生産する製品については設計開発から製造、販売までを一体的に運営するべく、研究開発拠点についても展開をし始めている傾向がうかがえる。

また、回答企業のうち「電気機械」に着目すると、「中国」を展開先とする企業が9社中、6社（香港1社、計画中1社を含む）と多く、業務内容については、「応用研究開発（主に現地仕様向け）」が3社、「応用研究開発（主に現地仕様に限らず）」が5社となっており、研究開発の現地化対応の目的だけの目的にとどまらないものと考えられる。海外に研究拠点を設置した理由についても「設計開発と製造の一体性を重視」「コストの削減のため」が各5社と最も多いのに対し、「優秀な人材の確保のため」は2社にとどまり、人材面よりもオペレーション上の要因が重視されていることが分かる（表121 - 34、表121 - 35）。

図121 - 32 海外現地法人の研究開発費及び海外研究開発比率(製造業)



資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」

表121-33 我が国製造業の地域別・業種別に見た研究開発投資額（2001年度）

（単位：100万円 下段：1社平均）

	全地域	北米	アジア	アジア			ヨーロッパ
				中国	ASEAN4	NIEs	
製造業計	340,652	175,697	44,727	6,407	15,615	21,695	116,402
	385	720	95	46	106	131	843
食料品	2,411	1,665	346	130	118	89	214
	49	119	13	16	10	18	54
化学	126,280	69,902	2,630	230	261	2,024	52,049
	784	1,520	40	18	17	58	1,210
一般機械	8,315	3,763	1,376	603	148	623	3,115
	115	221	40	35	25	62	164
電気機械	37,516	18,281	14,920	2,387	8,431	4,029	4,315
	338	762	199	109	312	183	360
情報通信機械	106,166	49,768	13,271	2,316	5,587	5,362	42,437
	643	1,382	128	72	136	179	2,234
輸送機械	39,230	17,639	9,135	294	314	7,739	11,791
	324	401	160	27	20	287	737
精密機械	7,085	4,245	1,098	84	-	1,014	1,738
	186	303	78	12	-	145	193

資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」

表121-34 我が国製造業のグローバル研究開発拠点の展開状況

業種	企業数	研究開発拠点の設置地域			研究開発業務の内容
		中国	米国	その他	
電気機械	9社	5社	2社	香港1社、台湾1社	応用研究開発（現地仕様に限らず）5社、応用研究開発（主に現地仕様向け）3社
輸送機械	3社	1社	2社		応用研究開発（主に現地仕様向け）2社、基礎研究開発1社
化学	3社	2社		タイ1社	応用研究開発（主に現地仕様向け）2社
一般機械	2社	1社		インド1社	応用研究開発（現地仕様に限らず）1社、現地大学・企業との共同研究1社
繊維	2社	1社		タイ1社	応用研究開発（現地仕様に限らず）1社、現地大学・企業との共同研究1社
パルプ紙	1社	1社			-
医薬品	1社		1社		-
合計	21社	11社	5社	5社	

備考：過去1年間の新規展開についての回答結果（21社）。

資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

表121-35 我が国製造業のグローバル研究開発拠点の展開状況

業種	海外に研究開発拠点を設置した理由（社）							
	設計開発と製造の一体性を重視するため	市場近接性を重視するため	コストの削減のため	優秀な人材の確保のため	現地の部材を活用するため	短納期に対応するため	現地の規制や規格に対応するため	国内の大学と連携しにくいため
回答企業(21社)合計	10	7	7	5	3	3	2	2
電気機械(9社)	5	3	5	2	2	2	1	1
うち中国	4	2	4	0	2	2	1	1
輸送機械(3社)	2	2	0	0	1	0	1	0
化学(3社)	1	2	1	0	0	1	0	0

備考：過去1年間の新規展開についての回答結果（21社）。

資料：経済産業省調べ（2004年2月）

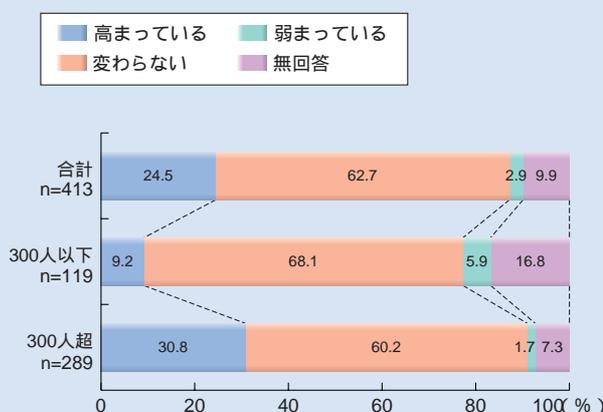
コラム 製造業企業の為替変動への対応

我が国製造業企業の為替変動への対応と影響度合いについて見ると、従業員300人以下（以下、中小企業）、従業員300人超（以下、大手企業）のいずれも為替変動への対応力は3～5年前と比較して「変わらない」とする企業が最も多くなっているが、大手企業については「高まっている」とする企業が30.8%に上っており、海外展開が進む製造業の大企業については為替変動への対応が進んでいる（図121 - 36）。

また、為替変動への対応方策について見ると、中小企業は、「円建取引への転換」とする企業が29.4%と最も多くなっており、主要な対応方策として取り組んでいることが分かる。一方、大手企業は、「為替先物予約」とする企業が32.5%と最も多く、次いで「円建取引への転換」が27.7%、「生産拠点のグローバル展開」が27.0%となっており、多面的な対応方策を展開していることがうかがえる（図121 - 37）。

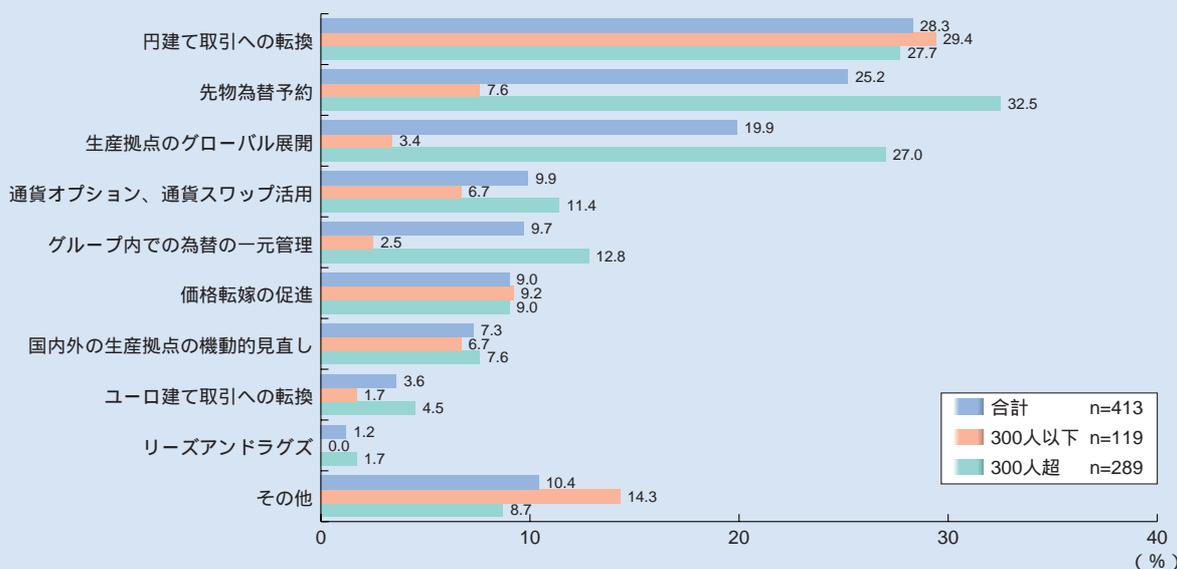
さらに、設備投資や事業計画、業績見通しの修正を必要としない、許容できる為替の変動幅に関する2004年2月時点の企業の見解について見ると、中小企業では「±5円未満」が36.7%、「±5円」が34.7%、大手企業では、「±5円超～10円未満」が25.2%、「±5円」が30.9%となっており、大手企業の許容変動幅が大きくなっている。採算為替レートについて見ると、中小企業、大手企業とも「106円～110円」が最も多く、全体でも34.2%を占めている（図121 - 38、図121 - 39）。

図121 - 36 為替変動への対応力の状況



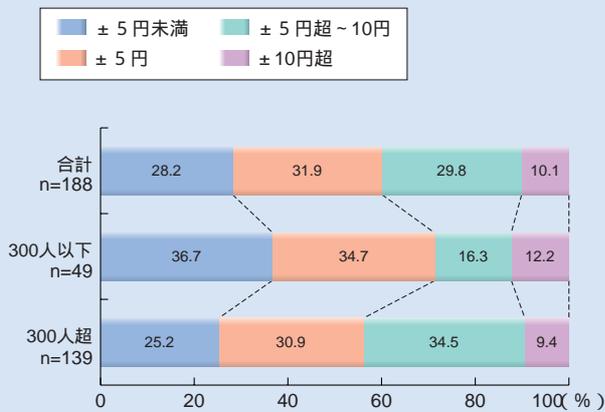
備考：1．日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
2．3～5年前との比較。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121 - 37 為替変動への対応策（従業員規模別）



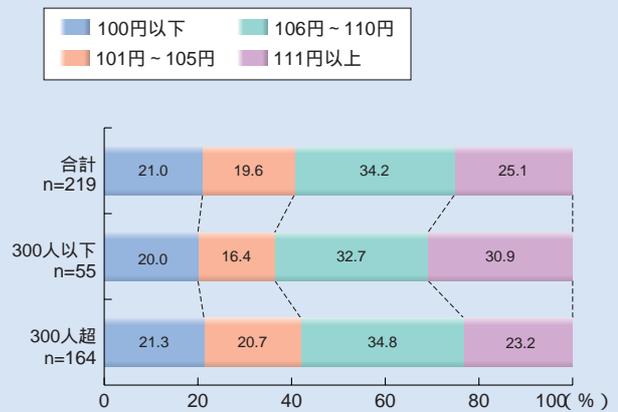
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。  
対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121-38 許容できる為替変動幅（従業員規模別）



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。  
対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。  
有効回答数413社。（無回答を除く）  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）

図121-39 採算為替レート（従業員規模別）



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。  
対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。  
有効回答数413社。（無回答を除く）  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）

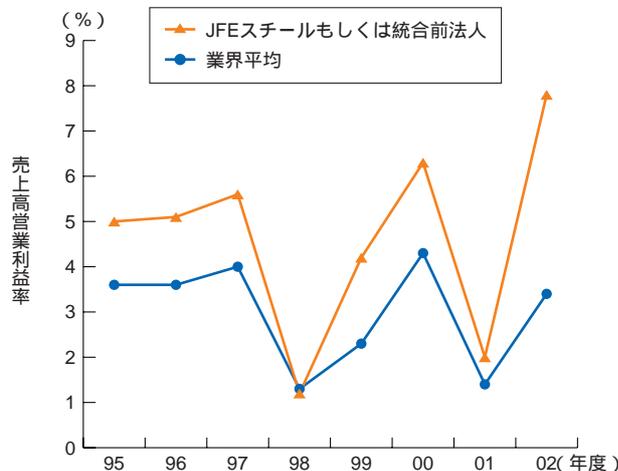
### 事業・企業再編に着手する我が国製造業

規模に比べて過剰である設備・雇用・債務という問題に対応し、収益力を強化するため、製造業企業が事業・企業再編を進める事例が一部に出てきている。事業・企業再編は、固定費を中心とした費用の削減、技術や資産の有効活用のお機会の拡大といった利点を有するものであるが、これらに加え、例えば人事交流の拡大によって、優れた経営ノウハウを活かし合うことも可能となるなど、多面的な企業改革に資することも多いと考えられる。

我が国製造業企業においては、鉄鋼や紙・パルプなど一部の業種・製品で、過剰設備の解消や積極的な事業の選択と集中などにより、収益や経営効率を高めつつ、再編を進めている例も見られ、これらの業界における再編後の企業は、再編後比較的短期間で収益の向上を実現していることがうかがえる。この要因には、様々なものが想定されるが、再編の実施による効率化、企業改革も収益向上に貢献したものと考えられる（図121-40、表121-41）

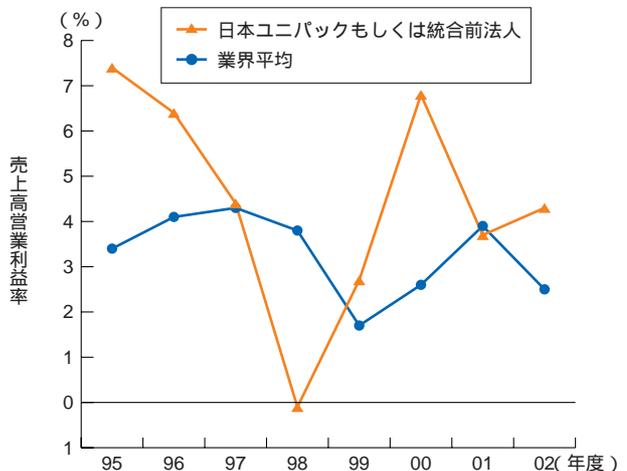
図121-40 事業・企業再編に伴う売上高営業利益率への影響

（鉄鋼：日本鋼管+川崎製鉄 JFEスチール）



備考：日本鋼管と川崎製鉄の経営統合は2002年9月。  
資料：各社公表資料より経済産業省作成。

（製紙：大昭和+日本 日本ユニパックホールディング）



備考：日本ユニパックホールディングの発足は2001年3月。  
資料：各社公表資料より経済産業省作成。

表121-41 JFEスチール発足による統合効果の例

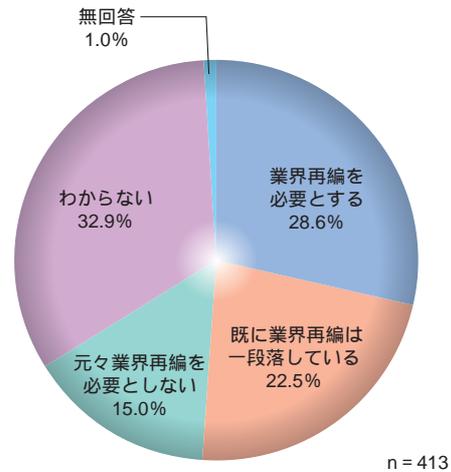
<p>生産 / 製造面での効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産設備の効率化 (ロット [ 鋼種・サイズ ] を集約するとともに、稼働率を向上させることにより、[ 高炉2基&lt;倉敷第一高炉、千葉第五高炉&gt;、圧延15ライン&lt;冷延2ライン、表面処理6ライン、条鋼2ライン、溶接管5ライン&gt; ] を休止した。[ 稼働率平均15%向上 ] )</li> <li>・スペック共通化による歩留まりのアップ (過剰スペックの削ぎ落としが可能となり、歩留向上につながった。)</li> <li>・優位技術の水平展開・拡大 ( 厚板加速冷却装置の導入 ) (より優れている方の技術 [ 設備&lt;例えば、厚板加速冷却装置&gt; ] を全体へ展開・導入することにより、品質向上、生産性向上につながった。) (福山 [ 旧NKK ] コークス炉生産性向上技術を倉敷に導入 倉敷 [ 旧川鉄 ] コークス生産性向上 倉敷から福山へのコークス移送増加 従来35万トン [ 02年度実績 ] のコークス外部購入を、ゼロにすることが可能となった。)</li> <li>・交流人事を契機とした生産管理、技術、技能の融合による生産能力の向上 (工場の部長を総入れ替えすることによって、それぞれの技術、技能が融合し、設備管理技術のレベルアップとなり、西日本製鉄所の酸洗冷延ライン及び溶融亜鉛鍍金ラインでは月間生産量の日本新記録を達成した。)</li> <li>・重複投資回避による設備費低減及び共通設備の最適化 (例えば、高炉改修工法・資材の共通化、大ブロックリング工法 [ 旧川鉄技術 ] の採用により、従来工法 [ 約130日 ] に比べ、補修期間が60~70日間と大幅な短縮となり、設備経費の削減だけでなく、高炉の早期立ち上げが可能となった。)</li> <li>・補修部品の集約・共通化 (補修時の部品、人員 [ 資材系・電気系・機械系 ] を統合させることにより、部品在庫は減少し、効率化が図られた。)</li> <li>*・(旧会社)それぞれの違いを開示し、長所を取り入れることで業務の棚卸しを実施 (旧会社でそれぞれ違っていた会議体、予算、生産 / 販売計画、日常業務などの各業務について、両社開示した上で違いがあると、新会社として何がベストかを基準に新会社の仕組みを作った。ひいては業務の簡素化、各人の業務レベルのアップにつながった。)</li> </ul>
<p>販売 / 物流面での効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品ラインアップの拡充 ( 新商品開発への注力、相互補完による受注可能範囲の拡大 ) (受注出来る品揃えの増加等 [ サイズ、品質等 ]。ONLY 1、NO. 1 商品の増加 [ 売上高に占める割合で見て、統合前 6 ~ 7 % 03年度12%程度、05年度目標15~20% ]。)</li> <li>*・(旧会社)それぞれの違いを開示し、長所を取り入れることで業務の棚卸しを実施</li> <li>・物流の効率化 ( 製造地区の最適化による輸送費の削減、ロット集約、物流拠点の統合 ) (工場・物流基地の増加に伴い、納入地への最適化 [ 納入時間 ] がより可能となり、輸送費の削減のみならず、約100箇所あった拠点の1割を集約出来た。)</li> </ul>
<p>研究開発面での効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・技術開発のスピードアップ、効率化 ( 重複研究テーマの集約 新商品開発への注力 ) (重複していた研究開発テーマ (約40%) に携わっていた人員を削減せず、新商品開発テーマに振り替えることが可能となり、重点テーマの強化、新規テーマへの展開が可能となり、研究開発の幅が広がった。)</li> <li>・人事交流による研究者のアプローチの手法の広がり ( 多面的な見方 ) (同じ研究にどうアプローチするか。例えば酸洗のスピードアップについて、薬剤という化学的なアプローチもあれば、流れを制御するといった物理的なアプローチもあるといった具合に、人事交流の結果、多面的なアプローチが可能になった。)</li> </ul>
<p>人事 / 人材面での効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人材の確保、より適材適所な人員配置が可能に (人が増える [ 当然効率化されていくが ] と人材も増える。組織の数が増えるわけではないので、ポストに対して人材確保が容易になる。)</li> <li>・採用面での位置付けアップ</li> </ul>
<p>グループ連結経営の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・重複する機能を持つグループ会社を再編・統合することにより連結経営を強化 (2003年統合: JFEコンテナ [ 川鉄コンテナ + 日本鋼管ドラム ]、 JFE建材 [ 川鉄建材 + 日本鋼管ライトスチール ] ) (2004年統合予定: JFE鋼板 [ 川鉄鋼板 + エヌケーケー鋼板 ]、 JFE物流 [ 川鉄物流 + エヌケーケー物流 ] )</li> </ul>

資料: 企業情報に基づき経済産業省作成。

一方で、事業・企業再編の必要性に関する我が国製造業企業の認識を見ると、「業界再編を必要とする」とする企業が28.6%と最も多く、次いで「既に業界再編は一段落している」が22.5%、「元々業界再編を必要としない」が15.0%となっている（図121-42）。業種別にみても、同様の傾向がうかがわれるが、「鉄鋼、非鉄金属」、「輸送用機械器具」、「精密、医療用機械器具」では「既に業界再編は一段落している」とする企業が最も多い（表121-43）。

また、事業・企業再編が必要とする企業の理由について見ると、「業界が過当競争の状況にある」とする企業が30.5%と最も多く、次いで「事業の選択と集中による国際競争力強化」が23.7%、「設備・供給能力の過剰感が未解消」が22.0%、「合併等によるシェア拡大を通じて国際競争力強化が必要」が16.9%

図121-42 製造業企業の業界再編に対する必要性の認識



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

表121-43 業界再編の必要性（業種別）

	全体	今後の業界再編の必要性				
		業界再編を必要とする	既に業界再編は一段落している	元々業界再編を必要としない	わからない	無回答
合計	413 100.0	118 28.6	93 22.5	62 15.0	136 32.9	4 1.0
業種						
繊維（衣服等除く）	13 100.0	4 30.8	1 7.7	1 7.7	6 46.2	1 7.7
衣服、その他の繊維製品	10 100.0	4 40.0	1 10.0	1 10.0	4 40.0	0 0.0
パルプ、紙、紙加工品	12 100.0	5 41.7	3 25.0	2 16.7	2 16.7	0 0.0
プラスチック	18 100.0	4 22.2	3 16.7	4 22.2	7 38.9	0 0.0
医薬品関連	9 100.0	4 44.4	2 22.2	1 11.1	2 22.2	0 0.0
化学（プラスチック、医薬品除く）	35 100.0	11 31.4	10 28.6	4 11.4	10 28.6	0 0.0
ゴム製品	7 100.0	1 14.3	2 28.6	1 14.3	3 42.9	0 0.0
窯業、土石製品	16 100.0	3 18.8	3 18.8	4 25.0	6 37.5	0 0.0
鉄鋼、非鉄金属	17 100.0	2 11.8	6 35.3	2 11.8	7 41.2	0 0.0
金属製品	33 100.0	12 36.4	5 15.2	8 24.2	8 24.2	0 0.0
一般機械	44 100.0	14 31.8	8 18.2	6 13.6	16 36.4	0 0.0
電気機械器具	97 100.0	30 30.9	21 21.6	8 8.2	35 36.1	3 3.1
輸送用機械器具	45 100.0	11 24.4	17 37.8	4 8.9	13 28.9	0 0.0
精密、医療用機械器具	17 100.0	4 23.5	8 47.1	1 5.9	4 23.5	0 0.0

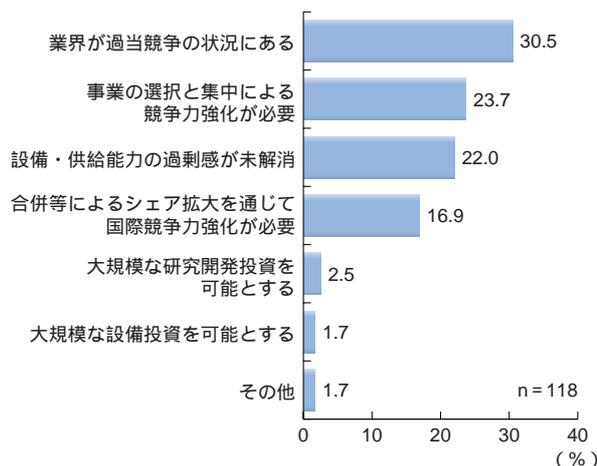
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

となっている（図121 - 44）。事業・企業再編は、生産・投資・物流の効率化、製品の競争力の向上、有効な生産技術の広範な活用といった経営の効率化の面で様々な効果を上げうるものであり、業種によってはこのような効果が必要と認識されていると考えられる。業種・企業の置かれている環境によって、これらの効果が実際に獲得できるか、またその必要があるか十分な検討を行った上で、経営判断を行っていくことが必要である。

また、我が国製造業企業の世界における位置付けを見ると、鉄鋼、乗用車のように我が国の製造業企業が、売上などの事業規模、収益性、研究開発投資額などで世界企業と同等かそれ以上の状況にある一方で、事業規模、収益性などで世界企業との差が大きく、一層の取組が期待される業種もある。製品別に見ても、液晶ディスプレイ、デジタルカメラ分野では、我が国のトップレベルの製造業企業が世界でもトップレベルである一方、半導体や携帯電話分野は、世界との格差が大きい。国際競争に打ち勝って

いける体制確立のため、分野によっては規模の確保に引き続き努力を続けることが必要であると考えられる（表121 - 45、表121 - 46）

図121 - 44 業界再編が必要な理由



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

表121 - 45 世界における我が国企業の位置付け（業種別）

	世界メジャー企業に占める日本企業の数	業界売上高1位企業の世界での順位	世界1位企業を100とした場合の日本1位企業の売上高	世界1位企業	営業利益率 (%)	研究開発費 (億円)	日本1位企業	営業利益率 (%)	研究開発費 (億円)
ガラス	3社 / 7社	1位	100	-	-	-	旭硝子	5.2	309
鉄鋼	2社 / 10社	2位	74	アルセロール	2.9	216	新日本製鐵	5.2	358
乗用車	3社 / 10社	4位	72	ゼネラルモーターズ	1.4	7,273	トヨタ自動車	8.5	5,925
半導体製造装置	5社 / 10社	2位	52	アプライドマテリアルズ	7.0	1,319	東京エレクトロン	0.2	501
セメント	1社 / 6社	3位	53	ラファージョ	14.6	65	太平洋セメント	5.0	68
紙パルプ	2社 / 10社	6位	39	インターナショナルペーパー	7.8	97	王子製紙	4.7	128
建設機械	2社 / 5社	2位	51	キャタピラー	9.1	823	コマツ	3.7	236
石油化学	0社 / 10社	12位	30	ダウケミカル	10.6	1,337	三井化学	5.4	371
医薬品	0社 / 10社	15位	26	ファイザー	36.4	6,490	武田薬品工業	29.7	1,242

備考：各社、売上高、営業利益率、研究開発費は2002年（外国企業）または2002年度（日本企業）の全社ベース。鉄鋼は世界1位企業の粗鋼生産量を100とした場合。建設機械・半導体製造装置の売上高・営業利益率は部門別データ。アプライドマテリアルズ社は2003年10月決算期データ。

資料：各社アニュアルレポート、有価証券報告書等より作成。

表121-46 世界における我が国企業の位置付け（情報通信分野・製品別）

	世界メジャー企業に占める日本企業の数	業界売上高1位企業の世界での順位	世界1位企業	世界1位企業を100とした場合の日本1位企業の売上高
半導体	3社/10社	東芝(3位)	インテル	33
携帯電話	3社/10社	パナソニックモバイルコミュニケーションズ(8位)	ノキア	13
液晶ディスプレイ	5社/10社	シャープ(1位)	シャープ	100
デジタルカメラ	5社/6社	キヤノン(1位)	キヤノン	100

- 備考：1. 日本企業は、2002年度データ。パナソニックモバイルコミュニケーションズは、旧松下通信工業株式会社のモバイルコミュニケーション部門の2001年度データ。インテル、サムスン電子、ノキアは2002年データ。
2. 半導体分野の東芝の売上高は、セグメント別売上高「電子デバイス」を用いているため、半導体以外の売上も一部含まれている。なお、東芝の電子デバイスは、半導体、液晶ディスプレイ、ブラウン管、特殊金属材料、電池等を含む。
3. 液晶ディスプレイ分野のシャープとサムスン電子のデータは単独決算値で比較。
4. 液晶ディスプレイ分野のシャープとサムスン電子、デジタルカメラ分野のキヤノンとソニーなど1位が変動する可能性も有り。

資料：各社アニュアルレポート、有価証券報告書等より作成。

## コラム 我が国製造業の再編

### 事例1 鉄鋼業界

鉄鋼業界では、90年代後半に、鉄鋼需要の成熟化、過剰な企業数の存在、グローバル化への対応から、欧州を中心に再編の動きが活発化した。我が国においても、2002年10月にNKKと川崎製鐵が持ち株会社である「JFEホールディングス」を設立し、2003年4月には事業統括会社が生産している。また、新日本製鐵も、神戸製鋼所や住友金属などと資本・業務提携を進めている。この結果、我が国の高炉業界は、「新日鐵グループ」と「JFEグループ」の2つのグループが形成されるに至っており、事業規模の拡大による収益力の向上も見られている。

### 事例2 製紙業界

製紙業界では、米国などを中心に世界企業が再編を繰り返し、事業規模を拡大している中で、我が国においても2001年3月に日本製紙と大昭和製紙が事業統合して日本ユニパックホールディングが設立された。この結果、我が国の製紙業界は、「王子製紙」と「日本ユニパックホールディング」が2大企業となった。しかし、国際的に見ると、事業規模の面で米国のインターナショナルペーパーなど世界的な企業との格差は残っており、今後本格化する中国などへの事業展開による規模の拡大が期待されている。

### 事例3 電気機械業界

電気機械業界では、1990年代以降、欧米企業やアジア企業との競合により、家電・半導体分野などで国内外企業を含めた再編の動きが見られている。例えば、半導体業界においては、NECと日立製作所が1999年にDRAM事業を統合して我が国唯一のDRAMメーカーであるエルピーダメモリを設立し、技術力の一層の向上に加え、業界トップのインテルから増資を求めると戦略的な経営を進めている。また、日立製作所と三菱電機が2003年にシステムLSI事業を統合してルネサス・テクノロジーを設立し、競争力の強化を目指している。さらに、携帯電話業界では、ソニーとスウェーデンのエリクソンが、ソニーの端末デザイン性とエリクソンの無線技術力の融合に向けて事業統合・業務提携を行い2001年にソニー・エリクソン・モバイルコミュニケーションズを設立している。

活性化に資する対日直接投資

我が国製造業にとって、対日直接投資は、外国企業によりもたらされる高度な技術・経営ノウハウの移転によって技術力や経営能力を向上したり、外国企業が提供する新しいサービスや低コストのサービスの利用を可能とするものであり、これによって、我が国製造業の競争力強化に貢献することが期待されるものである。

我が国の経済規模に比した対内直接投資の受入規模の潜在力は、世界上位20か国・地域内に位置付けられ、高い水準になっているが、経済規模に比した対内直接投資の実績額は、下位20か国・地域に位置付けられる状況にある（表121 - 47）

我が国の製造業に対する直接投資額を見ると、1991年以降3,000億円台以下で推移してきており、1999年度に急増したものの、2002年度は約8,000億円の規模にとどまっている。

このように、対日直接投資は経済規模に比して低水準にとどまっており、今後更なる投資が期待されるものの、これまでの投資による効果も一定程度見受けられる。

例えば、日産自動車は、経営再建策として、1999年からフランスのルノーと提携を行って出資を受け入れ、カルロス・ゴーン氏を社長として迎え入れた。その後、「日産リバイバル・プラン」を打ち出し、責任体制の明確化、コスト削減、過剰生産能力の削減などによって経営を変革し、業績を急激に回復している。このような改革の影響は、部品・資材調達企業の絞り込みなどを通じて、鉄鋼業を始め様々な産業に影響を及ぼす広範なものとなっている。

また、製造業以外の通信、金融・保険業、ビジネス支援分野などに対する対日直接投資は増加傾向にあり、1998年以降、1兆円超の規模で推移して製造

業向け対日直接投資を上回っており、製造業に良い影響を与えることが期待される（図121 - 48）。我が国政府は、2003年3月の対日投資会議において「対日直接投資促進策の推進について」を決定し、5年後に対日直接投資残高を倍増するという目標を掲げ、その実現を目指す施策の実施を決定している。今後、対日直接投資の拡大が実現し、我が国製造業の競争力強化に資することが期待される。

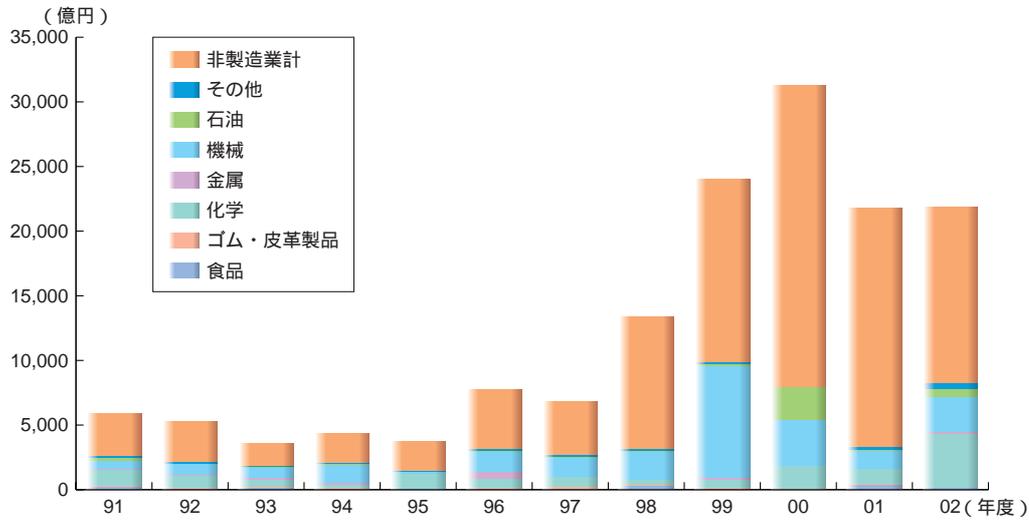
表121 - 47 対内直接投資の実績と潜在力の順位

順位	対内直接投資の実績	対内直接投資の潜在力
1	ルクセンブルク	米国
2	アンゴラ	シンガポール
3	香港（中国）	ノルウェー
4	アイルランド	英国
5	マルタ	カナダ
6	シンガポール	ドイツ
7	スウェーデン	スウェーデン
8	オランダ	ルクセンブルク
9	デンマーク	オランダ
10	ブルネイ	フィンランド
11	チェコ	アイルランド
12	ガンビア	日本
13	ニカラグア	香港（中国）
14	ボリビア	フランス
15	カザフスタン	スイス
:	:	:
125	バングラディシュ	:
126	ルワンダ	:
127	コンゴ	:
128	日本	:
129	オマーン	:
130	ネパール	:

備考：1999-2001年の順位。対象は140国・地域。対内直接投資のパフォーマンスとポテンシャルは、国連貿易開発会議（UNCTAD）が算出。対内直接投資のパフォーマンスは、各国の対内投資額の対世界シェア÷各国のGDPの対世界シェア。対内直接投資のポテンシャルは、市場規模以外の複数項目（実質GDP成長率、一人あたりGDP、輸出額や研究開発投資の対GDPシェア、固定・移動通信インフラ環境、人材、カントリーリスク、資源輸出・電気自動車部品輸入・サービス輸入の対世界シェア、対内直接投資ストック）により指標化。

資料：国連貿易開発会議（UNCTAD）「World Investment Report」より作成。

図121 - 48 業種別対日直接投資額の推移



資料：財務省「対内直接投資報告・届出実績」

### (3) 高成長する中国経済において進展する我が国製造業の事業展開と課題

中国経済は、電子機器、輸送機械、鉄鋼、化学など製造業を中心に高成長を継続したことから、経済規模・輸出入ともに、2003年においても大きく拡大している。

これまで我が国製造業は、電気・電子産業を始めとする機械産業を中心に中国における生産拠点を拡充し、コストメリットなどを活かしてきた。最近では、中国において低廉かつ豊富な労働力に注目した普及品生産や単純な組立に係る生産ラインの展開を行う一方で、我が国の製造基盤の強みを活かすことができる高機能な部素材や戦略製品の生産を国内に展開して輸出するという、日本及び中国に立地することによるそれぞれの強みを活かした体制をより本格的に構築し始める企業も増えてきている。実際、我が国の中国向け輸出は、半導体などのデバイスやAV機器に関する部品、一般機械といった製品の輸出が大きく伸びたことなどにより急増した。我が国製造業企業の中国における事業展開は、低廉な労働力の活用というこれまでの単発的な取組を超えて、国内から供給する高機能な部素材などを組み合わせて、国内外が有機的に事業活動を進めていく新たな局面に入りつつあると考えられる。

また、中国の急成長は沿海部などの都市部を中心

に富裕層を生み出しており、近年は中国を生産拠点としてのみならず、販売先として重視する傾向も高まっている。汎用技術で対応可能な普及品においては、中国地場メーカーが成長してきているために生産過剰や激しい価格競争に陥っているなど、収益を確保するには至っていないところもあるが、高度な技術やブランド力を活かす付加価値の高い品目では我が国製造業を中心とする外資系が強みを発揮し、中長期的に収益を確保することも見込まれる。

一方、急成長する中国経済には、高成長であるがゆえの課題も見られる。中国の需要拡大に伴う、工業原材料の国際価格や国際海上運賃の高騰は我が国も含めて国際的に影響を及ぼしている。また、中国における事業展開については、人民元レート問題を始めとする金融・為替動向及び制度、エネルギー不足、税制などの施策の透明性、知的財産権の保護、インフラ整備などに係る懸念すべき要素もみられる。

#### 高成長を維持する中国経済

##### (ア) 好調なマクロ経済

2003年における中国経済は、SARS（重症急性呼吸器症候群）発生による一時的な影響が見られたものの基本的には高成長を継続した。この結果、実質経済成長率は9.1%を実現し、国内総生産が1兆4,140億ドルとなり、世界経済に占める中国経済の名目GDP

シェアは2001年時点の3.7%から更に上昇したものと見込まれる(図121-49)。また、1人当たり名目GDPも2003年には1,096ドルとなって、初めて1,000ドルを突破した。今後も、2008年の北京夏季五輪大会、2010年には上海万国博覧会と大型のイベントが控える中国経済は、2004年以降も基本的に引き続き高成長を維持することが見込まれている。

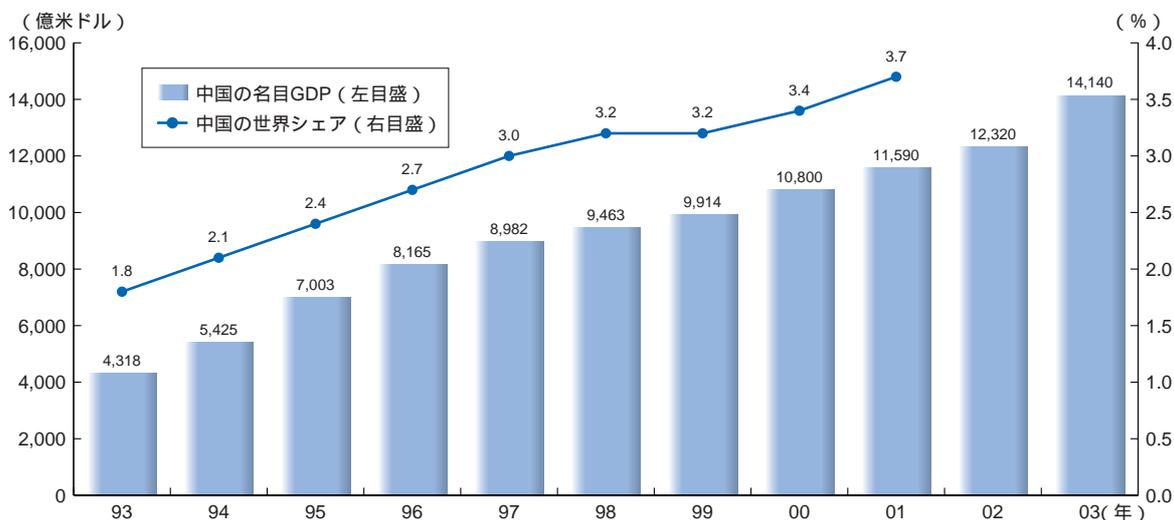
(イ) 拡大する中国の製造業の生産

中国の経済成長を牽引しているのは、GDPの成長を上回る伸びを示している工業である。2003年の第二次産業の伸びは12.5%と1995年以来の高い水準で推

移するなど、1990年代以降における中国の工業の伸びは一貫してGDPの伸びを上回っている(表121-50)。また、2003年のGDP成長に対する第二次産業の寄与については、中国国家統計局の発表によると、9.1%の経済成長率のうち6.5%となっており、中国経済の成長にとって工業は重要な牽引役となっている。

業種別に見ると、電気・電子製品や自動車といった機械産業や鉄、化学などの素材産業が工業生産高及び工業付加価値の拡大を牽引している。工業生産高の拡大については、その1割強を占める電子及び通信設備製造を始めとして、自動車などの交通運輸設備製造、化学、鉄精錬及び圧延加工、紡織、そし

図121-49 中国の名目GDPと世界シェア



備考：2002～2003年は中国国家統計局(NBS)公表数値。  
資料：World Bank「World Development Indicators」

表121-50 中国の実質GDP

	実質GDP											
			第一次産業		第二次産業		工業		建築業		第三次産業	
	1978=100	前年比 (%)										
91	307.6	9.2	195.2	2.4	346.3	13.9	348.8	14.4	327.4	9.6	395.0	8.8
92	351.4	14.2	204.4	4.7	419.5	21.1	422.6	21.2	396.2	21.0	444.0	12.4
93	398.8	13.5	214.4	4.7	502.8	19.9	507.5	20.1	467.5	18.0	491.3	10.7
94	449.3	12.7	222.6	4.0	595.2	18.4	603.5	18.9	531.5	13.7	538.3	9.6
95	496.5	10.5	233.7	5.0	677.7	13.9	688.2	14.0	597.4	12.4	593.4	10.2
96	544.1	9.6	245.6	5.1	759.8	12.1	774.3	12.5	648.2	8.5	629.4	6.1
97	592.2	8.8	254.2	3.5	839.4	10.5	861.9	11.3	665.2	2.6	687.1	9.2
98	638.5	7.8	263.1	3.5	914.2	8.9	938.6	8.9	725.2	9.0	744.1	8.3
99	684.1	7.1	270.5	2.8	988.6	8.1	1,018.6	8.5	756.2	4.3	801.6	7.7
00	738.8	8.0	277.0	2.4	1,081.5	9.4	1,118.4	9.8	799.3	5.7	866.5	8.1
01	794.2	7.5	284.8	2.8	1,172.3	8.4	1,215.7	8.7	853.7	6.8	939.3	8.4
02	857.4	8.0	293.1	2.9	1,287.2	9.8	1,337.3	10.0	928.8	8.8	1,009.7	7.5
03	935.4	9.1	300.4	2.5	1,448.1	12.5					1,077.3	6.7

備考：2003年は中国国家統計局公表資料に基づき計算。  
資料：中国統計年鑑、中国統計摘要、中国経済景気月報

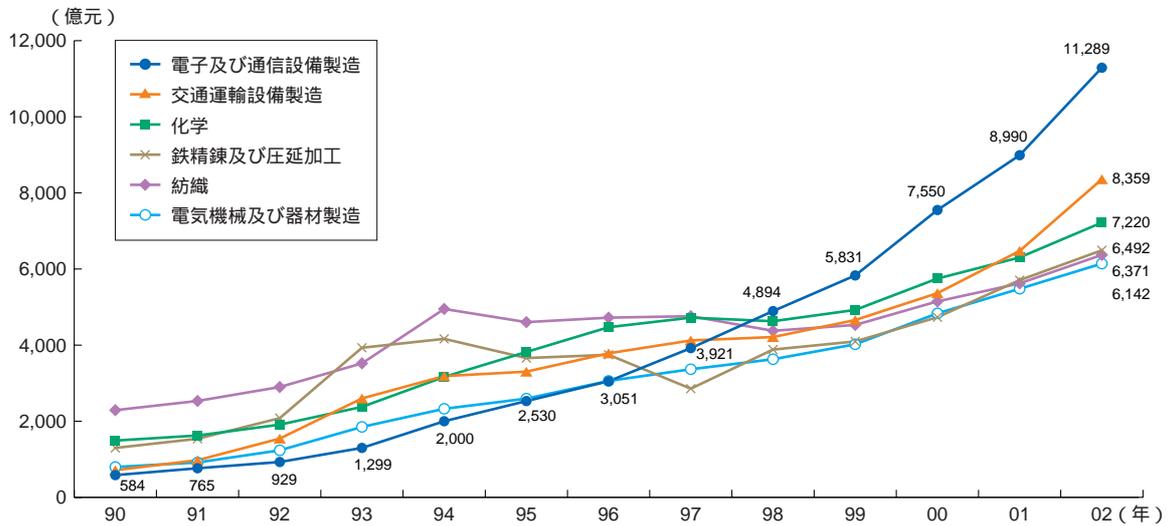
て電気機械及び器材製造などが大きく寄与しており、付加価値の拡大についても、これらの業種が大きな役割を果たしている（図121 - 51）。

1990年代を通じた業種別の生産動向を見ると、1990年代前半は工業を牽引する主役は繊維であったが、1990年代後半からは、化学や交通運輸設備製造が、1990年代末からは電子及び通信設備製造が急速な勢いで成長した。中国はエアコンやテレビなどの家電製品では世界一の生産高を記録するなど電気機器の一大生産拠点となっているが、汎用技術による

製品分野に多数の企業が参入して厳しい価格競争が行われていることもあって、電気機械及び器材製造の生産額の拡大ペースは上位6業種の中では相対的に緩やかであり、近年は電子及び通信設備製造と交通運輸設備製造の比重が高まる傾向にある。

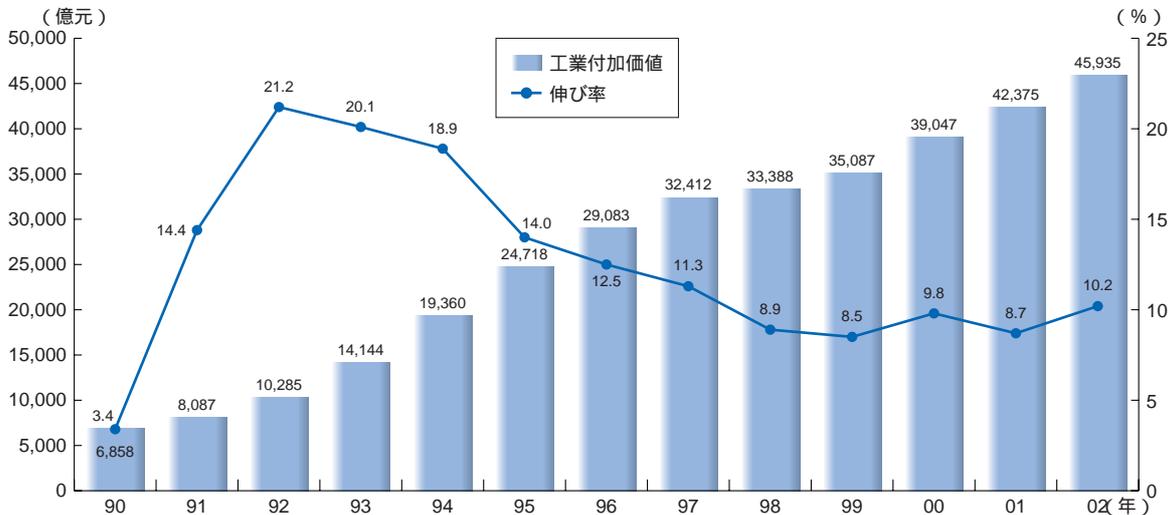
中国の工業は生産規模を拡大するにつれて、産出する付加価値も増大させている。2002年の付加価値額は4兆5,935億元と、1990年時点の7倍弱に達している（図121 - 52）。業種別に付加価値額の推移を見ると、どの業種も一貫して付加価値を向上させてい

図121 - 51 中国製造業の業種別生産高（上位6業種）



資料：中国統計年鑑

図121 - 52 中国の工業付加価値額とその伸び率



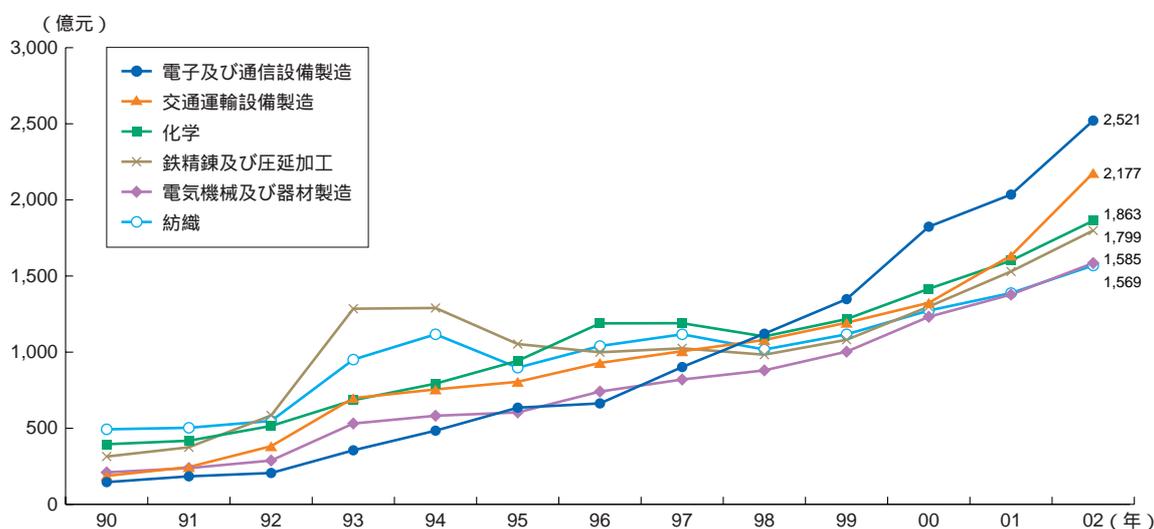
資料：中国統計摘要

る。1990年代を通じた業種別の付加価値産出の動向を見ると、1990年代初頭は繊維や雑貨などの日用品が主流であったが、外資の積極的な導入効果もあり、近年では半導体チップや電子製品などの電子及び通信設備製造、自動車などの交通運輸設備製造などが付加価値産出の主力となっている。これらについては、特に1990年代後半になってからの伸びが著しく、電子及び通信設備製造は1992年から2002年までの10年間に付加価値を10倍以上に伸ばしており、工業生産額のみならず付加価値額で見ても中国国内最大の

工業分野となっている（図121 - 53）

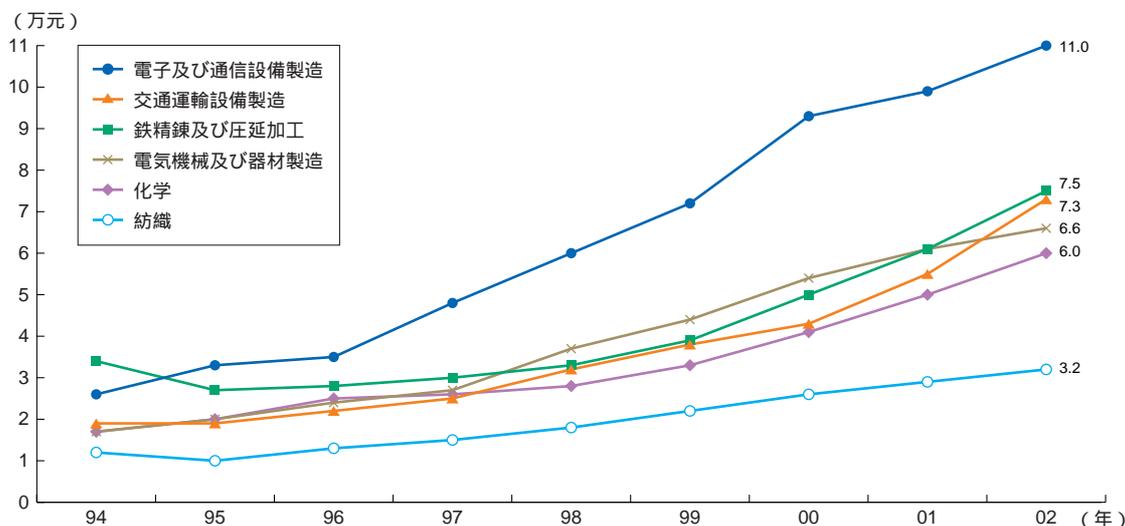
また、中国の製造業は、単純組立ラインなどによる労働集約的産業が多いものの、最近の動向を見ると、いずれの業種においても労働投入当たりの付加価値額は高まりつつある（図121 - 54）。特に、電子通信機器、家電といった製品の労働投入当たりの付加価値額は極めて高く、伸び率も高い。こうした製品分野においては、外資の積極的な投資により最新の効率的な生産システムが導入されていることも影響していると考えられる。

図121 - 53 中国製造業の業種別に見た工業付加価値額（上位6業種）



資料：中国統計年鑑

図121 - 54 中国製造業の業種別に見た労働力人口当たりの付加価値額（上位6業種）



資料：中国統計年鑑

(ウ)めざましく成長する主要4業種の生産

このように中国の経済成長を牽引している工業生産を業種別に見ると、外資導入の状況や国内市場の拡大の状況、世界経済への影響などは様々である。例えば加工組立型産業に多い外資導入についても業種によって政府の政策には幅がある。また、国内市場については、携帯電話や自動車のように今後とも市場拡大余地が大きいものもあれば、一部の家電のように生産過剰に陥っている産業もある。また、素材産業においては、GDPの規模に比して過大に生産・需要している品目も多く、中国の生産・需要動向が国際市況を大きく変動させ、世界の製造業に影響を及ぼしている。

#### <電子通信機器産業>

電子通信機器産業は1990年から2002年までの間に生産額が約20倍となるなど飛躍的發展を遂げているが、1990年代の前半は外資系企業が、後半は中国の国内企業が生産拡大に大きく寄与している。

パソコンについては、1990年には約8万台であった生産量が、2002年には約1,463万台になるなど、生産量は約180倍に拡大した(表121-55)。1990年代前半は、中国政府の政策変更もあってIBMなど米国の主要企業が中国市場へ相次いで本格的に参入し生産を拡大したが、1990年代後半からは国内企業の成長が顕著であり、1996年には「聯想」が外資系企業のシェアを抜いて国内最大の企業となっている。

携帯電話については、2002年の携帯電話加入者数は2億件を超えるなど中国の市場の拡大を背景に、生産量も、2000年の5,248万台から、2002年の1億2,464万台と2年間で2倍以上となった。今後の内陸部への携帯電話の普及を視野に入れると、中国が世界最大の携帯電話機市場としての位置付けを高める

表121-55 主なハイテク工業製品の生産量

		90年	95年	99年	00年	01年	02年
集積回路	万個	10,838	551,686	415,000	588,000	636,288	963,100
ファクシミリ	万台	-	136.1	160.0	196.3	318.2	297.3
複写機	万台	2.44	21.8	210.3	156.6	144.1	207.3
携帯電話	万台	-	-	-	5,247.9	8,031.7	12,146.4
コンピュータ	万台	-	1,416	8,199	8,625	15,040	26,622
パソコン	万台	8.21	83.6	405.0	672.0	877.7	1,463.5

資料：中国経済摘要、中国統計年鑑

可能性が高い。以前はノキアやモトローラなどの外資系企業が圧倒的なシェアを占めていたが、近年は、「普天東方通信集団」や「寧波波導」、「TCL集団」といった国内企業の成長が顕著となっている。我が国の携帯電話機メーカーの中国市場への参入は遅れ、2001年の生産台数シェアは日系トップメーカーでも3.7%に止まってきた。日系メーカーが第三世代携帯電話の普及を目的とする合併会社を中国に立ち上げる動きが見られ、また、我が国が得意とする高機能付き携帯電話が中国で普及することも期待されており、このような取組、市場の変化を通じて、我が国携帯電話機メーカーの中国事業が拡大することが期待されている。

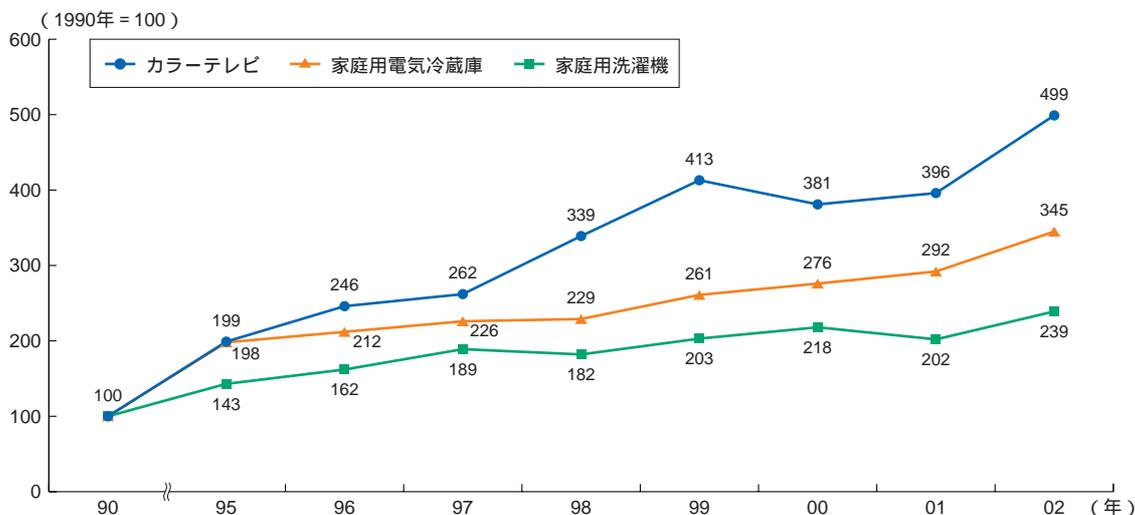
#### <電気機器産業>

中国の電気機器産業の主力工業製品である家電製品を見ると、テレビや洗濯機、冷蔵庫などの白物家電は1990年代に大きく生産を伸ばした後、1990年代末から一時ほぼ横這いで推移したものの、2002年には再び生産を伸ばしている(図121-56)。

家電製品は早くからモジュール化が進み、国内外から部材を調達すればそれほど高度な技術を持たなくても生産に参入できるものも少なくなく、中国国内にも有力な地場メーカーが育っている。以前は、中国の家電製品のシェアの上位は日系企業を始めとする外資系企業によって占められていたが、1990年代に入ってから地場メーカーが販売の上位を占めるようになってきている。例えば、現在世界一の生産量となっている中国のブラウン管カラーテレビ生産は、「TCL集団」や「長虹」といった国内企業が上位を占めている。

このような地場メーカーの著しい成長により、家電製品の中には、生産過剰に陥り、コスト競争が激しさを増している製品も少なくない。特に、エアコンは、2002年の生産量が1990年に比べて130倍となっており、中小の規模の企業をも合わせると、中国全土では200社以上のエアコンの製造企業が存在すると言われており、生産過剰状態にあると考えられる(図121-57)。1998年に持家政策が導入され、短期間のうちに中国の持家率は約9割に高まる中で、当初は日系企業に代表される外資系企業がエアコン生産

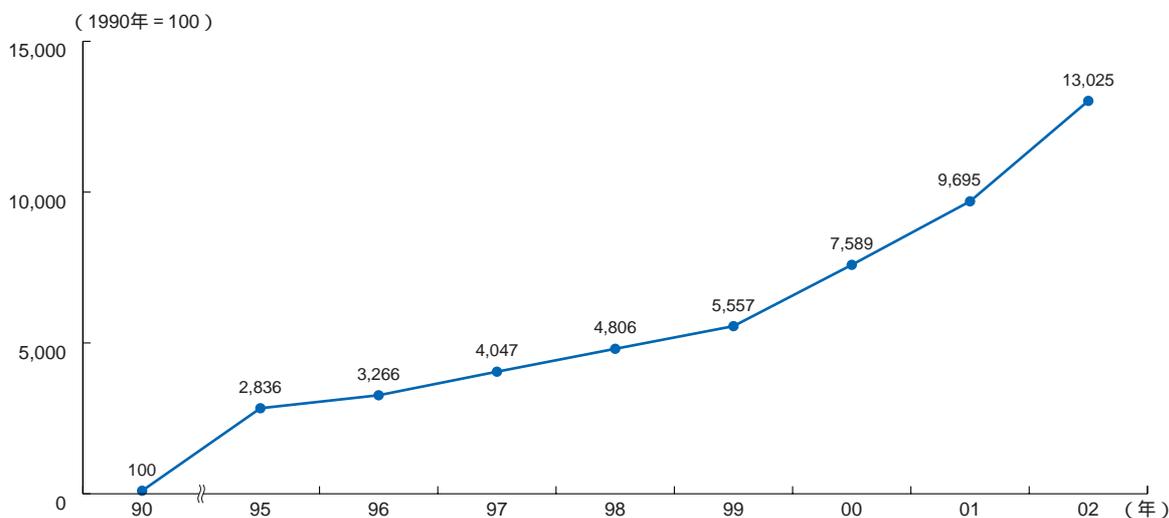
図121-56 中国の主な工業製品の生産量（家電製品）



		90年	95年	96年	97年	98年	99年	00年	01年	02年
カラーテレビ	万台	1,033.0	2,057.7	2,537.6	2,711.3	3,497.0	4,262	3,936	4,094	5,155
家庭用電気冷蔵庫	万台	463.06	918.54	979.65	1,044.43	1,060.00	1,210	1,279	1,351	1,599
家庭用洗濯機	万台	662.7	948.4	1,074.7	1,254.5	1,207.3	1,342.2	1,443.0	1,341.6	1,587.1

資料：中国統計年鑑、中国統計摘要

図121-57 中国の主な工業製品の生産量（エアコン）



		90年	95年	96年	97年	98年	99年	00年	01年	02年
ルームエアコン	万台	24.1	682.6	786.2	974.0	1,156.9	1,337.6	1,826.7	2,333.6	3,135.1

資料：中国統計年鑑、中国統計摘要

における主導的な役割を果たしたが、現在では、「美的」、「格力」、「海爾」、「海信」、「春欄」などの有力な地場企業がシェアの上位を占めながら、大幅に生産を拡大するに至っている。供給過剰体制から、このような大手地場ブランド間でも価格競争が行われており、2003年には、エアコンの価格は、史上最低

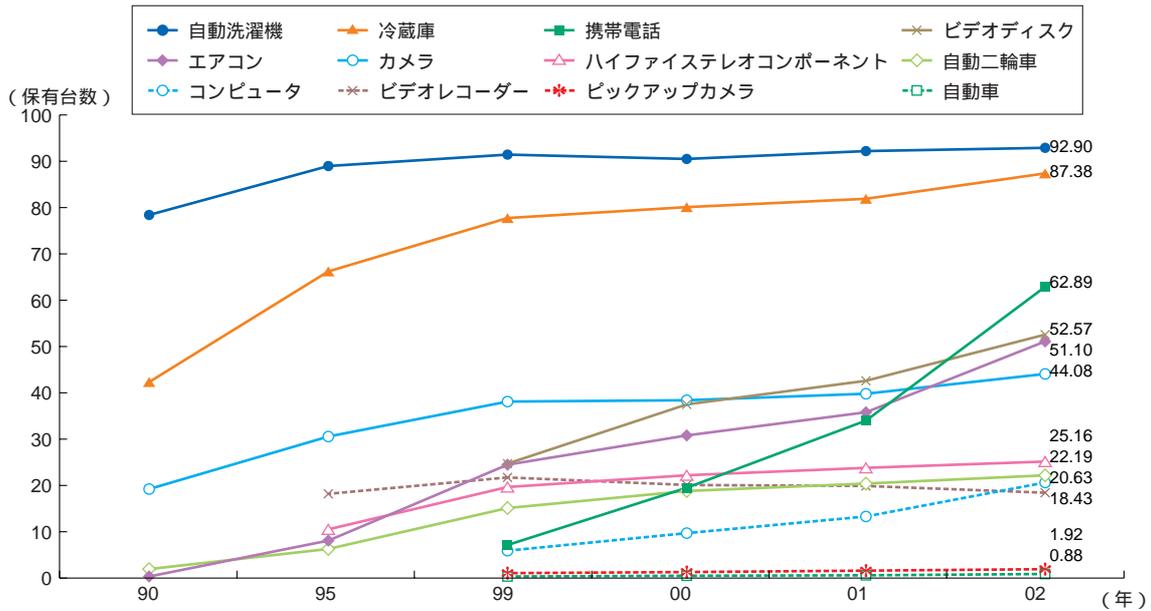
となっている。

このような中、日系企業は、近年、中国で単に安価なモデルを生産販売するのではなく、最新鋭のモデルを生産販売する傾向が強まっている。また、中国の国内企業の一部には、高機能・高性能といった新たな価値を賦与することにより、自らの製品を差

別化する動きも見られる。エアコン・トップブランドの「美的」は、室内の化学汚染問題解決をテーマに掲げ、除菌・換気・ハウスダスト除去機能のついたエアコンを製品化している。農村部を含む全国レベルでも普及率が高まりつつある洗濯機、扇風機、

冷蔵庫、カラーテレビといった白物家電については、今後、日系企業のほか、地場企業でもこのような差別化の取組が進展するものと考えられる(図121-58、表121-59)。

図121-58 耐久消費財の都市住民への普及率(100戸あたりの保有量)



資料：中国統計年鑑

表121-59 主要耐久消費財の全国・特定都市への普及率(100戸あたりの保有量、2002年)

地区	自動二輪車 (台)	自転車 (台)	乗用車 (台)	オーディオコンポ (台)	洗濯機 (台)	扇風機 (台)	冷蔵庫 (台)	フリーザ (台)	カラーテレビ (台)
全国	22.19	142.71	0.88	25.16	92.90	182.57	87.38	6.81	126.38
北京	5.54	201.15	4.05	34.93	98.58	148.69	101.62	15.44	148.43
上海	2.88	123.60	0.25	31.77	91.15	223.30	102.82	2.12	157.78
広東	71.28	143.18	3.33	51.65	97.33	298.49	89.67	1.46	149.29

地区	ビデオディスクプレイヤー (台)	コンピュータ (台)	ビデオレコーダー (台)	テープレコーダー (台)	ピックアップカメラ (台)	カメラ (台)	ピアノ (台)	ファクシミリ (台)	オープン (台)
全国	52.57	20.63	18.43	47.87	1.92	44.08	1.76	0.59	30.91
北京	52.34	55.54	49.40	73.65	9.25	99.56	3.23	1.52	73.12
上海	57.78	47.25	40.52	74.90	4.03	76.60	3.60	1.92	86.12
広東	73.36	44.70	19.60	52.63	2.89	57.10	2.98	2.03	48.00

地区	エアコン (台)	電気調理器 (台)	食器洗い機 (台)	健康器具 (台)	掃除機 (台)	有線電話 (台)	携帯電話 (台)
全国	51.10	96.02	0.44	3.74	12.16	93.65	62.89
北京	106.46	98.05	0.71	9.22	32.49	101.73	94.05
上海	113.87	162.68	0.28	7.70	50.12	80.07	80.17
広東	125.54	101.58	0.99	6.23	10.19	122.88	122.88

資料：中国統計年鑑

<輸送機械産業>

近年の輸送機械産業の生産増加を牽引しているのは自動車産業、特に乗用車である。自動車の生産量は1990年の51万台から2002年には325万台と約6倍となっているが、乗用車の生産台数の伸びは特に著しく、2002年1年間で乗用車の生産量は1.5倍に拡大した(図121-60)。さらに、中国国家統計局の統計によると2003年の乗用車の生産量は206.89万台となり、2003年1年間だけで生産規模が更に約2倍に拡大したことになる。

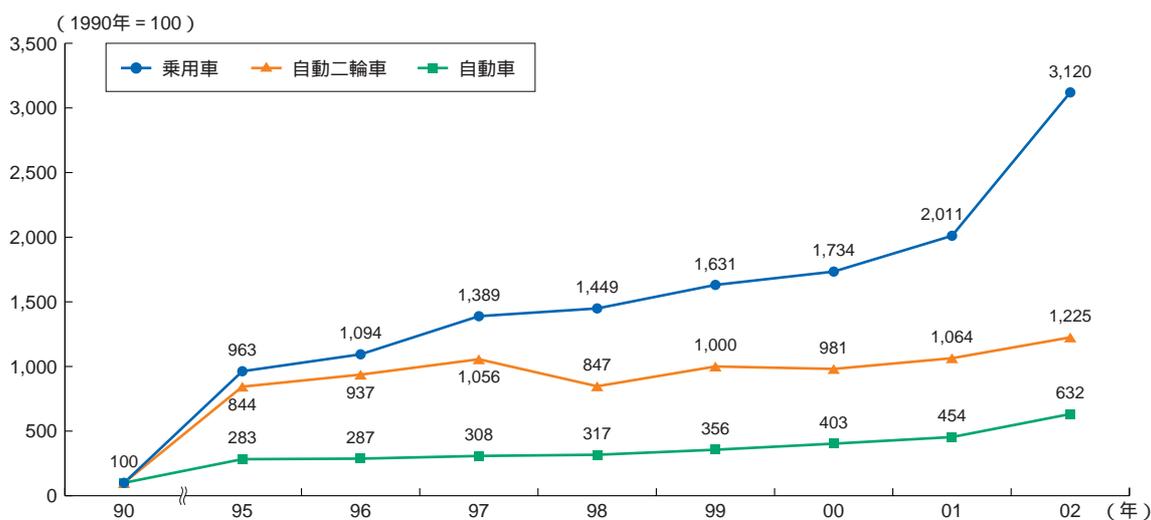
このような中国における自動車の生産の拡大には、外資系企業の果たした役割が大きい。例えば、フォルクスワーゲン(「VW」)は、1980年代から進出しており、現在でも上海VWと一汽VWのVWグループだけで中国乗用車生産台数の約3割のシェアを占めている。同社以外の外資系企業も中国市場の成長性に着目し、1999年以降、トヨタ、日産、フォード、フィアット、現代、起亜が相次いで進出した。近年では、日系自動車メーカー及び自動車部品企業による事業展開が急速に進められている(図121-61)。

中国における乗用車生産は、家電やパソコンなどとは異なり、ほとんどが中国市場向けであり、空前

のマイカーブームに湧くなど、中国国内の乗用車需要が旺盛になっていることの反映でもある。従来、乗用車は一般市民には手が届きにくい高額商品であったが、急速な経済発展による所得の上昇もあり、乗用車に対する購入意欲が高まっている。中国の乗用車市場は今後も拡大が予想されており、2004年の中国の乗用車生産台数は260万台以上に達するとの予測も見られる。一方、中長期的には、中国全土での生産能力増強体制の状況から供給過剰を懸念する指摘も一部ではなされている。

中国の乗用車市場が拡大する過程では、乗用車生産に参入する地場企業との関係で、特許、意匠、商標の侵害といった知的財産にかかる紛争の深刻化が懸念されている。また、最近では、自動車メーカー間の競争激化により、自動車販売価格の下落が顕在化しつつある。中国市場では、WTO加盟時の約束において、2005年1月から自動車輸入割当が廃止され、2006年7月には完成車の関税率が現行の34.2%から25%まで引き下げられることとなっているため、国内生産車と輸入車との競合も価格面を含めて更に激しくなることが予想されている。

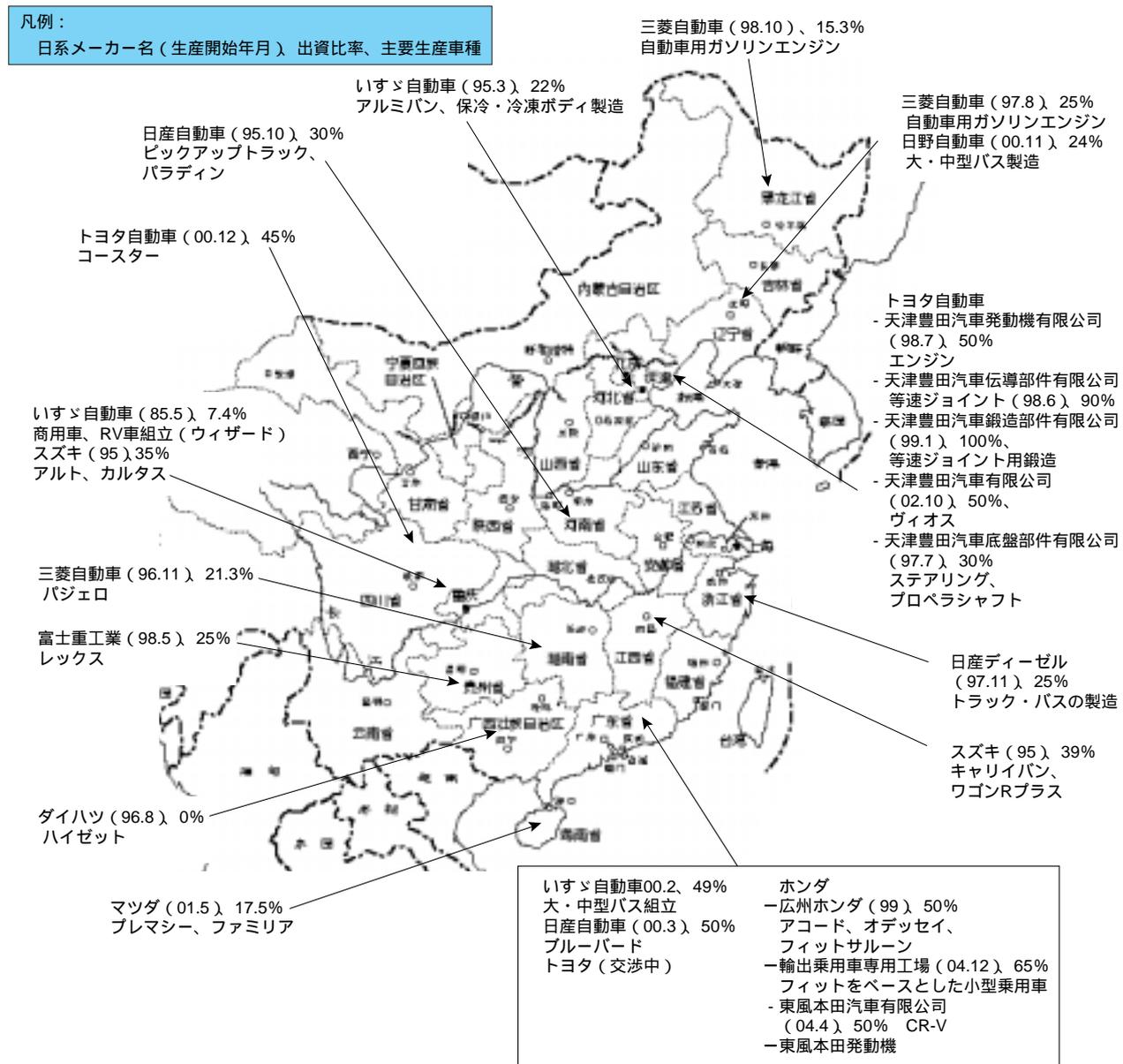
図121-60 中国の主な工業製品の生産量(輸送機械)



	単位	90年	95年	96年	97年	98年	99年	00年	01年	02年
自動車	万台	51.4	145.3	147.5	158.3	163.0	183.2	207.0	233.4	325.1
乗用車	万台	3.5	33.7	38.3	48.6	50.7	57.1	60.7	70.4	109.2
自動二輪車	万台	97.9	825.4	916.8	1,033.4	829.1	978.2	960.2	1,041.5	1,198.8

資料：中国統計年鑑、中国統計摘要

図121 - 61 中国に進出している日系自動車メーカーの主要拠点



資料：日刊自動車新聞社・（社）日本自動車会議所「自動車年鑑ハンドブック2003～2004年版」、FOURIN「2010年中国自動車市場展望」

<素材産業>

著しい工業生産の拡大を続ける中国においては、工業原材料である化学繊維、鋼材、板ガラス、セメントといった素材に対して大きな需要が発生し、大規模な設備投資による増産が相次いでいる（図121 - 62）。

化学繊維は政府の手厚い保護政策の下で急速な発展を遂げてきた産業であり、現在では世界の化学繊維の約4分の1は中国で生産されている。

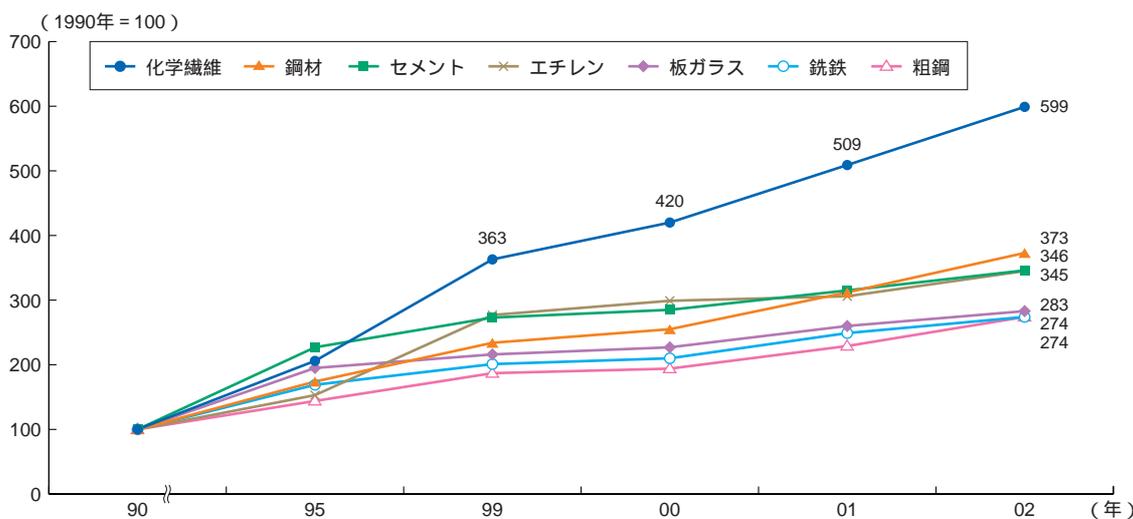
また、1996年に我が国を抜いて世界第一位となった中国の粗鋼生産量は、その後も拡大を続け、2003年には2億2,000万トンにも達し、世界生産が過去最高水準である9億4,514万トンを記録する要因となった。中国は、自動車製造向けの高張力鋼板や亜鉛処理鋼板など現状の中国の技術では十分対応できない

製品を中心に、我が国などから鋼材を多量に輸入している。2004年も更に中国の粗鋼生産は拡大する見込みであるが、旺盛な需要を背景に輸入も拡大することが見込まれ、世界の鋼材需給は逼迫傾向となると見込まれている。

化学についても、2003年の中国のエチレン生産が600万トンの大台を突破するなど、現時点における旺盛な需要に対する供給不足から、中国やシンガポール、中東などでエチレンセンターの建設が予定されるなど、生産能力の増強が継続している。

また、中国では板ガラスの生産も急増しており、フロート法による板ガラスの生産ラインは2000年下期に6本増設され、2001年には更に15本が完成するなど生産能力増強が続いた結果、2002年に中国のガラス市況は最低価格を記録するに至っている。

図121 - 62 中国の主な工業製品の生産量（素材製品）



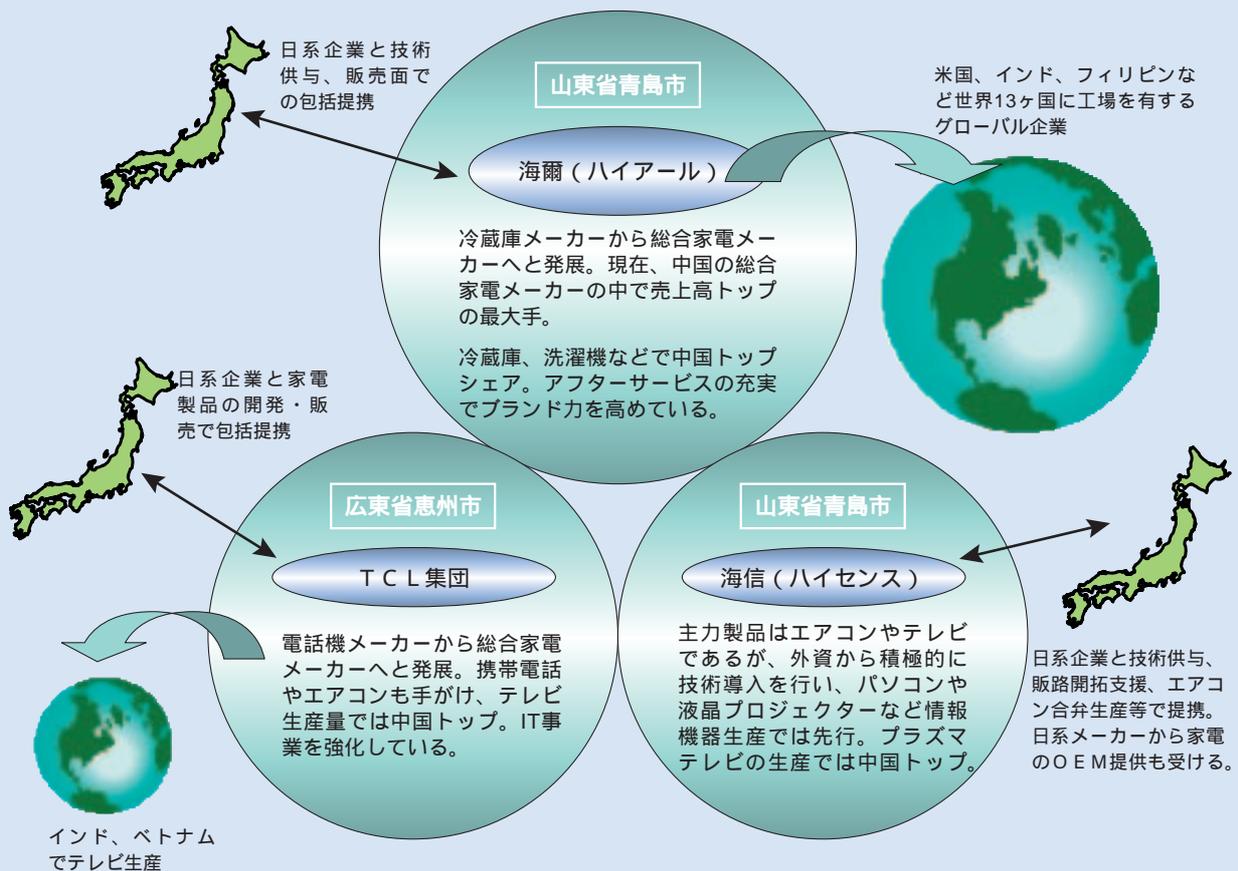
		90年	95年	99年	00年	01年	02年
化学繊維	万トン	165	341	600	694	841	991
鋼材	万トン	5,153	8,980	12,057	13,146	16,068	19,218
セメント	万トン	20,971	47,561	57,300	59,700	66,104	72,500
エチレン	万トン	157	240	435	470	481	543
板ガラス	万重量ケース	8,067	15,732	17,420	18,352	20,964	22,801
銑鉄	万トン	6,238	10,529	12,539	13,101	15,554	17,075
粗鋼	万トン	6,635	9,536	12,426	12,850	15,163	18,155

資料：中国統計年鑑

家電においては、中国の地場企業が海外の企業のOEM（相手先ブランド製造）などで着実に技術を蓄積するなどによって大きく成長しており、近年では、外資系企業との提携も目立つようになってきている（図121 - 63）

中国を代表する家電メーカーとしてまず挙げられるのが、海爾（ハイアール）である。山東省青島の洗濯機工場が前身であり、ドイツから技術供与を受けて冷蔵庫メーカーに転じた後、中国を代表する総合家電企業に発展した。冷蔵庫、エアコン、洗濯機、食器洗い機その他の家電を製造するほか、プラスチック部品などを手がける多数の会社を有する。1990年代からは海外にも事業展開を始め、ドイツ、インドネシア、フィリピン、マレーシア、イラン、アメリカ、イタリアで現地生産を行うまでになっている。2002年1月には、三洋電機と販売面での提携を行ったほか、韓国のLGとデジタルテレビに関して提携を結び、香港の企業とは携帯電話の生産で提携関係を結ぶなど、家電普及品から高機能品・IT製品への重点化を進めている。

図121 - 63 中国の主要な地場家電メーカー



資料：各種資料より経済産業省作成。

同様に中国の代表的な家電メーカーであるTCL集団は、当初は家庭電器製品メーカーであったが、1985年から手がけた電話機事業が成功し、固定電話機生産では中国国内最大の企業となるとともに、2001年にはテレビ生産量でも首位に立った。松下電器産業や蘭フィリップスとは製品販売や技術提供に関する包括的提携を行うとともに、仏トムソンとカラーテレビの合併事業を行い、欧州市場におけるTCLブランドの展開を目指している。

もう一つの代表的家電メーカーである海信も山東省青島を本拠地としており、当初はトランジスタ・ラジオを生産していた会社である。テレビやエアコンといった家電のほか、パソコン、携帯電話やネットワーク設備などのIT関連製品の事業に取り組み、きめ細かいアフターサービスでシェア拡大を図ってきた。同社は2002年にシャープとOEM提携を行い、シャープが中国工場で生産した冷蔵庫を海信ブランドとして中国国内で販売することとなった。これは、日本メーカーの製品が、日系ブランドではなく、地場ブランドとして販売されるものであり、家電製品における中国地場企業のブランド競争力が高まっていることを表している。

## コラム 中国の電子通信機器メーカー

中国の携帯電話市場においては、ノキア、サムソン、モトローラなどの外資系メーカーが引き続き高いシェアを有しているものの、国内企業の成長も著しい。携帯電話における中国の有力な国内企業は、東方通信、聯想、寧波波導、夏新電子、熊猫電子集団、TCL移動通信などである。これらの国産メーカーは、デザインハウス（設計受託会社）に設計を委託するとともに、基幹部品を海外から調達しながらEMS（製造受託会社）に製造を委託して、次々と新機種を発売し、市場シェアを高めてきている。

## コラム 中国の自動車メーカー

中国の自動車産業は、2000年代に入り、その構造が大きく変化した。中国政府は1990年代初頭に、国内に100社以上存在している自動車メーカーを主要8社に集約する「三大三小二微」体制を打ち出したが、2000年代に入ってから国内の有力自動車メーカーを更に三大グループに集約する方針を明らかにした。

このような動きを受けて、中国国内の自動車産業は、技術、生産性、ブランドの面で優位性をもつ外資系企業との合併などが行われつつ、再編が進んでいる。第一汽車は、1991年よりVWと合併事業を展開する一方で、2002年6月にトヨタ自動車と合併事業を展開していた天津汽車を買収、同年8月にはトヨタ自動車と包括提携を締結した。

上海汽車は、VW、ボルボやGMとも合併するなど外資との資本提携を積極化している。同社とVWとの合併による上海VWは中国国内で最大の乗用車生産を行っている。

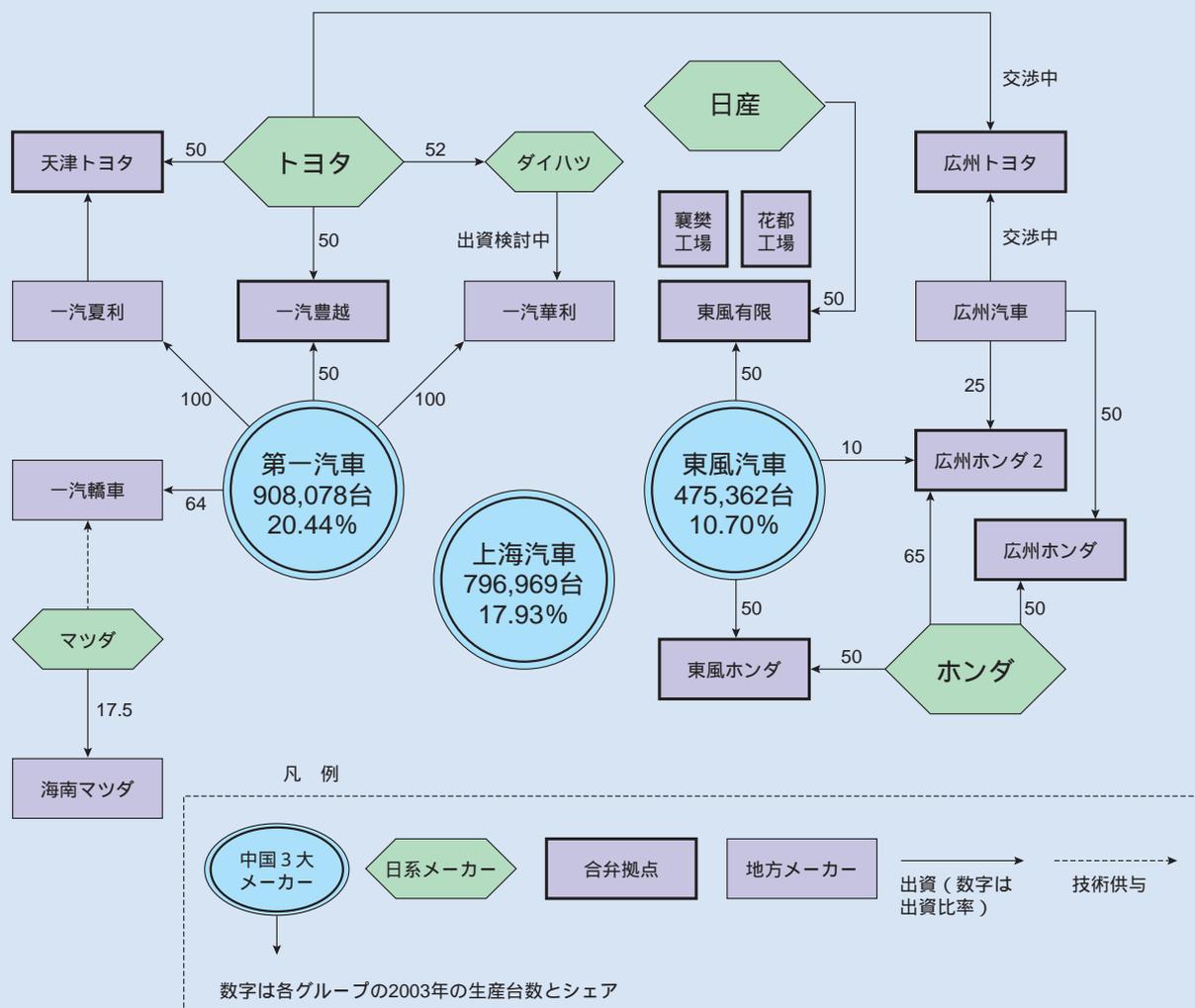
東風汽車も外資との資本提携に積極的であり、2000年以降、日産自動車、ホンダ、韓国の起亜と合

併事業を展開している。

このように、第一汽車、上海汽車、東風汽車は外資を活用した積極的な拡大路線をとり、三大メーカーとしての地位を盤石なものとしつつある（図121 - 64）。

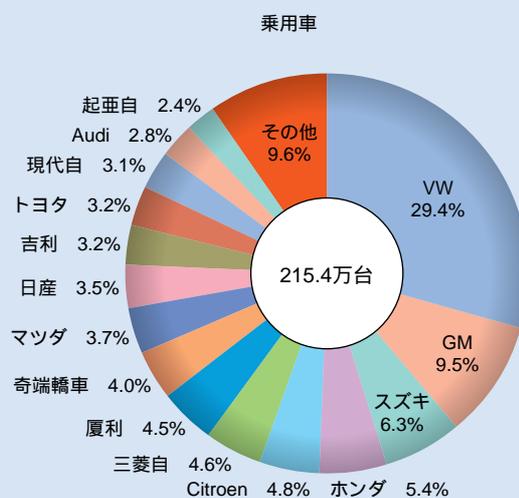
中国国家统计局の公表によると、2003年時点の中国の乗用車メーカーは32社存在するが、そのうち、年間生産台数が10万台以上のメーカー8社は、生産台数の多い順番に上海VW、一汽VW、上海GM、天津一汽（天津トヨタを含む） 広州本田、神龍汽車、長安汽車、奇瑞汽車となっており、外資との合弁企業が上位を独占している（図121 - 65） このように、中国の自動車産業は、当面は外資主導の展開が続くと見込まれるが、地場企業もデザイナーに外国人を迎えるなど、商品価値の高いクルマづくりに力を入れ始めている。

図121 - 64 中国の3大地場自動車メーカーと日系自動車メーカーとの提携関係



備考：一部データは企業のプレス発表に基づき更新。  
資料：株式会社FOURIN発行「2010年中国自動車市場展望」

図121-65 中国の乗用車メーカーシェア（2003年）



備考：シェアは各グループの生産工場の合計値による。  
資料：株式会社FOURIN「2010年中国自動車市場展望」

## コラム 中国の石油・化学メーカー

中国政府は、1998年に石油・化学産業において事業・企業再編を行い、中国石油天然ガス集団公司（CNPC）と中国石油化工総公司（SINOPEC）の2大会社に集約した。これにより、石油、天然ガス、石油精製、石油化学などの一連の事業を一貫して手がける中国版メジャーが創出された。これを受け、この2大会社を国際競争力のある本格的メジャーへ育成するとともに、需給の逼迫を解消するべく、大型の外資系企業との合併プロジェクトが相次いで立ち上げられている。

中国石油化工総公司傘下の中国最大の石油化学メーカーである上海石油化工は、大幅な生産能力増強を続け、同社のエチレン生産量は2003年に90万トンを超えている。さらに、2005年1月に竣工が予定される上海化学工業パーク（エチレンセンター）に進出するBPやBASFなどの外資系企業と合併プラントを建設する計画を有している。同パークは2004年に既に第2期開発が着手されており、100万トンの新規エチレンプロジェクトの建設が計画されている。

これらに加え、中国では、合計すれば年間330万トンの生産能力を有するエチレン生産増強計画が相次いで国務院から認可されており、今後数年のうちに中国のエチレン生産能力は大幅に増強されると見込まれ、他の地域における設備増強もあわせると東アジア域内における生産能力が大きく増強されることが見込まれている。

## 高成長に貢献する直接投資と貿易

### (ア) 中国向けの直接投資動向

中国は、都市部については周辺のASEAN諸国と比べても人件費水準が変わらなくなりつつあるものの、都市部以外の地域の人件費は基本的に引き続き低く、このような低廉な製造原価に着目した海外の製造業からの投資が拡大してきた（表121 - 66）。近年は、中国の所得水準が向上したことに加え、2001年12月のWTO加盟によって規制が緩和され、外資系の流通小売業の参入も容易になったことから、中国市場向け販売を目指した直接投資も拡大している。

世界から中国への直接投資の動向を見ると、着実な成長を続けている。2000年代に入ってから契約額、契約件数は急伸しており、特に2002年から2003年にかけて契約額の伸びが顕著である（図121 - 67）。

中国における工業生産の成長に外資系企業の果たした役割は大きく、着実に拡大を続ける直接投資がこれを支えている。工業生産額に占める外資系企業の割合は、1998年の24.7%から2002年には29.3%へと4.6ポイント上昇しており、工業付加価値額に占める外資系の割合も、1998年の20.9%から2002年の26.0%へと5.1ポイント上昇している（図121 - 68）。

2002年末時点の中国への直接投資累積実行額を投資元国・地域別に見ると、香港が45.7%と約半数を占め、次いで米国の8.9%、日本の8.1%、EU15か国の7.6%、台湾の7.4%となっている（図121 - 69）。第三国からの直接投資を実質的に含む香港を除けば、

我が国からの中国向け投資は欧米などとほぼ同じ水準で上位を占めている。2002年の直接投資実行額の投資元国・地域を見ると香港の占める割合が約3分の1まで低下しているが、これは、WTO加盟に伴って中国の法制などの透明性・安定性の向上が期待されたことなどにより、香港を経由せずに中国本土へ直接投資する割合が高まったことが一因と考えられる（図121 - 70）。

また、業種別には、電子機器に関する直接投資が多い。2002年の契約額ベースで見ると、電子通信設備が24.6%であり、中国向け製造業直接投資の約4分の1を占めている（図121 - 71）。上述のとおり、電子通信産業は今や中国の工業を牽引する基幹産業であるが、中国の電子通信産業が飛躍的な発展を遂げた要因は、外資による中国への活発な投資も大きな要因であると考えられる。

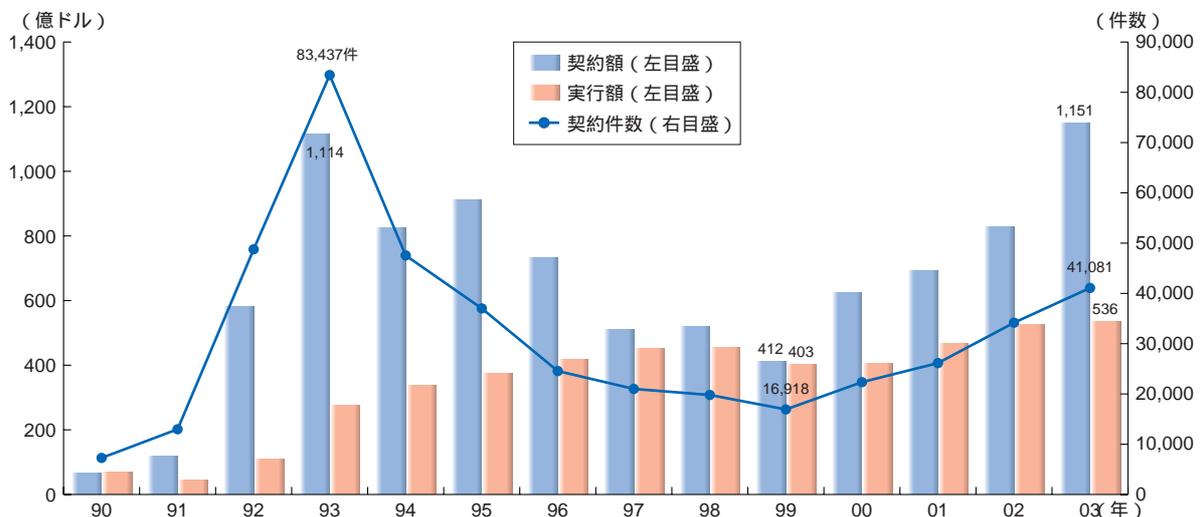
表121 - 66 アジア地域における人件費（月額）の国際比較

（単位：米ドル）

	横浜	北京	深圳	上海	ソウル	バンコク	クアラルンプール	ニューデリー	ハノイ
1.ワーカー（一般工職）	2,602	79 ~	86 ~	109 ~	879 ~	184	202	133 ~	79 ~
2.エンジニア（中堅技術者）	3,627	121 ~	179 ~	269 ~	1,163 ~	327	684	317 ~	171 ~
3.中間管理職（部課長）	5,308	266 ~	494 ~	601 ~	1,770 ~	~	~	387 ~	353 ~
クラス	6,194	314 ~	408 ~	567 ~	1,855 ~	790	1,892	936 ~	504 ~
		1,382	1,193	1,574	2,682			989	580

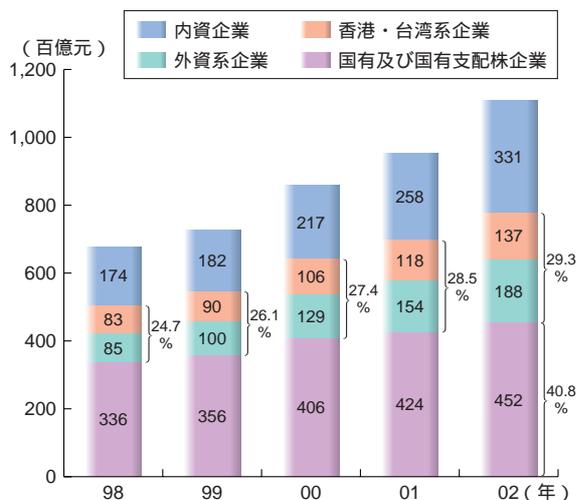
備考：調査時点は2003年11月。  
資料：ジェトロセンサー（2004年4月）

図121 - 67 世界から中国への直接投資の推移（全産業）



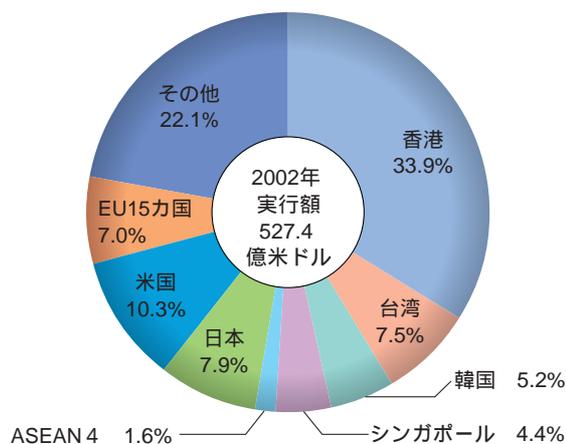
資料：中国対外経済貿易年鑑

図121-68 工業生産額に占める国有企業と外資系企業の割合の推移



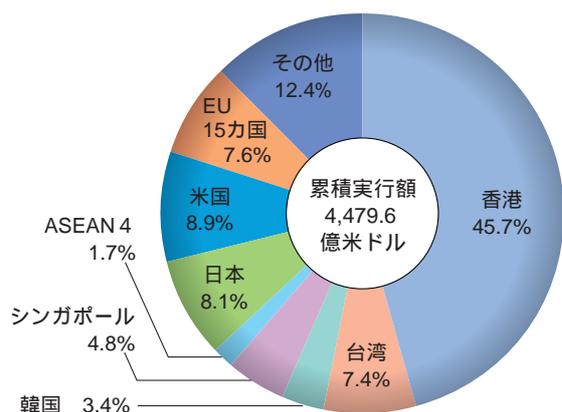
資料：中国統計年鑑

図121-70 2002年の中国への直接投資実行額の国・地域別の内訳（全産業）



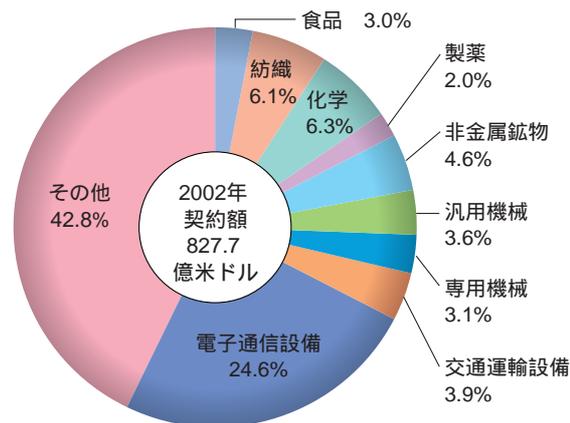
資料：中国対外経済貿易年鑑

図121-69 2002年末現在の中国への直接投資累積実行額の国・地域別の内訳（全産業）



資料：中国対外経済貿易年鑑

図121-71 2002年の中国への直接投資契約額（製造業）の業種別内訳



資料：中国対外経済貿易年鑑

（イ）拡大の顕著な中国の貿易

<輸出の急伸>

中国及び香港の貿易額は、過去2年間急増している（図121-72）。特に2003年には、翌年から実施される輸出戻し税引き下げ（輸出増徴税の還付率引き下げ）を前にした駆け込み輸出も加わったものと考えられる。

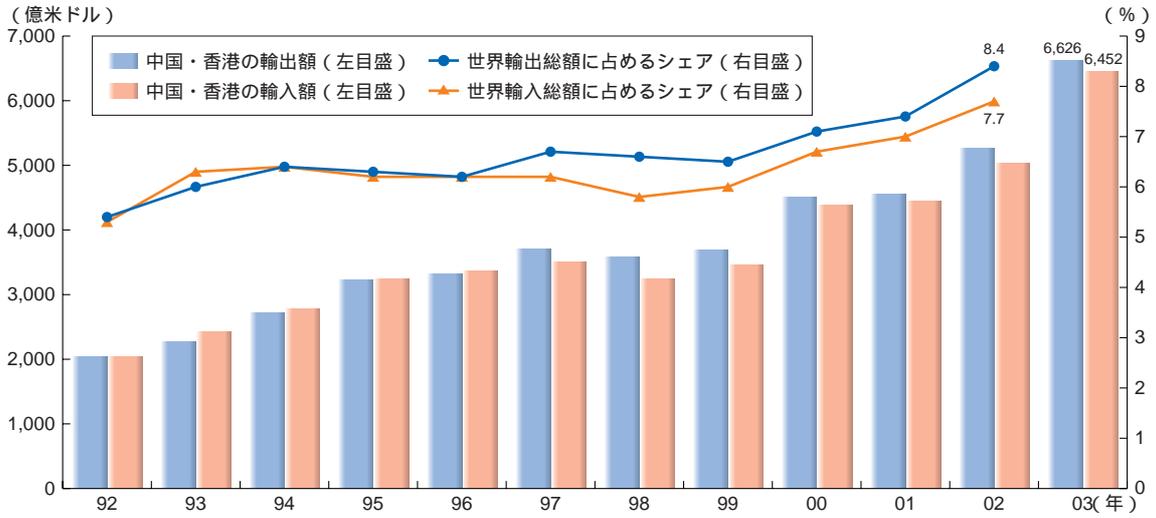
主な輸出先の国・地域を見ると、米国、香港、日本の順となっており、特に米国向けの輸出が絶対額も大きく、伸びも大きい（図121-73）。

中国は、90年代の後半から製品輸出を増やしており、1994年以降は一貫して製品輸出が製品輸入を上回っている。これは、中国で生産された家電などの

工業製品が大量に輸出されたためと考えられる（図121-74）。中国の主要輸出品目を見ると、コンピュータ、事務用機器のパーツ・部品など電気電子機器、一般機械関係とともに、繊維、雑貨関係が上位となっている（図121-75、表121-76）。

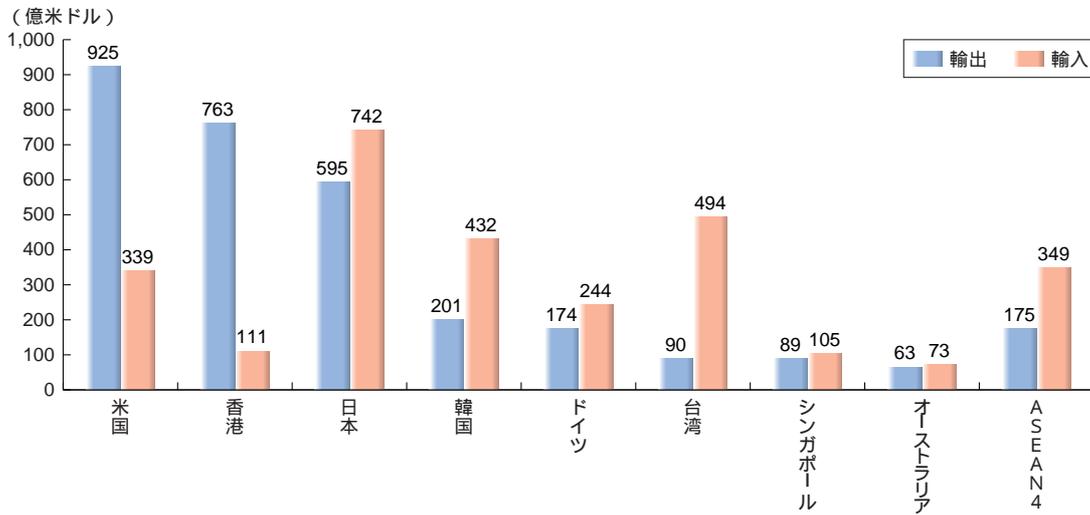
このような中国からの製品輸出の拡大は、中国経済の高成長を支えている。中国のGDPに対する輸出の割合は2001年時点で23.0%と、米国の3倍以上、我が国の約2.3倍に達している（図121-77）。

図121-72 中国・香港の貿易額と対世界シェアの推移



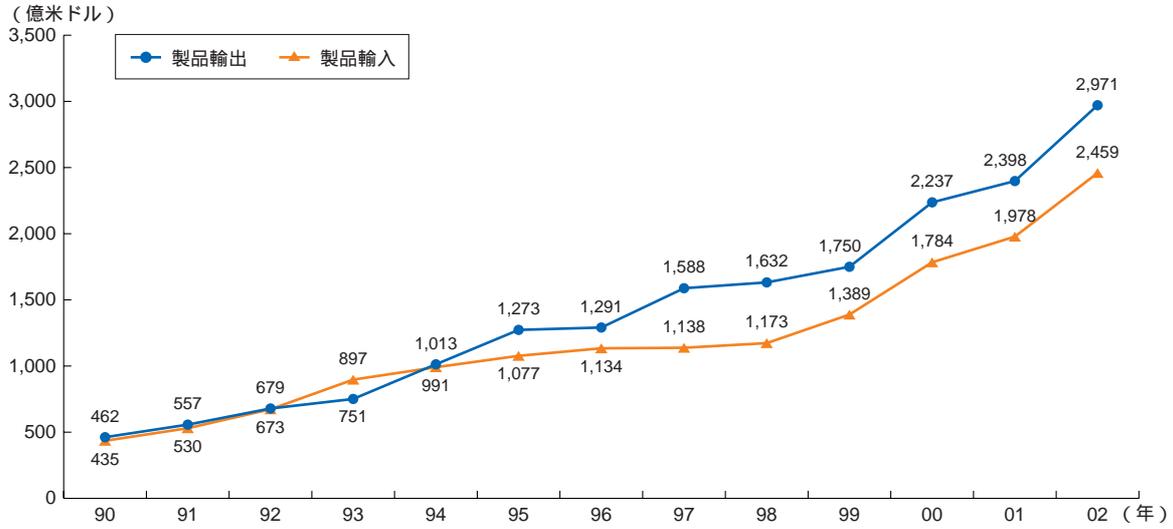
資料：IMF「International Financial Statistics」

図121-73 中国の主要相手国との輸出入 (2003年)



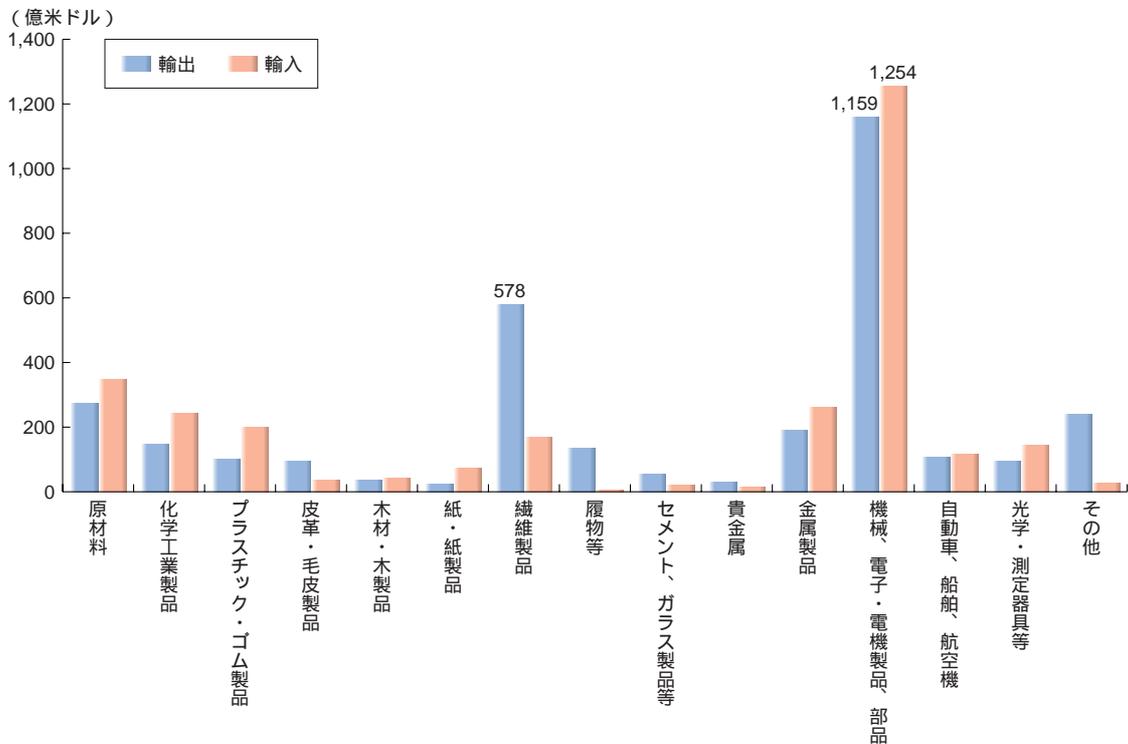
資料：米GTI社「World Trade Atlas」

図121-74 中国の製品輸出と製品輸入の動向



備考：製品とは化学品・関連製品、軽工業繊維・ゴム・鉱物精錬製品、機械・輸送設備、その他の工業製品。  
資料：中国統計年鑑

図121-75 中国の主要品目別の輸出入（2002年）



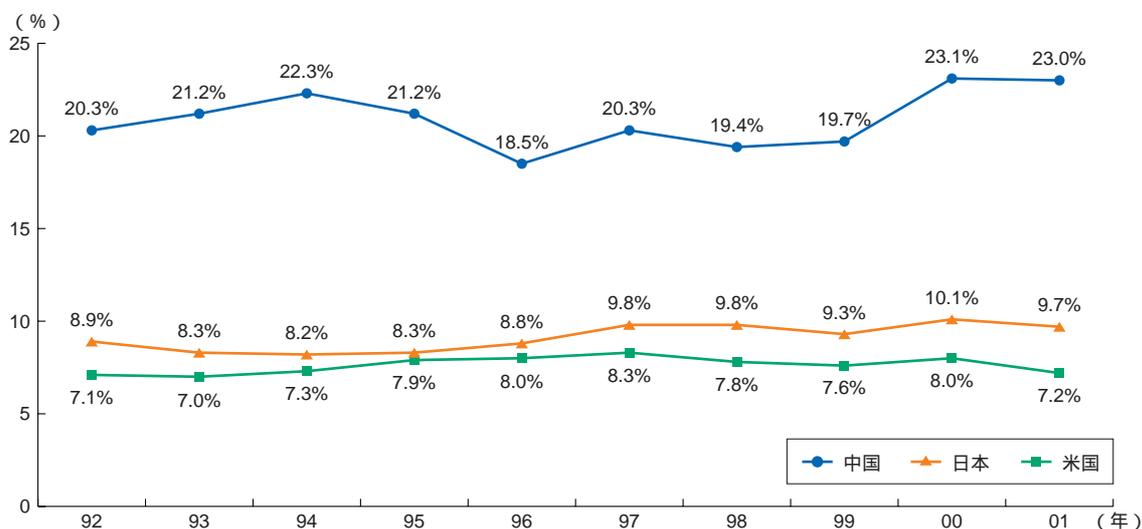
資料：中国統計年鑑

表121-76 中国の主要輸出品目の輸出先国・地域(2002年)

順位	輸出品目名	輸出金額 100万 USドル	主な輸出先国・地域とシェア						HS4桁
			米国	香港	日本	マレーシア	ドイツ	ロシア	
1	コンピュータ	20,132	28.0	20.4	15.3	6.9	14.7	8471	
2	事務用機器のパーツ・部品	13,272	40.4	16.1	6.9	14.7	8473		
3	ラジオ・テレビ用の送信機器、テレビジョンカメラ等	7,054	30.4	19.9	14.7	8525			
4	女子用のスーツ、アンサンブル、ジャケット等	5,845	31.2	28.1	11.2	6204			
5	ジャージー、プルオーバー、カーディガン等	5,206	27.1	24.1	16.3	6110			
6	その他の玩具	5,034	51.7	13.3	6.0	9503			
7	履物(甲が皮製のもの)	4,753	62.4	7.1	4.6	6403			
8	ラジオ・TVトランスミッション、レーザー機器のパーツ	4,358	20.7	15.4	12.1	8529			
9	旅行用バッグ、鞆等	4,357	23.2	14.8	13.9	4202			
10	ビデオ	4,331	46.1	10.8	4.4	8521			
11	集積回路等	4,316	30.1	11.8	11.3	8542			
12	トランスフォーマー、スタティックコンバーター	4,227	25.1	17.1	15.4	8504			
13	有線電話機器	3,953	32.9	21.8	12.1	8517			
14	履物(甲がゴム、プラスチック製のもの)	3,925	33.7	8.9	5.0	6402			
15	男子用のスーツ、アンサンブル、ジャケット等	3,906	38.2	13.7	7.0	6203			
16	その他のプラスチック製品	3,721	40.9	10.6	9.5	3926			
17	電気式の湯沸器、暖房機器、ドライヤー、アイロン等	3,602	35.2	8.8	8.2	8516			
18	オーディオ、ビデオ機器等の部品、付属品	3,522	43.9	32.8	6.7	8522			
19	その他の家具及び部分品	3,343	50.4	14.7	11.1	9403			
20	ランプその他の照明器具	3,132	44.8	7.2	5.8	9405			

資料：国際連合「COMTRADE」

図121-77 GDPに占める輸出のシェア



資料：IMF「International Financial Statistics」、World Bank「World Development Indicators」

<輸入の拡大>

中国は、経済成長や輸出拡大を継続しつつ、機械・電子・電気製品の組立製造に必要な基幹部素材や設備、生産の拡大に伴って必要な鉄鉱石、エネルギーなどの原材料、燃料の輸入を拡大している。

主な輸入先の国・地域を見ると、日本、台湾、韓国の順となっている。輸出とあわせて収支を見ると、

対米国貿易では中国が大幅な輸出超過となっているのに対して、対日貿易では中国が輸入超過となっていることが対照的である(図121-73)。

中国の主要輸入品目を見ると、集積回路など、事務用機器の部分品及び付属品などの電気電子機器関係の部品類のほか、原油、生産設備などが上位となっている(図121-75、表121-78)。

表121 - 78 中国の主要輸入品目の輸入元国・地域（2002年）

順位	輸入品目名	輸入金額 100万 USドル	主な輸入元国・地域とシェア						HS4桁
			国・地域	シェア	国・地域	シェア	国・地域	シェア	
1	集積回路等	26,374	日本	22.2	マレーシア	12.3	韓国	8.1	8542
2	原油	12,757	サウジアラビア	16.4	イラン	14.9	オマーン	11.3	2709
3	事務用機器の部分品及び付属品	9,566	日本	15.7	マレーシア	7.4	タイ	6.9	8473
4	コンピュータ	6,733	米国	21.9	シンガポール	11.4	韓国	8.6	8471
5	ダイオード、ドランジスタ、半導体	5,881	日本	29.3	米国	11.6	マレーシア	7.3	8541
6	機械類	4,915	日本	34.6	ドイツ	14.8	米国	10.7	8479
7	液晶デバイス、レーザー、及びその他の光学機器	4,508	韓国	22.7	日本	21.1	香港	3.0	9013
8	ラジオ・TVトランスミッション、レシーバー機器のパーツ	4,111	日本	22.1	韓国	14.5	米国	8.9	8529
9	石油製品（揮発油、灯油、重油、軽油など）	3,798	韓国	27.6	シンガポール	22.7	ロシア	17.1	2710
10	ラジオ・テレビ用の送信機器、テレビジョンカメラ等	3,352	韓国	59.2	日本	16.6	米国	4.1	8525
11	スチレンポリマー（一次製品）	3,208	韓国	23.8	日本	12.1	タイ	7.0	3903
12	有線電話機器	3,116	米国	32.4	ドイツ	6.2	カナダ	6.0	8517
13	エチレンポリマー（一次製品）	3,027	韓国	19.7	シンガポール	11.9	サウジアラビア	11.0	3901
14	自動車部品	2,976	ドイツ	42.1	日本	29.8	カナダ	6.9	8708
15	熱電子管、冷陰極管及び光電管	2,912	韓国	48.0	日本	18.3	マレーシア	3.4	8540
16	航空機、人工衛星、打上げ用ロケット等	2,843	米国	67.8	ロシア	14.1	ドイツ	7.6	8802
17	鉄鉱石	2,769	オーストラリア	35.9	ブラジル	29.0	インド	20.1	2601
18	オーディオ、ビデオ機器等の部品、付属品	2,721	日本	25.8	韓国	9.9	香港	9.5	8522
19	ポリカルボン酸及び誘導体	2,678	韓国	32.9	日本	15.5	インドネシア	9.0	2917
20	ロール鋼板	2,610	韓国	21.0	日本	18.5	ドイツ	5.7	7219

資料：国際連合「COMTRADE」

中国は、WTO加盟により、写真用フィルムの譲許税率違反も見られるがおおむね毎年の関税引き下げ約束を履行してきており、2004年1月からは、エアコン、冷蔵庫、掃除機といった家電製品や、コンピュータや複写機などのOA機器、乗用車、バス、オートバイ部品などの輸送機械の関税が引き下げられた（表121 - 79）。2005年にももう一段の関税引き下げが予定されており、このような関税引き下げの効果もあって、引き続き中国の輸入は拡大するものと考えられる。

表121 - 79 WTO加盟時に約束された中国の関税引き下げ

	加盟時 (2001年1月)	2004年1月	
> エアコン / 窓・壁取り付け型	21.0%	15.0%	
> エアコン / 自動車用	33.0%	23.3%	20.0% (2005.1)
> 冷蔵庫 (容量500リットル)	24.0%	15.0%	
> 掃除機	26.7%	14.2%	10.0% (2005.1)
> フォークリフト	14.4%	9.0%	
> コンピュータ	16.7%	4.2%	0.0% (2005.1)
> 複写機	17.0%	10.0%	
> バス / 30人以上	41.7%	29.2%	25.0% (2005.1)
> バス / 29人以下	55.0%	32.5%	25.0% (2005.1)
> 乗用車	51.9%	34.2%	25.0% (2006.7)
> トラック / 5トン未満	40.0%	29.2%	25.0% (2005.1)
> 乗用車用シャーシー	40.0%	26.1%	10.0% (2006.7)
> 乗用車用車体	46.0%	29.3%	10.0% (2006.7)
> オートバイ (250cc) 部品	19.6%	12.0%	

資料：経済産業省作成。

### 拡大する中国の販売市場

経済発展に伴い、中国の国内消費市場は、一貫して拡大を続けている。中国が生産拠点として重要な役割を果たし、この結果として部素材の輸入が増加しているが、これに加え、中国において最終的に消費・使用される製品も増加している。例えば、2002年に初めて4兆元を超えた小売総額は、2003年に更に躍進して約4.6兆元にも達している（図121-80）。このような傾向は、中国経済の成長が見込まれる現状においては、今後も継続することが見込まれている。

このような中で、特に注目されるのは自動車、鉄鋼、化学である。これらの製品は、急速な経済成長を受けた国内需要の拡大や2008年の北京夏季五輪大会、2010年の上海万国博覧会の開催に向けた建設需要の拡大もあり、国内における最終消費の拡大傾向が継続していくことが見込まれている。

例えば、自動車については、既に2003年に439万台の国内販売が行われており、今後の更なる生活水準の向上に伴い、一層需要が拡大することが見込まれている。一部の調査では、2010年には、自動車販売台数が800万台を上回ることが見込まれている。（図121-81、図121-82）

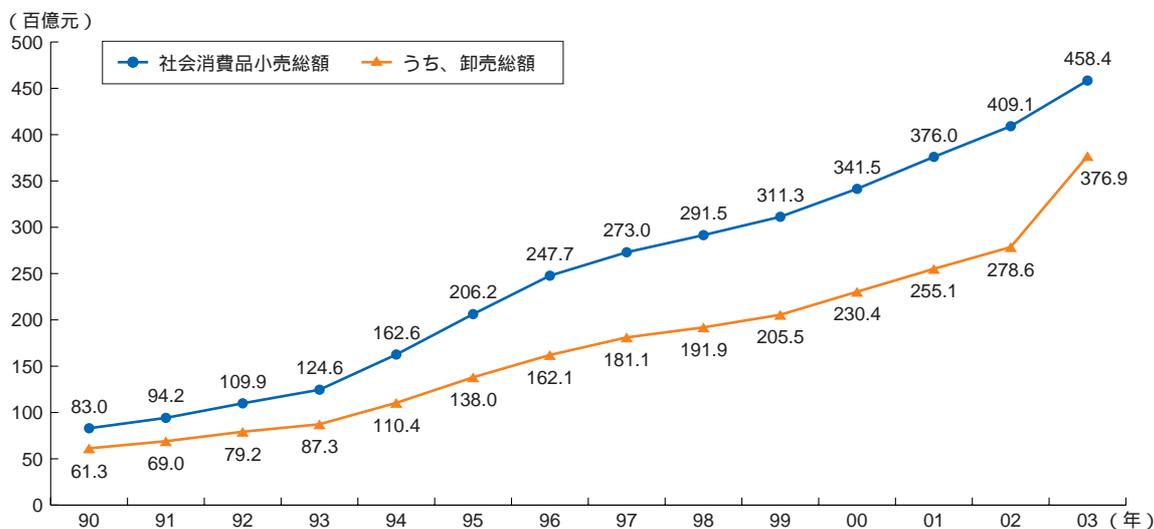
鉄鋼については、建設・土木分野における需要を中心に中国の国内市場が拡大しているところであり、

鋼材生産量に純輸入量を加え合計した見掛け消費が2003年に2億6,500万トンに上る状況にある。今後も、2008年の北京夏季五輪大会・2010年の上海万国博覧会に向けて中国国内における鋼材消費が高まることが予想されており、引き続き中国国内の販売市場が拡大していくことが予想される。

化学についても、中国における需要の拡大が継続することが見込まれている。例えばエチレンについては、中国におけるエチレンの需給バランスをみると、2001年に中国は710万トンの需要超過が見られたが、2007年に向けて、更にこの需要超過が拡大し、同年には1,010万トンにまで上ることが見込まれている。

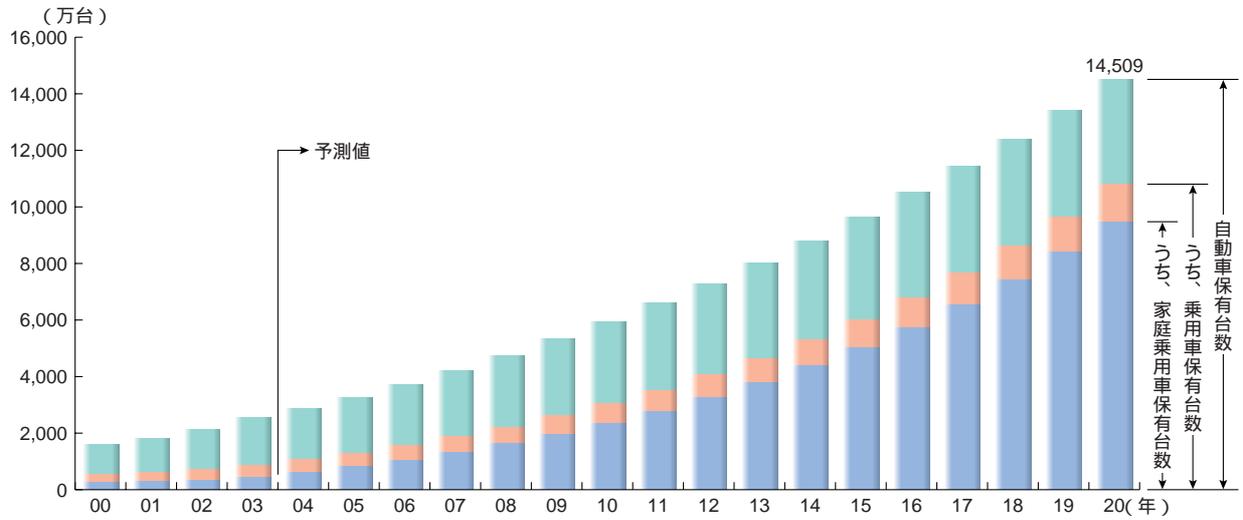
このように、中国における順調な経済成長を背景に、中国において最終的に消費・使用される量は、拡大していくことが見込まれるものが多い。このため、今後の中国は、単に生産拠点としてのみならず、販売市場としての役割も注目されることとなる。現在のところ、中国の販売市場としての役割は小さく、また十分な収益を上げているとは言い難い状況にあることも事実であることから、我が国製造業としては、このような状況を踏まえながら、今後更なる拡大が見込まれる中国の販売市場への取り組みを進めていくことが必要であると考えられる。

図121-80 中国の国内販売の動向



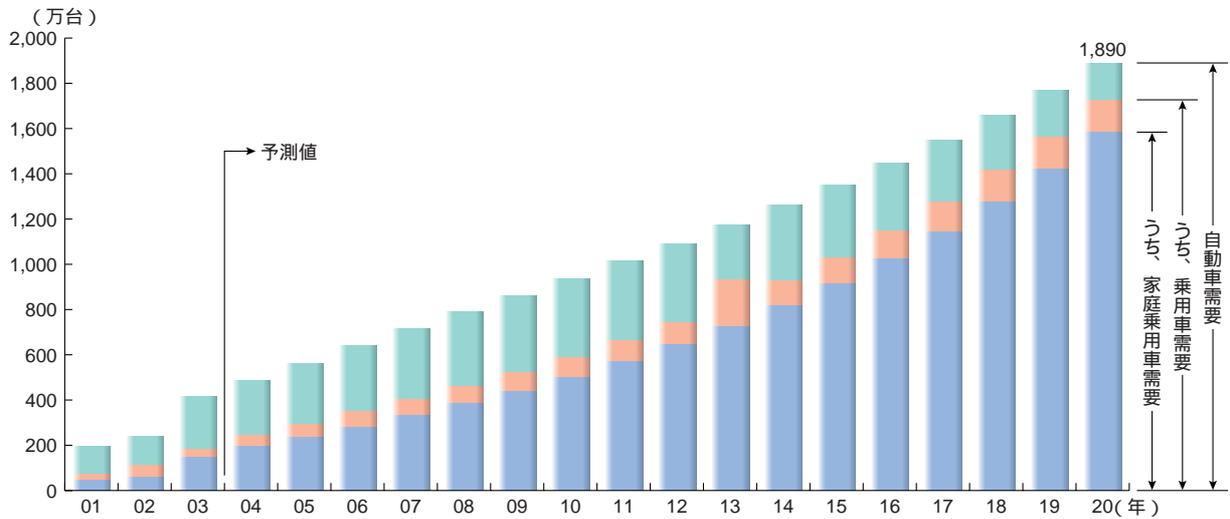
資料：中国統計摘要、China Monthly Statistics

図121 - 81 中国の自動車保有台数の長期予測（2004～2020年）



資料：FOURIN「2010年中国自動車市場展望」

図121 - 82 中国の自動車需要台数の長期予測（2004～2020年）



資料：FOURIN「2010年中国自動車市場展望」

成果をあげつつある我が国製造業の中国における  
事業展開

(ア) 成長を牽引する我が国製造業の中国向け直接  
投資

我が国製造業の中国・香港向け直接投資は、一時  
1ドル80円を切る円高が進行した1995年にピークと  
なった後、アジア通貨危機などの影響もあり大きく  
減少に転じたが、99年を底に2000年に入ってから再  
び着実な増加に転じている。2003年度上期(4-9  
月)の実行投資額は1,660億円と、前年同期の1,310億  
円を大きく上回っており、2003年度に入っても引き  
続き高い水準で推移している。また、中国・香港へ  
の直接投資額は2002年度に1,764億円と、それまで  
1990年代後半以降中国・香港を上回って推移してい  
たASEAN4の1,343億円を上回った(表121-83)。

業種別には、電機、輸送機、機械という機械産業  
が中国への直接投資の中心であった(図121-84)。  
電機については、廉価な製造原価もあって、加工組  
立の生産ラインを主とする生産拠点の構築が進めら  
れ、中国への直接投資において高い割合を占めてい  
る。これに加え、2001年度以降は我が国の自動車メ  
ーカの中国事業展開が本格化したことから、輸送  
機の割合が増えている。

なお、中国・香港からの直接投資収益受取額の推  
移を見ると、1999年及び2000年に一時的に受取額が  
ゼロ前後となったが、その後回復してきている(図  
121-85)。

中国商務部が主管する中国外資企業協会が毎年公  
表している売上高に基づく「外資企業トップ500社」  
を見ると、2002年売上ベースでは我が国製造業企業  
が出資する企業は約67社含まれている。国・地域別  
では香港系の約180社に次いで多く、以下、英領バー  
ジン諸島が約50社、米国が約40社となっている。日  
系企業の中で最も売上高が高いのは広州本田汽車の  
136.3億元であり、3年連続日系企業首位の座を維持  
している(表121-86)。

なお、上記の上位500社中の最上位50社以内に位置  
する我が国製造業企業が出資する企業は2社に止ま  
っている。これは、これまでの事業部ごと、地域ご  
との進出といった我が国製造業の中国事業展開の経  
緯によるところも大きいと考えられる。中国市場の  
競争が激しくなることが見込まれる中、在中国現地  
法人の統合など規模の経済の活用も必要と想定され  
ることから、我が国製造業は今後、在中国現地法人  
の統合など戦略的な対応を必要に応じて進めていく  
ことが必要となると考えられる。

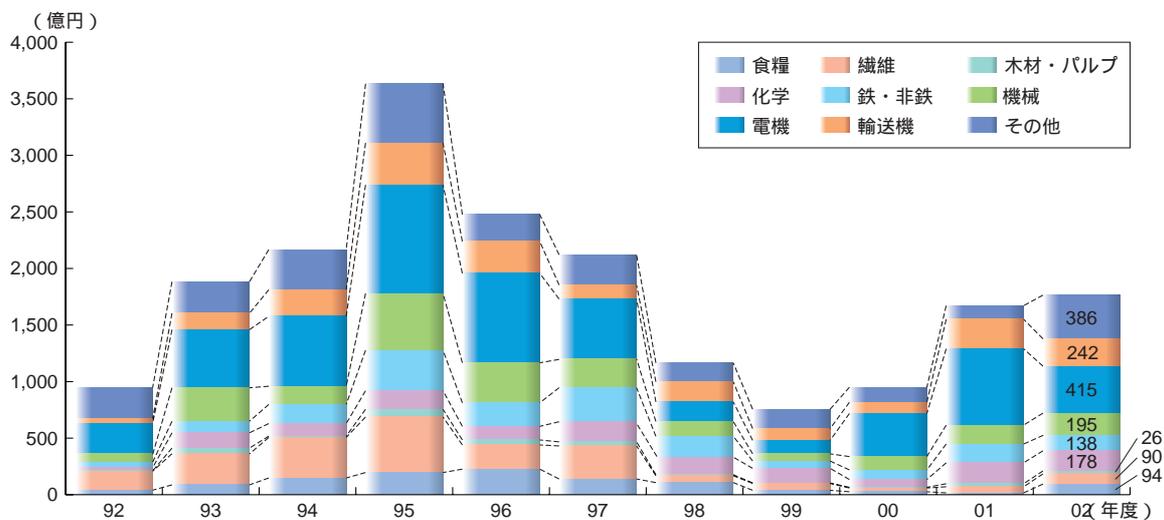
表121-83 我が国製造業の対外直接投資に占める中国・香港の位置付け

(単位: 億円、%)

	1996年度	1997年度	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度		
							金額	構成比	増減率
アジア	7,466	8,978	4,771	4,905	4,070	5,304	4,651	26.2	12.3
中国	2,032	1,857	1,038	614	853	1,595	1,712	9.6	7.3
(中国・香港)	2,477	2,121	1,176	765	962	1,675	1,764	9.9	5.3
ASEAN4	3,554	4,043	2,596	2,142	1,726	2,224	1,343	7.6	39.6
インドネシア	1,606	1,381	705	559	429	323	417	2.3	29.1
タイ	1,047	1,662	991	686	656	802	535	3.0	33.3
マレーシア	467	559	496	514	225	215	70	0.4	67.4
フィリピン	434	441	404	383	416	884	321	1.8	63.7
NIES	1,391	2,298	811	1,853	1,310	1,252	1,156	6.5	7.7
韓国	150	420	298	868	527	249	364	2.0	46.2
香港	445	264	138	151	109	80	52	0.3	35.0
台湾	315	430	178	267	438	233	373	2.1	60.1
シンガポール	481	1,184	197	567	236	690	367	2.1	46.8
インド	158	371	258	210	143	136	372	2.1	173.5
北米	9,904	10,104	5,610	21,848	4,406	4,311	6,231	35.1	44.5
欧州	3,234	3,003	3,682	17,485	3,580	5,997	6,025	33.9	0.5
全世界計	22,821	23,731	15,732	47,220	12,934	17,715	17,757	100.0	0.2

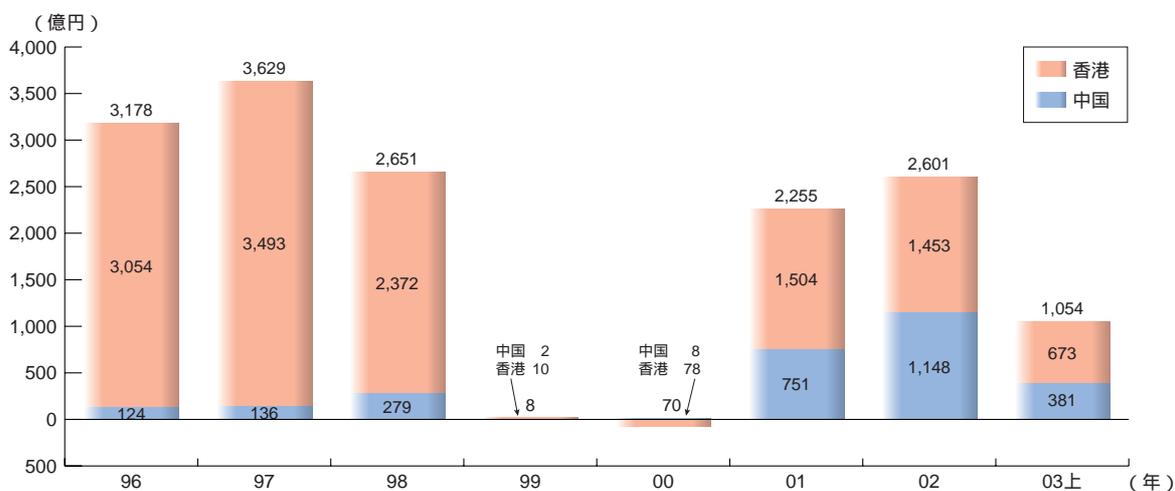
資料: 財務省「対外及び対内直接投資状況」

図121-84 業種別に見た我が国の対中国・香港への直接投資



資料：財務省「対外及び対内直接投資状況」

図121-85 我が国の対中国・香港からの直接投資収益受取額



備考：1999年～2002年は金融機関、流通企業等が経営悪化・撤退を余儀なくされた現地法人に対して損失補填金を支払ったこと等により海外直接投資収益受取が減少した。

資料：日本銀行「国際収支統計」

表 121 - 86 2002年 / 2003年売上高上位の在中国日系製造業企業

No.	No.	企業名	主要出資日本企業（製造業）	売上高（億元）
1	11	広州本田汽車（有）	本田技研工業	136.3
2	42	蘇州愛普生（有）	セイコーエプソン	58.0
3	73	佳能珠海（有）	キヤノン	42.8
4	77	大連東芝電視（有）	東芝	42.0
5	80	東風本田発動機（有）	本田技研工業	41.5
6	84	松下電器（中国）（有）	松下電器産業	39.8
7	92	中国華録・松下電子信息（有）	松下電器産業	37.5
8	93	北京・松下彩色顕像管（有）	松下電器産業	37.2
9	96	上海三菱電機（有）	三菱電機	35.8
10	97	上海建伍電子（有）	ケンウッド	35.6
11	105	慶鈴汽車股份（有）	いすゞ自動車	33.6
12	118	重慶長安鈴木汽車（有）	スズキ	30.1
13	135	江鈴五十鈴汽車（有）	いすゞ自動車	26.8
14	138	夏普弁公設備（常熟）（有）	シャープ	26.3
15	140	新大洲本田摩托（有）	本田技研工業	25.8
16	145	佳能大連弁公設備（有）	キヤノン	25.5
17	146	広州松下空調器（有）	松下電器産業	25.4
18	153	江西昌河鈴木汽車有限責任公司	スズキ	24.9
19	155	友利電電子（深圳）（有）	ユニデン	24.7
20	160	上海索広映像（有）	ソニー	24.4
21	175	日立建機（上海）（有）	日立建機	22.9
22	178	北京松下普天通信設備（有）	松下電器産業	22.6
23	179	金隆銅業（有）	住友金属鉱山	22.6
24	186	三洋電機（蛇口）（有）	三洋電機	22.3
25	188	合肥日立掘削機（有）	日立建機	21.9
26	201	小松山推建機公司	小松製作所	20.8
27	202	上海索広電子（有）	ソニー	20.8
28	227	日本電産（大連）（有）	日本電産	19.3
29	230	愛普生（上海）信息產品（有）	セイコーエプソン	19.1
30	235	上海美侖亜精密電機（有）	ミネベア	18.9
31	238	上海日立電器（有）	日立ホーム・アンド・ライフ・ソリューション	18.6
32	239	上海夏普電器（有）	シャープ	18.6
33	245	五羊・本田摩托（広州）（有）	本田技研工業	18.2
34	256	無錫阿爾卑斯電子（有）	アルプス電気	17.4
35	270	上海茶縹華股份（有）	マツオカコーポレーション	16.9
36	272	佳能（中山）事務機（有）	キヤノン	16.8
37	281	東莞華強三洋馬達（有）	三洋電機	16.5
38	283	先鋒高科技（東莞）（有）	バイオニア	16.3
39	285	無錫夏普電子元器件（有）	シャープ	16.0
40	286	松下・万宝（広州）圧縮機（有）	松下電器産業	16.0
41	288	廈門TDK（有）	TDK	16.0
42	293	寧波宝新不銹鋼（有）	日新製鋼	15.9
43	307	広州日立冷機（有）	日立製作所	15.2
44	316	富士通將軍（上海）（有）	富士通ゼネラル	14.9
45	317	南京夏普電子（有）	シャープ	14.9
46	325	索尼精密部件（惠州）（有）	ソニー	14.6
47	327	上海華虹NEC電子（有）	日本電気	14.6
48	343	山東松下映像産業（有）	松下電器産業	14.0
49	356	先鋒高科技（上海）（有）	バイオニア	13.4
50	374	広東美芝制冷設備（有）	東芝キャリア	12.8
51	385	東芝電機（上海）（有）	東芝	12.6
52	386	大連アル派電子（有）	アルパイン	12.5
53	391	牧田（中国）（有）	マキタ	12.3
54	393	天津三美電機（有）	ミツミ電機	12.3
55	405	鄭州日産汽車（有）	日産自動車	12.0
56	406	石家荘宝石電気硝子（有）	日本電気硝子	12.0
57	416	南通宝鋼新日製鋼（有）	新日本製鐵	11.9
58	430	上海先鋒電声器材（有）	東北バイオニア	11.2
59	443	正新橡膠（中国）（有）	東洋ゴム工業	10.9
60	444	北京JVC電子産業（有）	日本ビクター	10.9
61	446	東芝大連（有）	東芝	10.9
62	451	東莞華強三洋電子（有）	三洋電機	10.8
63	460	上海松下微波炉（有）	松下電器産業	10.6
64	462	上海三菱電機・三菱空調機電器（有）	三菱電機	10.6
65	472	珠海松下馬達（有）	松下電器産業	10.4
66	495	上海京瓷電子（有）	京セラ	9.9
67	499	江門市大長江摩托車（有）	スズキ	9.8

参考：外資系企業上位5社

No.	企業名	主要出資企業	売上高（億元）
1	摩托羅拉（中国）電子（有）	モトローラ（米国）	453.3
2	上海上汽大衆汽車銷售（有）	フォルクスワーゲン（ドイツ）	446.4
3	鴻富錦精密工業（深圳）（有）	鴻海精密工業（台湾）	386.1
4	上海大衆汽車（有）	フォルクスワーゲン（ドイツ）	362.7
5	一汽・大衆銷售有限責任公司	フォルクスワーゲン（ドイツ）	333.4

備考：主要出資企業には、製造業の主たる出資企業名を記載。

資料：中国外資企業協会

(イ) 部素材輸出の拡大する中国との貿易

我が国と中国及び香港との貿易の動向を見ると、2001年には我が国の輸入超過となっていたが、2002年には再び我が国の輸出超過となり、2003年には輸入の伸びを大幅に上回って輸出が拡大した結果、約1兆2,000億円の輸出超過となった(図121-87)。

我が国と中国及び香港との貿易を品目別に見ると、中国から日本へは衣類、雑貨、電子部品などが多く輸出されている一方、日本から中国へは半導体や液晶などの基幹部品や各種電子部品、工作機械類、自動車部品やロール鋼板など幅広い工業製品・部品が輸出されている。

まず、2003年の中国・香港から我が国への輸入を品目別に見ると、履物などの雑製品が37.9%を占めて最も多く、次いで繊維製品が23.6%を占めている(表121-88)。また、一般機械と電気機器を併せた機械機器も32.5%を占めており、そのうち事務機器は2001年から2003年の2年間に大幅な伸びを見せ、同輸入に占めるシェアも11.8%に上昇している。これは、パソコンやプリンター、ファクシミリなどを製造する日系メーカーが、華南や華東に組立工場をつくり、日本に向けて輸出していることを反映したものと考えられる。

次に、2003年の我が国から中国・香港への輸出を品目別に見ると、電気機器が32.2%を占めて最も多く、次いで一般機械が19.8%、化学製品が10.3%を占めている(表121-89)。電気機器の中では、半導体などの電子部品だけで13.5%を占めている。なお、金額的にはこれらの品目に及ばないが、2001年から2003年までの2年間の伸び率で見ると音響・映像機

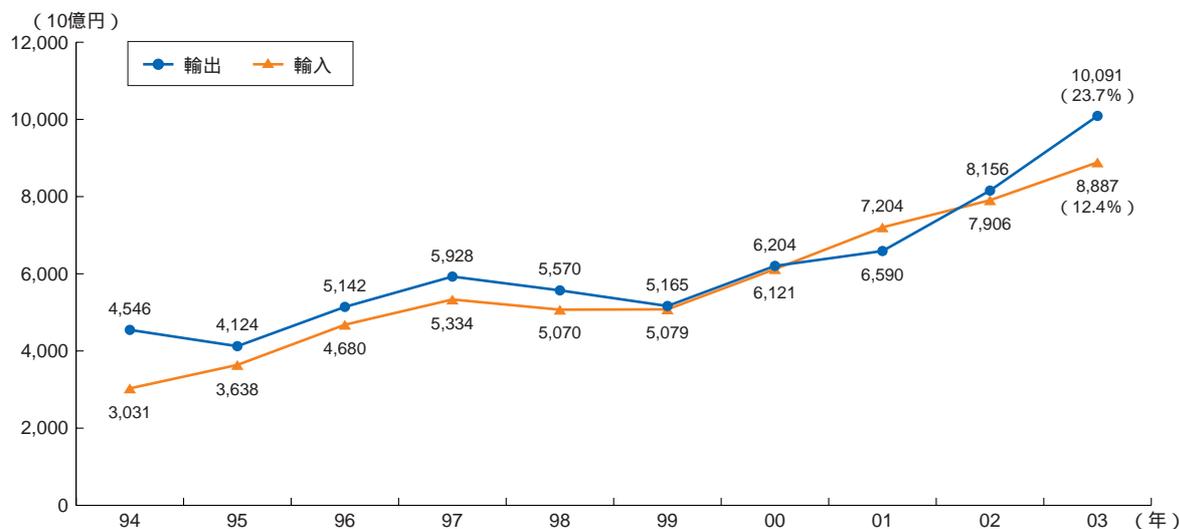
器の部分品や、自動車及び自動車部品の輸出が急増しており、DVDビデオなどや自動車の中国における組立の本格化や自動車市場の拡大と関税引き下げを受けた輸出の拡大を反映しているものと考えられる。

なお、我が国から中国への電気機器・同部品、鉄・鉄製品、化学工業、自動車・同部品の4品目の輸出の推移を見ると、いずれも大きく拡大しており、特に、電気機器・同部品が突出した伸びを見せている(図121-90)。これは、半導体や電子・電機部品、高張力鋼板、機能性化学品や自動車のキーパーツなど加工組立部門を中心に発展する中国製造業が必要とするものの、国内での調達が困難な高機能部材について、日本からの調達が拡大していることを反映しているものと考えられ、中国の経済発展が我が国製造業にとって、基幹部品といったより高付加価値製品の市場創出につながっていることを示している。

このほか、工作機械や建設機械、半導体製造装置といった生産財も我が国が強みを発揮している領域であり、中国へ進出した日系メーカーの工場のほか、中国の地場メーカーの工場向けにも輸出されている。

中国政府が毎年公表している輸出に貢献した企業上位200社を見ると、2002年ベースでは、蘇州エプソン有限公司が日系企業の中で第1位を占め、キヤノン、三洋電機、リコーなどの在中国現地法人が続いており、上位はほぼ電気・電子製品を生産する企業で占められている(表121-91)。中国から日本や米国へのこれら製品の輸出は、中国へ進出した日系メーカーの生産によるものが相当程度含まれている状況を反映したものと考えられる。

図121-87 我が国の中国・香港との貿易



備考：( )は対前年伸び率。  
資料：財務省「貿易統計」

表121-88 我が国が中国・香港から輸入する主要品目

品目	2001年 価額(百万円)	2002年 価額(百万円)	2003年 価額(百万円)	2003年 構成比	01年 03年 伸び率	2003年増減 寄与度
総額	7,203,647	7,905,778	8,886,983	100.0	23.4	12.4
食料費及び動物	716,769	731,803	703,021	7.9	1.9	0.4
織物及び同製品	2,073,791	2,004,701	2,095,060	23.6	1.0	1.1
鉱物性燃料	245,651	252,276	293,085	3.3	19.3	0.5
化学製品	209,160	221,926	260,295	2.9	24.4	0.5
非金属鉱物製品	156,899	173,027	173,253	1.9	10.4	0.0
非鉄金属	58,627	60,044	96,569	1.1	64.7	0.5
金属製品	138,678	162,298	189,603	2.1	36.7	0.3
一般機械	571,016	936,741	1,321,014	14.9	131.3	4.9
原動機	10,079	10,973	12,988	0.1	28.9	0.0
事務用機器	404,147	723,849	1,047,725	11.8	159.2	4.1
電気機器	1,193,024	1,372,009	1,566,276	17.6	31.3	2.5
電気回路等の機器	84,597	92,293	112,762	1.3	33.3	0.3
音響・映像機器	408,812	439,312	513,176	5.8	25.5	0.9
通信機	66,920	99,646	95,091	1.1	42.1	0.1
家庭用電気機器	92,269	124,405	148,115	1.7	60.5	0.3
半導体等電気機器	93,914	106,798	110,693	1.2	17.9	0.0
輸送用機器	84,943	107,199	120,096	1.4	41.4	0.2
自動車	214	290	454	0.0	111.9	0.0
自動車の部分品	21,232	29,178	37,190	0.4	75.2	0.1
自転車	35,349	44,919	47,043	0.5	33.1	0.0
雑製品	3,151,261	3,173,846	3,371,661	37.9	7.0	2.5
家具	162,066	185,456	205,133	2.3	26.6	0.2
履物	245,852	247,904	243,140	2.7	1.1	0.1

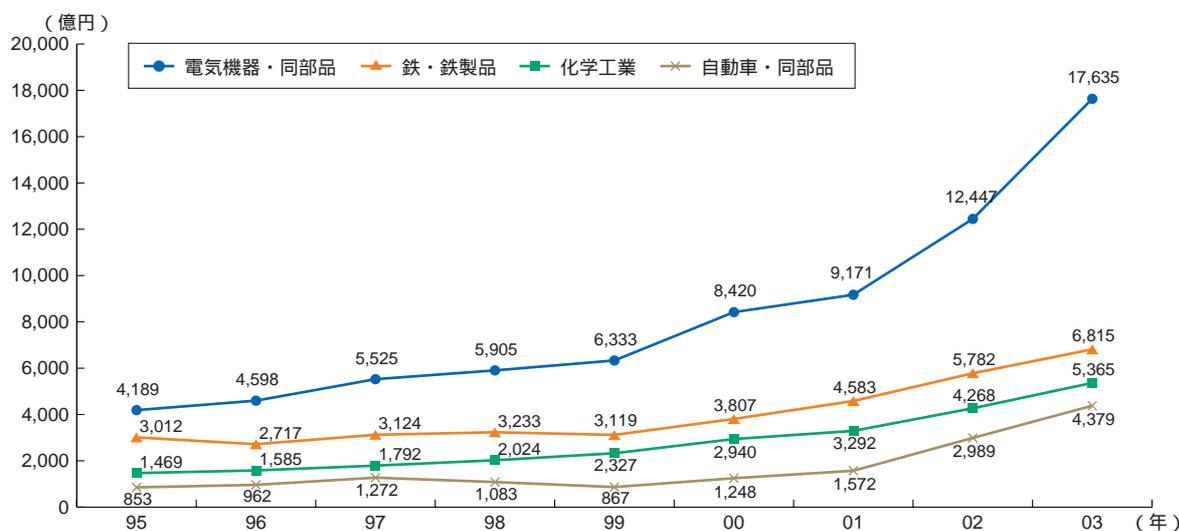
備考：太枠は2003年のシェアが10%以上の品目及びその寄与度。  
資料：財務省「日本貿易統計」

表121-89 我が国が中国・香港へ輸出する主要品目

品目	2001年 価額(百万円)	2002年 価額(百万円)	2003年 価額(百万円)	2003年 構成比	01年 03年 伸び率	2003年増減 寄与度
総額	6,589,767	8,156,155	10,090,653	100.0	53.1	23.72
食料費及び動物	60,609	64,109	63,378	0.6	4.6	0.01
織物及び同製品	452,382	457,511	470,896	4.7	4.1	0.16
化学製品	701,942	888,173	1,040,435	10.3	48.2	1.87
非金属鉱物製品	110,158	125,383	143,046	1.4	29.9	0.22
鉄鋼	333,379	464,133	523,662	5.2	57.1	0.73
非鉄金属	133,319	134,020	138,182	1.4	3.6	0.05
金属製品	88,162	100,557	120,011	1.2	36.1	0.24
一般機械	1,170,674	1,517,243	1,999,179	19.8	70.8	5.91
事務用機器	247,264	332,944	432,642	4.3	75.0	1.22
金属加工機械	84,600	121,552	147,800	1.5	74.7	0.32
電気機器	2,026,708	2,533,353	3,254,033	32.2	60.6	8.84
重電機器	115,763	114,064	128,783	1.3	11.2	0.18
電気回路等の機器	277,500	334,962	410,665	4.1	48.0	0.93
映像機器	109,070	137,655	148,482	1.5	36.1	0.13
音響機器	21,708	22,914	22,797	0.2	5.0	0.00
音響・映像機器の部分品	129,728	190,382	361,289	3.6	178.5	2.10
通信機	114,329	93,392	129,482	1.3	13.3	0.44
家庭用電気機器	12,497	11,378	12,678	0.1	1.4	0.02
半導体等電子部品	779,484	1,076,310	1,361,151	13.5	74.6	3.49
自動車用等の電気機器	11,497	14,096	19,955	0.2	73.6	0.07
電気計測機器	76,864	96,758	125,377	1.2	63.1	0.35
輸送用機器	354,285	492,732	617,329	6.1	74.2	1.53
自動車	144,097	262,503	302,262	3.0	109.8	0.49
自動車の部分品	104,225	121,983	219,727	2.2	110.8	1.20
二輪自動車類	7,707	7,571	6,541	0.1	15.1	0.01
精密機器類	385,581	463,038	608,767	6.0	57.9	1.79
その他の雑製品	226,662	233,956	263,181	2.6	16.1	0.36

備考：太枠は2003年のシェアが10%以上の品目及びその寄与度。  
資料：財務省「日本貿易統計」

図121-90 我が国の特定4品目の中国への輸出



備考：電気機器・同部品はHS第85類。鉄・鉄製品はHS第72類、第73類。化学工業はHS第6類。自動車・同部品はHS第87類。  
資料：財務省貿易統計

表121-91 2002年輸出額上位の在中国日系製造業企業

輸出額外資系上位100社中の日本の製造業企業が出資している企業

日本企業出資中順位	外資中順位	企業名	主要出資日本企業（製造業）	輸出額（億ドル）
1	22	蘇州愛普生（有）	セイコーエプソン	5.68
2	26	佳能珠海（有）	キヤノン	5.21
3	27	深圳三洋華強激光電子（有）	三洋電機	4.98
4	31	愛普生技術（深圳）（有）	セイコーエプソン	4.46
5	35	理光深圳工業発展（有）	リコー	4.15
6	37	珠海三美電気（有）	ミツミ電機	3.95
7	39	中国華録・松下電子情報（有）	松下電器産業	3.73
8	48	富士施楽高科技（深圳）（有）	富士ゼロックス	3.16
9	56	友利電電子（深圳）（有）	ユニデン	2.82
10	60	大連東芝電機（有）	東芝	2.68
11	64	夏普弁公設備（常熟）（有）	シャープ	2.52
12	69	日本電産（大連）（有）	日本電産	2.35
13	72	三洋電機（蛇口）（有）	三洋電機	2.34
14	77	日立顕示器件（蘇州）（有）	日立製作所	2.23
15	78	佳能精技工業発展（深圳）（有）	キヤノンファインテック	2.11
16	80	無錫阿爾卑斯電子（有）	アルプス電子	2.10
17	81	上海美蓓亜精密機電（有）	ミネベア	2.09
18	83	佳能（中山）事務機（有）	キヤノン	2.03
19	88	先鋒高科技（東莞）（有）	パイオニア	1.97
20	95	南通中遠川崎船舶工程（有）	川崎造船	1.82
21	97	上海索広電子（有）	ソニー	1.74

外資系（日本企業が出資している企業を除く）上位5社

外資中順位	企業名	主要出資企業	輸出額（億ドル）
1	鴻富錦精密工業（深圳）（有）	鴻海精密工業（台湾）	43.87
2	摩托羅拉（中国）電子（有）	モトローラ（日本）	27.75
3	希捷国際科技（無錫）（有）	シーゲート（米国）	12.23
4	戴爾計算機（中国）（有）	デルコンピュータ（米国）	11.73
5	長城国際情報産品（深圳）（有）	IBM（米国）	11.25

備考：主要出資企業には、製造業の主たる出資企業名を記載。

資料：中国対外経済貿易年鑑

## コラム 基幹部品で高収益を実現する部品メーカー

近年、超精密化や超小型化といった領域で高い技術力を持つ電機部品メーカーが高収益を実現している。このような電機部品メーカーは、デジタル家電などの生産が拡大する中で基幹部品を供給することで売上を伸ばしており、中国におけるこれら品目の生産が拡大するに伴って中国向けの輸出も拡大している。例えば、中国で製造されるデジタルカメラや携帯電話用のカメラについては、その画像処理を担う半導体や光学部品の多くが日本から中国へ向けて輸出されている。また、自動車部品についても、トランスミッションやABS、エアバッグといった部品は、未だ中国国内では十分な性能、品質を確保することが難しいため、日本から調達されるものが多い。

## コラム 輸出向け電子・電機機器を中国で生産

中国へ進出した日系の電気・電子メーカーの生産工場は、当初から我が国向けや米国などの第三国向けの製品を製造する拠点として設置される場合が少なくない。こうした場合、具体的には、中国で調達できない部材は日本から持ち込み、中国で低賃金の労働力を活用して製品を組み立て、我が国や米国といった巨大消費地へ輸出されることが一般的である。

このような事業展開や米中間の貿易を踏まえると、近年、我が国からの米国向け輸出が減少ないし微増となる一方、中国向け輸出は急増しているが、これは、最終消費地は引き続き米国市場としつつ、日本から中国に高機能部素材が輸出され、単純加工組立などの最終生産工程が中国で行われていることを反映しているものと考えられる（表121-92）。

表121-92 中国現地法人の地域別販売額

	総計	（百万円）			（%）		
		現地	北米	日本	現地	北米	日本
99年度	4,100,679	1,996,840	120,681	1,274,612	48.7	2.9	31.1
00年度	5,078,573	2,396,515	259,450	1,600,106	47.2	5.1	31.5
01年度	5,245,472	2,434,111	253,369	1,820,774	46.4	4.8	34.7

資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」

## 中国経済の成長に伴う課題

(ア) 原材料などの世界市況の高騰

## &lt;エネルギー需給&gt;

高成長を続け、また、エネルギー多消費型である中国経済は、エネルギー需要の大幅な拡大をもたらし、世界のエネルギー需給に対しても相当の影響を与えることが懸念される（表121-93）。国際エネルギー機関（IEA：International Energy Agency）による世界のエネルギー需要予測によれば、急速な経済成長を背景にした中国のエネルギー需要量は、2030年にはOECD加盟の欧州の需要量とほぼ並ぶ規模にまで増大すると予測されている（表121-94）。また、GDP当たりの一次エネルギー消費量は日本の約10倍に当たり、今後こうした傾向が持続すれば、経済成長と相まってエネルギー需要の一層の増加を促す要因となる（図121-95、図121-96）。このような需要量の増加は、同国のエネルギー対外依存を増大させ、更にこれが国際エネルギー市場にも相当の影響を及ぼすと考えられる。例えば、IEAによれば、中国の石油輸入量は2001年の日量170万バレルから、2030年には約6倍の日量980万バレルにまで達すると予測されている（表121-97）。今後、経済動向、エネルギー消費構造の省エネルギー型への転換の動向にもよるが、中国のエネルギー需給が世界のエネルギー需給に及ぼす影響が高まることが懸念される。

表121-93 中国のエネルギー消費等の世界シェア

	2001年
GDPシェア (A)	3.2%
石油消費量シェア (B)	6.1%
(B/A)	1.9
電力消費量シェア (C)	9.6%
(C/A)	2.9
粗鋼消費量 (D)	22.0%
(D/A)	5.9

資料：World Bank「World Development Indicators」  
IEA「Energy Balance of OECD Countries 2003」、  
「Energy Balance of Non-OECD Countries 2003」  
IISI「Steel Statistics Yearbook」

## &lt;原材料等の国際価格の高騰と需給逼迫&gt;

高成長する中国経済では、その成長を支える旺盛な原材料・資材需要が発生している。このような旺盛な中国需要を主な要因として、一次産品や工業原材料などの商品に係る国際市況が高騰し、一部の原材料では需給が逼迫しており、全世界の製造業に少なからず影響を及ぼしていると考えられる（図121-97、図121-98）。我が国においても、特に鉄鉱石や石炭、非鉄金属などの原料、鋼材などの材料・製品、海上輸送などの急激な価格上昇や需給逼迫により、回復基調にある製造業にとって、製造コストの増加を通じた収益圧迫や原材料調達への影響が懸念されている。例えば、鉄鋼メーカーは、中国の旺盛な鋼材需要もあり、業績を急回復させてきていたが、中国が粗鋼生産量を急増させ、鉄鉱石の調達を拡大さ

せたことから、鉄鉱石の需給が逼迫して原料価格が上昇し、我が国鉄鋼メーカーの業績に悪影響が及ぶことへの懸念が生じている（図121 - 99、図121 - 100、図121 - 101）。原材料等の価格上昇により、特に鉄鋼業や非鉄金属製造業といった川上の素材産業においては、製品の販売価格にコスト増加分を転嫁せざるを得ない状況になってきている一方で、こうした素材を使用する産業機械、電気電子機器、自動車といった川下の産業ではデフレ経済下で価格転嫁を行いきにくい状況にあり、これらの中間（川中）に位置している鑄造業や金属製品製造業といった業種が厳しい状況に置かれているのが現状である。

このような状況を踏まえ、2004年3月、経済産業省は「原材料等連絡会議」を設置し、各方面からの情報収集を行い、中小企業を含めた産業や我が国経済への影響についての確かな実態把握を行うための体制を整備した。3月下旬には、製造業と中小企業を対象として原材料の価格上昇や品不足による影響、価格転嫁の状況等について調べたところ、特に中小企業にとって原材料等の価格上昇に伴う製造コスト増を取引対価に転嫁しにくい状況が少なからず見ら

れたため、経済産業大臣は、親事業者約3,500社及び約70の関係事業者団体に対し、原材料等の価格上昇に伴う下請事業者への配慮につき、下請中小企業振興法に基づく振興基準の周知徹底を図ることを要請する文書を4月20日付で発出した。また、経済産業省では、引き続き、売り惜しみなどが起こらないよう呼びかけ等を行うなど、きめ細かな対応を行うとともに、様々な形で情報収集・実態把握に努め、状況の推移を注視していくこととしている。

さらに、中国をはじめ、インド、ロシア、ブラジルといった国における今後の経済発展のスピードや規模等を考えると、今回の原材料等の価格上昇や需要逼迫を一過性の問題と捉えることなく、原料資源を安定的に確保していくことは、我が国として中長期的な観点から取り組むべき重要な課題と認識する必要がある。したがって、原料資源の世界的な賦存・開発状況、需給状況等を踏まえ、山元、川上から川下に至る連鎖を円滑ならしめることを視野に入れつつ、原料資源の中長期的な安定供給を確保するために必要な産業レベル、政策レベルでの取組を強化することが重要である。

表121 - 94 世界のエネルギー需要など

(単位：石油換算百万トン)

	2000	2010	2020	2030	平均年変化率(%) 2000-2030
OECD加盟の北米 *1	2,696	3,040	3,391	3,726	1.1
OECD加盟の欧州 *2	1,748	1,953	2,087	2,191	0.8
OECD加盟の太平洋諸国 *3	847	1,001	1,127	1,200	1.2
中国	950	1,302	1,707	2,133	2.7
世界	9,179	11,132	13,167	15,267	1.7

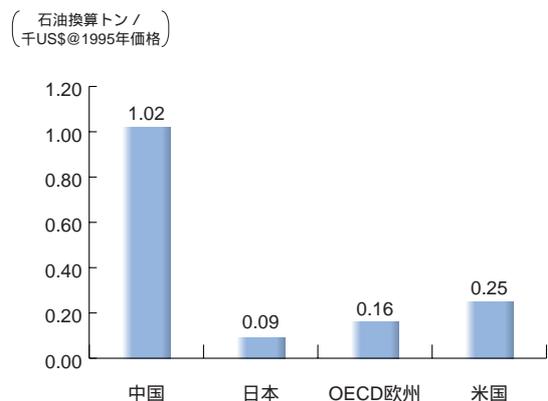
\*1：米国、カナダ、メキシコ

\*2：オーストリア、ベルギー、チェコ、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、ギリシア、ハンガリー、アイスランド、アイルランド、イタリア、ルクセンブルグ、オランダ、ノルウェイ、ポーランド、ポルトガル、スペイン、スウェーデン、スイス、トルコ、英国

\*3：日本、韓国、オーストラリア、ニュージーランド

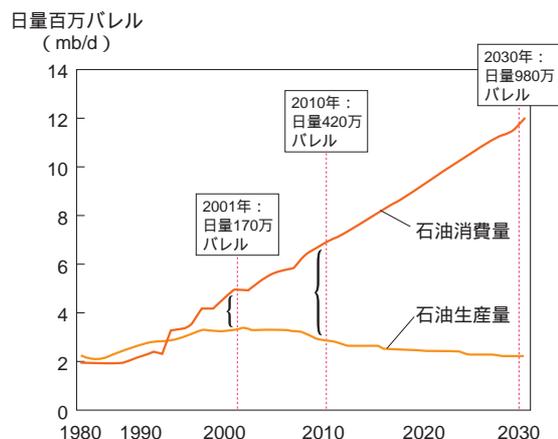
出所：IEA「World Energy Outlook 2002」

図121-95 GDP当たりの一次エネルギー消費量の各国比較



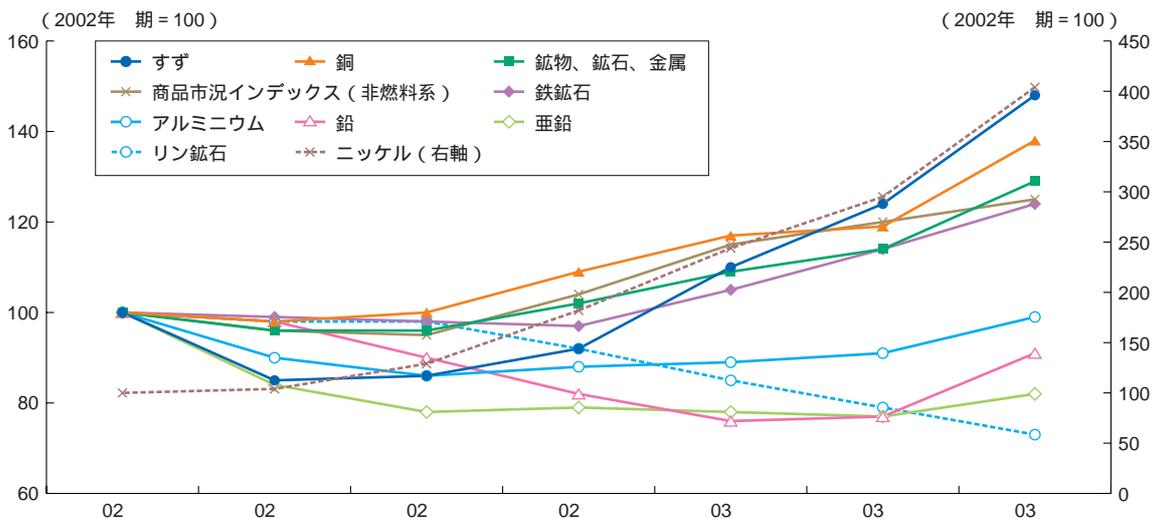
出所：IEA「Energy Balance of OECD Countries 2003」、  
「Energy Balance of & Non-OECD Countries 2003」

図121-96 中国の石油輸入量見通し



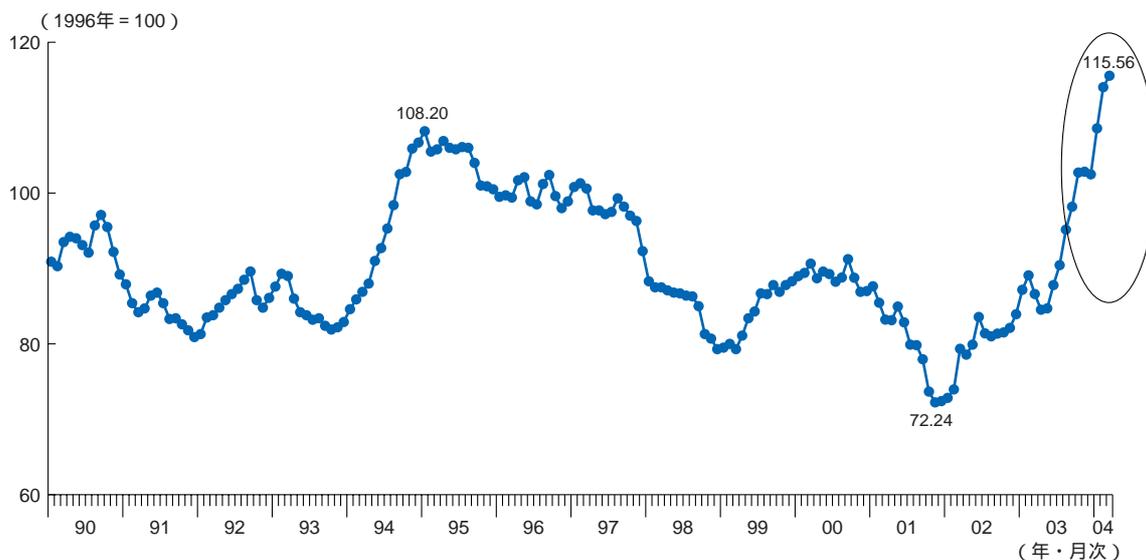
出所：IEA「WORLD ENERGY OUTLOOK 2002」

図121-97 商品市況インデックス



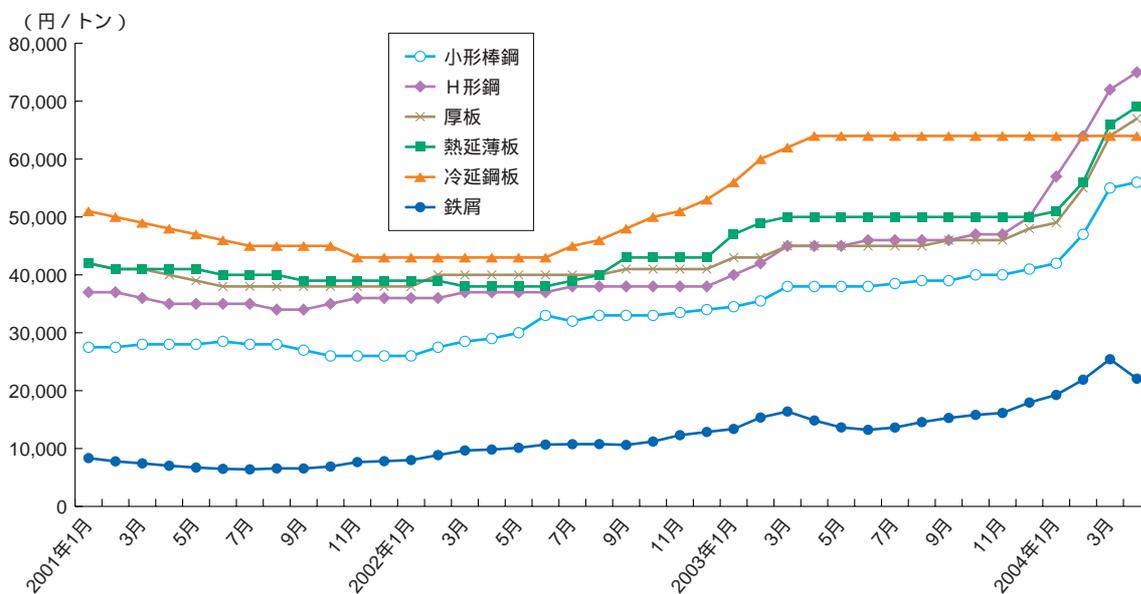
資料：国際連合(UN)「World Economic Situation and Prospects」

図121 - 98 JOC-ECRI商品指数



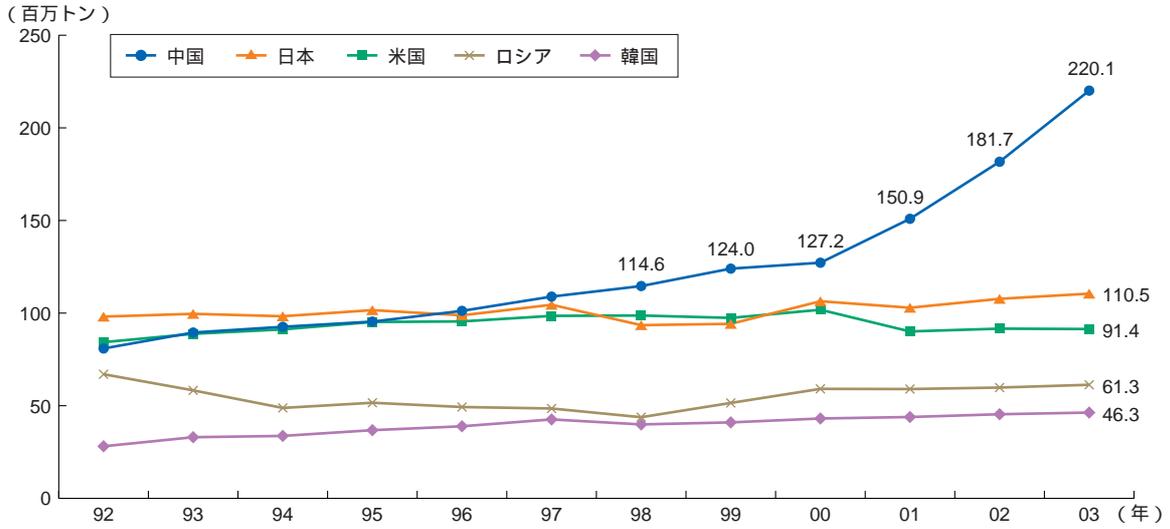
備考：JOC-ECRI商品指数の構成品目は18品目（鉄、銅、アルミニウム、亜鉛、鉛、すず、ニッケル、綿花、黄麻布、ポリエステル、ベンゼン、石油、エチレン、皮革、天然ゴム、獣脂、合板、オーク材）。独自の指数計算方式による。  
資料：Economic Cycle Research Institute (ECRI)

図121 - 99 鋼材及び鉄屑の市況価格



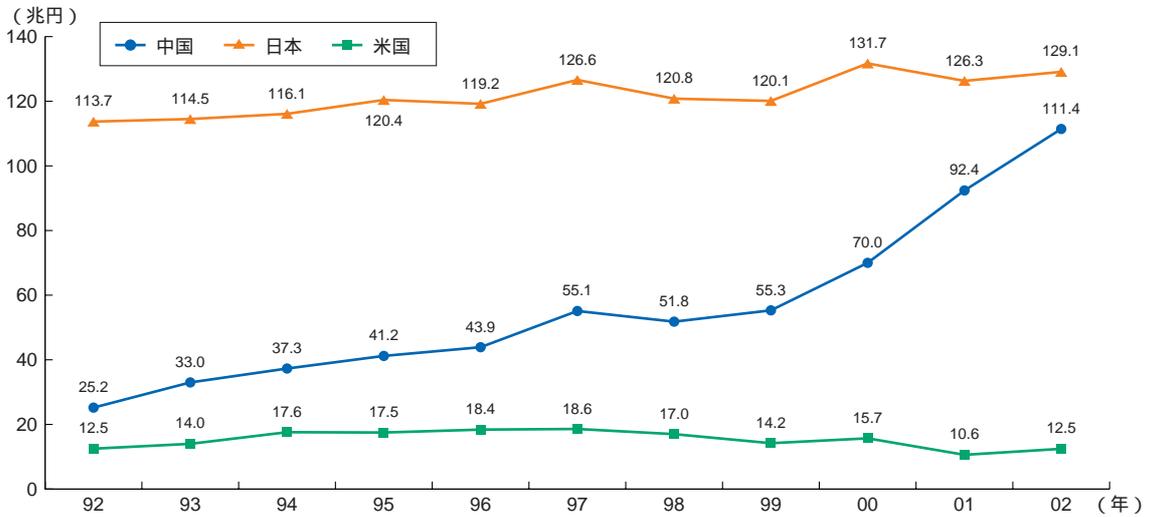
資料：鋼材は鉄鋼新聞、鉄屑は（社）日本鉄源協会モニター価格（三地区（関東・中部・関西）のH2メーカー中値平均）をもとに経済産業省作成。

図121 - 100 世界上位5か国の粗鋼生産量



資料：IISI「Steel Statistics Yearbook 2003」

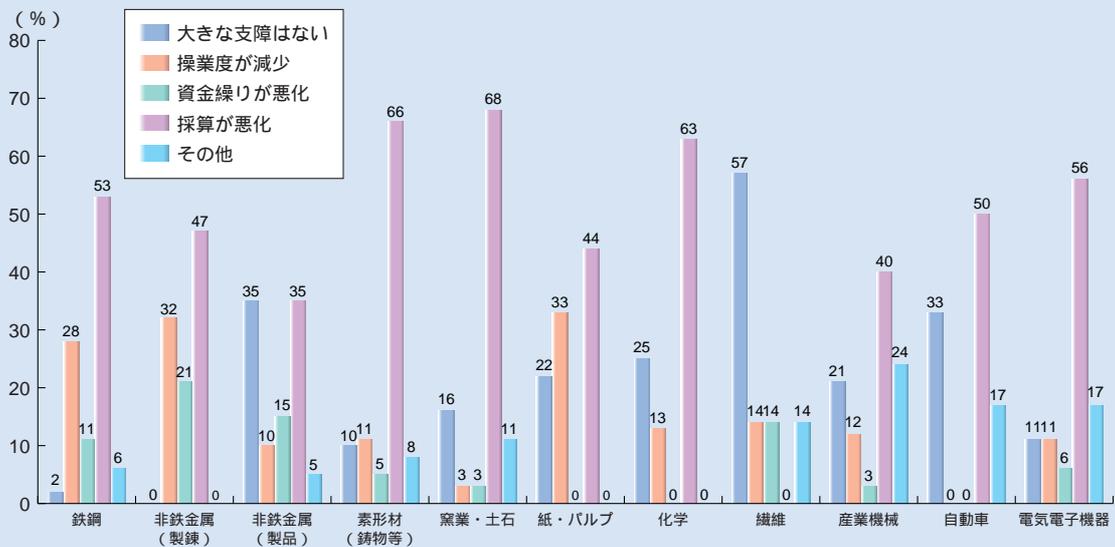
図121 - 101 鉄鉱石輸入量



資料：IISI「Steel Statistics Yearbook 2003」

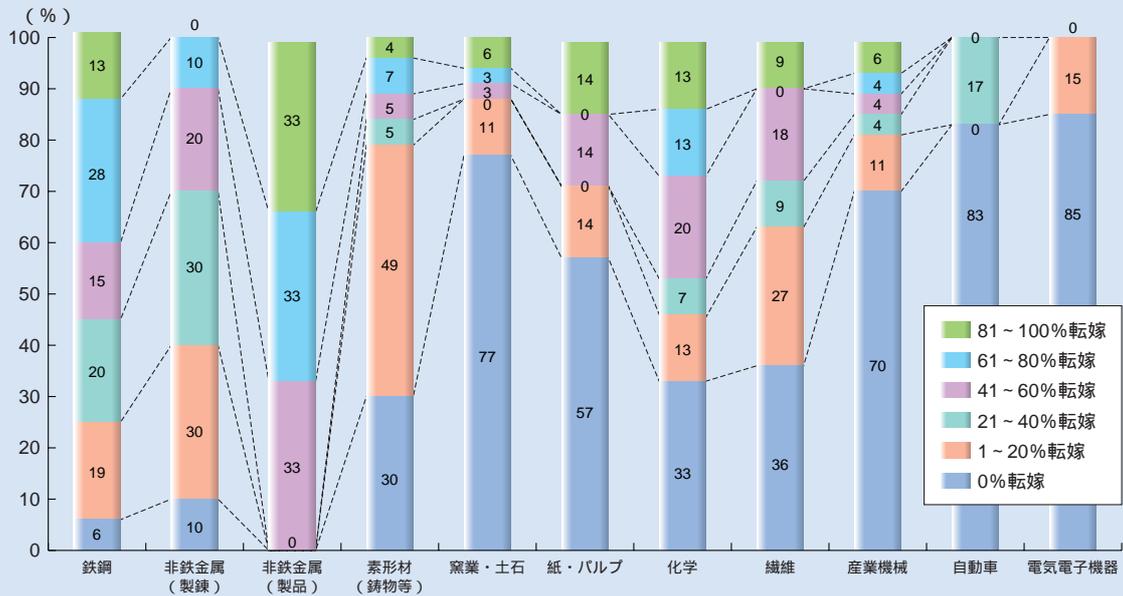
中国経済の高成長の下での原材料等の国際市況の高騰は、我が国製造業にも影響を及ぼしている。経済産業省が2004年3月下旬に実施した調査によれば、ほとんどの業種において、原材料等の価格上昇によって採算が悪化したとの回答が多く、特に中小企業性が高い素形材（鋳物等） 窯業・土石（耐火物等）については、約7割の企業が採算が悪化したと回答している（図121 - 102）。原材料等の価格上昇分をどの程度製品の販売価格に転嫁しているかという点については、産業機械、自動車、電気電子機器といった川下に位置している業種においては、市場の競争が激しいなどといった理由から、価格転嫁を実施していない企業が多く見られ、「川上インフレ、川下デフレ」と言われる状況にあることがうかがえる（図121 - 103）。また、中小企業について見ると、製品納入先である川下の大企業に対して原材料等の仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁することが難しく、特に金属・鋳造等の業種で厳しい状況にある（図121 - 104、図121 - 105）。このように、原材料等の価格上昇や需給逼迫は中小企業をはじめ、幅広い製造業企業の経営環境に大きく影響を及ぼしかねない問題であり、経済産業省では、引き続き状況を注視していくこととしている。

図121 - 102 原材料等の価格上昇・品不足による製造業への影響



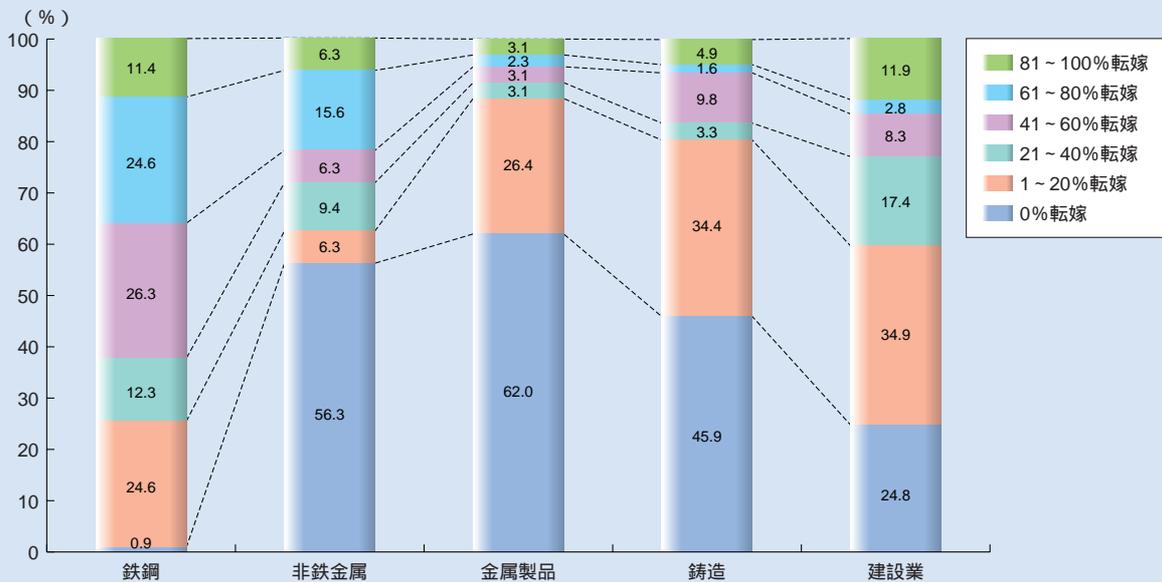
資料：経済産業省調べ（2004年3月）。

図121-103 原材料等の価格上昇による価格転嫁の程度



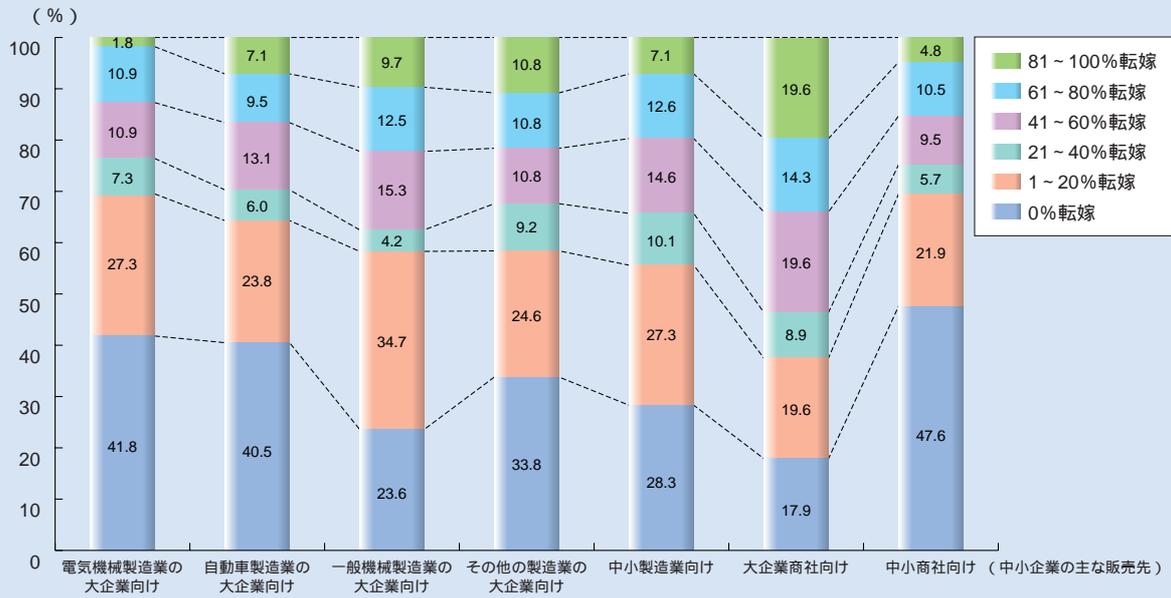
資料：経済産業省調べ（2004年3月）

図121-104 中小企業における価格転嫁の状況（業種別）



資料：経済産業省調べ（2004年3月）。

図121 - 105 中小企業における価格転嫁の状況（主な販売先別）



資料：経済産業省調べ（2004年3月）。

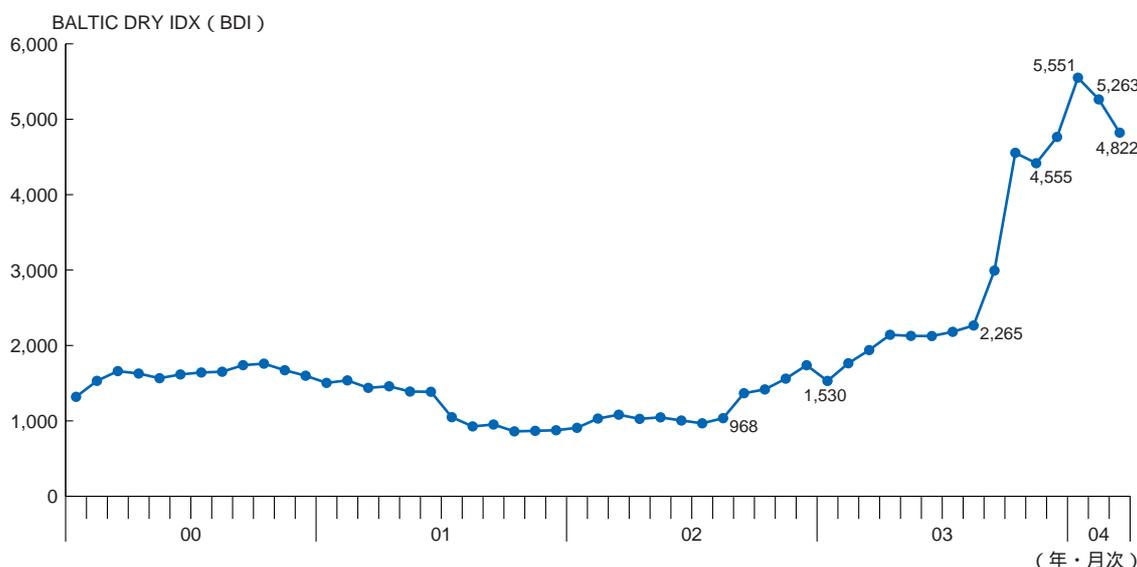
<海運市況>

中国経済の高成長の下で、タンカーやコンテナ船といった国際海上運賃も上昇傾向にある。不定期船の市況を見ると、2003年の秋以降運賃水準が大きく上昇しており、2004年1月には、直近のボトムであった2002年7月に比べて運賃が6倍近くにも上昇している(図121-106)。

北米航路(東航)では、中国から北米への製品輸

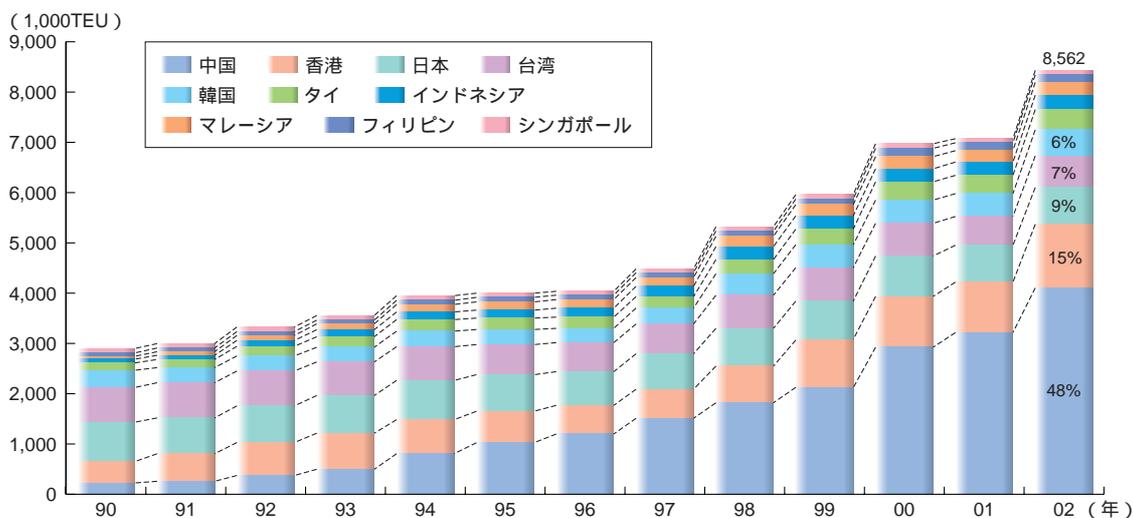
出の増加を反映してコンテナ稼動量が急増し、北米からアジアへのコンテナ稼動量を大きく上回ることから、コンテナ船需給が一層逼迫する要因となっている(図121-107、図121-108)。

図121-106 BDI(バルチック・ドライ・インデックス)の運賃水準



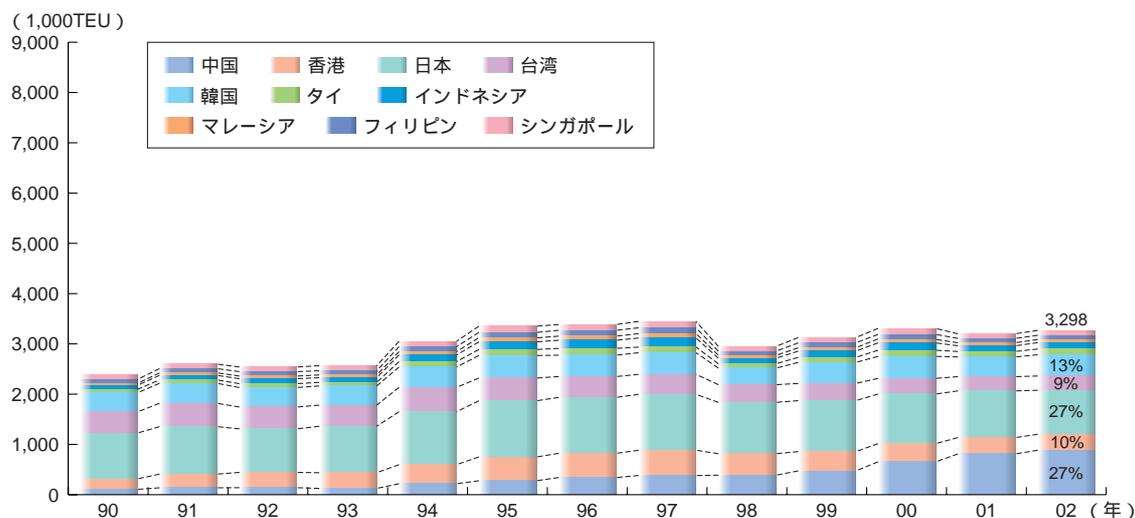
備考: BDIとは鉄鉱石、石炭、穀物などのドライカーゴと呼ばれる乾貨物の海上輸送運賃指数。  
資料: バルチックエクステンジェン社

図121-107 北米航路(東航)の国別コンテナ稼動量



備考: 1. 「北米航路」とはアジア発着の定期コンテナ船の主要航路のうち、アジアと北米を結ぶ航路のこと。  
2. 「東航」とは、北米航路のうちアジア-北米。  
3. TEUとは20×8×87フィートの規格化されたユニット。  
資料: 国土交通省海事局

図121 - 108 北米航路（西航）の国別コンテナ稼働量



備考：1．「北米航路」とはアジア発着の定期コンテナ船の主要航路のうち、アジアと北米を結ぶ航路のこと。  
 2．「西航」とは、北米航路のうち北米 アジア。  
 3．TEUとは20×8×87フィートの規格化されたユニット。  
 資料：国土交通省海事局

(イ) 懸念される中国の事業環境

急速な経済発展を遂げる中国における事業展開については、上に述べた国際需給、市況の影響のほか、様々な課題などが発生している。このような課題などに対しては、中国の政府、産業界が適切に対処していくことが期待され、さらに、中国において事業展開を行う我が国製造業も、このような課題などを踏まえて、適切な備え、対処の下に事業展開を行っていくことが必要である。

<電力不足>

工業が集中する華東地域を中心に中国は2003年夏季以来深刻な電力不足に陥っている。急速な経済発展に電源開発が追いつかず、また、石炭の不足や干ばつによる水不足なども影響したことから、発電所が十分に稼働できずに深刻な電力不足に陥った地域もある。このような地域では、送電制限が行われ、輪番による停電が行われた。中国へ進出している日系企業も、停電により操業日の変更や削減を余儀なくされるなど少なからず影響を受けた(表121 - 109)。

中国の電源開発は火力発電と水力発電を中心に進められているものの、需要の拡大に追いついておらず、中国国家発展改革委員会では、今後のエネルギー開発計画の見直しに着手しているものの、冬季に

入っても電力不足は継続しており、さらに、2004年の夏季には、前年以上の電力需給の逼迫が見込まれるなど、当面電力不足は継続する見通しである(表121 - 110)。我が国製造業は、低廉な生産コストを求めて中国事業を展開する例が多いが、停電による操業の停滞はこのようなメリットを相殺しかねないものであり、中国事業展開に当たっては、このような電力事情への対処が重要になってきている。

<賃金の高騰・人材の不足>

中国は農村部からの出稼ぎ労働者が豊富に存在するとされるなど、職種などによって雇用需給、賃金水準などは様々ではあるが、中国の平均賃金は右肩上がりで上昇しており、特に2000年以降の上昇が顕著である(図121 - 111)。特に、単純労働者ではなく、エンジニアやマネジメントを行う専門性の高い人材の賃金は高騰している。

賃金の高騰は我が国製造業が中国における事業展開を行う上での今後の課題として最も指摘している項目になっている(図121 - 112)。また、最近1年間で、特に「優秀な管理職が不足」「優秀な技術職を集めにくい」という認識が高まり、専門性の高い人材の不足が懸念されている(図121 - 113)。

<不動産価格の上昇>

中国では、上海地区を中心に不動産価格が高騰している(図121-114)。上海では郊外地域も含めてマンションの建設ラッシュが続いている中で、不動産が投機目的で購入される場合もあるとされ、資産価格が著しく上昇している。経済実態に合わない水準までの不動産価格の上昇は将来調整を余儀なくされるものであり、マクロ経済へ影響を及ぼすおそれもあるため、今後の動向を注意することが必要となっている。

<財政赤字と対外債務>

財政支出を拡大してきた中国では、財政赤字が拡大する傾向にあり、特に1998年以降の急拡大が目立つ(図121-115)。これは、財政収入の大半を占める租税収入の減少などに加え、積極的なインフラ投資

が行われていることに起因するものと考えられる。財政赤字の拡大により、国債発行残高は急増しており、その債務返済が中央財政の大きな負担になってきている。

また、中国の対外債務も拡大している(図121-116)。1994年に人民元を切り下げた後、対外債務が増加しており、その後も増加基調にあるが、特に2001年には短期債務が急増している。中国は、2003年末に4,033億ドルに達した豊富な外貨準備高を有するものの、1998年の地方信託投資会社の破綻や債務不履行などにより中国の対外債務返済への懸念が生じたことに加え、国内金融不良債権処理、国内金融制度改革の必要性が継続していることも踏まえれば、関連の動向には十分注意することが必要となっている(図121-117)。

表121-109 中国の電力供給の逼迫状況

2003年夏季における製造業での電力供給調整割合 (n=265)	
電力供給調整あり	63%
電力供給調整なし	37%
2003年～2004年冬季における製造業での電力供給調整割合 (n=267)	
電力供給調整あり	58%
電力供給調整なし	42%
電力供給調整問題は中国への投資検討の際の考慮要因となり得るか (n=278)	
中国への投資検討に際し考慮要因となり得る	70%
中国への投資検討に際し考慮要因となり得ない	30%
電力供給調整問題は中国への投資行動を慎重にさせる方向に働いているか (n=271)	
慎重な姿勢に傾いている	42%
変化はない	58%

出所：ジェットロ上海センター

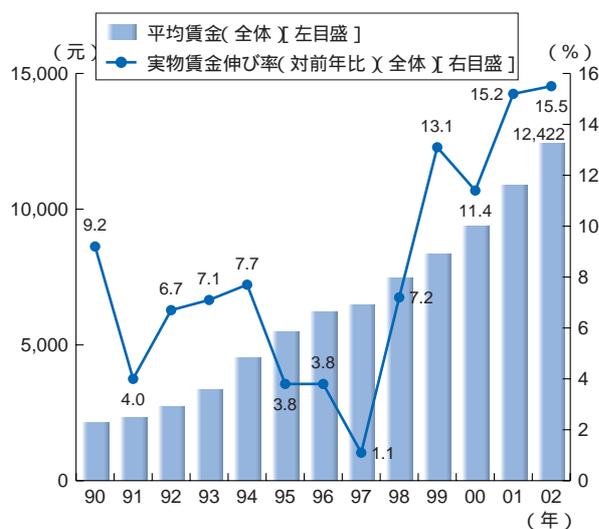
表121-110 中国の電力供給と需要

(単位：億kw)

項目	1980	1985	1990	1995	1997	1998	1999	2000	2001
供給可能量	3,006.3	4,117.6	6,230.4	10,023.4	11,273.6	11,590.4	12,305.2	13,472.7	14,632.6
生産量	3,006.3	4,106.9	6,212.0	10,077.3	11,344.7	11,662.0	12,393.0	13,566.0	14,716.6
水力発電	582.1	923.7	1,267.2	1,905.8	1,959.8	2,080.0	2,038.1	2,224.1	2,774.3
火力発電	2,424.2	3,183.2	4,944.8	8,043.2	9,240.7	9,441.0	10,205.4	11,164.5	11,767.5
原子力発電				128.3	144.2	141.0	149.5	167.4	174.7
輸入量		11.1	19.3	6.4	0.9	0.2	3.7	15.5	18.0
輸出量(-)		0.4	0.9	60.3	72.0	71.7	91.5	98.8	101.9
消費量	3,006.3	4,117.6	6,230.4	10,023.4	11,284.4	11,598.4	12,305.2	13,471.4	14,633.5

資料：中国統計年鑑

図121-111 中国の平均賃金



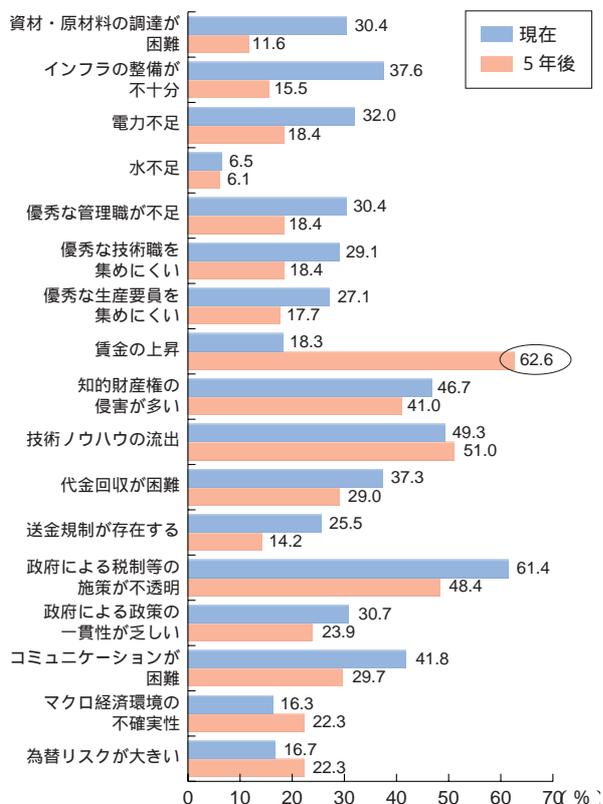
資料：中国統計年鑑

### <不良債権>

中国の金融システムにかかる課題として、4大国有商業銀行を中心とする銀行の不良債権問題が指摘されている。不良債権が拡大した理由は、借り入れを行う国有企業の十分な改革が伴わずに返済遅延が積み重なったことが一因であるとされている。

このような事態を踏まえ、中国政府は1999年に4大国有商業銀行から不良債権を買い取り、その処分を行う資産管理会社を設立させるなど、不良債権処理を進めている。2003年には、外貨準備を活用して450億ドルの資本を上記4大銀行のうち、中国銀行と中国建設銀行に対して注入している。中国銀行業監督管理委員会は、2004年1月に、2003年12月末現在の国内金融機関の人民元・外貨建て不良債権は年初来1,574億元減少して2兆4,000億元、不良債権比率は同4.69ポイント減少して15.19%となったと公表しているが、引き続き不良債権比率は高水準であるとともに、1999年以降の比率減少の主因が資産管理会社への移転と貸出額の拡大にあることから、引き続き十分注意することが必要となっている。

図121-112 我が国製造業が中国で事業展開していく上での課題

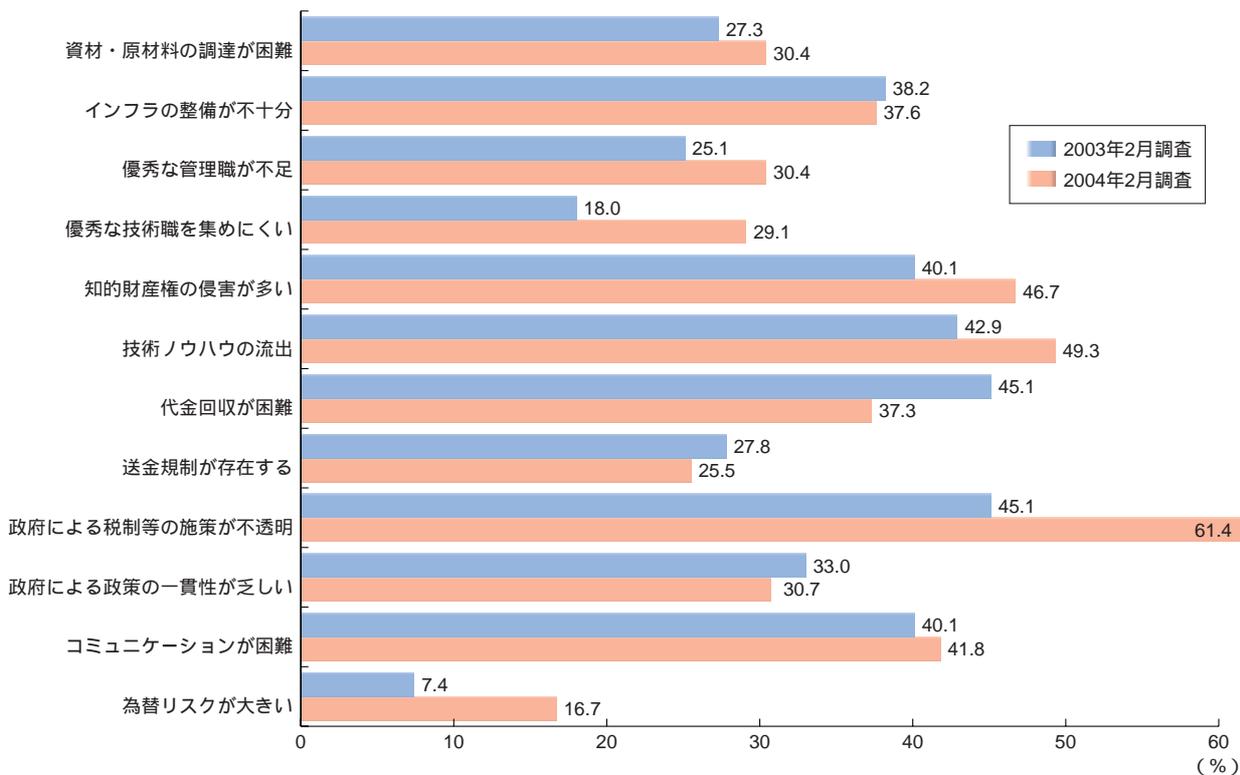


備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。中国に関する事業環境へ回答した企業を対象に集計。「現在」の有効回答数は306社、「5年後」の有効回答数は310社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

### <知的財産権の侵害>

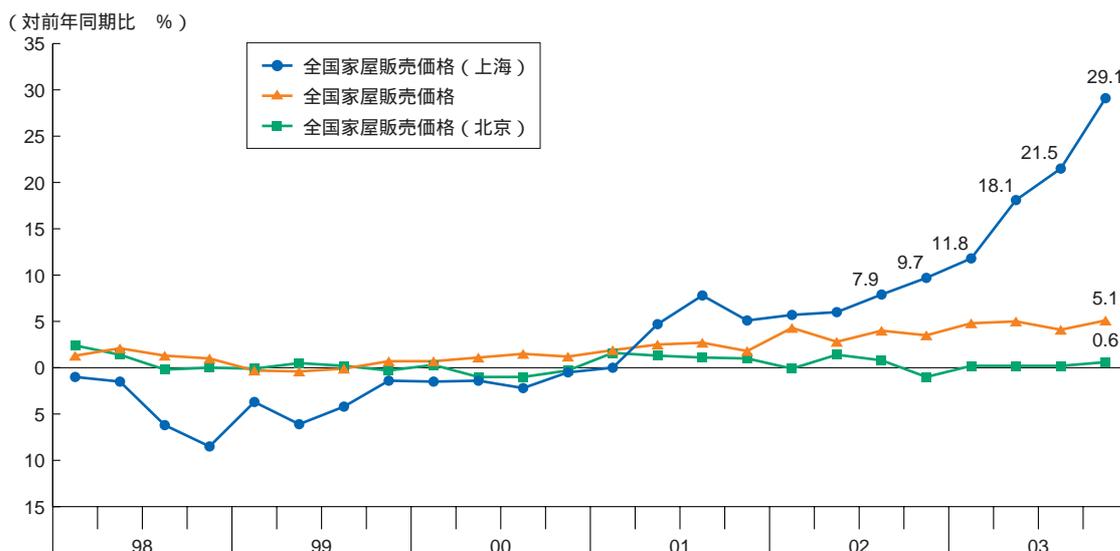
中国はWTO加盟に当たり「知的所有権の貿易関連の側面に関する協定（TRIPS協定）」の遵守を約束しているが、模倣品や海賊版などの横行は、依然として大きな課題である。このような知的財産権の侵害は、我が国製造業の中国との貿易や投資にマイナスの影響をもたらすものであるが、模倣品などの取締りにおいては地方政府が地方保護主義により不適切な運用を行っているとの指摘もあり、WTOのルールを踏まえた対応が求められる。我が国政府、産業界としても厳しい取締りや罰則の適用を求めるとともに、侵害取締りのノウハウの提供などの協力を進めていくことが必要となっている。

図121-113 我が国製造業が中国で事業展開していく上での課題（共通項目について前回アンケートと比較）



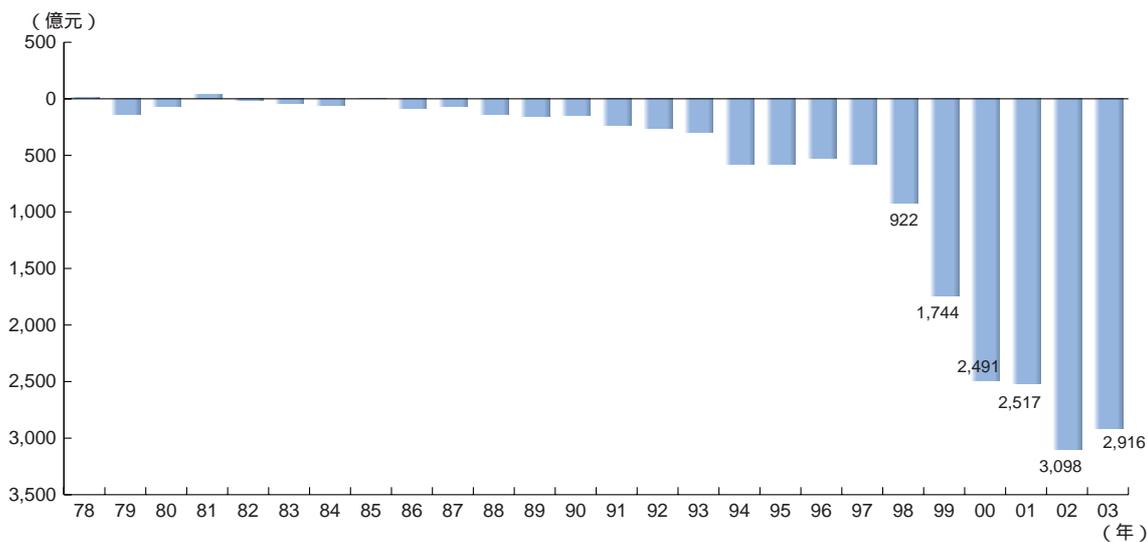
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。  
 対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。  
 中国に関する事業環境へ回答した企業を対象に集計。2003年の有効回答数は406社、2004年の有効回答数は306社。  
 資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121-114 中国の不動産販売価格



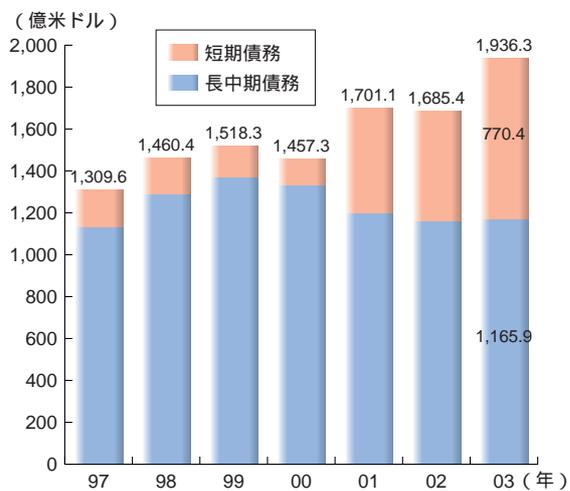
資料：China Monthly Economic Indicators

図121 - 115 中国中央政府の財政収支



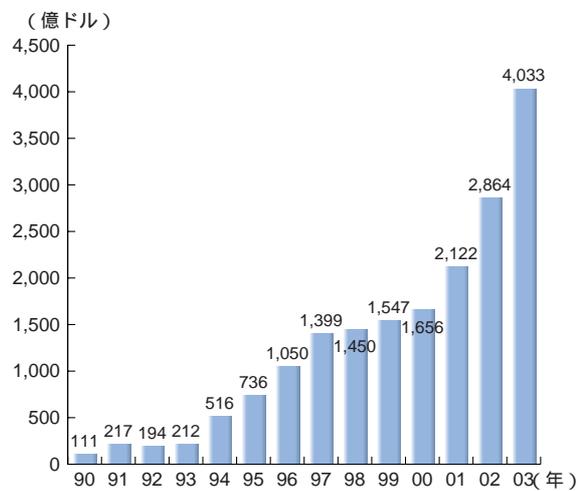
備考：年末値。  
資料：中国統計摘要、03年は中国政府公表数値。

図121 - 116 中国の対外残務残高



資料：中国統計摘要、03年は中国政府発表。

図121 - 117 中国の外貨準備高



資料：中国経済摘要

<その他のWTO加盟約束の不履行・WTOルール不遵守への懸念>

2001年12月11日になされた中国のWTOへの正式加盟に当たっては、WTO協定上の義務履行の状況を把握するために、加盟後8年間、経過的レビューメカニズム（TRM）を行うことが決定された。このTRMの場で、中国政府が改善・是正すべき事項が各国から指摘されている。

例えば、我が国からは、上記の知的財産権の保護の徹底のほか、WTO加盟に際しての譲許内容に違背した写真フィルムなどへの従量税適用の是正、自動車輸入割当制度の運用改善などを指摘している。

2004年に入っても、米国が半導体分野での優遇税制に関し中国に対してWTO上の協議要請をしており、我が国も米中協議に第三国参加した。

政府としては、今後とも、様々な機会を通じて、中国がWTO加盟約束の履行、WTOルールの遵守をするよう働きかけていくこととしている。

<人民元レート>

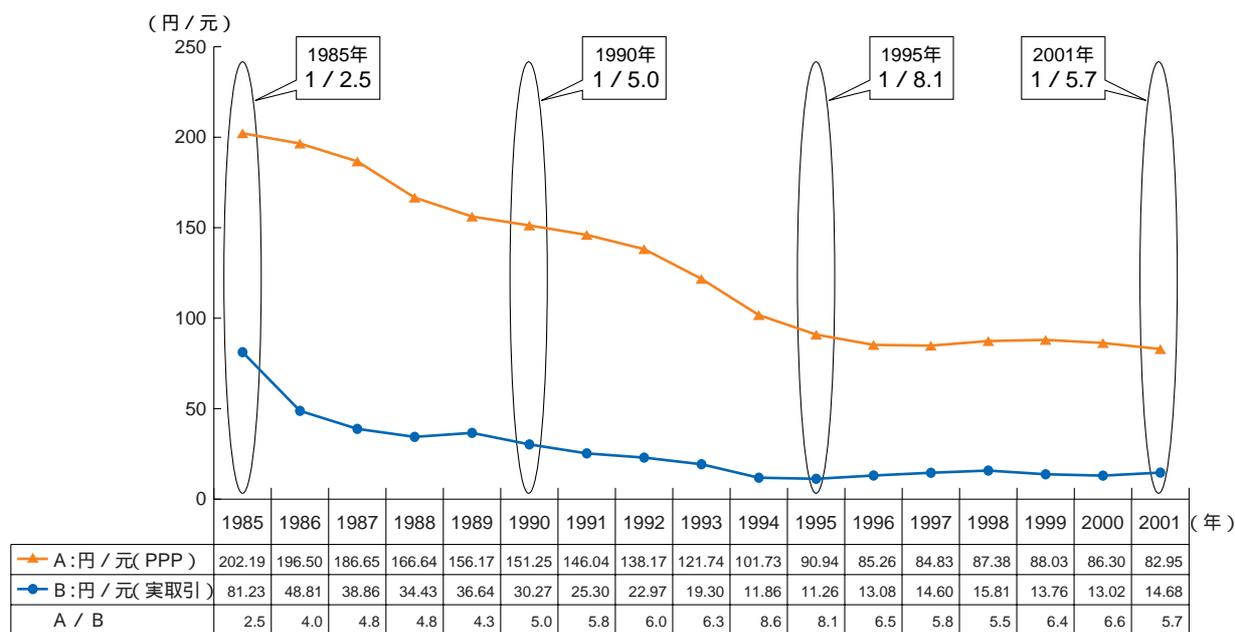
中国は、1994年に管理変動相場制に移行し、対米ドル為替レートが一定に保たれるよう中国人民銀行が為替相場に介入する事実上のドル・ペッグ制を

とっている。一方、購買力平価（PPP）ベースで見ると、近年の水準は人民元が円に比して約6分の1の過小評価となっている（図121 - 118）。特に、2003年以降、米国の中国との間の貿易赤字の拡大を背景に、米国産業界及び米国政府の関心が高まっており、適正な為替制度運営、経済実態を反映した為替レートの形成が求められている。

また、中国当局は、事実上のドル・ペッグの維持のための為替介入を行いつつも不胎化策を取っているが、足下ではベースマネーが拡大し、不胎化の限界が見え始めている。このような状況で引き続き為替介入を続けると、インフレを発生させるおそれもあることが指摘されている（図121 - 119）。

我が国製造業の対応を見ると、このような状況である一方、大半の企業は何ら対策を講じていないか、もしくは自社ビジネスへは影響しないと見ており、現状では対策を織り込み済みで事業展開している企業は少ない（図121 - 120）。中国を主として生産拠点として位置付ける企業であっても、対策を講じた上で事業展開している企業は全体の1割程度にとどまっている（図121 - 121）。対策を講じている企業が行っている元建て債務をドル建て債務に切り替えるなどの資金管理の見直しなどを参考にしつつ、為替リ

図121 - 118 購買力平価ベースと実取引ベースの人民元レート（円 / 人民元）

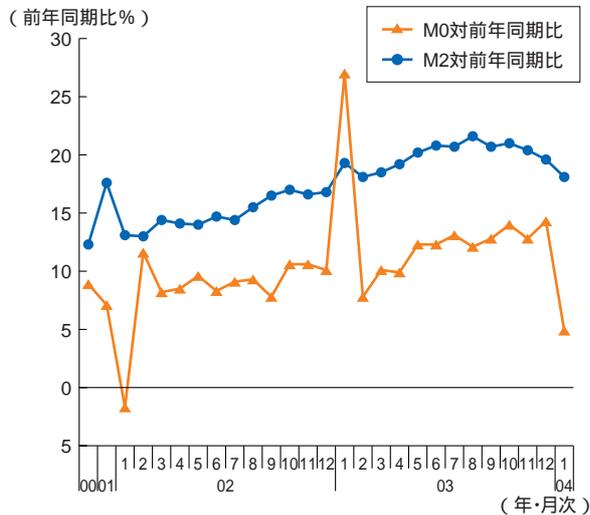


備考：購買力平価（PPP）の算出に当たっては貿易に係る財・サービス以外に国内消費財・サービスも含まれている点、一般に途上国は同数値から為替レートの実勢水準が乖離しやすい点に留意することが必要。  
資料：世界銀行統計より作成。

スクに直面しうるより多くの我が国製造業企業が、  
的確な対応を進めることが望ましいと考えられる

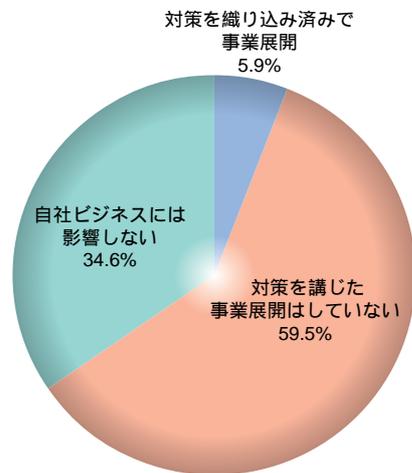
(図121 - 122)

図121 - 119 中国のマナーサプライ



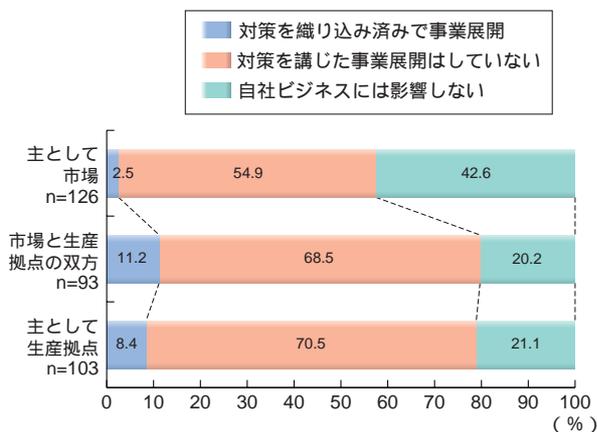
備考：M0は市中現金、M2は広義の通貨供給量でM0に企業・事業単位の当座預金・定期預金や個人の貯蓄性預金などを加えたもの。  
資料：中国統計年鑑、CHINA MONTHLY STATISTICS

図121 - 120 人民元レートへの対処



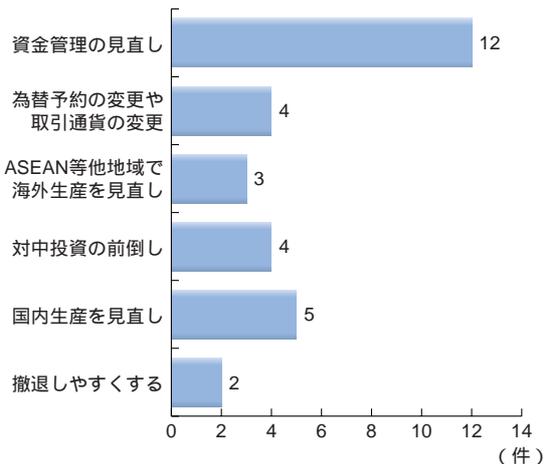
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
本設問の有効回答数は人民元レートへの対処について解答した353社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121 - 121 人民元レートへの対処(中国市場の位置付け別)



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
本設問の有効回答数は中国事業の位置付けと人民元レートへの対処について解答した計322社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121 - 122 人民元レートへの具体的な対策



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数は人民元レートへの対応を「実施済み」と回答した21社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

<中国における事業展開の課題に係る我が国製造業の認識>

現在、中国で事業展開していく上での課題として我が国製造業が認識しているものとしては「政府による税制等の施策が不透明」が61.4%と最も多く、次いで「技術ノウハウの流出」が49.3%、「知的財産権の侵害が多い」が46.7%となっている。昨年からの認識の変化を見ても、2003年の輸出増徴税還付率の引き下げの経験から政府の施策の不透明性への不安が高まるとともに、知的財産を巡る問題が悪化傾向にあることがうかがわれる。

5年後についての課題は、「賃金の上昇」が62.6%と最も高い。現在の課題としてこれを挙げている企業は18.3%に過ぎないが、5年後においては44.3ポイントも上昇している。全般に、5年後は現在よりも課題と捉える項目が減少する中で、賃金の上昇を課題と捉える割合は突出しており、低廉な生産コストのメリットが中期的に消失することが課題として強く認識されていることが分かる。また、技術ノウハウの流出や知的財産権の侵害という課題も解消するとは認識されておらず、中国事業に当たってはこれ

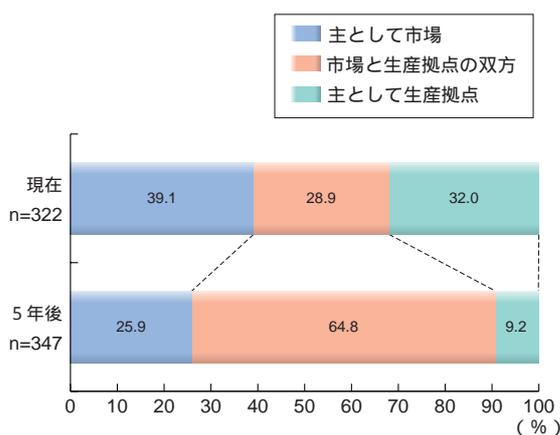
らの課題に対して継続的な取組が必要であると認識されていることが示されている（図121 - 112）。

戦略的展開が期待される中国での事業展開

我が国製造業企業は、中国が輸出する機械・電子製品の生産に不可欠であるものの、中国では調達できない部品や生産設備を輸出していることから、中国の経済発展により高付加価値の製品の供給拡大が期待できる状況にあると考えられる。例えば、我が国製造業は、化学製品、電機製品、一般機械、半導体を含む電子部品などの輸出が多く、中国のWTO加盟による関税引き下げのメリットを享受する形で、直近では自動車の輸出も増えている。

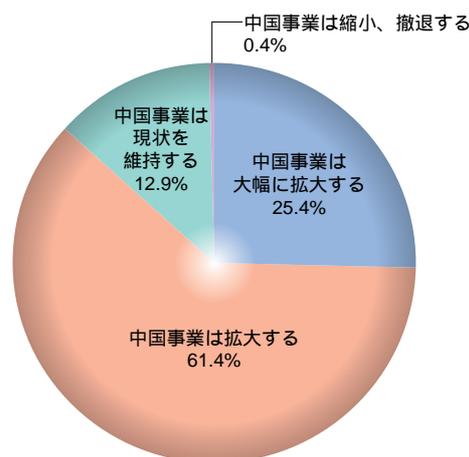
さらに、今後についても、中国は生産拠点としてだけでなく、新たな販売市場としての将来性の魅力や期待も高まっている（図121 - 123）。我が国製造業にとって、中国は引き続き大きなビジネス機会が見込まれる市場であり、今後も中国事業を拡大すると考える企業は多く、成長著しい中国ビジネスが将来的に経営の主たる収益源になるとの期待も少なくない（図121 - 124、図121 - 125）。

図121 - 123 我が国製造業から見た中国の位置付け



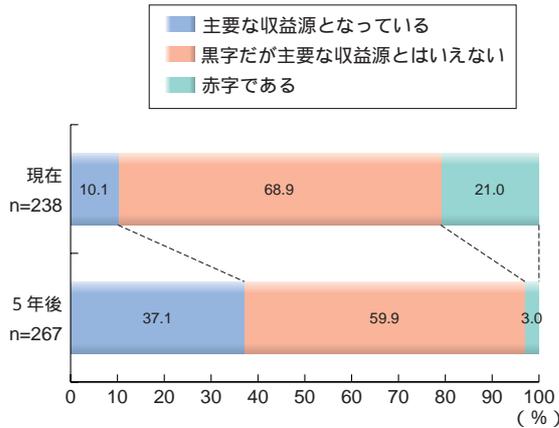
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。本設問の有効回答数は中国事業の現在の位置付け（322社）、今後の位置付け（347社）に対して回答のあった企業。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121 - 124 我が国製造業の中国における今後の事業展開の方針



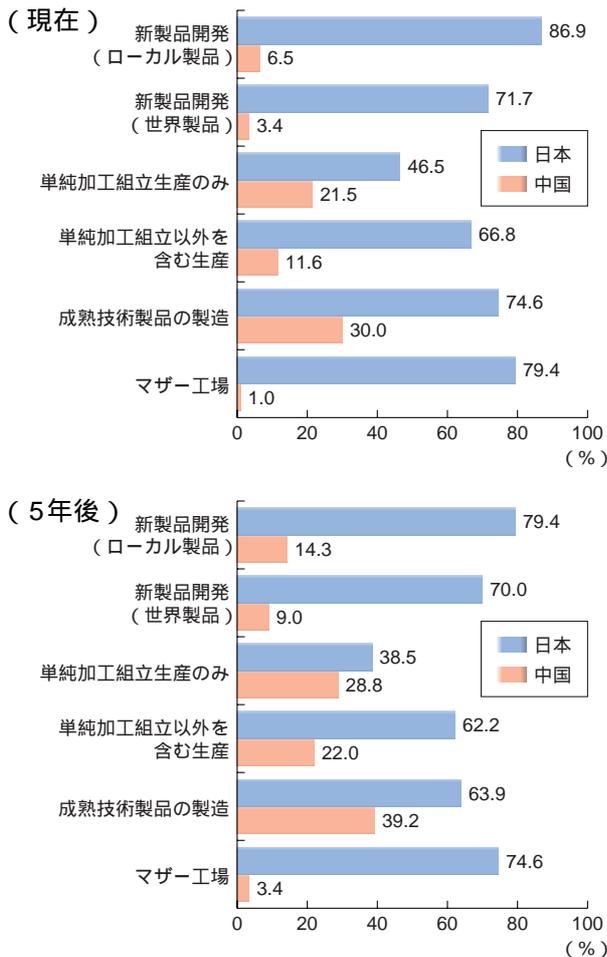
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。本設問の有効回答数は中国事業の今後の展開について回答した280社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121 - 125 我が国製造業の中国事業の収益性



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。  
 対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
 本設問の有効回答数は中国事業の現在の収益性（238社）、今後の収益性（267社）に対して回答のあった企業。  
 資料：経済産業省調べ（2004年2月）

図121 - 126 日本と中国の事業戦略上の位置付け



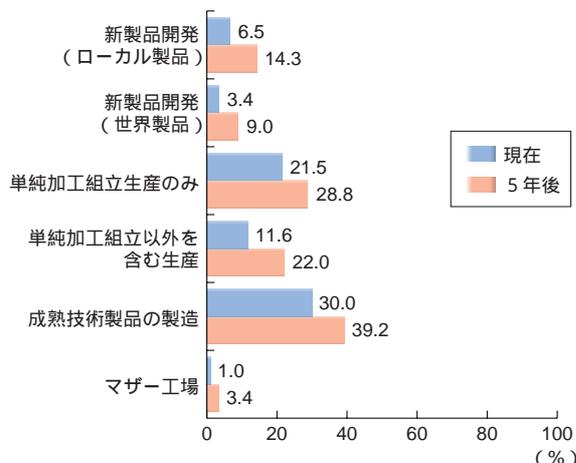
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。  
 対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
 資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

将来的にみても、我が国製造業がグローバルに事業を展開する中で、生産拠点としての中国の役割はますます高まることが予想され、単純加工組立以外の生産機能を手がけたり、一部についてはローカル製品や世界製品の製品開発を手がけるなど、事業戦略上の中国の位置付けは高まっている（図121 - 126、図121 - 127、図121 - 128）。

このように、中国と我が国製造業の関係は緊密さを増し、国内における研究開発、新製品開発の進展もあって補完的な関係を形成する可能性を拡大している。特に、高品質や高機能といったイメージが定着している日本ブランドは、中国の高所得者向けに受け入れられつつあり、耐久性があり精度も高い日本の工作機械や検査機械などは中国のものづくりを支える役割を担っている。中国も独自の技術開発により先端商品の国産化を急いでいるが、摺り合わせ型開発生産に長けた我が国製造業のものづくり力を今後も維持・強化するとともに、常に一步先をいく技術開発・商品開発、更には生産などのプロセス革新に挑むことにより、技術やノウハウの流出に留意すれば、我が国が得意とする基幹部品の生産を国内に確保することはもとより、電機製品のような組み合わせ技術を主体とする完成品においても、中国との棲み分けを図っていくことは、十分可能である。

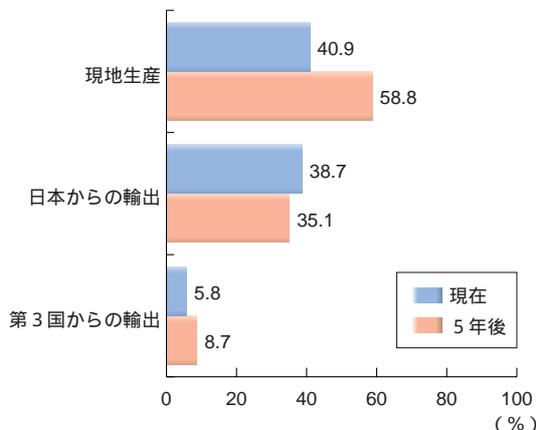
しかし、前述したように様々な課題などもあり、第2節2.で述べるように、中国市場における事業展開の現在の収益性は必ずしも高いものではなく、消費市場としては将来性・潜在性としてとらえるべき分野も相当存在するものと考えられる。ビジネス上のリスクを的確に把握し、課題などについて十分な対処をした上で中国における事業展開をすることが我が国製造業には求められている。

図121-127 中国における事業戦略上の位置付け(現在及び5年後)



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。  
対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ(2004年2月)。

図121-128 我が国製造業の中国における事業展開



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。  
対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ(2004年2月)。

#### (4) 堅調なASEAN経済において深化する我が国製造業の事業展開

我が国製造業が1980年代から貿易投資関係を拡大してきている地域として、10か国の加盟国からなるASEAN(東南アジア諸国連合)がある(表121-129)。ASEANの中心的加盟国であるASEAN4、すなわちタイ、マレーシア、インドネシア、フィリピンを始めASEAN諸国は特に1980年代後半から目覚ましい経済発展をとげ、それを牽引してきたのは、ブラザ合意後の円高により活発化した日本からの直接投資であると言うことができ、これら諸国にとっても我が国との経済関係は重要なものとなっている。

1997年には、ASEAN諸国の多くにアジア通貨危機が発生したが、その影響を一番強く受けたのはASEAN4の国々であり、日本から積極的な直接投資が行われていた地域だけに、我が国製造業にも大きな影響をもたらした。この通貨危機が契機となり、我が国製造業は事業展開上のASEANの位置付けを戦略的に変化させていった。ASEAN諸国の購買力がアジア通貨危機によって大幅に低下したことから、在ASEAN日系製造業の生産するASEAN向け製品のASEAN域外での販売を拡大する必要に迫られ、現地調達によるコスト競争力の強化と国際的に求められる品質の実現が求められた結果、同製品の品質向上、輸出拡大が図られつつある。

近年、ASEANはAFTA(ASEAN自由貿易地域)の深化などにより地域経済の一体性を高めることで事業環境の整備を進めつつあり、我が国製造業は、このような取組を踏まえながら、これまでASEANに蓄積してきた直接投資や技術ノウハウを活かすことが重要となる。このように、中国に加えASEANにおける事業展開も適切に進め、重層的なアジア事業展開を行うことによる我が国製造業の競争力強化が期待される。

#### 着実な発展を遂げるASEAN経済

1997年のアジア通貨危機により一時大幅に落ち込んだアセアン経済は回復基調にある。中国に比べると緩やかな成長であるが、ASEAN4の名目GDPは、ITバブル崩壊後の2001年を除き、着実に伸びている

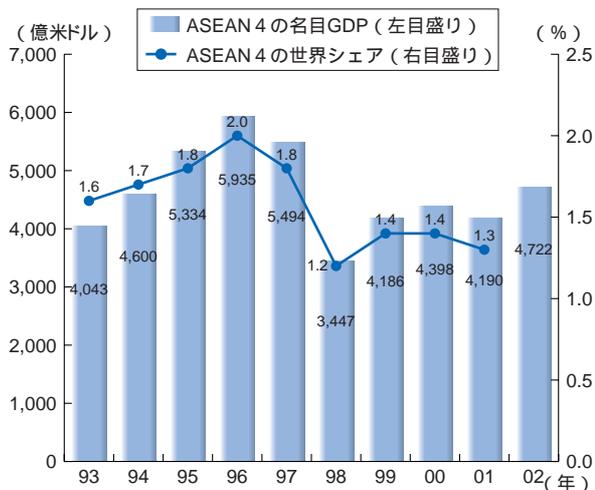
表121-129 ASEAN4のGDP及び人口

	ASEAN 4	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン
人口 (百万人、2002年)	380.8	63.4	24.5	211.1	81.8
名目GDP (億ドル、2002年)	4,722	1,265	949	1,729	780
一人当たり名目GDP (ドル、2002年)		1,994	3,870	796	963
実質GDP成長率 (前年比、2003年、%)		6.7	5.2	4.1	4.5

資料：ADB「KEY INDICATORS 2003」、各国統計局、中央銀行ほか

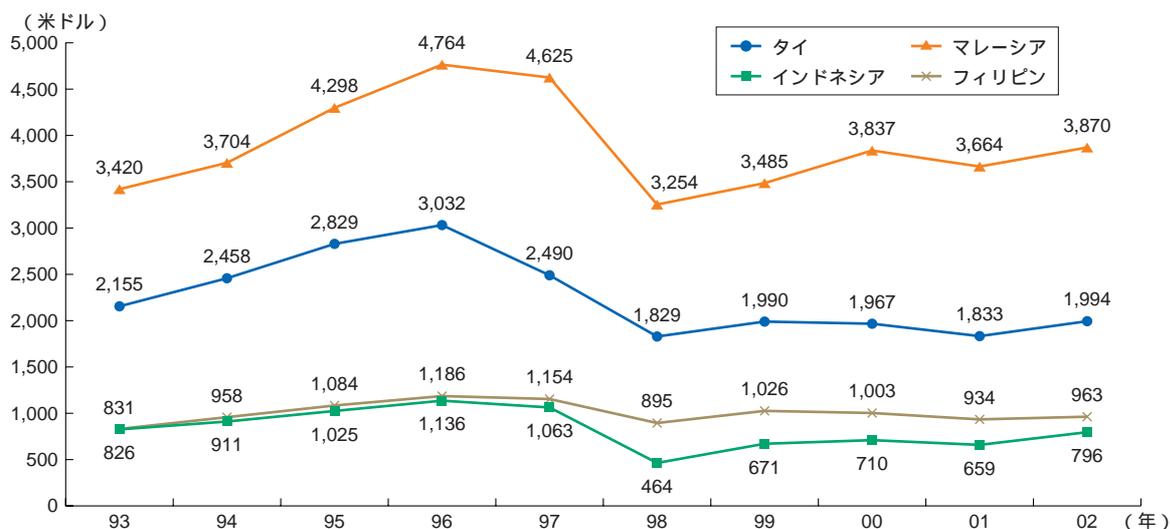
(図121 - 130、図121 - 131)。実質GDP成長率も、通貨危機の翌年にはマイナス成長に転じたが、その後プラス成長を回復している(図121 - 132、図121 - 133、図121 - 134、図121 - 135)。2001年のITバブル崩壊の影響は、ASEAN4各国へも影響を与えているが、特に電子産業を基幹産業とするマレーシアに大きな成長率低下をもたらしている。2002年以降、引き続きASEAN4各国は安定的な経済成長を遂げているが、特にタイとマレーシアは2003年にそれぞれ1.3ポイント、1.1ポイントも成長率を高めるなど経済発展を加速している。なお、経済成長が落ち込んだ2001年のITバブル崩壊後のGDP成長率に対する寄与度を見ると、タイとマレーシアは輸出が牽引する形で経済成長を回復させたのに対して、インドネシアやフィリピンでは内需が牽引する形で経済成長を回復させている。

図121 - 130 ASEAN4の名目GDPと世界シェア



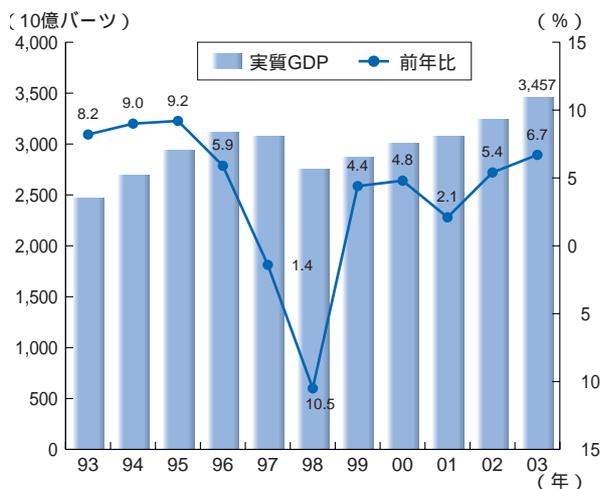
備考：02年は各国政府公表値より作成。  
資料：World Bank 「World Development Indicators」

図121 - 131 ASEAN4の1人あたり名目GDP



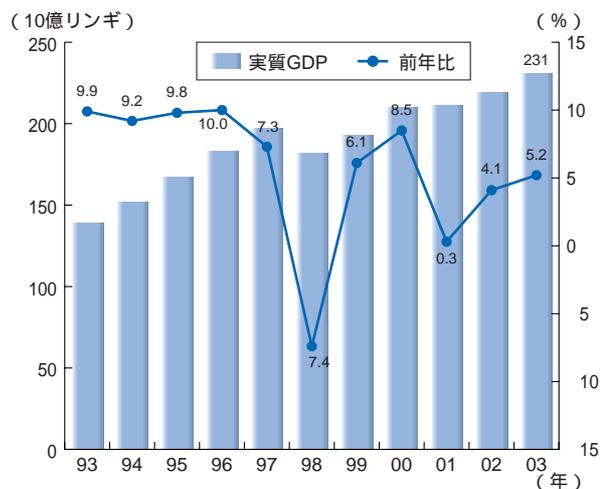
資料：各国統計局、中央銀行ほか

図121-132 タイの実質GDPと伸び率



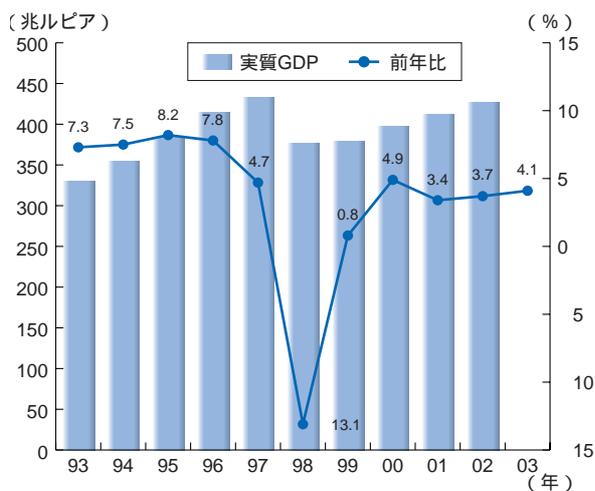
資料：NESDB

図121-133 マレーシアの実質GDPと伸び率



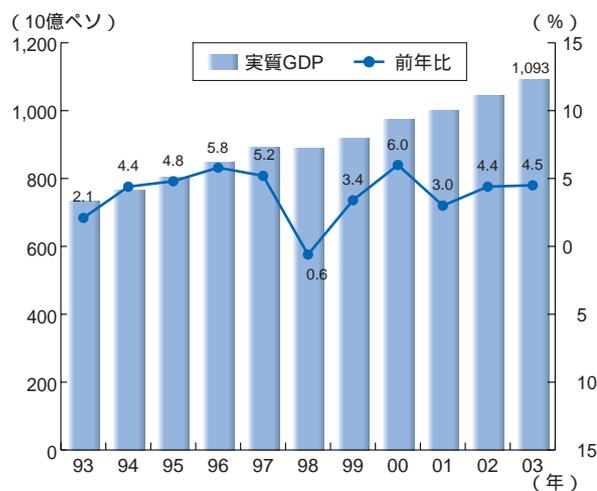
資料：マレーシア国家統計局

図121-134 インドネシアの実質GDPと伸び率



資料：インドネシア中央統計局

図121-135 フィリピンの実質GDPと伸び率



資料：フィリピン国家統計局

(ア) 拡大する生産

ASEAN4経済において製造業は重要な位置付けを占めており、タイは食料や自動車、マレーシアやフィリピンは電機、そしてインドネシアは紡績や化学などが製造業の中心となっている(表121 - 136)。

製造業生産指数の動向を見ると、1997年の通貨危機の影響を最も深刻に受けたのはインドネシアであり、2001年のITバブル崩壊の影響を最も深刻に受けたのはマレーシアとなっている。なお、直近の2003年のタイやマレーシアの製造業の生産は、前年比10%以上と順調な伸びを示している(図121 - 137)。

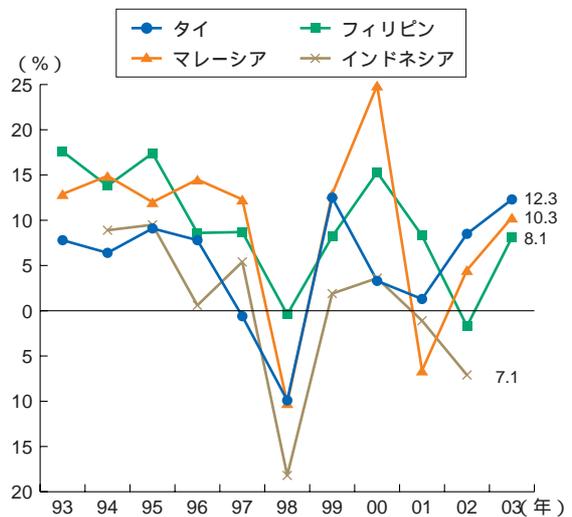
(イ) 堅調な直接投資

世界からASEAN4への直接投資は、中国向けの直接投資が拡大する中で、アジア通貨危機を受けた調整がなされており、同危機前の水準を回復するには至っていない(図121 - 138)。そのような中で、我が国は引き続き対ASEAN直接投資において主要な投資国となっている。

2002年のASEAN4への直接投資状況を国別に見ると、タイについては、同国への投資額が最も大きいのは日本であり、日本は3年連続でタイにとっての

最大投資国となっている。統計上これに含まれないシンガポールなどの日系メーカーからの投資も考慮すると、日系企業のタイへの投資の実態は統計上の数字を上回っていると考えられる。タイは、完成車メーカーの現地調達率の引き上げに伴う日欧米の自動車部品メーカーからの投資が相次いでおり、投資業種としてウエイトの高い電気・電子及び金属製品・機械も自動車関連が多いと推測される。タイでは近年投資額が減少してはいるものの、政情が安定していることもあり、通貨危機後ASEAN4各国の中

図121 - 137 ASEAN4の製造業生産指数の前年(同期)比の推移



資料：各国の統計局

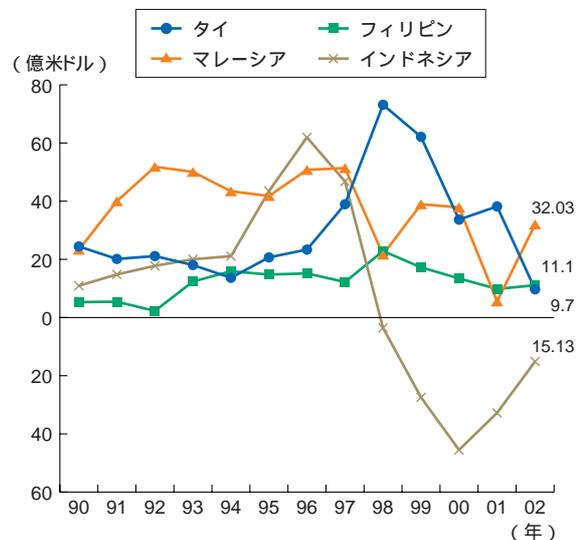
表121 - 136 ASEAN4の製造業の規模・概要

	タイ	マレーシア	フィリピン	インドネシア
工業付加価値額(億ドル)2001年	488.2	432.4	223.0	675.7
製造業付加価値額(億ドル)	38.6	26.9	16.0	37.9
(製造業のGDP比)2001年	32.0%	30.6%	22.4%	26.1%
主要生産品目の金額構成比				
食料・飲料	24.7%		19.8%	11.5%
紡織	6.8%		1.7%	11.5%
出版・印刷	0.7%		1.6%	2.6%
化学製品	4.4%		9.8%	11.4%
第一次金属	1.5%		3.2%	4.1%
金属製品	3.3%		1.5%	2.7%
通信装置	6.5%		13.5%	4.5%
自動車	11.1%		1.7%	2.4%
(旧分類)		8.4%		
食料品		8.4%		
繊維工業		4.9%		
化学工業		19.6%		
金属工業		3.3%		
機械器具		46.9%		

備考：1. タイの工業付加価値額、製造業付加価値額は2000年値。  
2. 主要生産品目の金額構成比はマレーシアが1997年、それ以外の国は1998年データによる。

資料：UN「International Yearbook of Industrial Statistics」、The World Bank「World Development Indicators」

図121 - 138 世界からASEAN4各国への直接投資額の推移



資料：IMF「Balance of Payments Statistics」

では比較的安定した直接投資受入状況となっている(表121 - 139)。

そのほか、フィリピンへの直接投資も日本が2001年度に引き続き、第1位となっている。マレーシア、インドネシアへの直接投資でも日本は第5位にランクされており、ASEAN4各国において日本は重要な投資元国となっている。

2003年のASEAN全体への直接投資は、タイ・マレーシアへの投資を中心に増加に転じる見通しである。これは、AFTAの進展によってASEANが統一市場としての魅力を高めたことに加え、中国への投資をSARSなどを踏まえて見直す気運が高まったことも影響したものと考えられる。

表121 - 139 ASEAN4各国への主な投資国と業種(2002年)

タイ								
投資国		件数	金額 100万 バーツ	金額の ウエイト	投資業種	件数	金額 100万 バーツ	金額の ウエイト
1	日本	215	38,398	38.5	電気・電子	135	28,552	28.7
2	シンガポール	40	13,103	13.2	金属製品・機械	155	26,692	26.8
3	英国	15	11,237	11.3	農産物	45	14,679	14.7
4	米国	37	11,113	11.2	サービス	54	14,456	14.5
5	スイス	12	3,727	3.7	軽工業・繊維	38	6,706	6.7
合計		483	99,617		化学製品・紙	47	6,510	6.5
					鉱物・陶磁器	9	2,022	2.0
					合計	483	99,617	

マレーシア								
投資国		件数	金額 100万 米ドル	金額の ウエイト	投資業種	件数	金額 100万 米ドル	金額の ウエイト
1	ドイツ	13	1,325	44.9	電気・電子	131	1,035	35.1
2	米国	35	693	23.5	化学品・同製品	23	110	3.7
3	シンガポール	131	233	7.9	食品製造	39	108	3.7
4	オランダ	11	152	5.2	機械製造	45	75	2.5
5	日本	96	150	5.1	組み立て金属製品	29	51	1.7
合計		-	2,949		合計	434	2,949	

インドネシア								
投資国		件数	金額 100万 米ドル	金額の ウエイト	投資業種	件数	金額 100万 米ドル	金額の ウエイト
1	シンガポール	160	3,329	34.0	運輸・倉庫・通信	66	3,713	37.9
2	香港	12	1,712	17.5	化学・製薬	29	1,872	19.1
3	モーリシャス	20	844	8.6	貿易・修理	446	876	8.9
4	英国	76	720	7.3	その他のサービス	166	805	8.2
5	日本	79	511	5.2	食料・プランテーション産業	14	425	4.3
合計		1,148	9,795		金属・機械・エレクトロニクス	92	349	3.6
					ゴム・プラスチック	31	283	2.9
					合計	1,148	9,795.1	

フィリピン								
投資国		件数	金額 100万 ペソ	金額の ウエイト	投資業種	件数	金額 100万 ペソ	金額の ウエイト
1	日本	-	17,054	37.0	製造業	-	23,691	51.4
2	台湾	-	12,198	26.5	鉱業	-	11,589	25.2
3	米国	-	3,627	7.9	サービス業	-	5,114	11.1
4	ドイツ	-	2,555	5.5	運輸業	-	2,054	4.5
5	スイス	-	1,764	3.8	通信業	-	1,054	2.3
合計		-	46,049		合計	-	46,049	

資料：日本アセアンセンター

原出所：1. タイは「タイ国投資委員会」、認可ベース、外資直投の定義は「外資10%以上」。

2. マレーシアは「マレーシア工業開発庁」、認可ベース。

3. インドネシアは「インドネシア投資調整庁」、認可ベース。

4. フィリピンは「フィリピン投資委員会」「フィリピン経済区庁」等、認可ベース。

(ウ) 輸出超過の継続する貿易

ASEAN諸国は、域内経済の一体化による経済発展の加速などを図るため、1992年にAFTAの設立について合意し、域内貿易の自由化に取り組んできている。そうした中、1997年の通貨危機後ASEAN4は、通貨が切り下げられた影響から、輸出を大きく伸ばしてきており、ITバブル崩壊後の2001年を除き、輸出が順調に伸びている(図121-140、図121-141)。

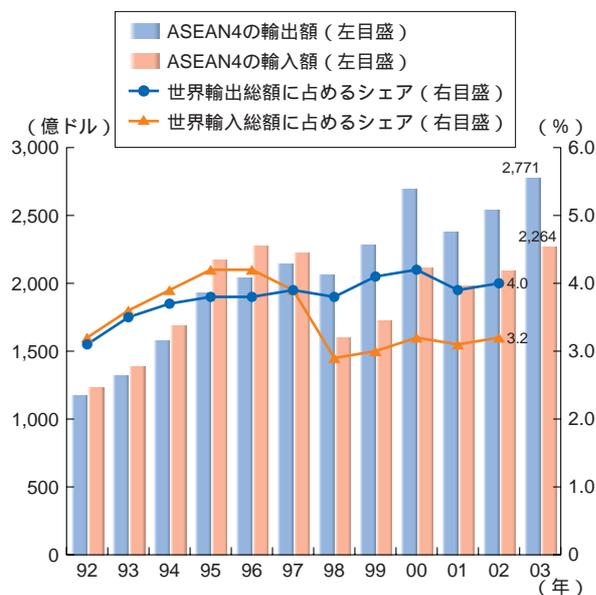
石油製品を主要輸出品目とするインドネシアを除くASEAN4各国の主力輸出品目は、電気機器などであり、特にタイやマレーシアでは、半導体やコンピュータ、通信機器といった電気・電子製品・部品が中心となっている(表121-142)。主要輸出相手国は、米国や日本のほか、シンガポール、香港、中国などのアジア域内諸国となっている(表121-143)。

一方、近年の輸入については、部品類を含む機械

や輸送機械が中心となっており、特にタイは、日本からの輸入を筆頭に、輸出額に匹敵する機械・輸送機械の輸入が見られる。インドネシア、フィリピンも最大の輸入相手国は日本となっており、貿易面においてもASEAN4各国と日本は経済関係を深化させてきている。

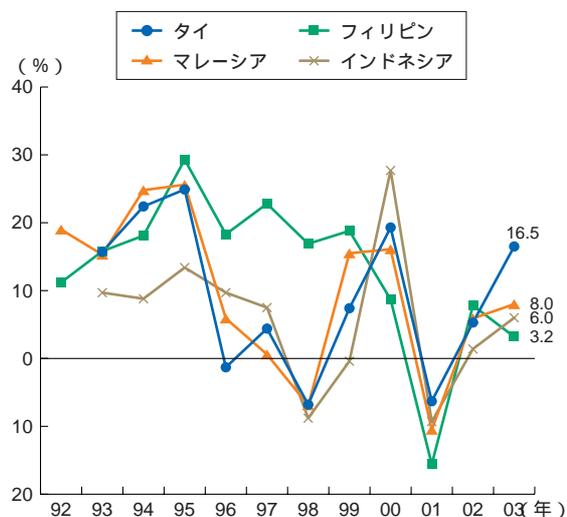
このような輸出入動向により、ASEAN4全体の貿易収支は1997年の通貨危機まで一貫して輸入超過で推移していたが、通貨危機後の1998年以降は一貫して輸出超過となっている。これは、通貨切下げの影響や個人消費低迷などを理由に輸入が激減したことに加えて、主としてローカル市場向けに生産していたASEAN各地の製造工場が、通貨危機を契機に第三国向けの輸出に力を入れるようになったためと考えられる(図121-144、図121-145、図121-146、図121-147)。

図121-140 ASEAN4の貿易額と対世界シェアの推移



資料：IMF「International Financial Statistics」、03年は各国統計局等。

図121-141 ASEAN4各国の輸出の伸び



備考：ドルベース換算した場合の前年比。  
資料：IMF、各国統計資料

表121 - 142 ASEAN4各国の主要輸出品目（2002年）

タイ		マレーシア	
主要輸出品目	(100万パーツ)	主要輸出品目	(100万リンギ)
コンピュータ・同部品	313,153	石油及び石油精製製品	11,597
繊維製品	179,765	パーム油	15,054
電機器具	243,240	超小型電子回路など	72,546
半導体・同部品	147,889	事務機器や自動計算機用の部品及び付属品	31,980
缶詰食品	108,015	通信機器の部品及び付属品	18,980
プラスチック製品	121,604	通信機器、録音及び音声再生装置	7,068
自動車部品・付随品	128,868	衣類及びその付属品	4,464
米	70,004	液化天然ガス	9,932
宝石・ジュエリー	76,583		
インドネシア		フィリピン	
主要輸出品目	(100万米ドル)	主要輸出品目	(100万米ドル)
石油製品	6,905	電機機器	24,322
合板	1,838	衣類	1,004
ゴム	1,208	ココナッツ油	353
えび（生鮮及び冷凍）	940	銅鉱	13
コーヒー	232	製糖	36

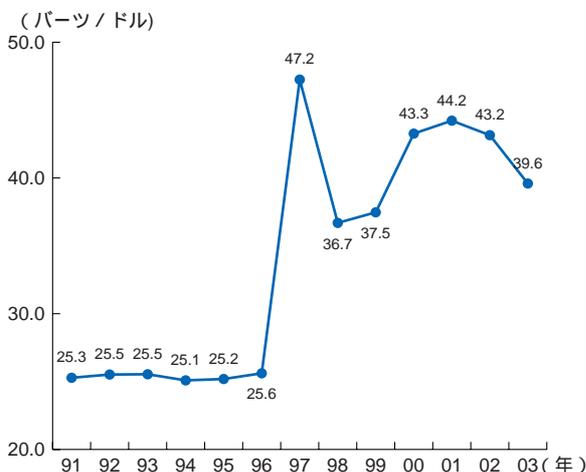
資料：ADB「KEY INDICATORS 2003」

表121 - 143 ASEAN4各国の主要輸出・輸入相手国（2002年）

	タイ		マレーシア		インドネシア		フィリピン	
	(100万米ドル)		(100万米ドル)		(100万米ドル)		(100万米ドル)	
主要輸出相手国	米国	13,522	米国	21,373	日本	12,510	米国	10,392
	日本	10,001	シンガポール	18,043	米国	9,441	日本	5,817
	シンガポール	5,554	日本	10,320	シンガポール	7,529	シンガポール	2,275
	香港	3,699	香港	4,597	韓国	4,325	オランダ	2,225
	中国	3,553	中国	4,482	中国	3,667	香港	1,941
主要輸入相手国	(100万米ドル)		(100万米ドル)		(100万米ドル)		(100万米ドル)	
	日本	14,902	シンガポール	18,234	日本	6,773	日本	9,038
	米国	6,197	日本	13,044	韓国	3,563	米国	7,997
	中国	4,928	米国	12,117	シンガポール	3,130	シンガポール	3,343
	マレーシア	3,640	中国	5,042	中国	2,937	韓国	2,117
	韓国	2,527	タイ	3,157	米国	2,839	香港	1,695

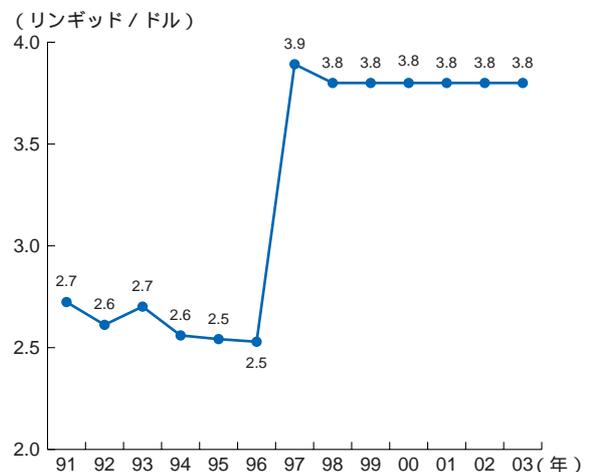
資料：ADB「KEY INDICATORS 2003」

図121 - 144 タイの対ドル為替レートの推移



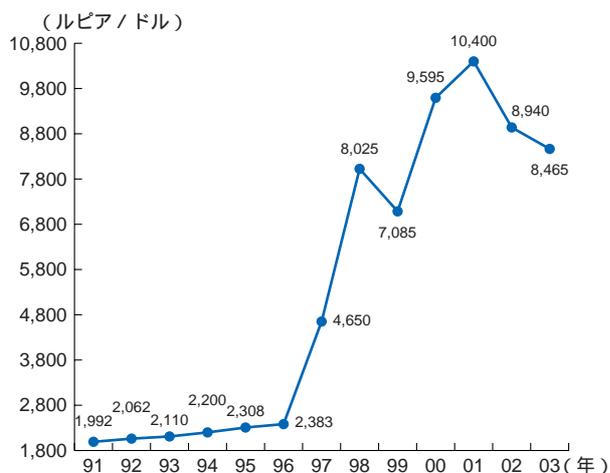
資料：IMF「International Financial Statistics」

図121 - 145 マレーシアの対ドル為替レートの推移



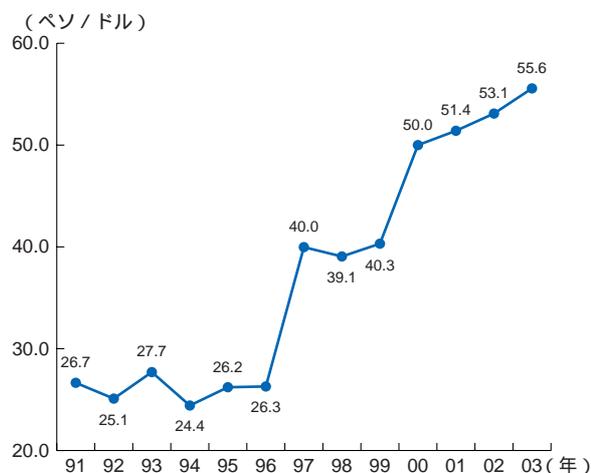
資料：IMF「International Financial Statistics」

図121 - 146 インドネシアの対ドル為替レートの推移



資料：IMF「International Financial Statistics」

図121 - 147 フィリピンの対ドル為替レートの推移



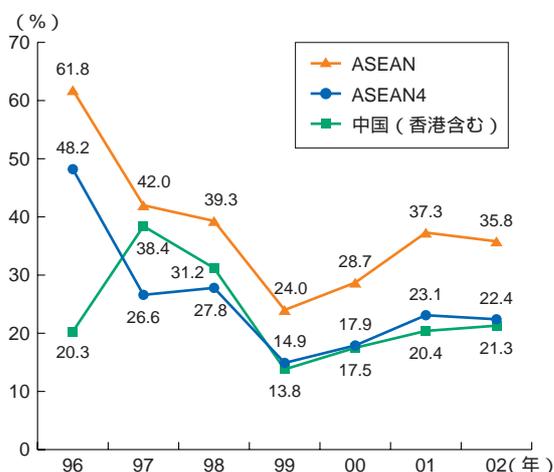
資料：IMF「International Financial Statistics」

### 深化する我が国製造業の対ASEAN投資と貿易

#### (ア) 直接投資残高の推移 (ストック)

日本企業は、1980年代から労働コスト等の低い東アジアへと事業の展開を積極化してきた。当初は、主に韓国、台湾、シンガポール、香港といったNIES諸国に展開していたが、1985年のプラザ合意後は更に労働コスト等が低いASEAN4諸国に活発に直接投資を行った。我が国製造業の対ASEAN直接投資の経験は対中国直接投資よりも基本的に長年にわたっており、我が国製造業の直接投資残高を見るとASEAN4への直接投資残高は、中国及び香港への直接投資残高を上回っている(図121 - 148)。

図121 - 148 我が国製造業のASEAN、中国への直接投資残高の推移



資料：日本銀行「国際収支統計」

#### (イ) 直接投資件数及び投資金額の推移 (フロー)

我が国からASEAN4への直接投資件数と金額は、1990年度に金額で見て当時のピークを迎えた後、減少に転じたものの、1ドルが一時80円を割り込む急激な円高の進展とともに再び急増した(図121 - 149)。1997年度には過去最高の投資額となったものの、その年に発生したアジア通貨危機の影響を受け、1998年度以降は減少傾向で推移している。

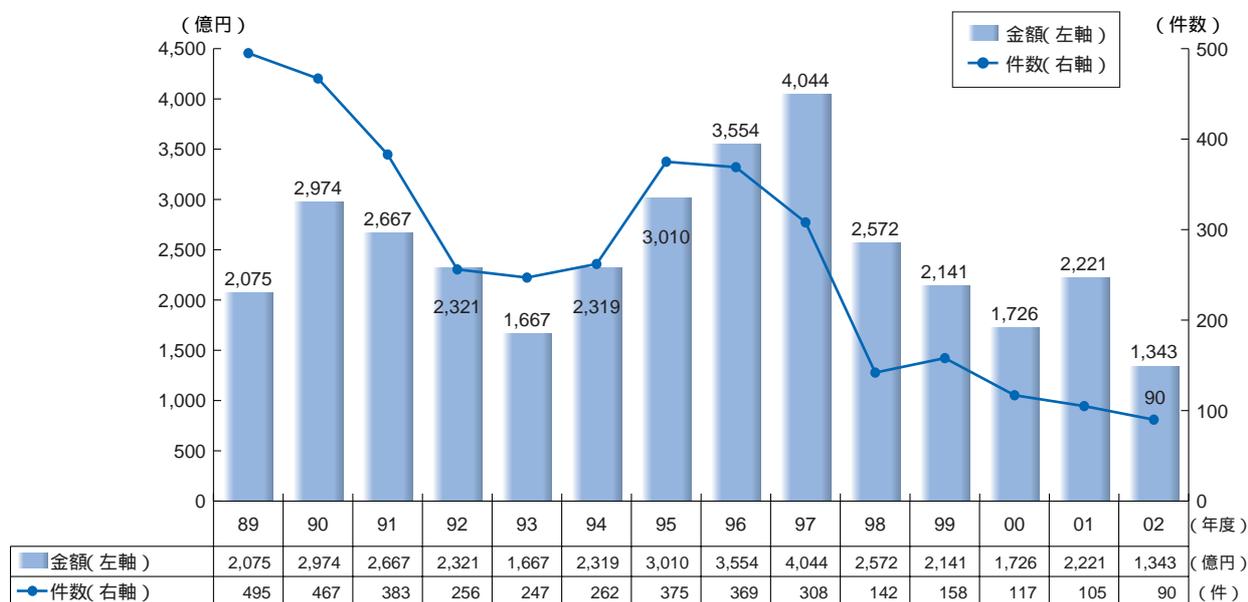
これを国別に見ると、アジア通貨危機までは投資件数ではタイが、投資金額ではインドネシアが大きなシェアを占めていたが、通貨危機後は金額でもタイへの投資が比較的安定して推移している(図121 - 150)。2003年度上期の動向を見ると、タイ、インドネシアで前年同期を上回るペースとなっている一方、マレーシアでは若干の減少、フィリピンは大幅な減少となり、国により我が国製造業の直接投資動向には差が生じている。

#### (ウ) 業種別に見た直接投資の推移

我が国からASEAN4への投資は、ほぼ一貫して電機が最も高い水準で推移しているが、1997年度をピークに減少に転じ、2000年度に一時的に増加に転じたものの、2001年度からは再び減少基調にある。一方、2002年度に投資額を急増させたのは輸送機械である。これは、直接投資先として中国との競合により電機が減少する一方で、タイがASEANにおける自

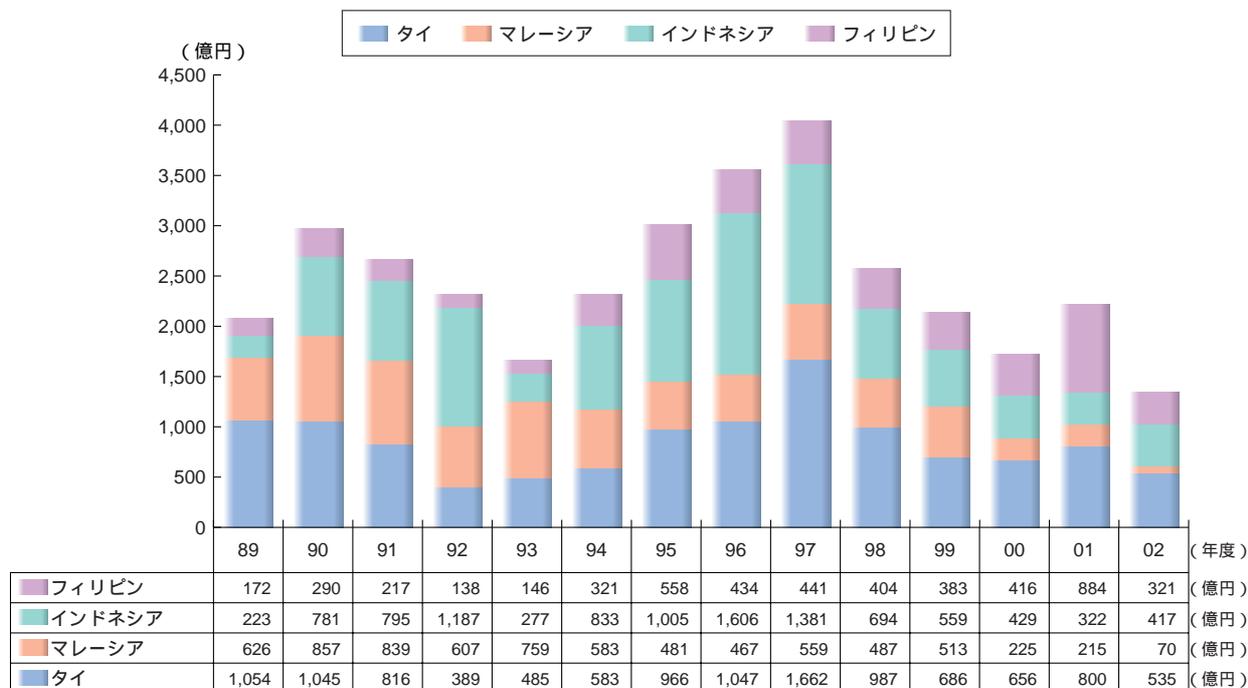
自動車産業の集積拠点となりつつあることが一因であると考えられる(図121-151)

図121-149 我が国製造業のASEAN4への直接投資件数・金額の推移



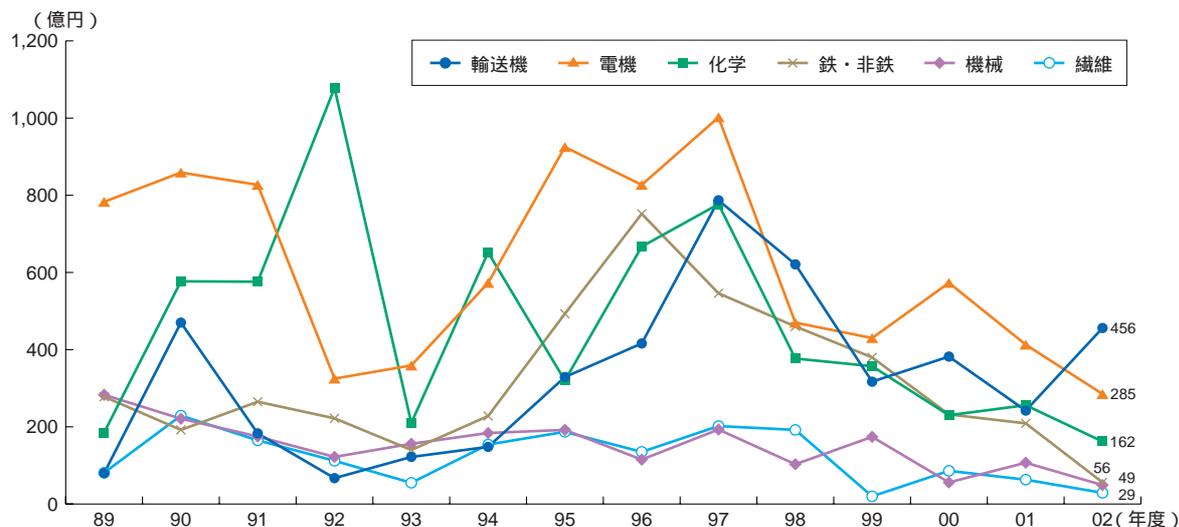
資料：財務省「対外及び対内直接投資状況」

図121-150 国別に見た我が国製造業のASEAN4への直接投資金額の推移



資料：財務省「対外及び対内直接投資状況」

図121 - 151 業種別に見た我が国製造業のASEAN4への直接投資金額の推移



資料：財務省「対外及び対内直接投資状況」

#### (エ) 直接投資収益受取額の推移

ASEAN4各国からの直接投資収益受取額の推移を見ると、通貨危機直後は、すべての国からの受取額が一時マイナスに転じたものの、その後、特にタイとマレーシアは急回復を遂げている(図121 - 152)。

直接投資残高との関連で見ると、2000年以降はタイやインドネシアの直接投資残高がマレーシアを上回っているが、直接投資収益受取額ではマレーシアがタイやインドネシアを上回っており、マレーシアの投資効率は相対的に高水準となっている(図121 - 153)。しかし、マレーシアも2002年下期から直接投資収益受取額を減少させている。これは、同国への投資が近年激しい価格競争に見舞われている電機産業に偏っていることによると考えられる。

#### (オ) 現地法人による設備投資

近年のフローベースで見た我が国製造業の直接投資額は、中国への直接投資がASEAN4への直接投資を上回っているが、我が国製造業の海外現地法人による設備投資は、中国よりもASEAN4が高い水準で推移している(図121 - 154)。世界市場を念頭においた新製品の生産開始のための設備投資については中国で行われる例が増えており、ASEAN4での設備投資は、設備更新などのためのものを中心になっているとの指摘があるものの、我が国製造業の在ASEAN4

現地法人による設備投資は直接投資の生み出す収益や資金借入を用いながら高い水準で推移していると考えられる。

#### (カ) 我が国製造業の対ASEAN貿易

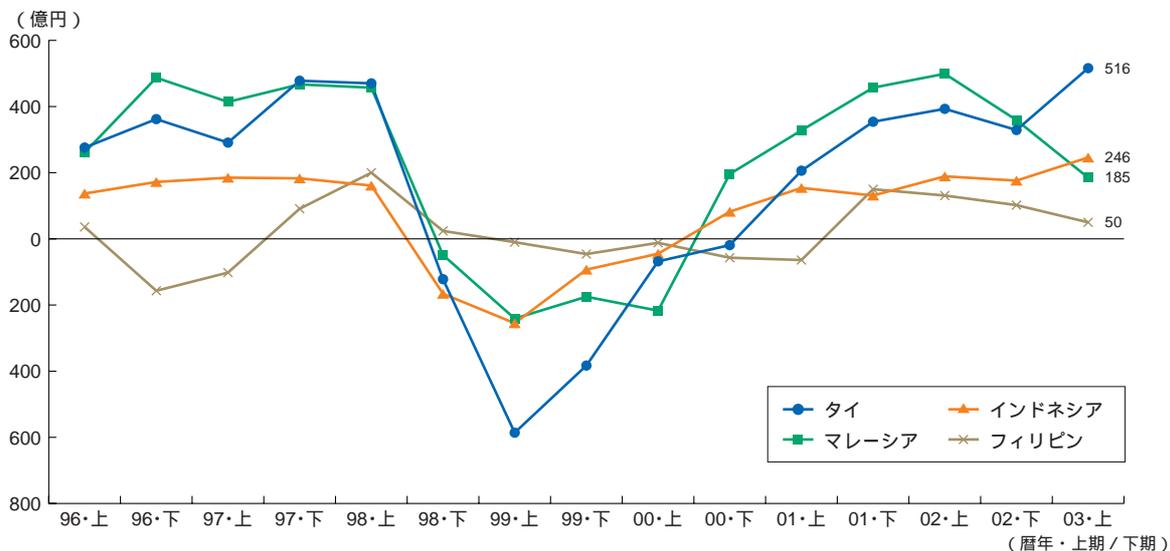
我が国とASEAN4との貿易は、1997年の通貨危機後、ASEAN4が交易条件を改善した結果、我が国の輸入超過に転じているものの、国別に見ると、マレーシアを除いて輸入構造に大きな変更はない(図121 - 155)。すなわち、タイとフィリピンに対しては、両国の通貨切下げ後も一貫して我が国の輸出超過で推移しているのに対し、原油を調達しているインドネシアに対しては一貫して我が国の大幅な輸入超過で推移している(図121 - 156、図121 - 157、図121 - 158)。マレーシアについてのみ、通貨危機前には我が国の輸出超過であったものの、通貨危機後は我が国の輸入超過となっている(図121 - 159)。これは、マレーシアへ進出した我が国製造業現地法人の太宗を占める電子・電機企業が通貨危機後に競争力の増した製品を日本に輸出したのに対し、タイに進出した日系企業の太宗を占める自動車産業が国際競争力を強化する過程で第三国への輸出競争力を強化するため現地では調達できない生産財や部品を日本から輸入していることも反映されていると考えられる。

日本からASEAN4各国向けに輸出される主要機械

品目を見ると、半導体など電子部品が最大の品目であるが、タイについては、自動車部品の輸出額が増加してきており、近年、同国における自動車産業と

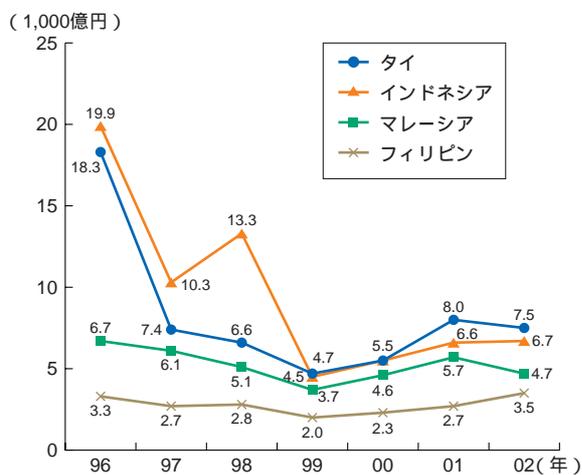
我が国自動車部品産業の関係が強化されていることが分かる（表121 - 160、表121 - 161、表121 - 162）

図121 - 152 我が国製造業のASEAN4からの直接投資収益受取額の推移



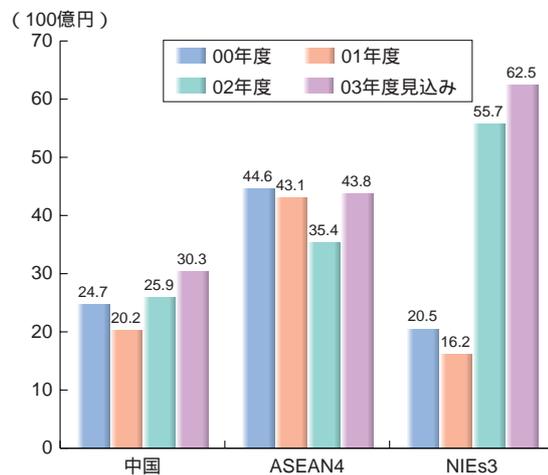
資料：日本銀行「国際収支統計」

図121 - 153 我が国製造業のASEAN4各国への直接投資残高の推移



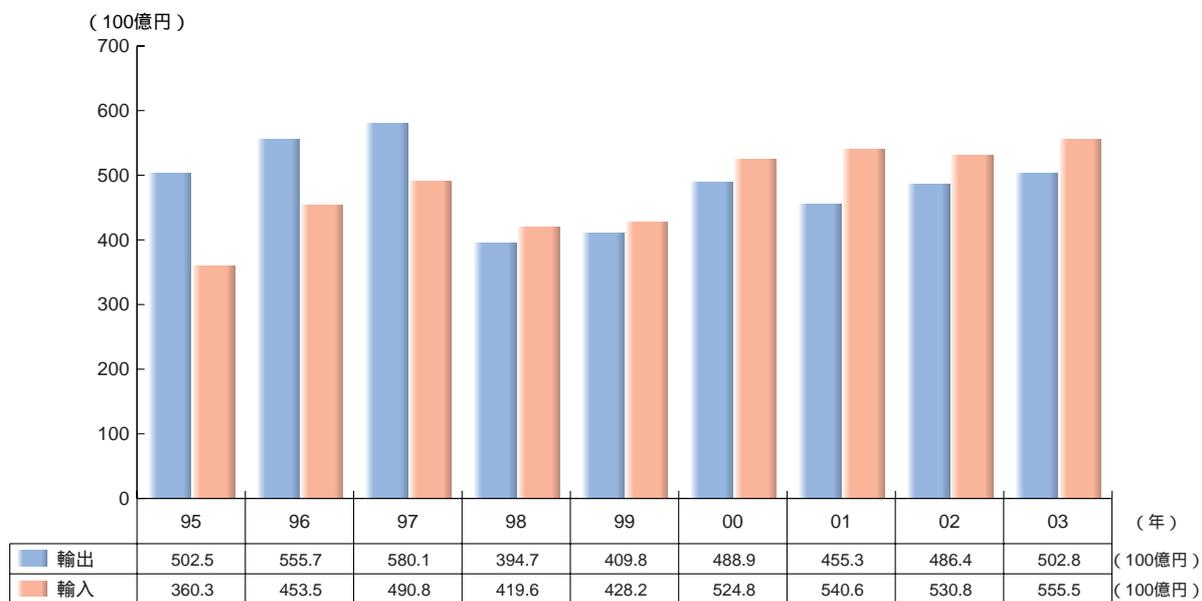
資料：日本銀行「国際収支統計」

図121 - 154 我が国企業の海外現地法人(製造業)の設備投資額



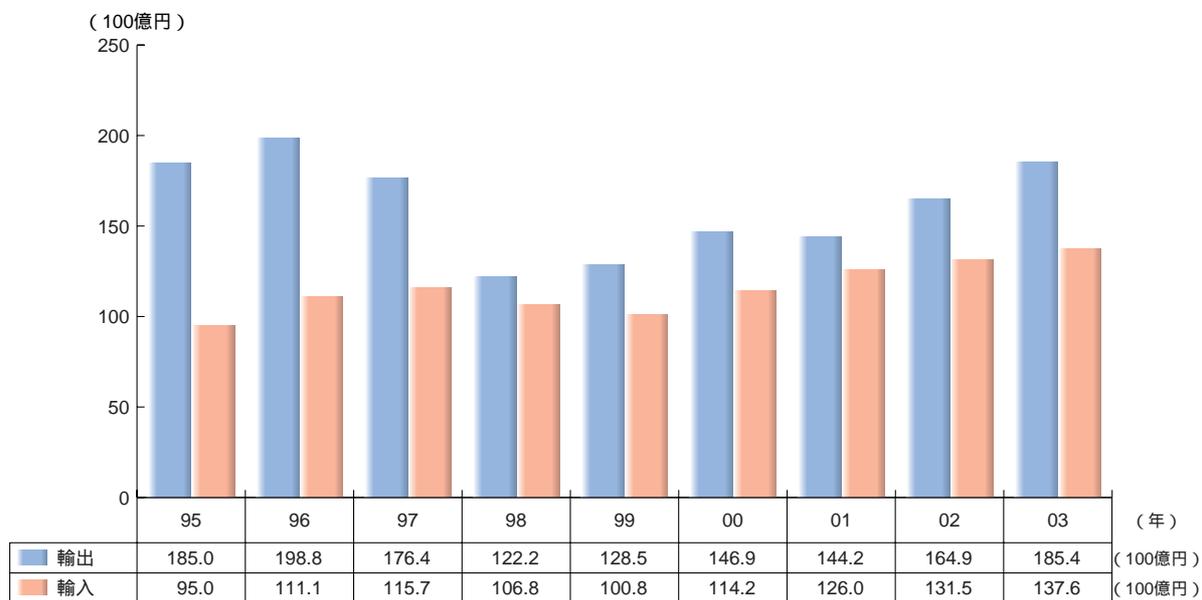
資料：経済産業省「我が国企業の海外事業活動」

図121 - 155 我が国によるASEAN4との間の貿易の動向



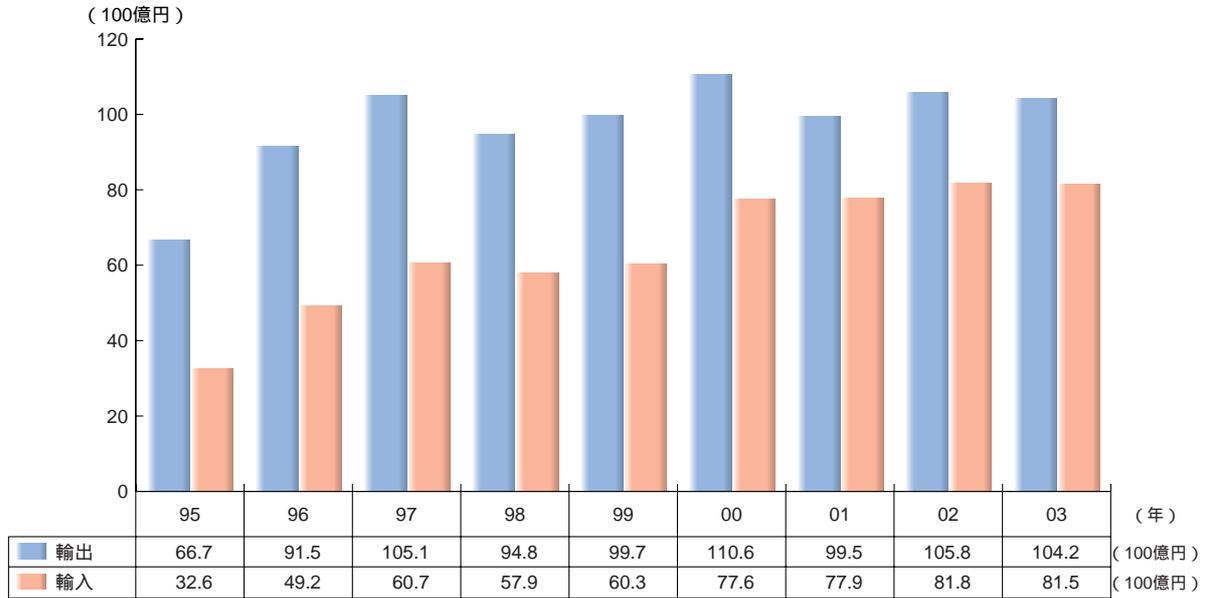
資料：財務省「貿易統計」

図121 - 156 我が国によるタイとの間の貿易動向



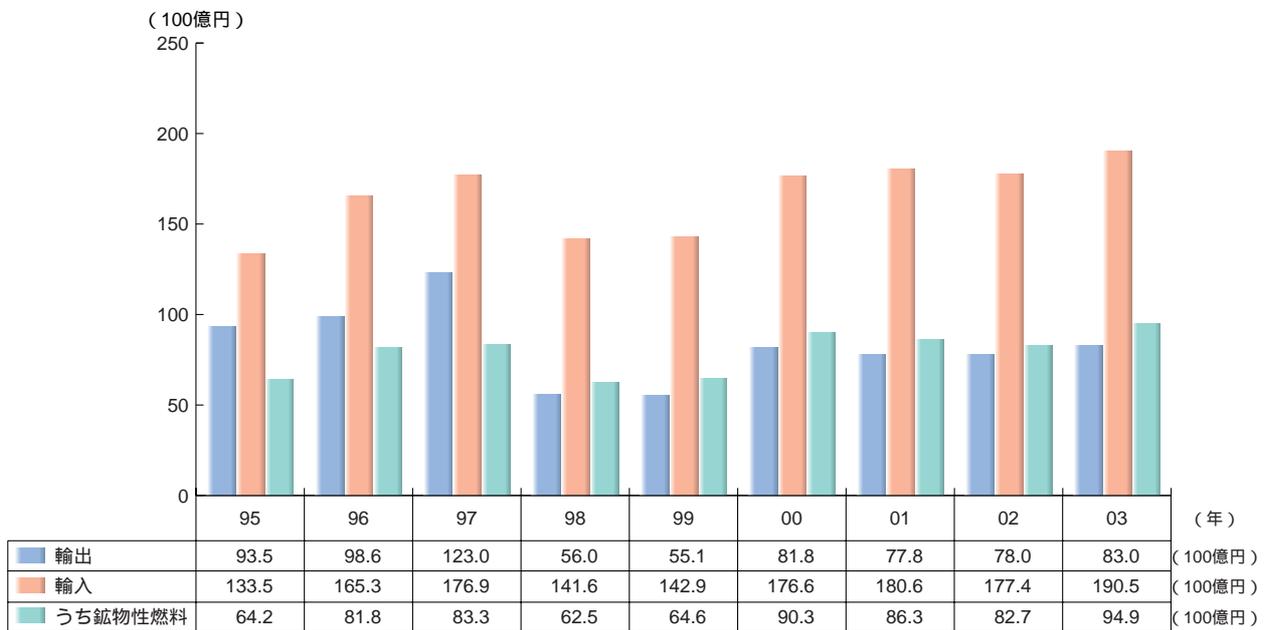
資料：財務省「貿易統計」

図121-157 我が国によるフィリピンとの間の貿易動向



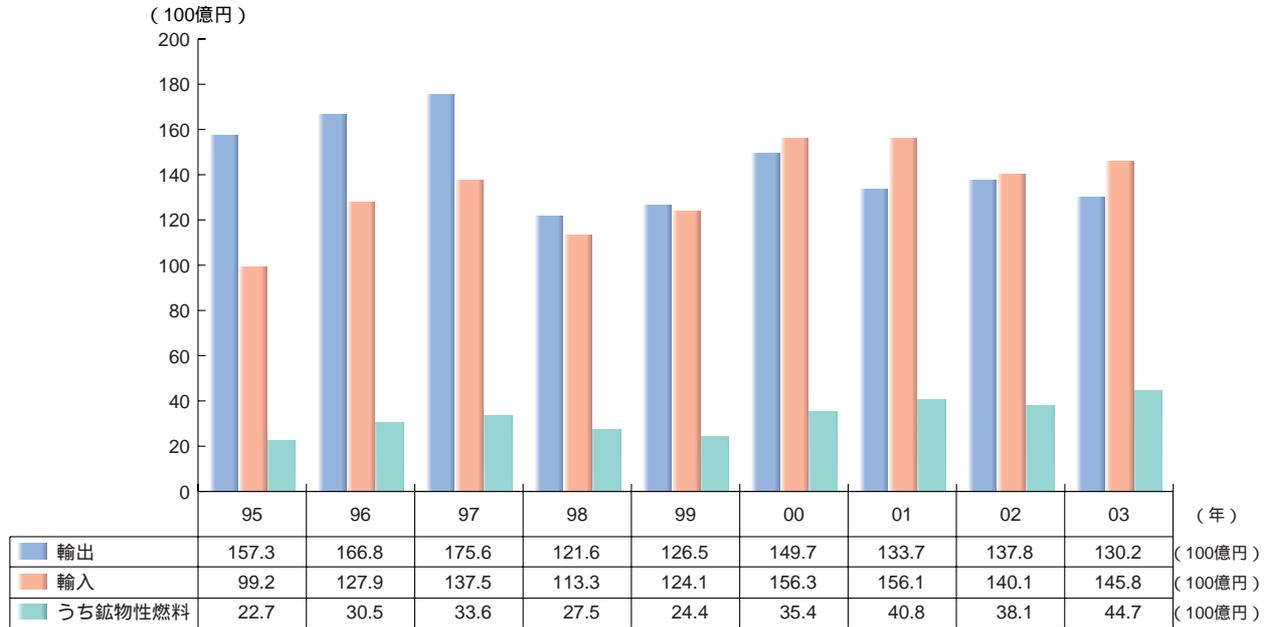
資料：財務省「貿易統計」

図121-158 我が国によるインドネシアとの間の貿易動向



資料：財務省「貿易統計」

図121 - 159 我が国によるマレーシアとの間の貿易動向



資料：財務省「貿易統計」

表121 - 160 我が国がASEANから輸入する品目

(単位：百万円、%)

品目	2001年 価額	2002年 価額	2003年 価額	2003年 構成比	01年 03年 伸び率	2003年伸び率 の増減寄与度
総額	6,604,097	6,464,983	6,780,446	100.0	2.7	4.9
食料品	594,719	628,142	589,405	8.7	0.9	0.6
原料品	403,086	427,058	470,489	6.9	16.7	0.7
鉱物性燃料	1,581,903	1,467,283	1,706,427	25.2	7.9	3.7
化学製品	226,905	260,652	278,340	4.1	22.7	0.3
繊維製品	229,921	211,203	214,435	3.2	6.7	0.0
非金属鉱物製品	51,013	57,468	61,959	0.9	21.5	0.1
金属及び同製品	121,952	119,655	127,967	1.9	4.9	0.1
機械機器	2,581,036	2,426,252	2,483,972	36.6	3.8	0.9
事務用機器	772,775	650,239	621,703	9.2	19.5	0.4
音響映像機器	410,765	367,139	355,475	5.2	13.5	0.2
半導体等電子部品	548,151	534,516	550,973	8.1	0.5	0.3
その他	813,561	867,895	847,452	12.5	4.2	0.3
木製品	232,280	240,895	231,044	3.4	0.5	0.2
家具	122,746	115,819	109,322	1.6	10.9	0.1

備考：1．ASEAN10か国ベース。

2．ピンクは2001年から2003年にかけて輸入額が20%以上増加した品目。

3．太枠は2003年の構成比が10%以上の品目。

資料：財務省「貿易統計」

表121-161 我が国がASEANへ輸出する品目

(単位：百万円、%)

品目	2001年 価額	2002年 価額	2003年 価額	2003年 構成比	01年 03年 伸び率	2003年伸び率 の増減寄与度
総額	6,592,162	6,969,814	7,080,305	100.0	7.4	1.6
食料品	27,717	31,560	32,056	0.5	15.7	0.0
繊維及び同製品	113,476	115,329	111,073	1.6	2.1	0.1
化学製品	487,326	537,538	562,822	7.9	15.5	0.4
非金属鉱物製品	89,923	82,309	83,203	1.2	7.5	0.0
金属及び同製品	630,224	730,697	763,532	10.8	21.2	0.5
一般機械	1,465,280	1,475,706	1,470,538	20.8	0.4	0.1
原動機	184,090	216,571	234,468	3.3	27.4	0.3
事務用機器	379,808	367,715	313,072	4.4	17.6	0.8
金属加工機械	99,903	108,978	137,386	1.9	37.5	0.4
電気機器	2,235,332	2,202,974	2,162,504	30.5	3.3	0.6
重電機器	96,799	88,070	88,870	1.3	8.2	0.0
映像機器	51,161	69,351	83,182	1.2	62.6	0.2
音響機器	8,571	8,880	6,771	0.1	21.0	0.0
音響・映像機器の部品	110,434	103,186	127,548	1.8	15.5	0.3
通信機	51,759	46,660	41,745	0.6	19.3	0.1
半導体等電子部品	1,214,424	1,184,492	1,110,590	15.7	8.6	1.1
電気計測機器	101,614	91,795	110,619	1.6	8.9	0.3
輸送用機器	603,970	790,762	851,998	12.0	41.1	0.9
自動車	254,295	303,049	378,781	5.3	49.0	1.1
自動車の部分品	221,242	267,271	296,651	4.2	34.1	0.4
二輪車	20,406	16,119	8,953	0.1	56.1	0.1
精密機器	231,332	194,294	176,032	2.5	23.9	0.3
その他	707,582	808,646	866,548	12.2	22.5	0.8

備考：1. ASEAN10か国ベース。  
 2. ピンクは2001年から2003年にかけて輸出額が30%以上増加した品目。  
 2. 太枠は2003年の構成比が10%以上の品目。

資料：財務省「貿易統計」

表121-162 我が国からASEAN4向けに輸出される主な機械製品(2003年)

(億円)

	タイ	マレー シア	インド ネシア	フィリ ピン	合計
事務用機器	442.0	357.5	144.7	1,089.8	2,033.9
金属加工機械	663.1	145.8	295.9	86.5	1,191.3
ベアリング及び同部分品	178.0	24.6	69.7	41.0	313.3
重電機器	248.6	139.8	100.5	177.0	665.9
映像機器	122.8	108.0	2.6	38.0	271.3
通信機	173.5	52.5	53.3	36.4	315.7
家庭用電気機器	22.8	6.8	17.3	3.1	50.1
半導体等電子部品	2,477.7	2,710.2	547.5	2,101.1	7,843.2
自動車の部分品	1,232.8	593.0	595.0	369.7	2,790.5

資料：財務省「貿易統計」

アジア通貨危機ではタイが最も深刻な影響を受けたものの、政情が安定していることもあり、再び順調な経済発展を遂げている。

我が国製造業のタイへの投資は歴史が古い。今日のタイ工業発展の基盤整備に日系企業が果たした役割は大きく、タイの基幹産業となっている自動車産業の発展も日系企業の進出によるところが少なくない。我が国自動車産業のタイへの進出は、例えば、1962年に日産自動車、トヨタ自動車工業、1964年に日野自動車、1966年にいすゞ自動車がそれぞれ進出している。

ASEAN4には、タイ以外にもマレーシアやインドネシアのように国策として自動車産業の振興に力を入れてきた国が多い。しかし、マレーシアの「プロトン」が「国民車メーカー」と呼ばれるように、マレーシアやインドネシアでは政府資本と外資との合弁の推進によって自動車産業の育成が企図されたのに対して、タイでは日系を始めとする海外からの自動車メーカーに対する優遇措置を講じることによって自動車産業の育成が図られてきた。この結果、市場原理を活かしながら自動車産業が育成されたタイがASEANの中では自動車の国際競争力を高めることとなり、自動車関連産業が集積するにつれ、近年は欧米自動車メーカーからも大型投資が相次いでいる。

また、通貨危機を契機に、当時タイへ進出していた日系企業は、タイが世界への輸出拠点として飛躍する基盤を整備した。通貨危機前の日系企業の進出は、主に拡大するタイ国内市場における販売を目的とした加工組立拠点の設立が主であったが、通貨危機により同市場の需要が低迷したことから、海外市場向けとしての競争力獲得が必要な状況となった。タイの日系自動車メーカーは、世界輸出に耐える品質と技術の実現に成功しつつあり、近年、タイからの自動車輸出を拡大させている。

着実な深化が期待されるASEANでの事業展開

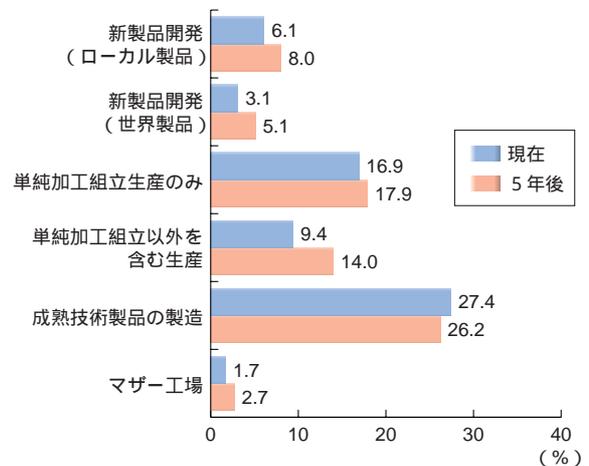
このように、ASEAN4の経済は、1997年に通貨危機を経験した後比較的安定的に推移し、加工組立産業の裾野産業も育成されつつあり、特に、ASEAN4各国に早くから進出した我が国製造業にとっては、事業展開の経験も蓄積された重要な在外拠点となっている。

現在、ASEAN4で何らかの生産機能を有する企業から見てASEAN4における生産活動は、「成熟技術製品の製造」をあげる企業が27.4%、「単純加工組立生産のみ」が16.9%であるが、5年後については「単純加工組立以外を含む生産」が14.0%と、「現在」に比較して4.6ポイント上昇していることに加え、「新製品開発(ローカル製品)」、「新製品開発(世界製品)」も上昇していることからすれば、現在より付加価値の高い生産機能をASEAN4に保有しようとの企業の意向がうかがえる(図121-163)。

また、我が国は、ASEANを含む海外の国・地域との経済連携協定(EPA)締結に向けた動きを進めて

おり、既にシンガポールとは協定が発効しており、メキシコとは2004年3月に実質合意に至ったところである。さらに、現在韓国とともに、タイ、マレーシア、フィリピンと締結に向け交渉中であり、

図121-163 ASEAN4における生産機能の位置付けの変化



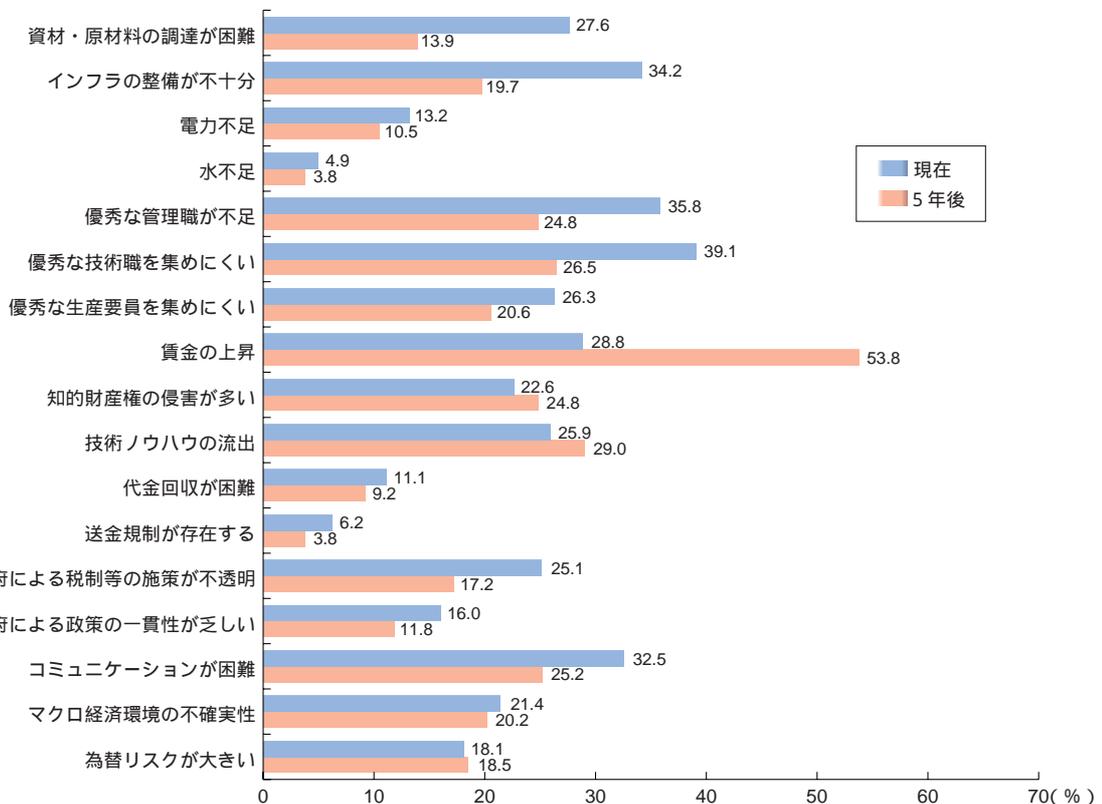
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。  
対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
資料：経済産業省調べ(2004年2月)。

ASEAN全体とも協議が進められている。また、ASEAN自身はAFTAにより域内関税を、フィリピン、タイ、マレーシア、シンガポール、ブルネイ、インドネシアの6か国については2010年、カンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナムの4か国については2015年までに撤廃する目標を立てているのに加えて、中国、米国などと個別のFTA締結に向けての動きを進めており、東アジア域内での効率的な相互補完体制の構築に向けた動きも期待される。

しては、現時点では「優秀な技術要員を集めにくい」、「優秀な管理職が不足」と、技術やマネジメント能力の高い人材不足を指摘する企業が多いが、5年後の課題としては、「賃金の上昇」を課題としている企業が最も多い(図121 - 164)。それでも、中国で事業展開していく上での課題と比較すると、ASEAN4は、はるかに課題が少ないことから、このような点からも、引き続き、我が国製造業にとっての重要な地域であることがうかがえる(図121 - 165、図121 - 166)。

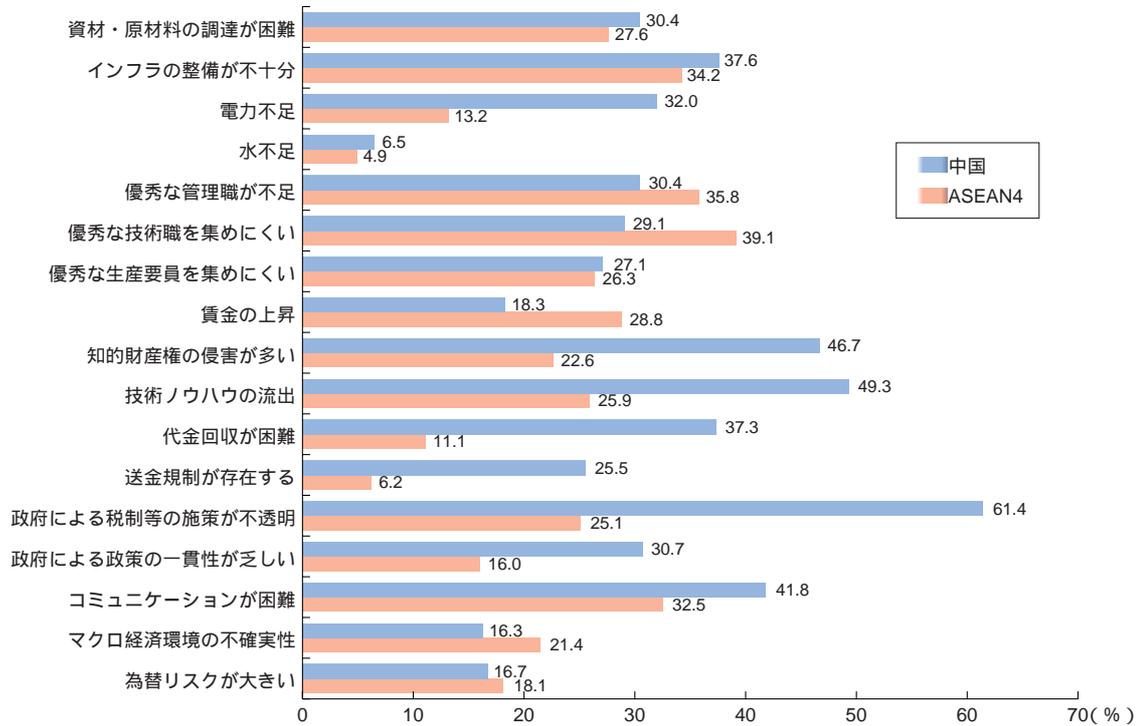
一方、ASEAN4で事業展開していく上での課題と

図121 - 164 ASEAN4で事業展開していく上での課題



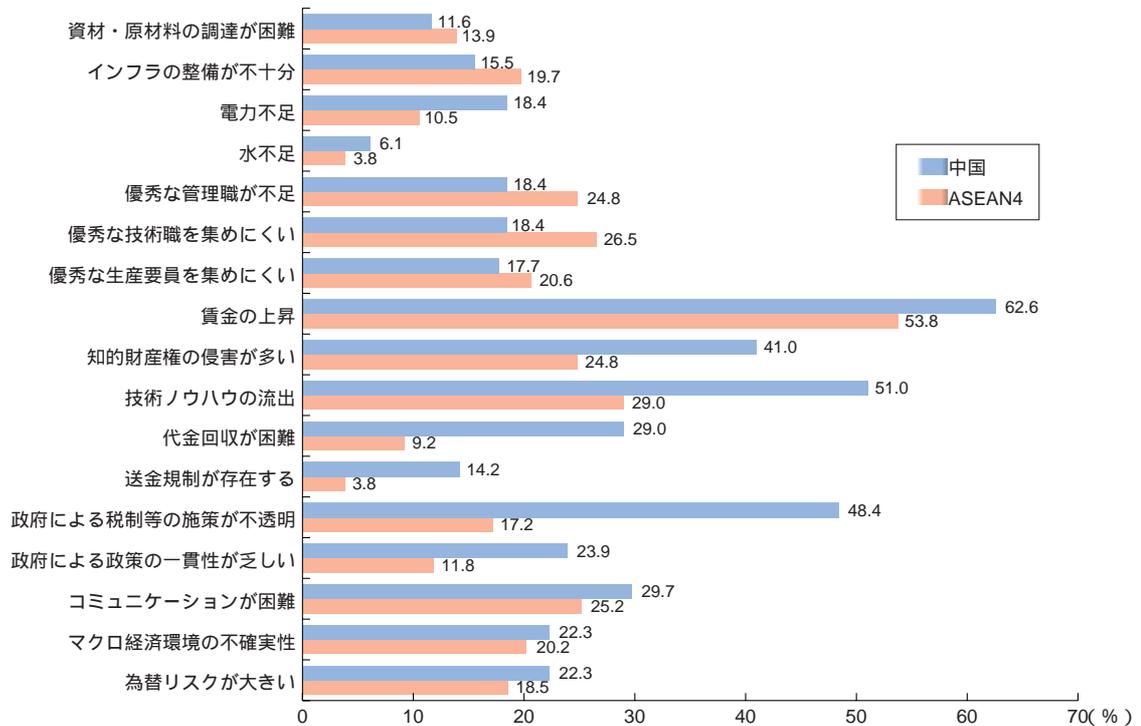
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。ASEAN4に関する事業環境へ回答した企業を対象に集計。「現在」の有効回答数は243社、「5年後」の有効回答数は238社。  
資料：経済産業省調べ(2004年2月)。

図121 - 165 中国とASEAN4で事業展開していく上での課題（現在）



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。中国、ASEAN4に関する現在の事業環境へ回答した企業を対象に集計。「中国」の有効回答数は306社、「ASEAN4」の有効回答数は243社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図121 - 166 中国とASEAN4で事業展開していく上での課題（5年後）



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。中国、ASEAN4に関する5年後の事業環境へ回答した企業を対象に集計。「中国」の有効回答数は310社、「ASEAN4」の有効回答数は238社。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

**コラム** AFTAを視野に効率的な分業体制を構築

大手自動車部品メーカーA社は、ASEAN域内での集約化を進めている。同社は、エンジン部品のオルタネータ、スタータをタイで集中的に生産し、タイから他のASEAN諸国へ輸出することとしている。一方、ASEAN域内のそれぞれの販売市場で数量がまとまり、コスト的にも採算の取れる製品は、それぞれの国で生産を行うとともに、自動車部品の域内関税が0～5%に引き下げられる制度（ASEAN産業協カスキーム、AICO）を活用して、ASEAN域内で相互補完を行うこととしている。

**コラム** ASEANの蓄積を活かし、中国への集中のリスクを回避

大手電機メーカーB社は、中国を同社の世界的生産拠点と位置付けつつも、ASEANの生産拠点も活かし続けていくことを表明している。その主な理由は、同社では1960年代からASEANへは直接投資を行っており、これまでの技術やノウハウの蓄積がなされているという点にある。これは、ものづくりとは蓄積に裏付けられたものであり、この点で20～40年の「ものづくりの歴史」を持つASEANは魅力を持つという考えに基づくものである。また、人民元レートの切り上げリスク、米国など先進諸国との通商摩擦などの中国の経済的リスクが大きいことも一因であるとしている。ASEANの中でも、人材、インフラ、政府の対応などについては格差があるため、ASEAN域内での最適な生産拠点の再編・統合は進めていくとしている。

**コラム** ASEANのものづくりの蓄積、技術を活かして中国と分業

タイやマレーシアに進出している中小部品メーカーの中には、中国向けの輸出を順調に伸ばしている企業もある。これは、中国ではまだ生産できない部材をASEANにおけるものづくりの蓄積を活かして生産し、供給しているものである。

また、大手工作機械メーカーの中にも、中国とタイの両方に生産拠点を構え、機能の分業を行っているところがある。日本では高級品を、タイでは中級品を、そして中国では普及品を作るといった生産する製品間の分業のほか、鋳物は中国から調達し、NC制御のコンピュータやリニアモーターなどの駆動部品はタイで加工・組立を行うといった工程間の国際分業をも展開している。

表121 - 167 中・東欧各国の基本経済データ

	人口 (万人)	GDP (10億 ドル)	1人 当たりの GDP	実質GDP成長率 (%)			89年= 100と したとき のGDP	消費者物価 上昇率 (年平均値、%)		失業率 (%)		輸出額 (億ドル)		輸入額 (億ドル)	
				01年	02年	03年		02年	03年	02年	03年	01年	02年	01年	02年
ポーランド	3,864	176.2	38.7	1.0	1.3	2.5	130	2.0	2.5	18.5	18.3	360.9	410.0	502.8	551.1
チェコ	1,028	56.8	59.2	3.3	2.0	2.8	105	2.0	1.9	8.8	8.8	334.0	383.6	364.7	407.2
スロバキア	540	20.4	47.8	3.3	4.4	3.7	111	3.7	8.2	18.9	18.4	126.4	143.7	147.7	165.0
ハンガリー	1,019	51.9	55.1	3.8	3.3	3.7	112	5.2	4.3	5.8	5.9	305.0	343.3	336.8	376.1
スロベニア	199	18.8	72.6	2.9	3.2	3.4	121	7.6	6.5	6.3	6.1	92.5	94.7	101.4	109.4
エストニア	136	5.5	41.0	5.0	6.0	4.9	91	3.8	3.8	10.5	10.0	39.9	43.1	52.0	58.3
ラトビア	236	7.5	34.6	7.9	6.1	5.5	77	1.9	2.2	13.5	12.7	20.0	22.8	35.1	40.4
リトアニア	348	12.0	38.4	5.9	6.7	4.5	77	0.2	1.0	16.6	16.0	45.8	54.8	63.5	77.1
ルーマニア	2,170	457.5	24.4	5.7	4.9	4.9	87	22.2	15.2	7.3	7.4	113.9	138.7	155.5	178.6
ブルガリア	800	13.6	25.4	4.1	4.8	4.5	80	6.0	5.0	18.5	17.0	51.1	56.9	72.6	79.0

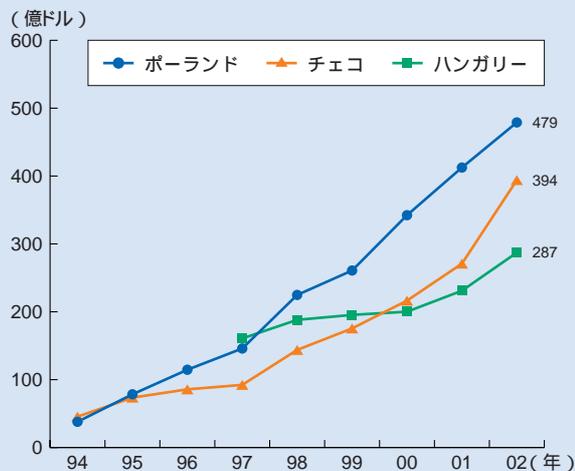
備考：1．実質GDP成長率は、2002年は推定値、2003年は予測値。  
 2．1人当たりのGDPはEU15か国平均=100とした場合の数値。  
 3．2004年5月にEUへ加盟したのは、網掛けしているルーマニア、ブルガリアを除く上記8か国のほかにキプロス、マルタの計10か国。  
 資料：欧州委員会、The World Bank「World Development Indicators」、ジェトロユーロトレンド2003.9

世界から中・東欧への全産業の直接投資は、1990年代後半から増加基調にあり、2002年では過去最高の水準となると推定されている。国別に見ると、ポーランドへの直接投資が最も大きく、その伸び率も高い。これに次ぎ、チェコ、ハンガリーへの投資が多く、この3か国へ投資が集中している（図121 - 168）

経済規模に比して、相対的に多くの直接投資を中・東欧が世界から引きつける背景には、ポーランド、チェコ、ハンガリー、スロバキアなどの10か国が2004年5月に新たにEUへ加盟したことが挙げられる（図121 - 169）。中・東欧諸国は、教育のレベルが高いことに加え、工場労働者の人件費が西欧諸国の約5分の1となっており、製造基盤が比較的整備されていると考えられる（図121 - 170）。また、EU加盟により、中・東欧からEUに持ち込まれる工業製品には基本的に関税がかからないこととなるため、欧州市場での販売を目的に、労働コストの安い中・東欧に生産拠点を構える動きが強まっている。

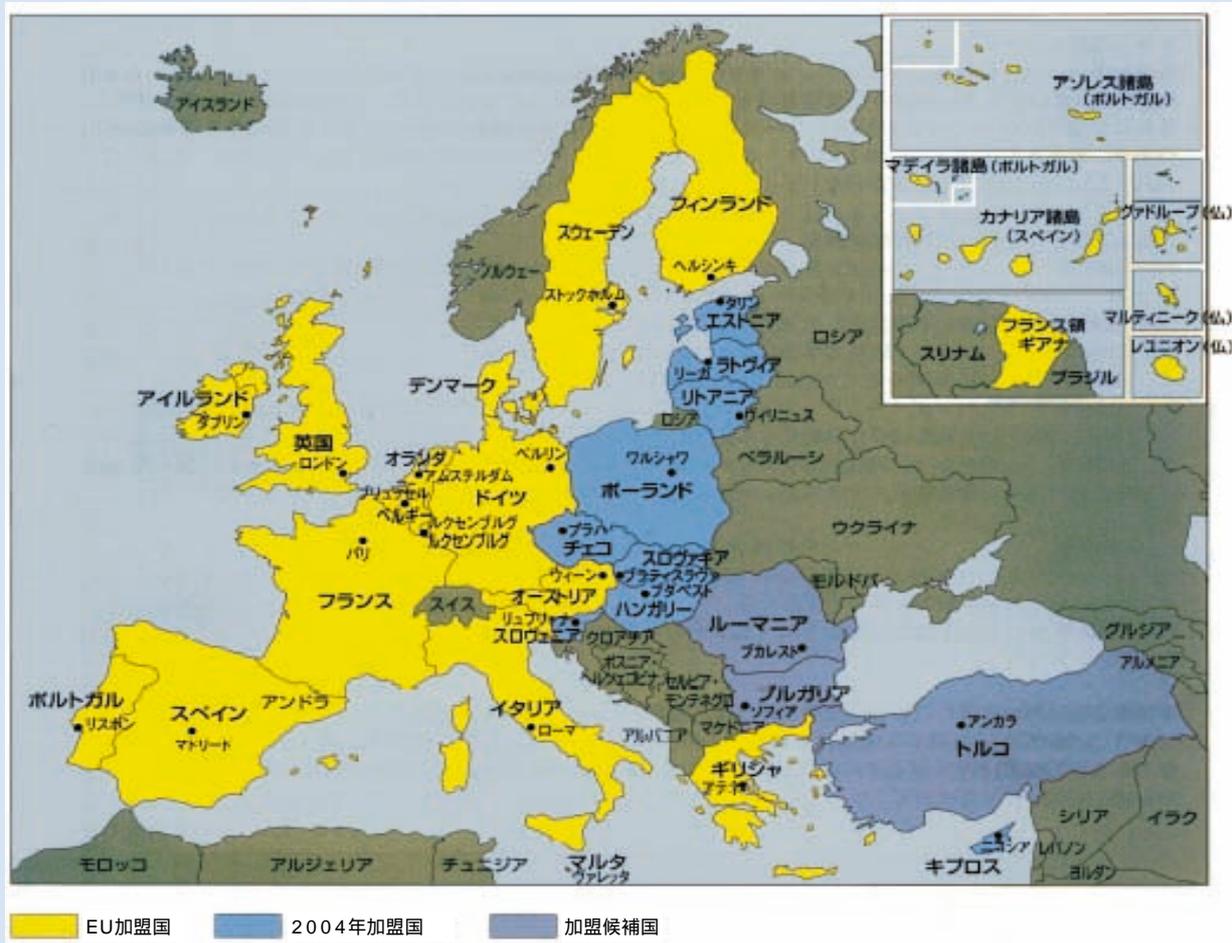
我が国から中・東欧諸国への直接投資も増えており、1999年以降はチェコへの直接投資が急伸している（図121 - 171）。これは、ハンガリーやポーランドに遅れて、チェコが投資優遇政策を導入したことに加え、2001年末にトヨタ自動車とプジョー・シトロエンと合併でチェコ進出を決定したことも一因と考えられる。2000年には、ハンガリーへの直接投資が大幅に増大しているが、これは、スズキと現地企業の合併のマジャールスズキによる大規模な投資が影響したものと考えられる。さ

図121 - 168 中・東欧主要3か国における累積対内直接投資額



資料：IMF「Balance of Payments Statistics」

図121 - 169 新規加盟国を含むEU加盟国と加盟候補国



資料：駐日欧州委員会代表部「EU拡大と日本への影響」より転載（一部情報更新）。

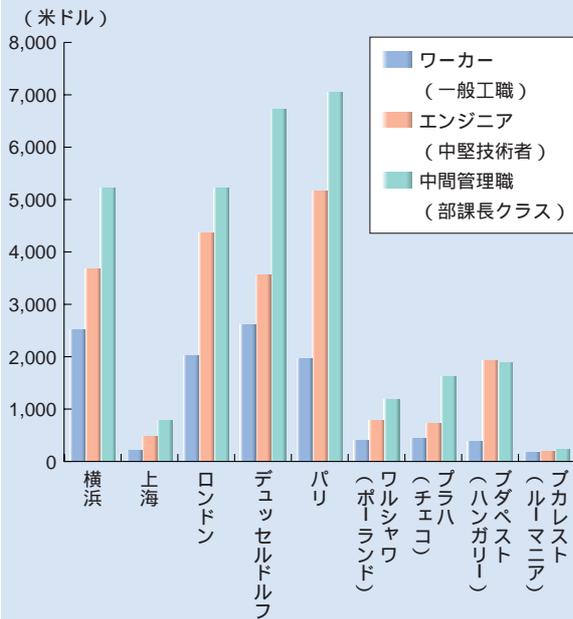
らに、このように我が国の自動車メーカーも欧州市場の開拓のために中・東欧への投資を活発化させていることが自動車部品メーカーの投資も誘発していると考えられる（表121 - 172）。

我が国と中・東欧10か国との貿易を見ると、2003年の日本からの輸出が対前年比37.2%増の3,115億円、輸入は前年とほぼ同額の1,202億円となっており、日本の大幅な貿易黒字となっている。貿易相手国別に見ると、ハンガリーとの貿易額が突出しており、輸出額が1,277億円と、対中・東欧輸出額の約4割を占めている（表121 - 173）。次いで、輸出額が多いのは、チェコ、ポーランドとなっている。

ハンガリー向けの輸出品目のうち、約半数の46.2%は電子部品を中心とする電気機器、次いで一般機械、完成車や自動車部品などの輸送用機器となっている。電子部品や自動車部品は、主にハンガリーに進出している日系企業向けに輸出されていると考えられる。日本からの中・東欧諸国への直接投資が活発化するにつれ、中・東欧諸国との貿易活動も活発化していくと予想される。

我が国製造業は、一般に日本国内で開発設計し、人件費の安いアジアで生産し、北米などに輸出する国際分業を展開することが一つの典型的な国際事業展開であった。しかし、例えば自動車産業にお

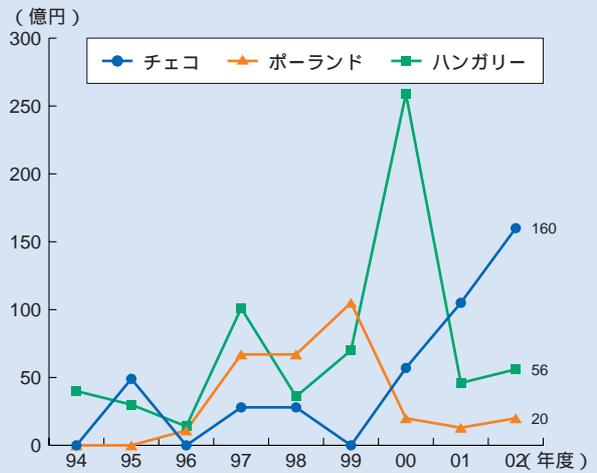
図121-170 中・東欧諸国の人件費



備考：1. 調査時点は2002年11月。  
 2. デュッセルドルフのエンジニアは男性のケース。  
 3. パリの賃金は諸手当・賞与込み  
 4. 横浜、上海、ワルシャワ、ブダペストでは、中間管理職は「課長」と「部長」の賃金の中間値を採用。  
 資料：JETRO海外情報ファイル、ジェトロセンター

いては、北米に次ぐ有望な市場としての欧州を重視しつつあることもあり、欧米企業が直接投資を大きく拡大しつつある中・東欧諸国は、欧州市場に進出するための足掛かりを築くための生産拠点として今後大きく注目される可能性がある。

図121-171 我が国製造業の中・東欧主要3か国向け直接投資額



資料：財務省「対外及び対内直接投資状況」

表121-172 中・東欧における主な日系自動車メーカーの動向

国	概要
ハンガリー	日系企業の進出は90社以上。自動車ではスズキが92年から操業を開始し、2003年からは小型車を生産。年産55,000台を計画しており、スズキは2002年の同国の自動車シェアトップ(21.0%)。
チェコ	日系企業の進出は約80社。トヨタが仏プジョーシトロエングループとの合併で小型車の生産を計画、2005年より操業予定。トヨタグループ進出の影響は大きく、自動車部品メーカーの進出も相次ぐ。
ポーランド	いすゞ自動車97年に投資を行い、現在、ディーゼルエンジンの製造販売を行っている。トヨタ自動車も2002年にトランスミッションとディーゼルエンジンを生産する工場を立地させ、2005年から操業予定。

資料：日刊自動車新聞社・社団法人日本自動車会議所「自動車年間ハンドブック 2003～2004年版」、「ジェトロ貿易投資白書2003年版」

表121-173 日本の対中・東欧10か国の貿易

(単位：億円、%)

	2002年			2003年			伸び率	
	輸出	輸入	収支	輸出	輸入	収支	輸出	輸入
ポーランド	508.7	111.6	397.1	671.1	146.2	524.8	31.9	31.0
チェコ	417.1	227.6	189.5	692.9	248.3	444.6	66.1	9.1
スロバキア	60.1	187.2	127.0	75.3	86.4	11.1	25.2	53.8
ハンガリー	1,003.7	485.3	518.4	1,277.0	497.2	779.7	27.2	2.5
スロベニア	89.2	34.2	55.0	111.1	36.7	74.4	24.6	7.6
エストニア	105.5	22.2	83.3	138.5	27.4	111.1	31.2	23.2
ラトビア	15.5	21.9	6.4	22.8	30.9	8.1	46.5	41.0
リトアニア	32.6	22.1	10.5	31.4	26.1	5.3	3.5	18.0
ルーマニア	23.8	63.9	40.1	75.6	72.8	2.8	217.5	14.1
ブルガリア	14.2	25.9	11.7	19.0	29.5	10.4	34.6	13.9

出所：財務省「貿易統計」

## コラム 発展の期待される中進国と我が国製造業

中国とともに、多くの人口、資源を有する中進国として世界から注目されているのがブラジル、ロシア、インドである（表121 - 174、図121 - 175～178、表121 - 179）

ブラジルは、1990年代に通信や小売業などで大型投資が続き、その投資が一巡したため、直接投資額が減少傾向にあるが、工業だけに限れば、投資は増加傾向にある。我が国からは自動車関連の投資が活発化しているが、2004年から2005年にかけて、ブラジルを含むメルコスール（南米南部共同市場）がEUやFTAA（米州自由貿易地域）と相次いでFTAを発効させることから、ブラジルの立地環境に大きな変化が生じる可能性がある。

ロシアは好調な経済成長を維持している。プーチン政権は様々な制度改革を進めており、WTO加盟のための調整も現在進められている。旧共産圏の国であり、一時的に経済の混乱も見られたロシアであるが、現在は国際的なビジネス環境の整備が進んでいることに加え、軍事を背景とした技術力の蓄積という強みもある。

インドは、中国に次ぐ人口を擁する国であるが、販売市場としての投資はまだ本格化しておらず、情報技術（IT）に強みを発揮する優秀な労働力を期待したソフトウェア関連の投資が多い。また、インドは、貿易収支が赤字であるが、ソフトウェアやサービスなどの輸出状況を反映し、貿易外収支は黒字であり、経常収支も黒字となっている。日本からの累積直接投資額は、米国、モーリシャス、英国に次いで第4位となっており、製造業においては、自動車関連の投資が多くなっている。ただし、インドには厳しい外資規制が存在することに加え、労働法といった面でも課題が多く、我が国としても、定期的な官民投資対話を通して投資環境の改善を働きかけている。

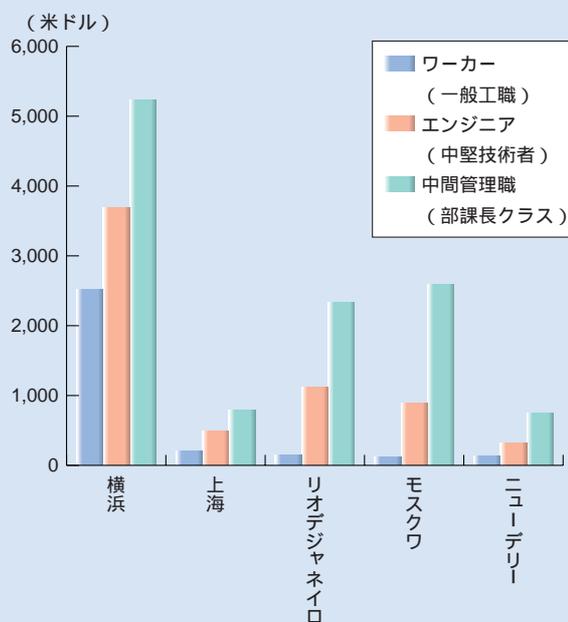
今後発展の期待されるこれらの中進国は、人口も資源も豊富な国であり、適切なマクロ政策がとられるなど一定の条件が揃えば新たな需要を生み出し、世界経済を大きく牽引する地域として着目されている。我が国としても、今後、これら諸国との経済関係をいかに構築していくかが課題となっていく可能性がある。

表121 - 174 ブラジル・ロシア・インドの基本経済データ

	ブラジル	ロシア	インド
人口（100万人）：2002年	175	144	1,042
GDP（10億ドル）：2002年	452.4	309.9	463.3
実質GDP成長率（％）：2002年	1.5	4.3	4.3
一人当たりのGDP（名目）（ドル）：2002年	2,619	2,609	478
失業率（％）：2002年	7.1	7.1	7.9
輸出額（億ドル）：2002年	603.62	1,069.36	527.19
輸入額（億ドル）：2002年	472.19	605.20	614.12
直接投資受入額（国際収支ベース）（億ドル）：2002年	187.53	40.02	22.92

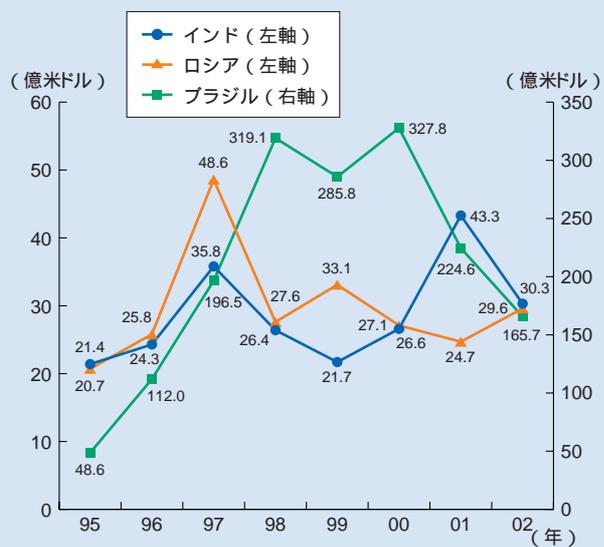
備考：ロシアのGDPと一人当たりのGDPは2001年データ。  
資料：The World Bank「World Development Indicators」、IMF「Balance of Payments Statistics」、ジェトロ「海外情報ファイル」

図121 - 175 ブラジル・ロシア・インドの件数比較（月額）



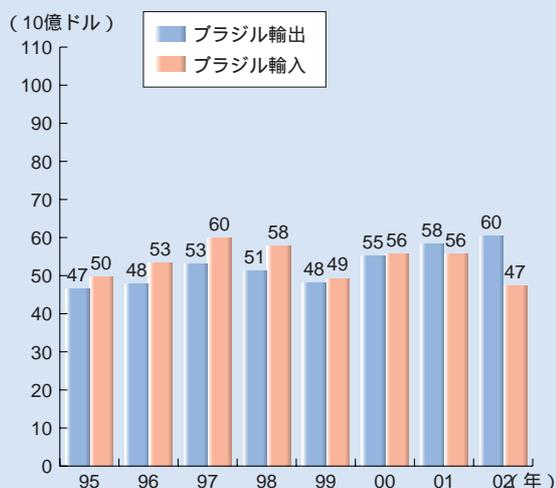
備考：1. 調査時点は2002年11月。  
2. 横浜、上海、リオデジャネイロ、モスクワでは、中間管理職は「課長」と「部長」の賃金の中間値を採用。  
3. 横浜の賃金はジェトロセンサー 2003.4号より（調査時点は同じく2002年11月）。  
資料：JETRO海外情報ファイル

図121-176 ブラジル・ロシア・インドの対内直接投資額



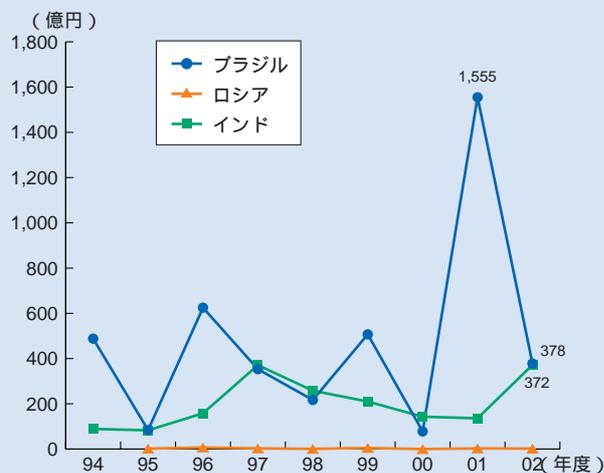
資料：IMF「Balance of Payments Statistics」

図121-177 ブラジル・ロシア・インドの貿易額

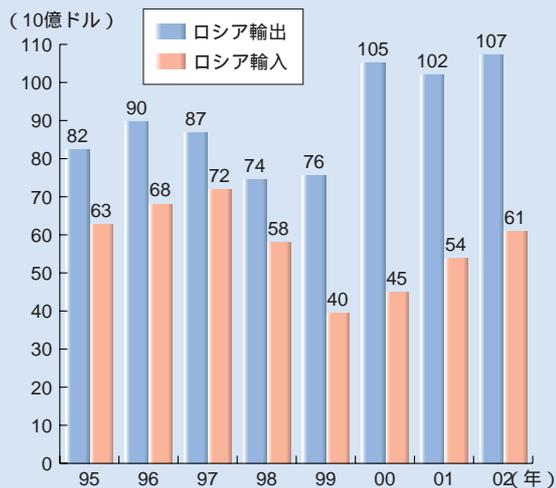


資料：IMF「Balance of Payments Statistics」

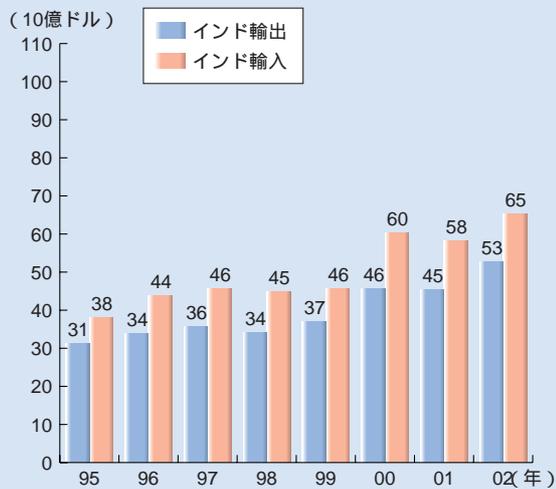
図121-178 我が国からブラジル・ロシア・インドへの直接投資額 (全産業)



資料：財務省「対外及び対内直接投資状況」



資料：IMF「Balance of Payments Statistics」



資料：IMF「Balance of Payments Statistics」

表121 - 179 我が国のブラジル・ロシア・インドとの貿易額

(金額：10億円)

	ブラジル			ロシア			インド		
	輸入	輸出	収支	輸入	輸出	収支	輸入	輸出	収支
98年	380.8	342.4	38.4	377.7	127.6	250.1	284.8	314.4	29.6
99年	304.2	232.7	71.5	428.5	54.7	373.9	255.8	275.6	19.8
00年	323.0	271.8	51.2	493.8	61.4	432.4	284.2	267.9	16.3
01年	308.4	300.5	7.9	468.4	87.0	381.4	269.3	233.7	35.6
02年	333.6	226.6	107.0	409.8	118.2	291.7	262.0	233.9	28.1
03年	333.3	217.3	116.0	490.2	204.0	286.2	252.1	276.3	24.2

資料：財務省「貿易統計」

### (5) 製造業にとり高い潜在力を有する国内事業環境

我が国製造業企業は、激しい国際競争に直面する中で中国・ASEANなど海外での事業活動を進める一方、国内においては、我が国の事業環境の優位性を活かした事業展開を図っている。我が国の事業環境の優位性としては、質の高い労働力や高度の技術開発が可能な研究開発環境、ITを始めとする整備されたビジネスインフラなどに加え、例えば、汎用的な部素材、成熟技術の組み合わせによっては実現困難な画期的な製品開発を可能とする幅広い産業集積や要求水準が高く、洗練された消費者・市場との近接性があげられ、このような点にも着目して事業展開が行われていると考えられる。特に、近年、我が国製造業は、デジタル家電の開発生産で世界をリードしており、これは、幅広い産業集積と国内市場への近接性を活かしてイノベーションと需要創出の「良い循環」を実現したものと考えられる。

また、これまで国内立地の制約とされてきた税制、社会保障制度、組織法制についても近年徐々に変化が見られるようになっている。

#### 摺り合わせ型開発生産・洗練された市場といった高い潜在力

(ア) 摺り合わせ型開発生産に優れた我が国製造業製造業が新製品を開発生産するに当たっては、汎用的な部素材、成熟技術の組み合わせによる製品化を進めることが可能であれば、そうすることによって、より廉価かつ安定的に部素材の調達が可能にな

り、コストなどの面で有利となる場合が多く、また、これらの部素材、技術の高度化が進めばそれを迅速に取り込んでいくことも期待される。例えば、デスクトップパソコンは、規格化の進んだ部品の組み合わせによりコストメリットのある製品化が可能であって、さらに、例えば、その主要部品であるCPU（中央演算処理装置）の高機能化などは迅速に完成財たるデスクトップ・パソコンの性能向上に活かされている。

しかし、新製品の創出において、このような既存の部素材、技術の組み合わせによる製品化が常に可能であるとは限らず、相互に影響する多数の部素材、技術を摺り合わせることによって、初めて効果的な開発生産が可能となるものも少なくない。特に、市場に的確に対応するため迅速な開発生産が求められる場合や、これまでとは基本的な構造が大きく異なる製品の開発生産が求められる場合については、いくつかの重要な部分について新たな部素材、技術を生み出し、それらを最適に調整することによって迅速に実現されることが一般的であると考えられる。

このような製品の開発生産に当たっては、部品・素材メーカーや組立加工事業者など多数の企業などが密接な連携関係と適切な役割分担を構築し、技術的な摺り合わせなどを適切に行っていくことが不可欠である。この際、このような摺り合わせを行うに当たって技術情報などの共有を相当進めるとともに、長期的な取引関係等の下で他の企業を信頼しながら自らの開発生産を行うこととなるため、事業パートナーとして信頼できる関係企業の存在は極めて重要

である。

我が国製造業においては、素形材、高機能部素材から金型・資本財まで幅広い産業が高い技術力、競争力をもって集積しており、企業内・企業間の密接なコミュニケーションを通じて、長期的な取引を行い、適切な役割分担や信頼関係を培ってきた。このため、我が国においては、画期的な新製品の開発生産のための幅広い産業間の連携が進めやすい事業環境が形成されており、これまでも自動車や小型家電などにおいて、このような事業環境が有効に活用されてきた。最近でも、例えば携帯電話、さらには、薄型ディスプレイ、デジタルカメラ、DVDといったデジタル家電の分野において、組立、部素材、装置のそれぞれのメーカーが一体となって高い目標を設定・共有し、適切な技術開発のロードマップなどの下で技術的な相互調整が行われ、デジタル家電分野における我が国製造業企業の成功の要因となったと考えられる。

なお、ある分野の製品の開発生産がどちらのタイプによって実現されるかは、必ずしも固定的なものではない。例えば、デジタル家電についても、部品などの構成要素、取付け・連結部分（インターフェ

ース）が安定化した場合においては、このような企業間連携・摺り合わせによる開発生産のメリットが乏しくなる一方、長年汎用部素材、成熟技術を使用してきた製品であっても、企業間連携・摺り合わせによって次世代の製品が生み出されることも考えられる。例えば、自転車は、ホイール、変速機、ブレーキなど部品の取付け・連結部分（インターフェース）が世界的に標準化されており、部品は個々に性能向上が図られ、そうした部品を組み合わせれば開発生産が基本的に可能な製品である。このため、変速機、レバー、ワイヤー、アウターケーブルなどの自転車部品は、従来それぞれの部品ごとの専門のメーカーが存在し、それぞれの部品単体での性能向上が図られてきた。そうした中、国内自転車部品メーカーのA社は、これらの部品を統合し、個々の部品の性能向上では得られなかったシステムとしての機能向上を実現した複合部品、すなわち、容易に変速を行うことができるシステム・コンポーネントを新たに開発生産した。これにより、同社は、個々の部品に特化していた専門メーカーの優位を覆し、高い収益を上げることが可能となった。

## コラム 我が国の事業環境を活かした企業間連携による製品の開発生産の事例

### 事例1 自動車

自動車においては、タイヤ、サスペンション、ショックアブソーバー、シャシー、ボディなど2万点から3万点に及ぶ多数の部品で構成されており、これらが相互に完成品の性能に影響を与えることから、モデルチェンジなどを行う際に技術的に相互調整を行いつつ全体の製品と部品の設計を行っていく必要がある。例えば、サスペンションの配置やエンジンの重心などについては、その配置が微妙に変化すると製品全体の性能に大きな影響を与えるため、統合的な設計が必要となっている。また、ボディのように、安全性・居住性・デザイン性・空力特性といった複合的な機能がある場合にも、自動車全体の設計段階で部品メーカーと組立メーカーとの間の高度な相互調整が必要となる。

我が国の自動車産業では、従来から関連企業との長期的な取引関係が構築されており、これを基礎とした情報共有や密接なコミュニケーションが行われてきた。このようなことが上記のような課題を克服するための企業間の連携・摺り合わせを可能としたと考えられている。

### 事例2 フラット・パネル・ディスプレイ

液晶ディスプレイ、プラズマ・ディスプレイ・パネル（PDP）、有機ELなどフラット・パネル・ディスプレイ（FPD）は、多様な高機能部材の各種要素技術や生産技術の高度な相互調整が必要となる

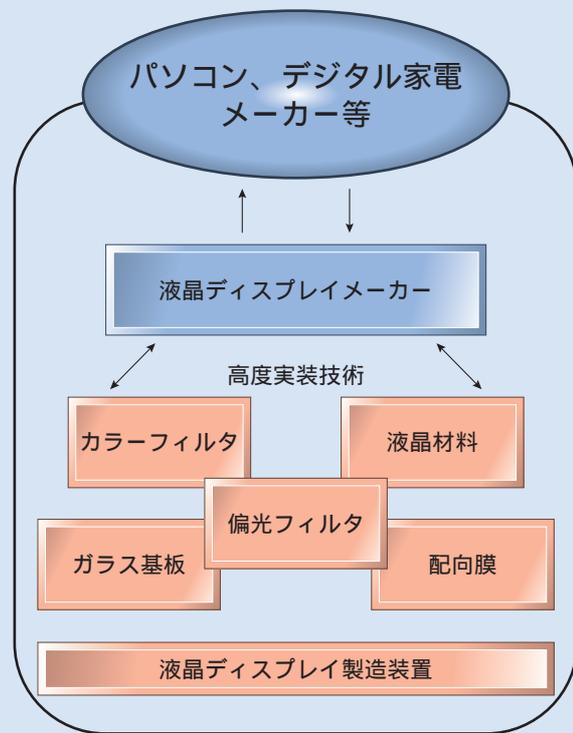
製品である。

例えば、液晶ディスプレイについては、カラーフィルタ、液晶材料、ガラス基板、配向膜、偏光フィルタから関連半導体などまで多数の相互に影響を及ぼす部品を用いて製造されるものであり、デジタルカメラ、携帯電話、薄型テレビなど様々な用途で、様々な性能・大きさの製品を供給することが必要であった（図121 - 180）。例えば、偏光板の変更で画質のコントラストを向上させると、輝度が下がるためバックライトやガラスを調整しなければならないなど、ある部品の性能の変更が他の部品の性能の変更を必要とする場合がある。また、ディスプレイのサイズを変更すれば輝度も変化するため、他の部品で調整しなければならないなど、サイズ・用途によっても部品の性能を変化させなければならないこともある。

これら様々な用途や求められる性能・大きさにあわせて、それぞれに適切な製品を開発生産するべく、パネルメーカーと部素材メーカーが緊密に連携して技術的な相互調整を行い、部品間の相互干渉などの課題を克服してきた。開発に際しては、技術革新が著しいことから、限られた時間の中で成果をあげることが必要であったこともあり、製品の開発生産に必要な共通の技術開発目標とそれに至る工程が有効に活用されるなどパネルメーカーと部材メーカーが発展の方向性を共有しながら、密接な連携を図り製品開発を進めてきたことが成功の要因であったとされている（図121 - 181）。

また、プラズマ・ディスプレイについては、ガラス基板、電極、蛍光体、放電ガスなど材料関係の摺り合わせが重要であり、それらを使って行う製造プロセスも焼成、封入など制御の難しい技術の塊といえ、装置・材料メーカーと家電メーカーが緊密に連携して製品開発を可能にしてきたとされる。

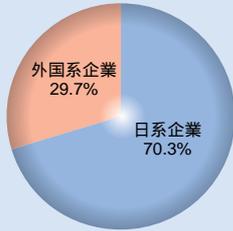
図121 - 180 液晶関連産業の技術・産業ネットワーク



資料：各種資料より作成。

図121 - 181 液晶用主要素材の日系企業シェア

2002年 日系企業シェア

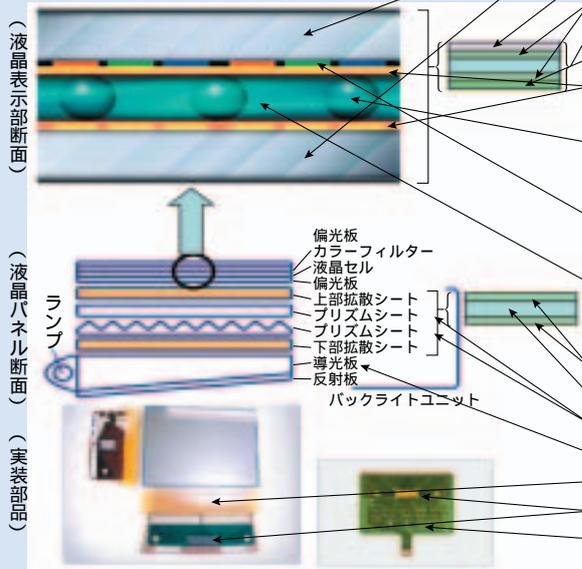


2002年市場規模（実績）

8,920億円

2008年市場規模（予測）

2兆1,700億円



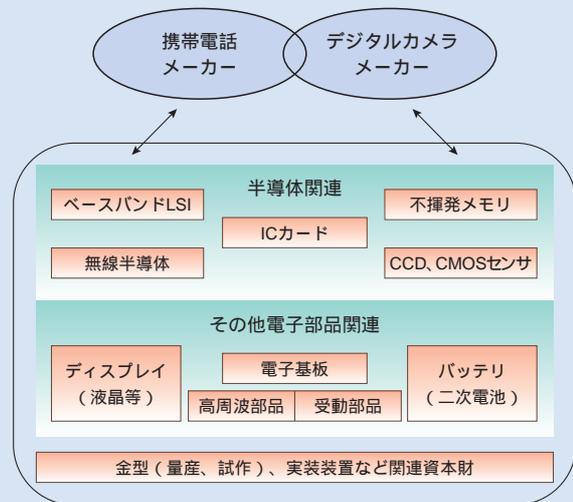
液晶用素材（市場規模）	日系企業シェア	主要日系企業
ガラス基板（青板）（185億円）	100%	（日本板硝子、セントラル硝子、旭硝子）
ガラス基板（白板）（1,728億円）	49%	（旭硝子、日本電気硝子、NHテクノグラス 他）
AG（防眩）フィルム（174億円）	100%	（大日本印刷、日東電工、リンテック 他）
偏光膜保護フィルム（279億円）	100%	（富士写真フィルム、コニカオプト）
偏光板・楕円偏光板（1,264億円）	78%	（日東電工、サンリツ、住友化学 他）
視野角補償フィルム（384億円）	100%	（富士写真フィルム、新日本石油化学）
液晶配向膜材料（91億円）	98%	（日産化学工業、JSR、チソ）
シール剤（54億円）	100%	（三井化学、協立化学産業 他）
スペーサー（67億円）	100%	（積水化学工業、ナトコ 他）
カラーフィルター（1,750億円）	89%	（凸版印刷、大日本印刷、ACTI 他）
カラーフィルター用（321億円）	100%	（富士フィルムアーチ、東洋イソ製造 他）
<b>顔料分散材料</b>		
樹脂ブラックマトリクス材料（7億円）	100%	（富士フィルムアーチ、東京応化工業 他）
液晶材料（364億円）	46%	（チソ、大日本インキ化学工業）
液晶用フォトレジスト（186億円）	29%	（東京応化工業、日本ゼオン 他）
液晶用フォトマスク（210億円）	73%	（HOYA、エスケーエレクトロニクス）
拡散シート（103億円）	65%	（恵和、ツジデン、きもと）
輝度向上フィルム（400億円）	14%	（日東電工）
プリズムシート（410億円）	2%	（三菱レイヨン）
導光板材料（148億円）	83%	（旭化成、三菱レイヨン、住友化学 他）
TABテープ（412億円）	86%	（三井金属鉱業、新藤電子工業 他）
異方導電性フィルム（266億円）	97%	（日立化成工業、ソニーケミカル 他）
COF（Chip on FPC）（115億円）	70%	（カシオマイクロニクス、日本メクトロン 他）

備考：日系企業シェアの計算では、一部、経済産業省での推計を含む。個別素材の市場規模。日系企業シェアは2002年。  
資料：経済産業省作成。  
原出所：富士キメラ総研「2003 液晶関連市場の現状と将来展望」

事例3 デジタルカメラ、携帯電話関連産業

デジタルカメラ・携帯電話は、小型軽量化に加え、多機能化・デザインの多様化など市場ニーズに応える製品開発生産能力が問われる製品である。このような市場ニーズに応えるためには、日進月歩の最新技術を取り込んでいくことが重要であり、デジタルカメラにおける電荷結合素子(CCD)、不揮発メモリ、レンズなどの光学部品や携帯電話産業における小型高機能液晶、バッテリー、チップコンデンサ、水晶デバイスといった各部品の小型化・高機能化とそれら部品間の相互調整を行うことが必要となっている。我が国のデジタルカメラ・携帯電話産業では、国内の高機能部素材・製品に加え、金型や装置、実装技術にかかるメーカーが連携して係る取組を迅速に実施することによ

図121 - 182 デジタルカメラ・携帯電話産業の関連技術・産業ネットワーク



資料：各種資料より作成。

り、市場ニーズに応え、競争力を維持してきている（図121 - 182）

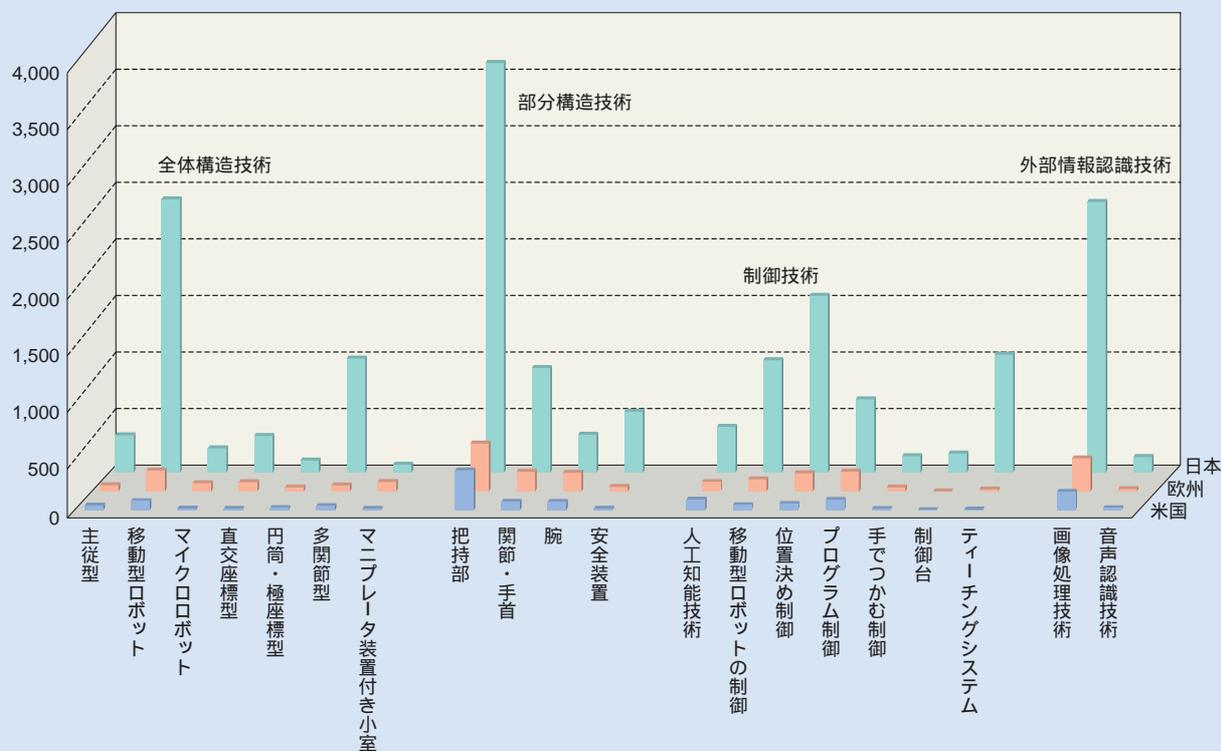
事例4 ロボット

ロボットは、各種センサやサーボモータ（指令のとおり駆動制御されるモータ）、ステッピングモータ（パルス発振器に同期して回転するモータ）などの駆動装置（アクチュエータ）といった多様な要素技術や部品で構成されるものであり、このような部品の性能に加え、部品間の相互調整の巧拙によって、完成品の性能が大きく異なることから、産業間の緊密な連携による製品の開発生産が必要なものである。

我が国には、産業用ロボット分野において、自動車、電機メーカーからの厳しい要請に応えてきたロボットメーカーがこのような部品メーカーと連携して、互換性の少ない専門部品・技術を相互調整し専用機を開発してきた。この結果、全体構造技術、部分構造技術、制御技術、外部情報認識技術など幅広い技術分野で日本国籍の出願人による特許出願が圧倒的に多くなっている（図121 - 183）

また、今後は、産業用ロボットに加え、生活・福祉分野などで使われる人間型の次世代ロボットの実用化が進み、システムが一層複雑化すると見られるが、産業用ロボットによって蓄積した我が国の技術・産業集積や部品メーカーと完成品メーカーとの連携を活かした相互調整によって、このような課題に応えていくことが期待されている。

図121 - 183 ロボット技術の出願人国籍別の出願件数



備考：ロボット技術を全体構造技術、部分構造技術、制御技術、外部情報認識技術など技術区分し、1990～1999年の出願人国籍別の出願件数について集計。

資料：特許庁総務部技術調査課「ロボットに関する特許出願技術動向調査」2002年

## 事例5 半導体

半導体は、技術の高度化・複合化が進んだこともあり、部材・製造装置間の相互干渉のもたらす技術的な限界や課題が表面化している。例えば、微細化・複雑化の進展によって、半導体材料間の密着性不良（剥離）、配線材の拡散など個別材料では解決出来ない問題が発生するなど材料間の相互影響が大きくなっており、それらの最適化を図るためにデバイス、装置、材料メーカーなどが一体となった連携、折り合わせが必要となっている（表121 - 184）

表121 - 184 主要半導体材料の日系企業シェア

半導体材料（市場規模）	日系企業シェア	主要日系企業
シリコンウェハー（7,008億円）	75%	（信越半導体、三菱住友シリコン、コマツ電子金属 他）
化合物半導体ウェハー（850億円）	89%	（日立電線、住友電気工業、三菱化学、昭和電工 他）
マスク/レチクル（1,849億円）	55%	（大日本印刷、凸版印刷、HOYA）
フォトレジスト（852億円）	61%	（東京応化工業、JSR、富士フィルムアーチ、信越化学 他）
薬液（1,193億円）	47%	（関東化学、三菱化学 他）
バルクガス（1,225億円）	12%	（日本酸素 他）
特殊ガス（950億円）	38%	（日本酸素 昭和電工 他）
ターゲット材（366億円）	52%	（ジャパンエナジー、東ソー、住友化学 他）
層間絶縁膜用塗布膜（110億円）	43%	（東京応化、日立化成）
保護膜用塗布膜（154億円）	58%	（旭化成、住友ベークライト、東レ）
CMP用スラリー（400億円）	18%	（フジミ、日立化成 他）
リードフレーム（2,068億円）	84%	（新光電気、三井ハイテック、大日本印刷、凸版印刷 他）
セラミック基板（1,188億円）	100%	（京セラ、日本特殊陶業、住友金属エレクトロデバイス）
プラスチック基板（1,655億円）	88%	（イビデン、新光電気、日本サーキット、日本特殊陶業）
TABテープ（626億円）	98%	（三井金属、新藤電子、日立電線、カシオ計算機）
ダイボンディングペースト（112億円）	42%	（住友ベークライト、日立化成、京セラケミカル）
ボンディングワイヤ（1,420億円）	93%	（田中貴金属、住友金属鉱山、日鉄マイクロメタル、三菱マテリアル他）
封止材（848億円）	91%	（住友ベークライト、日東電工、日立化成、信越化学、松下電工他）

備考：日系企業シェアの計算では、経済産業省での推計を含む。市場規模及び日系企業シェアは2002年。

資料：経済産業省作成。

原出所：（株）電子ジャーナル「2003 半導体材料データブック」

## コラム 我が国の中小企業の技術蓄積とネットワークの強み

我が国では、東京都大田区や大阪府東大阪市のように技術力の高い中小企業の技術蓄積と・連携ネットワークが存在する地域があり、これが我が国製造業企業の製品・技術開発を下支えしている。例えば、大田区は、日本でも有数のものづくり中小企業、特に機械金属業種の中小企業を中心とする工業集積地であるが、量産ではなく、特注部品製造、試作、自動機製作、金型製作などの多品種少量生産を得意とし、高精度・高難度の要求に迅速に対応する強みを有している。また、受注型加工業が多いものの、系列・業種を超えた請負のネットワークが機能していることも注目される。

また、東大阪市では、伸線・鈹螺・作業工具などの地場産業に加え、金属、機械、電気製品、プラスチックまで多種多様な分野で意欲的に新製品・技術開発に取り組む中小製造業企業が多い。東大阪商工会議所は、新産業創出のため、2002年に 東大阪宇宙関連開発研究会、 東大阪微細加工・微細計測研究会、 東大阪環境ビジネス開発研究会の3つの研究会を創設した。宇宙関連開発研究会は、小型人工衛星の開発を目指し、大阪府立大学、東京大学などとの連携で取り組んでいる。また、微細加工・微細計測研究会は、地域中小企業が保有する高度な加工・計測技術を活かしながら、更なる微細化を目指し、大阪大学などと産学連携して幅広い分野の加工技術・計測技術の開発を進めようとしている。

さらに、東京都多摩地域から神奈川県中央部、埼玉県南西部に広がるTAMA地域（広域多摩地域）では、大手企業や大学研究機関の研究開発、試作機能を担う受け皿として、電機から輸送、一般機械まで幅広い分野で高度な製品開発力や技術力のある企業が集積している。TAMA地域は、産業クラスター計画の先行事例として、関東経済産業局と民間推進組織である「(社)首都圏産業活性化協会」が、28の大学、約260社の中堅・中小企業とともに最先端の製品開発企業群、基盤技術型企業群の形成を目指して活動している。これまで大学・企業の間で40の連携による製品化事例、会員として参加している企業単独でも年間約400の製品化事例が生まれるなどイノベーションが活発化しており、広域的な企業ネットワークとして注目される。

(イ) 要求水準が高く洗練された消費者・市場との  
近接優位性

我が国は、消費者が多様であり、要求水準や新製品などへの感度も高いことから、広範で洗練された市場となっている。このため、我が国製造業は、更なる製品の高度化、環境、安全・安心といった高度な要求に対応する事業展開を図るに当たり、世界の市場の中でも特に国内市場を戦略的に活用している。

我が国では、ウォークマンなどの小型家電、ノートパソコン、携帯電話、デジタルカメラなど軽薄短小化・高機能化への志向が強い。例えば、ノートパソコンでは、ユーザーの要望に応える形で大手メーカーが世界最薄・最軽量パソコンの開発を進め、世界に先駆け国内で販売し、ユーザーから提供される情報が更なる改善をもたらす例がある。また、デジ

タルカメラでも、高度なニーズが消費者からメーカーに素早く還元されることにより、製品ニーズを具体化させ、迅速な技術開発を促進している。例えば、国内消費者は、初期の段階でデジタルカメラへの液晶画面の有効性を見出し、デジタルカメラの開発ニーズを顕在化させた。その後も国内消費者が小型軽量・薄型化、画質の向上など多様かつ高度な要請を行ったことがメーカーの新製品開発能力を最大限に引き出すことになった。

さらに、携帯電話でも、軽薄短小化への要求に加え、モバイルデータ通信サービスが国内市場で積極的に受け入れられたことがメーカー側の高機能端末開発の進展を促した。

これらに加え、社会・経済の成熟化の中で、我が国では、環境や日常生活における衛生面に関わる製

品から防犯・防災といった製品まで安全・安心への志向が強いと考えられる。例えば、環境分野では、環境に配慮した自動車、燃料電池などの関連部品の研究開発が進んでいるが、これは、消費者・メーカーの環境問題への意識が高いことによると考えられる。このようなこともあり、通常自国市場で行われる製品発表に当たり、欧米の自動車メーカーは、環境対応自動車については、「東京モーターショー」で関連技術や製品を発表している。

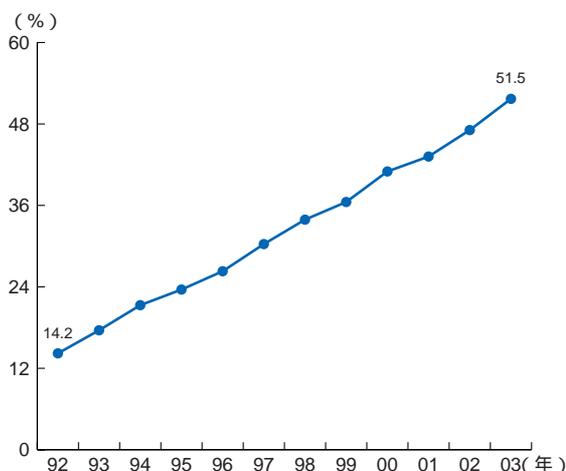
また、安全・安心分野では、消費者の衛生面での要求が高く、清潔志向なども強いと考えられる。例えば、我が国は、水回り製品の高機能化が最も進んでいると言われ、温水洗浄便座などの関連市場も拡大を続け、住宅における普及率は、1991年から2003年の間に14.2%から51.5%になっており(図121 - 185)、海外にも事業展開が進められている。さらに、清潔度や快適性を高める工夫がされ、光触媒なども応用した脱臭性、環境にまで配慮した製品開発が進んでおり、消費者の厳しい要求に対応している。

この他、我が国では、洗練された消費者・市場を背景に、流通・消費者を起点とした製品ニーズの具現化やイノベーションの仕組みが機能している。例えば、コンビニエンス・ストアは、ITを用いた高度な発注・物流システムによるマーケティング力や販売力を武器にメーカーと商品の共同開発を進めており、飲食料品に加え、化粧品から雑貨にまで取組がみられる。そのうち「コンビニコスメ」は、コンビニエンス・ストアで販売されている化粧品であるが、大手化粧品メーカーなどが専門子会社を設立し、コンビニエンス・ストアと共同商品開発を行い、販売するにまで至っている。

#### 税制・社会保障制度、組織法制面における事業環境整備の進展

税制・社会保障制度及び組織法制は、製造業の事業活動に大きな影響を与える要因である。経済産業省が独自に行った調査においても、製造業企業の利益率にデメリットを及ぼす我が国のインフラ・ビジネス環境として、「人件費」や「原材料・部材の調達コスト」に次いで「税負担(法人税や関税など)」、「社会保障にかかるコスト」が挙げられており、これ

図121 - 185 住宅における温水洗浄便座普及率の推移



備考：各年3月時点。  
資料：内閣府「消費動向調査」

らが我が国製造業にとって重要な要素であると認識されていることが分かる(表121 - 186)。

近年、連結納税制度の導入、年金制度等の改革、会社法制、倒産法制の整備など、税制・社会保障制度及び事業法制面における事業環境整備は徐々に進展しており、今後一層の改善が期待される(表121 - 187)。

#### (ア) 税制・社会保障制度

まず、法人税については、企業間・産業間の中立性の確保及び経済活性化の観点から、課税ベースを拡大しつつ、税率を引き下げてきている。法人実効税率は、段階的な引き下げによって、現在、アメリカと同程度の水準になっている(図121 - 188)。

近年行われた税制面での事業環境整備の例としては、連結納税制度の導入が挙げられる。連結納税制度とは、親会社とその子会社を含めた企業グループを1つの課税単位と認める制度で、連結課税所得を算出する際に、グループ内の個々の法人の所得と欠損を通算することができるものである。この制度は、グループ経営に移行している近年の企業実態に対応して、ベンチャー企業の創出や企業の組織再編成などを促進し、日本企業の国際競争力を強化するため、2002年4月に導入された。制度創設以降、2003年度までに神戸製鋼所、日立製作所、NEC、富士通、東芝、三菱電機、ソニーなど大手企業が導入する事例

表121 - 186 利益率にデメリットを及ぼす我が国のインフラ・ビジネス環境（業種別）

	全体	人件費	土地の 取得コスト	通信 コスト	物流 コスト	原材料・ 部材の調達 コスト	税負担 (法人税や 関税など)	社会保障 にかかる コスト	その他	無回答	非該当
全体	339	239	40	4	62	87	76	73	2	61	74
	100.0	70.5	11.8	1.2	18.3	25.7	22.4	21.5	0.6	18.0	
繊維（衣服等除く）	11	10	1	0	1	3	2	2	0	1	2
	100.0	90.9	9.1	0.0	9.1	27.3	18.2	18.2	0.0	9.1	
衣服、その他の繊維製品	7	5	2	0	1	2	0	2	0	1	3
	100.0	71.4	28.6	0.0	14.3	28.6	0.0	28.6	0.0	14.3	
パルプ、紙、紙加工品	9	4	2	0	3	3	0	2	0	2	3
	100.0	44.4	22.2	0.0	33.3	33.3	0.0	22.2	0.0	22.2	
プラスチック	14	8	2	0	2	3	5	2	0	3	4
	100.0	57.1	14.3	0.0	14.3	21.4	35.7	14.3	0.0	21.4	
医薬品関連	9	6	0	0	1	1	1	0	0	3	0
	100.0	66.7	0.0	0.0	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	33.3	
化学 (プラスチック、医薬品除く)	34	20	6	0	8	7	8	6	0	9	1
	100.0	58.8	17.6	0.0	23.5	20.6	23.5	17.6	0.0	26.5	
ゴム製品	5	1	0	0	0	1	2	2	1	2	2
	100.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	40.0	40.0	20.0	40.0	
窯業、土石製品	14	9	2	0	6	3	5	3	0	2	2
	100.0	64.3	14.3	0.0	42.9	21.4	35.7	21.4	0.0	14.3	
鉄鋼、非鉄金属	14	11	1	0	5	5	2	2	0	2	3
	100.0	78.6	7.1	0.0	35.7	35.7	14.3	14.3	0.0	14.3	
金属製品	25	15	0	0	6	10	4	4	0	8	8
	100.0	60.0	0.0	0.0	24.0	40.0	16.0	16.0	0.0	32.0	
一般機械	37	30	8	2	3	12	10	9	0	3	7
	100.0	81.1	21.6	5.4	8.1	32.4	27.0	24.3	0.0	8.1	
電気機械器具	78	60	8	2	15	22	17	20	0	11	19
	100.0	76.9	10.3	2.6	19.2	28.2	21.8	25.6	0.0	14.1	
輸送用機械器具	39	27	4	0	7	7	9	7	1	7	6
	100.0	69.2	10.3	0.0	17.9	17.9	23.1	17.9	2.6	17.9	
精密、医療用機械器具	16	15	2	0	1	2	7	6	0	1	1
	100.0	93.8	12.5	0.0	6.3	12.5	43.8	37.5	0.0	6.3	

備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。

対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。

資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

が増えてきており、また、2003年度をもって、連結納税制度の採用企業に法人税率を2%上乘せする連結付加税が撤廃されたため、今後同制度の利用が更に進むものと期待されている。

また、公的年金制度については、長期間に亘り安定的に運営することが重要であり、保険料を負担する企業や労働者の活力を削がない制度構築が必要である。このため、高齢者の生活の基本的な部分を支えることができる給付水準を確保しつつ、保険料水準の上昇を抑え、その水準を固定すること等を内容とする改革案を取りまとめたところである。また、企業年金制度についても、近年導入した確定拠出年金や確定給付企業年金の普及を図るため、確定拠出年金の拠出限度額の引き上げ等を図ることとしている。

#### （イ）組織法制

一連の会社法制の改正は、会社組織の選択を多様化し、経済環境の変化に速やかに対応して事業・企業の再編や再構築に影響を与える要素となりうるものである。1997年から2002年までに、組織再編の簡素化、種類株式の弾力化等の資金調達の改善、コーポレート・ガバナンスの実効性確保、ディスクロージャーの見直し、グローバル化への対応などを目的とした改正が行われた。

企業の事業再編・再生に関連する改正としては、1997年の合併手続の簡素化、1999年の株式交換・株式移転制度の導入、2000年の会社分割制度の導入が行われた。また、倒産法制の整備として、1999年の民事再生法の制定や2002年の会社更生法の改正が行

われた。さらに、早期事業再生ガイドラインの策定なども行われた。

なお、会社法制については、法務大臣の諮問機関である法制審議会会社法（現代化関係）部会が2003

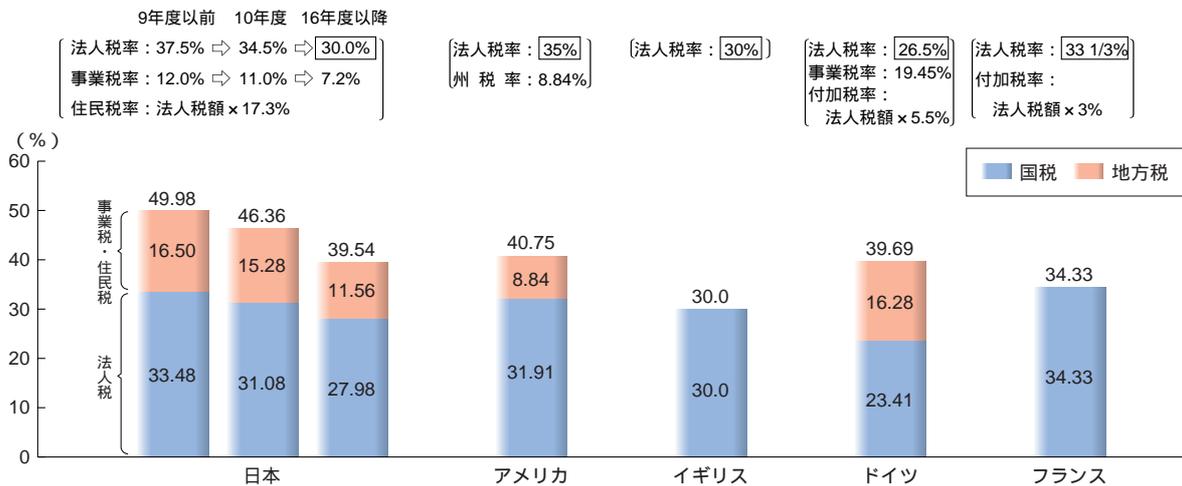
年10月に「会社法制の現代化に関する要綱試案」をまとめている。同試案によれば、新たな有限責任形態の会社組織の提案がなされており、これにより、更なる企業組織の多様化が期待されることである。

表121-187 税・法制面の関連政策

税制面	
1998年	課税ベースの適正化 : 基本税率34.5%
1999年	恒久的減税 : 基本税率30.0%
法制面	
企業の事業・組織再編関連制度の整備	
1997年	合併手続きの簡素化（簡易合併等）〔商法改正〕
1999年	株式移転・交換制度の導入〔商法改正〕 産業活力再生特別措置法制定（課税の特例や商法の特例等、事業再構築への支援措置）
2001年	会社分割制度の導入〔商法改正〕 企業組織再編税制（合併・分割などの税制上の扱い）の整備 金庫株解禁（ 自社株買いは94年に解禁（直ちに償却する場合））〔商法改正〕
2002年	連結納税制度の導入（2003年 連結付加税2%廃止）
2003年	産業活力再生特別措置法改正
事業再生関連制度の整備	
1999年	民事再生法制定
2001年	私的整理ガイドライン策定（私的整理に関するガイドライン研究会）
2002年	会社更生法改正 企業・産業再生に関する基本指針決定〔産業再生・雇用対策戦略本部〕
2003年	早期事業再生ガイドライン策定〔経済産業省〕 産業再生機構創設

資料：内閣府資料等を参考に経済産業省作成。

図121-188 法人所得課税の実効税率の国際比較



備考：

- 日本の実効税率は、法人事業税が損金算入されることを調整した上で、「法人税」「法人住民税」「法人事業税」の税率を合計したものである。また、16年度以降の税率は、法人事業税において外形標準課税の対象となる資本金1億円超の法人に適用される税率である。
- アメリカの「地方税」は、カリフォルニア州（州法人税）の例である。なお、一部の市では市法人税が課税される場合があり、例えばニューヨーク市では連邦税・州税（7.5%、付加税〔税額の17%〕）・市税（8.85%）をあわせた実効税率は45.95%となる。このほか、一部の州・市では、法人所得課税のほか、支払給与額等に対して課税される場合もある。
- ドイツの実効税率は、付加税（法人税額の5.5%）を含めたものであり、また、2003年度限りの時限措置（法人税率25% 26.5%）も考慮している。なお、ドイツの「国税」は、連邦と州の共有税（50：50）であり、「地方税」は、営業収益を課税標準とする営業税である。
- フランスの実効税率は、付加税（法人税額の3%）を含めたものである。また、法人利益社会税（法人税額の3.3%）を含めると実効税率は35.43%となる。（ただし、法人利益社会税の算定においては、法人税額より76.3万ユーロの控除が行われるが、実効税率の計算にあたり当該控除は勘案されていない。）なお、フランスでは、法人所得課税のほか、職業税（地方税）が課税される。
- 諸外国については、2003年1月現在の税制に基づく。

出所：政府税制調査会第29回基礎問題小委員会「資料（法人税関係）」2003年5月16日をもとに経済産業省作成。

## 2 製造業の内外市場における収益性

製造業企業は、内外で生産、雇用、貿易など企業活動を行い、最終的には収益を最大限に獲得していくことが企業の存続、発展のために必要であり、生産、雇用などの維持、拡大の前提となる。

近年の我が国製造業企業の収益性について見ると、最近の決算において過去最高益を更新する企業も多く、収益性の向上が図られてきていることが分かる。特に近年の傾向を業種別に見ると、製薬を含めた化学は収益性が高く、また、精密機械工業も収益性が高い。また、米国、中国の製造業企業と比較すると、自動車、精密機械器具を除いて、我が国製造業企業の収益性は相対的に低水準にとどまっている。さらに、我が国製造業企業の国内法人と海外現地法人の収益性を比較すると、担う機能の違いなどを踏まえる必要があるが、欧州などを除いて、多くの業種において海外現地法人の方が収益性が高くなっている。

一方、このような傾向は、個別の企業について見た場合にはすべて当てはまるわけではない。例えば、好調業種のすべての企業が高収益を上げているわけではない。デジタル家電販売の好影響を受けている電子・電気機械業界においても、高収益を上げる企業がある一方、低収益から脱却できずにいる企業もある。自動車も同様であり、北米販売市場を中心に高収益を上げて最高益を更新する自動車メーカーが存在する一方で、一部低調な自動車メーカーもある。このように、我が国製造業が全般的には収益性を回復させつつあるとはいえ、同一業種や同一市場でも収益性にはばらつきが認められ、企業間格差が見られる。これは、業種や市場特性以上に、個々の企業の経営力が収益性に大きな影響を与えているためと考えられる。

企業の収益性を製品を販売する市場単位で分析すると、我が国製造業企業は普及品・汎用品よりも高級品・差別化品でより高い収益を上げており、特に国内の高級品・差別化品市場の収益性が海外市場と比べても最も高い業種が多い。また、中国市場は将来性への期待が高いものの、これまでのところでは企業の収益に大きく貢献するには至っていない。近年は、中国など成長する海外市場への注目が高まる

傾向もあるものの、デジタル家電が実現したように、国内の高級品・差別化品消費需要を喚起するような差別化等を図ることが収益力向上の有力な方法であると考えられる。

収益性の高い企業の特徴を見ると、設備投資が冷え込んだといわれる過去3年間ににおいても積極的な設備投資を行い生産能力増強に努めていたり、海外直接投資や国際分業体制の見直し・最適化に取り組んできたり、研究開発投資に力を入れて知的財産の取得・管理に取り組み、ブランド力向上にも力を入れてきたことが分かる。高収益を確保できるかどうかは、コストダウンなどを前向きな取組として進めつつ、積極的な投資による技術革新を図り、グローバルオペレーションに取り組み、そして知的資産を高める経営に力を注げるかどうかにかかっているといえる。

## (1) 総じて低い我が国製造業の収益性

## 業種ごとに様々な収益性

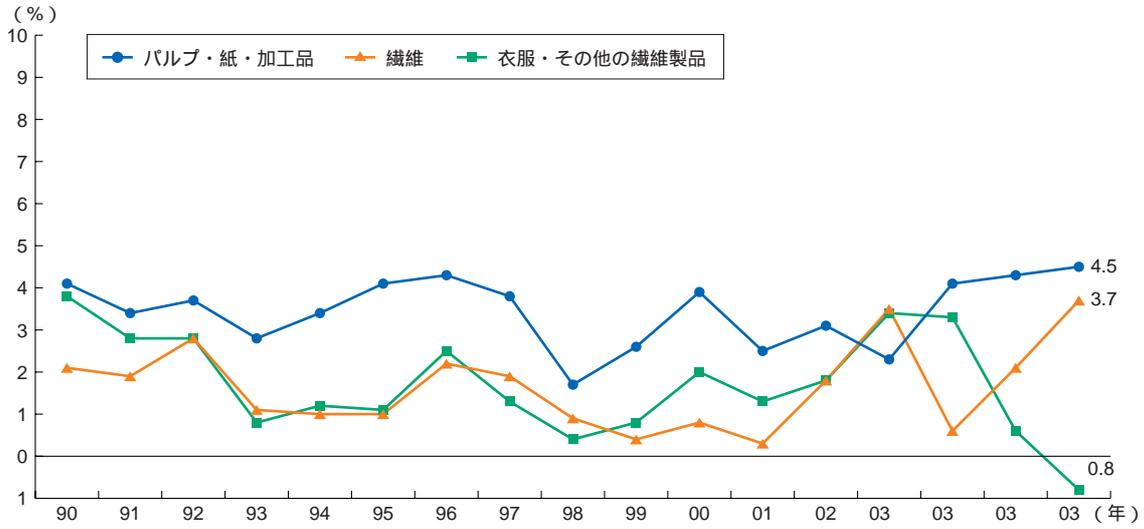
1990年代における我が国製造業の売上高営業利益率の推移を見ると、業種によって大きな差があることが分かる(図122-1、図122-2、図122-3)。

他業種に比べて極めて高い利益率で推移しているのは化学であり、これに含まれる製薬業が高い利益率を実現していることも反映している。また、総合化学についても近年の収益性は相対的に良く、2003年1-3月期には、イラク戦争開戦前の原油高の影響を受けて石化部門の収益が悪化したが、開戦後はむしろ原油が暴落するなど状況が改善し、2003年10-12月期には売上高営業利益率は9.1%にまで上昇している。

また、精密機械器具がほぼ一貫して高い利益率で推移しており、現在はバブル期よりも高い水準を維持している。

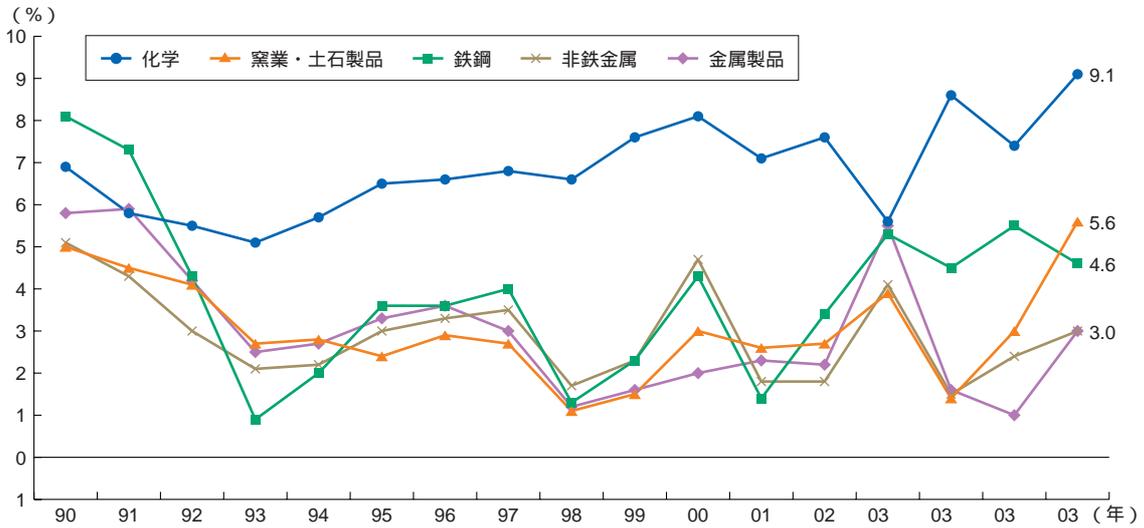
バブル期には8%台の利益率を有した鉄鋼は、1990年代に入りバブル崩壊の影響に加えて過剰設備を背景とする市況価格の低迷など厳しい経営環境に晒され低利益率で推移したが、業界再編の努力などを行って設備能力が適正規模に達した結果、2002年以降は収益性を回復しつつある。なお、2003年からの中国の鋼材需要の急拡大の影響は、需要面ととも

図122-1 業種別に見た売上高営業利益率(当期末) その1



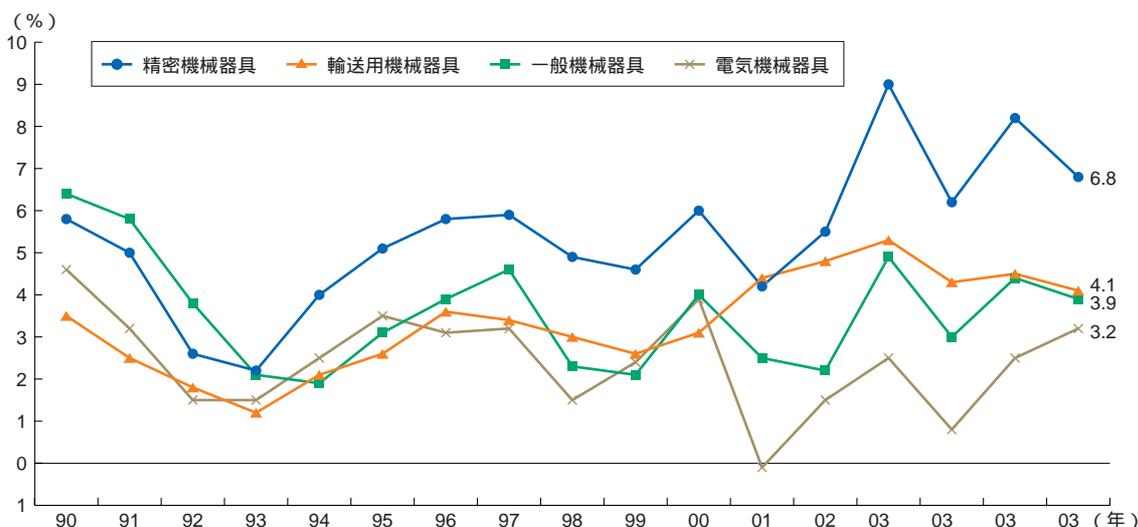
資料：財務省「法人企業統計調査」

図122-2 業種別に見た売上高営業利益率(当期末) その2



資料：財務省「法人企業統計調査」

図122-3 業種別に見た売上高営業利益率（当期末）その3



資料：財務省「法人企業統計調査」

に供給面にも及んで原材料価格の高騰も生じており、収益への影響については不透明となってきている。

機械産業の中で、自動車など輸送用機械器具は2000年代に入って収益性を高めている。電気機械器具は2001年にITバブル崩壊といったマクロ経済の影響を強く受けて利益率がマイナスに転じたものの、その後はデジタル家電などの好調を反映し、2003年末にかけて収益性を回復させつつある。

以上見てきたように、利益率には業種間格差が存在するが、その格差は特に2000年代に入ってから拡大する傾向が見られる。つまり、化学のような一部業種を除き、1990年代は利益率の増減に同一の傾向が見られたが、2000年代に入り、同一時期であっても利益率が増加する業種もあれば減少する業種もあるなど、収益性の変化の仕方も業種間での違いが鮮明になってきている。

#### 海外企業に比べ低さの目立つ収益性

我が国製造業の収益性を米国及び中国の製造業の収益性と比較すると、自動車や精密機械器具を除き、相対的に低水準にある（表122-4）。

米国及び中国の製造業の収益性を業種別に見ると、米国の製造業は我が国以上に収益性の業種間格差が大きく、米国では飲料、医薬・化学、電気機械器具・部品、航空宇宙機械器具といった分野の利益率の高さが際だっている。一方で、輸入品に対し競争

劣位となってセーフガードの要請に至った鉄鋼はマイナスとなっており、また、商品開発力や環境対応で対応が遅れたとされる自動車も利益率が極めて低い水準にとどまっている。中国は飲料、出版・印刷、医薬などの利益率が高いが、化学関係には利益率の低い業種も存在している。

より詳細に、機械関係の14業種の収益性を我が国、北米、欧州、アジアについて見ると、我が国の機械産業は2002年度には収益性を改善しているものの、総じて北米やアジアに比べて低い収益性にとどまっている。しかし、やはり自動車は例外であり、2000年度以降は諸外国と比べて最も高い利益率で推移している（表122-5）。直近の2002年度の特徴を見ると、全14業種平均で見ても収益性が高い米国は、半導体や重電・産業機械がそれぞれ30.5%、19.0%の高い利益率を出す一方で、情報通信機器は-16.5%と大幅なマイナスとなっており、業種間格差が大きいことがうかがえる。

このように、各国の製造業の収益性はいずれも業種間の格差があり、全般に我が国の製造業は米国や中国に比べて収益性が低い傾向があるが、自動車や精密機械器具のように高い収益性を誇る例外も存在する。また、別の見方をすると、同一業種であっても事業展開地域によって収益性には差があることが分かる。

表122-4 日本・米国・中国の業種別に見た売上高営業利益率の比較

(単位：%)

	日本	米国	中国
食料品	3.4	6.6	4.5
飲料	-	16.9	7.2
繊維	3.0	4.3	3.1
衣服・その他の繊維製品	2.1		4.1
皮・革製品	-	6.6	3.4
木材・木製品	1.1	3.7	3.1
家具	-	6.1	4.0
パルプ・紙・加工品	3.6	5.4	5.0
出版・印刷	3.3	6.0	7.6
基礎化学品、樹脂・合成繊維		2.5	4.0
医薬		14.4	8.8
化学	7.9	9.4	
その他化学		8.9	2.7
石油製品・石炭製品	1.4	4.9	1.0
窯業・土石製品	3.2	-	-
ゴム	-		4.2
プラスチック	-	5.2	4.7
鉄鋼	3.5	1.4	4.6
非鉄金属	2.6	3.0	3.2
金属製品	2.6	4.4	4.0
一般機械器具	3.1	4.9	4.8
コンピュータ及び電気機器		2.4	
コンピュータ及び周辺機器		0.6	
その他電気機器	1.3	0.8	5.0
電気機械器具・部品		9.1	
通信機器		13.7	
輸送用機械器具		1.9	6.1
自動車及び自動車部品	4.5	0.2	4.8
航空宇宙機械器具		7.3	-
精密機械器具	5.6	-	4.8
船舶製造・修理	2.6	-	-
その他製造業	4.5	9.6	-

備考：1．日本は2000年のQ4～2003年のQ3までの売上高営業利益率（当期末）の平均値。

2．米国は2000年のQ4～2003年のQ3までの営業利益／純売上高の平均値。

3．中国は2000～2002年の総利益（Total Profit）／売上高（Sales Revenue）の平均値。

4．中国の「自動車及び自動車部品」は自動車に該当し、部品は含まれない。

5．中国の「自動車及び自動車部品」のデータ取得年次は1999～2001年の3年間の平均値。

資料：1．日本は財務省「法人企業統計」

2．米国はU.S. CENSUS BUREAU「Quarterly Financial Report for Manufacturing, Mining, and Trade Corporations: 2003」

3．中国はCEIC Database Company Limited 及び 中国統計年鑑

表122-5 日米欧アジアの主要14業種の売上高営業利益率

(%)

	家電				情報・通信機器				コンピューター			
	日本	北米	欧州	アジア	日本	北米	欧州	アジア	日本	北米	欧州	アジア
1998年度	1.6	12.1	1.6	-	2.3	7.5	7.0	-	1.3	7.0	1.7	-
1999年度	1.8	13.4	4.7	10.7	3.4	9.8	10.1	15.8	2.5	6.5	11.5	13.0
2000年度	3.1	12.8	4.3	4.3	3.1	4.8	10.3	12.0	3.0	6.9	11.9	7.0
2001年度	0.6	9.9	0.9	3.8	4.1	16.6	9.7	4.7	1.0	3.1	4.9	6.2
2002年度	2.1	7.1	3.0	3.1	1.4	16.5	9.1	8.8	3.3	1.6	4.0	4.0

(%)

	半導体				半導体製造装置				自動車			
	日本	北米	欧州	アジア	日本	北米	欧州	アジア	日本	北米	欧州	アジア
1998年度	1.3	15.9	4.8	-	2.3	7.1	1.9	-	5.0	4.4	3.2	7.4
1999年度	5.1	26.3	10.8	16.5	5.7	14.7	8.6	15.0	4.4	5.8	3.1	2.6
2000年度	6.5	23.4	21.7	34.0	15.6	21.5	21.6	19.7	4.7	3.9	1.7	4.5
2001年度	8.8	1.2	8.8	5.0	3.8	4.5	27.8	0.3	6.8	0.7	1.7	6.1
2002年度	0.6	30.5	0.1	5.3	3.4	2.1	3.2	14.6	7.9	4.1	2.9	6.5

(%)

	サービスソフト				重電・産業機械				工作機械			
	日本	北米	欧州	アジア	日本	北米	欧州	アジア	日本	北米	欧州	アジア
1998年度	6.6	11.9	5.5	-	2.3	19.2	3.3	-	-	-	-	-
1999年度	4.8	14.4	5.8	-	0.6	19.6	2.8	-	-	-	-	-
2000年度	2.6	13.6	3.6	-	3.5	21.2	0.7	-	-	-	-	-
2001年度	5.0	13.4	6.2	-	3.3	21.4	6.1	11.9	-	-	-	-
2002年度	5.0	9.9	5.4	-	0.6	19.0	7.3	8.4	0.3	0.5	1.8	4.6

(%)

	建設・農業機械				航空・宇宙				造船			
	日本	北米	欧州	アジア	日本	北米	欧州	アジア	日本	北米	欧州	アジア
1998年度	2.1	12.7	11.9	6.1	-	-	-	-	-	-	-	-
1999年度	2.4	9.5	10.5	24.2	-	-	-	-	-	-	-	-
2000年度	3.2	10.3	4.8	7.2	5.8	9.2	9.1	18.7	2.4	9.2	6.7	13.5
2001年度	0.9	5.8	1.6	5.7	6.7	8.7	8.5	18.4	4.1	4.9	5.1	9.9
2002年度	3.4	8.5	0.6	5.2	6.3	9.0	3.5	16.8	5.3	2.7	8.8	6.5

(%)

	自動車部品				プラントエンジニアリング				全業種平均			
	日本	北米	欧州	アジア	日本	北米	欧州	アジア	日本	北米	欧州	アジア
1998年度	-	-	-	-	-	-	-	-	3.2	8.2	4.0	6.1
1999年度	-	-	-	-	-	-	-	-	3.5	10.0	5.6	10.9
2000年度	-	-	-	-	-	-	-	-	4.3	9.2	5.3	12.9
2001年度	-	-	-	-	-	-	-	-	2.8	2.7	3.2	4.1
2002年度	5.8	3.1	3.2	10.2	2.0	3.6	1.6	6.3	4.7	5.9	4.1	5.8

備考：主要14業種において、日本、北米、欧州、アジアに本社を有する企業の売上げ上位5社の連結財務諸表を用いて分析。  
資料：日本機械輸出組合

### 国内・海外現地法人ごとの様々な収益性

我が国製造業企業の国内法人と海外現地法人の収益性を比較すると、海外現地法人のほうが国内法人よりも高い利益率を上げる傾向にある（図122 - 6）。現地法人を地域別に見ると、北米や中国、ASEAN 4は総じて国内法人よりも高い利益率で推移しているが、欧州は比較的低い水準で推移している（図122 - 7）。直近の2001年度は中国の利益率の大きな伸びが目立っているが、より長期的な傾向としてはASEAN4の収益性の高さを指摘することができる。

これを業種別に見ると、すべての業種で国内法人の利益率を上回っているわけではなく、鉄鋼、一般機械、輸送機械、精密機械では国内法人の方が高い利益率を上げている（表122 - 8）。また、同一業種でも地域により利益率に大きな違いが生じている。例えば、輸送機械は中国やASEAN 4などのアジアでの利益率は高いが、北米やヨーロッパにおける利益率は低い。一方、化学は北米の利益率の高さが際立っており、アジアやヨーロッパを大きく上回っている。欧州では木材紙パや鉄鋼の利益率が高い。

このように、海外現地法人の収益性は国内法人に比べて高い傾向にあるものの、鉄鋼や輸送機械のような例外も存在する。また、海外現地法人にしても、利益率の水準や儲かる市場については業種間格差が大きいことが分かる。

ただし、現地法人が担う機能は企業・地域により

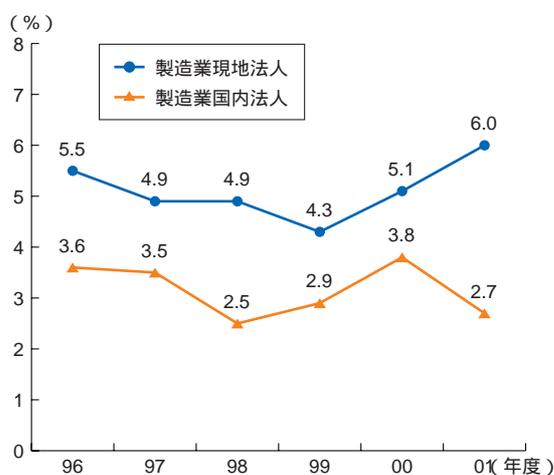
まちまちであり、当該地域での販売に重点を置く企業もあれば、第三国への輸出に重点を置き当該地域は生産拠点として位置付けている企業もある。また、同一企業であっても国内と海外では事業内容や生産品目が大きく異なるケースもあれば、国内と海外では研究開発費など費用計上の状況が異なる場合も多い。このように、国内法人と現地法人との収益性は単純には比較できない点には留意する必要がある。

### 国内の高級品市場で高収益をあげる我が国製造業

一般に、収益性を高める方法としては、生産の効率性を改善して利益率を高める方法と、付加価値を高めたり、市場への取組を工夫することによって利益率を高める方法がある。主に生産に特化した事業展開の場合はコストが重要な要因となるが、市場での販売まで行っている場合は販売価格も重要な要素となる。グローバルオペレーションの進展や国際分業の進展により、企業が真にどの地域でどのような収益をあげているかについては、法人の立地する地域、生産する地域、販売する地域それぞれによって様々となっている。

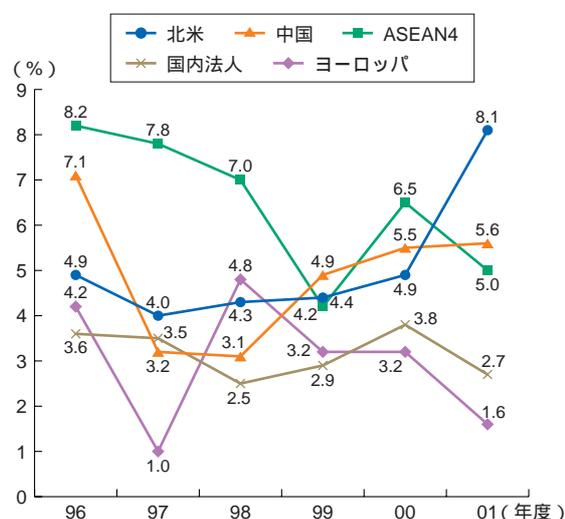
企業のコスト構造を分析する場合、売上高に占めるコストの割合が一般的には問題となるが、実際には売上高自体が高付加価値化や販売市場における取組によって大きく左右される。すなわち、売上高に占めるコストの割合が高いことは、一見すると生産

図122 - 6 国内法人と現地法人の売上高営業利益率(製造業)



資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」、財務省「法人企業統計年報」

図122 - 7 地域別に見た製造業現地法人の売上高営業利益率



資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」、財務省「法人企業統計年報」

コストに問題があるように見えるが、実際には差別化、ブランド化の取組が不十分であるために販売価格が十分な水準に達していない場合も考えられる。このような視点を踏まえて事業活動を捉えることは企業の収益性を考える上では非常に重要であると考えられる。

例えば、我が国の自動車産業にとっては北米事業の収益性が高いとしばしば指摘されるが、先に見たように、国内法人、海外現地法人の収益性を見ると北米よりもアジアや国内法人のほうが収益性は高い。これは、上に言う北米事業の収益性が販売市場としての北米における収益性を意味しており、北米法人生産分のみならず、我が国からの北米向け輸出分を合わせて収益性が高いことが指摘されていると考えられる。また、このような収益性は、販売市場での投入商品の特性やブランド化などの取組が反映されたものとなっている。

このような観点から、高付加価値化や市場への取組の戦略性などが反映される「販売市場としての各国・地域における我が国製造業企業の収益性」の近年の状況を企業へのアンケート調査によって見ると、いくつかの特徴を指摘することができる。

まず、我が国製造業企業は、普及品ないし汎用品、ベーシック製品においては高い収益を上げることはほとんどの市場においても困難となっている一方、最も豊かな消費者や高度技術製品を必要とする企業が市場を形成する国内市場と北米市場を中心に高級品ないし差別化品、ラグジュアリー製品では高い利益率を上げている（図122 - 9、図122 - 10）。

低価格競争が激しさを増した国内市場はデフレが長引き、加えて個人消費低迷が企業の利益率を押し下げているとの見方があり、普及品などについては中国製品を始めとする輸入の増大の中でこのような状況が妥当しているが、高級品、差別化品であれば国内市場でも高い利益率を上げられる企業が約4割ほど存在しており、国内市場は、より優れた製品を供給すればそれに反応する感度の高い市場であり、高級品市場としては最も重要な市場となっている。また、北米市場も富裕層や高度な製品を必要とする企業が相当程度存在しており、高級品、差別化品の市場として利益率が高くなっている。これに対し、欧州は、これら市場と類似の市場特性ももつと思われるが、地場ブランド品が強いとされ、我が国製造業企業は高級品でも高い利益率を十分確保できてい

表122 - 8 業種別・地域別に見た現地法人売上高営業利益率の比較

(単位：%)

	海外現法 全地域	北 米	アジ ア	アジ ア			ヨーロ ッパ	国内
				中 国	ASEAN4	NIEs3		
合 計	1.2	0.2	0.2	3.3	4.7	1.0	3.0	2.9
製 造 業	5.1	5.8	5.2	5.3	5.2	5.1	2.7	3.6
食 料 品	8.6	10.1	5.9	7.0	11.5	6.5	4.4	3.9
繊 維	6.4	6.0	7.5	4.9	9.5	9.5	8.4	2.1
木 材 紙 パ	11.2	8.0	7.8	6.4	9.8	2.4	15.4	2.3
化 学	8.6	14.5	3.2	7.5	1.2	5.3	5.2	7.9
鉄 鋼	0.5	3.5	5.2	4.3	6.0	3.7	10.6	3.0
非鉄金属	5.4	1.4	5.9	5.6	4.9	8.0	5.3	3.2
一般機械	3.0	0.6	6.2	5.5	5.5	8.0	2.7	3.1
電気機械	3.4	2.4	4.1	5.5	4.1	2.3	2.6	2.2
情報通信機械	10.4	19.9	2.8	2.1	3.2	2.9	0.6	
輸送機械	3.2	2.8	6.1	7.2	6.3	6.3	0.5	3.6
精密機械	4.8	4.7	4.2	1.9	5.9	7.5	5.5	5.1
石油石炭	3.0	4.3	1.6	10.6	11.9	1.0	x	1.4
その他の製造業	7.8	6.1	10.2	10.3	9.9	8.1	5.8	4.5

備考：1．海外現地法人は1999年度～2001年度の3か年の平均値。

2．海外現地法人の「情報通信機械」は2001年度の値のみ。

3．海外現地法人の業種データが秘匿の年は、公表年度だけで平均値を産出。

4．国内法人は、1999年度～2001年度の売上高（当期末）と営業利益（当期末）の四半期データから、各年度の売上高営業利益率を計算し、その3か年度の平均値を採用。

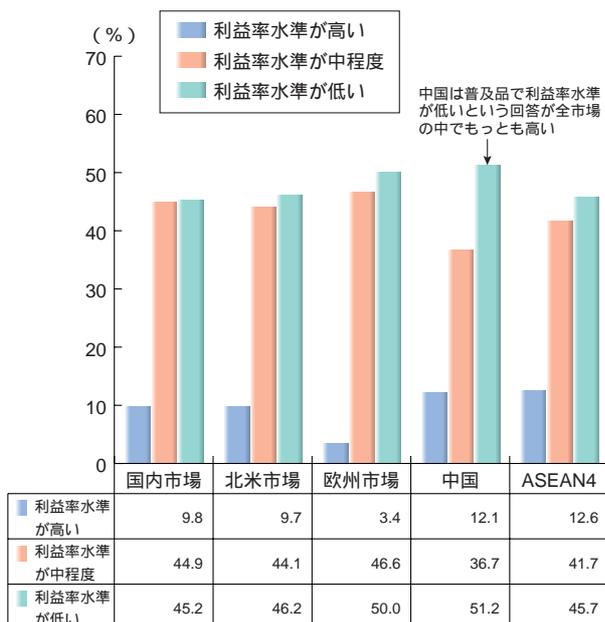
5．国内の「木材紙パ」は木材・木製品とパルプ・紙・加工品の平均値を採用。

6．海外現法全地域のうち、太枠網掛けの業種は売上高営業利益率が国内法人を上回っているもの。

7．太枠は、売上高営業利益率9.0以上の業種。

資料：経済産業省「第30回～32回海外事業活動基本調査」、法人企業統計

図122-9 普及品（汎用品、ベーシック製品）の販売市場別に見た利益率



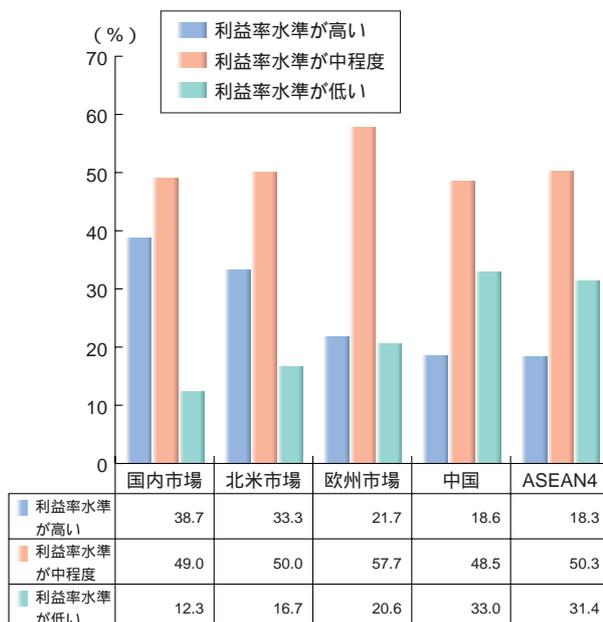
ない。

一方、中国市場やASEAN4市場は先進諸国市場との所得格差もあり、高級品で国内市場や北米市場のような高い利益率を上げることはまだ難しく、普及品でも高い利益率を上げることが難しくなっている。特に中国は、普及品については過半数の企業が利益率は「低い」と回答しており、普及品の収益性は全市場の中で最も低いという結果になっている。

このような各市場における我が国製造業企業の収益性を業種別に見ると、どの業種も収益性を確保しているのは高級品であり、普及品で高い収益性を確保できているのはASEAN4市場における輸送用機械器具のみである（表122-11）。なお、大半の業種は高級品で最も高い収益性を確保しているのは国内市場であるが、プラスチック、医薬品関連、自動車は北米市場の利益率が最も高くなっている。また、精密・医療用機械器具は、中国市場、ASEAN4市場を含むすべての市場において高い利益率を上げている。

また、普及品で国内市場よりも中国市場やASEAN4市場で高い利益率を得られている業種は「衣服・その他の繊維製品」「プラスチック」「医薬品関連」「金属製品」「輸送用機械器具」にとどまっております。

図122-10 高級品（差別化品、ラグジュアリー製品）の販売市場別に見た利益率



アジアに持ち込めば普及品でも利益率が確保できるという現状にはないことが分かる。特に、成長著しい中国市場へは、世界各国の製造業が新たな販売市場の開拓を目的に参入を図っており、また、地場企業の技術力の向上も進んでいることから、少なくとも高度な技術を必要としない普及品では現地企業や外資系企業との競争に打ち勝つことが難しくなっていると考えられる。近年の我が国製造業が中国市場に日本における旧モデル製品を供給するのではなく、世界最新モデル製品の供給をする例が増えていることは、地場企業などとの競争を避けつつ、高い技術力などを活かしてブランド力を強化し、高級品、差別化品市場での事業展開を行い収益力の強化を図ろうとしているものと理解できる。

我が国の自動車産業については、しばしば指摘される北米市場での高収益性を確認することができる。海外現地法人の収益性分析で見たように、輸送機械の現地法人の北米における利益率はアジアや国内を下回っているが、販売市場として最も収益性が高いのは北米市場である。両者の分析をつき合わせると、北米市場は自動車の生産拠点としての収益性よりも、日本からの輸出も含めた市場としての収益性が高く、

表122-11 業種別に見た高級品(差別化品、ラグジュアリー製品)と普及品(汎用品、ベーシック製品)の販売市場別の収益の状況

(収益性が高い場合に5、中程度の場合に3、低い場合に1としたときの平均値)

	販売市場別に見た高級品の収益性				
	国内	北米	欧州	中国	ASEAN 4
繊維(衣服等除く)	3.7	3.5	3.6	3.0	3.0
衣服、その他の繊維製品	3.3	1.7	1.7	2.3	2.3
パルプ、紙、紙加工品	3.3	3.0	3.0	1.7	1.0
プラスチック	3.8	4.3	3.0	3.4	4.0
医薬品関連	3.0	4.2	3.0	2.5	3.0
化学(プラスチック、医薬品除く)	3.9	3.6	3.4	2.6	2.7
ゴム製品	3.3	3.0	3.0	2.6	2.6
窯業、土石製品	3.5	2.5	2.5	2.3	2.3
鉄鋼、非鉄金属	3.4	3.3	3.0	3.3	3.0
金属製品	3.5	3.3	3.4	2.8	3.0
一般機械	3.6	3.1	3.1	2.9	2.8
電気機械器具	3.4	3.1	2.8	2.4	2.5
輸送用機械器具	3.4	3.8	2.8	2.7	2.9
精密、医療用機械器具	4.1	3.7	3.5	3.2	3.2

	販売市場別に見た普及品の収益性				
	国内	北米	欧州	中国	ASEAN 4
繊維(衣服等除く)	2.1	1.9	2.0	1.6	1.6
衣服、その他の繊維製品	2.6	3.0	1.0	3.0	3.0
パルプ、紙、紙加工品	2.2	1.0	1.0	2.0	2.3
プラスチック	2.1	2.6	1.0	2.4	2.5
医薬品関連	2.3	2.5	2.3	3.0	3.0
化学(プラスチック、医薬品除く)	2.3	2.3	1.9	1.9	2.0
ゴム製品	2.4	1.8	2.0	2.2	2.2
窯業、土石製品	2.1	1.8	1.6	1.8	1.7
鉄鋼、非鉄金属	2.5	2.3	2.3	2.2	2.3
金属製品	2.5	1.8	2.1	2.5	2.8
一般機械	2.2	2.6	2.2	2.2	2.3
電気機械器具	2.2	2.1	2.0	2.1	2.1
輸送用機械器具	2.4	2.7	2.1	2.8	3.2
精密、医療用機械器具	2.7	2.2	2.5	2.5	2.4

備考：1. 販売市場として、収益性について回答のあった企業のみを各地域ごとに母数として回答率を再計算し、さらに「高」5、「中」3、「低」1と便宜的なウエイトづけを行って計算したもの。  
 2. 「3.0」を超えると、収益性が高いと判断してピンクにしている。  
 3. 高級品については、もっとも高い収益性の市場はオレンジにしている。  
 4. 日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。  
 対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。  
 資料：経済産業省調べ(2004年2月)。

国内法人の収益性に北米市場が大きく貢献していることが分かる。

上で述べた自動車産業について北米で見られた販売市場としての収益性と海外現地法人としての収益性の乖離は、我が国製造業の輸出拠点となっているアジアについては、逆方向の乖離が生じている。海外現地法人の収益性から見るとアジアは他の地域に比べて高い利益率を確保しているが、販売市場として見る限り、収益性は高くないことが分かる。つまり、我が国製造業は中国やASEAN 4を生産・輸出拠点として活用することで利益率を上げているのであり、販売市場としての中国やASEAN 4は、現時点で

は必ずしも収益性が高いとはいえない現状がうかがえる。

～ で見たとように、製造業の収益性は、業種や事業を展開する地域によって様々となっている。同一の産業であったり、同じインフラや経済環境に置かれたとしても企業の収益性には格差が生じるということであり、企業の収益性は、業種やインフラなどの立地要件だけで説明できるものではないことが分かる。さらに、主として生産拠点である海外現地法人の収益性で見た場合と、販売市場としての収益性を見た場合とでは、同一業種間でも格差が認めら

れた。以上の収益性を巡る状況が特徴的に示されている事例が自動車産業である。総じて我が国製造業の収益性が海外製造業よりも低い水準で推移しているとはいえ、自動車は高い収益性を国内外で確保しているため、その収益性は、市場特性だけでは説明できない。また、我が国の自動車産業の収益性は高くても、同時期の米国の自動車産業の収益性は極めて低く、収益性を業種特性だけで説明することもできない。また、同じ自動車産業であっても、海外現地法人の収益性で見ると米国と、販売市場として見る米国では収益性には格差が存在した。

このような状況を踏まえると、製造業のインフラや経済環境といった市場特性や業種の特徴以外に、企業の収益性に影響を与えている要因について十分に考慮しながら事業展開することが重要であると考えられる。

我が国製造業については、国内事業は十分な収益が上がらない、儲からないとする意見がある。このような意見と今回の調査結果はどのような関係にあるかは、我が国製造業の今後の事業展開にとって示唆深いと考えられる。すなわち、国内においては、普及品・汎用品市場は内外企業との激しい競争に直面し低収益である一方、高級品・差別化品市場は高感度で豊かな消費者の存在により世界の中でも高収益となっている。このような市場環境で、国内事業の収益が十分に上がっていないとすれば、高級品・差別化品市場への取組が不十分となっている可能性が考えられ、少なくとも販売面・製品構成面で見れば、我が国製造業が収益向上を図っていくためには、差別化、高機能化を通じ国内の高級品・差別化品市場を獲得していくことが重要であることが分かる。マクロ経済的に見ても国内消費需要の喚起が期待される中で、デジタル家電のように我が国製造業が差別化、高機能化を進めて消費需要を喚起し、収益面でも次なる設備投資、研究開発につながる成果をあげることは望ましい。そして、このような普及品・汎用品と高級品・差別化品の収益構造は海外市場でも基本的に同様であり、我が国製造業にとっては、差別化、高機能化により国内の高級品・差別化品市場を獲得し、さらに、海外の同市場へと取組を広げ

ていくことが収益力向上の有力な方法となると考えられる。

## (2) 高収益性のために重要な企業の取組

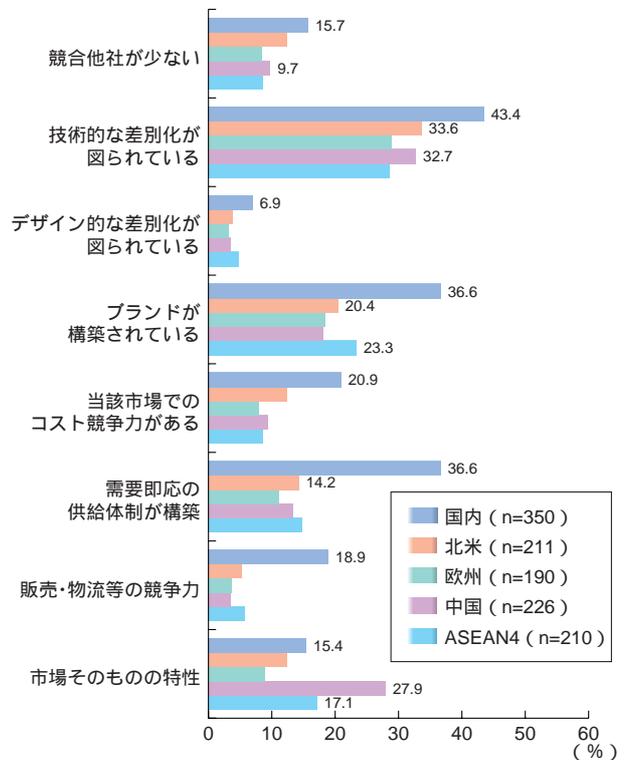
### 差別化などの経営戦略がもたらす高収益性

#### (ア) 経営環境

各販売市場で利益率向上にメリットをもたらす要因としては、「技術的な差別化が図られている」と技術力を重視する企業が多く、その他に国内市場では「ブランドが構築されている」、「需要即応の供給体制が構築されている」という点も重視されている(図122-12)。なお、中国市場では「市場そのものの特性(需要の拡大・需要の構成内訳など)」が27.9%と他市場に比べて高く、中国の高度経済成長が企業収益にメリットをもたらしていると考えられていることが分かるが、高級品・普及品いずれにおいても中国市場が未だ十分な収益性を得るに至っていないことは先に述べたとおりである。

利益率にメリットを及ぼしている要因について、

図122-12 利益率にメリットを及ぼしている要因(販売市場別)



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。ここでは、各市場を販売市場としている企業を対象に回答を得ている。  
資料：経済産業省調べ(2004年2月)。

高級品（差別化品、ラグジュアリー製品）で高利益率を挙げている企業からの回答と、普及品（汎用品、ベーシック製品）で高利益率を挙げている企業からの回答を比較すると、普及品で高利益率を挙げていると回答している企業の方が「技術的な差別化が図られている」、「ブランドが構築されている」、「当該市場でのコスト競争力がある」、「需要即応の供給体制がある」といった要因をより多く指摘する傾向がある（図122 - 13、図122 - 14）。普及品ながら高利益率を確保する企業は、技術力、ブランド、コスト競争力、フレキシブルな生産体制などの確立にもしっかりと取り組んでいることが分かる。

（イ）インフラ・ビジネス環境

利益率にメリットを及ぼすインフラやビジネス環境としては、中国やASEAN 4 においては圧倒的に「人件費」であり、それぞれ86.5%、80.7%と極めて高い（図122 - 15）。その他にも中国、ASEAN4では土地の取得コストや原材料・部材の調達コストがメリ

ットとしてあげられた。アジアでは依然として、人件費や土地といった低インフラコストが企業の収益性にプラスに効いていることが分かる。

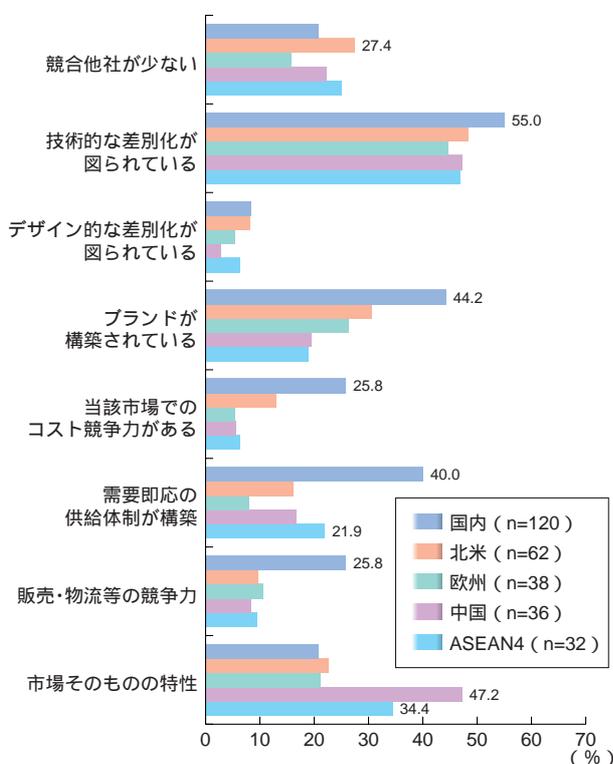
一方、国内では「通信コスト」「物流コスト」が他市場に比べて高い評価を得ている。通信コストは、近年の規制緩和による通信費の大幅な下落を反映していると考えられる。また、物流については、我が国の高コスト構造が依然指摘され、後述のインフラ・ビジネス環境のデメリットとしても指摘されているものの、企業によっては国内中に張り巡らされた宅配ネットワークを利用しており、生産が多品種少量となり、ジャスト・イン・タイムを始めとする需要即応体制を求められる中でこのような物流サービスを高く評価した結果と考えられる。

インフラコストがもたらす低収益性

（ア）経営環境

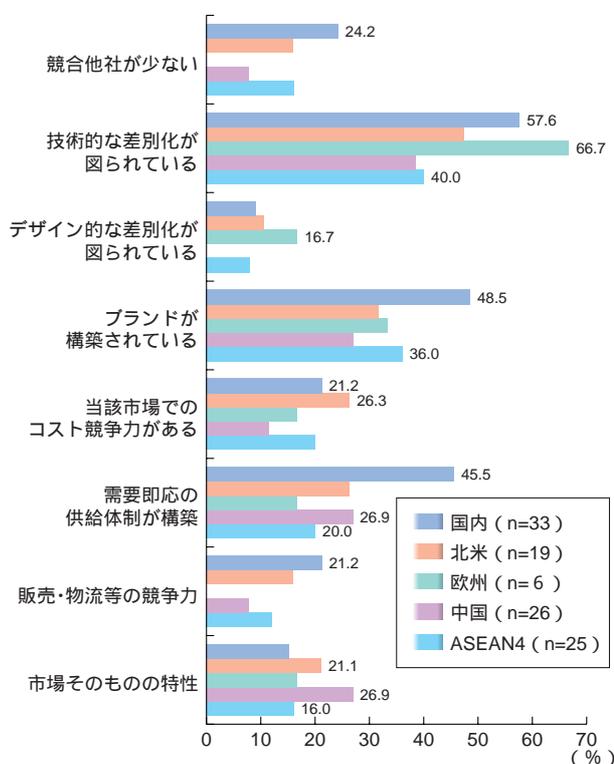
利益率にデメリットを及ぼす要因としては、「競合他社が多い」、「当該市場でのコスト競争力が不十分」

図122 - 13 利益率にメリットを及ぼしている要因(高級品(差別化品、ラグジュアリー製品)で高利益率の企業)



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。ここでは、高級品で高利益率を確保している企業からの回答を集計している。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図122 - 14 利益率にメリットを及ぼしている要因(普及品(汎用品、ベーシック製品)で高利益率の企業)



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。ここでは、普及品で高利益率を確保している企業からの回答を集計している。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

といった要因を企業は挙げており、特に国内市場は6割弱の企業が「競合他社が多い」ことが利益率にデメリットだとしている(図122-16)。また、海外に比べて「過剰な品質要求への対応をしている」、「過剰な納期への対応をしている」、「過剰なアイテム数の投入をしている」が突出して高くなっている。国内では過当競争により利益を出しにくく、また、競争が激しいがゆえに品質や納期への対応が過剰になっていたり、次々と新製品を市場投入することで多種類の製品アイテム数を抱えこむことになっていると考えられる。また、国内市場では「市場そのものの特性(需要の伸び悩み・縮小・需要の構成内訳など)」が35.4%と、他市場に比べて極めて高くなっている。高度経済発展を遂げる中国市場とは対照的に、長引くデフレや景気後退の中で、差別化などが十分に行えない場合には、市場全体の拡大が乏しい国内市場の特性が企業の収益性にマイナスをもたらしている可能性が考えられる(図122-17)。

海外市場の特徴を見ると、中国市場では、商慣行

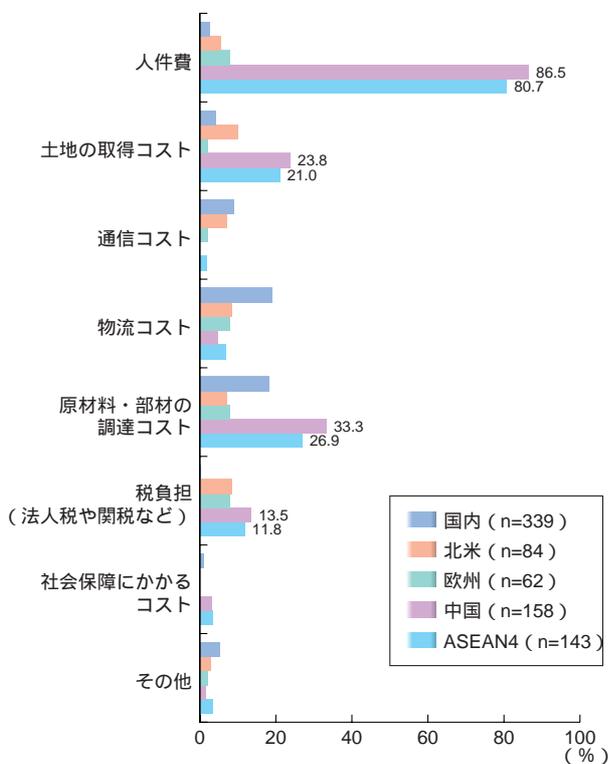
や知的財産権の侵害が問題視されている。欧州市場では「ブランドの構築が不十分」が他市場の中では最も多く、地場ブランドが強い欧州ではブランドを構築することが地場ブランドへの対抗上も必要であり、収益性を高める上で重要との認識がうかがえる。

(イ) インフラ・ビジネス環境

利益率にデメリットを及ぼすインフラ・ビジネス環境としては、「通信コスト」を除くすべてのコストが国内ではデメリットの要因として指摘されている。国内で事業を行うに当たり、物流やエネルギーなどの高コスト構造を個別企業の取組や対応で克服することには限界があり、我が国製造業の収益性改善のためには、引き続き、インフラ・ビジネス環境の整備に努めていく必要がある(図122-18)。

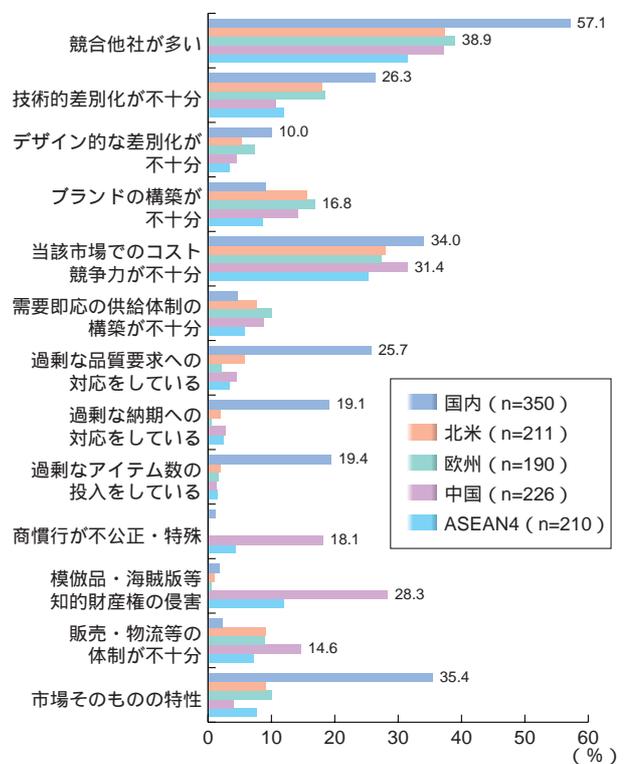
このような認識を踏まえ、近年の動向を見ると、我が国の高コスト構造は、規制緩和の進展などで一部に改善の動きもあるが、国際的に見て、十分なレベルには達していない(表122-19)。

図122-15 利益率にメリットを及ぼすインフラ・ビジネス環境



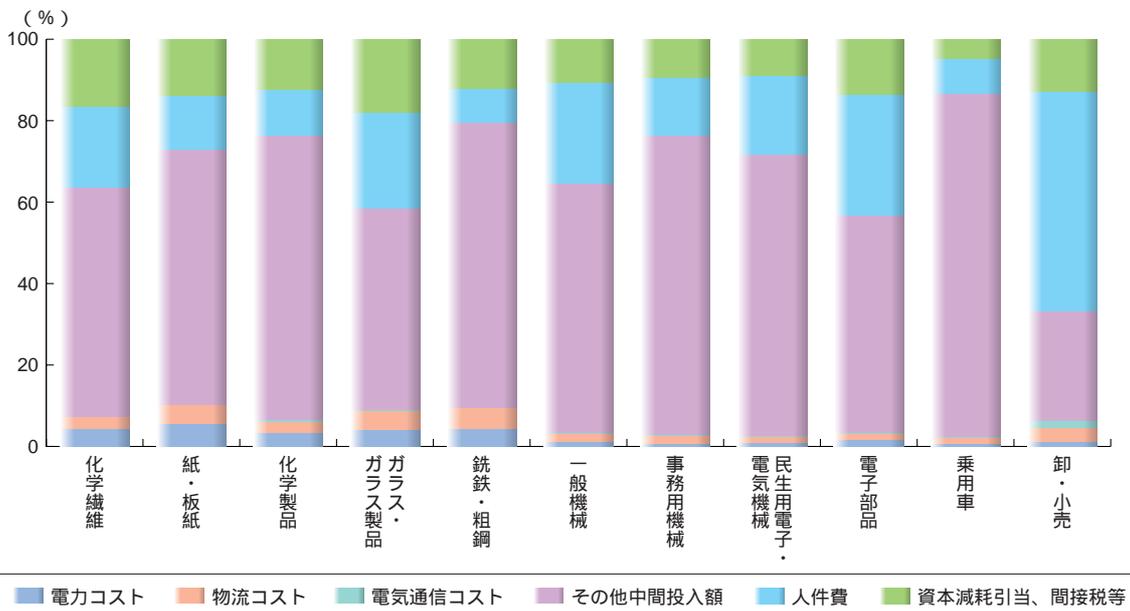
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。ここでは、各市場において生産活動を行っている企業から回答を得ている。  
資料：経済産業省調べ(2004年2月)。

図122-16 利益率にデメリットを及ぼしている要因(販売市場別)



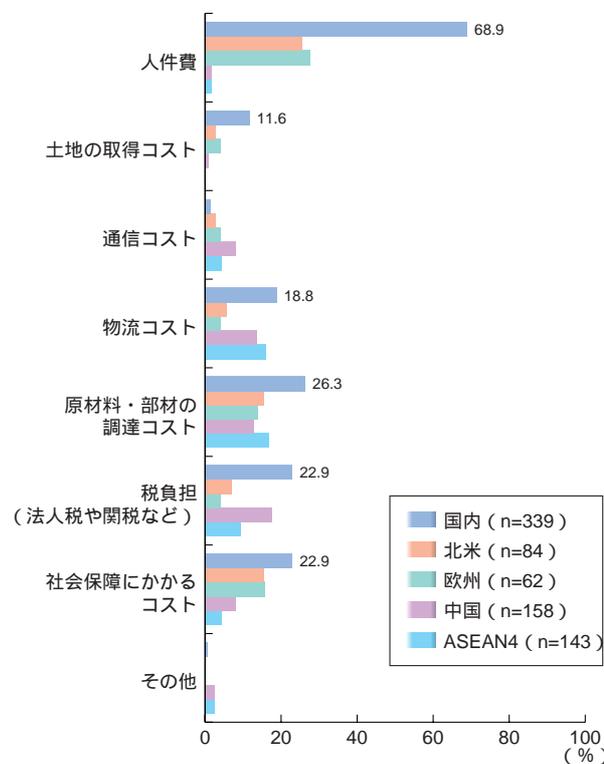
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。ここでは、各市場を販売市場としている企業を対象に回答を得ている。  
資料：経済産業省調べ(2004年2月)。

図122 - 17 単位生産当たりのコスト割合



備考：人件費 = 雇用者所得  
 資本減耗引当、間接税等 = 資本減耗引当、間接税、経常補助金、D D残差、家計外消費支出の和  
 電力コスト = 電力からの中間投入  
 物流コスト = 運輸からの中間投入  
 電気通信コスト = 通信・放送からの中間投入  
 資料：2002年簡易延長産業連関表（71部門表）より作成。

図122 - 18 利益率にデメリットを及ぼすインフラ・ビジネス環境



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。ここでは、各市場において生産活動を行っている企業から回答を得ている。  
 資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

まず、物流コストは、米国の約2倍、アジア諸国の2～3倍と高水準であり、2002年の我が国と海外の国・地域の運輸部門の内外価格差は、日本を100として指数化した場合、米国が54.3、韓国が32.1、中国が44.4、台湾が56.5となっている（図122 - 20）。近年、一定の改善はみられるものの、我が国製造業企業の国際競争力の維持・強化の観点からは一層の改善が必要である。

また、2001年の我が国の産業用電力料金は、約0.12ドル/kWと欧米諸国の0.04ドル/kW前後の水準に比べ、3倍になっている。依然として割高な状況であり、今後も引き続きの引き下げが期待されている（図122 - 21）。

情報通信コストは、我が国製造業の指摘にもあるように、我が国は、通信関連事業者の競争などによるサービス料金の引き下げなどによって世界的に見ても低い水準になっている。我が国では、情報通信コストとして毎秒100kbpsの通信速度を実現するのに必要な費用が0.09ドルと世界で最も安くなっている。日本でブロードバンドを利用する場合、1ヵ月当たり

の料金は平均24.19ドルであり、通信速度は平均26Mbpsであるため、100kbpsあたりでは0.09ドルとなる。我が国のブロードバンドの利用環境がトップレベルであることは注目に値する（表122 - 22）。

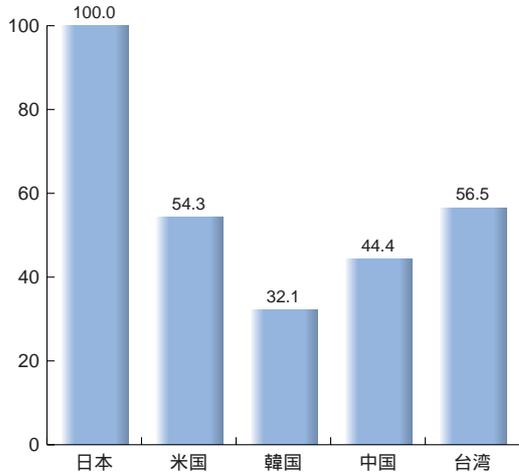
表122 - 19 事業環境の国際比較

単位：米ドル		横浜 (日本)	ソウル (韓国・アジア)	バンコク (タイ・アジア)	マニラ (フィリピン・アジア)	北京 (中国・アジア)	深圳 (中国・アジア)	上海 (中国・アジア)
調査時点		2003年11月	2003年11月	2003年11月	2003年11月	2003年11月	2003年11月	2003年11月
賃金	ワーカー (一般工職)	2602(月額)	879から1,801 (月額)	184(月額)	170(月額)	79から139 (月額)	86から335 (月額)	109から218 (月額)
	エンジニア (中堅技術者)	3,627から5,008 (月額)	1,163から1,770 (月額)	327(月額)	255(月額)	121から266 (月額)	179から494 (月額)	269から601 (月額)
	中間管理職 (部課長クラス)	5,038から6,194 (月額)	1,855から2,682 (月額)	790(月額)	619(月額)	314から1,382 (月額)	408から1,193 (月額)	567から1,574 (月額)
地価・事務所 賃料等	工業団地(土地)購入価格 (平方メートル当たり)	1,374 - 1,648	-	56.42	50から55	53.37から72.49	24.16	25
公共料金	業務用電気料金	(1)15.11/kW、 (2)0.09から0.08	(1)3.54/kVA、 (2)0.04	(1)5.55/kW、 (2)0.04	(1)17.60+7.24 (2)0.12	(1)なし、 (2)0.03から0.09	(1)2.90から 5.32/kVA、 (2)0.03から0.09	(1)なし、 (2)0.03から0.10
	注	(1)月間基本料、 (2)kWh当たり料金。	(1)月間基本料金、 (2)kWh当たり料金。10月～3月の場合。韓国電力公社	(1)月間基本料、 (2)kWh当たり料金。供給電力22kV以下の場合	(1)月間基本料金、 (2)kWh当たり料金。マニラ電力	(1)月間基本料金、 (2)kWh当たり料金。北京経済技術開発区	(1)月間基本料金、 (2)kWh当たり料金(業種、使用量により異なる)。深セン市工商行政管理局	19、(1)月間基本料金、(2)kWh当たり料金。松江工業区、(2)は時間帯により異なる

単位：米ドル		横浜 (日本)	ロサンゼルス (米国・北米)	サンフランシスコ (米国・北米)	ニューヨーク (米国・北米)	ロンドン (英国・欧州)	デュッセルドルフ (ドイツ・欧州)	パリ (フランス・欧州)
調査時点		2003年11月	2003年01月	2003年01月	2003年01月	2003年01月	2003年01月	2003年01月
賃金	ワーカー (一般工職)	2602(月額)	1,196(月額)	1,700(月額)	1,257(月額)	2,010.40(月給)	2,603.37	1,967.18 (諸手当・賞与込み)
	エンジニア (中堅技術者)	3,627から5,008 (月額)	4,056(月額)	4,349(月額)	4,268(月額)	4,366.31(月給)	男性:3,564.58、 女性:2,925.19	5,164.11 (諸手当・賞与込み)
	中間管理職 (部課長クラス)	5,038から6,194 (月額)	3,839(月額)	4,056(月額)	4,720(月額)	5,226.60(月給)	6,721.82	7,049.23 (諸手当・賞与込み)
地価・事務所 賃料等	工業団地(土地)購入価格 (平方メートル当たり)	1,374 - 1,648	700.1	1,243	833.33から 1562.50	159.88	149.19から266.41 (平均207.80)	96.87
公共料金	事務所賃料(月額) (平方メートル当たり)	34.29	20.56	17.69	36.07	107.38	市内14.83、 中心部23.44	(1)74.46から85.82、 (2)42.27から56.71
	業務用電気料金	(1)15.11/kW、 (2)0.09から0.08	0.053、月額基本料 25 + 最大消費時諸 経費	0.10193 0.1487/KWh、月額 基本料8.10 12.0	1kWh当たり0.09か ら0.13、月額基本料 11.60	0.122から0.124、月 額基本料:9.80から 11.60	1kWh当たり料金: 0.139	0.030から0.144、月 額基本料:259.03
注	(1)月間基本料、 (2)kWh当たり料金。	Commonwealth EdisonCompany。 季節別需要料金と して11.13から14.24 の月額料金がかかる。	ロサンゼルス市・水 電力局。 30から500KW。	Pacific Gasand Electric Company (PG&E)。 夏・冬の平均料金。	支払方法により単 価が異なる。(1ヵ月 =30日で計算)。 出所:London Electricity(VAT別)	その他年間基本料: 140.92ドル(VAT含 まず)。 出所:デュッセルドル フ市現業公社(2003 年1月現在)	基本料金(出力 180kva)、VAT込み。 2001年11月12日改 定。 出所:フランス電気 公社(EDF)	

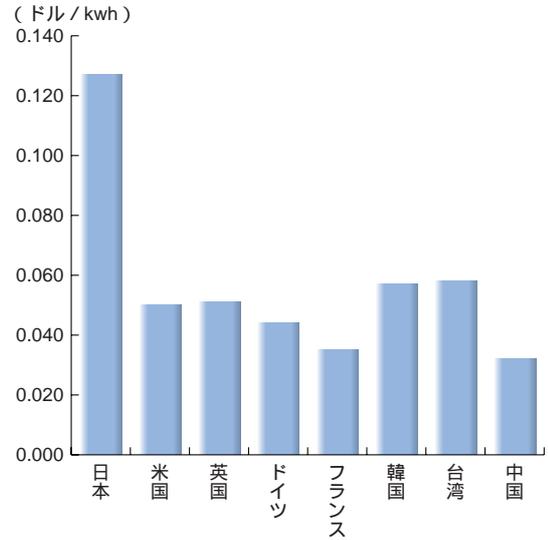
資料：独立行政法人日本貿易振興機構「ジェットロ海外情報ファイル」及び「ジェットロセンサー（2004年4月）」より作成。

図122-20 運輸部門の内外価格差の推移



備考：2002年度データを日本を100として指数化。  
 運輸部門とは、道路貨物、内航貨物輸送、外洋貨物、港湾輸送サービス、倉庫国際航空貨物、国内交通貨物、鉄道貨物を指す。  
 資料：経済産業省「産業の中間投入に係る内外価格調査」

図122-21 産業用電力料金の国際比較(使用単価を限定しない平均単価による料金比較、2001年)



備考：1. 各国の、1年間の使用形態を限定しない平均単価を計算したもの。  
 2. 産業用料金の中には、業務用(商業用)の料金を含むものと含まないものがある。日本の産業用料金の中には業務用の料金を含む。  
 3. 米国については課税前の価格。  
 4. 中国については1996年、台湾については1999年の価格。  
 資料：OECD/IEA「ENERGY PRICES & TAXES, 4rd Quarter 2003」

表122-22 ブロードバンドの利用環境の国際比較

順位	国・地域	月額料金 (US\$)	100kbit/s当たりの料金 (US\$)	ダウンロード速度 (kbit/s)	100kbit/s当たりの料金が月額収入に占める割合
1	日本	24.19	0.09	26,000	< 0.01%
2	韓国	49.23	0.25	20,000	0.03%
3	ベルギー	34.41	1.15	3,000	0.06%
4	香港(中国)	38.21	1.27	3,000	0.06%
5	米国	52.99	3.53	1,500	0.12%
6	シンガポール	33.18	2.21	1,500	0.13%
7	オランダ	51.55	3.36	1,536	0.17%
8	カナダ	32.48	3.25	1,000	0.17%
9	ノルウェー	46.16	6.56	704	0.21%
10	マカオ(中国)	38.34	2.56	1,500	0.21%
11	ドイツ	33.93	4.42	768	0.23%
12	ニュージーランド	40.61	2.71	1,500	0.24%
13	オーストリア	45.20	5.89	768	0.30%
14	英国	32.59	6.37	512	0.30%
15	スイス	57.84	11.30	512	0.36%
16	イタリア	73.59	6.13	1,200	0.39%
17	スウェーデン	44.56	8.91	500	0.43%
18	スロベニア	79.54	3.88	2,048	0.48%
19	フランス	51.46	10.05	512	0.55%
20	ルクセンブルグ	91.77	17.92	512	0.55%

資料：国際電気通信連合 (ITU) "Internet Reports: Birth of Broadband" (2003年9月)

企業によっては、インフラ・ビジネス環境として我が国の労働コストはメリットであるとする指摘もある。このような企業の指摘は、我が国の労働力の特性を十分に活かし、費用対効果の観点からメリットを生んでいる事業活動が背景にあると考えられ、その考え方、取組は、他の企業にも参考になるものである。

< 燃焼器具を主力商品とする大手A社の見解 >

『厳しい安全基準が課せられるとともに、日本の生活様式を踏まえた商品開発を必要とする当社事業の性格上、開発設計は日本の教育を受けて、OJTでしっかりと知識を深めている日本人で行うことが望ましく、費用対効果からみれば、国内が最適である。中国は確かに労賃は安いですが、国内で長年にわたり積み重ねてきたノウハウに比べると、まだ未成熟である。今後、長い時間をかけて中国でものづくりを積み重ねていけば事情が変わるかもしれないが、現時点では費用対効果から見た労働生産性は国内が最も優れている。』

< 精密機械装置を主力商品とする中小企業B社の見解 >

『当社は非常に高い精度を必要とする製品を作っており、海外では品質的に対応のものが出ない。それゆえ、国内生産に徹しているという特殊性もあるが、費用対効果の側面から海外で生産するよりも、国内で生産するメリットは非常に大きいと考えている。特に、国内生産を行う上では人材面のメリットが大きい。製品の「価値」を生み出すのは開発であり、開発こそが競争力の源泉。ここに国内人材を活かすメリットを感じている。』

#### 前向きな経営戦略がもたらす高い収益性

(ア) 過去3年間の取組

過去3年間の間に企業が重点的経営課題として取り組んだ内容を高収益企業、低収益企業の別に見ると、高収益企業がより高い回答率を示した項目は「設備投資の拡大」、「生産能力の増強」、「研究開発投資」、「ブランド力向上」、「海外直接投資」、「国際分業体制の見直し・最適化」、「知的財産の取得・管理」などである。

また、営業利益を対前期で増加させて足元の業績が好調な企業と、対前期で減少させて業績が不調な企業とを比較すると、両者の取組姿勢の違いがいつそう鮮明となる(図122-23)。重視する経営課題は収益性別で見た場合とほぼ共通の傾向がみられるが、収益性別で比較した場合に比べて、業績の変化で比較した場合は「海外直接投資」のほか、「人材育成・確保」、「人事・処遇の見直し」、「意思決定の迅速化」、「アウトソーシングの活用」、「知的財産の取得・管理」、「環境問題への対応」における取組度合いの格差が大きくなっている。

なお、「デザイン力」を指摘する企業の割合は低いですが、業種別に見ると、繊維や家具などでは高いウエイトを占めている。最終消費財では技術が成熟した分野を中心にデザイン力も重要であると考えられる。

なお、重点的経営課題として取り組んだ内容として、「コストダウン」、「利益率の向上」、「財務体質の改善」、「環境問題への対応」、「ITの活用」などは高いウエイトを占めており、このうち「環境問題への対応」、「ITの活用」以外は低収益企業の方が高い回答率を示しており、「ITの活用」も収益性の違いによる差は小さい。つまり、「コストダウン」、「利益率の向上」、「財務体質の改善」は重要な経営課題ではあるものの、企業の業績が思わしくない場合に必要に迫られて後ろ向きな対応として取り組むものもあるため、取組の内容がいかに前向きな対応となっているかが重要であり、その内容まで含めて評価されるべきであると考えられる(図122-24、図122-25)。

(イ) 今後3年間の取組

今後、重点的に取り組む経営課題としては、「利益

率の向上」,「コストダウン」,「人材育成・確保」,「環境問題への対応」が高いウエイトを占めている。過去3年間の取組と比較するとウエイトを高めている経営課題が多く、特に高収益企業に着目すると「革新商品の創出・新事業の立ち上げ(33.3% 52.0%)」,「販売・調達・物流面の改革・革新(38.7% 48.7%)」,「研究開発投資(50.0% 59.3%)」,「研究開発の効率化(38.0% 46.7%)」,「ブランド力向上(10.7% 38.7%)」,「人材育成・確保(58.0% 72.7%)」,「知的財産の取得・管理(42.0% 50.0%)」は過去3年間に比べて高いウエイトを示している。反対に、過去3年間の取組よりもウエイトを低下させているのは「財務体質の改善」,「ITの活用」,「人事・処遇の見直し」,「意思決定の迅速化」などである。

高収益企業に特徴的な回答は、やはり「設備投資の拡大」,「生産能力の増強」,「研究開発投資」,「海外直接投資」,「知的財産の取得・管理」である。高収益企業は「財務体質の改善」や「事業の選択と収集」,「ITの活用」,「販売・調達・物流面の改革・革新」といった体制整備はある程度対応済みと考えられる(図122-26、図122-27)。

### 高収益性に向けた企業の今後の取組

アンケート調査の結果から企業の収益性と経営課題との相関を見ると、大きく5つの傾向が見られる。

第1に、過去3年間の厳しい経営環境にもかかわらず設備投資や生産能力増強など積極的な投資を行ってきたこと。

第2に、研究開発投資や研究開発の効率化などR&Dに積極的に取り組んできたこと。

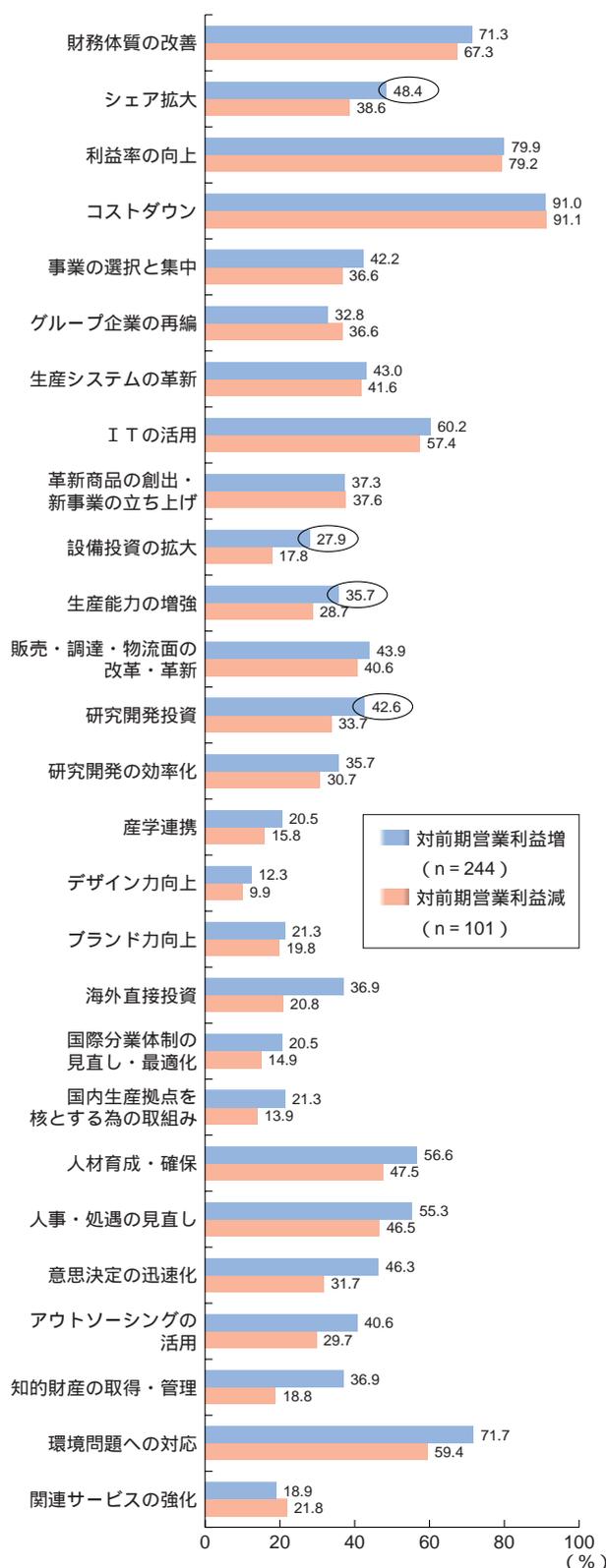
第3に、海外直接投資や国際分業体制の見直しなどのグローバル化に積極的に取り組んできたこと。

第4に、ブランドや知的財産の取得・管理を重視してきたこと。

第5として積極的に環境問題へ取り組んできたことである。

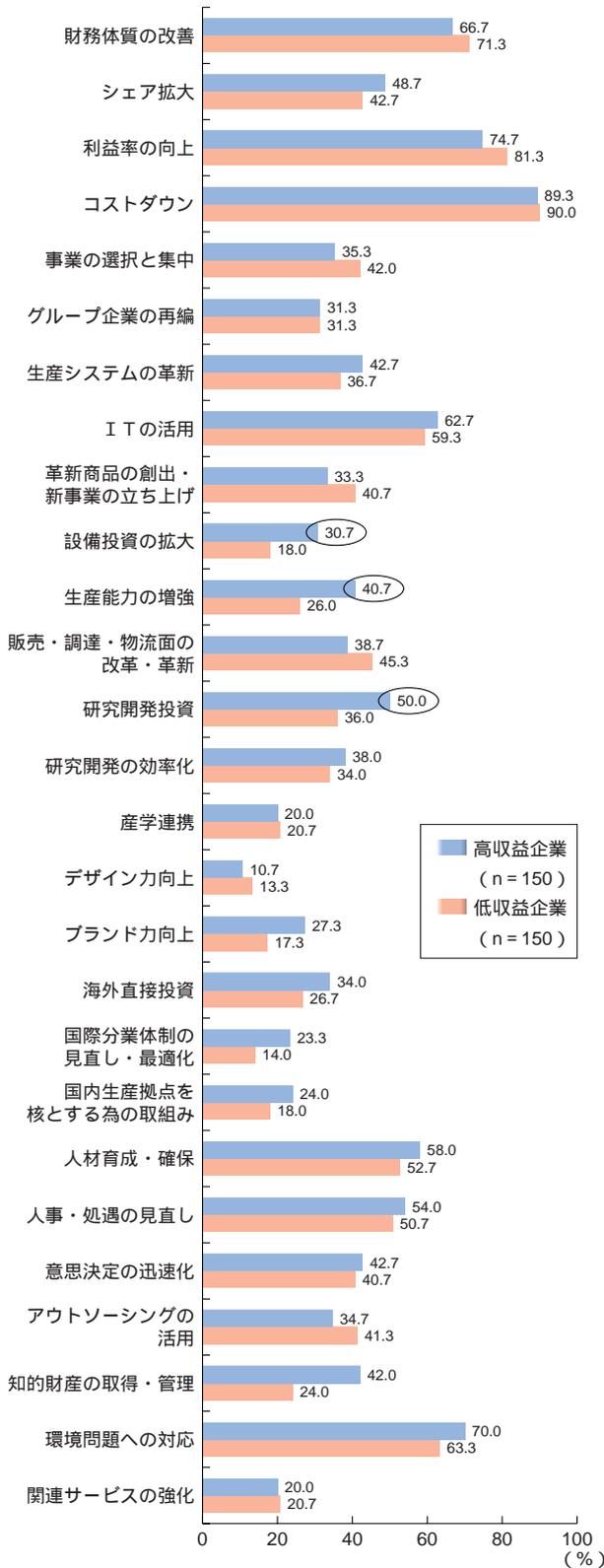
その他、製造業全体としては雇用調整圧力の強かった過去3年間に、むしろ人材面の強化に向けて人材育成や確保に取り組んできた企業も業績を伸ばしていることが分かる。

図122-23 営業利益の伸びと過去3年間に取り組んできた重点的経営課題



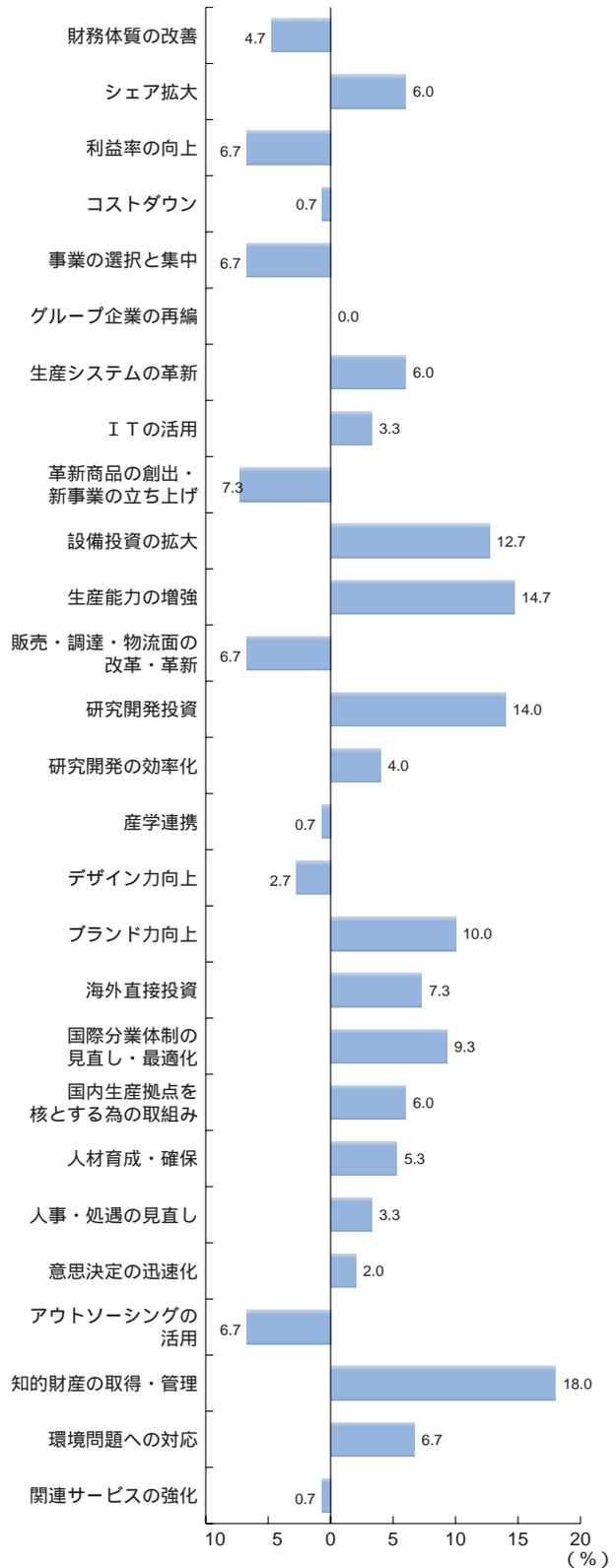
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。ここでは、前期に比べて営業利益が増加もしくは減少と回答した企業に対して集計・分析を行っている。  
資料：経済産業省調べ(2004年2月)。

図122-24 営業利益率と過去3年間に取り組んできた重点的経営課題



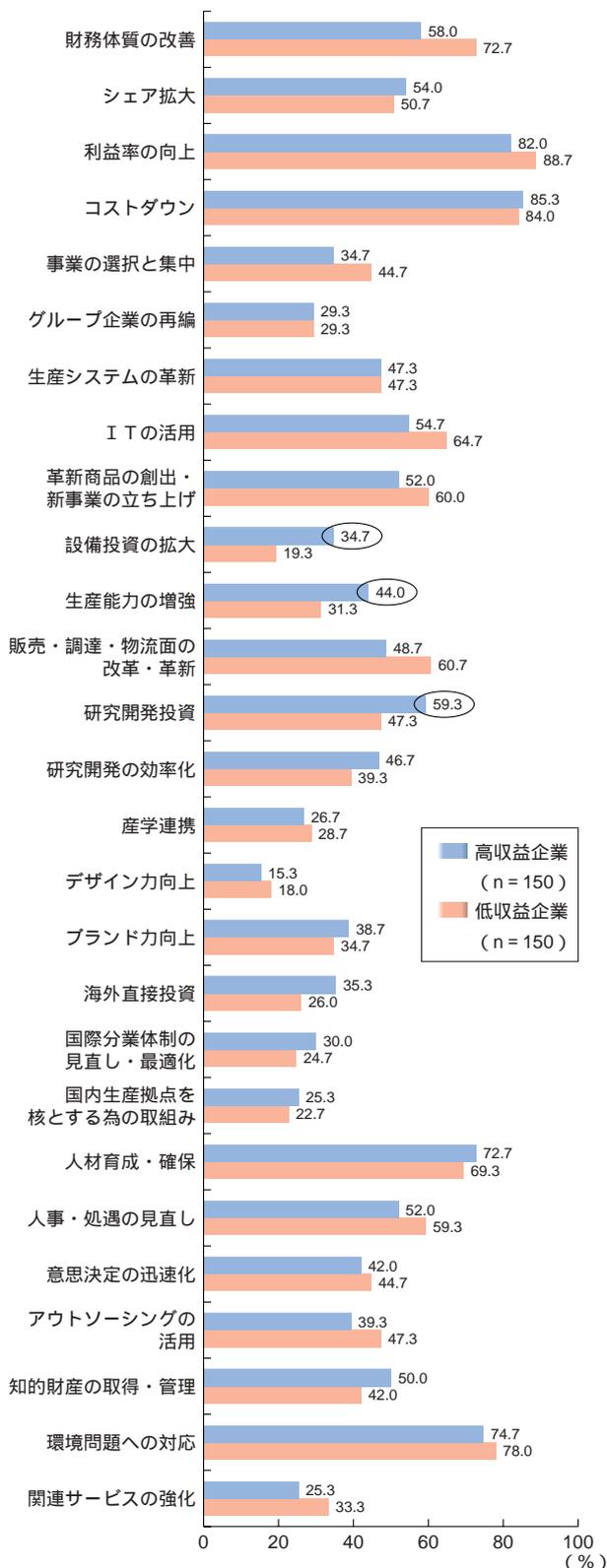
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。ここでは、アンケート回答から直近の売上高営業利益率を計算し、上位4割を「高収益性企業」、下位4割を「低収益性企業」として集計・分析を行っている。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図122-25 営業利益率と過去3年間に取り組んできた重点的経営課題



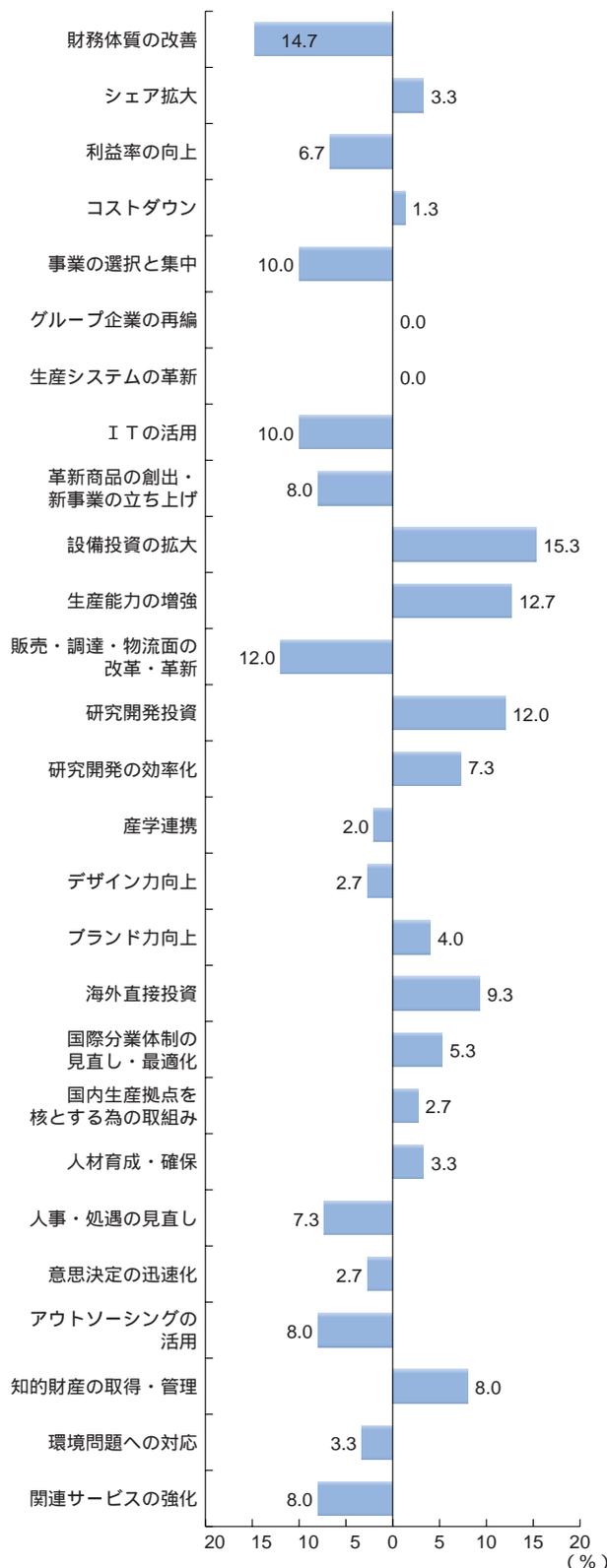
備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。ここでは、アンケート回答から直近の売上高営業利益率を計算し、上位4割を「高収益性企業」、下位4割を「低収益性企業」とし、「高収益性企業」の回答率から「低収益性企業」の回答率を差し引いた差分を計算している。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図122-26 営業利益率と今後3年間に取り組む重点的経営課題



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。ここでは、アンケート回答から直近の売上高営業利益率を計算し、上位4割を「高収益性企業」、下位4割を「低収益性企業」として集計・分析を行っている。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

図122-27 営業利益率と今後3年間に取り組む重点的経営課題



備考：日本に所在する製造業を対象としたアンケート調査結果。対象企業は、主要業種別に無作為抽出した。有効回答数413社。ここでは、アンケート回答から直近の売上高営業利益率を計算し、上位4割を「高収益性企業」、下位4割を「低収益性企業」とし、「高収益性企業」の回答率から「低収益性企業」の回答率を差し引いた差分を計算している。  
資料：経済産業省調べ（2004年2月）。

コストダウンや財務体質の改善による利益率の向上や、IT活用などはどの企業にとっても経営課題となっており、これを前向きな取組として革新的な対応を行っていくことが重要となっている。また、我が国製造業が高収益体制を確立するには、新たな価値を生み出す源泉である人材や研究開発、知的財産といった領域への取組が欠かせない。また、技術革新の成果は設備投資を伴って実現していくものが多く、技術力を高めるためにも積極的な投資マインドを持つことが必要である。さらに、最適地調達・最適地生産に向けたグローバル化への対応も重要である。あわせて、企業の社会的責任が厳しく問われるようになっており、環境問題への取組は企業の存続基盤として重視する必要があるとともに、環境への意識が高まるとともに国内市場を中心に環境への対応が収益性を高める要因にもなりつつあり、企業の競争力に影響を持ち始めている。環境は製造業の制約要因となるばかりではなく、中長期的には大きなビジネスチャンスとして我が国製造業の収益基盤に大きく貢献する可能性もあり、我が国製造業もそのような認識を持ってきている。