

APIR Commentary No.29

— 日本企業のアジア進出—国際産業立地論から考える —

近年、日本企業のアジア進出が様々な業種で行われており、大企業だけでなく中小企業においてもアジア進出が増大してきています。こうした海外進出の場では、アジアの国・地域の立地環境上の特性を把握することが、必要不可欠であります。国際産業立地論は、地理的・空間的な視点から、こうした企業の海外進出や国際分業進展を研究する研究分野です。

日本企業のアジア進出におきましては、これまで中国への進出が顕著でしたが、中国での賃金高騰や反日リスクなどによって、進出先の候補として中国よりも東南アジア諸国が選好される傾向が強まってきています。図表からわかりますように、日本のアジア向けの直接投資は2010年では221億3,147万ドルでしたが、中国向けが72億5,169万ドルと全体の33%も占めていました。一方で、ASEAN4と呼ばれるタイ・マレーシア・インドネシア・フィリピンの4か国を合計しても43億1,009万ドル(全体の19%)でした。これが、2013年になりますと、アジア全体(399億9,001万ドル)の41%はASEAN4向け(165億7,342万ドル)となっており、中国向けは23%(90億8,960万ドル)と割合を低下させています。ベトナム向けの直接投資も2010年の7億4,800万ドルから32億6,144万ドルと急増してきており、ASEAN4+ベトナムで全体の50%に達します。

以上のように、日本企業の東南アジアへの直接投資が増大しており、とりわけベトナムやタイ、インドネシアへの進出が注目されておりますが、アジアのどの国が最適立地先であるかの正解は決まっていません。企業の事業活動における業種や機能などによって、最適立地先は異なってくると考えられます。ハイリスク・ハイリターンを追求するのなら、今こそ、中国立地を進めることが適切という判断も、ありうるかもしれません。

図表 日本のアジア向け直接投資

単位:万ドル

	2010年	2013年
中国	725,169 (33%)	908,960 (23%)
ASEAN4	431,009 (19%)	1,657,342 (41%)
タイ	224,770 (10%)	1,015,300 (25%)
マレーシア	105,817 (5%)	126,495 (3%)
インドネシア	49,039 (2%)	391,270 (10%)
フィリピン	51,382 (2%)	124,277 (3%)
ベトナム	74,800 (3%)	326,144 (8%)
アジア向け合計	2,213,147 (100%)	3,999,001 (100%)

(注) 中国は香港を除く。主な国だけを挙げているため、合計は100%にならない。

(資料) 日本貿易振興機構(ジェトロ)

ここで、日本企業のアジア立地戦略づくりに関して、いくつかの留意点を指摘しておきたいと思います。

日本企業のアジア立地戦略づくりに関する留意点

- 【1】アジア地域は日本企業にとってホームと考えることもできますが、あえてアウェーの意識を持って現地の立地環境上の魅力とリスクを把握すべきであるでしょう。
- 【2】アジア地域は、コスト削減の場所よりも市場開拓の場所になりつつあることを強調したいです。アジア地域は賃金上昇のリスクがあり、このリスクを軽減するためにも、現地の市場開拓が重要と言えます。
- 【3】日本企業にとって、広い意味での日本式サービス(日本の管理方式やメンテナンスなどを含まれます)が企業優位性として活用でき、現地での市場開拓の切り口になり得ます。ただし、現地で成功するためには、日本式サービスを理解できる、現地の人材を確保・育成することが不可欠であります。
- 【4】立地する事業活動の種類(業種や企業機能など)や立地する場所(国・地域)、立地する時期(進出するタイミング)によって、立地環境上の魅力とリスクは異なってきますので、これらの点を踏まえながら、各自がターゲットとするアジア諸国・諸地域の市場開拓を推進することが重要です。
- 【5】日本ブランドと呼べるような企業優位性を国内外で発揮することが、日本経済が持続的に発展することにつながります。アジア立地戦略のあるべき姿として、日本がアジアの新市場開拓のための企業本拠地となることが望ましいと言えます。

たとえば、タイなど東南アジアの中心国や中国の沿海部は、インフラが整備され、裾野産業が集積しているものの、低賃金の労働力が不足しています。一方で、ベトナムなど東南アジアの周辺国や中国の内陸部は、インフラが未整備で、裾野産業が未成熟であります。低賃金の労働力を確保しやすいといえましょう。各社の事業活動にとっての独自の立地環境(マーケットの性質や制度・政策的な特徴など)も念頭におきながら、どの国・どの地域にどのような事業活動をどのように立地展開するのかといった、海外進出成功のストーリーを構想することが重要です。

詳しくは、下記の文献をご参照ください。アジア進出をめざす日本企業、大企業のみならず中小企業にもさらに幅広く、成功ストーリー構築のご参考になれば幸いです。

参考文献:

- 1) 鈴木洋太郎(2013)「日本企業立地先としての東アジア」研究会報告書(APIR資料13-08)
- 2) 鈴木洋太郎(2009)「産業立地論」シリーズ 21 世紀の経済地理学(原書房)
- 3) 鈴木洋太郎(2013)「日本企業立地先としてのアジア・中国」2013年版 関西経済白書(APIR)

< 主席研究員 鈴木洋太郎(大阪市立大学教授), contact@apir.or.jp >

・本レポートは、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当研究所の見解を示すものではありません。
・本レポートは信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。また、記載された内容は、今後予告なしに変更されることがあります。