



東アジアビジネスの最新動向 —中国・ASEAN・日本—

2017年12月5日（火）13時からセレストホールで、アジア研究センターのシンポジウム、「東アジアビジネスの最新動向」、サブタイトル「中国・ASEAN・日本」がおこなわれた。現在、アジアは激動している。その中で日本の懸念や可能性は何であるかなど考えながら、アジアがどのように変動しているのかという話を、それぞれの先生方にいただいた。

第一部：司会

秋山 憲治（神奈川大学アジア研究センター所長、神奈川大学経済学部教授）

本日のシンポジウムは第一部と第二部をそれぞれ3限と4限に分け、一部では、初めに、石原先生に、東アジアの現状をお話しいただいて、その中で日本との関係、あるいはアパレルや自動車産業など現状や将来などの話をしてもらいます。

もう一人の報告者は、範先生です。先生は上海で自分の会社を営んで、現地の事情をよく知っています。中国が今どういうふうに変化しているのかという話をしてもらいます。皆さんは中国の大変貌を聞いて、おちおちできないぞという気になるのではないかと思います。

それぞれ報告が終わったら簡単にコメント、あるいは質問をしてもらい、報告の内容を深めたいと考えています。コメンテーターは、魚住先生とグエン先生です。グエン先生はベトナムの方ですが、日本の大学で教鞭を執っています。

日本人の先生は、海外にも長い間駐在した経験がありますし、いろいろと現地調査もされていますから、現地の事情もよく知っています。範先生とグエン先生は、中国、ベトナムの方ですから、自国の話をいろいろと聞けるというふうに考えています。

それでは最初に石原先生にお話を伺いたいと思います。先生、お願いします。



第一部：①報告

「東アジア経済の現状と課題」

石原 伸志（神奈川大学経済学部非常勤講師、東海大学海洋学部客員教授）

きょうは、30分という短い時間ですが、東アジア、特にASEANの現状について、お話ししたいと思います。

1. 我が国の貿易収支の推移

まず、配布した表1の日本の貿易取引額の推移をみてお分かりいただけますように、2011年以降東日本大震災の影響等もあって輸入超過になっていた貿易収支が、2016年は総額1,360,043億円、40,741億円の輸出超過になっています。

また、ここ数年の傾向として、アジア向け輸出は53～56%、アジアからの輸入は年々増加傾向にあり、2016年は全取引の50%になっています。さらに、国別にみると、2016年度の中国向け輸出が大きく落ち込み、ASEAN向けが増加、中国、アセアンからの輸入は増大傾向にあり、いまや中国とASEANを併せた輸出入取引額は全体の40%になっています。

いずれにしても、日本にとっていまやアジアが主要な貿易取引地域になっていることが分かります。

ところで、表1の貿易統計は金額面からみたものですが、これは為替によって変わってくるため、注意する必要があります。しかし、これを表2の実入りコンテナ流動量でみると、基準が固定されているため貿易取引の推移が良く解ります。

貿易統計でも明らかでしたが、日本発中国、ASEAN向けの輸出は年々減少しており、いまや日本は輸出国ではなくなっていることが分かります。

具体的には、日本から中国向けは2013年の90.5万本から2016年は61.2万本、ASEAN向けは59.9万本から53.7万本に減少しています。また、中国発日本向けは2013年の119.6万本から2016年は119.7万本、ASEAN発日本向けも65.2万本から2016年は65.7万本と微増にすぎません。一方、中国発アセアン向けを見ると、2013年は287.6万本から2016年は324.8万本、ASEAN発中国向けは176.4万本から202.6万本と急増しており、ASEAN／中国間の関係が非常に強まっていることが分かります。なお、ASEAN域内は微減・微増の関係にあります。

表1 貿易収支の推移

単位:億円									
輸 出	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年	2009年	
総額	700,392	756,139	730,930	697,741	637,475	655,464	673,996	541,706	100.0%
アジア	371,098	403,286	395,181	378,665	348,549	366,858	378,274	293,383	53.0%
中国	123,622	174,991	174,540	163,055	148,061	163,399	168,102	132,274	17.7%
アセアン	103,802	114,949	110,799	108,278	103,277	97,989	98,816	74,992	14.8%
その他のアジア	143,674	113,346	109,842	107,332	97,211	105,470	111,356	86,117	20.5%
米国	141,431	152,245	136,492	129,281	111,883	100,176	103,739	87,333	20.2%
EU	79,821	79,851	75,853	70,001	65,006	76,192	76,158	67,491	11.4%
その他	108,042	120,757	123,404	119,794	112,037	112,238	115,825	93,499	15.4%

輸 入	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年	2009年	
総額	659,651	784,055	859,091	812,425	706,886	681,111	607,649	514,993	100.0%
アジア	331,883	383,584	386,181	359,715	313,057	303,913	275,111	229,892	50.3%
中国	170,153	196,596	193,562	178,190	151,625	147,676	135,489	115,414	25.8%
アセアン	100,445	118,432	122,519	114,863	103,055	99,512	88,444	72,676	15.2%
その他のアジア	61,285	68,556	70,100	66,662	58,377	56,725	51,178	41,802	9.3%
米国	73,084	80,597	75,426	68,148	60,820	59,314	59,114	55,123	11.1%
EU	81,361	86,249	81,687	76,489	66,418	64,110	58,210	55,176	12.3%
その他	173,323	233,625	315,797	308,073	266,591	253,774	215,214	174,802	26.2%

出所：財務省貿易概況



表2 コンテナ流動量

		輸入国(単位:TEU)				
		日本向け	韓国向け	中国向け	アセアン向け	輸入国全体
日本発	2013	—	174,159	905,309	599,161	1,875,427
	2014	—	148,549	824,410	574,608	1,782,354
	2015	—	158,341	759,824	590,897	1,731,928
	2016	—	131,398	612,215	537,621	1,475,860
韓国発	2013	221,101	—	549,676	637,211	1,490,582
	2014	186,814	—	516,719	600,254	1,395,773
	2015	202,027	—	501,119	603,209	1,386,936
	2016	185,725	—	453,460	552,241	1,268,145
中国発	2013	1,196,046	610,051	79,310	2,876,921	5,171,216
	2014	1,174,552	631,565	76,105	3,106,406	5,406,295
	2015	1,165,812	658,061	61,734	3,435,583	5,710,621
	2016	1,197,745	595,106	72,711	3,248,909	5,482,574
アセアン発	2013	652,656	460,513	1,764,531	1,349,176	4,535,872
	2014	667,604	518,799	1,861,446	1,402,221	4,774,663
	2015	687,456	519,973	1,946,887	1,499,882	4,973,802
	2016	657,167	446,426	2,026,079	1,299,396	4,394,244

* 輸入国総計は、日本、韓国、中国（香港含む）、台湾、ブルネイ、ラオスを除くアセアン8か国である。

* アジア域内全体の2013年の荷動量は14,156,989TEU（前年比5.0%増）、2014年は14,429,202TEU（同1.9%増）、2015年は14,794,815TEU（同2.5%増）、2016年は13,532,866TEU（同8.5%減）である。

* 出所：IADAのデータを下に筆者作成。

2. ASEANの現状

次に、本日のメインテーマでありますASEANについてお話します。

ASEAN10カ国とは、今さら説明する必要もないと思いますが、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ブルネイ、ベトナム、ラオス、カンボジア、ミャンマーを指します。

中国の人口が約13億、インドが12億、これにASEANの6.4億を併せると31億、世界の人口が約70億ですから、この地域に世界人口の約40%が集まっているわけで、NAFTAやEUと比較しても、非常に大きな市場としても期待できるというわけです。

3. 生産拠点の推移

ところで、ロジスティクスを考える時に重要なことは産業別に考えることです。また、日本発着の輸出入貨物を見ると、輸出は自動車部品、輸入は衣料品です。そこで、本日は、日系企業も多く進出し一大生産拠点となっているASEANにおける自動車と衣料品産業の現状についてお話します。

最初に東アジア域内における生産拠点の移転推移をみていきます。

戦後の荒廃した日本経済の復興を支えたのは、米国向けに大量に輸出されていた1ドルブラウスと称する安い衣料品でした。

1960年代になると、工業の発展に伴い、我が国の産業は繊維産業から白物家電やTV産業へとシフトするとともに、輸出主力製品であった衣料品は、日米貿易摩擦や我が国の人件費の高騰、人手不足等もあり、その生産拠点は韓国、台湾、香港等へ、さらに、80年代に入ると、日本の家電産業の生産拠点が韓国、台湾等へシフトされたのに伴い、衣料品の生産拠点はタイ、インドネシア等へシフトされていきました。

ところで、日本とタイ、インドネシア、マレーシア等との関係が一大転換を迎えるきっかけとなったのは1985年のプラザ合意です。このプラザ合意を機に始まった急激な円高の影響によって、日本では「ものが作れない」ということになり、日本の家電産業を筆頭にその生産拠点を一斉にタイ、マレーシア、

インドネシア等へシフトさせました。これがいまでも続いている「産業の空洞化」という現象です。

さらに、90年代後半になると、今度はASEANの人件費の高騰や97年のアジア通貨危機、中国華東地区を中心にして、安くて豊富な労働力があったことから、衣料品の生産拠点は中国にシフトされました。もっとも、中国には、80年代後半から委託加工貿易に基づく衣料品の縫製作業が盛んに行われていたということもあります。

ところが、2005年頃になると、今度は中国沿海部の人件費の高騰と人手不足、2012年の尖閣諸島問題でも顕著にみられた反日暴動や工場ストライキ、中国政府によるハイテック産業への支援政策転換等もあり、中国で労働集約型の衣料品のようなものは作れなくなったことから、安い人件費を求めて、中国系企業がCLMVであるカンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム及びバングラデシュへ工場そのものをシフトするようになりました。これが俗にいう「チャイナプラスワン」と称される現象です。

一方、自動車のような装置型産業は、部品産業が集積しているタイ、インドネシアに集約されていったわけです。

4. CLMVが注目されている理由

次に、いまCLMVが注目されている理由についてお話しします。

一番目は、先ほどご説明しましたが、中国沿海部の人件費の高騰と人手不足、尖閣諸島に代表される反日暴動や工場ストライキ等によって、労働集約型産業は安い人件費を求めてベトナム、カンボジア等に生産拠点が移転されているということです。

これは日系企業が移しているのではなく、中国の繊維企業が、中国ではもうモノが作れないということで、中国系企業がベトナム、カンボジア等に工場を移してきているわけです。

二番目は、タイの人件費の高騰です。2017年1月から、1日310バーツ、日本円で約960円になりました。これは、多分皆さんの1時間当たりのアルバイト代よりも安いと思いますが、それでも、タイでは人件費が高くてものが作れない。さらに、人手不足という問題も起きているわけです。

そこで出てきたのが、「タイプラスワン」という現象です。ここでご注意いただきたいことは、「タイプラスワン」と「チャイナプラスワン」は違うということです。どう違うかというと、チャイナプラスワンは、生産工場そのものを中国から他の国に移すことですが、タイプラスワンには、幾つかの考え方がありますが、代表的な考え方は「工程間分業」です。例えば、5工程あるとすれば、最初と最後の仕上げ工程はタイで行い、中工程の2、3、4は人件費の安いカンボジア等で作って、一つの製品に仕上げるという工程間分業のことです。現在タイとカンボジアとの間で、ワイヤーハーネスのような労働集約型の自動車部品がタイプラスワンで作られています。

三番目は、2015年末のASEAN経済共同体(AEC)の発足、東西経済回廊、南部経済回廊等のインフラが整備されて、海上輸送と比較して陸上輸送のほうが短縮されたこと。

四番目は、日本の特惠関税が緩和されたことで、カンボジアやラオス、ミャンマー、ベトナム等からの衣料品などは特惠関税を使って輸入しやすくなったこと。

五番目は、ベトナムは95年にASEANに、2007年にWTOに加盟して、積極的に輸出振興策を取ってきていること。また、ミャンマーは2017年10月の総選挙で、軍事政権から民主化政権に移行したことで、欧米諸国による経済制裁の解除。これに伴い、日本政府によるティラワ工業団地やダウエイ等への支援がなされていること。

六番目は、GMS各国の首都圏では、GDPが伸びていること。

七番目は、ASEANと中国、韓国、日本、インド等とFTAが発効していること。

八番目は、人口6.4億という潜在的市場としての魅力です。

ただ、ここで非常に気になりますのは、ミャンマー、フィリピン、タイ、ベトナム、カンボジアのいずれの国も中国寄りの政策を取り、中国との関係が強まってきていることです。

次にご注意いただきたいことは、国全体のGDPは低いのですが、都市圏のGDPは高いということです。

す。例えば、タイの GDP は 5,700 ドルですが、バンコクは 1 万 4,000 ドルです。また、インドネシアは 3,475 ドルですが、ジャカルタは、1 万 1,000 ドルです。そのため、首都圏と地方では消費構造が全く異なるということです。

GDP が 3,000 ドルを超えると、自動車が売れると言われています。また、女性ドライバーが増えると活動範囲が広がり、生活水準が上がり、より高いものが売れるようになります。

従って、単に国単位の統計を見るのではなく、地域ごとに考えることが重要だということです。

5. 衣料品産業の現状

次に、本日のテーマの一つである衣料品について考えてみたいと思います。

日本における衣料品の輸入浸透率は 97% で、最近是中国からの輸入が年々減少、ベトナム、インドネシア、バングラデシュ等からの輸入が増えてきています。これは、衣料品に対する国内の家計支出が減って、売れていないため、少しでも安いものを仕入れる必要があるからです。

現在の衣料品の流れは、国内の衣料品小売店が国内の衣料品メーカーに発注すると、彼らは中国の生地メーカーにベトナムやミャンマー向けに生地等を送付するよう指示します。生地は、安い人件費を使って、そこで縫製加工されて、製品を日本に持ってくるという国際水平分業が盛んに行われている産業です。

衣料品は、カジュアル衣料、ファッション衣料、ソリッド衣料に分類されます。

まず、流行を創っている企業の代表であるユニクロが扱っているカジュアル衣料は、少アイテム、大量発注、大量生産によって少しでも安く作ろうとしているため、重視しているのはコストです。従って、安い人件費を求めて、ベトナム、カンボジア、ミャンマー、バングラデシュという形で生産拠点を南下させていきます。一方、ZARA やしまむらのような流行を追っているファッション衣料は、「衣料品の生鮮化」とよく称されますが、「今何が売れているか」ということを見て、企画、発注、生産をしていることから、いかに短時間で市場投入できるかが勝負ということになります。従って、彼らが重視しているのは時間ということになります。

そのため、発注数量が少なく、多品種・少量発注を行い、リードタイムが非常に重要になってくるわけで、「売り切れご免」が基本方針です。そこで、中国の人件費がいくら上がっても、中国から他の国に生産拠点を移すことができないのが実情だといえます。

最後のソリッド衣料は、下着類のような薄利多売の商品で、現在中国東北部、中国の奥地等の人件費の安い地域で生産されています。

先ほど、新たな衣料品の生産拠点として、「チャイナプラスワン」という話を致しました。

CLMV の課題は、川上の原材料産業がないため、材料の生地等は輸入しているため、CLMV の魅力は安い人件費を活用した縫製加工しかありません。そこで、今後川上産業の誘致が非常に重要になってきているわけです。そこで、改めて、「チャイナプラスワン」を考えてみると、中国の奥地に入ると人件費が安いし、日本までのリードタイムも短いことから、「チャイナプラスワン」のワンは中国の東北部や中国の奥地が新たな生産拠点として注目されているわけです。

6. 自動車産業の現状

次は、自動車です。

2016 年の世界第一位の自動車生産国は中国で 2,800 万台、日本は第三位で 920 万台ですから、中国がいに多くの自動車を生産しているか、お分かりいただけると思います。

ASEAN では、タイが 194 万台、インドネシアが 117 万台で二大生産拠点となっています。

ところで、モノ造りには、エンジン自動車のようなインテグラル（摺合わせ）型とパソコンやスマホのようなモジュラー型（組合せ型）の産業があります。

いまの自動車業界のキーワードは、自動運転、ライドシェア、EV 車ですが、今後 EV 車が普及してくると、日本が得意とするインテグラル型からモジュラー型に代わってくるため、日本の自動車業界はすっかり変わってしまう可能性があるということです。

従来のガソリン車では約3万点あった部品点数が、EV 車になるとエンジン部分や駆動・伝達・操縦部品等の約3分の1の部品が不要になるということです。そうすると、プレイヤー変更となり、日本の多くの自動車部品業界が淘汰される可能性があるということで、今からどう対応するか考えておくことが大事な問題になってきているということです。

ASEANにおける日本の自動車業界の将来ですが、日本はロビー活動が下手なことから、今のままでは、将来性は暗いということです。今後欧州車と日本車による完成車の戦いの主戦場はインド、中国、ASEANで、品質ではなく、コスト勝負になると予想されています。また、アジアにおけるEV車は最後になるだろうとも予想されています。ただし、2018年には中国の上海汽車がフォルクスワーゲンと組んでタイで自動車生産を開始する予定です。その時、もし彼らが本気になってEV車に乗り出してきたら、ASEANにおける日本の自動車産業は壊滅するだろうと、先日お会いした某大手部品メーカーの方がはっきりおっしゃっていました。

ですから、EV車の将来を見極めることが大事だということになります。

7. まとめ

本日のまとめですが、ロジスティック、サプライチェーン、マーケティングは、やはり統括的、産業別、企業別、国別に考える必要があります。また、現地調査による情報収集も大事です。近視眼ではなく、中・長期的視野から捉えることも重要です。また、今後FTAがますます重要になってきます。そこで、ASEANは生産拠点としてだけでなく、市場としてもこれからは大事だということです。

最後に、ASEANにおける生産拠点は日本の拠点を含めてグローバル・サプライチェーンの一環として統合的に考える一方で、市場としてのASEANをどう考えるか、FTAを活用してどう他地域を攻めていくのかということを考える必要があるということで、私の本日の話を終わりにしたいと思います。

ご清聴ありがとうございました。

秋山：ありがとうございました。皆さんにあと10年後、20年後、日本がどうなっているのかということを考えていただきたい。今日本の自動車産業は、だんだん難しい局面にきているということなので、ある意味では深刻に受け止めていただきたい。

それでは、次の報告者として、範先生をお願いします。中国の現状を、今どうなっているのかということ非常に分かりやすくお話ししてくれると思います。先生、よろしくお願いします。

第一部：②報告

「新時代の中国及び日本企業のチャンス」

範 文勝（常熟グリーン智能製造技術イノベーションセンター理事長、常熟自動車産業園区管理公司 社長）

ただいまご紹介いただきました、中国からまいりました範と申します。どうぞよろしくお願いします。実は、2カ月前に秋山先生から、アジア研究センターで中国の最新事情について話してくれというお話がありました。私が中国のビジネス最前線で、また日本といろいろな

