

再評価される国内での工場立地環境 - 真の競争力向上に向けて -

鬼塚 義弘 *Yoshihiro Onizuka*
(財) 国際貿易投資研究所 研究主幹

日本国内での工場立地件数がこの2年間大幅な増加を記録した。一部には生産拠点の日本回帰とも言われている。対中投資が減少に転じたならば国内回帰と言えるだろうが、実はそうでない。しかし中国への直接投資件数の伸び率は鈍化しているとはいえ、未だに増加傾向にある。

確かに、国内に生産拠点を設ける理由の中には、中国リスクである知財権の保護をあげている企業もある。これまでのところ、企業は市場に近いところ、自社工場や研究所の近くに工場立地する動機が強いが、今後元の切り上げ、労働力の充足問題、社会リスク等中国リスクの顕在化に伴い国内での生産拠点の立地件数は増加するであろう。またリスクを回避するため、中国でのコストに対抗できる生産システムをつくりあげ、あえて国内に生産を移す企業もでてくる。

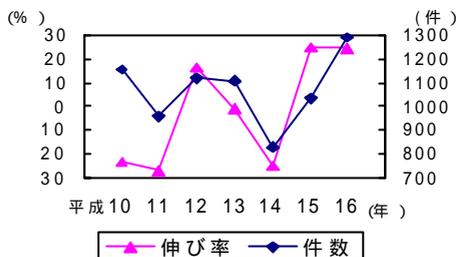
国内の工場立地が復活

日本の製造業が元気を取り戻したと言われる。工場の立地件数の増加率は2003年24.8%増(1,036件)、2004年24.6%増(1,291件)と、この2

年間大幅増を記録した。(図1参照)

工場立地件数で最も多いのは一般機械で191件(対前年比91.0%増)次いで食料品182件(同3.7%減)、輸送用機械120件(同26.3%増)金属製品106件(同23.3%増)

図 1 国内工場立地件数(製造業)



出所:平成 16 年工場立地動向調査

の順である。増加率の高い業種は電子・デバイス対前年比 115.8%増、一般機械同 91.0%増、情報通信機器同 80.0%増の順である。伸び率の高い業種・件数の多い業種を見ると、電気・電子や機械・輸送機器等が上位にあり、これらの分野は日本の製造業で競争力の高い業種である。これらの工場立地が増加したということは日本の製造業が得意分野を中心に将来に自信を持ちつつあるといえる。経済産業省の調べでは、近年国内に生産工場を設置もしくは増設した企業は 34%にも上り、3社に 1社は生産の増強を図った。国内立地した工場は一貫生産工場が一番多く 44.8%であり、最終組立工場が次にあり、40.3%である。(ものづくり白書 2005 年版)一貫生産

工場の立地は、研究開発から生産まで一貫した管理が可能であり、これまで海外への投資が増え続け、国内製造業の空洞化を危惧していただだけに、このことで一部では海外からの国内回帰現象とさえ言うようになった。

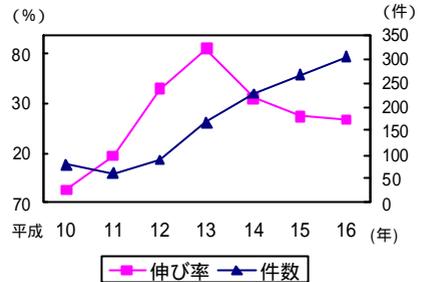
一方アジアへの製造業の直接投資で平成 8 年から同 12 年までは、アセアン 5 への投資件数が対中国への投資件数を上回っていた。しかし、中国の WTO 加盟後、中国市場が開放拡大するにつれ日本からの製造業投資も中国市場をターゲットとして進出している。それにつれて対アセアン投資は停滞・減少に向い、平成 16 年は対中投資の 3 分の 1 になっている。中国への直接投資の伸び率は、平成 13 年をピークにこの 3 年間は鈍化の傾向を示している。国内の工場立地の増加は中国やアセアンへの投資の鈍化と無関係ではない。

対中直接投資の推移

中国への直接投資件数(製造業)は、平成 8 年度以降平成 11 年度の

62 件をボトムとして、以降増加を続けていて、平成 16 年度には 304 件である。平成 8 年より届出不要な投資額が 1 億円に引き上げられたためそれ以前との比較は連続性がないが、平成 16 年の 304 件は最も多い件数である。(表 1 参照)

図 2 対中国直接投資件数(製造業)



(出所) ITI 直接投資統計集

表 1 業種別対外直接投資実績(アジア - 中国)

(単位: 件、億円)

年 度	平成 8 年度		平成 9 年度		平成 10 年度		平成 11 年度		平成 12 年度		平成 13 年度		平成 14 年度		平成 15 年度		平成 16 年度	
	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額
食糧	22	207	12	118	5	105	4	29	5	25	5	14	14	91	15	138	22	113
繊維	112	212	59	274	8	51	4	44	4	30	9	42	16	90	8	114	18	120
木材・パルプ	5	44	2	36	2	10	-	4	1	6	5	27	3	26	2	6	3	61
化学	18	98	18	161	14	153	5	100	10	72	14	185	25	175	41	280	37	303
鉄・非鉄	31	203	18	180	9	94	7	48	10	49	18	166	20	138	27	177	33	426
機械	29	319	16	232	9	114	4	44	8	95	21	163	28	191	38	399	38	461
電機	29	445	21	518	11	163	14	82	33	358	50	650	44	381	44	497	47	506
輸送機	14	280	14	122	5	179	8	104	9	101	26	258	39	236	55	958	64	1,795
その他	43	224	27	216	17	169	16	171	10	119	19	100	38	383	37	204	42	282
製造業 計	303	2,032	187	1,857	80	1,038	62	624	90	856	167	1,606	227	1,712	267	2,773	304	4,066

(出所) ITI 直接投資統計集

中国が WTO 加盟後、日本メーカーは巨大な中国市場をめざして進出しているケースが多い。最近の対中投資の増加分は市場の近くで生産するということである。しかし対中投資件数は増加しているものの、その伸び率は平成 13 年をピークに以後

鈍化している。(図 2 参照) 対中投資を業種別にみると輸送機が最も多い。近年多くの完成車メーカーや部品メーカーが中国市場をめざして進出している結果である。次いで多いのは電機であるが、平成 13 年をピークに低下傾向にある。機械は増加傾向に

あるがそのスピードは輸送機ほどではない。

対中投資と国内立地の比較

対中投資が一段落した結果国内工場立地が増加したとも言われるが、製造業の対中投資は平成8年度以降平成11年度を底として毎年増え続けている。しかし、伸び率は低下傾向にある。特に国内での工場立地件数の最も多い一般機械は平成16年は工場立地件数が91%増加したが、対中投資は38件と平成15年と比較し横這いであった。次いで立地件数の多い食料品は商品の性格上国内立地が優先されることもあり、対中投資そのものが低い。電気機械も国内立地件数は158件と79.5%増加した。

しかし対中投資は平成15年の44件から同16年に47件と6.8%増しかない。輸送用機械は国内工場立地が平成16年に26.3%増加したが、対中投資も16.4%増である。(表2参照)自動車産業は中国国内市場の成長を期待してここ数年対中投資が活発になっているが、それでも国内の工場立地の伸びより低い。電気機械の中国投資は自動車より先行し、中国で製造し中国から輸出する輸出基地としての投資は終了していることもあり、電気機械(電気機械には情報通信機器、電子・デバイスを含む)の対中投資は一段落したと言える。また、一般機械も同様である。対中投資の減速により国内立地が浮上した業種があることは確かである。(対中投資は年度、国内工場立地は歴年で表示)

表2 業種別工場立地と対中投資比較(件数)

()は対前年比

区分 業種	平成15年		平成16年	
	国内	中国	国内	中国
一般機械	100 (+25)	38 (+35.7)	191 (+91.0)	38 (0)
食料品	189 (+17.4)	15 (+7.1)	182 (-3.7)	22 (+46.7)
電気機械	88 (+37.5)	44 (0)	158 (+79.5)	47 (+6.8)
輸送用機械	95 (+86.3)	55 (+41.0)	120 (+26.3)	64 (+16.4)
製造業合計	1,036 (+24.8)	267 (+17.6)	129 (+24.6)	304 (+13.9)

(出所) 国内：ものづくり白書2005年版(歴年)

中国：ITI直接投資統計集(年度)

国内立地復活の理由

このように製造業が国内立地を復活させた理由として次のことがあげられる。デジタル家電の好調を背景に企業業績が回復したことがまず指摘出来る。ちなみに平成15年、16年を2年連続して工場立地件数の大幅増をみた業種は情報通信機器であり平成15年114.3%増、平成16年80%増、電子デバイス同15年46.2%増、同16年115.8%増である。企業のリスクが一巡し、企業収益が過去最高を記録する程回復した。バブル崩壊後選択と集中の経営を実行し、何に投資すべきか明確となった。企業は収益・業績の回復によりキャッシュフローで潤沢な設備投資資金を手に入れた。対中国投資に代表されるように、海外への投資の増加につれて、企業の競争力の源泉となっているコア技術の流出へのリスクが高まり、国内への立地を考えざるを得なくなったこと等があげられる。

台湾企業の動き

台湾企業にも中国への投資を控え、

台湾に生産を戻している例が報告されている。2005年6月21日の日本経済新聞によると、対中投資は2005年1-5月で19億6,400万ドルと対前年同期比で28.7%減少した。その反面台湾域内の投資は2004年で28.2%の増、2005年で8.5%増(見込)と報道されている。台湾企業は投資行動において、先行事例の役割を果たし後述するように中国リスクを本能的に察知し、他への振り替えを行っているものと言える。また、生産面でも、中国からベトナム等のアジア諸国や台湾にシフトしている。例えば大手靴メーカー豊泰企業や宝成工業は中国の生産率を下げベトナムにシフトしていると同紙は伝えている。

国内立地の優位性

前述の国内立地復活の理由に加えて、企業は国内立地の優位性を評価してきている。その優位性とは次のとおりである。

まず第1に国内の消費者のニーズを生産にダイレクトに反映させるためには、需要に近いところで生産す

る必要がある。国内の立地は当然のことである。生産と市場が直結している強みは海外生産に対し優位となる。第2に研究開発部門と近い場所に生産部門を持つ、市場と生産部門双方からの情報を研究開発にフィードバックできることとなり、遠隔地の生産より優位となる。第3に生産技術の進化は生産コストの低減に大きく寄与する。人件費や材料部品費の安さより、生産技術の革新の方がコストの低減に大きく効く。そのためには国内に工場を持つ必要がある。第4に製造ノウハウの流失を防ぐには国内で工場を立地の方がよい。シャープの亀山工場は工場建設時から徹底したブラックボックス化を図っている。第5に先端製品の開発から生産に至るには高い技術力を有する企業群が必要となる。単に1社だけの力では試作や量産は不可能である。そのためには材料・部品メーカーの協力がなければ成立しない。国内には産業クラスターが多数存在しこの面で優位性がある。第6に人材の蓄積である。技能者の層の厚みがあり、人材の確保の優位性がある。また、工場立地のケースでは、既存

工場からの新規立ち上げ要員の確保が容易となる。第7に近年地方自治体が企業誘致に力を入れ始めたこともある。シャープの亀山工場誘致には巨額なインセンティブが与えられたが、各自治体は競って誘致を展開している。第8にカントリーリスクを考えた場合、日本が最も低い。(但し地震のリスクはあるが)中国には大きなリスクがあるにもかかわらずあえてリスクを無視して投資しているとも言える。このような国内立地の優位性が評価されこの2年間に見る国内立地増の現象が見られるようになったのである。

生産機能の拡大をめざす製造業

昨年12月日本貿易振興機構(ジェトロ)が実施したアンケート調査(注)によると、国内での事業を今後3年程度の間で拡大すると答えた企業は製造業で47.7%と約半数であった。現状を維持すると答えた企業は同じく製造業で43.0%であり、事業規模の縮小が必要と答えたのは同3.1%である。製造業は国内での事業活動を積極的にとらえていることが

分かる。国内で拡大する機能は販売機能が 67.9%、高付加価値の生産で機能を拡大するとする企業は 63.4%、汎用品の生産拡大 17.3%である。国内で拡大する理由として、製造業は日本市場の需要増への対応 68.3%、海外市場の需要増への対応 29.2%である。国内・海外の需要増があれば販売機能も拡大すると同様に生産機能の拡大にも結びついてくる。また、研究開発機能の拡大についても製品開発・デザイン開発については 55.6%、基礎研究の研究開発は 26.3%が拡大すると答えている。国内は生産拠点と研究開発拠点が連携し、互いに触発しながら全体のコストダウンを図る。このためにも研究開発拠点の近くに生産拠点が必要となる。市場スピードについていくためにも互いのリンケージが必要となる。製造業では目先の利益にならない研究開発にも国内で積極的になっている。このように、製造業は研究開発から生産・販売に至るまで国内の機能を拡大しようとしていることが分かり、工場の立地は今後しばらくは増加の傾向を示すであろう。

(注)平成 16 年度日本企業の海外事業展開

に関するアンケート調査

国内で機能拡大の理由

もの造り白書 2005 年版によると、近年国内に生産工場を設置、もしくは増設した企業は 34.0%に及ぶ。3社に 1社が国内に工場立地を行ったことになる。さらに日本貿易振興機構が実施したアンケート調査によれば、今後 3年間で国内で拡大する機能として生産(汎用品、高付加価値品)をあげた製造業は 80.7%である。製造業全体に占める割合は 38.5%となる。近年既に立地した企業は 34%、今後 3年以内に立地する計画をもっている企業は 38.5%ということになる。それでは国内での機能を拡大させる理由は何であろうか。前掲のジェット口調査ではまず第 1に、日本市場の需要増への対応である。これを理由としてあげたのは 68.6%である。海外市場の需要増が 29.2%である。国内で拡大する理由は需要が存在するからである。IT 機器、デジタル家電向けの新素材・部材への需要の高まりが明確になっている。また、海外へのキーデバイス、コンポーネン

トの供給を国内生産でまかなう。中国経済の発展により、国内の需要が増大する構図がある。第2に海外への技術流失を防止する理由で国内機能を拡大するとした企業は14.4%あった。製造業は海外進出に伴い模倣品による被害と同時に製品の特許・デザイン侵害だけでなく製造技術そのものを盗まれることもある。シャープの亀山工場は工場建設時から工場全体をブラックボックス化し、製造技術もあえて特許をとっていない。国内での展開だからこそ、このような徹底したブラックボックス化が可能となる。

アジアに勝つ体制を構築

海外生産に対するトータルな生産コストの優位性を理由に国内機能の拡大を選択した企業は10.9%あった。これまで労賃の安さに着目し、中国に出て行った製造業が多数あったがコストに占める労賃の割合は数%である。たとえ日本の労務費の10分の1であっても、その他のコストの効率化によりカバー出来ることとした企業である。例えば設備の内製化に

より減価償却費を減少させ、固定費の製造原価に占める割合を低下させたケース（日本経済新聞2004.8.20）、これまで22人の組立工を使っていた工場を7人にし、しかも1人当りの生産性を1.5倍とした例（東洋経済2004.7.3号）。無人化工場を実現させた工場等、アジアと競争出来る体制を国内に構築している事例が多数見られる。最近は製品サイクルが極端に短縮化される傾向にあり、開発から生産までのリードタイムが短くなっている。従って製造部門を研究開発部門が近接する必要がある。その他輸送コスト・輸送時間等トータルなコスト計算で、国内生産の優位性が見直されている。

日本での雇用確保に使命感を燃やし、工場立地に効いている企業も14.6%存在する。結局国内の需要は雇用による個人消費に大きく依存する。雇用をなくして企業は生きていけるのだろうか？同時に優秀な人材が確保可能とする答が11.2%あった。優秀な人材も国内の職があってはじめて生かされる。この循環があれば国内の企業にも存続可能となる。10%超の企業がこの理由を挙げたこ

とを評価したい。意外な結果であるが自治体の誘致優遇策を理由に挙げたのは1.6%である。最近自治体は企業誘致のため大きなインセンティブを与えているが、これを理由に工場立地する企業は少ない。

顕在化する中国リスク

中国を製造基地として活用し外資系企業のメリットを受けるとともに低賃金のワーカーと安価な部品を活用し、製造された製品は輸出するというビジネスモデルは完成されている。S社のように中国で他社に先がけ早くから数十をこえる工場を生産し輸出している企業でも大幅赤字を免れ得ない。同業他社が一勢に実行しているビジネスモデルでは結局商品の研究開発力、販売力の差に企業実力は集約される。

むしろこれからは中国に生産を集中しているリスクが顕在化していく。既に電力不足による工場稼働の問題、労働力不足の問題、これに伴い賃金の上昇。中国をめぐる貿易摩擦、例えば繊維製品に対するセーフガードにより、日系の繊維メーカーや、商

社は中国から他へのシフトを考えているところもある。人民元の切り上げリスクもある。7月21日に元は米ドルに対し2%切り上げたが今後さらなる切り上げを余儀なくされるのは日本の例をみれば明らかである。さらに社会リスクも顕在化しよう。4月に突然起った反日デモはこれを暗示する。日本の商品の購入ボイコットだけならまだまだ。ユニデンや太陽誘電では反日デモに呼応して、工場の操業が数日間ストップした。生産を中国に集中すると社会リスクが直撃することになる。中国に生産集中している事例として日本経済新聞は別表3のとおり報じている。ここに掲載された事例は日本を代表する大企業ばかりであるが、この影には多くの中小企業で100%中国に生産シフトした企業は多い。これらの企業に対し今後中国リスクが忍び寄ることになる。企業もようやくこのことに気づき、他のアセアン諸国に分散する動きもある。しかし、そのように他の国でも分散操業が可能な真のグローバル企業は未だよいがそれも出来ない企業も多数ある。受注先の中国進出に合わせての進出、賃

金の安さにひかれての進出、他社が成功し利益をあげているのを見ての進出等、中国リスクを顧みず進出している企業が多い。これらの企業には今後試練が課せられよう。この関連からみても、国内の工場立地の増加は歓迎すべきことである。

なお、最近の対中投資には中国市場を目指した進出が多い。本稿ではこれは問題にしない。この場合投下資本の範囲内のリスクしかない。その範囲で大いにやればよい。

別表3 中国生産の集中度

メーカー名	商品	割合
東芝	パソコン	ほとんど
シャープ	全自動洗濯機	ほとんど
ファーストリテイリング	アパレル	9割
富士ゼロックス	複写機	9割
カシオ	電子辞書	8割以上
日立	液晶プロジェクター	8割
Juki	工業用ミシン	7割

出所：日本経済新聞(2005.4.19)

問われる真の競争力

中国リスクは高まりを見せ、顕在化しつつある。しかし、大部分の企業は未だこのリスクに対策をとろうとしていない。中国での反日デモがおきた

直後、5月に実施されたジェットロの調査は、中国での事業展開を拡大すると答えた企業は54.8%（2004年12月調査では86.5%）、現状維持と答えた企業は39.4%（同13.3%）縮小とした企業は4.1%（同0.2%）である。拡大は減少したが現状維持は増加しており、いわば様子見といったところであろう。読売新聞の2005年6月27日の報道では、主要100社へのアンケートでは中国投資を拡大する21社（%）、現状維持36社（%）、リスク管理を強化する18社（%）である。リスク管理を強化しつつ様子見である。このように多くの企業は中国リスクに対し様子見の態度である。企業はリスクはあるが、賃金の安さ等そのメリットは失いたくないということであろう。賃金の安さのように誰にでも享受出来るメリットは真の競争力の向上ではない。いわば競争力の粉飾である。しかし、企業の中には前述したようにトータルのコスト削減を実現し日本での生産に活路を見出そうとしている企業もある。当座の間に利益が計上出来てもやがては行き詰まるであろう。経営幹部は真の競争力向上のシステム構築を問われている。