

グローバル化時代の岐阜県製造業の対応と課題

砂田 博

第1節 岐阜県製造業を取り巻く環境

岐阜県における製造業にかかる事業所数は、平成3年をピークとして年々減少の傾向にある。平成12年の工業統計によると、その総数は2万306事業所で、前年に比して986事業所（前年比4.6%）の減少となっている。減少の内訳を見ると、衣服・繊維関連や、窯業・土石関連業種等の労働集約型の地場産業での減少が目立つところである。

一方、製造品出荷額では3年ぶりに増加して5兆1,833億円（前年比2,110億円の増）となったが、出荷額が増加した産業は、電気機械器具製造業（1,467億円増・前年比19.6%）、一般機械器具製造業（384億円増・同7.1%）、輸送用機械器具製造業（355億円増・同6.2%）と加工組立型業種の伸びが大きく寄与している。

しかし、衣服関連産業では230億円（前年比13.7%）、繊維工業で165億円（同7.7%）、窯業・土石関連産業が146億円（同3.0%）の減少となっており、これも、事業所数の減少と同様に、生活関連産業分野で顕著であり、海外からの低価格製品の流入や消費の低迷等により、大きな影響を受けているものと思われる。

岐阜県における加工組立型産業は、国内での比較優位を有しながら製造品出荷額を増加させているが、その理由として考えられるのは、「生産技術の高度化」を推進してきたことに起因するのではないと思われる。高性能設備の導入や最近では高速切削加工設備の導入及び自動化ラインの設置による高度化、合理化、省力化の実施、ITを導入してのCAD/CAM・生産管理システムの構築等により、取引先からのコストダウン要請を乗り越えて、付加価値の向上を図りながら受注量・売上げの増加に結びつけているのである。そして、これらの企業は、総じて他社にはない特殊技術や技能・ノウハウを蓄積させており、いわゆるコアコンピタンスを確立している企業といえる。

岐阜県産業経済振興センターでは、今年度県の委託を受けて、オンリーワン・ナンバーワン企業の調査を行っているが、この調査結果からすると、県内には多数の特殊技術・技能等の蓄積を行っている企業がある。ここに、それらの企業を例示すれば、

A社：印刷技術をコアとして、光拡散シートを開発して、新規に自動車関連企業との取引に結びつけている。

B社：軟質アクリルの製造方法を開発して、大手メーカーと共同特許の出願を行う計画であり、材料の転換により公害発生を行わない計画である。

C社：従来鍛造・機械加工により製造されていた部品を、プレス金型技術の応用でプレス化に成功し、大幅なコストダウンを実現し、新規受注に成功している（プレス加工で板圧の肉盛りを行う）。

等々、存在しており、県内製造業の技術力の高さが理解できる。

しかし、比較優位を有する加工組立型産業の出荷額が、平成12年に大きく増加したといっても、平成13年の景気動向及び国内大手企業の動きをみると、今後は余り期待できないのも事実と思われる。その理由を、同センターで実施した大手企業に対するアンケート調査等で明らかにしたい。

第2節 国内大手企業の今後の動向（機械金属関連を中心に）

昨年10月に大手企業に対して、下請取引構造等に関するアンケート調査を実施した（調査は県内外500社、回答155事業所で従業員規模では100人超300人以下が40%を占めている）。まず、今後の協力企業に対する発注計画に関しては、「横這い」が31%、「減少」と回答した企業が51%あり、増加はほとんどない状況である。

そして、減少の理由としては、「景気停滞による一時的生産調整」とする回答が79.0%と一番多かったものの、「海外展開・海外生産」とする回答も43.2%あった。一方、大手企業の今後の対応状況であるが、これについては、「海外展開・海外調達を積極的に実施する」が46.5%、「現在の経営方針の見直しを行い、新たな事業計画を樹立する」が25.8%、「事業部の見直しを行う」が20.0%という結果であった。

この内容で判断できるように、大手企業は、海外展開・海外調達を積極的に進めながら、その一方で、事業の再構築（リストラクチャリング）を実施する計画であることが伺えるのである。

そして、大手企業が積極的に推進しようとする「海外調達」の主たる理由は、「国内製品より低価格」が圧倒的に多く、また、親企業が中小企業との下請取引を行うメリットに関して、「自社より低コストで出来る」といった理由が大半を占め、「自社にない専門技術を利用

きる」や「自社内に生産余力がない」、「自社の工程を得意分野に特化できる」といった中小企業の特性を活用したり、中小企業とパートナー関係を維持しながらの協働を行うといった従来の協力関係は希薄になりつつあるのが実態である。いわゆる系列の崩壊と、価格に重点をおいたITを利用した取引の進展が生じているのである。

一方、新たな取引を行うに当たっても、「品質」・「コスト」・「納期」が基本前提とされ、この中で更に「コスト」への要求が強くなってきている。そして、「コスト低減」に関しても、10%程度ではなくドラスティックな引き下げを行わない限り、取引には結びつかない状況であるのが、最近の取引環境である。

この結果、国内においては、大手企業から出される外注量（発注量）の増加を、今後期待することはできず、下請中小企業にとっては、これまでのように国内市場を中心とした受注活動自体を転換せざるを得ない事態に陥っていると思われる。

このような急激な環境の変化の中における中小企業の対応であるが、「短納期対応」や「多品種少量生産への対応」は比較的受容可能であるとするものの、「コスト低減」に関しては、これ以上対応が困難とする企業が7割近い状況に上っていることから、従来の生産技術の高度化だけでは、コストダウン要請に対応できなくなりつつあり、今後は、保有・蓄積している特殊技術・技能を応用・発展させたコアコンピタンスの拡充を図りながら、新たな素材への適応・開発や新技術による新製品開発といった創造的事業活動が大きな要素となるとともに点として存在する企業間の連携も課題となってきている。

これに加えて、現状下での中小企業を包む環境とその帰結先としては、国内市場には閉塞感が漂い、経営基盤を阻害するような「コスト低減」要求が国内で一般化して、世界規模での価格競争が一段と強まっていることから、中小企業と雖も国内市場のみならず、海外市場を視野に入れた経営戦略の樹立や、海外企業とのアライアンスを如何に行うかも、大きな課題である。

なお、海外企業とのアライアンスに関しては、進出・合併・技術提携といった内容から取引・研修生の受入といった広義の意味を含んでおり、その内容は、自社が有する経営資源により相手国・相手企業の選定を的確に行いながら、臨機応変に対応すべきである。

以上見てきたように、国内の経済環境は一層厳しさを増しており、後継者難や、受注減少等により事業所が年々減少している状況にある国内の中小企業に対しても、東アジア諸国の中小企業は、何らかの形でのアライアンスを希望しており、優秀な日本の中小企業の技術力導入を切望していることも事実として存在している。そのため、海外企業とのアライアンスは一面では組みやすいと思われるが、中小企業の経営資源が限られていることから、ビジネス分野の特定・パートナーの選定といった問題解決が行われず、実行になかなか踏み切れないのも現実として捉えておく必要がある。

第3節 東アジア各国の国内中小企業に対する要望内容等

このように国内の経済環境が大きく変化する中で、前述のように中小企業も海外、特にアジア諸国の中小企業とのアライアンスを経営戦略上検討する必要があることを見てきた。特に、90年代後半頃より中小企業の海外進出・シフトが増加しているが、その目的は、取引先からの要請等による理由が多かった。しかし、最近の国内環境の悪化により、今後は、グローバル化の中で市場開拓といった目的での展開も検討する必要があると思われる。そのため、アジア諸国が日本の中小企業に期待する内容を、同センターが実施したヒアリング調査で確認したい。
(抜粋)

(1)韓国：機械関連ではメカトロニクス部品・汎用性のある基本部品、自動車部品産業ではグローバルソーシング有望部品や次世代自動車核心部品、また電子部品産業では情報通信・情報家電用核心部品への期待が強い。

(2)シンガポール：シンガポールの産業政策は、知識集約型産業としてのクラスター育成や上場を行う地場産業の育成、技術革新支援、国際ビジネスへの支援等が中心となっているが、シンガポールの地場産業といっても千差万別であり、必要とする技術も異なっていることより、それぞれの技術レベルに見合った提携を期待している。

(3)中国：技術レベルの高いハイテク産業、情報産業を主眼としての機械、電機、ロボット、工作機械、省エネルギー関係、特殊材料、新素材等が日本の中小企業への技術である。

アジア各国の日本の中小企業に対する技術ニーズは、各方面・多岐に亘っており、専門分野に特化している中小企業にとっては、これらの要望と如何に連携するかが重要な課題である。特に、ASEAN諸国においては、80年代後半からの大手アセンブリメーカーのシフトにより、これらの企業に部品を供給するサポーターイングインダストリーの育成が急務となっていることから、中小企業が得意とする金型、プレス加工、精密機械加工といった分野での技術移転の希望が強いことから、加工組立型産業の産業集積のある県内企業にとっては、ビジネスチャンスが十分期待できるものと考えられる。

第4節 製造業における対応について

さて、国内の現況と対比して、アジア諸国の中堅・地場企業の現状・対応状況に関して少し言及したい。アジアの中堅企業の場合、その殆どの企業が、一社完結型での生産体制（例えば、プレス加工の場合、プレス金型の設計・生産から、それを利用してのスタンピング、及びアセンブリまでを自社内・関連企業で実施）を有して、ユニット製品に対応出来る経営を行

うとともに、多くの企業が設計を含むISO9001を取得している状況である。

そして、その市場も、立地している国内では狭隘なことから、90年代当初からアメリカ・ヨーロッパ市場に目を向けて国際化を進めるとともに、例えば韓国の中小企業の場合、CADシステムを92～93年頃より導入しており、現在では三次元CADを駆使した製造ラインを模索している状況である。この点は、組立加工の大手企業を頂点とするピラミッド型分業構造の一翼を担ってきたところの日本国内の中小企業とは大きく異なっている。

重層的な分業構造の特徴は、一般的にいわれるように、各企業がそれぞれ有する専門技術を深化させ、その特徴を生かしながら、量産体制に呼応できるという優位性を有していたが、最近の多品種少ロット・短納期生産あるいはSCMが浸透してきている状況では、これが逆に障害性を呈している一面もある。

また、分業構造下での同業他社との競争力を強化するために、限られた経営資源の最適配分を図らなければならないことから、生産という直接部門へ資源を集中的に投下せざるを得なかったという事情より、営業・管理といった間接部門の確立・拡充が遅れ、これが世界市場への販路開拓を行うことに対する脆弱性にもつながっていると思われる。そのため、アジアの中小企業のように、独自にアメリカ・ヨーロッパ市場での販路を拡大することはなかなか困難な状況にあるのが現在の実態である。

しかし、日本の中小企業の有する技術そのものについては、アジア各国の中小企業から評価を受けているのも事実であり、彼らからの提携等のアライアンス希望は多数寄せられている。

このような状況を考えると、製造業における今後の方向性としては、グローバル化の中で中小企業が有する固有技術を見極めながら、その商品化（技術提携等によりロイヤリティー化を図る）を行うことが必要であり、一方、各専門分野に特化している国内企業間のリンケージにより、新製品・新技術・新素材等に対する、創造的ネットワークを構築して、完品・ユニット製品として、その販路を国内外に求めることもポイントとなってくる。また、日本の中小企業の弱点（管理部門の脆弱性や国際性の欠如等）を補完するため、海外企業と連携して、彼らが有する販路やマーケティングチャンネルの利用・活用を模索することも重要であるとともに、自社の「強み」・「弱み」を判断しての、国内と海外との棲み分け・分業構造の確立を図ることも検討しなければならない。

岐阜県製造業を担う加工組立型産業は、「品質」「コスト」「納期」に対する要請が一層強まる中で、生産技術のハイテク化等によりその地位を向上させているが、これだけでは、早晩、後発性の利益を享受する東アジア各国の追随を受けることとなる。

そのため、第3節のアジア諸国の技術要望等を見極めながらアライアンスを検討していく必要があるが、それには、自社の優位性・コアコンピタンスを十分理解しながら、継続的に深化させる努力が重要である。そして、この理解の上に立って、アジア諸国の企業との連携をどのように実施していくかがポイントとなってくるが、それは、経営者の判断力・経営能力等によ

る面も強い。アジアの企業とのアライアンスは、多様な中小企業のニーズが存在することから、その方途・内容も中小企業の経営基盤等にあわせて、その方向性を正しく判断する必要があると同時に、これらに関する情報収集を日頃から実施することが肝要である。

第5節 今後の課題について

さて、日本の経済が停滞する中で、隣の中国は7%以上の成長率を達成して「世界の工場」と標榜されつつあると同時に、日本からの直接投資も2001年1月から9月だけで30億ドルを超え、家電メーカーでは製造部門に加えて、開発部門までを中国にシフトしようとしている状況である。その結果、「中国脅威論」が台頭するなか、日中貿易摩擦、日本産業空洞化論が再燃し、昨年末の中国のWTO加盟後はこの論評が勢いを増しつつある状況である。

そして中国の成長にともなって、沿岸部を中心とした「珠江デルタ」や「長江デルタ」地域では1人当たりのGDPが4,500ドルに達しているといわれ、マレーシア・タイと同レベルにきている。このような中国の成長・発展により、バブル崩壊前に日本国内で構築されていたところのフルセット型産業構造が、中国を中心として形成されつつあり、嘗て日本を頂点とする東アジアで体制を整えつつあった雁行型経済発展モデルは、これにより大きく変化しているのが現状である。

通貨危機を契機として、東アジアを大きく揺るがしている経済のうねりの中で、中小企業が集積している岐阜県製造業の今後の方向性を考えた場合、中小企業の特性を生かしてのアライアンスを如何に行うかが課題となってくることは前述のとおりである。

ただ、中小企業が、海外企業との技術分野を中心としてのアライアンスを考えた場合、「この技術が重要で」、「この技術は必要ない」とは、一概にいけないものとする。それは、相手企業の技術状況や、その集積状況により異なっているためであり、それを判断する一つの材料として「一人当たりのGDP」がポイントと思われるので、それを次の例で示す。

アジア諸国の中小企業経営者との交流経験からすると、1人当たりのGDPが1万ドルを超えると、技能（スキル）の分野に対する理解力が高まってくる。すなわち、機械加工分野で、ミクロン台の精度を維持し継続しようとする、工作機械自体の精度に加えて、それを操作する技術者の熟練度や工場内雰囲気、材料、工具といった総合的な技術要素が重なり合って達成できるのである。これが、1万ドル以下の場合では、機械加工精度に関しては、工作機械の性能・能力で十分達成できると思いがちであるが、現実問題として、機械精度だけではなかなか達成できないのが実態である。

このように、国により技術のレベルは異なっており、高度な技術にニーズがある国、通常の技術レベルを必要とする国と、多様に存在しており、これらのバラエティーに富む要求に、対

応可能な企業が県内の多数存在していることを、企業訪問等で感じているところである。

問題は、中小企業自身が自社の有する技術力の客観的な判断・理解がなされず、ましてその活用に至っては、殆どなされていない状況である。個々の企業がその有効利用を行うことが、今後のグローバル化の中で十分必要とされるが、それには、これらを発掘・紹介し、サポートするコーディネータの存在が大きな意義を持ってくると思われる。

シンガポールでは86年よりLIUP (Local Industries Up-Grading Program) という中小企業育成のスキームがある。これは、ローカル企業の振興を図るためのもので、イノベーションLIUP、クラスターLIUPといった内容がこの施策に含まれているが、このスキームの主目的は、個々に存在するローカル企業のグルーピング化であり、これによりレベルアップを目指すものである。そして、具体的支援は個々の企業ではなくこれを推進・実施するコーディネータに対してであることから、参加する企業内容を熟知するコーディネータの支援により施策の目標を達成しようとするもので、有効な支援策と思われる。

中小企業が独自で、国際化・グローバル化が進展する中における企業活動に有益な情報収集から海外企業とのアライアンスまでを行うことは、その経営資源等からして非常に困難を伴うことは自明の理である。そのため、これをサポートするために、県内企業の実態に熟知し、海外の政府機関との連携も深いコーディネータの存在が必要であり、その育成が急務となっている。グローバル化の中で、コーディネータを中心にコアコンピタンスを有する企業間ネットワークを構築し、国内外企業とのアライアンスを行うことが、今後重要であり、課題と感じる次第である。

資 料

岐阜県工業統計調査事業所数の推移

項目\年度	平成5年	平成6年	平成7年	平成8年	平成9年	平成10年	平成11年	平成12年
総数	25,150	24,071	23,334	22,800	22,088	22,480	21,292	20,306
基礎素材型産業	9,874	9,532	9,270	9,177	8,861	8,392	8,594	8,251
加工組立型産業	3,310	3,200	3,189	3,129	3,133	3,277	3,135	3,075
生活関連・その他産業	11,966	11,339	10,875	10,494	10,094	10,271	9,563	8,980

岐阜県工業統計調査製造品出荷額等の推移

(単位：百万円)

項目\年度	平成5年	平成6年	平成7年	平成8年	平成9年	平成10年	平成11年	平成12年
繊維工業	354,833	298,723	274,176	275,002	269,577	246,116	215,389	198,877
衣服・その他製造業	312,116	266,697	232,082	213,261	201,317	186,731	167,733	144,750
木材・木製品製造業	138,549	135,470	133,231	134,114	131,381	111,514	104,420	109,158
家具・装備品製造業	206,401	200,696	202,922	203,831	201,849	175,191	152,827	148,402
プラスチック製造業	305,060	297,228	301,607	317,768	319,695	322,277	329,108	348,067
窯業・土石製造業	679,189	623,316	605,702	606,326	597,359	528,016	492,741	478,109
金属製品製造業	445,681	433,728	432,076	445,062	457,025	423,518	417,077	419,808
一般機器製造業	542,648	508,330	573,556	618,562	677,766	646,201	553,065	592,418
輸送用機器製造業	625,485	564,291	567,227	548,244	603,136	565,588	574,658	610,158
電気機器製造業	637,817	634,448	712,189	763,677	835,314	834,999	748,258	894,954
その他製造業	1,262,624	1,233,460	1,244,439	1,274,171	1,294,343	1,261,369	1,217,064	1,238,628
総数	5,510,403	5,196,387	5,279,207	5,400,018	5,588,763	5,301,520	4,972,340	5,183,329
基礎素材型産業	2,287,813	2,200,980	2,197,434	2,251,417	2,268,766	2,089,425	2,040,723	2,058,994
加工組立型産業	1,826,502	1,723,118	1,867,183	1,941,832	2,103,631	2,063,007	1,891,230	2,112,972
生活関連・その他産業	1,396,088	1,272,288	1,214,590	1,206,770	1,189,365	1,149,087	1,040,387	1,011,354

親企業における下請取引を行うメリット

(資料：中小企業庁「企業間関係実態調査(大企業)」)

「自社より低コストで生産できる」	72%
「自社にない専門技術を利用できる」	38%
「設備投資・技術投資が軽減できる」	32%
「自社内に生産余力がない」	29%
「自社の行程を得意分野に特化できる」	28%
「需要変動に柔軟に対応できる」	28%
「安定・定量的に均質部品を確保」	18%

大手企業における今後の外注方針

区 分	電気・機器	輸送用機器	精密機器	一般機器	金属製品	その他	計
現在の外注企業を積極的に利用する		2.9	5.9	10.3			3.2
品質・コスト・技術により新規取引を行う	44.7	54.3	35.3	51.7	57.7	30.0	48.4
外注を増やさず質の充実を行う	15.8	17.1	17.6	10.3	15.4	30.0	16.1
内製化を進める	18.4	14.3	11.8	3.4	19.2	10.0	13.5
窓口の集約化を進める	10.5	8.6	11.8	13.8			8.4
海外生産・海外調達を進める	7.9	2.9	17.6	6.9	7.7	30.0	9.0

(資料：平成13年10月振興センターの下請取引構造実態調査より)

大手企業が新規外注先に対して求める項目

項目\調査時期	数字：%	平成8年6月	平成9年6月	平成10年6月	平成11年6月	平成12年6月	平成13年6月
コストダウンの強化		45.7	53.7	47.2	48.0	77.4	81.2
短納期への対応		43.1	50.6	37.5	41.3	69.2	71.1
高品質化への対応		28.9	34.2	30.4	29.9	56.5	54.5
多品種少量生産への対応		35.7	37.9	31.2	30.9	51.7	50.0
V E等の活動推進・提案		17.1	17.5	18.4	17.3	23.2	23.9
設計・ソフト開発技術力		4.4	6.6	3.9	5.3	7.6	9.0
多能加工技術		6.8	12.6	8.7	8.3	15.5	12.1
特殊加工技術		10.3	15.5	10.8	12.0	18.6	21.1
ユニット受注対応		12.7	11.8	13.1	8.3	18.1	18.8
経営者・管理者の経営意欲		14.5	17.0	14.7	10.9	20.1	24.7

(資料：振興センターの発注開拓実態調査より)

大手企業における今後の外注量の変化

区 分	電気・機器	輸送用機器	精密機器	一般機器	金属製品	その他	計
増加する	2.6	5.7		6.9	3.8		3.9
横這い	26.3	42.9	41.2	31.0	23.1	10.0	31.0
減少する	50.0	40.0	47.1	44.8	65.4	80.0	51.0
予測困難	18.4	11.4	11.8	13.8	7.7	10.0	12.9

(資料：平成13年10月振興センターの下請取引構造実態調査より)

大手企業における今後の外注量減少の理由

区 分	電気・機器	輸送用機器	精密機器	一般機器	金属製品	その他	計
景気停滞による一時的生産調整	80.0	64.3	75.0	85.7	76.5	100.0	79.0
恒久的な生産縮小	15.0	14.3	37.5	7.1	5.9		12.3
生産の海外移管・海外展開	50.0	35.7	87.5	28.6	35.3	37.5	43.2
発注方式の変更			7.1	12.5	7.1	11.8	6.2

(資料：平成13年10月振興センターの下請取引構造実態調査より)

大手企業の今後の対応状況

区 分	電気・機器	輸送用機器	精密機器	一般機器	金属製品	その他	計
事業部の見直し	18.4	22.9	23.5	10.3	26.9	20.0	20.0
S C Mの導入	31.6	8.6	23.5	17.2	15.4	10.0	18.7
E M Sによる事業展開	18.4	8.6	17.6	6.9	15.4	10.0	12.9
海外展開・海外調達	42.1	45.7	52.9	48.3	50.0	40.0	46.5
新たな事業計画の樹立	36.8	22.9	17.6	24.1	23.1	20.0	25.8
アウトソーシング等外部活用	21.1	11.4	29.4	20.7	11.5	40.0	19.4

(資料：平成13年10月振興センターの下請取引構造実態調査より)

大手企業における下請企業の集約について

(資料：中小企業庁「企業間関係実態調査(大企業)」)

「行ったことがある」 28%

「行ったことがない」 72%

* 集約を行った理由

「下請企業の管理の効率化」 37%、 「部品共通化による部品点数の減少」 14%、

「ユニット発注割合の増加」 11%、 「大量調達の必要がなくなった」 11%

「下請企業間の技術力の均質化」 10%

下請企業における売上高減少の要因

(資料：2000年版中小企業白書「地域中小企業の活性化に向けた施策に関する調査」)

「親企業からの受注量減少」 64.5%

「景気の低迷による販売数量の減少」 60.6%

「親企業からの受注単価の引き下げ」 42.8%

「景気の低迷による販売価格の引き下げ」 36.5%

「その他・不明、無回答」 13.0%

注) 5年前と比較して売上高が減少した中小企業3,459社に占める割合

今後の経営戦略

(資料：2000年版中小企業白書「地域中小企業の活性化に向けた施策に関する調査」)

「新製品開発・新役務の開発等」	29.6%
「親企業以外の販路の開拓」	25.2%
「これまでと同様の事業活動」	15.3%
「一層の効率化」	15.3%
「定まらない」	5.8%
「転業・新規分野への進出」	4.1%
「生産縮小、人員整理」	2.7%
「海外進出」	0.5%
「その他」	0.8%

注) 最も重要と思われる回答を一つ選択。回答企業数5,029社。

海外生産比率の推移

区分	昭和60	昭和61	昭和62	昭和63	平成元	平成2	平成3	平成4	平成5	平成6	平成7	平成8
製造業全体	3.0	3.2	4.0	4.9	5.7	6.4	6.0	6.2	7.4	8.6	9.0	9.6
海外進出企業	8.7	11.5	10.9	12.7	17.8	17.0	16.7	17.3	18.3	22.0	24.5	26.2

(資料：10年版中小企業白書「わが国企業の海外事業活動」)

今後の海外生産比率

(資料：10年版中小企業白書「企業間関係実態調査(大企業)」)

「上昇させる」	65%
「現状維持」	22%
「低下させる」	1%
「未定・不明」	12%

今後の海外調達

(資料：中小企業庁「企業間関係実態調査(大企業)」)

「増やす方針」	47%
「現状維持」	29%
「減らす方針」	1%
「わからない」	23%

海外調達を行う最大の理由

(資料：中小企業庁「企業間関係実態調査(大企業)」)

「国内製品より低価格」	74%
「国内では調達できない」	15%
「国内製品より高品質」	2%
「その他」	9%

主要製造業の海外シフト状況

(今後3年以内に製品生産を国内から海外へシフトするか)

区 分	回答比率
すでに海外生産シフトを完了している	5.9%
海外生産比率を増やす計画である	27.2%
海外生産比率を増やす方向で検討している	21.9%
海外生産シフトの予定はない	43.6%
海外生産比率を削減する計画である	0.2%
無回答	1.2%

(資料：日経8月9日 東証一部上場・店頭公開の製造業調査)

世界に占める中国と日本の製品別生産量シェア

区 分	中国	日本
携帯電話	12.9 (3.1)	12.5 (1.2)
DVDプレーヤー	38.3 (3.0)	18.5 (7.6)
VTR	23.2 (1.5)	2.5 (2.3)
デスクトップパソコン	11.9 (1.0)	3.4 (0.1)
カラーTV	24.6 (0.5)	1.3 (0.5)
四輪車	3.6 (0.4)	17.6 (0.1)
工作機械	5.6 (0.5)	23.6 (2.6)
エチレン	6.0 ()	7.6 (0.6)
粗鋼	14.9 (0.8)	12.6 (0.7)
二輪車	46.1 (1.6)	10.0 ()
エアコン	38.7 (0.2)	18.5 (1.7)
HDD	6.9 (0.5)	6.7 (1.0)

注)

- 1、()内は前年からの増減。
- 2、 は減少、 は前年と同じ。
- 3、数量ベース
- 4、エアコンは1999年
- 5、四輪車・二輪車・工作機械・粗鋼は2000年
- 6、他は2001年予測

(資料：日経7月27日 12品目の2001年アジア生産動向調査)

執筆者

杉田 伸樹 すぎた のぶき 財団法人岐阜県産業経済振興センター理事長	はじめに
佐野 敬夫 さの たかお 岐阜聖徳学園大学経済情報学部教授	序章
北嶋 守 きたじま まもる 財団法人機械振興協会経済研究所調査研究部研究副主幹	第1章
尾藤 修 びとう おさむ 財団法人岐阜県産業経済振興センター調査研究部調査研究課研究員	第2章
田中 誠司 たなか せいじ 財団法人岐阜県産業経済振興センター調査研究部調査研究課主任研究員	第3章
永井 和宏 ながい かずひろ アジア経済研究所 研究企画部研究事業開発課	第4章
丸屋豊二郎 まるや とよじろう 日本貿易振興会上海センター所長	第5章
水野 順子 みずの じゅんこ アジア経済研究所 地域研究第1部主任研究員	第6章
平塚 大祐 ひらつか だいすけ アジア経済研究所 研究企画部研究事業開発課長	第7章
石田 正美 いしだ まさみ アジア経済研究所 経済開発分析プロジェクト・チーム主任研究員	第8章
殷 醒民 (Yin Xingmin) いん しゅんみん 上海復旦大学経済学部教授	第9章
チャウ・キット・ボーイ (Chow Kit Boey) シンガポール国立大学ビジネス研究開発センター所長、経営学部准教授	
パスカル・アレクサンダー・ボン・クワン・トゥン (Pascal Alexandre Pong Kwan Tung) シンガポール国立大学ビジネス研究開発センター研究員	第10章
サマート・チアサクン (Samart Chiasakul) チュラロンコーン大学経済学部准教授	第11章
板倉 健 いたくら けん バドュー大学国際貿易分析センター研究員	
トーマス・ハーテル (Thomas W. Hertel) バドュー大学国際貿易分析センター所長、農業経済学部教授	第12章
古田 茂美 ふるた しげみ 香港貿易発展局大阪事務所長	第13章
砂田 博 すなだ ひろし 財団法人岐阜県産業経済振興センター中小企業振興部長	第14章

平成13年度地方連携研究事業調査研究報告書
台頭するアジア諸国と岐阜県製造業のグローバル展開

平成14年3月発行

発行所 財団法人岐阜県産業経済振興センター
〒500 8384 岐阜県岐阜市藪田南5 14 53
県民ふれあい会館10階
電話058 277 1085 F A X 058 277 1095
日本貿易振興会アジア経済研究所
〒261 8545 千葉県千葉市美浜区若葉3 2 2
電話043 299 9521 F A X 043 299 9724
制作 = 三陽社

無断複写・複製・転載等を禁じます。