

現代経済事情Ⅱ

日本の中小企業とアジア経済

高田好章

○繊維産業の海外移転を考える

海外進出の本格化 1960年代後半以降

理由：若年労働力不足や人件費高騰への対応、海外消費地への直接的立地

経営の効率化・国際競争力強化 の反面 国内逆輸入の増加で産地を苦境に追い込む

繊維企業の9割が中小企業、「産地」性 541産地のうち3割が繊維関係

産業集積のメリット 1) 適切な分業体制 2) 市場情報の収集 3) 公的支援 4) 熟練技術の確保
製造工程

川上：化合繊維製造、紡績、素材流通 : 紡績企業

川中：織布、ニット、染色、中間製品流通 : 機屋

川下：縫製、製品流通

加工工程が専門業者で担当 米国・ドイツでは1企業がすべてをおこなう。

賃加工生産体制：大企業や商社が仕事を出す 下請け体制

国際化の流れ：

1960年代後半以降 海外進出活発化 原料調達基地設立、関税障壁克服のため中南米や東南アジアへ
65年以降、合繊企業がASEAN諸国へ70年から74年、テキスタイル（糸、織物、染色加工、テキスタイル：織物）企業を中心に、
NIES（韓国、台湾、香港）、ASEAN、中南米へ進出

目的：現地販売、輸出代替、ドル切り下げで輸出限界、合弁、技術指導

75年から86年 発展途上国での繊維生産の活発化とオイルショックによる現地生産の見直し

87年から95年 国内労働者不足、円高進行、中国の改革・開放政策

縫製・アパレル企業を中心に、製品の持ち帰りを主目的とした中国、ASEANへの進出の急増
合弁企業の設立、そのほかに進出形態の多様化：

委託加工：糸や生地を日本から持ち込み、編立てもしくは縫製を行い、日本へ持ち込む

専用ライン：工場の一部のラインを借り切る生産形態。出資はせずに、生産設備を持ち込む形。

補償貿易：生産機械を提供し、その代金を縫製か加工賃で回収する形態。

単純企画輸入：企画は日本で行い、生産は現地に委ねる形態。

中小繊維企業進出 93年以降投資件数急増、中国向け90%、その後低下。

進出企業の国際分業の例

大阪：シャツ製造卸業、東京都：ニットウェア製造業、愛媛：タオル製造業、愛知：婦人・子供服卸業

労働集約的な縫製業の海外進出：生き残り策、国内では企画機能のみ残し、生産は海外で行う、

新たな動き：SCM（サプライチェーン・マネージメント）、共同で新製品企画

中国に負けない中小企業の国内生産 千本松毛晒工業、オンワード樫山、鎌倉シャツ

○今週の元気企業：タオル美術館（愛媛県今治）

○ビデオ鑑賞

ガイアの夜明け 商いを磨く！変貌するユニクロ～店長630人の自立を目指して～ TV東京2004年5月18日

○参考文献

さくら総合研究所環太平洋研究センター『アジアの経済発展と中小企業』日本評論社1999年

質問・意見等は、高田のE-mail: ytakada@komazawa.com まで。

講義レジュメ、講義スライドの掲載ホームページ: <http://user.komazawa.com/~ytakada/kougi/>