

○中小企業の国際化をみる、自転車工業

- ・自転車工業の国際化、 堺・自転車工業産地 産業集積地:大田区、東大阪 空洞化

- ・戦前

戦前の堺の自転車工業、1923年には生産額で全国の50%を占める。大阪に隣接していたため。

輸出先:中国、東南アジアで価格はヨーロッパ製の半分以下、品質的には「安かろう、悪かろう」の粗製乱造、

- ・戦後

1953年の1472社をピークに大幅に減少、従業員数も3万人から半減

出荷額のシェア:100人以上が60%を占めている、二極化

- ・産地の状況

堺市の自転車製造に占める割合:全国で20%を占めているが、出荷額が87年以降急増、93年47%占める。

85年のプラザ合意以後の円高で輸出が困難になり、輸入攻勢がつづき、廃業・転業

堺市のシェアが大きいのは、変速機のガリバー企業 シマノがいるため。

- ・生産高と輸出

生産高:60年に300万台、71年までに400万台、72年には700万台、73年900万台、700万台で推移

輸出:60年ごろからアメリカへ、69年100万台、85年プラザ合意後激減

輸入:1986年から本格化、1995年には国内市場の3分の1 様々な中小部品業者

完成車メーカー:全国に40数社、工業型10社、商業型30数社(小規模:堺に13社)

- ・自転車工業の国際化

完成車の輸出が85年以降激減、部品輸出は依然60%を超えている

アメリカ輸出を後退させながら、台湾がアメリカ向け輸出第1位、台湾製の完成車に日本製部品が組み込まれ、間接的に輸出されている。ユーザーが日本製部品を指定する。

1980年代半ばの円高を契機に、台湾、中国から集中豪雨型輸入

アジアからの輸入の大部分は、台湾を除き、日本企業の海外進出工場や現地企業との合弁企業からの逆輸入

完成車:世界で年間1億1千万台、そのうち中国は4千万万台生産

台湾:国内需要70万台、生産はその10倍

1990年代、輸出がほぼ完全にストップ(一部の例外を除けば)

- ・商業型メーカーとの間のPB(プライベートブランド)

従来の販売方法:完成車メーカー → 卸問屋 → 小売店 → 消費者

変化 : 完成車メーカー → 量販店 → 消費者 :流通経路の簡素化により 低価格化

価格形成力が量販店に移行する、産地の維持ができなくなる、堺にいる必要がなくなる。産地崩壊

- ・新たな取り組み: 電動自転車 新商品開発:こけにくい自転車 ブランド BAAマーク タルタルーガ

○今週の「こんな生き方もある」: 親の近くの田舎暮らしと都会の仕事を両立させる「新幹線通勤」

○今週のビデオ: TBSテレビ「夢の扉 なにわのエジソン 日本を救う大発明」2005年4月放送

○参考文献

鎌倉健『産業集積の地域経済論 中小企業ネットワークと都市再生』勁草書房、2002年

鈴木茂・大西広・井内尚樹編『中小企業とアジア』昭和堂、1999年

質問・意見等は、高田の E-mail: ystakada@komazawa-u.ac.jp まで。

講義レジюме、講義スライドの掲載ホームページ: <http://homepage1.nifty.com/ytakada/komadai/kougi/>