

経済アジア化のインパクト

第一生命経済研究所 常務取締役経済調査部長 有働 洋

緯度は低い、山あいには真夏の東京より少し涼しい東南アジアの島に数日滞在した。店頭の水を買おうと、ボトルのブランドもキャップをひねる感触も値段も日本とは違う。ここ十年で価格差はいくらか縮まっただろうか。

ケーブルテレビには現地の番組に混じって、米ネットワークの相場解説番組が映る。アジアの時間帯はまず香港が司会を務め、シンガポールが引き継ぎ、南アジアの相場解説へと移る。東京市場に割かれる時間はわずかだ。

日本企業がアジア進出の足取りを速めている。国内や欧米向けの生産拠点としてではなく、アジア域内の消費者に的を絞る企業の意図は明らかだ。中でも国内産業と言われた食品や生活関連企業が進出を本格化する動きが目立つ。日本経済にとって限られた成長手段の一つがアジア展開である。同時にそこからわが国が受けるインパクトも決して小さくはない。

まず ①多くの日本企業にとって伸び盛りの巨大市場の開拓は、過去にない本格的な国際展開であり、経営の大きな転機となっていること。この変革で ②いわゆるサービス経済化が進むことにより国内の仕事や雇用にも影響を与えること。そして ③企業再編や産業の枠組みの変化が加速すること、である。

アジア市場に参入した日本企業は、ボリュームゾーンと呼ばれる中間層向けのビジネスを切り拓いていかなければならない。モノ、サービスを日本発で提供する事業から、仕入れも生産も雇用も、事業の大部分を国外で行うように変わる。国内でのブランド力もそのままでは役に立たない。また商品力で欧米企業からシェアを奪ってきた先進国市場とも違う環境でのビジネスだ。成功すれば日本企業は創業にも匹敵する、国際化の大きな一步を踏み出したことになる。

海外事業が本格化すると、国内部門の役割では、自ずと海外ビジネスの管理統括や研究開発などが重みを増す。事実、企業が海外法人から受け取る配当金や技術料収入の伸びは輸出を上回る勢いが続いている。

アジア起点の事業拡大は、国内の生産現場の雇用を増やす効果は小さいが、モノを安く作ることから、大きな市場を収益化するビジネスへの転換だといえる。賃金抑制の圧力よりも、多様な雇用機会が生まれやすい。また国内では、海外事業展開する企業が増えるに伴い、それに関連するサービス分野への需要が広がると考えられる。

さらに産業界でのもう一つの大きな流れは、主力企業の統合加速である。国際市場を目指す企業と国内にとどまる企業との分化は進むだろう。アジア域内の所得格差が縮まると、各国企業の市場相互参入が現実味を帯びる。これからはアジア系企業の日本上陸も出てこよう。結果的にこれらの動きは各国の産業再編を促す。このため世界成長の極であるアジアへ踏み込む今、国内の産業をこの大きな市場の中でどう位置づけるのかを見直すことになるだろう。これまでの枠組みを超えて、事業の取捨選択を迫られる対象は少なくないと考える。

政策に望むのは、まず、わが国産業の強み発揮を後押しすることである。たとえ国内から海外へとモノづくりの重心が動いても、製造業を始めとする産業の競争力が経済成長の原動力であることは変わらない。国内では、負担問題から眼をそらさず、医療、介護などの高まるニーズを満たし、需要と雇用のミスマッチを是正することがサービス経済の高付加価値化につながるだろう。それがやがて労働力減少に直面する日本にとって整合的な道であると考えられる。