



Title	タイの企業間関係
Author(s)	今井, 久登
Citation	経済学部研究年報, 8-9, pp.33-45; 1993
Issue Date	1993-03-25
URL	http://hdl.handle.net/10069/26149
Right	

This document is downloaded at: 2019-06-25T10:19:00Z

タイの企業間関係

今 井 久 登

1. はじめに

日本企業の海外進出は1985年のプラザ合意以降の円高の中で急速に拡大してきた。そして、日本企業の海外進出がすすむ中でいわゆる日本的経営の普遍性ないし海外移転可能性ということが研究課題として浮上してきている。

日本企業の特徴としてよく指摘されることは、終身雇用、年功賃金などの日本的な雇用慣行の存在である。これは労働力の内部化、企業特化を技能形成を通じて促す^{注)}。そして、これは技能形成による労働生産性の向上という面で経済合理性をもつが、その反面で雇用調整コストが大きくなるという問題も生じる。そこで、日本企業は日本的な雇用慣用とは裏腹に景気変動のバッファとして企業間関係を利用することとなる。

ところが、製品の付加価値額の大部分を外注に依存するとすると、製品の品質管理、コスト管理のために日本のメーカーは外注先をも管理する必要が生じる。こうして、当初は純粋な市場取引に近かった外注取引関係のような企業間関係が、長期のリスク・シェアリングの関係、生産ノウハウ・経営ノウハウなどの情報を共有する関係、完成品メーカーが一定の権限をもつ関係へと転化していくこととなる。具体的にはこのことは高度成長期に

において下請・流通の系列化という形で進行した。

日本の企業間関係、特に下請関係の特徴は基本的には市場取引でありながら、下請企業が特定の親企業に販路を依存し、技術・経営などの援助をしてくれる親企業のコントロールの下にあるということである。

それでは、日本企業の海外進出が活発となる中で、このような日本の企業間関係の利用の仕方を他国において実施することは果たして可能であろうか。可能であるとすれば、どのくらいできるのだろうか。

以上のような問題意識に基づいて、本稿においては、最近日本企業の進出先として注目されるタイにおいて、そこでの企業間関係、特に機械関連の下請関係がどのような特徴をもっているのか、あるいはもちつつあるのかを明らかにしたい。

そこで、2. で日本企業の海外進出先とタイへの進出目的をみた後に、3. でタイの企業間関係、特に機械関連の下請関係、についてみる。4. はむすびである。

2. タイの日系メーカー

2-1. 日本企業の海外進出

ここでは、東洋経済新報社(1990)と商工中金調査部(1989)に基づいて、日本の機械関連メーカーの海外進出についてみていく。

表1によれば、日本の機械関連メーカーの

注) 例えば、小池(1991)を参照。

表1 日本の機械関連メーカーの進出先

	北米 (%)	ANIES(%)	ASEAN(%)	その他(%)	計
金属製品	31 18.8	71 43.0	34 20.6	29 17.6	165
一般機械	114 27.1	121 28.7	61 14.5	125 29.7	421
電気機器	180 20.0	305 34.0	163 18.2	250 27.8	898
輸送用機器	13 14.6	12 13.5	33 37.1	31 34.8	89
自動車・部品	130 36.0	78 21.6	73 20.2	80 22.2	361
精密機器	25 18.1	51 37.0	15 10.9	47 34.1	138
計	493 23.8	638 30.8	379 18.3	562 27.1	2072

(資料) 東洋経済新報社 (1990)

(注) ここでANIESは韓国, 台湾, 香港, シンガポール, ASEANはタイ, マレーシア, インドネシア, フィリピンである。数字は企業数。

進出先は、北米が23.4%, アジアANIESが30.8%, ASEAN (シンガポールを除く) が18.3%であり、アジア地域の比重が大きことがわかる。特に輸送用機器, 自動車部品ではASEAN向けの進出がそれぞれ37.1%, 20.2%であり、金属製品でも20.6%を占めている。輸送用機器関連を中心に機械関連メーカーのASEAN進出は大きな比重を占めているといえる。

表2は日本の機械関連の下請企業を対象としてその親企業の海外進出について調べたものである。

表2によれば、親企業が既に海外に進出しているものは調査対象全体の55.0%である。また、今後親企業が海外進出する可能性が大きいものは6.7%である。このように、大半の親企業が海外進出している。

次に、表3と表4より親企業の海外進出の下請企業への影響についてみる。

表3によれば、親企業の海外進出の影響は少ないとするものは全体の46.3%である。しかし、親企業の海外進出によって受注量が減少したとするものが33.3%ある。

表2 日本の親企業の海外進出

	(%)
既に進出	55.0
進出の可能性大	6.7
進出の可能性小	17.4
わからない	20.8

(資料) 商工中金調査部 (1989)

(注) ここで親企業とは機械メーカーで調査対象企業と直接の取引関係を持つものである。

そして受注減少の理由を表4よりみると、海外親工場の内製化によるとするものが50.4%, 親企業が現地の下請企業に発注するためとするのが35.6%である。

以上のことから、親企業の進出の影響は下請企業全体には及んでいないが、3割強に受注減をもたらしており、それは生産シェアの海外へのシフトに基づいている。ただし、これは単に生産シェアの移転ということだけでなく、一定の生産技術の高度化に伴って、それについていけない下請企業が切り捨てられたという面もあろう。

次に、表5によって日本の下請企業の海外

表3 親の海外進出の下請への影響

	(%)
受注減少	33.3
受注増加	9.7
影響少ない	46.3
わからない	10.6

(資料) 商工中金調査部 (1989)

(注) ここで下請企業とは機械メーカーと直接の取引関係を持つ企業である。

表4 受注減少の理由

	(%)
海外親工場の内製化	50.4
現地の下請企業に発注	35.6
日系他社下請企業に発注	6.6
その他	7.4

(資料) 商工中金調査部 (1989)

表5 日本の下請企業の海外進出と従業員規模

	既に進出	予定・検討中	進出しない	わからない	計
20人以下	0	1	67	5	73
(%)	0.0	1.4	91.8	6.8	100.0
50人以下	2	14	176	26	218
(%)	0.9	6.4	80.7	11.9	100.0
100人以下	7	21	188	27	243
(%)	2.9	8.6	77.4	11.1	100.0
300人以下	15	35	207	39	296
(%)	5.1	11.8	69.6	13.2	100.0
301人以上	24	17	44	13	98
(%)	24.5	17.3	44.9	13.3	100.0
計	48	88	682	110	928
(%)	5.2	9.5	73.5	11.9	100.0

(資料) 商工中金調査部 (1989)

(注) 数字は回答企業数。

進出についてみる。

表5によれば、既に海外進出を行っている下請企業は全体の5.2%であり、海外進出を予定・検討中のものは9.5%である。一方、今後とも海外進出を行わないとするものは73.5%である。

これをさらに従業員規模でみると、301人以上の企業の場合、既に進出しているのは24.5%、進出を予定・検討中のものは17.3

%にのぼっている。一方、100人以下の企業では、既に進出している企業はほとんどない。

このように大多数の下請企業が海外進出を行わないとし、進出する企業も比較的規模の大きい企業に限られるのは、海外進出のリスクが高く、そのリスクを負担できる下請企業が限られるからである。とはいえ、一部の下請企業は既に進出しており、この数は徐々に増えつつある。

表6 日本の下請企業の進出先

	北米	ANIES	ASEAN	その他	計
既に進出	21	19	6	3	49
(%)	42.9	38.8	12.2	6.1	100.0
予定・検討中	41	15	21	8	85
(%)	48.2	17.6	24.7	9.4	100.0

(資料) 商工中金調査部(1989)

(注) 数字は回答企業数。

日本の下請企業の海外進出先を表6によってみると、既に進出のもので、北米が42.9%、アジアNIESが38.8%、ASEANが12.2%である。進出を予定・検討中のものでは、北米が48.2%、アジアNIESが17.6%、ASEANが24.7%である。北米の割合が依然として大きいものの、アジア地域の割合も大きい。とりわけ、ASEANへ進出する割合は大きくなることが予想され、アジアではNIESからASEANへ進出先がシフトしつつあるといえる。

以上のように、日本の機械関連メーカーの海外進出は進展しており、現在ASEANは進出先として極めて注目に値するといえる。

2-2. タイの日系メーカー

ここでは、岡田(1993)と東洋経済新報社(1990)に基づいて、タイの日系メーカーの進出目的とその主な販売先と仕入先についてみていく。

岡田(1993)は、タイに進出している日本のメーカーを対象にアンケート調査を行っている。

表7によれば、タイの日系メーカーの進出目的は、現地での販路拡大が64.8%、タイから日本ないし第3国への輸出が38.1%、現地の低労賃の利用が53.3%、現地メーカーとの技術協力が31.4%である。現地の市場をターゲ

ットとするものが大半であるが、輸出と低労賃の利用という目的をもつものも多い。特に、完成品・部品メーカーと部品メーカーは、輸出と低労賃利用の目的を多くもっている。これは、これらの分野に組立型の機械関連メーカーが多く存在し、それらが輸出と低労賃利用の目的をもつからであろう。

次に、表8によって輸出と低労賃の目的の相関をみると、両方の目的をもつものと両方の目的をもたないものが多く、両者の間に相関がみられる。

これを表9～表12より取扱製品毎にみると、両方の目的をもたないものは完成品メーカーに多く、完成品・部品メーカーと部品メーカーでは両方の目的をもつものが多い。

したがって、機械関連メーカーの進出企業は他のメーカーと比べて輸出と低労賃利用の目的をよりはっきりともつといえる。

それでは、タイの日系機械関連メーカーの取引先は主に国内なのか国外なのか。その主な販売先と仕入先をみたのが表13と表14である。

表13によれば、日系メーカーの主な販売先はタイ国内であるものが65.8%である。ところが、電気機器ではこれが38.5%であり、日本を主な販売先とするものが46.2%で上回っている。また、自動車・部品でも日本または第3国を主な販売先とするものがそれぞれ

表7 タイの日系メーカーの進出目的(1)

	完成品メーカー (%)		完成品・部品メーカー (%)		部品メーカー (%)		原材料メーカー (%)		計 (%)	
全 体	70	100.0	11	100.0	18	100.0	6	100.0	105	100.0
現 地 の 販路拡大	49	70.0	5	45.5	13	72.2	1	16.7	68	64.8
輸入制限	6	8.6	1	9.1	0	0.0	0	0.0	7	6.7
輸 出	23	32.9	6	54.5	8	44.4	3	50.0	40	38.1
日 本	14	20.0	6	54.5	7	38.9	2	33.3	29	27.6
第 3 国	14	20.0	3	27.3	2	11.1	1	16.7	20	19.0
低 労 賃	33	47.1	8	72.7	12	66.7	3	50.0	56	53.3
技 術 協 力	23	32.9	4	36.4	5	27.8	1	16.7	33	31.4
原材料調達	7	10.0	2	18.2	1	5.6	2	33.3	12	11.4

(資料) 岡田 (1993)

(注) 調査時期は1991年10～12月。数字は回答企業数。

表8 タイの日系メーカーの進出目的(2)

	日本と第3 国へ輸出	日本へ輸出	第3国へ 輸出	輸出なし	計
低労賃あり	8	13	8	27	56
(%)	14.3	23.2	14.3	48.2	100.0
低労賃なし	1	7	3	38	49
(%)	2.0	14.3	6.1	77.6	100.0

(資料) 岡田 (1993)

(注) 調査時期は1991年10～12月。数字は回答企業数。

表9 完成品メーカーの進出目的

	日本と第3 国へ輸出	日本へ輸出	第3国へ 輸出	輸出なし	計
低労賃あり	4	7	6	16	33
(%)	12.1	21.2	18.2	48.5	100.0
低労賃なし	1	2	3	31	37
(%)	2.7	5.4	8.1	83.8	100.0

(資料) 岡田 (1993)

(注) 調査時期は1991年10～12月。数字は回答企業数。

表10 完成品・部品メーカーの進出目的

	日本と第3 国へ輸出	日本へ輸出	第3国へ 輸出	輸出なし	計
低労賃あり	3	2	0	3	8
(%)	37.5	25.0	0.0	37.5	100.0
低労賃なし	0	1	0	2	3
(%)	0.0	33.3	0.0	66.7	100.0

(資料) 岡田 (1993)

(注) 調査時期は1991年10～12月。数字は回答企業数。

表11 部品メーカーの進出目的

	日本と第3 国へ輸出	日本へ輸出	第3国へ 輸出	輸出なし	計
低労賃あり	1	4	1	6	12
(%)	8.3	33.3	8.3	50.0	100.0
低労賃なし	0	2	0	4	6
(%)	0.0	33.3	0.0	66.7	100.0

(資料) 岡田 (1993)

(注) 調査時期は1991年10～12月。数字は回答企業数。

表12 原材料メーカーの進出目的

	日本と第3 国へ輸出	日本へ輸出	第3国へ 輸出	輸出なし	計
低労賃あり	0	0	1	2	3
(%)	0.0	0.0	33.3	66.7	100.0
低労賃なし	0	2	0	1	3
(%)	0.0	66.7	0.0	33.3	100.0

(資料) 岡田 (1993)

(注) 調査時期は1991年10～12月。数字は回答企業数。

表13 日系メーカーの主な販売先

	タイ (%)		日本 (%)		第3国 (%)		計 (%)	
金属製品	3	100.0	0	0.0	0	0.0	3	100.0
一般機械	6	85.7	0	0.0	1	14.3	7	100.0
電気機器	5	38.5	6	46.2	2	15.4	13	100.0
輸送用機器	3	100.0	0	0.0	0	0.0	3	100.0
自動車・部品	8	72.7	2	18.2	2	18.2	11	100.0
精密機器	0	0.0	1	100.0	0	0.0	1	100.0
計	25	65.8	9	23.7	5	13.2	38	100.0

(資料) 東洋経済新報社 (1990)

(注) 数字は回答企業。

表14 日本メーカーの主な仕入先

	タイ (%)		日本 (%)		第3国 (%)		計 (%)	
金属製品	1	33.3	2	66.7	0	0.0	3	100.0
一般機械	3	50.0	3	50.0	0	0.0	6	100.0
電気機器	3	25.0	8	66.7	1	8.3	12	100.0
輸送用機器	3	75.0	2	50.0	0	0.0	4	100.0
自動車・部品	1	20.0	2	40.0	1	20.0	5	100.0
精密機器	0	0.0	2	100.0	0	0.0	2	100.0
計	11	34.4	19	59.4	2	6.3	32	100.0

(資料) 東洋経済新報社 (1990)

(注) 数字は回答企業。

18.2%ずつ存在している。機械関連メーカーの主な市場はタイ国内であるとしても、一定の国際取引の中に位置付けられているとみてよい。

表14によれば、日系メーカーで主な仕入先をタイ国内とするものが34.4%であるのに対し、日本とするものが59.4%で上回っている。特に金属製品と電気機器で主な仕入先が日本であるとするものが多い。

タイの日系機械関連メーカーの取引先は、以上のように、販売先はタイ国内が多く、仕

入先は日本が多いが、いずれも国際的な取引関係の中に位置付けられているといえる。

2-3. 小括

2-1~2-2. の分析をまとめると以下のようになる。

2-1. では、日本の機械関連メーカーの進出先としてASEANが注目されることを明らかにした。

2-2. では、①タイの日系メーカーの進出目的の主なものは、現地の販売拡大、輸出、

低労賃利用である、②輸出と低労賃利用の目的は相関があり、機械関連メーカーに多い、③日系機械関連メーカーの取引先は販売先はタイ国内が多く、仕入先は日本が多いが、いずれも国際的な取引関係の中に位置付けられる、ということを示した。

以上のことから、日本の機械関連メーカーは輸出と低労賃利用を目的としてタイに進出しており、その取引は国際的な取引関係の中に位置付けられるといえる。

このような中でタイの企業間関係はどうなっているのか、3. で検討したい。

3. タイの企業間関係

3-1. タイの支援産業

ここでは、港(1991)に基づいて、タイの支援産業 — 下請企業が多い産業 — について

表15 タイの支援産業

	(%)
食料品	-
繊維	13.6
衣類	18.1
皮革・履物	-
木製品・家具	3.0
紙・印刷	22.2
化学	4.8
陶器・ガラス	7.7
非金属	7.7
鉄鋼・非鉄金属	15.0
金属	12.5
機械・電機・輸送機器	10.3
その他	13.3
総平均	8.4

(資料) 港(1991), 原資料はアジア経済研究所の1984年調査。

(注) 数字は下請企業比率。

てみる。

表15によれば、タイの完成品メーカーを支える下請企業の多い産業は、①繊維(13.6%)、衣類(18.1%)といったアパレル関連産業、②紙・印刷(22.2%)といった梱包を含む紙関連、③鉄鋼・非鉄金属(15.0%)、金属(12.5%)、機械・電機・輸送機器(10.3%)といった機械関連産業である。やはり、日本と同様に組立型の産業が支援産業としての役割を果たしている。

そこで次に、タイの機械関連に下請関連をみていく。具体的には、3-2. でタイの自動車・電機部品メーカーを、3-3. でタイの金属加工下請をみていくこととする。

3-2. タイの自動車・電機部品メーカー

ここでは、洞口(1991), 八幡(1989, 1992)に基づいて、タイの自動車・電機部品メーカー — 1次下請層 — についてみていく。

日系自動車メーカーはタイ、フィリピンなどASEAN諸国に多く進出しているが、どのくらい現地で必要とする部品を調達できるのであろうか。

表16によれば、タイでまたはフィリピンで調達できる自動車部品は品目比率でそれぞれ

表16 タイ・フィリピンで調達できる自動車部品

	タイ	フィリピン
全 体	30.9%	16.8%
エンジン部品	28.4	10.2
電 装 部 品	25.5	12.2
駆 動 系 部 品	24.2	14.5
懸 架 系 部 品	21.7	26.1
車 体 部 品	58.1	27.4
用 具	27.8	19.4

(資料) 洞口(1991) p.17.

(注) 数字は品目比率。

30.9%、16.8%である。日本では100%の自動車部品が調達可能であるから、タイとフィリピンで調達できる部品はまだ少ないといわざるをえない。しかし、なかでもタイと比べてフィリピンは少ないのであり、タイはフィリピンと比べれば現地で調達できる部品が多い。特に、エンジン部品、電装部品、駆動系部品、車体部品でタイにはあってもフィリピンにはない部品が多いのである。この理由について洞口（1991）は、①タイには日系部品メーカーが多く進出している。②フィリピンから外貨政策上の理由でフォードとGMが撤退している。③フィリピンでは輸出加工区を中心にCKD生産のみが行われている、ということを指摘している。日本ほどではないにせよ、タイでは日系部品メーカーを中心に現地で調達できる部品が増えつつあるといえる。

それでは逆に、タイの日系を含む現地の自動車部品メーカーはどこにどれくらい部品を売っているのだろうか。

表17によれば、タイの自動車部品メーカーの販売依存率は、日系メーカーが47.7%、他のメーカーが9.2%、自動車以外が24.1%、独自ルートが18.9%であり、日系メーカーに対する依存率が大きいことがわかる。特に、

ライン装着用の部品を示すOE比が50%以上を占める企業の日系メーカーに対する依存率は65.3%であり、OE比50%未満の日系メーカーに対する12.0%と比べて格段に大きい。また、主に専用部品を生産する企業の日系メーカーに対する依存率は55.3%であり、汎用部品を生産する企業の日系メーカーに対する依存率36.9%を大幅に上回っている。さらに、従業員が200人以上の部品メーカーの日系メーカーに対する依存率は53.4%であり、従業員200人未満の部品メーカーのそれが39.4%であるのと比べて大きくなっている。

したがって、タイの自動車部品メーカーは全体として日系メーカーに依存する傾向が強いが、とりわけ、OE比が50%以上の部品メーカー、主に専用部品を生産するメーカー、従業員200人以上の部品メーカーが、日系メーカーに依存する割合が大きい。つまり、特定の自動車製品に特化した部品を扱い、比較的規模の大きい自動車部品メーカーが、日系メーカーに対する販売依存率を高くもつ傾向がある。

次に、タイの自動車部品メーカーと電機部品メーカーが特定の親企業にどのくらい依存しているのかをみるために、日本の部品メー

表17 タイの自動車部品メーカーの販売先

	日系メーカー	他のメーカー	自動車以外	独自ルート
全 体	47.7%	9.2%	24.1%	18.9%
OE 50% 以上	65.3	12.7	17.0	5.0
OE 50% 未満	12.0	2.2	38.5	47.3
専用部品を生産	55.3	11.2	11.9	21.6
汎用部品を生産	36.9	6.4	41.5	15.1
従業員200人以上	53.4	8.9	36.6	1.1
従業員200人未満	39.4	9.8	5.5	45.3

(資料) 八幡 (1989) p.239。

(注) 数字は販売依存率。

表18 自動車・電機部品メーカーの1位依存率

	25%未満	50%未満	75%未満	100%以下
タイ自動車	23.5%	23.5%	29.4%	23.5%
日本自動車	5.9	22.0	28.2	44.0
タイ電機	20.0	26.7	33.3	20.0
日本電機	10.7	22.5	25.1	41.8

(資料) 八幡 (1992) p.47, 商工中金調査部 (1989)

(注) ここで1位依存率とは売上に占める最大親企業の割合である。数字は回答企業数の構成比。

カーと比べながら、それらの1位依存率をみる。

表18によれば、タイの自動車部品メーカーで1位依存率が75%以上のものは全体の23.5%であるが、日本の自動車部品メーカーで1位依存率が75%以上のものは44.0%である。また、タイの自動車部品メーカーで1位依存率が50%以上のものは52.9%であるが、日本では1位依存率が50%以上のものは、72.2%である。したがって、日本と比べればタイの自動車部品メーカーの1位依存率は相対的に低いといえる。

同様に電機部品メーカーについてみると、タイの電機部品メーカーで1位依存率が75%以上のものは全体の20.0%であるが、日本の電気部品メーカーで1位依存率が75%以上のものは41.8%である。また、タイの電機部品メーカーで1位依存率が50%以上のものは、53.3%であるが、日本では1位依存率が50%以上のものは66.9%である。したがって、日本と比べればタイの電機部品メーカーの1位依存率は相対的に低いといえる。

このように、タイの自動車部品メーカーも電機部品メーカーも日本と比べて特定の親企業に対する依存率が低いのであるが、その理由としては、①日本の下請関係の特徴として下請企業が特定の親企業に依存する傾向が強

いこと、②自動車部品についても電機部品についてもASEANの中での国際的な分業が進んでいること、が指摘できる。

ただし日本と比べて低いといっても、タイの自動車部品メーカーで1位依存率が50%以上のものが52.9%、電機部品メーカーで1位依存率が50%以上のものが53.3%存在しており、日系メーカーとのつながりが強いこともあるので、タイの部品メーカーの特定親企業に対する依存率はより大きくなっていくことが十分予想される。

以上のように、タイの機械関連の1次下請層は、それ自体日系企業である場合もあるが、日系の完成品メーカーとのつながりが強く、日本と同じような専属的な下請取引関係を形成しつつあるといえる。

3-3. タイの金属加工下請

ここでは、主にアジア経済研究所 (1989) に基づいて、タイの金属加工下請 — 2次、

表19 タイの金属加工下請

	(%)
特定の生産工程	47.1
部品の生産	23.5
完成品組立	29.4

(資料) アジア経済研究所 (1989) タイ編。

表20 金属加工下請の1位依存率

	10%未満	50%未満	100%以下
タイ	12.5%	62.5%	25.0%
インドネシア	11.1	66.7	22.2
日本	—	—	35.3

(資料) アジア経済研究所 (1989) タイ編, インドネシア編, 商工中金調査部 (1989)

(注) ここで1位依存率とは売上に占める最大親企業の割合である。数字は回答企業数の構成比。

3次下請層 — についてみていく。

表19によれば, タイの金属加工を行う下請企業では, 特定の生産工程に従事するものが47.1%, 部品の生産を行うものが23.5%, 完成品の組立を行うものが29.4%である。総じて, タイの金属加工下請は部品メーカーの下請, したがって完成品メーカーからみて2次, 3次下請であるものが多いといえる。

それでは, 2次, 3次下請が多いと考えられるタイの金属加工下請は特定の親企業にどのくらい依存しているのだろうか。

表20によれば, タイの金属加工下請企業で1位依存率が50%以上のものは25.0%である。これに対して, インドネシアの金属加工下請企業で1位依存率が50%以上のものは22.2%であり, 日本の金属加工下請企業で1位依存率が50%以上のものは35.3%である。日本と比べれば, タイもインドネシアも金属加工下請企業の1位依存率は低いといえる。また, 表18より, タイの自動車部品メーカー, 電機部品メーカーで1位依存率が50%以上のものはそれぞれ52.9%, 53.3%であるが, これらに比べてもタイの金属加工下請企業の1位依存率は低い。したがって, タイの金属加工下請は, インドネシアと同様に, 特定の親企業にあまり依存していない。

表21 親企業からの主な援助

	(%)
原材料の供給	58.8
技術指導	17.6
経営指導	0.0
資金援助	17.6
設備の供与	5.9

(資料) アジア経済研究所 (1989) タイ編。

(注) 回答は2項目以下。

表22 親企業の技術指導

	(%)
技術者の派遣	23.5
なし	76.5

(資料) アジア経済研究所 (1989) タイ編。

以上のように, タイの金属加工下請は自動車や電機の部品メーカーと異なり1位依存率は小さいのであるが, 親企業との関係はどうなっているのであろうか。以下, 表21~24によってタイの金属加工下請企業の親企業との関係をみていくこととする。

表21によれば, タイの金属加工下請に対する親企業からの主な援助についてみると, 原材料の供給を受けているものが58.8%, 技術指導を受けているものが17.6%, 資金援助を受けているものが17.6%である。したがって, タイの金属加工下請が受けている親企業からの援助は主に原材料の供給である。ただし, 表21のもととなる調査では回答が2項目以下に限定されている。

そこで, タイの金属加工下請は親企業から技術指導を受けているのかどうか, 受けているとすればどのような形で受けているのかをみたのが表22である。

表22によれば, タイの金属加工下請で親企業から技術者の派遣を受けているものは調査対象全体の23.5%である。一方, 何も親企業

表23 単価の決定方法

	(%)
入札	23.5
交渉	17.6
親企業が決める	5.9
自社が決める	64.7
その他	5.9

(資料) アジア経済研究所 (1989) タイ編。

表24 下請取引の安定性

	(%)
規則的で安定	5.9
規則的だが不安定	35.3
安定だが不規則	5.9
不規則で不安定	52.9

(資料) アジア経済研究所 (1989) タイ編。

から技術指導を受けていないものは全体の76.5%である。したがって、タイの金属加工下請で親企業から技術指導を受けているものは一部に限られている。

それでは、タイの金属加工下請においてその単価の決定はどのように行われているのであろうか。

表23によれば、下請企業自らが単価を決定するものは全体の64.7%である。また、入札で決めるものが23.5%、親企業との交渉で決めるものが17.6%である。親企業が一方的に単価を決めるものは全体の5.9%に過ぎない。タイの金属加工下請においては、下請企業の側が単価を決める場合が支配的である。

最後に、タイの金属加工下請においてその取引は安定的なものであろうか。

表24によれば、金属加工下請の取引が不規則で不安定とするものが全体の52.9%である。また、下請取引が規則的ではあるが不安定とするものが全体の35.3%である。つまり、金属加工下請の88.2%がその取引を不安定な

ものとしている。タイの金属加工下請の取引はほとんど不安定なものである。

以上の表21～24に基づく評価をまとめると、タイの金属加工下請は、①親企業から原材料の供給を受けているものが多い、②親企業の技術指導を受けているものは限られる、③下請企業の側が単価を決めることが多い、④取引は不安定なものである、ということが出来る。つまり、タイの金属加工下請は親企業から原材料供給を受けているものが多いとはいえ、親企業とのつながりは概して弱いものである。このことと金属加工下請の1位依存率が小さいことをあわせて考えれば、タイの金属加工下請は浮動的な取引関係の下にあるといえる。つまり、タイの2次、3次下請は浮動的な下請関係の下にあるのである。

3-4. 小 括

3-1～3-3. の分析をまとめると以下のようなになる。

3-1. では、タイの支援産業の主なものは、アパレル関連産業、紙関連産業、機械関連産業であることを明らかにした。

3-2. では、①日系部品メーカーを中心にタイで調達できる自動車部品はまあまあある、②自動車部品メーカーは日系メーカーとのつながりが強い、③自動車・電機部品メーカーの特定の親企業に対する依存率は小さくはない、つまり、そこでは専属的な下請関係が形成されつつある、ということを明らかにした。

3-3. では、①タイの金属加工下請は2次、3次下請が多い、②タイの金属加工下請は特定の親企業に対する依存率が小さい、③タイの金属加工下請は親企業とのつながりが弱い、つまり、浮動的な下請関係の下にある、ということを明らかにした。

以上のことから、タイの機械関連の下請関

係では1次下請層は日系メーカーの働きかけもあって親企業との間に専属的な下請関係を形成しつつあるが、2次、3次下請層は依然として浮動的な下請関係の下にあるといえる。

4. むすび

本稿の課題は、タイの企業間関係、特に機械関連の下請関係の特徴を明らかにすることであった。

2. では、日本企業の海外進出先とタイへの進出目的をみた。そこでは、日本の機械関連メーカーは輸出と低労賃利用を目的としてタイに進出しており、その取引は国際的な取引関係の中に位置付けられるということがわかった。

3. では、タイの機械関連の下請関係、具体的にはタイの自動車・電機部品メーカーと金属加工下請について検討した。そこでは、タイの機械関連の下請関係では1次下請層は日系メーカーの働きかけもあって親企業との間に専属的な下請関係を形成しつつあるが、2次、3次下請層は依然として浮動的な下請関係の下にあるという結論を得た。

結局、タイの1次下請層の専属化は日本企

業の国際的な経営戦略の下ですすめられているのである。

(付記) 本稿の作成にあたり、(財)瓊林会より研究奨励金を得たことに感謝致します。

引用文献

- アジア経済研究所 (1989) 『発展途上国中小企業研究報告書』
- 洞口治夫 (1991) 「フィリピンの乗用車市場構造と日系アッセンブリー・メーカーの役割」アジア経済, 12月。
- 小池和男 (1991) 『仕事の経済学』東洋経済新報社。
- 港徹雄 (1991) 「タイにおける下請分業関係の発展」中小企業季報, 2月。
- 岡田裕正 (1993) 「日本企業のタイ国進出と会計問題に関する調査」経営と経済, 3月。
- 商工中金調査部 (1989) 『新しい分業構造の構築を目指して』
- 東洋経済新報社 (1990) 『業種別海外進出企業』
- 八幡成美 (1989) 「タイにおける現地自動車部品メーカーの人材育成問題」尾高煌之助編『アジアの熟練』アジア経済研究所。
- 八幡成美 (1992) 「タイ国自動車, 電機産業の部品調達状況とその問題点」北村かよ子編『ASEAN機械産業の現状と部品調達』アジア経済研究所。