

今求められる日系中小企業の グローバル化とは

渡 辺 幸 男
(慶 應 義 塾 大 学)
(名 誉 教 授)



筆者が日本の機械工業中小企業の調査を本格的に始めた1976年の夏当時、日本機械工業は、1次加工から全て日本国内に立地する国内完結型生産体制であり、その下で、多様な機械工業分野で圧倒的な国際競争力を獲得しつつあった。日立等での企業城下町も健在で、東京の小零細企業層の調査から始めた筆者にとって、国内立地の日系企業間の取引関係のもつ多様性を確認することが課題であった。

実態調査をふまえ下請取引関係を巡って生じた諸議論を整理した筆者の下請制論の要約を、商工金融での最初の巻頭言「下請制論の百花斉放—何がかけているか—」として、1991年に書いた。その号の巻頭論文は、関満博氏の「中国大連への日本企業の進出—北東アジア地域における生産拠点の形成—」であり、筆者の東アジア化の視点を先取りする、関氏らしい論文であった。しかし、当時の日本機械工業での下請制論ではそこまで視野に入れる必要はなかった。

その後20年、日本機械工業は国内完結型生産体制から大きく変化した。東アジア化である。1980年代、日系企業は完成品生産の大企業が、日米欧の3極生産体制を構築し始め、やがて、日本を中心とした生産体制は東アジアを範囲とする生産体制へと拡大した。国内の下請取引関係のみを見ていた90年代後半の筆者にも、この動きは見えた。完成品生産日系大企業の取引関係が、日米欧3極の1極として国内に留まらず東アジアに展開し、そこで新たな取引関係を日系企業や現地企業とむすぶ変化が展望された。

このような日系企業間の取引関係広域化は、筆者にとってなじみのものであった。京浜地域の機械工業集積の一部の機能、労働力不足の下、より安価な豊富な労働力を求め京浜地域に近接立地する必要性の薄い安定的量産機能が、従来の集積から離れ広域展開した。この現象の延長上で、日系大企業の東アジアへの工場展開が位置づけられた。2000年頃までは、東アジアの機械工業について、日系企業中心に東アジア大の分業構造を考えても、それほど間違いではなかった。

そんな中、筆者は、機会に恵まれ、2000年から中国で地場中小企業の調査を行えた。中国中小企業の実態調査を通し、日系中小企業の「グローバル」化の現状と課題も見えてきた。

山田伸顕氏の語る大田区中小企業のグローバル化は、日系企業間取引を前提とした東アジア広域化である。そこでは、特定加工に専門化した機械工業日系中小企業にとって国境を越える

ことは、日系完成品大企業の国境を越えた直接投資に対応することと把握されている。もちろん、国内の取引関係の単純な延長線上ではなく、海外直接投資を契機に取引関係はより多様な錯綜したものとなる。しかし、日系企業間の取引関係として東アジアでの取引関係が想定され、日系中小企業の発展展望が描かれる。

日系中小企業のグローバル化を考える時これで良いのか。筆者は、中国で地元の機械工業中小企業のたくましさを見、疑問を感じた。かいま見た浙江省黄岩市の金型企業の中には、中国全体からの受注を開拓するのみならず、中東の家電メーカーに輸出する企業がある一方で、日系企業の金型づくりの水準の高さに注目し、あえて日系企業からの受注開拓に挑む企業も存在した。中国国内で金型市場が急拡大している中、あえて輸出市場や面倒な日系企業からの受注を目指す企業も存在することで、その競争の激しさと新たな市場への挑戦意欲の強さを感じた。積極的な異文化取引市場への挑戦である。他方、日系中小企業の多くは、国境を越えた取引の実現といっても、基本的に日系の機械工業の同一取引文化内で、地理的拡大を実現しているに過ぎない。

他方で、シンガポールの電機の下請加工中小企業には、進出した多国籍企業の撤退により経営存続の危機に追い込まれ、欧州等の企業からの受注開拓に挑み、それに成功した事例もあることを、山本聡氏が紹介している。

これらの企業と日系中小企業とでは、何が違うのか。取引関係の開拓、グローバル化といった時、これらの企業にとって、これまで全く対応できていなかった異文化企業からの受注を、技術的にも飛躍し実現することを意味する。異文化交流としてのグローバル化を実現し、結果、新たな洋々たる展望を切り開いている。日系中小企業は、日系企業の同文化交流の下で、日系企業群の広域化とともに国境を越えている。異文化交流としての新たな飛躍は稀である。

2000年代に入ってからの日立地域の下請中小企業の脱日立の一定程度の成功、国内で既存受注先以外の一品生産化による日系企業受注先開拓成功等が、諸研究機関の調査で紹介されている。これらは、当面の日系中小企業にとって、同一取引文化圏内で新たな受注先を開拓できる恵まれた環境の存在を示唆する。環境に恵まれていることで、日系中小企業は、本来的な異文化交流としてのグローバル化に関し、他地域の技術的には遅れている中小企業に対し周回遅れとなるのではないか。日系中小企業にとって、今、洋々と広がる市場は、日系企業からのものではなく、東アジアを中心とした多様に発展する異文化取引圏の企業群絡みのものであろう。この市場を開拓する必要性に迫られない当面の幸運は、幸運なのであろうか。

華南の東莞市に進出した日系中小企業が、現地中国系企業向けを始めたら、口コミで顧客が増え日系企業外の売上の比率が急増していると、兼村智也氏が学会で紹介していた。今まだ、日系サプライヤは現地サプライヤの持たない技術をもつ貴重な存在である。だが、2020年代には技術的に追いつくであろう東アジアの同分野中小企業と、周回遅れで異文化企業からの受注開拓競争を強いられることになる。技術的優位を保持している今こそ、あえて異文化交流に乗り出すことが必要ではないか。これこそ、日系中小企業にとって、今必要なグローバル化であろう。