

復興へ向けたアジアからの呼びかけ

―対等なパートナーシップ構築と日本の誇り―

栗田 匡相 助教（開発経済学）

あの震災の起きた日、私は中国の北京にいた。人民大学への学生引率や開発経済学の授業を行うためであった。ひとりの学生がドンドンとホテルの部屋をたたき、青ざめた様子で部屋に入ってきた。「先生、東北地方でものすごい大きな地震があったみたいで、東京とかも大変みたいです。テレビでやっているんでみてください」とのこと。ところが、私の部屋のテレビは故障中でつかなくだったので、代わりに彼の部屋に見に行くと、すさまじい津波の映像が何度となく流れていた。「ああ、そういえば2001年9月11日に起きた911の時もミャンマーの山奥にいたっけ」などとすっとんきょうな思いを抱いた筆者は、「実感」という言葉からはかけ離れた映像に、思考が追いついていない状況であった。

ベトナム、ハノイ近郊にあるタンロン工業団地は、日系の名だたるメーカーが入居する大規模な工業団地だ。広さは274ヘクタール。東京ドームおよそ60個分の敷地に巨大な工場が建ち並び、そこにはCanon、Panasonic、といった大

きな看板が掲げられ、約55000人ものベトナム人労働者が働いている。輸出主導型の成長戦略で発展を遂げてきたベトナム高度成長のシンボルのような場所である。8月の初旬に、研究視察のためにそのタンロン工業団地を訪れた私は、少々ショッキングな事実を目の当たりにすることになった。上記のような大規模な工場だけでなく、中小企業向けの小規模な工場アパートの分譲を今年から始めたところ、あれよあれよという間に入居企業が決まったという。とりわけ、震災後には問い合わせが増え、空いていたスロットが次々と埋まっていったということだ。6重苦という言葉があるらしいが、円高、高い法人税、労働コストの高さ、厳しい温暖化排出規制、自由貿易協定交渉の遅れ、そして震災後の電力供給不足、である。いわゆる日本の製造業企業が直面している課題であり、震災前から生じていた空洞化の現象に震災後の電力供給不足が加わり、空洞化がより一層激しさを増しているということが、ハノイの現状からもうかがい知ることが出来た。

筆者は、ベトナム、タイ、中国の時事ニュースが毎日配信されるサービスを利用しているが、そこには、日本の企業が現地に進出したという記事が並ぶ。昨日のニュース（10月18日）だけでも、東芝ホーム、三井住友銀行、ニフコといった企業が現地生産の開始や現地支社の開設などを行っていた。日本企業だけではない。中国の青島ビールがタイ工場を創設し、来年から5万トン規模の生産を開始するため、現地で調印式があったようだ。

2009年度海外事業活動基本調査の結果を見てみると、日本の製造業全体の海外生産比率は2000年の11.8%から2009年には17.2%に上昇している。もともと数値の高い輸送機械部門では、39.3%と4割近くに達し、これは企業売上高の4割が海外での生産によってまかなわれていることを意味する（表1）。また、製造業現地法人の現地・域内調達比率を見てみると、北米では67.9%、アジアでは72.9%、ヨーロッパが57.3%を、各地域ともに仕入高の6〜7割を現地・域内で調達して

