

円安ウォン高でも韓国企業は脅威か

— 日韓企業の競合の背景と日本企業の課題 —

調査部 上席主任研究員
岩崎薫里

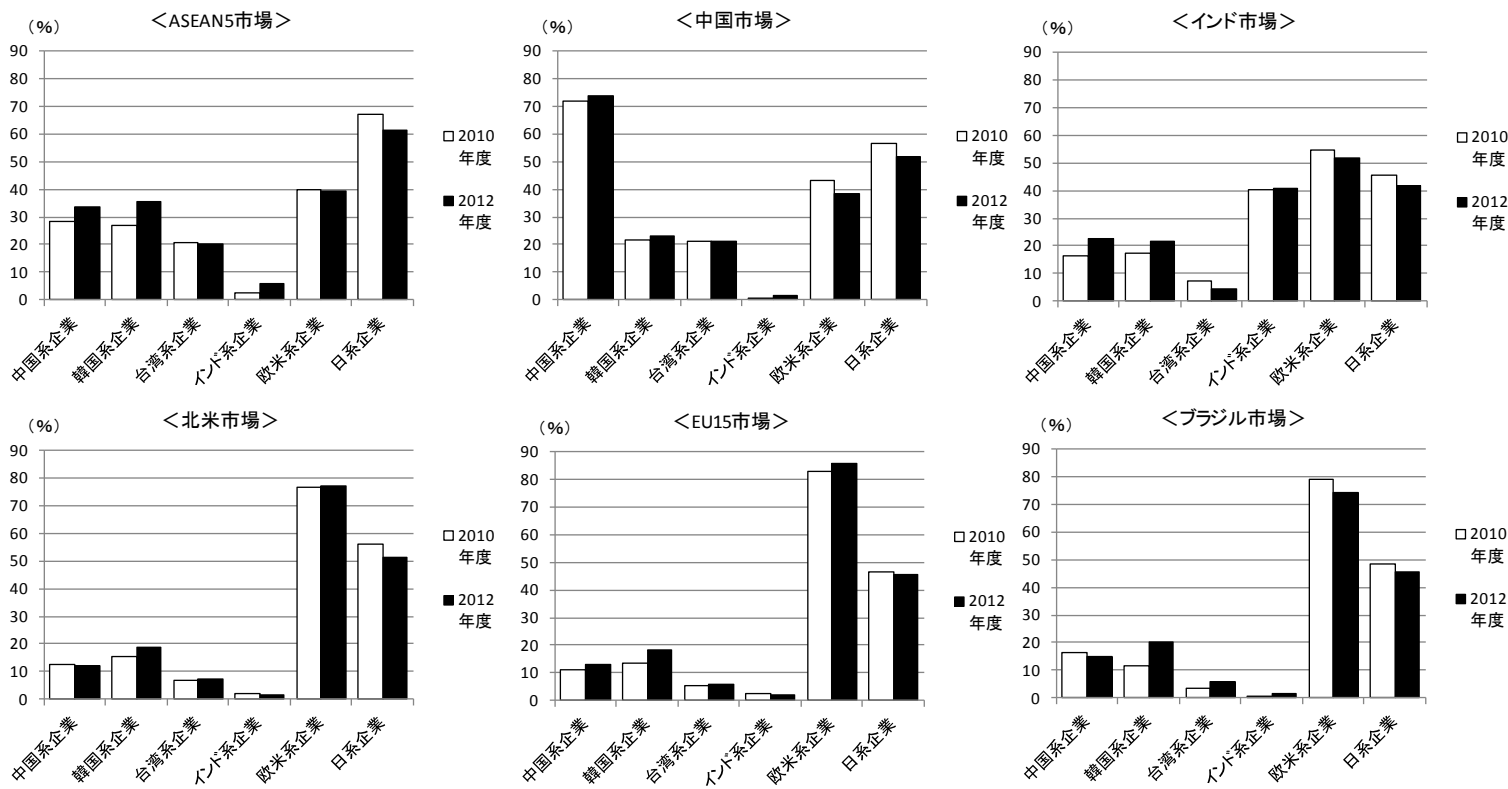
2013年3月12日
No.2012-18

- ◆ 近年、海外で日本企業が韓国企業と競合する事態が増加。これは、①日韓企業の輸出相手先や輸出品目が似通うようになったこと、②韓国製品の非価格競争力が向上していること、という相互に関連する要因のため。
- ◆ そうした状況下、世界のトップシェアの地位が日本企業から韓国企業に移った製品分野がある一方で、日本企業が依然としてトップシェアを維持する製品分野も。
- ◆ 最近のウォン高円安を受けて、韓国企業の価格競争力低下への期待から、日本国内での韓国脅威論がやや後退。しかし、韓国企業の非価格競争力の向上が価格競争力の低下をある程度減殺する見込み。さらに、韓国企業の非価格競争力が今後一段と向上し、日韓企業の競合はむしろ今以上に激化する可能性も。
- ◆ 日本企業の韓国企業に対する強みは、①多岐にわたる分野で②高品質・高性能の製品を有する企業が③世界のトップシェアを握っていること。一方、弱みは、①経営のスピードが遅い、②売るため、儲けるための工夫が不十分、③日本製品の価格競争力が弱い、の3点。日本企業に求められるのは、韓国企業に対する強みを維持・強化するとともに、弱みを克服すること。

日韓企業の競合

- 近年、海外で日本企業が韓国企業と競合する事態が増加。
 - 国際協力銀行「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告」
 - 競合相手として「韓国系企業」と回答した日本企業の割合は6市場すべてで2012年度には2010年度対比で上昇。

(図表)わが国企業の海外市場での競合状況(国際協力銀行アンケート調査結果)

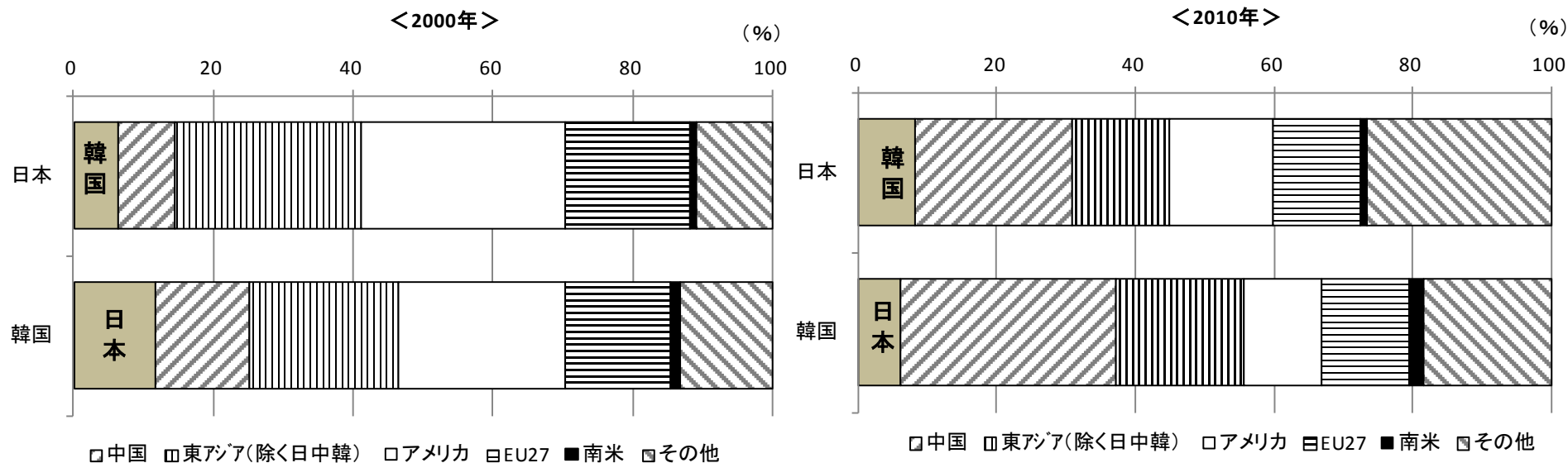


(資料)国際協力銀行「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告:2012年度」(2012年12月)。
 (注)各市場で自社と激しく競合している企業について質問。複数回答。市場ごとの回答数を各市場について回答した社数で除して算出。

日韓の輸出相手先構成

- 日韓企業の競合が強まっている要因その1: 輸出先が似通う。
- その結果、輸出相手先の構成において日韓が接近。
 - 日韓とも、中国を中心にアジアに軸足を置く輸出構造へ。
 - 2000年: 韓国はすでにアジア中心、しかし、日本は欧米中心。
 - 2010年: 日本もアジア中心へ。
 - 日韓とも輸出相手先が多様化。
 - 「その他」項目の比重が上昇。

(図表) 日韓の主要輸出相手先の構成



(資料) RIETI-TID2011

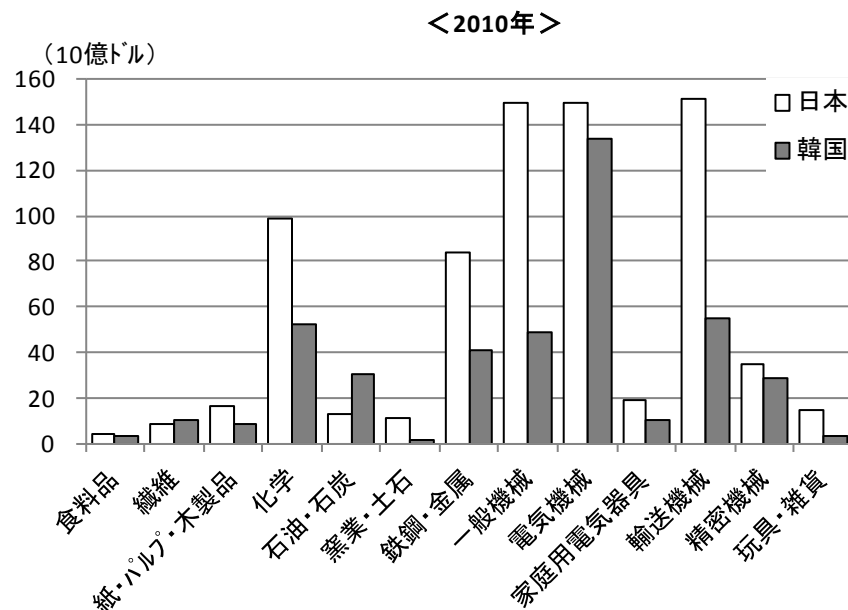
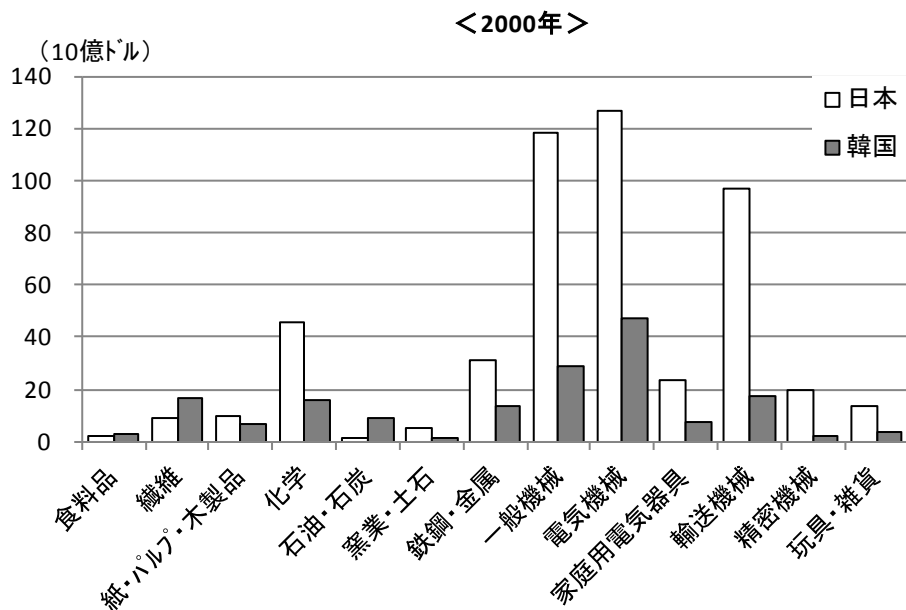
(注1) 東アジア(除く日中韓)は、香港、台湾、シンガポール、インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ブルネイ、カンボジア、ベトナム。

(注2) 南米はアルゼンチン、ブラジル、パラグアイ、ウルグアイ、ベネズエラ。

日韓の輸出品目構成

- 日韓企業の競合が強まっている要因その2:輸出品目が似通う。
 - 日本の3大輸出品目(一般機械、電気機械、輸送機械)において、日韓の輸出額の差が過去10年間で縮小。
 - とりわけ韓国の電気機械の輸出額はいまや日本の9割に。
 - 携帯電話(スマートフォンを含む)、パソコン、タブレット端末、ディスクドライブ、プリント基板などで韓国の輸出が急拡大したことが主因。

(図表)日韓の品目別輸出額

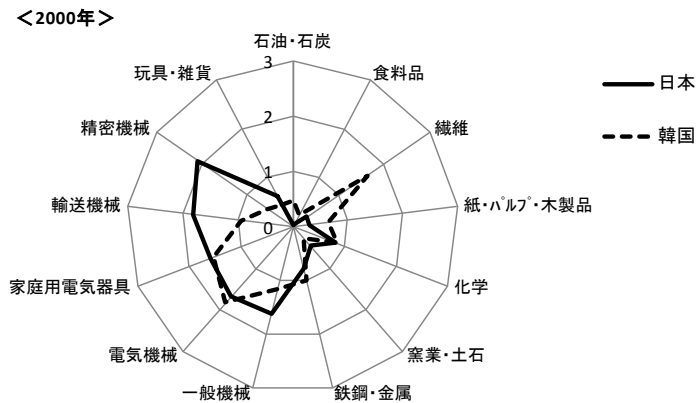


(資料)RIETI-TID2011

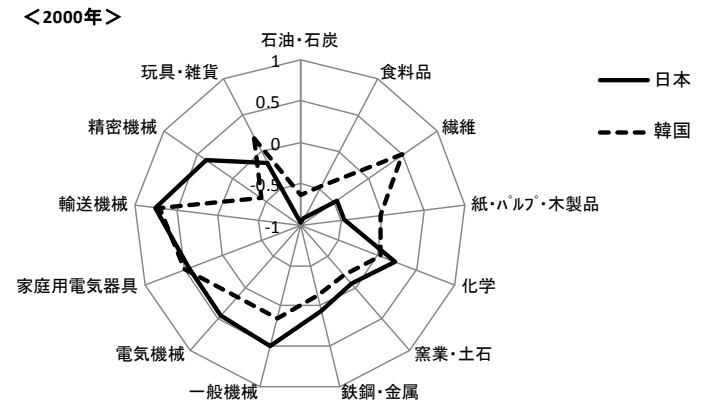
日韓の輸出品目構成

- 輸出品目が似通うようになった背景には、日韓の比較優位構造の接近。
 - 韓国が比較優位を持つ輸出品目が、労働集約型・素材型から加工型にシフト。加工型に比較優位を持つ日本と類似する構造へ。

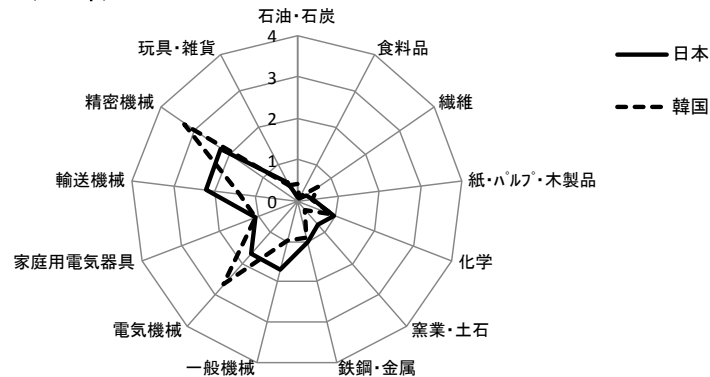
(図表) 日韓の顕示比較優位(RCA)指数



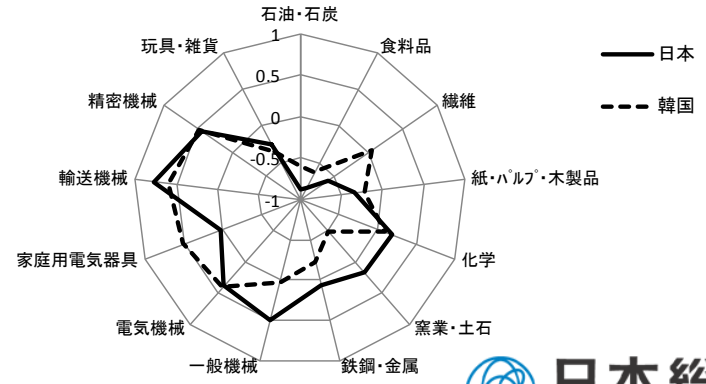
(図表) 日韓の貿易特化係数



<2010年>



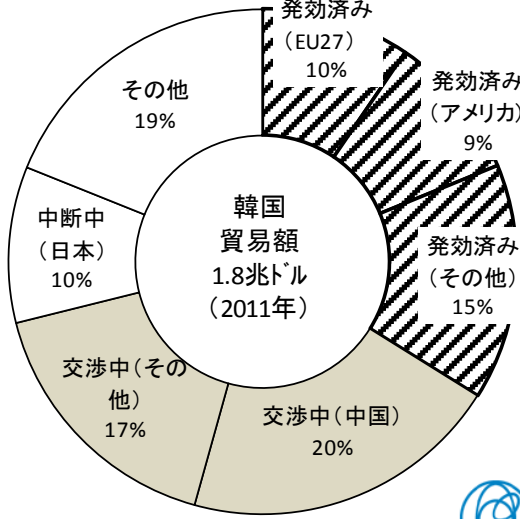
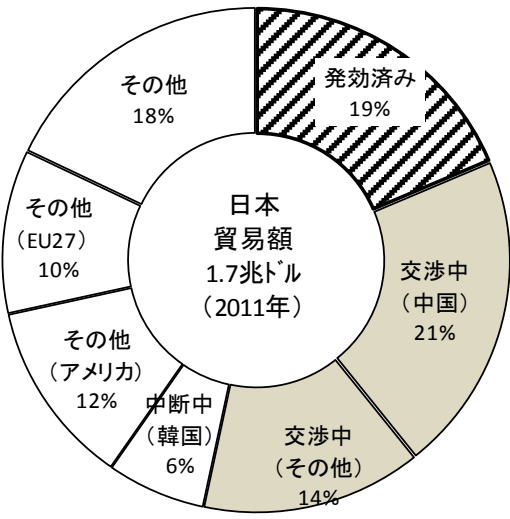
<2010年>



韓国製品の国際競争力

- 日韓企業の競合が強まっている要因その3: 韓国製品の非価格競争力が向上。
 - 従来、韓国製品は日本製品に比べて総じて非価格競争力では劣ったものの、価格競争力では優位。
 - 日本よりも低い人件費、法人税、電力価格など。
 - 自由貿易協定(FTA)を通じて締結相手国の関税率が低下。
 - そこへ近年、韓国企業の技術力が着実に向上していることに加えて、デザイン、ブランド、マーケティングなどの面でも顕著な改善。
 - こうした非価格競争力の向上が韓国製品の国際競争力全体を底上げ。

(図表)日韓のFTA取組相手国・地域との貿易額の比重



(資料)経済産業省ほか

韓国製品の国際競争力

- 韓国製品の非価格競争力向上の事例：韓国車。
 - 韓国車はかつて「安かろう、悪かろう」の典型。
 - しかし、2000年代入り後に品質が急速に改善。

(図表) J.D.パワーによるアメリカ自動車初期品質調査(IQS)

(件)

	平均	韓国車		日本車		アメリカ車		欧州車
		現代	起亜	トヨタ	ホンダ	GM	フォード	BMW
1998年	176	272		163		182		156
1999年	167	227		144		177		171
2000年	154	222		132		164		154
2001年	147	214		135		153		141
2002年	133	172		123		137		137
2003年	133	152		126		135		135
2004年	119	117		111		123		122
2005年	118	110	140	105	112	113	127	95
2006年	124	102	136	106	110	119	127	142
2007年	125	125	125	112	108	131	120	133
2008年	118	114	119	104	110	127	112	126
2009年	108	95	112	101	99	116	102	112
2010年	109	102	126	117	95	126	93	113
2011年	107	108	113	101	86	104	116	109
2012年	102	107	107	88	83	99	118	97

(資料) J.D. パワー・アンド・アソシエイツ「米国自動車初期品質調査」各年

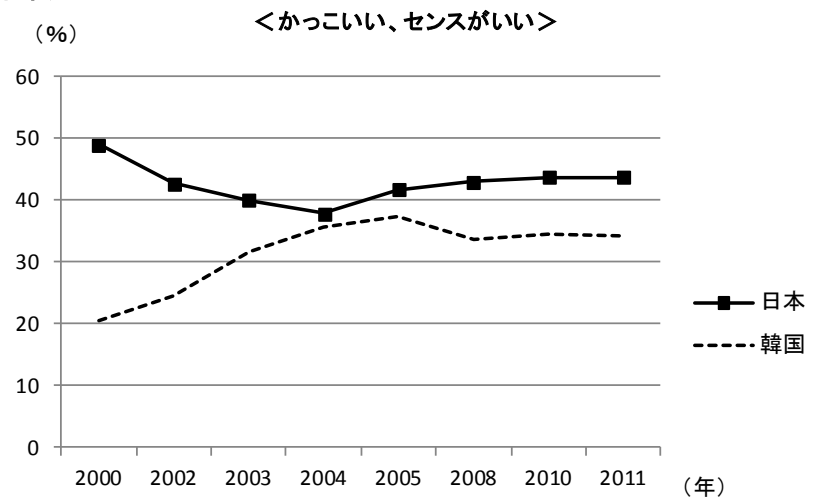
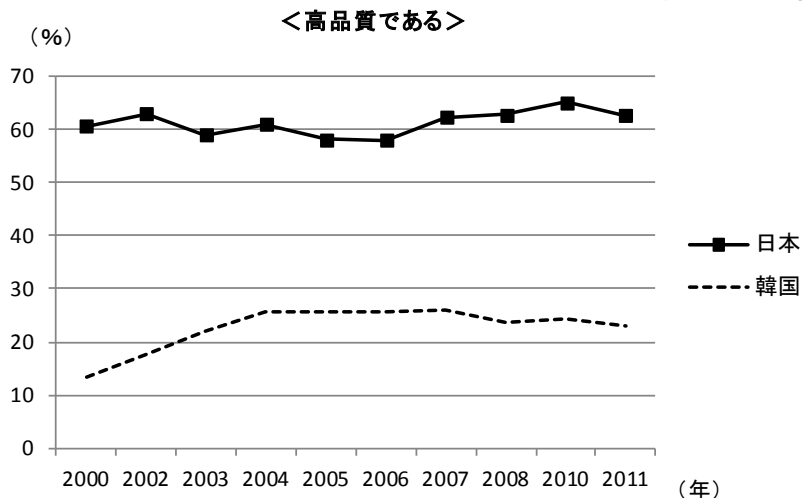
(注1) IQS (Initial Quality Study) : 購入後90日間の車両100台当たり不具合指摘件数。新車購入者に対して、外装、走行性能、装備品などに関する200以上の項目について不具合があるかどうかを尋ねたうえで集計。数値が小さいほど品質が高いことを示す。

(注2) 2004年までは国・地域別の値、2005年以降はブランド別の値。

韓国製品への評価

- 韓国製品に対する評価が向上。
 - 博報堂「グローバル生活者調査レポート」
 - 韓国製品について「高品質である」「カッコいい、センスがいい」との回答割合が上昇。
 - とりわけ「カッコいい、センスがいい」の回答割合では日本との差が大幅縮小。
 - 2009年に現代自動車の「ジェネシス」が韓国車として初めて北米「カー・オブ・ザ・イヤー」の乗用車部門に選定。2012年には同「エラントラ」が選定。
 - 2012年の「グッドデザイン賞」(日本デザイン振興会主催)金賞を受賞した13品目のうち2品目がサムスン電子の製品。

(図表)アジアにおける日韓製品の消費者イメージ
(アンケート調査結果)



(資料)博報堂「グローバル生活者調査レポート」各年
 (注1)当該国製品に対して「高品質である」「カッコいい、センスがいい」と回答した人の割合。対象国は年毎に異なる。3期移動平均。
 (注2)公表資料を使用。年によって設問・国が異なるため、データが不連続。

日本製品の国際競争力

- 日韓企業が競合する場面が増えるなか、世界のトップシェアの地位が日本企業から韓国企業に移った事例が相次ぐ。
 - 半導体、液晶パネル、薄型テレビなど
- また、当初より日本企業の存在感が薄いまま、韓国企業が世界のトップシェアを確保した事例も。
 - スマートフォン
- もっとも、日本企業が依然としてトップシェアを維持している製品分野も数多く存在。
 - 日本企業が国際競争力を喪失した業種であっても、特定の製品分野では国際競争力を維持。
 - 東レ(炭素繊維)
 - 中間財や資本財のなかでも高度な生産技術を要する分野で日本企業に優位性。
 - 村田製作所(セラミックコンデンサ)、信越化学工業(塩化ビニール樹脂、半導体シリコンウエハ)、ディスコ(半導体・電子部品向け切断・研削・研磨装置)
 - ニッチ分野であっても世界市場としてみれば市場規模は大。
 - シスメックス(血球計数装置、170カ国以上に輸出)
- 日本企業がトップシェアを維持しているのは、いずれもコモディティ(汎用品)化を免れている製品分野。

日本製品の国際競争力

(図表)世界シェア上位の主要日本企業

業種	企業名	本社所在地	事業内容
繊維	東レ	東京	炭素繊維で世界第1位
	日本バイリーン	東京	精密不織布で世界第1位
鉄鋼	日立金属	東京	ネオジム磁石で世界第1位(シェア4割)
非鉄金属	三井金属	東京	銅箔で世界首位級
	古川機械金属	東京	高純度金属ヒ素で世界第1位
	住友金属工業	東京	リードフレームで世界第1位
機械	ダイキン工業	大阪	エアコンで世界第1位
	ディスコ	東京	半導体・電子部品向け切断・研削・研磨装置で世界第1位
	JUKI	東京	工業用ミシンで世界第1位
	SMC	東京	FA向け空圧制御機器で世界第1位
	ナブテスコ	東京	産業ロボット用精密減速機で世界シェア6割、自動ドアで世界首位級
	ニューラテクノロジー	神奈川	電子ビームマスク描画装置で世界第1位
	ユニオンツール	東京	PCB(プリント配線板)ドリルで世界第1位(シェア3割超)
電気機器	村田製作所	京都	セラミックコンデンサで世界第1位
	浜松ホトニクス	静岡	光電子増倍管で世界シェア90%
	TDK	東京	HDDの磁気ヘッドで世界シェア100%
	ウシオ電機	東京	産業用ランプで世界第1位
	シスメックス	兵庫	血球計数装置で世界第1位
	日本電産	京都	HDD用精密小型モーターで世界第1位
	東京エレクトロン	東京	半導体製造装置で世界第2位
	マブチモーター	千葉	小型モーターで世界シェア5割以上
	ミネベア	東京	極小ベアリングで世界第1位(シェア6割)、HDD支点軸で世界第1位
	大日本スクリーン製造	京都	シリコンウエハの洗浄装置で世界第1位(シェア8割)
	日本セラミック	鳥取	赤外線センサーで世界シェア4割
	日本電産リード	京都	半導体パッケージ基盤、プリント基板の通電検査装置で世界首位級
	ワコム	埼玉	ペン入力タブレットで世界第1位
	フェローテック	東京	真空シールで世界シェア7割
日本電子	東京	電子顕微鏡で世界第1位	

日本製品の国際競争力

(図表)世界シェア上位の主要日本企業(続き)

業種	企業名	本社所在地	事業内容
精密機器	オリンパス ノーリツ鋼機 HOYA	東京 和歌山 東京	消化器内視鏡で世界第1位(シェア7割) 写真DPE用ラボ機器で世界第1位 液晶パネル用フォトマスクで世界第1位
輸送機器	シマノ	大阪	変速機、ブレーキ等の自転車用部品で世界第1位
化学	信越化学工業 JSR 日東電工 トクヤマ ダイソー 日本デコラックス 扶桑化学工業 ミライアル 日本高純度化学 日本ゼオン 富士フィルム	東京 東京 大阪 東京 大阪 愛知 大阪 東京 東京 東京 東京	塩化ビニール樹脂で世界第1位、半導体シリコンウエハーで世界第1位 半導体用フォトレジスト(感光性樹脂)で世界第1位 液晶用光学フィルムで世界第1位等、世界首位製品多数 多結晶シリコン生産で世界大手の一角 基礎化学品から機能化学品まで世界首位製品多数 建設用ケミカルアンカーで世界第1位 リンゴ酸で世界シェア5割 300mmウエハー容器で世界第1位(シェア5割超) プリント基板等電子部品用の金メッキ薬品で世界首位級 特殊合成ゴム、リーフアルコール、シクロオレフィンポリマーで世界第1位 液晶ディスプレイ用偏光板保護フィルム、光学補償フィルムで世界第1位
ガラス・土石	旭硝子 富士フィルム 三菱ケミカル 日本特殊窯業 日本ガイシ 日本板硝子 SECカーボン MARUWA 東洋炭素 ゾルミンコーポレーション	東京 東京 東京 愛知 愛知 東京 兵庫 愛知 大阪 愛知	液晶パネル用ガラス基板で世界第2位 TACフィルム(液晶偏光板保護フィルム)で世界シェア7割強 LED用赤色蛍光体で世界シェアをほぼ独占 プラグ、センサーで世界第1位 碍子で世界第1位 建築用・自動車用板ガラスで世界第1位 電炉用電極、アルミ製錬用電極で世界シェア4割超 チップ抵抗器用アルミナ基板で世界シェア4割 等方性黒鉛で世界第1位(シェア3割) ウエハー用研磨剤で世界シェア9割
その他	大日本印刷	東京	液晶反射防止フィルムで世界第1位

(資料)東洋経済新報社『会社四季報:2012年4集』(2012年9月)に基づき筆者選定。

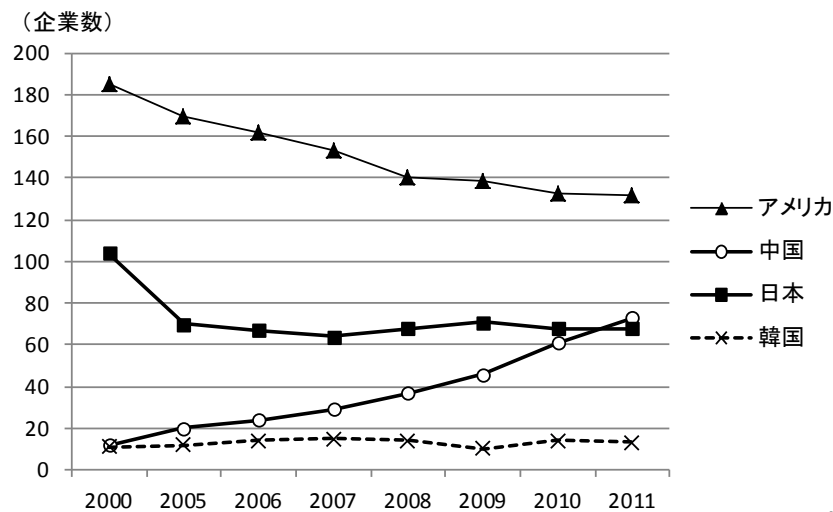
日韓の海外展開比較

- 世界で事業展開する企業を日韓で比較すると、日本企業の顔ぶれのほうがはるかに多彩。
 - Fortune “Global 500”
 - ランク入りした企業数で日本が韓国を上回る。
 - 韓国企業は限られた業種に偏在。
- このようにみると、日本企業が韓国企業の追い上げを受けているという事実には危機感を持つことは重要であるものの、いたずらに悲観論に陥る必要なし。

(図表) Fortune Global 500にランク入りした日韓企業数(2011年)

	日本 (計68社)	韓国 (計13社)
食品、外食	1	0
繊維	0	0
化学	2	0
石油・石炭	3	2
鉄鋼・金属	4	1
一般機械	2	1
電機・電子機器	9	2
自動車・同部品	9	3
造船	0	0
精密機械	3	0
電力・ガス	4	2
通信	3	1
物流・卸	8	0
小売	3	0
金融	12	1
建設	1	0
陸運・海運	2	0
国防・航空	0	0
郵便	1	0
コングロマリット	0	0
娯楽	1	0

(図表) Fortune Global 500の国籍別企業数



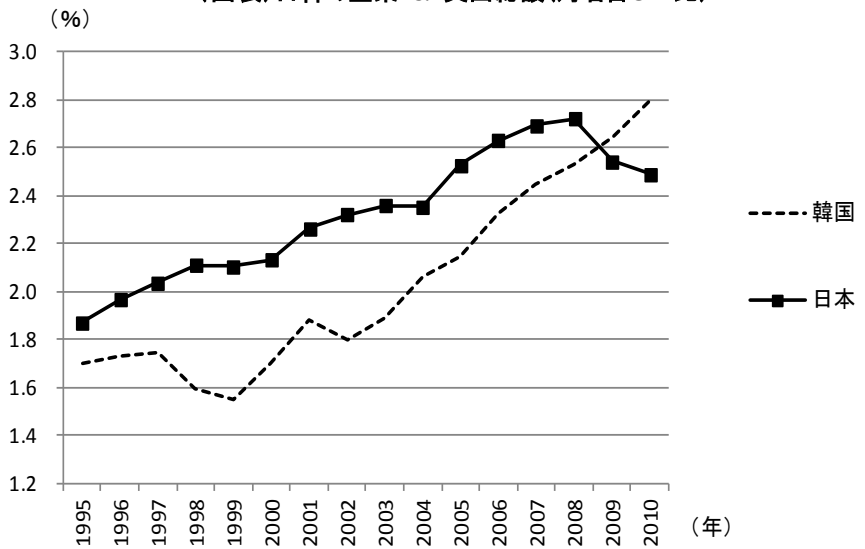
(資料) Fortune各年号

(資料) Fortune、2012年7月23日号。

今後の展望

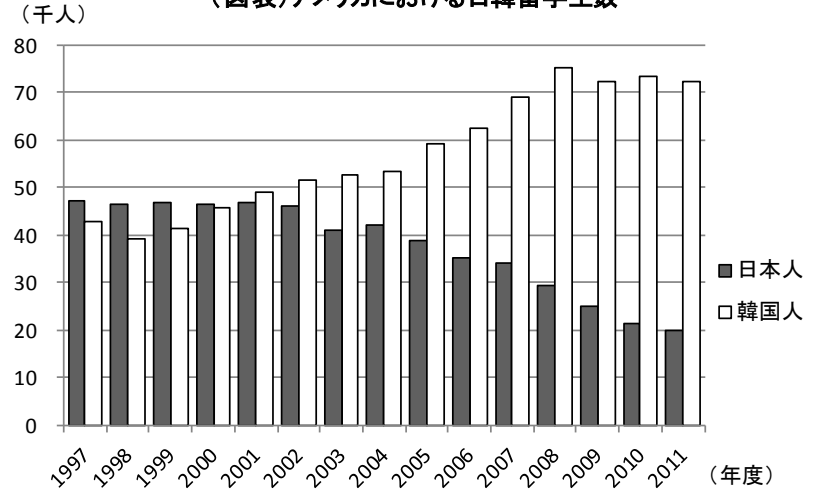
- 最近の円安ウォン高を受けて、日本国内で韓国企業への脅威論がやや後退。
 - 韓国製品の価格競争力が低下し、韓国企業に押され続けてきた日本企業が持ち直すとの観測。
- しかし、韓国製品の非価格競争力の向上が価格競争力の低下をある程度減殺する見込み。
- さらに、将来的には韓国企業の非価格競争力が今以上に高まり、日本企業との競合が一段と激化する可能性も。
 - 企業のR&D支出、アメリカへの留学生数で韓国が日本を上回る。

(図表)日韓の企業R&D支出総額(対名目GDP比)



(資料) OECD

(図表)アメリカにおける日韓留学生数



(資料) Institute of International Education



日本企業の課題：強みの維持・強化

- 韓国企業が急速に追い上げるなか、日本企業に求められるのは、韓国企業に対する強みを維持・強化するとともに、弱みを克服すること。
- 日本企業の韓国企業に対する強みは、①多岐にわたる分野で、②高品質・高性能の製品を有する企業が、③世界のトップシェアを握っていること。
 - 多岐にわたる分野で日本企業が活躍できるのは、日本企業の層が厚いことの表れ。近年の韓国企業の躍進は、少数の大企業が特定の分野に経営資源を集中することで実現。逆にいえば、韓国企業が入り込めていない分野は数多く存在。韓国企業と競合しないところで得意分野を広げていくことが、日本企業が生き残るための一つの方策。
 - 日本企業は中間財、資本財のなかでも高品質・高性能を実現した分野で優位性を発揮。日本企業はこれまでも高品質・高性能の追求を重視してきたが、それを一層進め、「技術で勝ち続ける」必要。
 - 日本企業が世界のトップシェアを握っているのは、多くの場合ニッチ分野。ニッチ分野の市場規模は日本国内に限定すれば小さいものの、世界という観点から見れば大幅に広がり、十分な売上高と採算を確保することが可能。逆の見方をすれば、ニッチ分野で勝負するには、世界市場でいかに取りこぼしなくシェアを確保していくことができるかがカギ。

日本企業の課題：弱みの克服

- 一方、日本企業が克服すべき韓国企業に対する弱みとしては、以下の3点。
 - ① 経営のスピードが遅い。経営のスピードをドラスティックに速めることは企業経営や企業カルチャーを根幹から見直すことにほかならず、ハードルがきわめて高い。しかし、変化のスピードが激しい今日の経営環境のもとで、国際競争力の強化のためには手を付けざるを得ない。新規企業やオーナー企業は小回りが利く点を踏まえ、起業を増やすことも日本企業全体の経営スピードの迅速化に貢献。
 - ② 売るため、儲けるための工夫が不十分。日本企業の強みである高い技術を生かし切れず「ビジネスで負ける」事例が近年、増加傾向。デザイン、ブランド、マーケティングにかかわるグローバル戦略を見直すとともに、海外留学の促進など、そうした面でイノベーションを起こし得る人材を育てるために官民あけて取り組む必要。
 - ③ 日本製品の価格競争力が弱い。日本企業としての王道はあくまでも非価格競争力の強化ながら、新興国・途上国市場を意識し、価格競争力の強化に向けた取り組みを併せて行っていく必要。現地の顧客ニーズを把握するとともに、現地で妥当な販売価格を割り出したうえで、それらを満たす製品を自社で蓄積した技術を駆使して製造することが重要。また、政策面では、FTA網の拡大を通じて日本企業が世界中でシームレスに取引できる環境を整備することが肝要。

(会社概要)

株式会社日本総合研究所は、三井住友フィナンシャルグループのグループIT会社であり、情報システム・コンサルティング・シンクタンクの3機能により顧客価値創造を目指す「知識エンジニアリング企業」です。システムの企画・構築、アウトソーシングサービスの提供に加え、内外経済の調査分析・政策提言等の発信、経営戦略・行政改革等のコンサルティング活動、新たな事業の創出を行うインキュベーション活動など、多岐にわたる企業活動を展開しております。

名称: 株式会社日本総合研究所 (<http://www.jri.co.jp>)

創立: 1969年2月20日

資本金: 100億円

従業員: 2000名

代表取締役社長: 藤井順輔

理事長: 高橋進

東京本社: 〒141-0022 東京都品川区東五反田3丁目18番1号 TEL 03-6833-0900(代表)

大阪本社: 〒550-0001 大阪市西区土佐堀2丁目2番4号 TEL 06-6479-5800(代表)

本件に関するご照会は、調査部・岩崎薫里 (TEL 03-6833-5180)宛にお願いします。