

## 《 タイの集積地をどう活用するか③ 》

2016年3月23日  
No.2015-056

# タイの日本企業集積地の新しい役割

## — 新興国・途上国向け輸出拠点に —

調査部 上席主任研究員 大泉啓一郎

### 《 要 点 》

- ◆ 2000年代に入って世界経済の成長の軸は、先進国から新興国・途上国に移行している。現在のトレンドを伸ばせば、2030年までに新興国・途上国の名目GDPは先進国を上回る。これは新興国・途上国市場の拡大を示すものであり、日本企業には持続的な成長の観点から同市場を開拓・確保していく必要がある。ただし日本から輸出される製品は、生産コストが高いため新興国・途上国市場において価格競争力を持たない。実際、新興国・途上国の輸入市場において日本はシェアを大きく落としている。
- ◆ ここにタイの集積地の新しい役割がある。タイの輸出に占める工業製品の割合は、1970年の3.9%から2014年には76.4%に上昇した。主要輸出品も労働集約的な製品から資本集約・技術集約的な製品へとシフトしている。タイの新興国・途上国向け輸出は2000年の154億ドルから2014年には1,082億ドルに増加し、輸出全体に占める割合も22.3%から47.5%へ上昇した。
- ◆ 新興国・途上国の輸出先は、中国とASEAN、その他の新興国・途上国に3つに区分できるが、それぞれの特徴と課題は異なる。中国向けはサプライチェーンの形成、中国の旺盛な消費を背景に急増してきたが、近年減速傾向にあり、輸出品の改良が求められる。ASEAN向けは好調で、域内分業の進展もあり、中国に対しても高い競争力を有している。その他新興国・途上国では、自動車関連の輸出に偏重しており、今後多方面からの市場開拓が要請される。これらはタイの輸出の特徴と課題であるが、日本企業の新興国・途上国市場開拓の手がかりと捉えることもできる。
- ◆ タイにおける日本企業の拠点を新興国・途上国向けの生産輸出拠点にするためには、生産の強化だけでなく、市場開拓を管理する地域統括センターとしての役割の強化にも注力すべきである。また、具体的な市場開拓に際しては、タイ地場企業やASEAN企業との連携も重要な視点である。

(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: 瀧崎正弘

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)

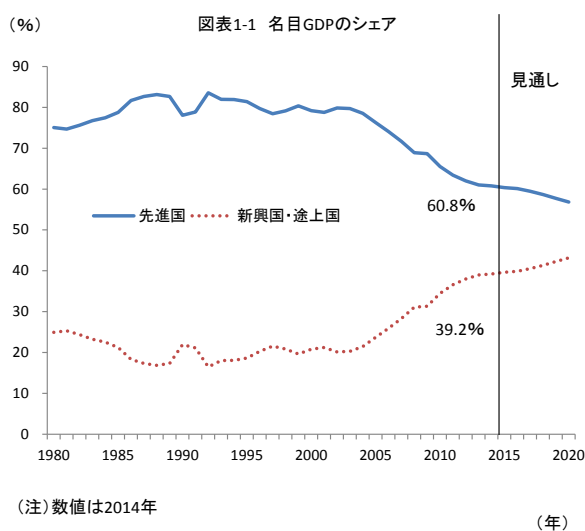
**本件に関するご照会は、調査部・大泉啓一郎宛てにお願いいたします。**

**Tel: 03-6833-2454**

**Mail: oizumi.keiichiro@jri.co.jp**

## 1. 世界経済の軸が先進国から新興国・途上国に

2000年代に入って新興国・途上国経済の台頭が目覚ましい。図表1-1は、先進国と新興国・途上国の名目GDP（ドルベース）のシェアの変化をみたものである。2000年まで、先進国が世界全体のおよそ80%を占めていたものの、2000年代に入って先進国のシェアは一貫した低下傾向をたどり、2014年には60.8%となった。これは、先進国経済の鈍化というよりも、新興国・途上国経済の躍進を受けたものである。2000年～2014年の新興国・途上国の年平均実質GDP成長率は6.0%と、先進国の同1.8%を大幅に上回っている。このトレンドを延長すれば、2030年までに新興国・途上国の経済規模は先進国を上回ることになる。

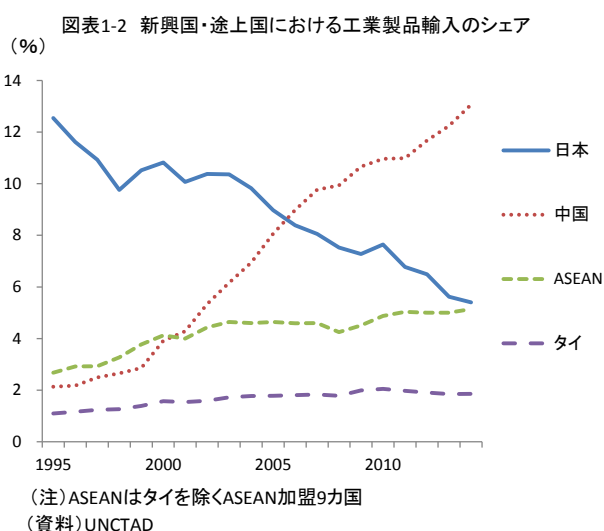


この新興国・途上国の経済規模は、生産規模を示すと同時に、市場規模を示すものである。つまり2030年までに新興国・途上国の市場規模が先進国を上回ることになる。わが国が少子高齢化や人口減少で国内市場に大幅な拡大が見込めないことと考えあわせれば、新興国・途上国の市場の開拓・確保は日本企業の持続的な成長に不可欠な戦略といえる。

実際に新興国・途上国の市場拡大に伴って輸入が急速に拡大している。新興国・途上国の輸入は、2000年の1兆5,210億ドルから2014年には7兆1,660億ドルへ増加した。これに伴い、新興国・途上国が世界の輸入全体に占める割合は、同期間に23.1%から38.1%に上昇した。

これに対して、日本の新興国・途上国向け輸出は、2000年の1,220億ドルから2011年に3,700億ドルに増加した後、2014年には3,010億ドルに減少しており、日本が新興国・途上国の輸入市場を捉えているとはいえない。

図表1-2は、新興国・途上国の工業製品輸入<sup>1</sup>における日本と中国、ASEAN、タイのシェアを示したものであるが、日本が1995年の12.5%から2014年には5.4%と一貫して低下していることがわかる。これに対して、「世界の工場」とも呼ばれる中国のシェアは同期間に2.1%から13.1%に急上昇した。また、ASEANとタイも緩やかながら上昇傾向にある。



中国やASEAN諸国などの新興国・途上国の輸出工業製品は、価格競争力が強い。加

<sup>1</sup> わが国の輸出の95%は工業製品であり、総額による評価では日本の競争力を過小評価することになるリスクがある。

えて、近年は、工業化の進展により資本集約的・技術集約的製品の輸出でもシェアが上昇している。コモディティ化された製品の先進国から輸出は、新興国・途上国からのものに急速に置き換わりつつあるといえる。

このような世界貿易の変化を勘案すれば、日本企業にとって、新興国・途上国の生産拠点を利用して、新興国・途上国の市場の開拓・確保するという戦略が必要になる。ここに新興国・途上国向けの輸出拠点としてのタイの新しい役割が浮上する。

## 2. タイの輸出構造の特徴

### (1) タイの工業製品輸出の拡大

タイの輸出は1970年の7億ドルから2014年には2,276億ドルに増加した(世界第24位)。輸出に占める工業製品の割合は1970年の3.9%から2014年には76.4%に上昇した。これはタイが農業国から工業国へと変貌したことを示すものである。これには日本企業のタイ進出が大きく貢献している(大泉(2016a))。

図表2-1は、2014年の対の輸出の上位20品目をみたものである。第1位がコンピュータ関連製品(SITCコード752、122億ドル、以下同じ)、第2位が貨物自動車(782:104億ドル)、第3位が石油製品(334:98億ドル)、第4位が半導体(776:84億ドル)、第5位が自動車部品(784:68億ドル)、と工業製品が上位を占めている。

近年の特徴は、自動車部品の輸出が急増していることである。自動車部品の輸出は、2000年には5億ドル程度で、上位20品目に含まれていなかったが、それ以降一貫した増加傾向をたどり、2014年には68億ドルとなり、かつ輸入額を上回るようになった(図表2-2)。これは、タイに自動車の裾野産業が集積してきたことを示すものである。

輸出製品の技術水準も高まっている。

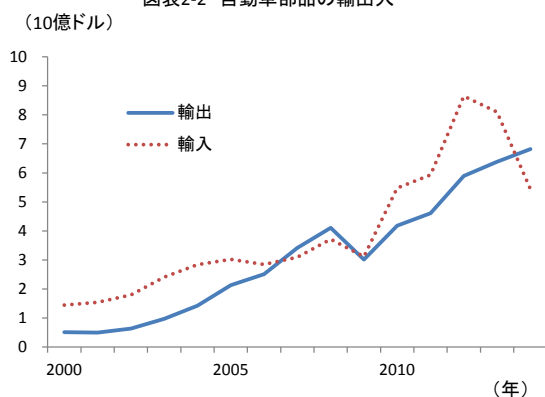
図表2-3は、国際連合貿易開発会議(UNCTAD)による4つの区分(「労働集約的・資源集約的工業製品」、「低技術集約的工業製品」、「中技術集約的工業製品」、「高技術集約的工業製品」)の輸出比率の変化をみたものである。

図表2-1 タイの輸出上位20品目

		(10億ドル、%)	
		金額	シェア
1	752 コンピュータ関連製品	12.2	5.3
2	782 貨物自動車	10.4	4.6
3	334 石油製品	9.8	4.3
4	776 半導体	8.4	3.7
5	784 自動車用部品	6.8	3.0
6	781 乗用自動車	6.5	2.9
7	231 天然ゴム	6.0	2.6
8	042 コメ	5.4	2.4
9	741 エアコン	5.2	2.3
10	897 貴金属細工・貴石製品	4.3	1.9
11	037 魚・甲殻類の調整品	4.3	1.9
12	571 エチレン重合体(一次製品)	4.2	1.8
13	772 集積回路	4.2	1.8
14	764 通信機器	4.0	1.7
15	759 コンピュータ関連部品	4.0	1.7
16	778 電気機器	3.9	1.7
17	625 タイヤ	3.7	1.6
18	713 エンジン関連製品	3.4	1.5
19	775 家庭用電気機器	3.3	1.4
20	667 真珠・貴石・半貴石	2.9	1.3
その他		114.8	50.4
合計		227.6	100.0

(注)SITC3桁分類  
(資料)UNCTADより作成

図表2-2 自動車部品の輸出入



(資料)UNCTAD

労働集約的・資源集約的工業製品と低技術集約的工業製品を合算したシェアが1995年の35.4%から2014年には16.7%に低下し、他方、中技術集約的工業製品と高技術集約的工業製品を合算したシェアは同期間に64.6%から83.3%に上昇している。

このように時間とともに、輸出に占める工業製品の割合が上昇するだけでなく、技術水準も高まっている。現在では、タイの生産拠点は、自動車や電子機器のグローバルサプライチェーンにおいて重要な位置を占めている。このことは、2011年の大洪水で世界の生産が一時停止を余儀なくされたことから明らかである。

## (2) 新興国・途上国向け輸出の特徴と課題

次にタイの新興国・途上国向け輸出の特徴と課題を考察する。

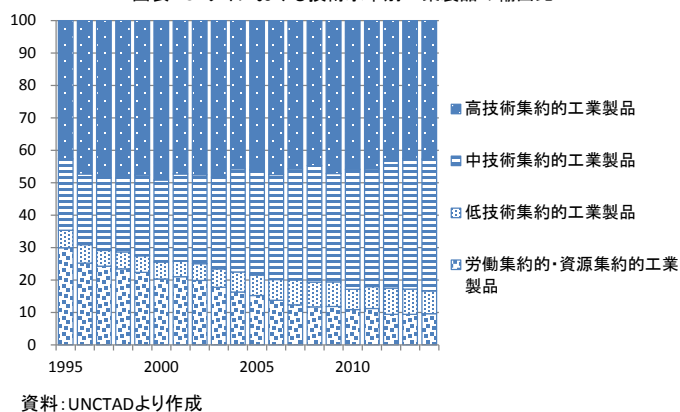
タイの新興国・途上国向け輸出は、2000年の154億ドルから2014年には1,082億ドルに増加した。これにより輸出全体に占める割合は同期間に22.3%から47.5%に上昇した(図表2-4)。

国別にみると、中国が251億ドルと最も多く、以下、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピンの順となっており、東アジア諸国が上位を占めている。なかでもASEAN新興国・途上国(シンガポールを除く)を合算すると490億ドルとなり、中国の水準を上回る。また、その他新興国・途上国向けは、国ごとの金額は小さいものの、全体では341億ドルとなる。

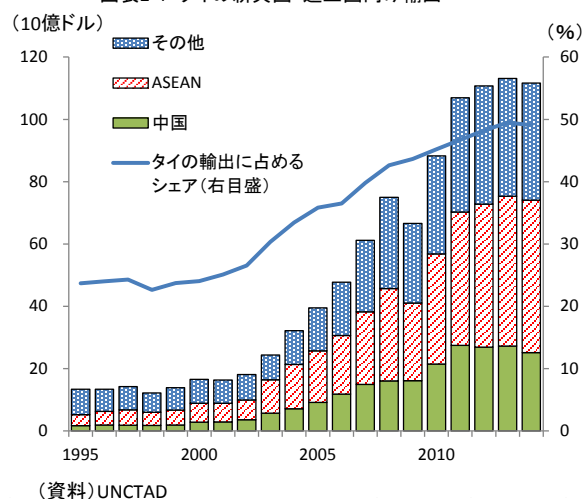
タイの新興国・途上国向け輸出は、①中国、②ASEAN新興国・途上国、③その他の新興国・途上国の3つに区分できる。

2014年のタイの新興国・途上国向け輸出の上位20品目をみると、第1位が貨物自動車、第2位が石油製品、第3位が自動車用部品、と工業製品が多い(図表2-5)。

図表2-3 タイにおける技術水準別工業製品の輸出比



図表2-4 タイの新興国・途上国向け輸出



図表2-5 タイの対新興国・途上国輸出上位20品目(2014年)

		(10億ドル、%)	
		金額	シェア
1	782 貨物自動車	6.6	6.1
2	334 石油製品	6.1	5.7
3	784 自動車用部品	4.6	4.2
4	231 天然ゴム	4.2	3.9
5	781 乗用自動車	4.0	3.7
6	042 コメ	3.9	3.6
7	571 エチレン重合体(一次製品)	3.2	2.9
8	752 コンピュータ関連製品	2.3	2.1
9	741 エアコン	2.1	2.0
10	713 エンジン関連製品	2.1	1.9
11	061 砂糖・はちみつ	2.0	1.9
12	759 コンピュータ関連部品	1.9	1.7
13	772 集積回路	1.8	1.7
14	778 電気機器	1.8	1.7
15	621 ゴム加工材料	1.8	1.7
16	511 炭化水素・同誘導体	1.8	1.6
17	575 プラスチック製品	1.7	1.6
18	625 ゴム製空気タイヤ	1.6	1.5
19	776 半導体	1.6	1.5
20	054 野菜(生鮮・冷蔵・冷凍)	1.6	1.5
その他		51.6	47.7
合計		108.2	100.0

(注) SITC3桁分類  
(資料) UNCTADより作成

## ① 対中国輸出

タイの中国向け輸出は、2000年の28億ドルから2014年には251億ドルに増加した。2010年以降、タイにとって中国は最大の輸出相手国となっている（第2位は米国、第3位は日本）。

中国向け輸出の急増は、電子電機製品のサプライチェーンの形成、中国国内消費市場の急拡大、ASEAN中国FTAの発効などによって後押しされた<sup>2</sup>。

ただし、中国向け輸出は2011年以降伸び悩んでいることに注意したい。2013年の272億ドルから2014年は251億ドルに、2015年はタイ中央銀行の直近のデータではさらに237億ドルに減少している<sup>3</sup>。

2014年のタイの対中国輸出上位20品目をみると、第1位が天然ゴム、第2位がゴム加工材料、第3位がエチレン重合体、と原材料が主となっている。2000年半ばまで上位を占めていたコンピュータ関連製品や部品、半導体はランクを下けている（図表2-6）。

これは中国経済の減速だけではなく、タイから輸入していた電子部品の中国の国内生産が可能になったことにも影響を受けていると捉えるべきである。それでも、中国の新興国・途上国からの工業製品の輸入に占めるタイのシェアは17.2%と高く、今後の工業製品の品質の改善によって市場確保は可能である。この観点から、最近、タイ政府が発表した新しい投資戦略やクラスター政策の行方が注目される（大泉（2016b））。

## ② ASEAN 新興国・途上国

タイのASEAN新興国・途上国向け輸出<sup>4</sup>は、2000年の60億ドルから2014年には490億ドルに増加した。タイの輸出全体に占める割合は、同期間に8.7%から21.5%へ大幅に上昇した。ASEAN新興国・途上国向け輸出の上位20品目をみると、工業製品が圧倒的に多く、第1位が石油製品、第2位が自動車部品、第3位が乗用自動車、第4位が貨物自動車となっている（図表2-7）。

ASEAN新興国・途上国の輸入市場でシェアを急速に伸ばしたのは中国で、2000年の5.3%から2014年に22.0%に上昇した。工業製品に限ってみ

図表2-6 タイの対中国輸出上位20品目（2014年）  
（10億ドル、%）

		金額	シェア
1	231 天然ゴム	2.8	11.0
2	621 ゴム加工材料	1.6	6.2
3	571 エチレン重合体（一次製品）	1.6	6.2
4	054 野菜（生鮮・冷蔵・冷凍）	1.5	6.1
5	752 コンピュータ関連製品	1.3	5.2
6	511 炭化水素・同誘導体	1.1	4.5
7	248 製材・まくら木	0.9	3.7
8	592 でん粉・小麦グルテン	0.8	3.3
9	335 石油残留物・同製品	0.8	3.2
10	759 コンピュータ関連部品	0.8	3.1
11	575 プラスチック製品	0.6	2.4
12	776 半導体	0.6	2.4
13	772 集積回路	0.6	2.3
14	334 石油製品	0.5	2.0
15	574 ポリエーテル重合体	0.5	1.9
16	512 アルコール・フェノール	0.4	1.7
17	716 電気モーター	0.4	1.6
18	516 有機化学品	0.4	1.6
19	042 コメ	0.4	1.5
20	057 果実・ナット（生鮮・乾燥）	0.4	1.5
	その他	7.1	28.4
	合計	25.1	100.0

(注) SITC3桁分類  
(資料) UNCTADより作成

図表2-7 タイの対ASEAN新興国・途上国輸出上位20品目（2014年）  
（10億ドル、%）

		金額	シェア
1	334 石油製品	5.4	11.1
2	784 自動車用部品	2.3	4.7
3	781 乗用自動車	2.3	4.7
4	782 貨物自動車	1.6	3.3
5	061 砂糖・はちみつ	1.2	2.4
6	713 エンジン関連製品	1.1	2.2
7	741 エアコン	1.0	2.1
8	778 電気機器	1.0	2.1
9	759 コンピュータ関連部品	1.0	2.0
10	776 半導体	1.0	1.9
11	772 集積回路	0.9	1.9
12	231 天然ゴム	0.9	1.8
13	699 卑金属製品	0.9	1.8
14	764 通信機器	0.9	1.7
15	098 調整食料品	0.8	1.7
16	571 エチレン重合体（一次製品）	0.8	1.7
17	575 プラスチック製品	0.8	1.6
18	111 非アルコール飲料	0.8	1.6
19	775 家庭用電気機器	0.7	1.5
20	553 調整香料・化粧品	0.7	1.4
	その他	22.9	46.8
	合計	49.0	100.0

(注) SITC3桁分類、ASEAN新興国・途上国はASEAN加盟国からシンガポールとタイを控除したもの  
(資料) UNCTADより作成

<sup>2</sup> 2010年にASEANと中国の間で関税が原則撤廃されている。

<sup>3</sup> <https://www.bot.or.th/English/Pages/default.aspx>

<sup>4</sup> 本稿では新興国・途上国市場を対象とするので、シンガポールを控除し、またタイの立ち位置を確認するという目的からタイの額を控除した。

ると5.2%から29.1%に上昇している。これに対して、タイのシェアは4.2%から6.2%に上昇し、工業製品においても3.9%から6.7%へ上昇するなど健闘している。ちなみに、日本は19.4%から7.6%、工業製品では23.9%から10.4%に低下した。

タイの輸出工業製品の中国との競合関係を考える際には、生産規模の格差を考慮しなければならない。中国の名目GDPは2000年の1兆2,000億ドルから2014年には10兆4,000億ドルに10倍近く増加し、世界全体に占めるシェアも3.6%から13.4%に上昇した。他方、タイの名目GDPはこの間1,300億ドルから4,000億ドルへ増加したものの、世界のシェアでは0.4%から0.5%へとほぼ横ばいであり、2014年において中国の経済規模の4%でしかない。

このようにタイの経済規模は中国を大幅に下回るにもかかわらず、ASEAN新興国・途上国市場においてシェアが上昇し、かつ中国の2割以上の輸出規模を維持していることは高く評価できる。この競争力の背景には、品質だけでなく、ASEAN新興国・途上国市場への輸送コストが低いこと、ASEAN域内での多国籍企業（日本企業を含む）のサプライチェーンが深化していることなどがある。

### ③ その他新興国・途上国市場

タイのその他新興国・途上国向け輸出は、2000年の52億ドルから2014年には341億ドルに増加し、シェアは8.7%から17.0%に上昇した。

輸出上位20品目をみると、第1位が貨物自動車、第3位が自動車部品、第4位が乗用車と、自動車関連が圧倒的に多い（図表2-8）。この3品目だけで23.8%を占めており、新興国・途上国向け輸出は自動車関連に偏重している。

その他新興国・途上国の輸入においても中国のプレゼンスは高い。同地域の輸入全体に占める中国の割合は、2000年の3.7%から2014年には14.4%に上昇した。工業製品は同期間に4.7%から21.3%に大幅に上昇した。これに対してタイの全体の割合では0.8%から1.0%の微増に、工業製品では0.7%から1.2%と伸び幅は小さい。自動車以外の製品を輸出することが課題となる。

さて中国の輸出が、輸送コストが高いにもかかわらず、金額を急増させ、シェアを急上昇させていることは、中国よりも同地域への距離が近いタイにとって輸出を拡大させる余地があることを示唆するものである。もちろん、ASEAN新興国・途上国向け輸出と比較して、タイとその他の新興国・途上国との間にサプライチェーンがまだ構築されていないことも同地域向け輸出が伸び悩む原因である。しかし、これらの地域でも工業化が進み始めていることを考えれば、原材料や中間財の輸出の可能性は広がるはずである。その好機を見逃してはならない。

その他新興国・途上国向け輸出を強化するためには、ASEAN域内の分業体制を活かした輸出も検討すべきであろう。たとえば、近年のタイの賃金上昇による価格競争力の低下が問題となるのであれば、近隣諸国を活用した新しいサプライチェーン、いわゆるタイプラスワンなどのビジネスモデ

図表2-8 タイの対その他新興国・途上国輸出上位20品目(2014年)  
(10億ドル、%)

		金額	シェア
1	782 貨物自動車	4.5	13.3
2	042 コメ	3.0	8.9
3	784 自動車用部品	2.1	6.0
4	781 乗用自動車	1.6	4.5
5	741 エアコン	1.2	3.5
6	037 魚・甲殻類の調整品	1.1	3.4
7	713 内燃機関	0.9	2.6
8	571 エチレン重合体(一次製品)	0.8	2.3
9	625 ゴム製空気タイヤ	0.8	2.3
10	775 家庭用電気機器	0.7	2.0
11	334 石油製品	0.6	1.8
12	231 天然ゴム・ラテックス	0.6	1.7
13	061 砂糖・はちみつ	0.6	1.7
14	743 空気ポンプ・圧縮機	0.5	1.5
15	513 カルボン酸・同誘導体	0.5	1.5
16	897 貴金属細工・貴石製品	0.5	1.4
17	778 電気機器	0.5	1.4
18	699 各種の卑金属製品	0.5	1.4
19	667 真珠・貴石・半貴石	0.4	1.3
20	752 コンピュータ関連製品	0.4	1.2
	その他	12.4	36.2
	合計	34.1	100.0

(注) SITC3桁分類  
(資料) UNCTADより作成

ルが有効かもしれない。

### 3. 市場開拓・確保のための日本企業の視点

これまでタイにおける日本企業の拠点は、主として先進国向けの生産・輸出拠点として機能してきた。2000年代に入って、中国を含めた東アジア域内でのサプライチェーンの形成が輸出拡大に寄与してきた。冒頭で述べたように、世界経済の成長の担い手が新興国・途上国に移行しつつあることを勘案すれば、今後日本企業はタイ集積地を新興国・途上国向けの輸出拠点として活用すべきである。

新興国・途上国向け輸出、とくに東アジア以外のその他新興国・途上国向け輸出は拡大の余地を残している。タイの集積地を新興国・途上国向け輸出拠点とするためには、生産拠点の競争力強化に加えて、輸出を管理する機能を強化する必要がある。2015年1月からタイ政府は、地域統括のための「国際統括本部 (International Headquarter)」、物流機能集約のための「国際貿易センター (International Trading Center)」の設置について優遇措置を拡大している。これらの活用も検討すべきだろう。

新興国・途上国市場の開拓には、タイ地場企業との協力体制の構築も有効であろう。たとえば、伊藤忠商事は、2014年にタイの大手コングロマリットであるチャロン・ポカパン (CP) グループと資本提携し、中国を含めた新興国・途上国市場の開拓に乗り出している<sup>5</sup>

タイでも少子高齢化が進んでおり、国内市場に拡大が期待できなくなったとして、タイ地場有力企業も海外への進出に乗り出している。彼らが持つ独自の人的ネットワークを販路拡大に活用すべきである。

#### 参考資料

大泉啓一郎 (2016a) 「タイに集積する日本企業-海外にあるもう一つ工業地帯 (タイの集積地をどう活用するか①)」 日本総合研究所『リサーチ・フォーカス』No. 2015-043

大泉啓一郎 (2016b) 「タイ・プラユット政権の新成長戦略-国際競争力強化のためのクラスター政策をスタート (タイの集積地をどう活用するか②)」 日本総合研究所『リサーチ・フォーカス』No. 2015-049

---

<sup>5</sup> 地場企業との協力対象はタイ企業に限るべきではないだろう。イスラム圏市場の参入には、インドネシア企業やマレーシア企業が有力なネットワークを有している。