

日系企業 -- 強まる存在感 (特集 気がつけばバン グラデシユ -- 芽吹く新産業)

著者	酒向 奈穂子, 安藤 裕二, 河野 敬, 鈴木 隆史
権利	Copyrights 日本貿易振興機構 (ジェトロ) アジア 経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
雑誌名	アジ研ワールド・トレンド
巻	231
ページ	25-26
発行年	2014-12
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	http://doi.org/10.20561/00039946

【第4部 産業発展の担い手】

日系企業

—強まる存在感—

酒向 奈穂子・安藤 裕二
河野 敬・鈴木 隆史

バングラデシュは貧困のイメージが強く開発援助の国として語られることが多かったが、ネクスト11などBRICsに次ぐ有望な新興国とされ、企業からの評価が急速なスピードで変わってきた。進出日系企業数は、ユニクロが駐在員事務所を開設した二〇〇八年頃から本格化し、二〇一四年九月現在、約一八〇社を記録した。日系企業のバングラデシュへの進出は着実に増加している。

現在、日系企業はどのようなビジネスを行っているのだろうか。その事業内容は、主に三つに分けられる。(1)低生産コストを求める輸出指向の製造企業、(2)拡大する国内消費市場向け生産を指向する企業、進出した日系企業に対する中間投入やサービスの派生需要を満たすことを指向する企業、(3)低所得層向け(BOP)ビジネスまた

は「企業の社会的責任」(CSR)を満たすためのビジネスを指向する企業、である。それぞれの事業内容を、進出の背景となったバングラデシュの投資環境とともに俯瞰していこう。

●低生産コストを求める輸出指向企業

現在、製造業は約六〇社が進出しているが、安価で豊富な労働力の確保を進出理由として挙げる企業は多い。中国の件費高騰や安価な労働力の不足により、アパレル品など労働集約的な製品の生産の代替地として製造や調達拠点を設ける動きである。「在アジア・

オセアニア日系企業実態調査(二〇一三年度調査)によると、バングラデシュの製造業の作業員の月額基本給(諸手当を除いた給与)は八六ドル、製造業のエンジ

ニアの月額基本給は二四六ドルであり、調査対象の一八カ国中最も安価である。一億六〇〇万人の人口のうち半数が二五歳以下であり、若い労働力が豊富である。

また、バングラデシュでは中国に次ぐ世界第二位のアパレル品輸出を誇るアパレル産業が確立しているため、ミシン操作など縫製にかかわる作業に慣れた人材を確保しやすい。日本向けにアパレル品を輸出する場合には、一般特恵関税制度(Generalized System of Preferences: GSP)の適用が受けられ、日本に無税で輸出できることもメリットである。

このような背景が、アパレル製造をはじめ労働集約的な製造業の進出に繋がった。生産品目は、アパレルでは、Tシャツ、カジユアルパンツ、肌着などベーシックな軽衣料が最も多く、レディース

ーツ、ジャケットなどの重衣料と呼ばれるものも一部ある。アパレル以外では、皮革製品、ワイヤーハーネスなどの自動車部品、レンズの研磨、LED電球など多様な軽工業が存在する。

●国内の消費市場の高い潜在性

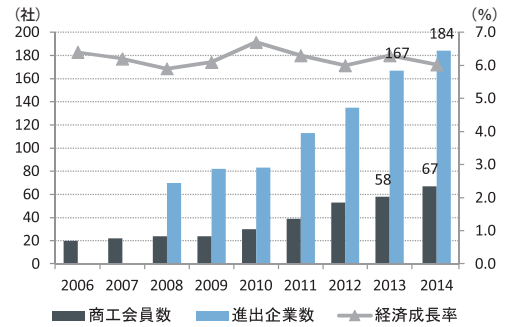
人口一億六〇〇万人の人口を労働力としてだけでなく、消費者としてみる販売指向の企業の進出も顕在化し始めた。巨大な消費市場や、裾野産業を含めたメーカーが集積するアパレル産業を市場のターゲットとして販売する動きである。

バングラデシュの一人あたりGDPは、八四六ドル(二〇一二年)であり、バイクや家電製品の消費が顕著になる基準とされている一〇〇〇ドルの手前であるが、所得階層別に分析すると富裕層と中間層の存在が魅力として浮かび上がる。

●国内の消費市場への販売指向企業

日本企業の消費者向けBtoCビジネスは、二〇一〇年から徐々に進出の動きがみられ、食品、医薬品、医療機器、二輪車、通信、

図1 着実に増加する進出日系企業



(出所) ジェトロ・ダッカ事務所。

トカードを発行している。

●裾野の広いアパレル産業市場への販売

アパレル産業を支える裾野産業に対して販売やサービスを行う企業の進出もみられる。縫製の裾野産業は、例えばジッパーやボタンなどのアパレル品の副資材・アクセサリー、ミシンや紡績機械などの製造用機械、検品・検針、物流などが挙げられる。副資材・アクセサリーで代表的な企業はYKKである。二〇〇〇年にバン格拉デシュにて会社を設立し、輸出向けの地場の縫製工場向けにダッカ輸出加工区の生産拠点からジッパーを販売している。縫製用の機械は、おもに現地代理店を通じて販売されており、JUKI、ブラザー工業は、工業用ミシン等を販売、島精機製作所は、ニットマシンや裁断機などアパレル用の機械を販売している。

●低所得層向け(BOP)・CSR指向企業

九八九〇万人存在するといわれるボリウム・ゾーンである低所得層向けのBOPビジネスに関心を寄せる企業も多い。BOPビジ

ネスは、二〇〇六年一〇月にマイ

クロレジットという貧困層向け無担保融資でノーベル平和賞を受賞したグラミン銀行のムハンマド・ユヌスの提唱で国際的に著名となり、関心を後押しするきっかけとなった。また、企業のCSR活動の一環として進出する事例や、利益よりも社会的な貢献により価値をおくソーシャルビジネスもみられる。

例えば、日本ポリグルは、水質浄化のための凝集剤を、ポリグル・レディと呼ばれる販売担当女性を組織して、農村部中心に対面販売している。納豆の成分を用いて開発した浄化剤は、ヒ素等の有害物質と結合して沈殿し、飲料も可能にできるほど水を浄化することができる。

ファーストリテイリングはグラミンユニクロを設立し、CSR活動の一環として、ソーシャルビジネスを開始した。首都ダッカ市内に店舗を展開し、購入しやすい価格で質のよい服を提供している。

ユーグレナ(旧・雪国まいたけ)は、モヤシの原料である緑豆の栽培を開始した。緑豆の栽培により調達拠点を多角化すると同時に農村への雇用を生み出し、貧困問題

解決を目指している。

●おわりに

日系企業は、インフラの未整備、政治の不安定性や、従業員の賃金上昇、現地人材の能力などさまざまな課題に直面しながらも、潜在的な市場への参入を試みている。安価で豊富な労働力の活用は、アパレルをはじめとする労働集約的な製造業だけでなく、ITソフトウェア開発のアウトソーシング分野でも始まっている。人件費が高騰するインドの代替地とする動きである。

消費者個人の購買力は他のアジア諸国と比較すると弱いのが、家計の可処分所得が増え、耐久財の消費が増す前夜にあるといえる。将来市場としてバン格拉デシュを取り込むには、入念に情報収集してリスクコントロールを行い、有力な地場資本をパートナーとして選定することが手段のひとつであるといえる。

(文) ころなほこ/ジェトロ だっか事務所・あんどう ゆうじ/ジェトロ浜松(元バン格拉デシュ研修生)・かわの けい/ジェトロ だっか事務所、すずき たかし/ジェトロアジア支援課(元だっか事務所)

《参考文献》

①「ジェトロ」在アジア・オセアニア日系企業活動実態調査(二〇一三年度調査)二〇一三年。